

PENGARUH FASILITAS WISATA DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN

(Survei pada Pengunjung Domestik di Garuda Wisnu Kencana Cultural Park Bali)

SKRIPSI

Diajukan untuk Memperoleh Gelar Sarjana
pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya

Gilar Aditiyo Hartoyo
NIM. 155030207111112



**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
MINAT KHUSUS BISNIS INTERNASIONAL
MALANG
2019**

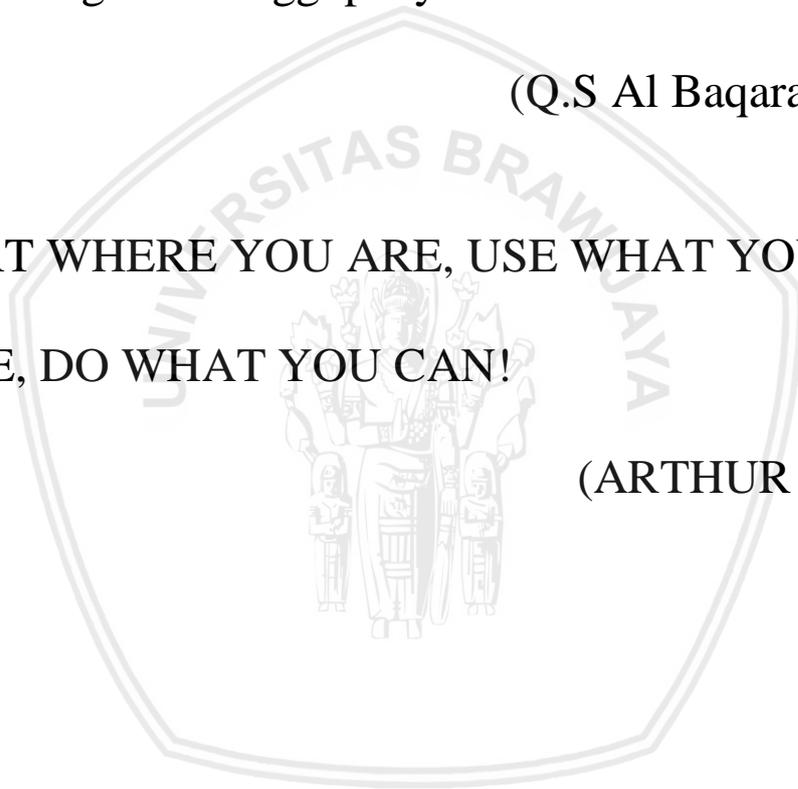
MOTTO

Allah SWT tidak membebani seseorang itu melainkan sesuai dengan kesanggupannya.

(Q.S Al Baqarah: 286)

START WHERE YOU ARE, USE WHAT YOU
HAVE, DO WHAT YOU CAN!

(ARTHUR ASHE)



TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Fasilitas Wisata dan Kualitas Layanan Terhadap
Kepuasan (Survei pada Pengunjung di Garuda Wisnu
Kencana Cultural Park Bali)

Disusun oleh : Gilar Aditiyo Hartoyo

NIM : 155030207111112

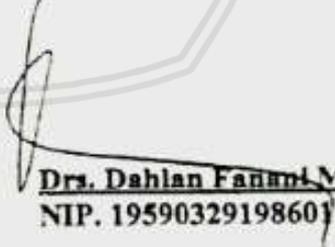
Fakultas : Ilmu Administrasi

Minat Khusus : Bisnis Internasional

Konsentrasi : Pemasaran

Malang, 03 Juli 2019

Komisi Pembimbing,
Ketua


Dr. Dahlan Fadani MAB
NIP. 19590329198601 1 001

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Telah dipertahankan di depan majelis penguji skripsi, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya, pada:

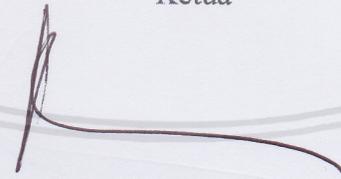
Hari : Senin
Tanggal : 15 Juli 2019
Pukul : 13.00 – 14.00 WIB
Skripsi atas nama : Gilar Aditiyo Hartoyo
Judul : Pengaruh Fasilitas Wisata dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan (Survei pada Pengunjung Domestik di Garuda Wisnu Kencana Cultural Park Bali

Dan dinyatakan

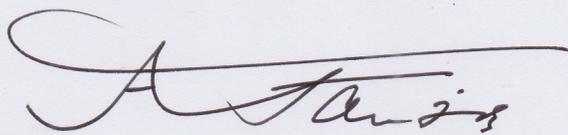
LULUS

MAJELIS PENGUJI

Ketua


Drs. Dahlan Fanani, MAB
NIP. 19590329198601 1 001

Anggota



Prof. Drs. Achmad Fauzi DH, MA
NIDK. 88139 400 17

Anggota



Supriono, S.Sos., M.AB
NIP. 201107840427 1 001

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh pihak lain untuk mendapatkan karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebut dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (S-1) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU) No 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Malang, 04 Juli 2019



Gilar Adityo Hartono
NIM: 155030207111112

RINGKASAN

Gilar Aditiyo Hartoyo, 2019, **Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan (Survei pada Pengunjung Domestik di Garuda Wisnu Kencana Cultural Park Bali)**. Drs. Dahlan Fanani, MAB

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) pengaruh secara simultan antara variabel Fasilitas Wisata dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengunjung. (2) pengaruh secara parsial antara variabel Fasilitas Wisata terhadap Kepuasan Pengunjung. (3) pengaruh secara parsial antara variabel Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengunjung.

Jenis penelitian yang dilakukan adalah *explanatory research* dengan pendekatan kuantitatif. Lokasi penelitian ini dilakukan di Garuda Wisnu Kencana Cultural Park Bali dengan populasi yaitu pengunjung domestik yang telah berkunjung di lokasi tersebut. Teknik pengambilan sampel yaitu menggunakan teknik *purposive sampling* dengan menggunakan rumus *Machin & Chambell* sehingga mendapatkan sampel sebanyak 116 responden. Metode pengumpulan data yang dilakukan adalah menyebarkan kuesioner. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah teknik analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda.

Hasil analisis regresi linier berganda pada penelitian ini menunjukkan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $62,024 > 3,077$ dan nilai signifikansi F sebesar $0,000 < \alpha = 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa Fasilitas Wisata (X_1) dan Kualitas Layanan (X_2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Pengunjung (Y). Perhitungan menggunakan uji-t atau perhitungan secara parsial, menunjukkan bahwa variabel Fasilitas Wisata (X_1) memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,768 > 1,981$ atau nilai signifikansi t sebesar $0,007 < \alpha = 0,05$ maka Fasilitas Wisata memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung (Y). Perhitungan menggunakan uji-t juga menunjukkan bahwa variabel Kualitas Layanan (X_2) memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $4,806 > 1,981$ atau nilai sig. t $(0,000) < \alpha = 0,05$ maka Kualitas Layanan (X_2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung (Y).

Kata Kunci : Fasilitas Wisata, Kualitas Layanan, Kepuasan Pengunjung.

SUMMARY

Gilar Aditiyo Hartoyo, **The Effect of Tourism Facilities and Service Quality on Satisfaction (Survey on Domestic Visitors at Garuda Wisnu Kencana Cultural Park Bali)**. Drs. Dahlan Fanani, M.AB.

This study aims to determine: (1) the simultaneous influence between variables of Tourism Facilities and Service Quality on Visitor Satisfaction; (2) partial influence of variable Tourism Facilities towards Visitor Satisfaction; (3) partial influence of variable Service Quality towards Visitor Satisfaction.

The type of research is explanatory research with a quantitative approach. The location of this research are at Garuda Wisnu Kencana Cultural Park Bali with domestic visitors who had visited the location as a respondents. The sampling technique is purposive sampling technique with Machin & Chambell's formula to get a sample of 116 respondents. The method of data collection was carried out by distributing questionnaires. Data analysis techniques in this study were descriptive analysis techniques and multiple linear regression analysis.

The results of multiple linear regression analysis in this study show that the value of $F_{count} > F_{table}$ is $62,024 > 3,077$ and the significance value of F is $0,000 < \alpha = 0,05$. This shows that Tourism Facilities (X_1) and Service Quality (X_2) simultaneously have a significant effect on Visitor Satisfaction variable (Y). The result of calculation with t-test or partial calculation, that the Tourism Facilities variable (X_1) has a $t_{count} > t_{table}$ which is $2,768 > 1,981$ or the significance value of t is $0,007 < \alpha = 0,05$ then the Tourism Facility has a significant influence on Visitor Satisfaction (Y). The calculation using the t-test also shows that the Service Quality variable (X_2) has a $t_{count} > t_{table}$, which is $4,806 > 1,981$ or the significance value of t is $0,000 < \alpha = 0,05$ then Service Quality (X_2) has a significant influence on Visitor Satisfaction (Y).

Keywords: Tourism Facilities, Service Quality, Visitor Satisfaction.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Fasilitas Wisata dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan (Survei pada Pengunjung Domestik di Garuda Wisnu Kencana Cultural Park Bali)” tepat pada waktu yang ditentukan. Skripsi ini merupakan syarat menempuh ujian sarjana pada Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya Malang.

Penyusunan skripsi ini dapat terlaksana dengan baik tidak lepas dari dukungan dan motivasi dari berbagai pihak selama proses penyusunan skripsi ini berlangsung. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang seutuhnya kepada :

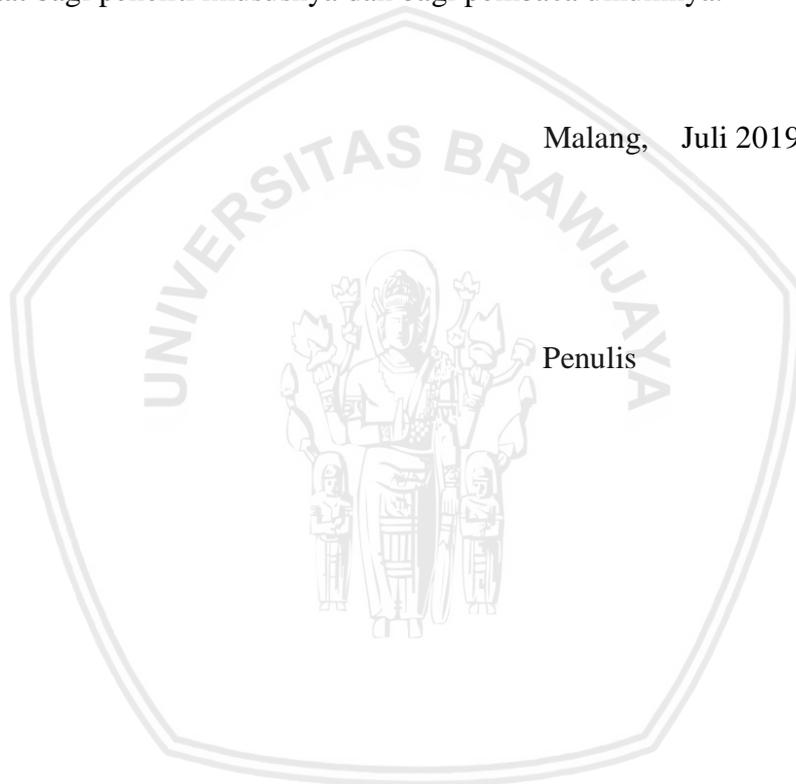
1. Bapak Prof. Dr. Bambang Supriyono, MS selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya.
2. Bapak Dr, Drs Mochammad Al Mushadiq, MBA selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya.
3. Ibu Nila Firdausi Nuzula, Ph.D selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
4. Bapak Drs. Dahlan Fanani, M.AB selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu untuk membimbing peneliti, memberikan pengarahan, serta ilmu yang sangat berharga dalam penyusunan skripsi hingga selesai.

5. Seluruh Dosen Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama perkuliahan.
6. Kedua orang tua penulis, Bapak Tri Hartoyo dan Ibu Tjini Karnawati serta saudara kandung Mas Wahyu Bintang, Tjandra Soerya dan Mbak Emmaliana Pandan yang selalu memberikan doa, dukungan dan motivasi dalam proses penyusunan skripsi.
7. Bapak A. A. KOMPIANG Gede, SH sebagai *Corporate Affair & IR Dept. Head* PT. Garuda Adimatra Indonesia yang telah menerima serta membantu penulis dalam menyukseskan penelitian di lapangan.
8. Teman-teman CS di GWK Cultural Park Bali : Gek Gina, Bli Adit, Bli Ragil yang telah menyemangati penulis dalam penelitian di lapangan.
9. Pengunjung Domestik yang telah membantu meluangkan waktunya mengisi kuesioner penulis.
10. Para sahabat BPH FORKIM Periode 2017 : Kak Baim, Kak Rizka, Destrina, Yaya, Adit, Regio, Leddye, Badriyah, Jujuk, Toro, Arief, Imam Faqihuddin, Fatih, Adek Imam dan adek Fia yang telah menemani dan mengisi hari peneliti.
11. The Heroes : Farhan, Hapis, Firza, Vida, Aji Nugroho, Savira M. Irfan & Yusdar yang telah sangat membantu meminjamkan laptop, berdiskusi dalam menyelesaikan skripsi serta menyemangati penulis.
12. Keluarga BINTER 2015 yang senantiasa dalam kebersamaan dan berbagi suka duka bersama.

13. Teman-teman lainnya yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah membantu menyelesaikan skripsi

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Demi kesempurnaan skripsi ini, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat diharapkan. Penulis berharap semoga karya skripsi ini bermanfaat bagi peneliti khususnya dan bagi pembaca umumnya.

Malang, Juli 2019



DAFTAR ISI

	Halaman
MOTTO	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN ORISINILITAS SKRIPSI	iv
RINGKASAN	v
SUMMARY	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan penelitian	7
D. Kontribusi Penelitian	7
E. Sistematika Pembahasan.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Kajian Empirik	10
1. Penelitian Putra, Sudiarta, Mananda (2016)	10
2. Penelitian Rosita, Marharanah, Wahadi (2016)	11
3. Penelitian Maisaroh, Irawati, Runanto (2017).....	12
B. Kajian Teoritis	14
1. Kepariwisata	14
a. Pengertian Kepariwisata	14
b. Komponen Pengembangan Pariwisata.....	16
2. Jasa	18
a. Pengertian Jasa	18
b. Karakteristik dan Klasifikasi Jasa	19
3. Fasilitas Wisata	21
a. Pengertian Fasilitas Wisata	21
b. Komponen Fasilitas Wisata	22
c. Indikator Fasilitas Wisata	24
4. Kualitas Layanan	25
a. Pengertian Kualitas Layanan.....	25
b. Dimensi Kualitas Layanan	26
5. Kepuasan Pelanggan	28
a. Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	28
b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	29
c. Manfaat Kepuasan Pelanggan	30



d. Konsep Inti dalam Objek Pengukuran Kepuasan Pelanggan	33
e. Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan	35
C. Hubungan Antar Variabel	37
1. Hubungan Fasilitas Wisata dengan Kepuasan Pelanggan	37
2. Hubungan Kualitas Layanan dengan Kepuasan Pelanggan	38
D. Kerangka Berpikir dan Perumusan Hipotesis	40
1. Kerangka Berpikir	40
2. Perumusan Hipotesis	40

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	43
B. Lokasi Penelitian	44
C. Waktu Penelitian	44
D. Konsep, Variabel Penelitian, Definisi Operasional, dan Skala Pengukuran	45
1. Konsep	45
2. Variabel Penelitian	46
3. Definisi Operasional	47
4. Skala Pengukuran	53
E. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	54
1. Populasi	54
2. Sampel	55
3. Teknik Pengambilan Sampel	58
F. Teknik Pengumpulan Data	59
1. Sumber Data	59
2. Metode Pengumpulan Data	60
3. Instrumen Penelitian	60
G. Uji Validitas dan Reliabilitas	61
1. Uji Validitas	61
2. Uji Reliabilitas	62
3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	62
4. Hasil Uji Reliabilitas	64
H. Teknik Analisis Data	64
1. Analisis Deskriptif	65
2. Uji Asumsi Klasik	65
3. Analisis Regresi Linier Berganda	68
4. Pengujian Hipotesis	69

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	72
B. Deskripsi Responden	73
1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	74
2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	75
3. Deskripsi Responden Berdasarkan Asal Daerah	76
4. Deskripsi Responden Berdasarkan Perolehan Informasi	78
5. Deskripsi Responden Berdasarkan Alasan Berkunjung	79



6. Deskripsi Responden Berdasarkan Sifat Kunjungan.....	81
C. Hasil Analisis Deskriptif Variabel	82
1. Distribusi Frekuensi Variabel Fasilitas Wisata (X_1)	83
2. Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Layanan (X_2).....	90
3. Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Pengunjung (Y).....	100
D. Hasil Analisis Uji Asumsi Klasik	104
1. Uji Normalitas Data	104
2. Uji Multikolinearitas	105
3. Uji Heteroskedastisitas	107
E. Hasil Analisis Uji Regresi Linier Berganda	108
1. Persamaan Regresi Linier Berganda.....	109
2. Koefisien Determinasi (R^2).....	110
F. Uji Hipotesis	111
1. Uji-F atau Uji Simultan.....	111
2. Uji-t atau Uji Parsial	112
G. Pembahasan	113
1. Pengaruh Fasilitas Wisata (X_1) dan Kualitas Layanan (X_2) terhadap Kepuasan (Y)	113
2. Pengaruh Fasilitas Wisata (X_1) Terhadap Kepuasan Pengunjung (Y).....	114
3. Pengaruh Kualitas Layanan (X_2) Terhadap Kepuasan Pengunjung (Y).....	116
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	118
B. Saran	119
DAFTAR PUSTAKA	121
LAMPIRAN	125



DAFTAR TABEL

No.	Judul	Halaman
Tabel 1.1	Kunjungan Wisatawan Domestik ke Bali Per Bulan, 2012-2018 ...2	
Tabel 2.1	Pemetaan Penelitian Terdahulu13	
Tabel 3.1	Konsep, Variabel, Indikator, dan <i>Item</i>52	
Tabel 3.2	Skor Alternatif Jawaban54	
Tabel 3.3	Hasil Uji Validitas63	
Tabel 3.4	Hasil Uji Reliabilitas64	
Tabel 4.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin74	
Tabel 4.2	Distribusi Responden Berdasarkan Usia75	
Tabel 4.3	Distribusi Responden Berdasarkan Asal Daerah76	
Tabel 4.4	Distribusi Responden Berdasarkan Sumber Perolehan Informasi ..79	
Tabel 4.5	Distribusi Responden Berdasarkan Alasan Berkunjung80	
Tabel 4.6	Distribusi Responden Berdasarkan Sifat Kunjungan81	
Tabel 4.7	Kategorisasi Berdasarkan Rata-Rata Skor83	
Tabel 4.8	Distribusi Frekuensi Variabel Fasilitas Wisata (X_1).....83	
Tabel 4.9	Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Layanan(X_2).....90	
Tabel 4.10	Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Pengunjung (Y) 100	
Tabel 4.11	Hasil Uji Normalitas 104	
Tabel 4.12	Hasil Uji Multikolinieritas 106	
Tabel 4.13	Persamaan Regresi Linier Berganda 109	

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul	Halaman
Gambar 2.1	Kerangka Berpikir pada Penelitian	40
Gambar 2.2	Model Perumusan Hipotesis pada Penelitian	41
Gambar 4.1	Grafik P-Plot Uji Normalitas	105
Gambar 4.2	Grafik <i>Scatter-Plot</i> Uji Heteroksidensitas.....	108



DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul	Halaman
Lampiran 1	Lembar Kuesioner	125
Lampiran 2	Nilai Responden Berdasarkan Variabel.....	134
Lampiran 3	Analisis Deskriptif Variabel	139
Lampiran 4	Uji Validitas & Reliabilitas	148
Lampiran 5	Uji Normalitas.....	151
Lampiran 6	Uji Multikolinieritas	152
Lampiran 7	Uji Heterokedastisitas.....	151
Lampiran 8	Uji-t dan Uji-F.....	154



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara yang saat ini memiliki tingkat pertumbuhan pada sektor pariwisata tertinggi di Asia Tenggara. Tingginya pertumbuhan Pariwisata Indonesia menyebabkan sektor tersebut menjadi sektor yang strategis dan penting dikarenakan posisi pariwisata Indonesia saat ini berada di posisi ke-9 versi *The World Travel & Tourism Council* (www.cnnindonesia.com : 2018). Posisi Indonesia tersebut didukung dengan adanya perkembangan lokasi geografis yang terdiri dari keindahan alam serta demografis yang terdiri dari berbagai macam suku dan budaya yang beragam. Pengembangan Pariwisata di Indonesia juga dikelola secara baik oleh Pemerintah maupun pihak Swasta melalui penciptaan dan pengembangan berbagai macam industri pariwisata yang telah merintis maupun sedang berkembang. Salah satu wilayah Indonesia yang memiliki potensi dalam pengembangan industri Pariwisata yang terkenal adalah Provinsi Bali.

Provinsi Bali, adalah salah satu provinsi di Pulau Bali yang termasuk dalam wilayah Indonesia yang menyimpan banyak daya tarik dan destinasi pariwisata sangat besar di Indonesia. Menurut Kartajaya dan Yuswohady (2005:212) daya tarik Pulau Bali sangat besar karena memiliki diferensiasi yang sangat kuat dan jarang dimiliki oleh daerah tujuan wisata lain. Salah satu

diferensiasi tersebut adalah eksotisme kebudayaan Bali yang berakar agama Hindu. Indonesia. Dari berbagai jenis daya tarik wisata budaya yang ada di Bali, ternyata kesenian daerah dan tradisi serta adat-istiadat merupakan daya tarik wisata budaya yang paling banyak diminati wisatawan dalam dan luar negeri. (Bali.Antaraneews.com:2014). Daya tarik tersebut menjadikan Provinsi Bali memiliki pesona yang tidak ada habisnya sehingga dapat dinikmati oleh para pengunjung, khususnya pesona kebudayaan sehingga dapat memanjakan para wisatawan yang datang ke daerah Bali. Hal tersebut, menimbulkan perasaan wisatawan yang berkunjung juga merasa disambut dan diterima kedatangannya di Pulau Bali serta memiliki rasa aman akibat kenyamanan dan keamanan yang diciptakan oleh masyarakat Bali. Hampir seluruh wisatawan Domestik dan Mancanegara menjadikan Provinsi Bali sebagai tujuan utama dalam berwisata. Wisatawan domestik adalah salah satu wisatawan yang menjadikan Provinsi Bali sebagai tujuan utama dalam berwisata. Terhitung terdapat peningkatan sebesar 11.70 persen pada tahun 2018 dibanding tahun sebelumnya yang ditunjukkan melalui tabel berikut ini:

Tabel 1.1 Kunjungan Wisatawan Domestik ke Bali Per-Bulan, 2012-2018

Bulan	Tahun						
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Januari	333 199	426 360	517 500	528 506	597 558	658 308	743 456
Pebruari	305 934	369 525	296 581	483 221	513 852	520 462	655 719
Maret	307 616	431 393	255 403	503 311	576 438	618 834	762 622
April	331 378	403 211	318 800	528 668	534 395	705 710	777 287
Mei	525 076	456 491	385 366	651 089	647 790	646 467	682 521
Juni	569 635	785 053	667 201	571 646	1 035 563	659 718	1 156 151
Juli	524 334	474 769	682 941	799 765	1 084 950	890 368	906 347
Agustus	661 334	878 278	843 958	641 684	704 662	790 323	770 364

Lanjutan Tabel 1.1 Kunjungan Wisatawan Domestik ke Bali Per-Bulan, 2012-2018

September	572 359	473 697	615 429	557 081	725 240	832 026	774 144
Oktober	667 703	758 351	549 998	619 599	685 244	732 720	762 124
Nopember	545 348	678 748	468 743	529 381	655 962	741 649	806 397
Desember	719 642	840 660	792 387	733 149	882 026	939 048	960 859
Total	6 063 558	6 976 536	6 394 307	7 147 100	8 643 680	8 735 633	9 757 991
Pertumbuhan (%)	6.84	15.06	-8.35	11.77	20.94	1.06	11.70

Sumber : Survei Dinas Pariwisata Provinsi Bali melalui BPS Provinsi Bali, 2019.

Peningkatan wisatawan domestik yang berkunjung ke Provinsi Bali tersebut berdampak pada persaingan masing-masing industri pariwisata di Provinsi Bali agar berlomba-lomba dalam mengembangkan dan meningkatkan destinasi pariwisata agar mampu menunjang kepuasan pelanggan yang terdiri dari pengunjung wisatawan domestik melalui pemasaran secara luas dalam rangka memenuhi target kunjungan wisatawan yang tahun demi tahun mengalami kenaikan signifikan.

Pulau Bali dengan keaneragaman industri pariwisatanya telah membuat konsumen lebih selektif dalam memilih untuk mengunjungi lokasi wisata yang tersedia. Khususnya konsumen yang berupa pengunjung wisatawan Domestik yang berasal dari Dalam Negeri untuk menikmati kunjungannya dalam rangka berlibur ataupun melepas penat rutinitas. Keanekaragaman industri Pariwisata di Bali yang disesuaikan dengan harga, layanan, dan fasilitas serta layanan yang sesuai, diharapkan mampu menciptakan kepuasan konsumen yang sesuai.

Peningkatan kepuasan pengunjung dapat dilakukan melalui peningkatan segala kebutuhan pelanggan atau konsumen pada suatu destinasi. Menurut Sammeng (2001:39) Hal lain yang dibutuhkan konsumen di suatu destinasi adalah Fasilitas Wisata. Pengembangan Fasilitas Wisata yang optimal diharapkan mampu

meningkatkan kepuasan pengunjung khususnya pada industri pariwisata yang menjadi destinasi pengunjung tersebut. Kepuasan pengunjung yang meningkat pula akan mendatangkan minat untuk merekomendasikan kepada orang terdekat maupun minat untuk melakukan kunjungan ulang

Pengoptimalan pengembangan Fasilitas Wisata adalah salah satu cara dalam meningkatkan jumlah pengunjung dari masing-masing industri pariwisata di Bali. Pengoptimalan fasilitas wisata bertujuan dalam rangka menciptakan rasa puas pada pengunjung mengingat industri pariwisata di Bali adalah salah satu industri yang mengutamakan kualitas jasa sehingga menciptakan minat kunjung ulang maupun rekomendasi kepada orang lain. Menurut Tjiptono dan Chandra (2011:136) pada sejumlah tipe jasa, persepsi yang terbentuk dari interaksi antara pelanggan dengan fasilitas jasa berpengaruh secara signifikan terhadap kualitas jasa bersangkutan di mata pelanggan. Berdasarkan pendapat tersebut, pengoptimalan fasilitas khususnya fasilitas wisata adalah hal yang paling utama dari perusahaan jasa yang salah satunya adalah industri pariwisata.

Kepuasan adalah mencerminkan penilaian seseorang tentang kinerja produk anggapannya (hasil) dalam kaitannya dengan ekspektasi. (Kotler , 2009:14) Kinerja produk yang lemah dan tidak sesuai ekspektasi, akan menghasilkan tingkat kepuasan konsumen yang rendah dan memunculkan kekecewaan. Sebaliknya, Kinerja produk yang tinggi dan sesuai ekspektasi, akan menghasilkan tingkat kepuasan konsumen yang tinggi pula dan memunculkan kepuasan dan rasa senang. Perasaan kecewa konsumen atau pelanggan dapat disampaikan berupa keluhan atas produk atau jasa yang telah diberikan oleh produsen sesuai Undang-

Undang No 8 Tahun 1998 tentang perlindungan konsumen. Tuntutan sebuah perusahaan/industri pariwisata untuk selalu memantau dan memahami segala kebutuhan konsumen atau pelanggan dalam menciptakan kualitas layanan jasa sehingga sesuai dengan ekspektasi konsumen dan tidak dirasa merugikan.

Daya tarik industri pariwisata paling kuat di Bali terbaru saat ini adalah telah diresmikannya Patung Garuda Wisnu Kencana pada tanggal 28 September tahun 2018 oleh Presiden Republik Indonesia, Joko Widodo (www.destinasian.co.id, 2018). Patung Garuda Wisnu Kencana, terletak di Taman Budaya "Garuda Wisnu Kencana Cultural Park Bali" yang berlokasi di Desa Unggasan, Kabupaten Badung, Provinsi Bali. Patung Garuda Wisnu Kencana pada mulanya didirikan oleh I Wayan Nuarta sempat tertunda selama 28 tahun dikarenakan kurangnya dana yang tersedia. Berkat pengelolaan dari PT Alam Sutera Reality Tbk, seluruh pengembangan pembuatan Patung Garuda Wisnu Kencana serta pengembangan fasilitas wisata dapat terlaksana sehingga dapat diresmikan pada tanggal tersebut.

Keistimewaan dari Patung Garuda Wisnu Kencana, adalah telah dinobatkan sebagai patung tertinggi No-4 di Dunia. Patung Garuda Wisnu yang terletak di Garuda Wisnu Kencana Cultural Park Bali yang dikelola oleh PT Alam Sutera Reality Tbk sebagai anak perusahaan dari Alam Sutera Group, juga senantiasa memberikan pengembangan Fasilitas Wisata kepada para pengunjung berupa Fasilitas Utama yaitu ketersediaan akses menuju *Main View* seperti : Patung Garuda Wisnu Kencana, *Venue* yang terdiri dari berbagai atraksi budaya yang terjadwal. Fasilitas Sekunder seperti penambahan jumlah MCK

(Mandi,Cuci,Kakus), disediakanya *Foodcourt* dan *stand/toko* Souvenir bernuansa adat Bali yang menarik selalu diutamakan dalam hal kepuasan konsumen.

Pengembangan Fasilitas Wisata dan pengoptimalan Kualitas Layanan sangat diperlukan oleh Garuda Wisnu Kencana Cultural Park sehingga dapat dijadikan acuan sebagai wisata yang berbudaya di pulau Bali. Peran pengembangan Fasilitas Wisata yang sangat penting khususnya dalam meningkatkan Kualitas Layanan sehingga mampu meningkatkan kepuasan konsumen/ pengunjung sangat diutamakan dalam rangka menambah jumlah pengunjung di Garuda Wisnu Kencana Cultural Park Bali tersebut. Karena kepuasan wisatawan merupakan tingkatan dimana kesesuaian ekspektasi berbanding lurus dengan pengalaman wisatawan yang didapat oleh wisatawan selama berkunjung (Kotler dan Keller, 2008). Hal ini, menjadi salah satu alasan utama keinginan peneliti dalam melakukan penelitian di lokasi tersebut. Berdasarkan pada penjelasan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul : **"Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan (Survei pada Pengunjung Domestik Garuda Wisnu Kencana Cultural Park Bali)."**

B. Rumusan Masalah

Pada penelitian ini, rumusan masalah yang akan di bahas berdasarkan latar belakang di atas, yaitu :

1. Apakah Fasilitas Wisata dan Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pengunjung?
2. Apakah Fasilitas Wisata berpengaruh terhadap Kepuasan Pengunjung?

3. Apakah Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pengunjung?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, dapat diketahui tujuan penelitian yang akan dilaksanakan yaitu :

1. Mengetahui dan menjelaskan pengaruh Fasilitas Wisata dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengunjung.
2. Mengetahui dan menjelaskan pengaruh Fasilitas Wisata terhadap Kepuasan Pengunjung.
3. Mengetahui dan menjelaskan pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengunjung.

D. Kontribusi Penelitian

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi seluruh pihak yang terkait dalam penulisan ini, antara lain:

1. Kontribusi Teoritis

Penelitian ini, diharapkan mampu digunakan untuk menambah bahan pustaka dalam rangka melaksanakan penelitian lanjutan serta bahan masukan studi terhadap pengaruh Fasilitas Wisata dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan.

2. Kontribusi Praktis

Penelitian ini, diharapkan mampu digunakan sebagai bahan masukan maupun informasi bagi PT Alam Sutera Reality Tbk. selaku industri pariwisata yang mengelola Garuda Wisnu Kencana Cultural Park Bali dalam

rangka mengembangkan Fasilitas Wisata dan Kualitas Layanan terhadap penguatan Kepuasan.

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan diperlukan dalam rangka mempermudah pembaca memahami isi penelitian ini. Penelitian ini memuat beberapa garis besar mengenai apa yang diuraikan dalam beberapa bagian, yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan mengenai permasalahan yang menjadi latar belakang, perumusan masalah yang ditemui, tujuan penelitian, kontribusi penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan mengenai kajian empirik atau penelitian terdahulu dan kajian teoritis yang digunakan sebagai bahan pedoman dalam penelitian, yang diantaranya adalah Kepariwisata, Jasa, Fasilitas Wisata, Kualitas Layanan, dan Kepuasan Pelanggan. Bab ini juga menyertakan model konsep dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini memuat beberapa sub-bab yang diantaranya adalah jenis penelitian, fokus penelitian, lokasi dari situasi penelitian, sumber dan jenis data, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian dan analisis data yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang hasil penelitian yang dilakukan dan pembahasan terhadap masalah yang diteliti. Bab ini juga menyajikan gambaran umum Garuda Wisnu Kencana Cultural Park, gambaran umum responden, frekuensi jawaban responden, analisis data , dan intepertasi terhadap data serta pembahasan hasil uji hipotesis.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, serta berisi saran-saran sebagai bahan pertimbangan untuk perusahaan yang berkaitan dengan pihak-pihak lain yang membutuhkan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Empirik

1. Putra, Sudiarta, Mananda (2016)

Penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan terhadap Niat Berkunjung Kembali Wisatawan Mancanegara ke Daya Tarik Wisata Alas Pala Sangeh” yang membahas mengenai pengaruh masing-masing Variabel Kualitas Pelayanan (X_1) dan Kepuasan (X_2) terhadap Niat Berkunjung Kembali Wisatawan (Y) secara simultan dan secara parsial.

Jenis penelitian ini adalah penelitian penjelasan (*Explanation reseach*) dengan pendekatan Kuantitatif. Populasi yang digunakan adalah wisatwan mancanegara yang berkunjung ke Daya Tarik Wisata Alas Pala Sangeh yang diambil melalui sampel dengan jumlah 110 orang dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Metode pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Teknik analisis data dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda.

Hasil dari penelitian ini, melalui hasil analisis regresi linier berganda, ditemukan persamaan yaitu: $Y = 4,510 + 0,192 (X_1) + 0,211 (X_2) + e$. Pengujian secara simultan, didapatkan hasil yang signifikan yaitu diperolehnya $F_{Hitung} > F_{tabel}$ sebesar $35,230 > 3,94$ dengan *Pvalue* sebesar $0,000 < 0,05$.

Hasil uji parsial yaitu pengaruh Kualitas Layanan (X_1) terhadap Niat Berkunjung Kembali (Y) untuk t_{hitung} sebesar 8,247 dengan nilai koefisien

standardized sebesar 0,753 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai *alpha* sebesar 0,05 yang berarti berpengaruh secara signifikan. Hasil uji parsial untuk pengaruh Kepuasan (X_2) terhadap Niat Berkunjung Kembali (Y) untuk t_{tabel} sebesar 3,371 dengan koefisien *standardized* sebesar 0,280 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai *alpha* sebesar 0,05 yang berarti berpengaruh secara signifikan.

Berdasarkan hasil dari penelitian di atas, dapat disimpulkan bahwa terdapat hasil yang signifikan baik secara simultan maupun parsial variabel Kualitas Layanan (X_1) dan Kepuasan (X_2) terhadap Niat Berkunjung Kembali (Y).

2. Rosita, Marharanah, Wahadi (2016)

Penelitian yang berjudul “Pengaruh Fasilitas Wisata dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengunjung di Taman Margasatwa Ragunan Jakarta”. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian *descriptive and verificative research* melalui pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung Taman Margasatwa Ragunan tahun 2010 –2014 yang diambil melalui sampel yang berjumlah 100 responden dengan teknik pengambilan sampel *non-probability sampling* dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Teknik analisis data yaitu dengan analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda.

Hasil dari penelitian ini, melalui analisis deskriptif, menunjukkan bahwa Fasilitas Wisata dan Kualitas Layanan memiliki kategori baik. Berdasarkan pada hasil analisis regresi linier berganda, ditemukan persamaan yaitu: $Y = -4,107 + 0,058 X_1 + 0,104 X_2$. Pengujian secara simultan, didapatkan hasil yang signifikan

yaitu diperolehnya F_{Hitung} sebesar 39,363 lebih besar dari F_{Tabel} sebesar 3,09 dengan $P\ value$ $0,000 < 0,05$.

Hasil uji parsial yaitu pengaruh Fasilitas Wisata terhadap Kepuasan Pengunjung didapatkan hasil t_{hitung} yaitu 4,276 lebih besar dibanding t_{tabel} yaitu 2,276. Hasil koefisien determinasi menunjukkan angka sebesar 0,058 yang artinya 05,8%. Variabel Kepuasan Pengunjung dipengaruhi oleh variabel Kualitas Layanan yang didapatkan hasil t_{hitung} yaitu 3,622 lebih besar dibanding t_{tabel} yaitu 2,276.

Berdasarkan hasil dari penelitian di atas, dapat disimpulkan bahwa terdapat hasil yang signifikan baik secara simultan maupun parsial pada variabel Fasilitas Wisata dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengunjung.

3. Maisaroh, Irawati, Runanto (2017)

Penelitian ini berjudul: “ Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata, dan *Experiental Purchasing* terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Pengunjung Domestik Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta)“. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian *explanatory research* dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung Domestik Benteng Vredeburg Yogyakarta yang diambil melalui sampel yang berjumlah 150 responden dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Metode pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Teknik analisis data yaitu dengan analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda.

Hasil dari penelitian ini, melalui analisis deskriptif, menunjukkan bahwa Citra Destinasi, Fasilitas Wisata, dan *Experiental Purchasing* memiliki kategori

interval “baik”. Berdasarkan pada hasil analisis regresi linier berganda, ditemukan persamaan yaitu: $Y = 0,203 (X_1) + 0,233 (X_2) + 0,402 (X_3)$. Pengujian secara simultan, didapatkan hasil yang signifikan yaitu diperolehnya F_{Hitung} sebesar 29,445 lebih besar dari F_{Tabel} sebesar 3,09 dengan $P\ value$ $0,000 < 0,05$.

Hasil uji parsial yaitu pengaruh Citra Destinasi terhadap Kepuasan Konsumen didapatkan hasil 0,203 dengan $p\text{-value}$ 0,040 ($< 0,05$) sehingga Citra Destinasi (X_1) memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Pengaruh Fasilitas Wisata terhadap Kepuasan Pengunjung didapatkan hasil 0,233 dengan $p\text{-value}$ 0,024 ($< 0,05$) sehingga Fasilitas Wisata (X_2) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Pengaruh *Experiential Purchasing* terhadap Kepuasan Konsumen didapatkan hasil 0,402 dengan $p\text{-value}$ 0,002 ($< 0,05$) sehingga *Experiential Purchasing* (X_3) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Berdasarkan hasil dari penelitian di atas, dapat disimpulkan bahwa terdapat hasil yang signifikan maupun parsial pada Citra Destinasi, Fasilitas Wisata, dan *Experiential Purchasing* terhadap Kepuasan Konsumen.

Tabel 2.1 Pemetaan Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti dan Judul Penelitian	Putra, Sudiarta, Mananda (2014) : “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan terhadap Niat Berkunjung Kembali Wisatawan Mancanegara ke Daya Tarik Wisata Alas Pala Sangeh”.
1	Jenis Penelitian	<i>Explanatory research</i> dengan pendekatan kuantitatif.
	Populasi / Sampel	Wisatwan mancanegara yang berkunjung ke Daya Tarik Wisata Alas Pala Sangeh yang diambil melalui sampel dengan jumlah 110 orang.
	Teknik Pengambilan Sampel	<i>Purposive sampling</i> .
	Analisis Data	Analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda.

Lanjutan Tabel 2.1 Pemetaan Penelitian Terdahulu

	Hasil Penelitian	Kualitas Layanan (X_1) dan Kepuasan (X_2), berpengaruh signifikan secara simultan dan parsial terhadap Niat Berkunjung Ulang (Y) .
2	Nama Peneliti dan Judul Penelitian	Rosita, Marhanah, Wahadi (2016) : “ Pengaruh Fasilitas Wisata dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung di Taman Margasatwa Ragunan Jakarta “.
	Jenis Penelitian	Penelitian <i>descriptive research</i> dan <i>verificative research</i> dengan pendekatan kuantitatif.
	Populasi / Sampel	Pengunjung Taman Margasatwa Ragunan tahun 2010 – 2014 yang diambil melalui sampel yang berjumlah 100 responden.
	Teknik Pengambilan Sampel	<i>Purposive sampling</i>
	Analisis Data	Analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda
	Hasil Penelitian	Fasilitas Wisata (X_1) dan Kualitas Layanan (X_2) berpengaruh signifikan secara Simultan dan parsial terhadap Kepuasan Pengunjung (Y).
3	Nama Peneliti dan Judul Penelitian	Maisaroh, Irawati, Runanto (2017) : “ Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata, dan <i>Experiental Purchasing</i> terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Pengunjung Domestik Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta)“.
	Jenis Penelitian	Penelitian <i>explanatory research</i> dengan pendekatan kuantitatif.
	Populasi / Sampel	Pengunjung domestik Benteng Vredeburg Yogyakarta yang diambil melalui sampel yang berjumlah 150 responden
	Teknik Pengambilan Sampel	<i>Purposive sampling</i>
	Analisis Data	Analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda
	Hasil Penelitian	Variabel Destinasi, Fasilitas Wisata, dan <i>Experiental Purchasing</i> secara simultan maupun parsial berpengaruh signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen.

Sumber: Diolah Oleh Peneliti, 2019

B. Kajian Teoritis

1. Kepariwisataaan.

a. Pengertian Kepariwisataaan

Mc.Intosh dalam Muljadi dan Warman (2014:8) mendefinisikan kepariwisataan adalah sebuah gabungan aktifitas, pelayanan dan industri yang

dimana mengantarkan kepada pengalaman perjalanan: Transportasi, akomodasi, kemunculan makanan dan minuman, toko, hiburan, aktifitas dan pelayanan ramah tamah yang disediakan untuk inividu maupun kelompok yang berada jauh dari rumah. Sedangkan Hunzkieter & Krampf dalam Suryadana dan Octavia (2015:30) mendefinisikan pariwisata sebagai keseluruhan jaringan dan gejala-gejala yang berkaitan dengan tinggalnya orang asing di suatu tempat, dengan syarat bahwa mereka tidak tinggal disitu untuk melakukan suatu pekerjaan yang memberikan keuntungan secara permanen maupun sementara. Norval dalam Muljadi dan Warman (2014:8-9) mendefinisikan kepariwisataan adalah keseluruhan kegiatan yang berhubungan dengan masuk, tinggal, dan pergerakan penduduk asing di dalam atau di luar negara, kota, atau wilayah tertentu. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 9 tahun 1990 Tentang Kepariwisataan menjelaskan mengenai pengertian kepariwisataan : “Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata termasuk pengusahaan objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait di bidang ini.” Menurut Suwartono (1997:08) Kepariwisataan adalah suatu proses kepergian sementara dari seorang, lebih menuju ketempat lain diluar tempat tinggalnya. Dorongan kepergiannya adalah karena berbagai kepentingan baik karena kepentingan ekonomi, sosial, budaya, politik, agama, kesehatan maupun kepentingan lain.

Berdasarkan pada pengertian para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa pariwisata memiliki kesamaan yaitu membahas mengenai segala aktifitas

wisata baik menunjang orang-orang yang menikmati segala pelayanan wisata serta pengalaman wisata.

b. Komponen Pengembangan Pariwisata

Menurut Cooper sebagaimana dikutip oleh Prof. Dr. I Gede Pitana pada sambutannya di seminar *Cooperation in the Development of Education and Tourism in Global Era* pada 31 Mei 2012 di Surabaya dalam Wanda dan Pangestuti (2018), terdapat 4 aspek utama (4A) yang harus dikaji dan dimiliki oleh sebuah pengembangan destinasi pariwisata. Empat aspek tersebut meliputi:

1) *Attraction*

Menurut *Inskeep* dalam Suryadana dan Octavia (2015:33) Atraksi wisata yang dimaksud dapat berupa semua hal yang berhubungan dengan lingkungan alami, kebudayaan, keunikan suatu daerah dan kegiatan-kegiatan lain yang berhubungan dengan kegiatan wisata yang menarik wisatawan untuk mengunjungi sebuah objek wisata. Atraksi juga dapat dikatakan sebagai produk utama dalam sebuah destinasi wisata.

2) *Accessibility*

Menurut *Inskeep* dalam Suryadana dan Octavia (2015:34) Aksesibilitas dapat meliputi transportasi akses dari dan menuju kawasan wisata, transportasi internal yang dapat menghubungkan atraksi utama kawasan wisata dan kawasan pembangunan, termasuk semua jenis fasilitas dan pelayanan yang berhubungan dengan transportasi darat, air dan udara.

3) *Amenity*

Menurut *Inskip* dalam Suryadana dan Octavia (2015:33-34) Fasilitas Wisata yang dimaksud dapat meliputi semua fasilitas yang dibutuhkan dalam perencanaan pariwisata. Fasilitas tersebut termasuk *tour and travel operations* (disebut juga pelayanan penyambutan), fasilitas lainnya seperti: restoran, dan berbagai jenis tempat makan lainnya, toko-toko yang menjual hasil kerajinan tangan, cinderamata, toko-toko khusus, toko kelontong, bank, tempat penukaran uang, dan fasilitas pelayanan keuangan lainnya, kantor informasi wisata, pelayanan pribadi (seperti Salon kecantikan), fasilitas pelayanan kesehatan, fasilitas keamanan umum (termasuk kantor polisi dan pemadam kebakaran), dan fasilitas perjalanan untuk masuk dan keluar (seperti kantor imigrasi dan bea cukai).

4) *Ancillary*

Berdasarkan penelitian yang dilaksanakan oleh Wanda dan Pangestuti (2018), Pelayanan tambahan harus disediakan oleh PEMDA dari suatu daerah tujuan wisata baik untuk wisatawan maupun untuk pelaku pariwisata yang termasuk pemasaran, pembangunan fisik (jalan raya, rel kereta, air minum, listrik, telepon, dan lain-lain) serta mengkoordinir segala macam aktifitas dan dengan segala peraturan perundang-undangan baik di jalan raya maupun di objek wisata. *Ancillary* juga merupakan hal-hal yang mendukung sebuah kepariwisataan seperti lembaga pengelolaan, *Tourist Information*, *Travel Agent* dan *Stakeholder* yang berperan dalam kepariwisataan.

2. Jasa

a. Pengertian Jasa

Pengertian jasa memiliki definisi yang beragam, dari mulai sebuah pelayanan pribadi (*personal service*) sampai jasa sebagai suatu produk. Kotler (2008:299) mendefinisikan jasa dengan arti yang lebih luas yaitu:

“Suatu tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan apapun. Produk jasa mungkin berkaitan dengan produk fisik atau tidak”.

Pendapat Kotler tersebut tidak jauh berbeda dengan pendapat ahli lainnya. Valarie A., Zeithaml dan Marie Jo Bitner dalam Lupiyoadi (2013:7) memberikan batasan mengenai jasa, yaitu sebagai berikut:

“Jasa adalah seluruh aktivitas ekonomi yang hasilnya tidak merupakan produk fisik atau konstruksi, yang umumnya dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu yang dihasilkan dan memberikan nilai tambah (misalnya, kenyamanan, hiburan, kesenangan, atau kesehatan).”

Pendapat Zeithaml dan Marie Jo tersebut ternyata tidak selamanya jasa menghasilkan nilai tambah, melainkan dapat menghasilkan kepuasan pelanggan melalui penyediaan jasa tersebut. Menurut Lehtinen dalam Lupiyoadi (2013:6) Jasa adalah sebuah aktivitas atau rangkaian aktivitas yang dimana menempatkan pada interaksi dengan kontak orang atau mesin fisik dan dimana mampu menyediakan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan pendapat mengenai pengertian jasa oleh para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa jasa selalu terdapat aspek interaksi antara pihak konsumen dan pemberi jasa dengan harapan mampu memberikan kepuasan

pelanggan serta nilai tambah. Keberadaan jasa yang bukan berupa barang melainkan suatu proses dan rangkaian aktivitas yang dimana aktivitas-aktivitas tersebut tidak memiliki wujud.

b. Karakteristik dan Klasifikasi Jasa

Produk jasa yang keberadaannya tidak berwujud secara fisik memiliki karakteristik yang berbeda dengan produk barang yang memiliki wujud fisik. Menurut Griffin dalam Lupiyoadi (2013:7-8) Karakteristik jasa terdiri dari:

- 1) *Intangibility* (tidak berwujud). Jasa tidak dapat dilihat, dirasakan, diraba, didengar, atau dicium sebelum jasa tersebut dibeli. Nilai penting dari hal ini adalah nilai tak berwujud yang dialami konsumen dalam bentuk kenikmatan, kepuasan, atau rasa aman.
- 2) *Unstorability* (tidak dapat disimpan). Jasa tidak mengenal persediaan atau penyimpanan dari produk yang telah dihasilkan. Karakteristik ini dapat dikenal juga dengan *Inseparability* (tidak dapat dipisahkan) mengingat pada umumnya jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan.
- 3) *Customization* (Kustomisasi). Jasa seringkali didesain secara khusus untuk kebutuhan pelanggan. Misalnya, pada jasa asuransi dan kesehatan.

Dikarenakan produk jasa yang tidak ada yang benar-benar sama terhadap jasa satu dengan jasa lainnya, dalam memahami jasa dengan lebih mendalam, terdapat pengklasifikasian produk jasa menurut Griffin dalam Lupiyoadi (2013:8) yaitu:

- 1) *Pertama*, didasarkan atas tingkat kontak konsumen dengan pemberi jasa sebagai bagian dari sistem saat jasa tersebut dihasilkan.
- 2) *Kedua*, jasa juga bisa diklasifikasikan berdasarkan kesamaanya dengan operasi manufaktur.

Pengklasifikasian produk jasa dapat dilakukan dengan membagi kedalam kelompok sistem kontak tinggi dan sistem kontak rendah yang berdasarkan pada tingkat konsumen (Lupiyoadi, 2013:8) yang terdiri dari :

- 1) Kelompok sistem kontak tinggi, konsumen harus menjadi bagian dari sistem untuk menerima jasa. Contohnya: jasa pendidikan, rumah sakit dan transportasi.
- 2) Kelompok sistem kontak rendah, Konsumen tidak perlu masuk dalam sistem untuk menerima jasa. Contohnya: jasa reparasi mobil, dan perbankan. Konsumen tidak harus dalam kontak pada saat mobilnya yang rusak diperbaiki oleh teknisi bengkel.

Menurut Lupioyadi (2013:8) terdapat cara lain dalam melaksanakan pengklasifikasian produk jasa yaitu dengan menggunakan kesamaanya dengan operasi manufaktur yang dibagi menjadi tiga kelompok, yaitu:

- 1) **Jasa Murni (*pure service*)**. Yaitu jasa yang tergolong kontak tinggi dan dengan beberapa atau tanpa persediaan. Dengan kata lain sangat berbeda dengan manufaktur. Sebagai contoh : Jasa cukur rambut dan ahli bedah yang memberikan perlakuan khusus (unik) dan memberikan jasanya pada saat konsumen di tempat.

- 2) **Jasa Semi-manufaktur (*quasimanufacturing service*)**. Yaitu jasa yang tergolong kontak rendah, memiliki kesamaan, dan konsumen tidak harus menjadi bagian dari proses produksi jasa. Sebagai contoh: Jasa perbankan, kantor pos, asuransi, dan pengantaran.
- 3) **Jasa Campuran (*mix service*)**. Yaitu gabungan dari beberapa sifat jasa murni dan jasa semi-manufaktur. Sebagai contoh: jasa bengkel, ambulan, *dry cleaning*, pemadam kebakaran, dan lain-lain.

Organisasi Perdagangan Dunia (*World Trade Organization – WTO*) juga mengklasifikasi jasa sesuai dengan GATS/WTO-Central Product Classification/ MTN.GNS/W/120 dalam Lupiyoadi (2013:8) yang meliputi:

- 1) Jasa bisnis.
- 2) Jasa Komunikasi.
- 3) Jasa distribusi
- 4) Jasa pendidikan
- 5) Jasa lingkungan hidup
- 6) Jasa kepariwisataan dan jasa yang terkait dengan perjalanan
- 7) Jasa keuangan
- 8) Jasa rekreasi, budaya, dan olahraga
- 9) Jasa pengangkutan
- 10) Jasa lainnya yang belum termasuk kategori manapun.

3. Fasilitas Wisata

a. Pengertian Fasilitas Wisata

Peranan penting dalam mengembangkan pelayanan sebuah industri pariwisata adalah Fasilitas (Sammeng, 2001:39). Fasilitas Wisata adalah sumber daya alam dan sumber daya buatan manusia yang mutlak dibutuhkan oleh wisatawan dalam perjalanannya di daerah tujuan wisata (Suwantono, 1997:49). Pentingnya keberadaan Fasilitas Wisata diharapkan mampu

meningkatkan kepuasan dari pengunjung disaat sedang menikmati seluruh wisata yang telah disediakan oleh perusahaan/industri pariwisata. Semakin mendukung Fasilitas Wisata yang dinikmati oleh banyak pengunjung, maka semakin berpengaruh kepada tingkat kepuasan pengunjung di Perusahaan/industri pariwisata tersebut. Kemudahan (Fasilitas) yang mendukung untuk memenuhi kebutuhan pengunjung merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan (Juwandi, 2004:37).

Fasilitas Wisata dapat berupa apapun. Berdasarkan pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa Fasilitas Wisata adalah hal paling penting dalam kegiatan perusahaan jasa yang berupa bentuk fisik atau atmosfer yang dibentuk oleh eksterior dan interior yang disediakan serta memiliki pengaruh kepada kepuasan pelanggan yang terdiri dari pengunjung industri pariwisata tersebut.

b. Komponen Fasilitas Wisata

Menurut Yoeti (2006:56) komponen Fasilitas Wisata yang harus dipenuhi oleh industri wisata dalam menunjang layanan pengunjung wisata, yang meliputi:

- 1) Unit Akomodasi, Yang terdiri dari : Hotel, Motel, Apartemen, Villa, area perkemahan, *caravan*, *parks*, *hostel*, dan kondomonium.
- 2) Restoran, Bar, dan Kafe. Yang terdiri dari : restoran cepat saji hingga restoran bintang lima.
- 3) Transportasi di tempat tujuan. Yang terdiri dari: Taksi, kereta, rental mobil, dan persewaan di tempat tujuan.

- 4) Olahraga dan kegiatan. Yang terdiri dari : Sekolah ski, sekolah berlayar, dan *Golf Club*.
- 5) Fasilitas lainnya. Yang terdiri dari : Kursus Kerajinan, sekolah bahasa dan kursus lainnya
- 6) Toko eceran / *Retail Outlet* Yang terdiri dari : Toko-toko, agen perjalanan, toko oleh-oleh, toko persediaan berkemah.
- 7) Layanan lainnya. Yang terdiri dari : pangkas rambut, layanan informasi dan kebijakan pariwisata.

Menurut Jansen-Verbeke dalam Burton (1995:128), Fasilitas Wisata adalah fasilitas yang dapat berupa bangunan yang timbul karena adanya daya tarik utama yang merupakan fasilitas primer. Fasilitas yang timbul karena adanya daya tarik yaitu Fasilitas Pengunjung. Fasilitas Pengunjung adalah bangunan diluar fasilitas primer yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan selama masih berada di lokasi wisata. Fasilitas Pengunjung tersebut terdiri dari fasilitas sekunder dan fasilitas kondisional.

- 1) Fasilitas sekunder, yaitu bangunan yang bukan daya tarik utama wisata, tetapi digunakan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan seperti menginap, makan, toko cendramata, dan lain-lain.
- 2) Fasilitas kondisional, yaitu unsur yang diperlukan sebelum fasilitas primer dan sekunder dimanfaatkan wisatawan, seperti sarana dan prasarana transportasi. Fungsi kondisional terdiri dari:

- a) Kios/warung merupakan tempat yang menjual barang-barang ringan seperti makanan dan minuman ringan, rokok, obat-obatan, dan lain lain.
- b) Kamar bilas/toilet merupakan ruang dengan sarana air bersih yang dimanfaatkan oleh umum.
- c) Gedung serbaguna, yang merupakan tempat untuk melakukan kegiatan yang bersifat dalam ruangan yang dilengkapi dengan fasilitas pengunjungnya.
- d) Gedung pusat informasi yang merupakan sebuah tempat dimana wisatawan yang berkunjung dapat memperoleh gambaran tempat yang dikunjungi.
- e) Kantor polisi yang merupakan kantor tempat satuan keamanan tempat bekerja sesuai tugas yang telah diwajibkan kepadanya.
- f) Taman disini adalah ruang terbuka dengan tatanan *landscape* yang teratur.
- g) Sarana ibadah disini adalah masjid, pura, vihara dan lainnya dengan fungsi sebagai tempat masyarakat dan wisatawan melakukan kewajibanya.

c. Indikator Fasilitas Wisata

Menurut Sumayang (2003: 124) terdapat indikator dari masing masing Fasilitas Wisata yang tersedia dan harus diperhatikan secara cermat dalam penyediaan nya, yang meliputi :

- 1) Kelengkapan, kebersihan, dan kerapian fasilitas yang ditawarkan.

- 2) Kondisi dan fungsi fasilitas yang ditawarkan.
- 3) Kemudahan menggunakan fasilitas yang disediakan.

Indikator tersebut benar-benar harus diperhatikan oleh sebuah industri pariwisata mengingat, kepuasan pengunjung juga berhubungan erat dengan indikator tersebut.

4. Kualitas Layanan

a. Pengertian Kualitas Layanan

Jasa atau Pelayanan merupakan pemberian suatu kinerja atau tindakan kasat mata dari suatu pihak kepada pihak lain (Fatihuddin dan Firmansyah, 2019 : 7). Industri pariwisata tidak terlepas dari kegiatan peningkatan Kualitas Layanan dalam produksi jasa. Sehingga, Kualitas Layanan dalam industri pariwisata sangat penting untuk diperhatikan. Kualitas Layanan yang sangat prima dan sangat baik akan membuat produk jasa dalam industri pariwisata semakin diminati oleh pengunjung sehingga mampu bertahan dari segala persaingan dalam industri pariwisata yang sejenis.

Pengunjung dari industri pariwisata yang dapat dikatakan sebagai *customer* atau pelanggan mengharapkan sebuah pelayanan yang baik dan berkualitas dari industri pariwisata tersebut. Kotler & Keller (2012:147) mengatakan bahwa, “Kualitas (*quality*) adalah total fitur dan karakteristik produk atau jasa yang tergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.”

Tjiptono (2008:247) mengemukakan bahwa pada prinsipnya, “Kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan, serta

ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan”. Kebutuhan pelanggan yang sangat meningkat membuat industri pariwisata mengutamakan kualitas pelayanan sebagai fokus utama dalam pemenuhan kebutuhan pelanggan yang termasuk dalam pengunjung dari industri pariwisata tersebut.

b. Dimensi Kualitas Layanan

Menurut riset yang telah dilakukan oleh Gronroos dalam Tjiptono (2014:270) mengenai dimensi Kualitas Layanan, telah didapat sebuah hasil sintesis yaitu:

1) *Professionallism dan Skills*

Penyedia jasa, karyawan, sistem operasional, dan sumber daya fisik sudah memiliki pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk memecahkan masalah yang dihadapi konsumen secara profesional (*Outcome-relaty criteria*).

2) *Attitudes dan Behavior*

Karyawan jasa menaruh perhatian besar kepada konsumen dan berusaha membantu memecahkan masalah yang dihadapi konsumen secara spontan dan ramah (*process-related criteria*).

3) *Accesibility dan Flexibility*

Penyedia jasa, lokasi, jam operasi, karyawan, dan sistem operasionalnya telah dirancang dan dioperasikan secara tepat sehingga konsumen dapat mengakses jasa tersebut dengan mudah. Selain itu,

juga dapat menyesuaikan permintaan dan keinginan konsumen secara luwes (*process-related criteria*).

4) *Reliability* dan *Trustworthiness*

Apapun yang terjadi atau telah disepakati, konsumen bisa mengendalikan penyedia jasa beserta karyawan dan sistemnya dalam memenuhi janji dan melakukan segala sesuatu dengan mengutamakan kepentingan pelanggan (*process-related criteria*).

5) *Recovery*

Ketika terjadi kesalahan atau terjadi sesuatu yang tidak diharapkan dan tidak terprediksi, maka penyedia jasa akan segera mengambil tindakan untuk mengendalikan situasi dan mencari solusi yang tepat (*process-related criteria*).

6) *Reputation* dan *Credibility*

Operasi dari penyedia jasa dapat dipercaya dan memberikan nilai/imbalan yang sepadan dengan biaya yang dikeluarkan.

Salah satu pendekatan kualitas Layanan yang banyak dijadikan acuan dalam riset pemasaran yaitu model SERVQUAL (*service quality*) yang dikembangkan oleh Parasuraman dkk. Menurut Parasuraman dkk. dalam Lupiyoadi (2013:216-217) terdapat lima dimensi SERVQUAL yang berdasarkan pada kesimpulan dari studi mengenai SERVQUAL yang melibatkan 800 pelanggan (yang terbagi dalam empat perusahaan) berusia 25 tahun ke atas, yaitu sebagai berikut:

- 1) **Realibility (Keandalan)**, yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa adanya kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.
- 2) **Responsiveness (Daya Tanggap)**, yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan dengan cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan pelanggan menunggu menciptakan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.
- 3) **Assurance (Jaminan atau Kepastian)**, yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan dalam menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan, Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sopan santun.
- 4) **Emphaty (Empati)**, yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan mereka. Hal ini mengharuskan bahwa suatu perusahaan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.
- 5) **Tangibles (Bukti langsung)**, yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa, Hal ini meliputi fasilitas fisik (meliputi : gedung, gudang, dan lain-lain), perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi) serta penampilan pegawainya.

5. Kepuasan Pelanggan

a. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan antara kinerja yang dipersepsikan dengan hasil yang dirasakan (Kotler & Keller, 2012:128). Sedangkan menurut Tjiptono dan Candra (2013:90) Kepuasan konsumen adalah keadaan yang dicapai bila produk maupun jasa sesuai dengan kebutuhan atau harapan konsumen dan bebas dari kekecewaan. Berdasarkan definisi Kepuasan Konsumen oleh para

ahli, dapat disimpulkan bahwa sebuah perasaan senang atau kecewa konsumen yang telah dicapai bila produk atau jasa sesuai dengan harapan atau kebutuhan yang ditimbulkan dari membandingkan antara kinerja yang dipersepsikan dengan hasil yang dirasakan.

Menurut Zeithaml dalam Daryanto dan Setyobudi (2014:90), Kepuasan Konsumen dipengaruhi oleh persepsi atas kualitas jasa, persepsi atas harga, serta faktor situasional dan faktor personal. Kepuasan Konsumen juga dipengaruhi oleh kualitas produk atau jasa yang telah diberikan pada pelanggan. Penyedia jasa harus memperhatikan apa yang konsumen persepsikan atas jasa yang diberikan, tetapi juga bagaimana mereka dapat merasakan kepuasan (Roland T. Rush dalam Daryanto dan Setyobudi, 2014:90). Tanggung jawab penyedia jasa yang sangat menentukan puas tidaknya konsumen, adalah hal yang utama dalam mewujudkan kepuasan konsumen yang berlangsung secara terus menerus dan berdampak pada kinerja perusahaan.

b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Kennedy and Young dalam Supranto (2006:107) mengemukakan dimensi mutu sebagai berikut:

- 1) *Avaiability of service*, yaitu keberadaan pelayanan. Konsumen akan merasa puas apabila segala sesuatu yang diinginkan tersedia sebagai layanan yang diberikan oleh perusahaan.

- 2) *Responsiveness of service*, yaitu ketanggapan pelayanan. Kepuasan pelanggan akan timbul ketika perusahaan tanggap untuk melayani segala kebutuhan konsumen.
- 3) *Timeless of service*, yaitu ketepatan pelayanan. Pelayanan yang sesuai dengan keinginan dan harapan pelanggan akan menimbulkan perasaan puas, karena pelanggan tidak perlu menunggu untuk mendapatkan pelayanan dari perusahaan.
- 4) *Profesionalism of service*, yaitu profesionalisme pelayanan dalam melakukan pelayanan pada pelanggan.
- 5) *Overall satisfaction with service*, yaitu kepuasan menyeluruh terhadap layanan dimana pelanggan melakukan evaluasi secara menyeluruh atas pelayanan yang dirasakan mulai dari sebelum transaksi hingga transaksi selesai.

c. Manfaat Kepuasan Pelanggan

Pelaksanaan realisasi kepuasan melalui perencanaan, pengimplementasian dan pengendalian program khusus mendatangkan beberapa manfaat yang berdampak langsung kepada perusahaan maupun pelanggan. Menurut Tjiptono (2014:356-358) ada beberapa manfaat pokok dari kepuasan pelanggan yang diantaranya:

- 1) Reaksi terhadap produsen berbiaya rendah.

Persaingan dalam banyak industri ditandai dengan *overcapacity* dan *oversupply*. Berbagai kasus telah menyebabkan pemotongan harga menjadi senjata strategik untuk meraih pangsa pasar. Fokus pada

kepuasan pelanggan merupakan upaya dalam mempertahankan pelanggan dalam rangka menghadapi para produsen berbiaya rendah. Banyak perusahaan yang mendapati bahwa cukup banyak pelanggan yang sebenar-benarnya bersedia membayar harga lebih mahal untuk mendapatkan pelayanan dan kualitas lebih baik. Konsumen seperti ini tidak bakal mengorbankan tingkat kualitas yang bisa diterima hanya semata-mata untuk penghematan biaya tertentu yang tidak signifikan.

2) Manfaat ekonomis retensi pelanggan versus *perpetual prospecting*.

Berbagai studi menunjukkan bahwa mempertahankan dan memuaskan pelanggan saat ini jauh lebih murah dibandingkan upaya terus-menerus menarik atau memprospek pelanggan baru. Wells (1993) dalam Tjiptono (2014:356-358) dengan risetnya menyatakan bahwa biaya mempertahankan biaya lebih murah 4 sampai 6 kali lipat dibandingkan biaya mencari pelanggan baru. Hal ini dikarenakan komponen biaya mencari pelanggan baru yang lebih banyak dibanding mempertahankan pelanggan, seperti : biaya iklan, biaya mendidik pelanggan agar memahami sistem dan prosedur layanan perusahaan, biaya memahami kebutuhan dan keinginan spesifik pelanggan baru, biaya meyakinkan pelanggan agar bersedia beralih ke pemasok sebelumnya (beberapa kasus, termasuk memberikan diskon dan penawaran yang lebih menarik dibanding pesaing), dan seterusnya.

3) Nilai kumulatif dari relasi berkelanjutan.

Berdasarkan konsep “*customer lifetime value*” terdapat upaya mempertahankan loyalitas pelanggan terhadap produk dan jasa perusahaan selama periode waktu yang lama dapat menghasilkan anuitas yang jauh lebih besar daripada pembelian individual.

4) Daya persuasif gethok tular (*word of mouth*)

Banyak industri (terutama dalam bidang jasa), pendapat/opini positif dari teman dan keluarga jauh lebih persuasif dan kredibel daripada iklan. Oleh sebab itu, banyak perusahaan yang tidak hanya meneliti kepuasan total, namun juga menelaah sejauh mana pelanggan bersedia merekomendasikan produk perusahaan kepada orang lain.

5) Reduksi sensitifitas harga.

Pelanggan yang puas dan loyal terhadap sebuah perusahaan cenderung lebih jarang menawar harga untuk setiap pembelian individunya. Hal tersebut terjadi karena faktor kepercayaan (*trust*) telah terbentuk. Pelanggan yakin bahwa perusahaan langgananya tidak bakal bersifat oportunistik dan memanfaatkan mereka untuk kepentingan sesaat. Banyak kasus kepuasan pelanggan mengalihkan fokus pada harga ke pelayanan dan kualitas.

6) Kepuasan pelanggan sebagai indikator kesuksesan bisnis di masa depan.

Hakikatnya, Kepuasan pelanggan merupakan strategi jangka panjang, karena dibutuhkan waktu cukup lama sebelum bisa membangun dan

mendapatkan reputasi atas layanan prima, dan kerap kali juga dituntut untuk investasi besar pada serangkaian aktivitas yang ditujukan untuk membahagiakan pelanggan saat ini dan masa depan. Program kepuasan pelanggan relative mahal dan tidak mendatangkan laba dalam jangka pendek. Akan tetapi, hasilnya dapat dituai dalam jangka panjang. Oleh karena itu, kepuasan pelanggan merupakan indikator kesuksesan bisnis dimasa depan yang mengukur kecenderungan reaksi pelanggan terhadap perusahaan di masa yang akan datang.

d. Konsep Inti dalam Objek Pengukuran Kepuasan Pelanggan.

Menurut Tjiptono (2014:368) tidak ada satupun ukuran tunggal ‘terbaik’ mengenai kepuasan pelanggan yang disepakati secara universal. Ditengah keberagamannya, cara mengukur kepuasan pelanggan terdapat kesamaan dalam enam konsep inti mengenai obyek pengukuran (Tjiptono, 2014:368-369) yaitu:

1) *Overall Customer Satisfaction* (Kepuasan Pelanggan Keseluruhan)

Salah satu cara paling sederhana dalam mengukur kepuasan pelanggan adalah dengan langsung menanyakan kepada pelanggan seberapa puas mereka dengan produk atau jasa spesifik tertentu. Ada dua bagian dalam proses kegiatan pengukurannya. Pertama, mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk atau jasa yang bersangkutan. Kedua, menilai dan membandingkannya dengan tingkat kepuasan pelanggan keseluruhan terhadap produk dan/atau jasa para pesaing.

2) *The Dimension of Customer Satisfaction* (Dimensi Kepuasan Pelanggan)

Berbagai penelitian memilah kepuasan pelanggan kedalam berbagai komponen. Pada umumnya, proses ini terdiri dari empat langkah, yaitu:

- a) Mengidentifikasi dimensi-dimensi kunci kepuasan pelanggan.
- b) Meminta pelanggan menilai produk dan/atau jasa perusahaan berdasarkan item-item spesifik, seperti kecepatan layanan, fasilitas layanan, atau keramahan *staff* pelayanan pelanggan.
- c) Meminta pelanggan menilai produk dan jasa pesaing berdasarkan item-item spesifik yang sama.
- d) Meminta para pelanggan untuk menentukan dimensi-dimensi yang menurut mereka paling penting dalam menilai kepuasan pelanggan keseluruhan

3) *Confirmation of Expectations* (Konfirmasi harapan)

Kepuasan tidak diukur secara langsung, namun disimpulkan berdasarkan kesesuaian/ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual produk perusahaan pada beberapa atribut atau dimensi yang sangat penting.

- a) *Repurchase Intention* (Niat Beli Ulang), Kepuasan pelanggan dapat diukur secara *behavioral* (kebiasaan) dengan jalan menanyakan apakah pelanggan akan berbelanja atau menggunakan jasa perusahaan lagi.

- b) *Willingness to Recommend* (Kesediaan untuk merekomendasi), Terjadinya kasus produk yang pembelian ulang relatif lama atau bahkan hanya terjadi satu kali pembelian (seperti pembelian mobil. Rumah, asuransi jiwa, *broker*, tur keliling dunia, dan lain-lain), kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran yang penting untuk dianalisis dan ditindak lanjuti.
- c) *Customer Dissatisfaction* (Ketidakpuasan Pelanggan), Untuk mengetahui macam-macam aspek yang sering ditelaah guna mengetahui ketidakpuasan pelanggan yang meliputi:
- a. Komplain.
 - b. Retur atau pengembalian produk.
 - c. Biaya garansi.
 - d. Penarikan kembali produk pasar.
 - e. Gethok tular negatif.
 - f. Konsumen yang beralih ke pesaing.

e. Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan.

Terdapat beberapa metode dalam mengukur serta memantau kepuasan pelanggan. Menurut Kotler dalam Adam (2015:16) ada 4 metode dalam mengukur Kepuasan Konsumen, diantaranya:

1) *Complain and suggestion system* (Sistem keluhan dan saran)

Berupa pemberian kesempatan seluas-luasnya bagi para pelangganya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka dengan media kotak saran yang diletakan di tempat yang strategis, menyediakan kartu komentar, dan lain lain. Informasi yang diperoleh yang diperoleh melalui metode ini dapat memberikan ide-ide yang

baru dan masukan yang berharga kepada perusahaan, sehingga memungkinkan dalam memberikan respon secara tepat, sepat dan tanggap terhadap masalah yang timbul.

2) *Costumer satisfaction survey* (Survei kepuasan pelanggan)

Metode ini dilakukan dengan survei kepada pelanggan atas kepuasannya terhadap jasa yang telah diberikan oleh perusahaan. Melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dari umpan balik secara langsung dari pelanggan dan sekaligus juga memberikan tanda positif bahwa perusahaan menaruh perhatian kepada pelanggannya.

3) *Ghost shopping* (Pembeli bayangan)

Metode ini dilakukan dengan cara mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) dengan peran sebagai pelanggan atau pembeli potensial perusahaan pesaing. Lalu, *ghost shopper* tersebut menyampaikan temuan-temuannya mengenai kekuatan perusahaan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu, para *ghost shopper* juga dapat mengamati atau menilai cara dan pesaingnya dalam menjawab pertanyaan pelanggan dan menanggapi setiap keluhan.

4) *Lost customer analysis* (Analisa pelanggan yang lari)

Metode yang dilakukan perusahaan berupa usaha dalam menghubungi para pelanggannya yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih

pemasok dengan harapan memperoleh informasi penyebab terjadinya hal yang ditimbulkan oleh pelanggan tersebut.

C. Hubungan antar Variabel

1. Hubungan Fasilitas Wisata dengan Kepuasan Pengunjung

Setiap perusahaan jasa pastinya memiliki tujuan bergerak dan berjalan agar tetap hidup dengan senantiasa meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga tercipta loyalitas pelanggan pada suatu produk maupun jasa. Pemberian Fasilitas Wisata yang akurat dan tepat khususnya pada industri Pariwisata adalah hal yang utama dalam meningkatkan Kepuasan Pelanggan atau Pengunjung.

Fasilitas Wisata adalah semua yang fungsinya memenuhi kebutuhan wisatawan yang tinggal untuk sementara waktu di daerah tempat wisata yang dikunjunginya (Yoeti, 2003:56). Penguatan Fasilitas Wisata yang dilakukan oleh Industri pariwisata dalam rangka memenuhi kebutuhan pengunjung diharapkan menjadi sebuah usaha dalam meningkatkan Kepuasan Pengunjung .

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Rosita, Marhanah, Wahadi (2016) memperlihatkan pengaruh antara Fasilitas Wisata dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengunjung Taman Margasatwa Ragunan Jakarta. Pada penelitian ini membuktikan bahwa salah satu variabel yaitu Fasilitas Wisata berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap Kepuasan Pengunjung. Peningkatan Fasilitas Wisata yang baik, dapat mempengaruhi Kepuasan Pengunjung di lokasi wisata tersebut . Berdasarkan hasil penelitian ini, pengelola Taman Margasatwa Ragunan dirasa perlu untuk meningkatkan dan mengembangkan Fasilitas Wisata

lebih baik lagi agar mampu memengaruhi tingkat kepuasan pengunjung sehingga dapat meningkatkan jumlah kunjungan kedepannya.

2. Hubungan Kualitas Layanan dengan Kepuasan Pengunjung

Kualitas Layanan dan kepuasan Pelanggan adalah dua hal yang tidak dapat dipisahkan dari kegiatan industri khususnya dalam industri pariwisata yang mengutamakan layanan dalam menunjang pengunjung sebagai pelanggan. Kualitas layanan yang baik dapat mengantarkan kepada kepuasan pelanggan yang baik, serta sebaliknya kepuasan pelanggan timbul dari kualitas layanan yang baik. Hal tersebut dapat menjadi tolak ukur perusahaan dalam pengoptimalan kinerja serta evaluasi dalam peningkatan kualitas layanan sehingga dapat menghantarkan kepuasan pelanggan.

Pentingnya evaluasi dari industri pariwisata tentang pengoptimalan kualitas layanan, menciptakan pelayanan pariwisata yang harus ditingkatkan kepada pelanggan yang mayoritas adalah wisatawan. Pengoptimalan dilaksanakan dalam rangka keberlangsungan industri pariwisata yang lebih baik kedepannya.

Menurut Parasuraman, Zeithaml & Berry pada Parasuraman, Zeithaml & Berry (1988:16) mengemukakan bahwa:

“When they were satisfied with a specific service but did not feel the service firm was of high quality. In this way, the two constructs are related, in that incidents of satisfaction over time result in perceptions of service quality.”

“Ketika mereka (konsumen) merasa puas dengan suatu pelayanan tertentu tetapi tidak merasa bahwa bentuk pelayanan perusahaan bukan merupakan kualitas pelayanan terbaik. Hal ini dapat berarti bahwa kepuasan konsumen tersebut dihasilkan dari kualitas layanan yang dihasilkan perusahaan dapat memenuhi harapan konsumen.”

Kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan pastinya akan dinilai secara *general* oleh pelanggan ataupun konsumen dan kedepanya mampu menghasilkan kepuasan pelanggan itu sendiri. Hal tersebut selalu terjadi di setiap perusahaan dan termasuk hal yang biasa khususnya bagi perusahaan jasa.

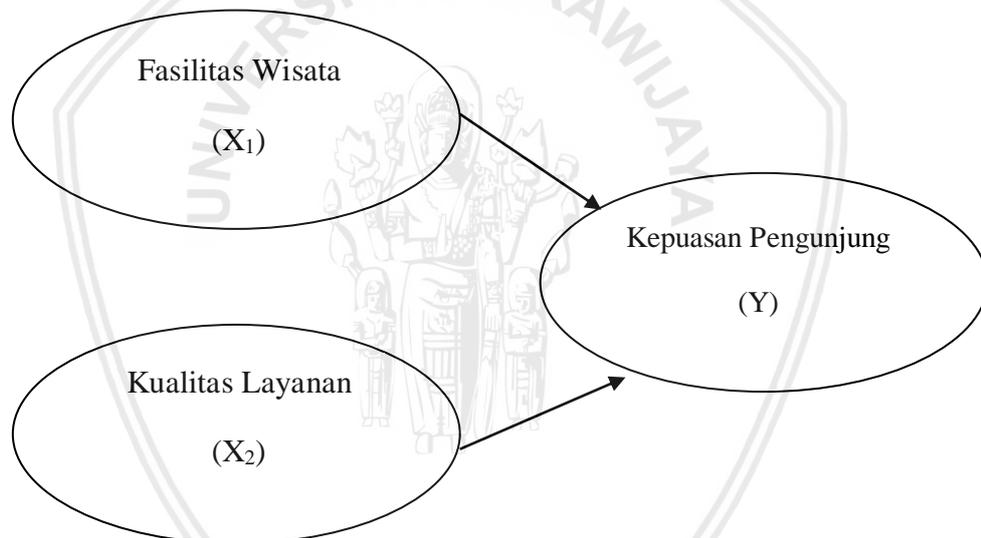
Hubungan antara Kualitas Layanan dengan Kepuasan Pengunjung terlihat melalui penelitian yang dilakukan oleh Rosita, Marhanah, Wahadi (2016) memperlihatkan pengaruh antara Fasilitas Wisata dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengunjung Taman Margasatwa Ragunan Jakarta. Putra, Penelitian ini telah membuktikan bahwa Kualitas Layanan secara signifikan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pengunjung. kesimpulan dari penelitian tersebut membuktikan bahwa Kualitas Layanan juga membantu dalam meningkatkan Kepuasan Pengunjung.

Penelitian oleh Sudiarta dan Mananda (2016) juga memperkuat mengenai pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengunjung lebih dalam, yaitu Mengenai minat kunjung ulang. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa Kualitas Layanan juga memunculkan tindakan langsung dari Kepuasan Pengunjung yaitu timbulnya minat kunjung ulang. terbukti berpengaruh signifikan dan positif terhadap Keputusan Pembelian. Berdasarkan penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa pengoptimalan Kualitas Layanan sangat membantu dalam menciptakan minat kunjungan ulang dari destinasi wisata tersebut.

D. Kerangka Berpikir dan Perumusan Hipotesis

1. Kerangka Berpikir

Menurut Darmawan (2013:117), kerangka berpikir dalam suatu penelitian perlu dikemukakan apabila penelitian tersebut berkenaan dengan dua variabel atau lebih. Berdasarkan pada landasan teori yang telah dibuat, maka disusun kerangka pemikiran untuk meneliti Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Wisatawan Domestik Garuda Wisnu Kencana Cultural Park Bali sebagai berikut:



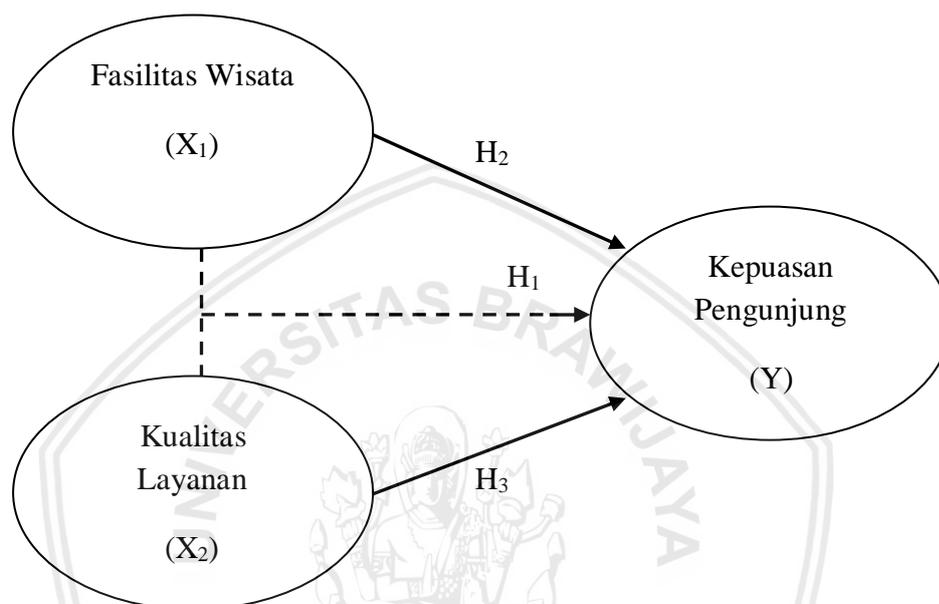
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir pada Penelitian

Sumber: Diolah oleh Peneliti, 2019

2. Perumusan Hipotesis

Pada penelitian yang bersifat interasial, yang umumnya menggunakan pendekatan analisis kuantitatif, diperlukan suatu prediksi mengenai jawaban terhadap pertanyaan penelitian yang dirumuskan dalam bentuk hipotesis-hipotesis penelitian. (Azwar, 1997:49). Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap

rumusan masalah penelitian. (Darmawan, 2013:120). Hipotesis dalam penelitian ini, adalah sebagai berikut:



Gambar 2.2 Model Perumusan Hipotesis pada Penelitian

Sumber: Diolah oleh Peneliti, 2019

Keterangan:

- : Berpengaruh secara Parsial
 - - - - -→ : Berpengaruh secara Simultan

Berdasarkan gambar 2.2, maka peneliti dapat merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H_1 = Fasilitas Wisata (X_1) dan Kualitas Layanan (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung (Y).

H₂= Fasilitas Wisata (X₁) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung (Y).

H₃= Kualitas Layanan (X₂) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung(Y).



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian *explanatory research* atau penelitian penjelasan. Menurut Masri Singarimbun dalam Singarimbun dan Effendi (ed.1, 1981:3) *explanatory research* adalah penelitian yang menyoroti hubungan antara variabel-variabel penelitian dan menguji hipotesa yang telah dirumuskan sebelumnya.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kuantitatif. Menurut Azwar (1997:5) Pendekatan ini menekankan analisisnya pada data-data numerikal (angka) yang diolah dengan metoda statistika. Pada dasarnya, pendekatan kuantitatif dilakukan pada penelitian inferensial (dalam rangka pengujian hipotesis) dan menyadarkan kesimpulan hasilnya pada suatu probabilitas kesalahan penolakan hipotesis nihil.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode kuantitatif. Sugiyono (2017:8) mengartikan metode kuantitatif sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara *random* dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan

B. Lokasi Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan di Garuda Wisnu Cultural Park Bali yang terletak di Jl. Raya Uluwatu, Desa Ungasan, Kuta Selatan, Kabupaten Badung, Provinsi Bali. Lokasi ini dipilih dikarenakan :

1. Garuda Wisnu Kencana Cultural Park Bali memiliki potensi wisata yang sangat kuat dalam hal wisata budaya serta baru diresmikanya patung Garuda Wisnu Kencana pada tanggal 22 September 2018 sebagai patung tertinggi nomor 5 di dunia sehingga mampu menarik banyak wisatawan khususnya wisatawan domestik yang penasaran akan keindahan patung tersebut.
2. Penyelesaian patung Garuda Wisnu Kencana dan penambahan Fasilitas Wisata di Garuda Wisnu Kencana Cultural Park Bali serta pengutamaan Kualitas layanan yang diberikan kepada pengunjung khususnya pengunjung Domestik dengan harapan peningkatan jumlah pengunjung yang sangat signifikan.
3. Ketertarikan peneliti akan keunikan manajemen Garuda Wisnu Kencana Cultural Park Bali dalam pengelolaan Fasilitas Wisata dan Layanan yang berdasarkan corak budaya Bali.

C. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 30 April – 20 Mei 2019 pada Hari Senin- Minggu Pukul 09.00- 17.00 WITA. Alasan pemilihan pelaksanaan jam tersebut adalah penyesuaian waktu penelitian dengan jam operasional kerja pada

karyawan serta di waktu tersebut adalah waktu kunjungan optimal oleh pengunjung domestik di Garuda Wisnu Kencana Cultural Park Bali.

D. Konsep, Variabel Penelitian, Definisi Operasional dan Skala Pengukuran

1. Konsep

Menurut Cooper *and* Emory (2008:57) konsep merupakan sejumlah pengertian atau ciri yang berkaitan dengan berbagai peristiwa, objek, kondisi, situasi, dan kebiasaan. Konsep dapat dikatakan juga sebagai definisi yang memiliki sifat abstrak dalam menggambarkan objek penelitian sehingga fenomena atau variabel-variabel yang diteliti perlu dijabarkan agar mudah untuk dipahami.

Konsep dapat dibuat melalui penggolongan dan pengelompokan objek-objek yang memiliki ciri yang sama. Penelitian ini menggunakan konsep yaitu bagaimana pengaruh konsep Fasilitas Wisata (X_1) dan konsep Kualitas Layanan (X_2) terhadap Konsep Kepuasan Pengunjung Domestik di Garuda Wisnu Cultural Park Bali (Y).

a. Konsep Fasilitas Wisata

Fasilitas Wisata adalah semua yang dibuat oleh manusia maupun disediakan oleh industri pariwisata dan keberadaanya sangat penting dalam menunjang kebutuhan pengunjung sehingga dapat meningkatkan kepuasan dari masing-masing pengunjung atau wisatawan tersebut. Konsep dari Fasilitas Wisata dalam penelitian ini berkaitan mengenai Pengembangan Pariwisata yang telah dilakukan oleh PT Alam Sutra

Realty Tbk. selaku Perusahaan pengelola Garuda Wisnu Kencana Cultural Park Bali.

b. Konsep Kualitas Layanan

Kualitas Layanan merupakan bentuk aktifitas yang tidak berwujud dan tidak bisa dimiliki. Konsep Kualitas Layanan dalam penelitian ini didefinisikan sebagai suatu aktifitas yang dilakukan oleh PT Alam Sutera Realty Tbk. di Garuda Wisnu Kencana Cultural Park Bali dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pengunjung khususnya pengunjung domestik.

c. Konsep Kepuasan Pengunjung

Kepuasan merupakan perasaan seseorang setelah menerima atau merasakan layanan atau produk yang telah diberikan. Timbulnya kepuasan bila produk atau jasa yang telah diberikan sesuai atau lebih dari apa yang diharapkan oleh pelanggan.

2. Variabel Penelitian

Menurut Azwar (1997:33) variabel penelitian dapat berupa apapun juga variasinya perlu kita perhatikan agar kita dapat mengambil kesimpulan mengenai fenomena yang terjadi. Variabel adalah konsep mengenai atribut atau sifat yang terdapat pada subjek penelitian yang bervariasi secara kuantitatif maupun kualitatif dalam sebuah penelitian sosiologis dan psikologis (Azwar,1997:59). Penelitian ini terdapat dua variabel yang digunakan yaitu variabel bebas dan variabel terikat.

1) Variabel Bebas / Dependen

Menurut Azwar (1997:62) variabel bebas adalah variabel yang variasinya mempengaruhi variabel lain. Variabel bebas dapat dikatakan juga sebagai variabel yang pengaruhnya terhadap variabel lain ingin diketahui. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Fasilitas Wisata (X_1) dan Kualitas Layanan (X_2).

2) Variabel Terikat / Independen

Menurut Azwar (1997:62) variabel terikat atau yang biasa disebut variabel tergantung adalah variabel penelitian yang diukur untuk mengetahui besarnya efek atau pengaruh variabel lain. Besarnya efek tersebut diamati dari ada-tidaknya, timbul-hilangnya, besar-kecilnya, atau berubahnya variasi yang tampak sebagai akibat perubahan pada variabel yang dimaksud. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Kepuasan Pengunjung (Y).

3. Definisi Operasional

Menurut Wardiyanta (2006:13) Definisi operasional adalah suatu informasi ilmiah yang digunakan oleh peneliti untuk mengukur suatu variabel yang merupakan hasil penjabaran dari sebuah konsep. Berdasarkan pendapat tersebut, definisi operasional merupakan suatu informasi ilmiah yang membantu peneliti dalam mengukur variabel – variabel yang sebelumnya telah ditetapkan dalam penelitiannya. Variabel dalam penelitian ini, adalah Fasilitas Wisata (X_1), Kualitas Layanan (X_2) dan Kepuasan Pengunjung (Y).

a) Variabel Fasilitas Wisata (X_1)

Fasilitas Wisata merupakan hal terpenting di wilayah Garuda Wisnu Kencana Cultural Park Bali dalam melayani seluruh pengunjung yang telah datang. Indikator dan *item* yang tersedia pada variabel Fasilitas Wisata, yaitu sebagai berikut:

1) Kelengkapan, kebersihan, dan kerapian fasilitas yang ditawarkan.

Indikator ini membahas mengenai pendapat pengunjung domestik di Garuda Wisnu Kencana Cultural Park tentang keadaan Fasilitas Wisata khususnya terkait perihal kelengkapan, kebersihan, dan kerapian fasilitas yang ditawarkan. Indikator tersebut dibagi menjadi beberapa beberapa *item* yaitu:

- a. Kebersihan, di area Patung Garuda Wisnu Kencana Cultural Park Bali dan *venue* lainnya.
- b. Kebersihan dan kelengkapan MCK (Mandi, Cuci, Kakus).
- c. Kerapian susunan barang-barang di *stand* / toko *souvenir*, dan kantin.

2) Kondisi dan fungsi fasilitas yang ditawarkan.

Indikator ini merupakan pembahasan mengenai pendapat pengunjung domestik di Garuda Wisnu Kencana Cultural Park tentang Fasilitas Wisata khususnya terkait perihal kondisi dan nilai fungsi dari fasilitas yang ditawarkan. Indikator tersebut dibagi menjadi beberapa beberapa *item* yaitu:

- a. Kondisi area patung Garuda Wisnu Kencana dan *venue* lainnya.
- b. Kondisi dan fungsi MCK(Mandi, Cuci, Kakus).
- c. Kondisi barang pada *stand* / toko *souvenir* dan *foodcourt*.

3) Kemudahan menggunakan fasilitas yang disediakan

Indikator ini membahas mengenai pendapat pengunjung domestik di Garuda Wisnu Kencana Cultural Park perihal kemudahan pengunjung dalam memakai fasilitas yang ditawarkan. Indikator tersebut dibagi menjadi beberapa beberapa *item* yaitu:

- a. Akses ke area patung Garuda Wisnu Kencana dan *venue* lainnya.
 - b. Kemudahan menemukan MCK (Mandi, Cuci, Kakus).
 - c. Kemudahan mencari barang-barang di *stand* / toko *souvenir* dan *foodcourt*.
- b) Variabel Kualitas Layanan (X2)

Kualitas Layanan adalah segala fokus pada kemampuan pihak PT Alam Sutera Realty Tbk. selaku perusahaan yang mengelola Garuda Wisnu Kencana Cultural Park Bali dalam rangka pemenuhan kebutuhan pengunjung sehingga mempengaruhi hasil dari keberlangsungan industri pariwisata tersebut. Indikator dan *item* pada variabel Kualitas Layanan, yaitu sebagai berikut:

1) Keandalan

Keandalan dapat diukur melalui pendapat pengunjung domestik mengenai kemampuan PT Alam Sutera Realty Tbk. selaku perusahaan pengelola Garuda Wisnu Kencana Cultural Park Bali untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya dengan beberapa *item* sebagai berikut:

- a. Nilai guna informasi dari karyawan.
- b. Nilai guna brosur yang diberikan karyawan.
- c. Ketepatan jadwal pertunjukan budaya.

2) Daya Tanggap

Daya tanggap dapat diukur melalui pendapat pengunjung domestik mengenai kemampuan PT Alam Sutera Realty Tbk. selaku perusahaan pengelola Garuda Wisnu Kencana Cultural Park Bali dalam merespon kebutuhan sesuai yang diinginkan dengan beberapa *item* sebagai berikut:

- a. Kesigapan karyawan dalam memberi informasi.
- b. Kejelasan penyampaian informasi oleh karyawan.
- c. Kesigapan karyawan mengatasi penumpukan pengunjung.

3) Jaminan atau Kepastian

Jaminan dapat diukur melalui pendapat pengunjung domestik mengenai kemampuan PT Alam Sutera Realty Tbk. selaku perusahaan pengelola Garuda Wisnu Kencana Cultural Park Bali untuk memberikan jaminan dengan beberapa *item* sebagai berikut:

- a. Keberadaan CCTV dan *Metal Detector*.
- b. Sikap dan sopan santun karyawan.
- c. Peran karyawan memastikan tiket.

4) Empati

Empati dapat diukur melalui pendapat pengunjung domestik mengenai kemampuan karyawan PT Alam Sutera Realty Tbk. selaku perusahaan pengelola Garuda Wisnu Kencana Cultural Park Bali untuk mengatasi segala keluhan dari masing-masing pengunjung dengan beberapa *item* sebagai berikut:

- a. Hubungan dan komunikasi antara karyawan dengan pengunjung.
- b. Senyum dari karyawan saat menyambut
- c. Sikap karyawan tidak membeda-bedakan pengunjung.

5) Bukti Langsung

Pengukuran dalam indikator bukti langsung dilakukan melalui pendapat pengunjung domestik mengenai kemampuan PT Alam Sutera Realty Tbk. selaku perusahaan pengelola Garuda Wisnu Kencana Cultural Park Bali dalam menunjukkan eksistensinya kepada pengunjung dengan beberapa *item* sebagai berikut:

- a. Kenyamanan dan rasa aman dari layanan akomodasi.
 - b. Penampilan karyawan.
 - c. Pengelolaan *interior* dan *exterior* masing-masing bangunan.
- c) Variabel Kepuasan Pengunjung (Y).

Kepuasan Pengunjung adalah perasaan yang dimiliki oleh pengunjung Domestik Garuda Wisnu Kencana Cultural Park Bali setelah membandingkan jasa yang telah diperiksa dan dapat memenuhi kebutuhan atau melebihi harapan pelanggan. Indikator yang digunakan pada variabel Kepuasan Pengunjung adalah kepuasan secara keseluruhan dan kepuasan sesuai harapan.

Item yang telah disusun oleh peneliti, yaitu sebagai berikut:

1) Kepuasan secara keseluruhan (Y₁)

Meliputi kepuasan yang dirasakan oleh pengunjung GWK Cultural Park Bali pasca kunjungannya atas segala jasa yang ditawarkan oleh PT Alam Sutra

Realty Tbk. selaku perusahaan pengelola GWK Cultural Park Bali yang dibagi menjadi 2 *item* yaitu:

- a) Kepuasan pada Fasilitas Wisata yang disediakan.
 - b) Kepuasan pada Kualitas Layanan yang diberikan.
- 2) Kepuasan sesuai dengan harapan (Y_2)

Indikator ini mengkhususkan pada kepuasan pengunjung domestik GWK Cultural Park Bali yang berdasarkan pada apa yang nantinya akan didapat sebelum berkunjung dan apa yang akan dilakukan setelah berkunjung.

Item dari indikator ini, meliputi:

- a) Kesesuaian pengalaman berkunjung dengan harapan sebelumnya
- b) Keinginan untuk melakukan kunjungan ulang.
- c) Keinginan melakukan rekomendasi.

Tabel 3.1 Konsep, Variabel, Indikator dan *Item*

No.	Konsep	Variabel	Indikator	<i>Item</i>
1	Pengembangan Pariwisata	Fasilitas Wisata (X_1)	Kelengkapan, kebersihan dan kerapian fasilitas yang ditawarkan ($X_{1.1}$)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kebersihan area patung GWK dan <i>venue</i> Lainnya ($X_{1.1.1}$) 2. Kebersihan dan kelengkapan MCK (Mandi Cuci Kakus) ($X_{1.1.2}$) 3. Susunan barang stand / Toko <i>Souvenir</i> dan <i>Foodcourt</i> ($X_{1.1.1}$)
			Kondisi dan fungsi fasilitas yang ditawarkan ($X_{1.2}$)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kondisi area Patung GWK dan <i>Venue</i> lainnya ($X_{1.2.1}$) 2. Kondisi dan fungsi MCK (Mandi Cuci Kakus). ($X_{1.2.2}$) 3. Kondisi barang pada stand/Toko <i>Souvenir</i> dan <i>Food Court</i>. ($X_{1.2.3}$)
			Kemudahan menggunakan fasilitas yang disediakan ($X_{1.3}$)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Akses ke area Patung Garuda Wisnu Kencana dan <i>venue</i> lainnya. ($X_{1.3.1}$) 2. Kemudahan menemukan MCK (Mandi Cuci Kakus). ($X_{1.3.2}$) 3. Kemudahan mencari barang-barang di Toko <i>Souvenir</i> dan <i>Food Court</i>. ($X_{1.3.3}$)
2	Kualitas Layanan	Kualitas Layanan (X_2)	Keandalan ($X_{2.1}$)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nilai guna informasi dari karyawan. ($X_{2.1.1}$) 2. Nilai guna brosur yang diberikan

Lanjutan Tabel 3.1 Konsep, Variabel, Indikator dan *Item*

				oleh karyawan. ($X_{2.1.2}$) 3. Ketepatan jadwal pertunjukan budaya. ($X_{2.1.3}$)
			Daya Tanggap($X_{2.2}$)	1. Kesigapan karyawan memberi informasi ($X_{2.2.1}$) 2. Kejelasan penyampaian informasi oleh karyawan. ($X_{2.2.2}$) 3. Kesigapan karyawan mengatasi penumpukan pengunjung ($X_{2.2.3}$)
			Jaminan atau Kepastian ($X_{2.3}$)	1. Keberadaan CCTV dan <i>Metal detector</i> . ($X_{2.3.1}$) 2. Sikap dan Sopan santun karyawan. ($X_{2.3.2}$) 3. Peran karyawan memastikan tiket. ($X_{2.3.3}$)
			Empati ($X_{2.4}$)	1. Hubungan dan komunikasi antara karyawan dengan pengunjung. ($X_{2.4.1}$) 2. Senyum dari karyawan saat menyambut. ($X_{2.4.2}$) 3. Sikap karyawan tidak membeda-bedakan pengunjung. ($X_{2.4.3}$)
			Bukti Langsung ($X_{2.5}$)	1. Kenyamanan dan rasa aman pada layanan akomodasi. ($X_{2.5.1}$) 2. Penampilan karyawan. ($X_{2.5.2}$) 3. Pengelolaan <i>interior</i> dan <i>exterior</i> masing-masing bangunan. ($X_{2.5.3}$)
3	Kepuasan Pelanggan	Kepuasan Pengunjung (Y)	Tingkat kepuasan keseluruhan (Y_1)	1. Kepuasan pada fasilitas wisata yang disediakan. ($Y_{1.1}$) 2. Kepuasan pada kualitas layanan yang diberikan ($Y_{1.2}$)
			Tingkat kepuasan sesuai harapan (Y_2)	1. Kesesuaian pengalaman berkunjung dengan harapan sebelumnya. ($Y_{2.1}$) 2. Keinginan melakukan kunjungan ulang. ($Y_{2.2}$) 3. Keinginan melakukan rekomendasi. ($Y_{2.1}$)

Sumber : Data Diolah oleh Peneliti, 2019

4. Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan pada penelitian ini, adalah skala Likert. Menurut Darmawan (2013:169) Skala Likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang fenomena sosial.

Setiap jawaban pada skala Likert, terdapat dalam masing-masing *item* instrumen mempunyai gradasi dari yang positif, sampai yang negatif.

Pemberian jawaban pada responden, dilakukan dengan pemberian setuju dan tidak setujunya melalui skor dari angka 1 sampai dengan angka 5 berdasarkan kesesuaian yang dialami responden yang terlihat dalam Tabel 3.2:

Tabel 3.2 Skor Alternatif Jawaban

Poin	Jawaban Responden	Skor
A	Sangat setuju	5
B	Setuju	4
C	Tidak ada pendapat	3
D	Tidak setuju	2
E	Sangat tidak setuju	1

Sumber : Darmawan (2013:169)

E. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi

Wardiyanta (2006:19) mengemukakan bahwa populasi adalah jumlah keseluruhan dari unit analisis yang ciri-cirinya akan diduga. Setiap penelitian, populasi harus disebutkan secara eksplisit terkait dengan besarnya anggota populasi dan wilayah penelitian. Populasi yang dimaksud pada penelitian ini adalah pengunjung Domestik (Dalam Negeri) yang telah melaksanakan kunjungan wisata di Garuda Wisnu Kencana Cultural Park Bali. Kriteria Populasi pada penelitian ini adalah:

- a) Pengunjung yang berasal dari seluruh wilayah Indonesia dengan umur lebih dari 17 tahun dan telah melakukan kunjungan serta menikmati

segala Fasilitas Wisata dan Pelayanan yang diberikan oleh Garuda Wisnu Kencana Cultural Park Bali. Alasan dipilihnya usia tersebut, adalah peneliti menganggap di usia tersebut telah mampu mengambil keputusan dalam berkunjung ke Garuda Wisnu Kencana Bali serta mampu lebih dewasa dalam menilai berbagai hal.

- b) Pengunjung yang terencana maupun tidak terencana melakukan kunjungan dan menikmati semua atau sebagian fasilitas wisata dan pelayanan yang diberikan oleh Garuda Wisnu Kencana Cultural Park Bali.

Jumlah Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui dikarenakan belum tersedianya data dari PT Alam Sutera Realty Tbk mengenai jumlah wisatawan domestik yang berkunjung ke Garuda Wisnu Kencana Cultural Park Bali.

2. Sampel

Sampel merupakan subjek penelitian yang menjadi sumber data terpilih dari hasil teknik penyempelan (teknik *sampling*) (Darmawan, 2013:138). Dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui, maka dalam menentukan sampel menggunakan perhitungan berdasarkan pada rumus Machin dan Champbell dalam Sardin (2004:21-23) sebagai berikut:

Rumus interasi tahap pertama :

$$n = \frac{(z_{1-\alpha} + z_{1-\beta})^2}{(Up)^2} + 3$$

$$Up = \frac{1}{2} \ln \left(\frac{1+p}{1-p} \right)$$

Rumus interasi tahap kedua

$$U_p = \frac{1}{2} \ln \left(\frac{1+p}{1-p} \right) + \frac{p}{2(n-1)}$$

Keterangan :

\ln : log-e

U_p : Standar normal random variabel sesuai dengan nilai tertentu dari koefisien korelasi p

n : Ukuran normal

$Z_{1-\alpha}$: Konstanta yang diperoleh dari tabel distribusi normal

$Z_{1-\beta}$: Konstanta yang diperoleh dari tabel distribusi normal

α : Kekeliruan tipe I, yaitu menerima hipotesis yang seharusnya ditolak (5%)

β : Kekeliruan tipe II, yaitu menerima hipotesis yang seharusnya diterima (10%)

p : Perkiraan harga koefisien korelasi = 0,30

Berdasarkan penggunaan rumus di atas, maka jumlah sampel yang diperoleh adalah:

$$Z_{1-\alpha} = Z_{1-0,10} = Z_{0,90} = 1,645$$

$$Z_{1-\beta} = Z_{1-0,10} = Z_{0,90} = 1,645$$

Interasi tahap pertama:

$$U_p^1 = \frac{1}{2} \ln \left(\frac{1+p}{1-p} \right)$$

$$U_p^1 = \frac{1}{2} \ln \left(\frac{1+0,30}{1-0,30} \right)$$

$$Up^1 = 0,30951 = 0,309$$

$$n = \frac{(Z_{1-\alpha} + Z_{1-\beta})^2}{(Up^1)^2} + 3$$

$$n = \frac{(1,645 + 1,645)^2}{(0,309)^2} + 3$$

$$n = \frac{10,8241}{0,095481} + 3 = 116,552 = 116$$

Interasi tahap kedua:

$$Up = \frac{1}{2} \ln\left(\frac{1+p}{1-p}\right) + \frac{p}{2(n-1)}$$

$$Up = \frac{1}{2} \ln\left(\frac{1+0,30}{1-0,30}\right) + \frac{0,30}{2(116,552-1)}$$

$$Up = 0,309 + 0,0014$$

$$Up = 0,3104$$

$$n^2 = \frac{(1,645 + 1,645)^2}{(0,3104)^2} + 3 = 115,343 = 115$$

Interasi tahap ketiga:

$$Up = \frac{1}{2} \ln\left(\frac{1+p}{1-p}\right) + \frac{p}{2(n-1)}$$

$$Up = \frac{1}{2} \ln\left(\frac{1+0,30}{1-0,30}\right) + \frac{0,30}{2(115,343-1)}$$

$$Up = 0,309 + 0,0013$$

$$U_p = 0,3103$$

$$n^2 = \frac{(1,645+1,645)^2}{(0,3103)^2} + 3$$

$$n^2 = 115,441603 = 116$$

Berdasarkan hasil perhitungan jumlah wujud pada perhitungan yang telah dijelaskan, terdapat 116 orang yang akan menjadi sampel dalam penelitian ini yang terdiri dari pengunjung domestik di Garuda Wisnu Kencana Cultural Park Bali. Jumlah sampel tersebut memiliki kriteria yang sesuai dengan populasi yaitu pengunjung yang berasal dari seluruh wilayah Indonesia dengan umur lebih dari 17 tahun dan telah melakukan kunjungan serta menikmati segala Fasilitas Wisata dan Pelayanan yang diberikan oleh Garuda Wisnu Kencana Cultural Park Bali, Pengunjung yang terencana maupun tidak terencana melakukan kunjungan dan menikmati semua atau sebagian fasilitas wisata dan pelayanan yang diberikan oleh Garuda Wisnu Kencana Cultural Park Bali.

3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik *sampling* adalah teknik dalam pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu *purposive sampling* yang termasuk dalam *Non-probabilty sampling*.

Menurut Sugiyono (2017:85) *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Alasan peneliti memilih teknik pengambilan sampel *purposive sampling* adalah penyesuaian pengetahuan peneliti

akan pengetahuan yang dimiliki sebelumnya dalam hal elemen-elemen dalam populasi dan tujuan dari penelitian yang akan dilakukan.

Penelitian ini dilakukan kepada responden yang memiliki kriteria yang sesuai dengan sampel yaitu pengunjung yang berasal dari seluruh wilayah Indonesia dengan umur lebih dari 17 tahun dan telah melakukan kunjungan serta menikmati segala Fasilitas Wisata dan Pelayanan yang diberikan oleh Garuda Wisnu Kencana Cultural Park Bali, pengunjung yang terencana maupun tidak terencana melakukan kunjungan dan menikmati semua atau sebagian fasilitas wisata dan pelayanan yang diberikan oleh Garuda Wisnu Kencana Cultural Park Bali.

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian sangat dibutuhkan untuk mengumpulkan informasi yang berguna dalam melengkapi penelitian. Kegiatan pelaksanaan penelitian ini, menggunakan dua sumber data yang berbeda, yaitu:

a. Data Primer

Data primer adalah informasi yang diperoleh dari sumber-sumber primer, yakni yang asli, informasi dari tangan pertama atau responden (Wardiyanta, 2006:28). Dalam memperoleh data primer, peneliti harus langsung mendatangi wisatawan dan mengambil sampel darinya. Penelitian ini menggunakan data primer sebagai sumber data adalah karena sumber data ini dapat dilaksanakan dengan melakukan komunikasi dengan responden khususnya dalam penyebaran kuesioner.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah informasi yang diperoleh tidak langsung dari responden, tetapi dari pihak ketiga (Wardiyanta, 2006:28). Data sekunder diperoleh dari sumber data sekunder, yaitu sumber data primer dan diharapkan dapat membantu mengungkap data yang diharapkan (Bungin, 2005:132). Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh melalui internet, buku literatur, jurnal, dan artikel yang terkait dengan Fasilitas Wisata, Kualitas Layanan dan Kepuasan Pengunjung.

2. Metode Pengumpulan Data

Pelaksanaan kegiatan pengumpulan data adalah salah satu hal yang harus dilakukan peneliti dalam rangka persiapan mengolah data yang memberikan pengaruh positif. Metode pengumpulan data dalam pelaksanaan penelitian ini adalah dengan menyebarkan kuesioner secara langsung kepada responden yang merupakan wisatawan domestik dan telah berkunjung di Garuda Wisnu Kencana.

Menurut Azwar (1997:105) kuesioner dibuat dengan tujuan untuk menjelaskan kepada responden mengenai tujuan penelitian, data apa yang diharapkan, dan manfaat apa yang telah diperoleh masyarakat dari hasil penelitian, kewenangan peneliti dan kerahasiaan jawaban responden.

3. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini berupa Kuesioner. Instrumen penelitian digunakan dalam rangka mempermudah dan mempercepat proses pelaksanaan pengumpulan data (Wardiyanta, 2006:36).

G. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan atau keabsahan suatu alat ukur (Arikunto dalam Kurniawan, 2014:89). Validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar (Konstruk) pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel (Nugroho dalam Kuriawan, 2014:89).

Uji Validitas dalam penelitian ini menggunakan analisis *item* dengan menggunakan *corrected item-total correlation* atau rumus *correlation product moment* dari Pearson, yang berarti menguji kualitas dari masing-masing *item* dari variabel dengan menghitung korelasi dari setiap *item* dengan skor total sebagai kriteria validitas. Analisis *item* dinyatakan *valid* apabila nilai *r* hitung > *r* tabel.

Berikut rumus dari *correlation product moment* Pearson :

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

Sumber: Arikunto (2010:168)

Keterangan :

r_{xy} = koefisien korelasi produk momen

n = jumlah sampel

x = skor butir

y = skor total

Nilai *r* dapat dikatakan *valid* apabila *r* hitung \geq *r* tabel, dengan *r* tabel minimal 0,3.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan (Kurniawan, 2014:102). Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama pula (Sugiyono,2008:121).

Pengukuran reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan koefisien *Alpha* Cronbach dengan menggunakan *SPSS 23.0 for windows*. Berikut rumus *Alpha* Cronbach (Arikunto, 2010:171) :

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

- α = reliabel instrumen
- k = banyak butir pernyataan atau banyaknya soal
- $\sum \sigma_b^2$ = jumlah varians butir
- σ_t^2 = varians total

Nilai α dapat dikatakan reliabel apabila melebihi atau sama dengan nilai kritis yaitu 0,6. Artinya, apabila nilai *alpha* lebih besar dari 0,6 dinyatakan reliabel. Sebaliknya apabila nilai *alpha* lebih kecil dari 0,6 maka dinyatakan tidak reliabel.

3. Hasil Uji Validitas

Hasil uji validitas dan reliabilitas kuesioner dari variabel Fasilitas Wisata (X_1), dan Kualitas Layanan (X_2) menggunakan program SPSS 23.0 for Windows dari masing-masing *item* secara keseluruhan :

a. Hasil Uji Validitas

Hasil uji validitas untuk masing-masing *item* variabel dalam penelitian ini ditunjukkan pada Tabel 3.3 berikut ini:

Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Pearson's Correlation	R tabel	Keterangan
Fasilitas Wisata (X_1)	X _{1.1.1}	0.700	0.361	Valid
	X _{1.1.2}	0.502	0.361	Valid
	X _{1.1.3}	0.472	0.361	Valid
	X _{1.2.1}	0.373	0.361	Valid
	X _{1.2.2}	0.736	0.361	Valid
	X _{1.2.3}	0.429	0.361	Valid
	X _{1.3.1}	0.632	0.361	Valid
	X _{1.3.2}	0.618	0.361	Valid
	X _{1.3.3}	0.706	0.361	Valid
Kualitas Layanan (X_2)	X _{2.1.1}	0.696	0.361	Valid
	X _{2.1.2}	0.819	0.361	Valid
	X _{2.1.3}	0.766	0.361	Valid
	X _{2.2.1}	0.648	0.361	Valid
	X _{2.2.2}	0.579	0.361	Valid
	X _{2.2.3}	0.604	0.361	Valid
	X _{2.3.1}	0.597	0.361	Valid
	X _{2.3.2}	0.669	0.361	Valid
	X _{2.3.3}	0.676	0.361	Valid
	X _{2.4.1}	0.562	0.361	Valid
	X _{2.4.2}	0.475	0.361	Valid
	X _{2.4.3}	0.789	0.361	Valid
	X _{2.5.1}	0.675	0.361	Valid
	X _{2.5.2}	0.843	0.361	Valid
	X _{2.5.3}	0.662	0.361	Valid
Kepuasan Pengunjung (Y)	Y _{1.1}	0.618	0.361	Valid
	Y _{1.2}	0.513	0.361	Valid
	Y _{2.1}	0.759	0.361	Valid

Lanjutan Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas

	Y _{2.2}	0.875	0.361	Valid
	Y _{2.3}	0.884	0.361	Valid

Sumber : Lampiran 4

Berdasarkan Tabel 3.3 dapat diketahui bahwa seluruh instrumen penelitian untuk variabel pengaruh Fasilitas Wisata (X_1), Kualitas Layanan (X_2), Kepuasan Pengunjung (Y) sudah *valid* karena memiliki nilai Pearson *Correlation* $> r_{\text{tabel}}(0,05;30) = 0,361$ sehingga instrumen tersebut dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

b. Hasil Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas untuk masing–masing *item* variabel dalam penelitian ini ditunjukkan pada Tabel 3.4 sebagai berikut :

Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's <i>Alpha</i>	Keterangan
Fasilitas Wisata (X_1)	0.727	Reliabel
Kualitas Layanan (X_2)	0.909	Reliabel
Kepuasan Pengunjung (Y)	0.823	Reliabel

Sumber : Lampiran 4

Berdasarkan Tabel 3.4, dapat diketahui bahwa semua variabel baik pengaruh Fasilitas Wisata (X_1), Kualitas Layanan (X_2) dan Keputusan Pembelian (Y) memiliki nilai koefisien Cronbach's *Alpha* lebih besar dari 0,6 sehingga dapat dikatakan instrumen yang digunakan untuk ketiga variabel tersebut sudah reliabel dan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

H. Teknik Analisis Data

Pengelolaan data penelitian yang sudah diperoleh dimaksudkan sebagai suatu cara mengorganisasikan data sedemikian rupa sehingga dapat dibaca

(*readable*) dan dapat ditafsirkan (*interpretable*). (Azwar,1997:123). Dalam pelaksanaan pengolahan data, menurut Arikunto (2010:278), secara garis besar pekerjaan analisis data meliputi 3 langkah yaitu: Persiapan, Tabulasi, dan penerapan data sesuai penelitian. Teknik analisis data yang diterapkan dalam penelitian ini menggunakan statistik, adalah sebagai berikut:

1. Analisis Deskriptif

Menurut Azwar (1997:126) analisis deskriptif memiliki tujuan untuk memberikan deskripsi mengenai subjek penelitian berdasarkan data dari variabel yang diperoleh dari kelompok subjek yang diteliti dan tidak dimaksudkan untuk pengujian hipotesis. Nazir (2003:54) menjelaskan bahwa metode deskriptif digunakan untuk membuat gambaran mengenai situasi atau kejadian, sehingga dapat dilakukan akumulasi data dasar. Kesimpulan yang dapat diambil dari uraian diatas, bahwa analisis deskriptif memiliki tujuan memudahkan peneliti dalam memberikan deskripsi atau gambaran yang berdasarkan data variabel yang diperoleh sehingga dapat dijadikan akumulasi data dasar.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linier berganda yang berbasis *Ordinary Least Square* (OLS)(Kurniawan, 2014:156). Beberapa alat uji yang dilakukan dalam uji asumsi klasik yaitu :

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang digunakan untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak (Kurniawan, 2014:156). Model regresi

yang baik adalah model yang memiliki nilai residual yang terdistribusi normal (Kurniawan, 2014:156).

Menurut Ghozali dalam Kurniawan, (2014:157), untuk mendeteksi normalitas data dapat juga dengan uji Kolmogorof-Smirnov (K-S) yang dilihat dari nilai residual. Dikatakan normal bila nilai residual yang dihasilkan diatas nilai signifikasi yang ditetapkan. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan uji Kolmogorof-Smirnov (K-S) yang menggunakan SPSS 23.0 *for Windows*.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linier berganda (Kurniawan, 2014:157). Jika terdapat korelasi yang diantara variabel-variabel bebas, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya semakin terganggu.

Menurut Kurniawan (2014:157) terdapat kriteria untuk mendeteksi multikolinieritas pada suatu model. yaitu sebagai berikut:

- a) Jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) tidak melebihi dari 10 dan nilai *Tolerance* tidak kurang dari 0,1 , maka model dapat dikatakan terbebas dari multikolinieritas. Semakin tinggi VIF, semakin rendah *tolerance*.
- b) Jika nilai koefisien korelasi antar masing-masing variabel independen kurang dari 0,70 , maka model dapat dikatakan terbebas dari multikolinieritas. Jika lebih dari 0,70 maka diasumsikan terjadi

kolerasi (interaksi hubungan) yang sangat kuat antar variabel independen sehingga terjadi multikolinearitas.

- c) Jika nilai koefisien determinasi, baik nilai R^2 maupun adjusted R^2 diatas 0,60, namun tidak ada variabel independen yang berpengaruh terhadap variabel dependen, maka diasumsikan model terkena multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah uji yang dilakukan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan *varians* dari residual satu ke pengamatan ke pengamatan lain (Kurniawan 2014:158). Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah dimana terdapat kesamaan *varians* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap.

Uji statistik pada penelitian ini digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melihat hasil gambar *Scatter Plot*. Dasar analisis dari uji ini sebagai berikut :

- (a) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heterokedastisitas.
- (b) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

a. Persamaan Regresi Linier Berganda

Menurut Wibisono (2009:547) ada juga analisis regresi yang terdapat lebih dari dua perubah, yakni analisis regresi yang satu perubahnya tak bebas diterangkan oleh lebih dari satu peubah lainnya, analisis ini sering disebut analisis regresi linier berganda (*multiple linier regression analysis*). Persamaan untuk n variabel sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 \dots b_nX_n$$

Sumber : Wibisono (2009:257)

Keterangan :

Y : Subyek dalam variabel dependent yang diprediksikan (Struktur Keputusan Pembelian)

a : Nilai Y bila $X = 0$ (Harga Konstan)

b : koefisien regresi, yaitu besarnya perubahan yang terjadi pada Y jika satu unit perubahan pada variabel bebas (variabel X).

b. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2013:95). Koefisien determinasi pada penelitian ini digunakan untuk mengukur kemampuan variabel independen (Fasilitas Wisata dan Kualitas Layanan) dalam memengaruhi variabel dependen (variabel Kepuasan Pengunjung). Menurut Ghozali (2013:97) Koefisien determinasi mempunyai nilai antara nol sampai satu

atau dirumuskan yaitu ($0 \leq R^2 \leq 1$), semakin R^2 mendekati 1 (satu) maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Namun sebaliknya apabila R^2 mendekati 0 (nol) maka variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hasil dari koefisien nilai R^2 determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel.

4. Pengujian Hipotesis

a. Uji-F atau Uji Simultan.

Uji ini digunakan dalam menguji apakah semua variabel bebas mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel bebas. Pengujian hipotesis ini dilakukan untuk mengukur besarnya variabel Fasilitas Wisata dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengunjung. Pengujian ini akan membandingkan nilai signifikan dari hasil pengujian data dengan melakukan perbandingan terhadap nilai signifikan yang telah ditetapkan.

Pengujian hipotesis menurut Sugiyono (2005:223) menggunakan rumus sebagai berikut :

$$F_h = \frac{R^2/K}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

Sumber : Sugiyono (2005:223)

Keterangan :

R = Koefisien korelasi ganda

k = jumlah variabel independen

n = Jumlah anggota sampel

Kriteria-kriteria dalam pengujian uji F, adalah sebagai berikut:

- 1) Membandingkan nilai F_{hitung} dan F_{tabel}
 - a) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, H_0 ditolak dan H_1 diterima, dinyatakan terdapat pengaruh signifikan antara variabel bebas (X) secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Y).
 - b) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, H_0 diterima dan H_1 ditolak, dinyatakan tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel variabel bebas (X) secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Y).
- 2) Menggunakan angka signifikasi
 - a) Apabila nilai signifikasi $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.
 - b) Apabila nilai signifikasi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

b. Uji-t atau Uji Parsial

Pengujian parsial (Uji-t) dilaksanakan dengan melakukan uji t_{hitung} , mencari besarnya t_{hitung} yang kemudian dibandingkan dengan t_{tabel} . Pengujian t_{hitung} digunakan untuk mengetahui kualitas keberartian regresi pada masing-masing variabel bebas (X) ada tidaknya pengaruh dari masing-masing variabel terikat (Y).

Cara menentukan secara parsial antara variabel-variabel bebas dengan variabel terikat, yaitu dengan menguji hipotesis pada taraf signifikan 5% atau 0,05 secara dua arah (*two tail*). Untuk menguji hipotesis digunakan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{r_p \sqrt{n-3}}{\sqrt{1 - r_p^2}}$$

Sumber : Sugiyono (2005:224)

Keterangan :

r_p = Korelasi parsial yang ditemukan

r_p = Jumlah sampel

n = t hitung yang selanjutnya dikonsultasikan dengan t tabel

Ketentuan dari hasil uji- t tersebut, dapat diketahui dengan syarat berikut:

- (a) Bila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak H_1 diterima, sehingga masing-masing variabel bebas secara individu mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
- (b) Bila $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima H_1 ditolak, sehingga masing-masing variabel bebas secara individu tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Pengujian ini dapat dilakukan dengan melihat tabel Anova hasil pengolahan data nilai signifikansi $> 0,005$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti tidak signifikan.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Garuda Wisnu Kencana (GWK) Cultural Park merupakan sebuah kawasan wisata Taman budaya seluas ± 60 Ha yang terletak di Jl Raya Kuta Selatan, Desa Unggasan, Kabupaten Badung, Bali sekitar 10-15 menit berkendara dari Bandara Internasional Ngurah Rai. Dengan rancangan patung Garuda Wisnu setinggi ± 120 meter dan lebar sayap membentang sekitar 64 meter sebagai daya tarik utama, GWK Cultural Park menawarkan salah satu karya seni terbesar dan paling menakjubkan yang pernah dibuat sepanjang sejarah seni rupa Indonesia, dan sebagai representasi salah satu warisan budaya lokal Indonesia.

Yayasan Garuda Wisnu Kencana yang salah satu pendirinya adalah juga penggagas ide besar di balik konsep Garuda Wisnu Kencana, Bapak I Nyoman Nuarta, memprakarsai ide proyek ini pada tahun 1992 dengan visi menjadikannya sebagai *landmark* Bali yang dikenal dalam dunia pariwisata Indonesia. Gagasan beliau diwujudkan dengan mengolah kawasan eksisting berupa bukit kapur dengan pendekatan olah seni lahan (*land art*) yang menyatu dengan konsep Arsitektur *Landscape* moderen yang senantiasa memperhatikan keselarasan antara manusia, alam dan sang pencipta Tuhan Yang Maha Esa.

Sebagai alternatif infrastruktur pariwisata buatan abad ke-21, GWK Cultural Park saat ini tengah berkembang menjadi taman budaya yang menyuguhkan

berbagai acara yang meliputi pameran budaya, acara dan atraksi hiburan serta menjadi forum informasi dan komunikasi untuk budaya lokal setempat, nasional, regional dan bahkan internasional.

Untuk merancang dan mewujudkan patung raksasa ini, Yayasan GWK menunjuk I Nyoman Nuarta, salah satu pematung modern terbaik Indonesia. Setelah peletakan batu pertama pada Juni 1997, taman budaya mulai dipromosikan secara terbuka pada tahun 2000 dengan mengekspos dan memamerkan beberapa bagian dari patung Garuda Wisnu, dibarengi dengan beberapa uji coba untuk sejumlah fasilitas utama maupun fasilitas pendukung.

Tahun 2013 adalah tahun kepemilikan dan pengelolaan GWK Cultural Park beralih ke PT Alam Sutera Realty Tbk, salah satu perusahaan properti terkemuka di Indonesia. GWK Cultural Park kini juga menawarkan sejumlah fasilitas ideal untuk berbagai macam acara, baik acara tertutup maupun umum, kecil atau besar, lokal maupun internasional. Berbagai *Venue* yang mendukung pelayanan wisatawan seperti: Plaza Wisnu, Street Theatre, Lotus Pond, Amphitheater, ruang Pameran & Galeri Seni, Indraloka Garden, Tirta Agung. Serta beberapa fasilitas yang memanjakan pengunjung seperti restaurant andalan GWK yaitu Jendela Bali dan The Beranda, Butik & Toko Cinderamata – semuanya telah siap melayani pengunjung.

B. Deskripsi Responden

Berdasarkan hasil dari penyebaran kuesioner pada sebagian pengunjung Domestik Garuda Wisnu Kencana Cultural Park Bali yang berjumlah 116 orang

responden, diperoleh gambaran umum responden berdasarkan jenis kelamin, usia, asal daerah, sumber perolehan informasi, alasan berkunjung, dan sifat kunjungan maka dapat dijelaskan gambaran karakteristik responden secara rinci sebagai berikut:

1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil penelitian melalui penyebaran kuesioner kepada responden, maka dapat diambil kesimpulan tentang karakteristik responden mengenai jenis kelamin yang diteliti pada Tabel 4.1 sebagai berikut:

Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1	Laki – Laki	62	53,4%
2	Perempuan	54	46,6%
Total		116	100%

Sumber: Lampiran 1

Tabel 4.1 menunjukkan bahwa jumlah responden berjenis kelamin laki-laki sebesar 62 orang (53,4%) dan jumlah responden berjenis kelamin perempuan sebesar 54 orang (46,6%). Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa responden di Garuda Wisnu Kencana Cultural Park Bali didominasi oleh responden yang berjenis kelamin laki-laki. Didominasinya pengunjung berjenis kelamin Laki-laki adalah dikarenakan adanya penyesuaian fisik dari laki-laki dengan kondisi lapangan yaitu dapat bertahan dan lebih kuat saat mengakses masing-masing *venue* dan patung Garuda Wisnu Kencana dengan akses lahan yang terbuka.

2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan hasil penelitian melalui penyebaran kuesioner kepada responden di Garuda Wisnu Kencana Cultural Park Bali dapat dilihat pada Tabel 4.2. Untuk menentukan kelas interval dihitung dengan rumus Sturges (Sanusi, 2011:117)

$$K = 1 + 3,3 \log n$$

Keterangan:

K : Jumlah kelas interval

N : Jumlah data observasi

Log : Logaritma

K : $1 + 3,3 \log 116$

K : $1 + 6,81 = 7,81$ dibulatkan menjadi 8 kelas

Menentukan panjang interval:

$$c = \frac{\text{rentang kelas}}{\text{banyak kelas}}$$

$$c = \frac{67-18}{8}$$

$c = 6,125$ dibulatkan menjadi 6

Data deskripsi responden berdasarkan usia dapat dilihat dari Tabel 4.2 berikut:

Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1	18 – 24 tahun	25	21,6%
2	25 – 31 tahun	36	31,0%
3	32 – 38 tahun	25	21,6%
4	39 – 45 tahun	14	12,1%
5	46 – 52 tahun	12	10,3%
6	53 – 59 tahun	1	0,8%
7	60 – 67 tahun	3	2,6%
Jumlah		116	100%

Sumber: Lampiran 1

Tabel 4.2 menunjukkan bahwa jumlah responden dengan rentang usia 18-24 tahun sebesar 25 orang (21,6%) ; jumlah responden dengan rentang usia 25-31 tahun sebesar 36 orang (31,0%) ; jumlah responden dengan rentang usia 32-38 tahun sebesar 25 orang (21,6%) ; jumlah responden dengan rentang usia 39-45 tahun sebesar 12 orang (10,3%) ; jumlah responden dengan rentang usia 53-59 tahun sebesar 1 orang (0,8%) dan jumlah responden dengan rentang usia 60-67 tahun sebesar 3 orang (2,6%). Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa responden di Garuda Wisnu Kencana Cultural Park Bali mayoritas adalah responden dengan rentang usia 25-31 tahun dengan jumlah responden yaitu 36 orang serta persentase sebesar 31,0%. Didominasinya pengunjung domestik dengan usia 25-31 tahun adalah dikarenakan pada rentang usia tersebut memiliki rasa keingintahuan yang besar dalam mencoba sesuatu yang baru yaitu melihat langsung patung Garuda Wisnu Kencana sebagai *Landmark* Pulau Bali serta, di rentang usia tersebut dianggap memiliki penghasilan yang cukup dialokasikan untuk berlibur di Garuda Wisnu Cultural Park Bali.

3. Deskripsi Responden Berdasarkan Asal Daerah

Data deskripsi responden berdasarkan asal daerah dapat dilihat pada Tabel 4.3 berikut:

Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Asal Daerah (Provinsi)

No.	Asal Daerah (Provinsi)	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1	Sumatera Utara	3	2,6%
2	Sumatera Selatan	2	1,7%
3	Kepulauan Riau	3	2,6%
4	Riau	1	0,9%

Lanjutan Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Asal Daerah (Provinsi).

5	Jambi	1	0,9%
6	Banten	2	1,7%
7	DKI Jakarta	25	21,6%
8	Jawa Barat	9	7,8%
9	Jawa Tengah	8	6,9%
10	Daerah Istimewa Yogyakarta	7	6,0%
11	Jawa Timur	17	14,7%
12	Kalimantan Barat	2	1,7%
13	Kalimantan Timur	1	0,9%
14	Kalimantan Selatan	3	2,6%
15	Sulawesi Utara	5	4,3%
16	Sulawesi Selatan	1	0,9%
17	Bali	14	12,1%
18	Nusa Tenggara Barat	8	6,9%
19	Maluku	3	2,6%
20	Papua	1	0,9%
Jumlah		116	100%

Sumber: Lampiran 1

Tabel 4.3 menunjukkan bahwa responden yang berasal dari Provinsi Sumatera Utara sebesar 3 orang (2,6%) ; responden yang berasal dari Provinsi Sumatera Selatan sebesar 2 orang (1,7%) ; responden yang berasal dari Provinsi Kepulauan Riau sebesar 3 orang (2,6%) ; responden yang berasal dari Provinsi Riau sebesar 1 orang (0,9%) ; responden yang berasal dari Provinsi Jambi sebesar 1 orang (0,9%) ; responden yang berasal dari Provinsi Banten sebesar 2 orang (1,7%) ; responden yang berasal dari Provinsi D.K.I Jakarta sebesar 25 orang (21,6%) ; responden yang berasal dari Provinsi Jawa Barat sebesar 9 orang (7,8%) ; responden yang berasal dari Provinsi Jawa Tengah sebesar 8 orang (0,9%) ; responden yang berasal dari Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta sebesar 7 orang (6,0%); responden yang berasal dari Provinsi Jawa Timur sebesar 17 orang (14,7%) ; responden yang berasal dari Provinsi Kalimantan Barat sebesar 2 orang (1,7%) ; responden yang berasal

dari Provinsi Kalimantan Timur sebesar 1 orang (0,9%) ; responden yang berasal dari Provinsi Kalimantan Selatan sebesar 3 orang (2,6%) ; responden yang berasal dari Provinsi Sulawesi Utara sebesar 5 orang (4,3%) ; responden yang berasal dari Provinsi Sulawesi Selatan sebesar 1 orang (0,9%) ; responden yang berasal dari Provinsi Bali sebesar 14 orang (12,1%) ; responden yang berasal dari Provinsi Nusa Tenggara Barat sebesar 8 orang (6,9%) ; responden yang berasal dari Provinsi Maluku sebesar 3 orang (2,6%) ; responden yang berasal dari Provinsi Papua sebesar 1 orang (0,9%). Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa responden di Garuda Wisnu Kencana Cultural Park Bali didominasi oleh responden yang berasal dari DKI Jakarta dengan jumlah responden 25 orang dan persentase sebesar 21,6%. Didominasinya pengunjung domestik yang berasal dari daerah DKI Jakarta adalah dikarenakan kemudahan akses menuju pulau Bali dari DKI Jakarta melalui penerbangan Pesawat Terbang dari Bandara Sukarno-Hatta, Jakarta menuju Bandara I Gusti Ngurah Rai, Bali dengan biaya yang terjangkau serta adanya pandangan Pulau Bali oleh masyarakat Indonesia sebagai lokasi liburan yang cocok dengan masyarakat dengan waktu rutinitas dan kesibukan yang padat khususnya masyarakat DKI Jakarta.

4. Deskripsi Responden Berdasarkan Perolehan Informasi

Berdasarkan hasil penelitian melalui penyebaran kuesioner kepada responden, maka dapat diambil kesimpulan tentang deskripsi responden mengenai sumber perolehan informasi yang diteliti pada Tabel 4.4 sebagai berikut:

Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Sumber Perolehan Informasi

No.	Sumber Perolehan Informasi	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1	Informasi Paket Wisata	39	33,6%
2	Orang Terdekat	37	31,9%
3	Media Sosial	35	30,2%
4	Lainya	5	4,3%
Total		116	100%

Sumber: Lampiran 1

Tabel 4.4 menunjukkan bahwa responden berdasarkan perolehan informasi mengenai Garuda Wisnu Kencana Cultural Park Bali dari informasi paket wisata sebesar 39 orang (33,6%) ; responden dengan perolehan informasi dari orang terdekat sebesar 37 orang (31,2%) ; responden dengan perolehan informasi dari media sosial sebesar 35 orang (30,2%) ; dan responden dengan perolehan informasi lainnya yang berasal dari berita koran, *website*, televisi sebesar 5 orang (4,3%). Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa responden di Garuda Wisnu Kencana Cultural Park Bali didominasi oleh responden yang memperoleh informasi tentang GWK Cultural Park berasal dari informasi paket wisata. Didominasinya responden yang memperoleh informasi tentang GWK Cultural Park berasal dari informasi paket wisata, dikarenakan banyaknya pengunjung domestik yang menggunakan jasa paket wisata sehingga tidak merasa kebingungan saat memilih lokasi yang akan dikunjungi selama berlibur di Pulau Bali.

5. Deskripsi Responden Berdasarkan Alasan Berkunjung

Berdasarkan hasil penelitian melalui penyebaran kuesioner kepada responden, maka dapat diambil kesimpulan tentang deskripsi responden

mengenai alasan berkunjung ke GWK Cultural Park Bali yang diteliti pada Tabel 4.5 sebagai berikut:

Tabel 4.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Alasan Berkunjung

No.	Alasan Berkunjung	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1	Rekreasi / Mengisi Waktu Libur	68	58,6%
2	Mengenal Budaya Bali Lebih Dekat	24	20,7%
3	Meningkatkan <i>Prestige</i> Diri Sendiri	16	13,8%
4	Lainya	8	6,9%
Total		116	100%

Sumber: Lampiran 1

Tabel 4.5 menunjukkan bahwa responden dengan alasan berkunjung ke Garuda Wisnu Kencana Cultural Park Bali yaitu untuk ber rekreasi/mengisi waktu liburan sebesar 68 orang (58,6%) ; responden dengan alasan untuk mengenal budaya bali lebih dekat sebesar 24 orang (20,7%) ; responden dengan alasan untuk meningkatkan *prestige* diri sendiri sebesar 16 orang (13,8%) ; dan responden dengan alasan lainya yaitu bersembahyang sebesar 8 orang (6,9%). Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa responden di Garuda Wisnu Kencana Cultural Park Bali didominasi oleh responden yang memiliki alasan berkunjung untuk berekreasi/mengisi waktu liburan. Didominasinya pengunjung domestik yang memiliki alasan berkunjung ke Garuda Wisnu Kencana Cultural Park Bali yaitu untuk berekreasi/mengisi waktu liburan adalah lokasi Garuda Wisnu Kencana Cultural Park Bali yang memiliki pemandangan yang indah dan tersedianya hiburan melalui jadwal

pertunjukan di beberapa *Venue* sehingga sangat cocok untuk mengisi waktu liburan.

6. Deskripsi Responden Berdasarkan Sifat Kunjungan

Berdasarkan hasil penelitian melalui penyebaran kuesioner kepada responden, maka dapat diambil kesimpulan tentang deskripsi responden mengenai sifat kunjungan yang diteliti pada Tabel 4.6 sebagai berikut:

Tabel 4.6 Deskripsi Responden Berdasarkan Sifat Kunjungan

No.	Sifat Kunjungan	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1	Terencana	88	75,9%
2	Tidak Terencana	28	24,1%
Total		116	100%

Sumber: Lampiran 1

Tabel 4.6 menunjukkan bahwa responden dengan sifat kunjungan terencana sebesar 88 orang (75,9%) dan responden dengan sifat kunjungan tidak terencana sebesar 28 orang (24,1%). Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa responden di Garuda Wisnu Kencana Cultural Park Bali didominasi oleh responden yang memiliki sifat kunjungan terencana. Didominasinya pengunjung domestik dengan sifat kunjungan yang terencana adalah dikarenakan waktu dibukanya beberapa *venue* dengan adanya pertunjukan yang telah terjadwal di GWK Cultural Park sehingga sebelum melakukan kunjungannya, para pengunjung domestik terlebih dahulu merencanakan *venue* mana saja yang akan di kunjungi agar dapat melihat pertunjukan di beberapa *venue* tersebut serta, waktu kunjungan ke Garuda

Wisnu Kencana Cultural Park Bali yang telah direncanakan oleh sebagian besar Paket Wisata yang digunakan oleh pengunjung domestik tersebut.

C. Hasil Analisis Deskriptif Variabel

Kuesioner yang telah direkapitulasi dan telah disebarakan kepada 116 orang, dideskripsikan yaitu variabel Fasilitas Wisata (X_1) menggunakan sembilan pernyataan di dalam kuesioner, variabel Kualitas Layanan (X_2) menggunakan lima belas pernyataan di dalam kuesioner, dan variabel Kepuasan Pengunjung (Y) menggunakan lima pernyataan di dalam kuesioner dan masing-masing diberikan pilihan jawabanya. Untuk mengetahui mayoritas jawaban responden pada kuesioner yang telah diberikan kepada 116 orang, menggunakan besarnya kelas (panjang interval) digunakan rumus sebagai berikut:

Interval Kelas

$$R = X_n - X_1$$

$$C = R / K$$

$$C = \frac{5-1}{K} = 0,8$$

Sumber: Supranto, (2008:74)

Keterangan :

C = Perkiraan kelas interval

K = Banyaknya kelas

X_n = Nilai skor tertinggi

X_1 = Nilai skor terendah

Berdasarkan perhitungan interval kelas tersebut, tahap berikutnya yaitu dengan melihat dan mencocokkan rata-rata skor pada masing-masing variabel dengan kelas yang mempunyai interval sebagai berikut:

Tabel 4.7 Kategorisasi Berdasarkan Rata-Rata Skor

Kategori	Skor
Sangat Buruk	1.0 – 1,8
Buruk	>1,8 – 2,6
Netral	>2,6 – 3,4
Baik	>3,4 – 4,2
Sangat Baik	>4,2 – 5,0

Sumber: Supranto (2008:74)

1. Distribusi Jawaban Responden Variabel Fasilitas Wisata (X_1)

Fasilitas Wisata memiliki tiga (3) indikator yaitu: kelengkapan, kebersihan dan kerapian fasilitas yang ditawarkan, kondisi dan fungsi fasilitas yang diberikan, dan kemudahan menggunakan fasilitas yang disediakan. Fasilitas Wisata telah menghasilkan 9 *item* pernyataan yang diberikan kepada responden untuk dijawab. Hasil dari jawaban responden dapat dilihat dalam tabel 4.8 berikut:

Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Variabel Fasilitas Wisata

Indikator	Item	Sangat Setuju		Setuju		Tidak Ada Pendapat		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju		Jumlah		Rata-rata item
		5		4		3		2		1		Jumlah	%	
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%			
Kelengkapan, kebersihan dan kerapian fasilitas yang ditawarkan	X _{1.1.1}	47	40.5	60	51.7	1	0.9	7	6.0	1	0.9	116	100	4.25
	X _{1.1.2}	35	30.2	67	57.8	6	5.2	7	6.0	1	0.9	116	100	4.10
	X _{1.1.3}	31	26.7	68	58.6	11	9.5	5	4.3	1	0.9	116	100	4.06
Kondisi dan fungsi fasilitas yang ditawarkan	X _{1.2.1}	37	31.9	64	55.2	9	7.8	5	4.3	1	0.9	116	100	4.13
	X _{1.2.2}	27	23.3	71	61.2	10	8.6	7	6.0	1	0.9	116	100	4.00
	X _{1.2.3}	23	19.8	71	61.2	17	14.7	4	3.4	1	0.9	116	100	3.96

Lanjutan Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Variabel Fasilitas Wisata

Kemudahan menggunakan fasilitas yang disediakan	X _{1.3.1}	29	25.0	51	44.0	10	8.6	21	18.1	5	4.3	116	100	3.67
	X _{1.3.2}	20	17.2	72	62.1	14	12.1	10	8.6	0	0.00	116	100	3.88
	X _{1.3.3}	18	15.5	67	57.8	23	19.8	8	6.9	0	0.00	116	100	3.82
Skor Rata-Rata Variabel Fasilitas Wisata														3.98

Sumber: Lampiran 3

Keterangan:

- X_{1.1.1} : Area di sekitar patung Garuda Wisnu Kencana Cultural Park Bali dan masing-masing *venue* lainya sangat bersih dengan tersedianya tempat sampah yang memadai.
- X_{1.1.2} : Tempat MCK (Mandi Cuci Kakus) sudah memiliki perlengkapan yang lengkap dan bersih.
- X_{1.1.3} : Susunan barang-barang yang ditawarkan kepada pengunjung di *stand* / toko *souvenir* dan *foodcourt* sangat rapi.
- X_{1.2.1} : Kondisi area di sekitar patung Garuda Wisnu Kencana Cultural Park Bali dan masing-masing *venue* lainya senantiasa dalam keadaan baik dan terawat.
- X_{1.2.2} : MCK (Mandi Cuci Kakus) memiliki fungsi sebagaimana mestinya.
- X_{1.2.3} : Kondisi barang-barang yang dijual di *stand* / toko *souvenir* dan *foodcourt* selalu terjaga kualitasnya.
- X_{1.3.1} : Area patung Garuda Wisnu Kencana dan masing-masing *venue* lainya sangat mudah untuk di akses dan dikunjungi.
- X_{1.3.2} : Mudahna menemukan MCK saat diperlukan.
- X_{1.3.2} : *Stand* / toko *souvenir* dan *foodcourt* menyediakan segala kebutuhan dan barang - barang yang mudah untuk dicari dan dibeli oleh pengunjung.
- 5 : Sangat Setuju
- 4 : Setuju
- 3 : Tidak Ada Pendapat
- 2 : Tidak Setuju
- 1 : Sangat Tidak Setuju

Berdasarkan Tabel 4.8 maka dapat diketahui hasil frekuensi pernyataan dari responden tentang variabel Fasilitas Wisata yang terdiri dari sembilan *item*. *Item* pertama berisi pernyataan bahwa area di sekitar patung Garuda Wisnu Kencana Cultural Park Bali dan masing-masing *venue* lainya sangat bersih

dengan tersedianya tempat sampah yang memadai. Pernyataan tersebut dijawab oleh 116 responden dengan rincian nilai skor 5 sebanyak 47 orang (40,5%), skor 4 sebanyak 60 orang (51,7), skor 3 sebanyak 1 orang (0,9%), skor 2 sebanyak 7 orang (6,0%) dan skor 1 sebanyak 1 orang (0,9%). Dapat disimpulkan bahwa *item* pertama dengan pernyataan “Area di sekitar patung Garuda Wisnu Kencana Cultural Park Bali dan masing-masing *venue* lainnya sangat bersih dengan tersedianya tempat sampah yang memadai” memiliki skor 4 atau “Setuju” sebagai jawaban terbanyak. Hal tersebut juga didukung dengan skor rata-rata sebesar 4,25 yang berarti *item* pertama terletak pada interval $>4,2 - 5,0$ dengan kategori “Sangat Baik”. Berdasarkan pada skor terbanyak pada *item* pertama, dapat disimpulkan bahwa pengunjung domestik yang berkunjung ke GWK Cultural Park Bali banyak yang setuju terhadap pernyataan bersihnya area disekitar Area di sekitar patung Garuda Wisnu Kencana Cultural Park Bali dan masing-masing *venue* lainnya dengan adanya tempat sampah yang memadai.

Item kedua yaitu pernyataan tempat MCK (Mandi Cuci Kakus) sudah memiliki perlengkapan yang lengkap dan bersih memiliki rincian jawaban pada skor 5 sebanyak 35 orang (30,2%), skor 4 sebanyak 67 orang (57,8), skor 3 sebanyak 6 orang (5,2%), skor 2 sebanyak 1 orang (0,9%) dan skor 1 sebanyak 1 orang (0,9%). Dapat disimpulkan bahwa *item* kedua dengan pernyataan “Tempat MCK (Mandi Cuci Kakus) sudah memiliki perlengkapan yang lengkap dan bersih” memiliki skor 4 atau “Setuju” sebagai jawaban terbanyak. Hal tersebut didukung dengan skor rata-rata sebesar 4,10 yang berarti *item* kedua terletak pada interval $>3,4 - 4,2$ dengan kategori “Baik”. Berdasarkan pada skor

terbanyak pada *item* kedua, dapat disimpulkan bahwa pengunjung domestik yang berkunjung ke GWK Cultural Park Bali banyak yang setuju terhadap pernyataan Tempat MCK (Mandi Cuci Kakus) sudah memiliki perlengkapan yang lengkap dan bersih.

Item ketiga adalah pernyataan susunan barang-barang yang ditawarkan kepada pengunjung di *stand* / toko *souvenir* dan *foodcourt* memiliki rincian jawaban pada skor 5 sebanyak 31 orang (26,7%), skor 4 sebanyak 68 orang (58,6), skor 3 sebanyak 11 orang (9,5%), skor 2 sebanyak 5 orang (4,3%) dan skor 1 sebanyak 1 orang (0,9%). Dapat disimpulkan bahwa *item* kedua dengan pernyataan “Susunan barang-barang yang ditawarkan kepada pengunjung di *Stand souvenir* dan *foodcourt* sangat rapi” memiliki skor 4 atau “Setuju” sebagai jawaban terbanyak. Hal tersebut didukung dengan skor rata-rata sebesar 4,06 yang berarti *item* ketiga terletak pada interval $>3,4 - 4,2$ dengan kategori “Baik”. Berdasarkan pada skor terbanyak pada *item* ketiga, dapat disimpulkan bahwa banyak pengunjung domestik yang setuju mengenai kondisi barang-barang yang dijual di *stand* / toko *souvenir* dan *foodcourt* selalu terjaga kualitasnya.

Item keempat menjelaskan mengenai kondisi area sekitar Patung Garuda Wisnu Kencana dan *Venue* lainnya memiliki rincian jawaban pada skor 5 sebanyak 37 orang (31,9%), skor 4 sebanyak 64 orang (55,2%), skor 3 sebanyak 9 orang (7,8%), skor 2 sebanyak 5 orang (4,3%) dan skor 1 sebanyak 1 orang (0,9%). Dapat disimpulkan bahwa *item* keempat dengan pernyataan “Kondisi area di sekitar patung Garuda Wisnu Kencana Cultural Park Bali dan masing-

masing *venue* lainya senantiasa dalam keadaan baik dan terawat” ($X_{1.2.1}$) memiliki skor 4 atau “Setuju” sebagai jawaban terbanyak. Hal tersebut didukung dengan skor rata-rata sebesar 4,13 yang berarti *item* keempat terletak pada interval $>4,2 - 5,0$ dengan kategori “Sangat Baik”. Berdasarkan pada skor terbanyak pada *item* keempat, dapat disimpulkan bahwa banyak pengunjung domestik yang setuju mengenai kondisi area di sekitar patung Garuda Wisnu Kencana Cultural Park Bali dan masing-masing *venue* lainya yang senantiasa dalam keadaan baik dan terawat.

Item kelima yaitu pernyataan MCK (Mandi Cuci Kakus) memiliki fungsi sebagaimana mestinya memiliki rincian jawaban pada skor 5 sebanyak 27 orang (23,3%), skor 4 sebanyak 71 orang (61,2), skor 3 sebanyak 10 orang (8,6%), skor 2 sebanyak 7 orang (6,0%) dan skor 1 sebanyak 1 orang (0,9%). Dapat disimpulkan bahwa *item* kelima dengan pernyataan “MCK (Mandi Cuci Kakus) memiliki fungsi sebagaimana mestinya” memiliki skor 4 atau “Setuju” sebagai jawaban terbanyak. Hal tersebut didukung dengan skor rata-rata sebesar 4,00 yang berarti *item* kelima terletak pada interval $>3,4 - 4,2$ dengan kategori “Baik”. Berdasarkan pada skor terbanyak pada *item* kelima, dapat disimpulkan bahwa banyak pengunjung domestik yang setuju mengenai kondisi MCK (Mandi Cuci Kakus) yang memiliki fungsi sebagaimana mestinya.

Item keenam adalah pernyataan mengenai kondisi barang-barang yang dijual di *stand* / toko souvenir dan *foodcourt* memiliki rincian jawaban pada skor 5 sebanyak 23 orang (19,8%), skor 4 sebanyak 71 orang (61,2), skor 3 sebanyak 17 orang (14,7%), skor 2 sebanyak 4 orang (3,4%) dan skor 1

sebanyak 1 orang (0,9%). Dapat disimpulkan bahwa *item* keenam dengan pernyataan “Kondisi barang-barang yang dijual di *stand* / toko souvenir dan *foodcourt* selalu terjaga kualitasnya.” memiliki skor 4 atau “Setuju” sebagai jawaban terbanyak. Hal tersebut juga didukung dengan skor rata-rata sebesar 3,96 yang berarti *item* keenam terletak pada interval $>3,4 - 4,2$ yang dikategorikan “Baik”. Berdasarkan pada skor terbanyak pada *item* keenam, dapat disimpulkan bahwa banyak pengunjung domestik yang setuju mengenai kondisi barang-barang yang dijual di *stand* / toko *souvenir* dan *foodcourt* selalu terjaga kualitasnya.

Item ketujuh menjelaskan mengenai kemudahan akses menuju area Patung Garuda Wisnu Kencana dan masing-masing *venue* lainnya memiliki rincian jawaban pada skor 5 sebanyak 20 orang (17,2%), skor 4 sebanyak 72 orang (62,1), skor 3 sebanyak 14 orang (12,1%), skor 2 sebanyak 10 orang (8,6%). Dapat disimpulkan bahwa *item* ketujuh dengan pernyataan “Area Patung Garuda Wisnu Kencana dan masing-masing *venue* lainnya sangat mudah untuk di akses dan dikunjungi” memiliki skor 4 atau “Setuju” sebagai jawaban terbanyak. Hal tersebut didukung dengan skor rata-rata sebesar 3,67 yang berarti *item* ketujuh terletak pada interval $>3,4 - 4,2$ yang masuk dalam kategori “Baik”. Berdasarkan pada skor terbanyak pada *item* ketujuh, dapat disimpulkan bahwa banyak pengunjung domestik yang setuju mengenai area patung Garuda Wisnu Kencana dan masing-masing *venue* lainnya sangat mudah untuk di akses dan dikunjungi.

Item kedelapan menjelaskan mengenai kemudahan dalam menemukan MCK (Mandi Cuci Kakus) saat diperlukan memiliki rincian jawaban pada skor 5 sebanyak 20 orang (17,2%), skor 4 sebanyak 72 orang (62,1), skor 3 sebanyak 14 orang (12,1%), skor 2 sebanyak 10 orang (8,6%) dan skor 1 sebanyak 0 orang (0,00%). Dapat disimpulkan bahwa *item* kedelapan dengan pernyataan “Mudahnya menemukan MCK (Mandi, Cuci, Kakus) saat diperlukan” memiliki skor 4 atau “Setuju” sebagai jawaban terbanyak. Hal tersebut didukung dengan skor rata-rata sebesar 3,88 yang berarti *item* kedelapan terletak pada interval $>3,4 - 4,2$ dengan kategori “Baik”. Berdasarkan pada skor terbanyak pada *item* kedelapan, dapat disimpulkan bahwa banyak pengunjung domestik yang setuju mengenai mudahnya menemukan MCK (Mandi, Cuci, Kakus) saat diperlukan.

Item kesembilan yaitu pernyataan *stand* / toko *souvenir* dan *foodcourt* menyediakan segala kebutuhan dan barang - barang yang mudah untuk dicari dan dibeli oleh pengunjung memiliki rincian jawaban pada skor 5 sebanyak 18 orang (15,5%), skor 4 sebanyak 67 orang (57,8), skor 3 sebanyak 23 orang (19,8%), dan skor 2 sebanyak 8 orang (6,9%). Dapat disimpulkan bahwa *item* kesembilan dengan pernyataan “*Stand* / toko *souvenir* dan *foodcourt* menyediakan segala kebutuhan dan barang - barang yang mudah untuk dicari dan dibeli oleh pengunjung.” memiliki skor 4 atau “Setuju” sebagai jawaban terbanyak. Hal tersebut didukung dengan skor rata-rata sebesar 3,82 yang berarti *item* kesembilan terletak pada interval $>3,4 - 4,2$ dengan kategori “Baik”. Berdasarkan pada skor terbanyak pada *item* kesembilan, dapat disimpulkan bahwa banyak pengunjung domestik yang setuju mengenai *stand/toko souvenir*

dan *foodcourt* menyediakan segala kebutuhan dan barang - barang yang mudah untuk dicari dan dibeli oleh pengunjung.

Kesimpulan pada Variabel Fasilitas Wisata (X_1) memiliki skor rata-rata variabel sebesar 3,98 pada distribusi jawaban responden, yang dapat disimpulkan bahwa sebagian responden cenderung menjawab setuju serta mendapatkan respon yang baik sesuai dengan pernyataan yang diberikan.

2. Distribusi Jawaban Responden Variabel Kualitas Layanan (X_2)

Kualitas layanan memiliki lima (5) indikator yaitu: keandalan, daya tanggap, jaminan atau kepastian, empati, dan bukti langsung yang menghasilkan 15 *item* pernyataan yang diberikan kepada responden untuk dijawab. Hasil dari jawaban responden dapat dilihat dalam Tabel 4.9 berikut:

Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Layanan

Indikator	Item	Sangat Setuju		Setuju		Tidak Ada Pendapat		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju		Jumlah		Rata-rata item
		5		4		3		2		1		Jumlah	%	
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%			
Keandalan	X _{2,1,1}	39	33.6	62	53.4	12	10.3	3	2.6	0	0.00	116	100	4.18
	X _{2,1,2}	32	27.6	67	57.8	15	12.9	2	1.7	0	0.00	116	100	4.11
	X _{2,1,3}	26	22.4	69	59.5	19	16.4	2	1.7	0	0.00	116	100	4.03
Daya Tanggap	X _{2,2,1}	26	22.4	63	54.3	21	18.1	6	5.2	0	0.00	116	100	3.94
	X _{2,2,2}	26	22.4	65	56.0	16	13.8	9	7.8	0	0.00	116	100	3.93
	X _{2,2,3}	25	21.6	55	47.4	33	28.4	3	2.6	0	0.00	116	100	3.88
Jaminan atau Kepastian	X _{2,3,1}	32	27.6	59	50.9	19	16.4	6	5.2	0	0.00	116	100	4.01
	X _{2,3,2}	38	32.8	69	59.5	8	6.9	1	0.9	0	0.00	116	100	4.24
	X _{2,3,3}	33	28.4	66	56.9	15	12.9	2	1.7	0	0.00	116	100	4.12
Empati	X _{2,4,1}	30	25.9	70	60.3	12	10.3	4	3.4	0	0.00	116	100	4.09

Lanjutan Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Layanan

	X _{2.4.2}	31	26.7	66	56.9	13	11.2	6	5.2	0	0.00	116	100	4.05
	X _{2.4.3}	26	22.4	59	50.9	26	22.4	5	4.3	0	0.00	116	100	3.91
Bukti Langsung	X _{2.5.1}	29	25.0	61	52.6	18	15.5	8	6.9	0	0.00	116	100	3.96
	X _{2.5.2}	36	31.0	70	60.3	7	6.03	3	2.6	0	0.00	116	100	4.20
	X _{2.5.3}	46	39.7	59	50.9	8	6.9	3	2.6	0	0.00	116	100	4.28
Skor Rata-Rata Variabel Kualitas Layanan														4,62

Sumber: Lampiran 3

Keterangan:

- X_{2.1.1} : Informasi yang disampaikan oleh karyawan, sangat berguna bagi pengunjung
- X_{2.1.2} : Informasi jadwal pertunjukan budaya yang terdapat di brosur sangat berguna bagi pengunjung
- X_{2.1.3} : Jadwal pertunjukan budaya dilaksanakan dengan tepat sesuai yang terlampir di brosur
- X_{2.2.1} : Karyawan sangat sigap dalam memberi informasi mengenai rute dan petunjuk jalan
- X_{2.2.2} : Karyawan memberikan informasi mengenai rute dan petunjuk jalan dengan jelas dan mudah dipahami
- X_{2.2.3} : Karyawan memberikan informasi mengenai rute dan petunjuk jalan dengan jelas dan mudah dipahami
- X_{2.3.1} : CCTV dan *Metal Detector* sangat diperlukan dalam menjamin keamanan dan kenyamanan
- X_{2.3.2} : Sikap ramah dan sopan santun pada karyawan senantiasa diterapkan saat melayani pengunjung
- X_{2.3.3} : Karyawan senantiasa memastikan pengunjung yang telah membeli tiket untuk menikmati seluruh *venue* dan jadwal pertunjukan di Garuda Wisnu Kencana Cultural Park Bali
- X_{2.4.1} : Karyawan Garuda Wisnu Kencana Cultural Park Bali senantiasa menjalin komunikasi baik dengan seluruh pengunjung.

- X_{2.4.2} : Karyawan senantiasa tersenyum saat menyambut pengunjung.
- X_{2.4.3} : Karyawan tidak membeda-bedakan pengunjung saat memberikan layanan.
- X_{2.5.1} : Kendaraan yang disediakan kepada pengunjung (*Shuttle bus*) sangat aman dan nyaman dipakai.
- X_{2.5.2} : Karyawan memiliki penampilan yang rapi serta kental akan budaya Bali.
- X_{2.5.3} : Pengelolaan *interior* dan *eksterior* pada masing-masing bangunan sesuai dengan ciri khas budaya Bali.
- 5 : Sangat Setuju
- 4 : Setuju
- 3 : Tidak Ada Pendapat
- 2 : Tidak Setuju
- 1 : Sangat Tidak Setuju

Berdasarkan pada Tabel 4.9, maka dapat diketahui hasil frekuensi pernyataan dari responden tentang variabel kualitas layanan yang terdiri dari lima belas *item*. *Item* pertama berisi pernyataan mengenai nilai guna informasi yang disampaikan oleh karyawan. Pernyataan tersebut dijawab oleh 116 orang dengan rincian nilai skor 5 sebanyak 39 orang (33,6%), skor 4 sebanyak 62 orang (53,4), skor 3 sebanyak 12 orang (10,3%), dan skor 2 sebanyak 3 orang (4,3%). Dapat disimpulkan bahwa *item* pertama dengan pernyataan “Informasi yang disampaikan oleh karyawan, sangat berguna bagi pengunjung. ”. memiliki skor 4 atau “Setuju” sebagai jawaban terbanyak. Hal tersebut didukung dengan skor rata-rata sebesar 4,18 yang berarti *item* pertama terletak pada interval $>3,4 - 4,2$ dengan dikategorikan “Sangat Baik”. Berdasarkan pada skor terbanyak pada *item* pertama, dapat disimpulkan bahwa banyak pengunjung domestik yang setuju

mengenai Informasi yang disampaikan oleh karyawan, sangat berguna bagi pengunjung.

Item kedua yaitu nilai guna brosur yang diberikan oleh karyawan memiliki rincian jawaban pada skor 5 sebanyak 32 orang (27,6%), skor 4 sebanyak 67 orang (57,8), skor 3 sebanyak 15 orang (12,9%), dan skor 2 sebanyak 2 orang (1,7%). Dapat disimpulkan bahwa *item* kedua dengan pernyataan “Informasi jadwal pertunjukan budaya yang terdapat di brosur sangat berguna bagi pengunjung.” memiliki skor 4 atau “Setuju” sebagai jawaban terbanyak. Hal tersebut didukung dengan skor rata-rata sebesar 4,11 yang berarti *item* kedua terletak pada interval $>3,4 - 4,2$ dengan dikategorikan “Sangat Baik”. Berdasarkan pada skor terbanyak pada *item* kedua, dapat disimpulkan bahwa banyak pengunjung domestik yang setuju mengenai informasi jadwal pertunjukan budaya yang terdapat di brosur yang sangat berguna bagi pengunjung.

Item ketiga adalah mengenai ketepatan jadwal pertunjukan budaya. Memiliki rincian jawaban pada skor 5 sebanyak 26 orang (22,4%), skor 4 sebanyak 69 orang (59,5), skor 3 sebanyak 19 orang (16,4%), dan skor 2 sebanyak 2 orang (1,7%). Dapat disimpulkan bahwa *item* ketiga dengan pernyataan “Jadwal pertunjukan budaya dilaksanakan dengan tepat sesuai yang terlampir di brosur” memiliki skor 4 atau “Setuju” sebagai jawaban terbanyak. Hal tersebut didukung dengan skor rata-rata sebesar 4,03 yang berarti *item* ketiga terletak pada interval $>3,4 - 4,2$ dengan dikategorikan “Baik”. Berdasarkan pada skor terbanyak pada *item* ketiga, dapat disimpulkan bahwa banyak pengunjung

domestik yang setuju mengenai jadwal pertunjukan budaya dilaksanakan dengan tepat sesuai yang terlampir di brosur.

Item keempat menjelaskan mengenai kesigapan karyawan memberi informasi memiliki rincian jawaban pada skor 5 sebanyak 26 orang (22,4%), skor 4 sebanyak 63 orang (54,3%), skor 3 sebanyak 21 orang (18,1%), dan skor 2 sebanyak 6 orang (5,2%). Dapat disimpulkan bahwa *item* keempat dengan pernyataan “Karyawan sangat sigap dalam memberi informasi mengenai rute dan petunjuk jalan.” memiliki skor 4 atau “Setuju” sebagai jawaban terbanyak. Hal tersebut didukung dengan skor rata-rata sebesar 3,94 yang berarti *item* keempat terletak pada interval $>3,4 - 4,2$ dengan kategori “Baik”. Berdasarkan pada skor terbanyak pada *item* keempat, dapat disimpulkan bahwa banyak pengunjung domestik yang setuju mengenai kesigapan karyawan dalam memberi informasi mengenai rute dan petunjuk jalan.

Item kelima yaitu pernyataan kejelasan penyampaian informasi oleh karyawan. memiliki rincian jawaban pada skor 5 sebanyak 26 orang (22,4%), skor 4 sebanyak 65 orang (56,0%), skor 3 sebanyak 16 orang (13,8%), dan skor 2 sebanyak 9 orang (7,8%). Dapat disimpulkan bahwa *item* lima dengan pernyataan “Karyawan memberikan informasi mengenai rute dan petunjuk jalan dengan jelas dan mudah dipahami”. memiliki skor 4 atau “Setuju” sebagai jawaban terbanyak. Hal tersebut didukung dengan skor rata-rata sebesar 3,93 yang berarti *item* kelima terletak pada interval $>3,4 - 4,2$ dengan dikategorikan “Baik”. Berdasarkan pada skor terbanyak pada *item* kelima, dapat disimpulkan bahwa banyak pengunjung

domestik yang setuju mengenai karyawan dalam memberikan informasi mengenai rute dan petunjuk jalan dengan jelas dan mudah dipahami.

Item keenam adalah *item* yang membahas mengenai ketanggapan karyawan mengatasi penumpukan pengunjung memiliki rincian jawaban pada skor 5 sebanyak 25 orang (21,6%), skor 4 sebanyak 55 orang (47,4), skor 3 sebanyak 33 orang (28,4%), dan skor 2 sebanyak 3 orang (2,6%). Dapat disimpulkan bahwa *item* keenam dengan pernyataan “Karyawan tanggap dalam mengatasi penumpukan pengunjung pada masing-masing *venue*.” memiliki skor 4 atau “Setuju” sebagai jawaban terbanyak. Hal tersebut didukung dengan skor rata-rata sebesar 3,88 yang berarti *item* keenam terletak pada interval $>3,4 - 4,2$ dengan dikategorikan “Baik”. Berdasarkan pada skor terbanyak pada *item* keenam, dapat disimpulkan bahwa banyak pengunjung domestik yang setuju mengenai ketanggapan karyawan dalam mengatasi penumpukan pengunjung pada masing-masing *venue*.

Item ketujuh menjelaskan mengenai keberadaan CCTV dan *Metal detector*. Memiliki rincian jawaban pada skor 5 sebanyak 32 orang (27,6%), skor 4 sebanyak 59 orang (50,9%), skor 3 sebanyak 19 orang (16,4%), dan skor 2 sebanyak 6 orang (5,2%). Dapat disimpulkan bahwa *item* ketujuh dengan pernyataan “CCTV dan *Metal Detector* sangat diperlukan dalam menjamin keamanan dan kenyamanan” memiliki skor 4 atau “Setuju” sebagai jawaban terbanyak. Hal tersebut didukung dengan skor rata-rata sebesar 4,01 yang berarti *item* ketujuh terletak pada interval $>3,4 - 4,2$ dengan dikategorikan “Baik”. Berdasarkan pada skor terbanyak pada *item* ketujuh, dapat disimpulkan bahwa

banyak pengunjung domestik yang setuju mengenai peran CCTV dan *Metal Detector* yang sangat diperlukan dalam menjamin keamanan dan kenyamanan.

Item kedelapan menjelaskan mengenai sikap dan sopan santun karyawan. Memiliki rincian jawaban pada skor 5 sebanyak 38 orang (32,8%), skor 4 sebanyak 69 orang (59,5%), skor 3 sebanyak 8 orang (6,9%), dan skor 2 sebanyak 1 orang (0,9%). Dapat disimpulkan bahwa *item* kedelapan dengan pernyataan “Sikap ramah dan sopan santun pada karyawan senantiasa diterapkan saat melayani pengunjung.” memiliki skor 4 atau “Setuju” sebagai jawaban terbanyak. Hal tersebut didukung dengan skor rata-rata sebesar 4,24 yang berarti *item* kedelapan terletak pada interval $>4,2 - 5,0$ dengan dikategorikan “Sangat Baik”. Berdasarkan pada skor terbanyak pada *item* kedelapan, dapat disimpulkan bahwa banyak pengunjung domestik yang setuju mengenai sikap ramah dan sopan santun pada karyawan senantiasa diterapkan saat melayani pengunjung.

Item kesembilan yaitu pernyataan mengenai peran karyawan yang senantiasa memastikan pengunjung yang telah membeli tiket untuk menikmati seluruh *venue* dan jadwal pertunjukan di Garuda Wisnu Kencana Cultural Park Bali. yang memiliki rincian jawaban pada skor 5 sebanyak 33 orang (28,4%), skor 4 sebanyak 66 orang (56,9%), skor 3 sebanyak 15 orang (12,9%), dan skor 2 sebanyak 2 orang (1,7%). Dapat disimpulkan bahwa *item* kesembilan dengan pernyataan “Karyawan senantiasa memastikan pengunjung yang telah membeli tiket untuk menikmati seluruh *venue* dan jadwal pertunjukan di Garuda Wisnu Kencana Cultural Park Bali” memiliki skor 4 atau “Setuju” sebagai jawaban terbanyak. Hal tersebut didukung dengan skor rata-rata sebesar 4,12 yang berarti

item kesembilan terletak pada interval $>3,4 - 4,2$ dengan dikategorikan “Baik”. Berdasarkan pada skor terbanyak pada *item* kesembilan, dapat disimpulkan bahwa banyak pengunjung domestik yang setuju mengenai karyawan yang senantiasa memastikan pengunjung yang telah membeli tiket untuk menikmati seluruh *venue* dan jadwal pertunjukan di Garuda Wisnu Kencana Cultural Park Bali.

Item kesepuluh mengenai hubungan dan komunikasi antara karyawan dengan pengunjung. Memiliki rincian jawaban pada skor 5 sebanyak 30 orang (25,9%), skor 4 sebanyak 70 orang (60,3%), skor 3 sebanyak 12 orang (10,3%), dan skor 2 sebanyak 4 orang (3,4%). Dapat disimpulkan bahwa *item* kesembilan dengan pernyataan “Karyawan Garuda Wisnu Kencana Cultural Park Bali senantiasa menjalin komunikasi baik dengan seluruh pengunjung ” memiliki skor 4 atau “Setuju” sebagai jawaban terbanyak. Hal tersebut didukung dengan skor rata-rata sebesar 4,09 yang berarti *item* kesembilan terletak pada interval $>3,4 - 4,2$ dengan kategori “Baik”. Berdasarkan pada skor terbanyak pada *item* kesepuluh, dapat disimpulkan bahwa banyak pengunjung domestik yang “setuju” mengenai karyawan Garuda Wisnu Kencana Cultural Park Bali yang senantiasa menjalin komunikasi baik dengan seluruh pengunjung.

Item kesebelas yaitu pernyataan senyum dari karyawan saat menyambut . memiliki rincian jawaban pada skor 5 sebanyak 31 orang (26,7%), skor 4 sebanyak 66 orang (56,9%), skor 3 sebanyak 13 orang (11,2%), dan skor 2 sebanyak 6 orang (5,2%). Dapat disimpulkan bahwa *item* kesebelas dengan pernyataan “Karyawan senantiasa tersenyum saat menyambut pengunjung.” memiliki skor 4 atau “Setuju” sebagai jawaban terbanyak. Hal tersebut didukung

dengan skor rata-rata sebesar 4,05 yang berarti *item* kesebelas terletak pada interval $>3,4 - 4,2$ dengan kategori “Baik”. Berdasarkan pada skor terbanyak pada *item* kesebelas, dapat disimpulkan bahwa banyak pengunjung domestik yang setuju mengenai karyawan Garuda Wisnu Kencana Cultural Park Bali yang senantiasa tersenyum saat menyambut pengunjung.

Item keduabelas yaitu pernyataan sikap karyawan tidak membedakan pengunjung. memiliki rincian jawaban pada skor 5 sebanyak 26 orang (22,4%), skor 4 sebanyak 59 orang (50,9%), skor 3 sebanyak 26 orang (22,4%), dan skor 2 sebanyak 5 orang (4,3%). Dapat disimpulkan bahwa *item* keduabelas dengan pernyataan “Karyawan tidak membedakan pengunjung saat memberikan layanan.” memiliki skor 4 atau “Setuju” sebagai jawaban terbanyak. Hal tersebut didukung dengan skor rata-rata sebesar 3,91 yang berarti *item* keduabelas terletak pada interval $>3,4 - 4,2$ dengan kategori “Baik”. Berdasarkan pada skor terbanyak pada *item* keduabelas, dapat disimpulkan bahwa banyak pengunjung domestik yang setuju mengenai karyawan Garuda Wisnu Kencana Cultural Park Bali yang senantiasa tidak membedakan pengunjung saat memberikan layanan.

Item ketigabelas yaitu pernyataan mengenai kenyamanan dan rasa aman pada kendaraan *Shuttle bus* yang memiliki rincian jawaban pada skor 5 sebanyak 29 orang (25,0%), skor 4 sebanyak 61 orang (52,6%), skor 3 sebanyak 18 orang (15,5%), dan skor 2 sebanyak 8 orang (6,9%). Dapat disimpulkan bahwa *item* ketigabelas dengan pernyataan “Kendaraan yang disediakan kepada pengunjung (*Shuttle bus*) sangat aman dan nyaman dipakai.” memiliki skor 4 atau “Setuju”

sebagai jawaban terbanyak. Hal tersebut didukung dengan skor rata-rata sebesar 3,96 yang berarti *item* ketigabelas terletak pada interval $>3,4 - 4,2$ dengan kategori “Baik”. Berdasarkan pada skor terbanyak pada *item* ketigabelas, dapat disimpulkan bahwa banyak pengunjung domestik yang setuju mengenai kendaraan yang disediakan kepada pengunjung (*Shuttle bus*) sangat aman dan nyaman dipakai.

Item keempatbelas yaitu mengenai penampilan karyawan. Memiliki rincian jawaban pada skor 5 sebanyak 36 orang (31,0%), skor 4 sebanyak 70 orang (60,3%), skor 3 sebanyak 7 orang (6,03%), dan skor 2 sebanyak 3 orang (2,6%). Dapat disimpulkan bahwa *item* keempatbelas dengan pernyataan “Karyawan memiliki penampilan yang rapi serta kental akan budaya Bali.” memiliki skor 4 atau “Setuju” sebagai jawaban terbanyak. Hal tersebut didukung dengan skor rata-rata sebesar 4,20 yang berarti *item* keempatbelas terletak pada interval $>3,4 - 4,2$ dengan kategori “Baik”. Berdasarkan pada skor terbanyak pada *item* keempatbelas, dapat disimpulkan bahwa banyak pengunjung domestik yang setuju terhadap karyawan yang memiliki penampilan yang rapi serta kental akan budaya Bali.

Item kelimabelas yaitu pernyataan mengenai pengelolaan *interior* dan *exterior* masing-masing bangunan yang memiliki rincian jawaban pada skor 5 sebanyak 46 orang (39,7%), skor 4 sebanyak 59 orang (50,9%), skor 3 sebanyak 8 orang (6,9%), dan skor 2 sebanyak 3 orang (2,6%). Dapat disimpulkan bahwa *item* kelimabelas dengan pernyataan “Pengelolaan *interior* dan *eksterior* pada masing-masing bangunan sesuai dengan ciri khas budaya Bali.” memiliki skor 4

atau “Setuju” sebagai jawaban terbanyak. Hal tersebut didukung dengan skor rata-rata sebesar 4,28 yang berarti *item* kelimabelas terletak pada interval $>4,2 - 5,0$ dengan kategori “Sangat Baik”. Berdasarkan pada skor terbanyak pada *item* kelimabelas, dapat disimpulkan bahwa banyak pengunjung domestik yang setuju terhadap pengelolaan *interior* dan *eksterior* pada masing-masing bangunan sesuai dengan ciri khas budaya Bali.

Skor rata-rata variabel Kualitas Layanan (X_2) yang sebesar 4,62 dengan interval yaitu $>4,2 - 5,0$ pada distribusi jawaban responden Kualitas Layanan (X_2) tersebut, dapat disimpulkan bahwa sebagian responden cenderung menjawab setuju dengan pernyataan yang diberikan dan memiliki respon yang Sangat Baik.

3. Distribusi Jawaban Responden Variabel Kepuasan Pengunjung (Y)

Kepuasan Pengunjung memiliki dua (2) indikator yaitu: kepuasan secara keseluruhan dan konfirmasi harapan yang menghasilkan 5 *item* pernyataan yang diberikan kepada responden untuk dijawab. Hasil dari jawaban responden dapat dilihat dalam Tabel 4.10 :

Tabel 4.10 Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Pengunjung

Indikator	Item	Sangat Setuju		Setuju		Tidak Ada Pendapat		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju		Jumlah		Rata-rata item
		5		4		3		2		1		Jumlah	%	
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%			
Kepuasan Secara Keseluruhan	Y _{1.1}	35	30.2	66	56.9	5	4.3	9	7.8	1	0.9	116	100	4.08
	Y _{1.2}	29	25.0	69	59.5	11	9.5	7	6.0	0	0.00	116	100	4.03
Konfirmasi Harapan	Y _{2.1}	25	21.6	65	56.0	19	16.4	6	5.2	1	0.9	116	100	3.92
	Y _{2.2}	26	22.4	53	45.7	23	19.8	11	9.5	3	2.6	116	100	3.76
	X _{2.3}	26	22.4	58	50.0	22	19.0	9	7.8	1	0.9	116	100	3.85
Skor Rata-Rata Variabel Kualitas Layanan													3.92	

Sumber: Lampiran 3

Keterangan:

- Y_{1.1} : Seluruh Fasilitas Wisata yang disediakan sangat memuaskan.
 Y_{1.2} : Seluruh Kualitas Layanan yang diberikan sangat memuaskan.
 Y_{2.1} : Pengalaman berkunjung yang didapat, sangat sesuai dengan yang diharapkan sebelumnya.
 Y_{2.2} : Rasa ingin berkunjung kembali ke Garuda Wisnu Kencana Cultural Park bila berwisata ke Provinsi Bali timbul di benak saya.
 Y_{2.3} : Ada keinginan kuat untuk merekomendasikan kepada orang terdekat (Saudara, Keluarga, Kerabat, dll) sebagai tujuan wisata yang memuaskan.
- 5 : Sangat Setuju
 4 : Setuju
 3 : Tidak Ada Pendapat
 2 : Tidak Setuju
 1 : Sangat Tidak Setuju

Berdasarkan pada Tabel 4.10, maka dapat diketahui hasil frekuensi pernyataan dari responden tentang variabel Kepuasan Pengunjung (Y) yang terdiri dari lima *item*. *Item* pertama membahas mengenai kepuasan pada fasilitas wisata yang disediakan. Pernyataan tersebut dijawab oleh 116 orang dengan rincian nilai skor 5 sebanyak 35 orang (30,2%), skor 4 sebanyak 66 orang (56,9), skor 3 sebanyak 5 orang (4,3%), skor 2 sebanyak 9 orang (7,8%) dan skor 1 sebanyak 1 orang (0,9%). Dapat disimpulkan bahwa *item* pertama dengan pernyataan “Seluruh Fasilitas Wisata yang disediakan sangat memuaskan.” memiliki skor 4 atau “Setuju” sebagai jawaban terbanyak. Hal tersebut didukung dengan skor rata-rata sebesar 4,08 yang berarti *item* pertama terletak pada interval $>38,4 - 4,2$ dengan kategori “Baik”. Berdasarkan pada skor terbanyak pada *item* pertama, dapat disimpulkan bahwa banyak pengunjung domestik yang setuju terhadap seluruh Fasilitas Wisata yang disediakan sangat memuaskan.

Item kedua yaitu pernyataan kepuasan pada kualitas layanan yang diberikan yang memiliki rincian jawaban pada skor 5 sebanyak 29 orang (25,0%),

skor 4 sebanyak 69 orang (59,5), skor 3 sebanyak 11 orang (9,5%), skor 2 sebanyak 7 orang (6,0%). Dapat disimpulkan bahwa *item* kedua dengan pernyataan “Seluruh Kualitas Layanan yang diberikan sangat memuaskan.” (Y_{1.2}) memiliki skor 4 atau “Setuju” sebagai jawaban terbanyak. Hal tersebut didukung dengan skor rata-rata sebesar 4,03 yang berarti *item* kedua terletak pada interval >38,4 – 4,2 dengan kategori “Baik”. Berdasarkan pada skor terbanyak pada *item* kedua, dapat disimpulkan bahwa banyak pengunjung domestik yang setuju terhadap seluruh Kualitas Layanan yang disediakan sangat memuaskan.

Item ketiga adalah pernyataan mengenai kesesuaian pengalaman berkunjung dengan harapan sebelumnya yang memiliki rincian jawaban pada skor 5 sebanyak 25 orang (21,6%), skor 4 sebanyak 65 orang (56,0), skor 3 sebanyak 19 orang (16,4%), skor 2 sebanyak 6 orang (5,2%) dan skor 1 sebanyak 1 orang (0,9%). Dapat disimpulkan bahwa *item* kedua dengan pernyataan “Pengalaman berkunjung yang didapat, sangat sesuai dengan yang diharapkan sebelumnya.” (Y_{2.1}) memiliki skor 4 atau “Setuju” sebagai jawaban terbanyak. Hal tersebut didukung dengan skor rata-rata sebesar 3,92 yang berarti *item* ketiga terletak pada interval >3,4 – 4,2 >38,4 – 4,2 dengan kategori “Baik”. Berdasarkan pada skor terbanyak pada *item* ketiga, dapat disimpulkan bahwa banyak pengunjung domestik yang setuju terhadap pengalaman berkunjung yang didapat, sangat sesuai dengan yang diharapkan sebelumnya.

Item keempat menjelaskan mengenai keinginan melakukan kunjungan ulang. Memiliki rincian jawaban pada skor 5 sebanyak 26 orang (22,4%), skor 4 sebanyak 53 orang (45,7%), skor 3 sebanyak 23 orang (19,8%), skor 2 sebanyak

11 orang (9,5%) dan skor 1 sebanyak 3 orang (2,6%). Dapat disimpulkan bahwa *item* keempat dengan pernyataan “Rasa ingin berkunjung kembali ke Garuda Wisnu Kencana Cultural Park bila berwisata ke Provinsi Bali timbul di benak saya.” memiliki skor 4 atau “Setuju” sebagai jawaban terbanyak. Hal tersebut didukung dengan skor rata-rata sebesar 3,76 yang berarti *item* keempat terletak pada interval $>3,4 - 4,2$ dengan kategori “Baik”. Berdasarkan pada skor terbanyak pada *item* keempat, dapat disimpulkan bahwa banyak pengunjung domestik yang setuju memiliki perasaan untuk berkunjung kembali ke Garuda Wisnu Kencana Cultural Park bila berwisata ke Provinsi Bali.

Item kelima yaitu pernyataan keinginan melakukan rekomendasi. memiliki rincian jawaban pada skor 5 sebanyak 26 orang (22,4%), skor 4 sebanyak 58 orang (50,0), skor 3 sebanyak 22 orang (19,0%), skor 2 sebanyak 9 orang (7,8%) dan skor 1 sebanyak 1 orang (0,9%). Dapat disimpulkan bahwa *item* kelima dengan pernyataan “Ada keinginan kuat untuk merekomendasikan kepada orang terdekat (Saudara, Keluarga, Kerabat, dll) sebagai tujuan wisata yang memuaskan.” memiliki skor 4 atau “Setuju” sebagai jawaban terbanyak. Hal tersebut didukung dengan skor rata-rata sebesar 3,8 yang berarti *item* kelima terletak pada interval $>3,4 - 4,2$ dengan kategori “Baik”. Berdasarkan pada skor terbanyak pada *item* kelima, dapat disimpulkan bahwa banyak pengunjung domestik yang setuju memiliki keinginan kuat untuk merekomendasikan kepada orang terdekat (Saudara, Keluarga, Kerabat, dll).

Skor rata-rata variabel Kepuasan Pengunjung (Y) yang sebesar 3,92 dengan interval yaitu $>3,4 - 4,2$ pada distribusi jawaban responden Kepuasan

Pengunjung (Y) tersebut, dapat disimpulkan bahwa sebagian responden cenderung menjawab setuju dengan pernyataan yang diberikan dan memiliki respon yang baik.

D. Hasil Analisis Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas Data

Uji normalitas dilakukan untuk menguji dalam regresi apakah nilai residual tersebar normal atau tidak. Prosedur uji dilakukan dengan uji Kolmogrov-Smirnov (K-S). Data yang dinyatakan baik adalah data yang memenuhi syarat kenormalan dengan ketentuan apabila $\text{sig.} < 0,05$ maka H_a tidak didukung yang artinya normalitas tidak terpenuhi. Sedangkan, apabila $\text{sig.} > 0,05$ maka H_a didukung yang artinya normalitas terpenuhi.

Ketentuan pada Uji Kolmogrov-Smirnov (K-S), dinyatakan dengan H_0 yang artinya data residual tidak berdistribusi normal dan H_a yang artinya data residual berdistribusi normal. Hasil pengujian asumsi normalitas menggunakan uji Kolmogrov-Smirnov dapat dilihat pada Tabel 4.11 sebagai berikut

Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas

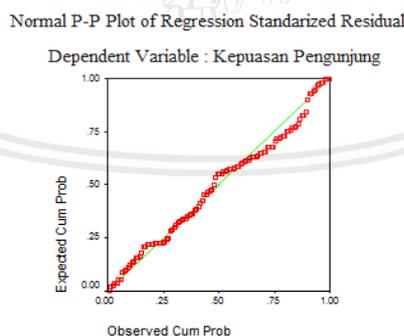
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		116
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	18.42330551
Most Extreme Differences	Absolute	.077
	Positive	.077
	Negative	-.058
Kolmogorov-Smirnov Z		.832
Asymp. Sig. (2-tailed)		.493

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Lampiran 5

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 4.11 didapat bahwa nilai signifikansi 0,493 diperoleh lebih besar dari $\alpha = 0,05$ yang berarti H_a diterima dan data terdistribusi secara normal. Selain berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan sig, terdapat cara pengujian lain yaitu dengan melihat grafik *normal probability plot*. Berdasarkan hasil *output* dari SPSS yang ditunjukkan pada Gambar 4.1, terlihat bahwa plot dari residual menyebar sesuai dengan garis uji diagonal yang mengarah ke kanan dan tidak ada gerombolan plot yang menyebar menjauhi garis uji normalitas. Analisis tersebut menyatakan bahwa data dikatakan mempunyai sebaran normal atau dengan kata lain telah memenuhi asumsi data terdistribusi normal. Kesimpulan dari uji normalitas tersebut, adalah seluruh variabel bebas dan variabel terikat yang digunakan memiliki sebaran yang normal, sehingga data tersebut memenuhi asumsi kenormalan.



Gambar 4.1 Grafik P-Plot Uji Normalitas

Sumber : Lampiran 5

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui bahwa tidak terjadi hubungan yang sangat kuat atau tidak terjadi hubungan linier atau dapat pula

dikatakan bahwa antar variabel bebas tidak saling berkaitan. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi korelasi antar variabel bebas atau tidak terjadi multikolinearitas. Cara untuk mengujiannya adalah dengan membandingkan nilai *tolerance* yang didapat dari perhitungan regresi berganda dan uji VIF (*Variance Inflation Factor*). Apabila nilai *tolerance* > 0,1 dan nilai VIF < 10,0 maka terjadi multikolinearitas. Sebaliknya, bila nilai *tolerance* < 0,1 dan nilai VIF > 10,0 maka tidak terjadi multikolinearitas. Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada Tabel 4.11 sebagai berikut:

Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Fasilitas Wisata	.978	1.022
	Kualitas Layanan	.978	1.022

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung

Sumber: Lampiran 6

Berdasarkan data dari tabel 4.12 dilihat dari nilai *tolerance* maka diperoleh hasil sebagai berikut:

- a. Nilai *tolerance* Fasilitas Wisata (X_1) adalah $0,978 > 0,1$
- b. Nilai *tolerance* Kualitas Layanan (X_2) adalah $0,978 > 0,1$

Hasil dari keseluruhan nilai *tolerance* dari masing-masing variabel bebas yaitu lebih besar dari 0,1 sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas.

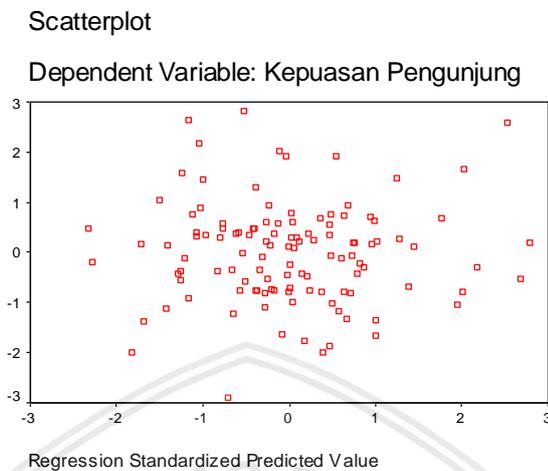
Uji multikolinearitas selain dilihat melalui nilai *tolerance*, dapat pula dilakukan melalui perbandingan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dengan angka 10. Jika nilai VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinearitas dan sebaliknya. Jika nilai VIF > 10 maka terjadi multikolinearitas. Berikut hasil pengujian masing-masing variabel bebas:

- a. Nilai VIF Fasilitas Wisata (X_1) adalah $1,022 < 10,0$
- b. Nilai VIF Kualitas Layanan (X_2) adalah $1,022 < 10,0$

Berdasarkan hasil dari keseluruhan nilai VIF untuk semua variabel bebas memiliki nilai yang lebih kecil dari 10,0. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas di antara variabel bebas tersebut (asumsi multikolinieritas terpenuhi).

3. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel bebas dan variabel pengganggu. Metode pengujian yang dilakukan adalah dengan melihat grafik *scatter plot* yang menggunakan bantuan SPSS 23.0 *for Windows*. Hasil uji heterokedastisitas dapat dilihat pada Gambar 4.2 sebagai berikut :



Gambar 4.2 Grafik *Scatter Plot* Uji Heteroskedastisitas

Sumber : Lampiran 7

Berdasarkan Gambar 4.2 diketahui bahwa *scatter plot* yang dihasilkan tidak membentuk sebuah pola tertentu (acak) maka dapat dikatakan semua variabel pada penelitian ini tidak terjadi heterokedastisitas atau asumsi heterokedastisitas terpenuhi sehingga data yang digunakan layak untuk dilakukan analisis regresi berganda. Dari gambar di atas dapat dilihat juga bahwa titik-titik data menyebar di atas dan di bawah serta di sekitar angka 0 sehingga terlihat tidak terjadi heterokedastisitas.

E. Hasil Analisis Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menghitung besarnya pengaruh antara variabel bebas, yaitu Fasilitas Wisata (X_1) dan Kualitas Layanan (X_2) terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Pengunjung (Y).

1. Persamaan Regresi Linier Berganda

Analisis dilakukan dengan bantuan software SPSS 23.0 for Windows. Tabel 4.13 memberikan hasil persamaan analisis regresi linier berganda secara rinci sebagai berikut:

Tabel 4.13 Persamaan Regresi Linier Berganda

Variabel Terikat	Variabel Bebas	Unstandardized Coefficient		Standardized Coefficient	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
Kepuasan Pengunjung (Y)	(Constant)	-1.198	1.956		-0.612	0.542
	Fasilitas Wisata (X ₁)	0.176	0.064	0.280	2.768	0.007
	Kualitas Layanan (X ₂)	0.239	0.050	0.486	4.806	0.000
R	= 0.723					
R ²	= 0.523					
Adjusted R ²	= 0.515					N = 116
F _{hitung}	= 62.024					F _{tabel} = 3.077
Sig. F	= 0.000					t _{tabel} = 1.981

Sumber: Lampiran 8

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda pada tabel 4.13 maka dapat dirumuskan suatu persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -1.198 + 0.176 X_1 + 0.239 X_2$$

Dari persamaan regresi linier berganda tersebut dapat diinterpretasikan dengan rinci sebagai berikut:

- 1) Koefisien regresi variabel Fasilitas Wisata (B_1) sebesar 0.176 dan memiliki tanda positif yang menunjukkan bahwa Fasilitas Wisata terhadap Kepuasan

Pengunjung memiliki hubungan yang searah. Artinya, apabila setiap Fasilitas Wisata ditingkatkan, maka akan meningkatkan Kepuasan Pengunjung yang berkunjung di masing-masing *venue* maupun patung Garuda Wisnu Kencana di GWK Cultural Park Bali dengan asumsi pengaruh variabel lain dianggap konstan atau sama dengan nol. Selain itu, dari nilai koefisien *standardized* variabel Fasilitas Wisata dihasilkan nilai 0,280. Hasil ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel Fasilitas Wisata terhadap Kepuasan Pengunjung sebesar 28,0%.

- 2) Koefisien regresi variabel Kualitas Layanan (B_2) sebesar 0,239 dan memiliki tanda positif yang menunjukkan bahwa Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengunjung memiliki hubungan yang searah. Artinya, apabila Kualitas Layanan ditingkatkan, maka akan meningkatkan Kepuasan Pengunjung sebesar 0,239 dengan asumsi pengaruh variabel lain dianggap konstan atau sama dengan 0. Selain itu, dari nilai koefisien *standardized* variabel Kualitas Layanan dihasilkan nilai 0,486. Hasil ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengunjung sebesar 48,6%.

2. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan varians dari variabel terikatnya. Nilai koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat melalui Tabel 4.13. Nilai koefisien determinasi (R^2) atau *Adjusted R²* digunakan untuk pengujian kelayakan model yang didapatkan dari hasil analisis regresi berganda. Dikarenakan regresi yang

digunakan adalah regresi berganda maka digunakan nilai *Adjusted R²* yang nilainya 0,515 yang berarti bahwa sebesar 51,5% menunjukkan proporsi pengaruh faktor pengaruh Fasilitas Wisata (X_1) dan Kualitas Layanan (X_2) terhadap Kepuasan Pengunjung (Y). Sedangkan sisa dari nilai R^2 sebesar 48,5% Kepuasan Pengunjung dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak di libatkan dalam penelitian ini.

F. Uji Hipotesis

1. Uji-F atau Uji Simultan

Pengujian simultan (Uji-F) atau pengujian model digunakan untuk mengetahui apakah hasil dari analisis regresi signifikan atau tidak, dengan kata lain model yang diduga sesuai atau tidak. Pengujian simultan (Uji-F) dilakukan dengan menggunakan bantuan SPSS 23.0 *for windows* dengan cara membandingkan sig. F < dengan nilai sig. α (0,05) maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya variabel bebas berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel terikat. Apabila sig. F > sig. α (0,05) maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang artinya variabel bebas tidak berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat.

Hasil uji simultan (Uji-F) berdasarkan pada Tabel 4.13 diketahui bahwa nilai F_{hitung} sebesar 62,024. Sedangkan F_{tabel} ($\alpha=0.05$) adalah sebesar 3,077 Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $62,024 > 3,077$ atau nilai sig F (0,000) < $\alpha = 0,05$ maka model analisis regresi adalah signifikan. Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kepuasan Pengunjung (Y) mendapat

pengaruh yang signifikan secara simultan oleh variabel Fasilitas Wisata (X_1) dan Kualitas Layanan (X_2).

2. Uji-t atau Uji Parsial

Pengujian hipotesis kedua dilakukan dengan menggunakan uji-t yang digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh signifikan secara parsial pada masing-masing variabel bebas (dependen) terhadap variabel terikat (independen). Pengujian hipotesis dapat dilihat dari jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai signifikansi $< 0,05$ maka dapat dinyatakan H_0 ditolak dan H_a diterima. Sebaliknya jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai signifikansi $> 0,05$ maka dapat dinyatakan H_0 diterima dan H_a ditolak.

a) Variabel Fasilitas Wisata (X_1)

Berdasarkan uji-t antara Fasilitas Wisata (X_1) dengan Kepuasan Pengunjung (Y) menunjukkan $t_{hitung} = 2,768$. Sedangkan t_{tabel} sebesar 1,981. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,768 > 1,981$ atau nilai sig t $(0,007) < \alpha = 0,05$ maka pengaruh X_1 (Fasilitas Wisata) terhadap Y (Kepuasan Pengunjung) adalah signifikan. Hal ini berarti H_1 diterima dan H_0 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa Kepuasan Pengunjung dapat dipengaruhi secara signifikan oleh Fasilitas Wisata.

b) Variabel Kualitas Layanan (X_2)

Berdasarkan uji-t antara X_2 (Kualitas Layanan) dengan Y (Kepuasan Pengunjung) menunjukkan $t_{hitung} = 4,806$. Sedangkan t_{tabel} sebesar 1,981. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $4,806 > 1,981$ atau nilai sig. t $(0,000) < \alpha = 0,05$ maka pengaruh X_2 (Kualitas Layanan) terhadap Y (Kepuasan Pengunjung)

adalah signifikan. Hal ini berarti H_1 diterima dan H_0 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa Kepuasan Pengunjung dapat dipengaruhi secara signifikan oleh Kualitas Layanan.

G. Pembahasan

1. Pengaruh Fasilitas Wisata (X_1) dan Kualitas Layanan (X_2) terhadap Kepuasan (Y)

Berdasarkan pada hasil uji-F diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 62,024. Sedangkan F_{tabel} ($\alpha=0.05$) adalah sebesar 3,077. Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $62,024 > 3,077$ atau nilai sig. F (0,000) $< \alpha = 0,05$ maka model analisis regresi adalah signifikan sehingga dapat dikatakan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Pada nilai R^2 *Adjusted* yang nilainya 0,515 yang berarti bahwa sebesar 51,5% menunjukkan proporsi pengaruh faktor pengaruh Fasilitas Wisata (X_1) dan Kualitas Layanan (X_2) terhadap Kepuasan Pengunjung (Y). Sedangkan sisa dari nilai R^2 sebesar 48,5% Kepuasan Pengunjung dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diikutertakan dalam penelitian ini.

Signifikannya pengaruh Fasilitas Wisata dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan pengunjung secara simultan juga memiliki kesamaan dengan penelitian terdahulu oleh Rosita, Marhanah, Wahadi (2016) yang meneliti pengaruh Fasilitas Wisata dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengunjung yang memiliki kesamaan pada variabel yang diteliti. Persamaan dengan hasil penelitian yang telah dilaksanakan di GWK Cultural Park yaitu pada persamaan regresi linier berganda, memiliki kesamaan pada pengaruh Fasilitas Wisata (X_1) yang lebih kecil dibandingkan dengan Kualitas Layanan (X_2). Hal tersebut terjadi

dikarenakan Kualitas Layanan pada masing-masing karyawan yang memiliki jiwa *hospitality* yang lebih dirasakan dibanding dengan Fasilitas Wisata yang pengelolaannya masih perlu dikembangkan lagi sehingga masing-masing individu mendapatkan manfaat nyata dan berkesan dalam melakukan kunjungannya di GWK Cultural Park tersebut.

2. Pengaruh Fasilitas Wisata (X_1) terhadap Kepuasan Pengunjung (Y)

Berdasarkan hasil uji-t antara X_1 (Fasilitas Wisata) dengan Y (Kepuasan Pengunjung) menunjukkan $t_{hitung} = 2,768$. Sedangkan t_{tabel} sebesar 1,981. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,768 > 1,981$ atau nilai sig t ($0,007$) $< \alpha = 0,05$ dan nilai *standardized coefficients* variabel Fasilitas Wisata dihasilkan nilai 0,280, yang menunjukkan bahwa pengaruh variabel Fasilitas Wisata terhadap Kepuasan Pengunjung yang terjadi sebesar 28,0 %. Berdasarkan hasil perhitungan tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel Fasilitas Wisata (X_1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Pengunjung (Y).

Hasil penelitian ini juga diperkuat dengan teori dari Yoeti (2003:56) yang menyatakan bahwa Fasilitas Wisata adalah semua yang fungsinya memenuhi kebutuhan wisatawan yang tinggal untuk sementara waktu di daerah tempat wisata yang dikunjunginya. Semakin ditingkatkan Fasilitas Wisata, maka semakin terpenuhinya kebutuhan wisatawan dan menciptakan Kepuasan pengunjung yang tinggi pula.

Pada tabel distribusi frekuensi variabel Fasilitas Wisata yang terdiri dari 9 *item*, telah ditentukan bahwa nilai rata – rata tertinggi pada *item*, yaitu *item* $X_{1.1.1}$ dengan pernyataan “Area disekitar patung Garuda Wisnu Kencana Cultural Park

Bali dan masing-masing *venue* lainnya sangat bersih dengan tersedianya tempat sampah yang memadai”. Berdasarkan pada penelitian lapangan dapat dinyatakan bahwa pengunjung merasa pengelolaan Fasilitas Wisata khususnya pada kebersihan senantiasa dijaga demi menunjukkan kepuasan berkunjung pada pengunjung domestik yang datang dan menikmati suasana dari patung Garuda Wisnu Kencana Cultural Park Bali dan masing-masing *venue* lainnya.

Hasil penelitian tersebut juga memiliki kesamaan pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rosita, Marhanah, Wahadi (2016) mengenai pengaruh Fasilitas Wisata terhadap Kepuasan Pengunjung yang menunjukkan bahwa variabel Fasilitas Wisata yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung. Fasilitas Wisata merupakan hal utama dalam sebuah pengembangan pariwisata. Semakin berkembangnya Fasilitas Wisata, maka pengunjung akan merasakan dampak yang nyata dalam melakukan kunjungan di lokasi tersebut. Hasil penelitian lainnya juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Maisaroh, Irawati, Runanto (2017) khususnya pada variabel Fasilitas Wisata terhadap Kepuasan Konsumen pada Pengunjung Domestik Museum Benteng Vredenburg Yogyakarta. Kesamaan pada penelitian tersebut yaitu pada berpengaruhnya variabel Fasilitas Wisata terhadap Kepuasan Konsumen. Berdasarkan pada dua penelitian tersebut, dapat dinyatakan bahwa penelitian yang dilakukan di Garuda Wisnu Kencana Cultural Park Bali memiliki kesamaan hasil dengan penelitian sebelumnya.

3. Variabel Kualitas Layanan (X_2) terhadap Kepuasan Pengunjung (Y)

Berdasarkan uji-t antara X_2 (Kualitas Layanan) dengan Y (Kepuasan Pengunjung) menunjukkan $t_{hitung} = 4,806$. Sedangkan t_{tabel} sebesar 1,981. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $4,806 > 1,981$ atau nilai sig. t (0,000) $< \alpha = 0,05$ dan nilai *standardized coefficients* variabel Kualitas Layanan dihasilkan memiliki nilai 0,486 yang menunjukkan bahwa pengaruh variabel Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengunjung sebesar 48,6% . Berdasarkan hasil perhitungan tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Layanan (X_2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Pengunjung (Y).

Hasil penelitian ini juga diperkuat dengan teori yang dikemukakan oleh Parasuraman, Zeithaml & Berry pada Parasuraman, Zeithaml & Berry (1988:16) yang menyatakan bahwa konsumen merasa puas dengan suatu pelayanan tertentu tetapi tidak merasa bahwa bentuk pelayanan perusahaan bukan merupakan kualitas pelayanan terbaik. Hal ini dapat berarti bahwa kepuasan konsumen tersebut dihasilkan dari kualitas layanan yang dihasilkan perusahaan dapat memenuhi harapan konsumen.

Pada tabel distribusi frekuensi variabel Kualitas Layanan yang terdiri dari 15 *item*, telah ditentukan bahwa nilai rata – rata tertinggi pada *item*, yaitu *item* $X_{2.5,3}$ dengan pernyataan “Pengelolaan *interior* dan *eksterior* pada masing-masing bangunan sesuai dengan ciri khas budaya Bali”. Berdasarkan pada penelitian lapangan dapat dinyatakan bahwa pengunjung merasa sangat puas pada Kualitas Layanan khususnya pada Bukti Langsung berupa pengelolaan *interior* dan *eksterior* pada masing-masing bangunan yang sesuai dengan budaya Bali sehingga

pengunjung domestik tidak merasa kecewa dengan peningkatan Kualitas Layanan yang dilakukan oleh PT Alam Sutera Realty Tbk yang tidak meninggalkan unsur budaya Bali.

Hasil penelitian ini juga memiliki kesesuaian dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Putra, Sudiarta, Mananda (2014) khususnya pada pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Niat Berkunjung Kembali. Pengunjung yang merasa puas dengan Kualitas Layanan yang diberikan sehingga akan menimbulkan keinginan kuat untuk berkunjung kembali. Hasil Penelitian lainya juga memiliki kesamaan yaitu penelitian yang dilakukan oleh Rosita, Marhanah, Wahadi (2016) mengenai pengaruh Fasilitas Wisata terhadap Kepuasan Pengunjung yang menunjukkan bahwa variabel Kualitas Layanan yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung. Berdasarkan hasil pada penelitian ini dengan penelitian terdahulu, ditentukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan pada masing-masing indikator terhadap Kepuasan Pengunjung yang meliputi: Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan atau Asuransi, Empati dan Bukti Fisik. Kualitas Layanan yang dipadukan dengan budaya Bali yang penuh dengan jiwa *hospitality* (keramah-tamahan) adalah nilai tambah yang dapat ditemukan di GWK Cultural Park tersebut.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas (dependen) yang terdiri dari Fasilitas Wisata (X_1) dan Kualitas Layanan (X_2) terhadap variabel terikat (independen) yaitu Kepuasan Pengunjung (Y) pada pengunjung Domestik di Garuda Wisnu Kencana Cultural Park Bali. Berdasarkan pada hasil analisis regresi linier berganda, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan pada hasil uji-F diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 62,024. Sedangkan F_{tabel} ($\alpha=0.05$) adalah sebesar 3,077. Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $62,024 > 3,077$ atau nilai sig. F ($0,000$) $< \alpha = 0,05$ maka model analisis regresi adalah signifikan sehingga dapat dikatakan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Kesimpulan pada hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel Fasilitas Wisata (X_1) dan Kualitas Layanan (X_2) terhadap Kepuasan Pengunjung (Y), mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan.
2. Berdasarkan pada hasil uji-t diperoleh bahwa kedua variabel berpengaruh signifikan secara parsial yaitu Fasilitas Wisata (X_1) dengan nilai signifikansi probabilitas α sebesar $0,007 < 0,05$. Sedangkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,768 > 1,981$ dan Kualitas Layanan (X_2) dengan nilai signifikansi probabilitas α sebesar $0,000 < 0,05$ sedangkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $4,806 > 1,981$. Kesimpulan yang didapatkan bahwa kedua variabel tersebut mempunyai pengaruh signifikan secara parsial yaitu Fasilitas Wisata (X_1)

terhadap Kepuasan Pengunjung (Y) dan Kualitas Layanan (X_2) terhadap Kepuasan Pengunjung (Y).

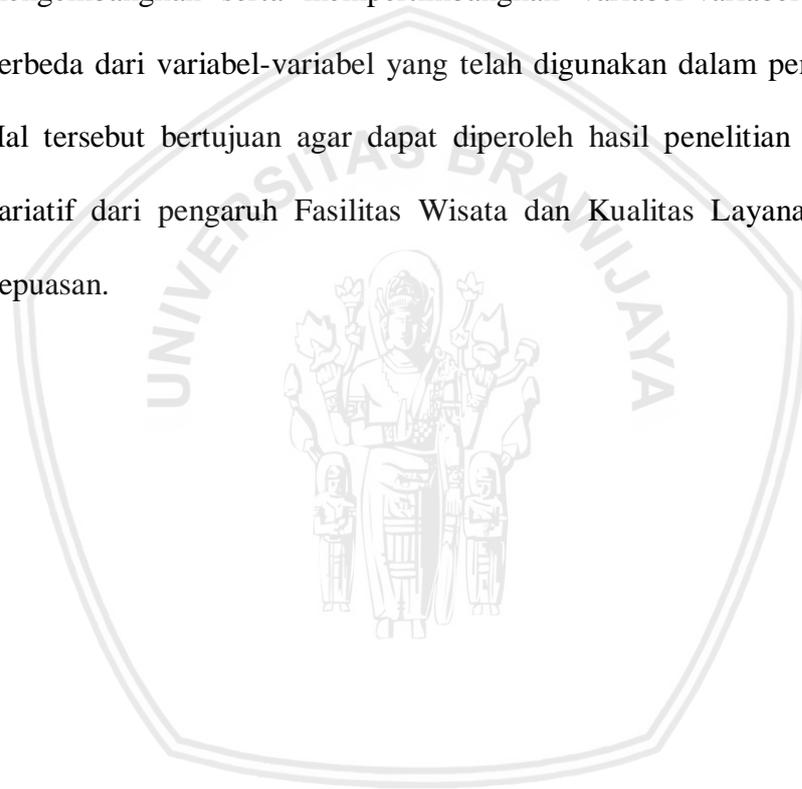
B. Saran

Berdasarkan pada penelitian yang telah dipaparkan, maka didapat beberapa saran yang diharapkan memiliki manfaat bagi semua pihak. Baik pihak perusahaan maupun pihak-pihak lainnya. Saran-saran yang diberikan, antara lain:

1. Mengingat Fasilitas Wisata (X_1) yang memiliki pengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung (Y) di GWK Cultural Park, maka hendaknya pada aspek penyediaan Fasilitas Wisata senantiasa dikembangkan oleh manajemen yaitu PT Alam Sutra Reality .Tbk secara terus-menerus dan dijaga keberadaannya sehingga mampu menciptakan kesan baik kepada pengunjung Domestik dan menimbulkan kepuasan. Pengoptimalan pengembangan Fasilitas Wisata senantiasa dilaksanakan secara maksimal sehingga meminimalisir rasa ketidakpuasan pengunjung dan diharapkan pengunjung Domestik mampu menjadikan GWK Cultural Park sebagai lokasi pariwisata yang direkomendasikan kepada orang terdekat, saudara, kerabat dan lain-lain.
2. Kualitas Layanan yang diberikan pengunjung Domestik telah mencapai kategori sangat baik. Hal tersebut dibuktikan dengan terdapat pengaruh paling dominan dari Kualitas Layanan (X_2) terhadap Kepuasan Pengunjung (Y). Pengoptimalan Kualitas Layanan sangat diperlukan setiap saat sehingga menciptakan kepuasan pengunjung yang lebih tinggi

lagi sehingga diharapkan mampu berpengaruh kepada aspek lainya seperti peningkatan kunjungan di GWK Cultural Park Bali.

3. Diharapkan penelitian ini mampu menjadi rujukan dan acuan bagi peneliti selanjutnya yang akan meneliti dengan konsep yang sama. Diharapkan kepada para peneliti yang melakukan penelitian yang sama agar senantiasa mengembangkan serta mempertimbangkan variabel-variabel lain yang berbeda dari variabel-variabel yang telah digunakan dalam penelitian ini. Hal tersebut bertujuan agar dapat diperoleh hasil penelitian yang lebih variatif dari pengaruh Fasilitas Wisata dan Kualitas Layanan terhadap kepuasan.



DAFTAR PUSTAKA

- Adam, Muhammad. 2015. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Pertama. Bandung: Alfabeta.
- Azwar, Saifuddin. 1997. *Metode Penelitian*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi. Jakarta: Rineka Cipta
- Bungin, Burhan. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Burton, R. 1995. *Travel Geography*. London: Pitman Publish.
- Cooper, Donald R and C William Emory. 2008. *Bussiness research Methods*. New York: McGraw Hill.
- Cravens, David W. 1996. *Pemasaran Strategis*. Alih Bahasa oleh Lina Salim. Jakarta: Erlangga.
- Darmawan, Deni. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Edisi Pertama. Bandung: Remaja Roskadaya.
- Daryanto dan Ismanto Setyobudi. 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Gava Media.
- Fatihuddin, Didin dan Anang Firmansyah. 2019. *Pemasaran Jasa: (Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Budi Utama.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Mulivariate Dengan Program Imb SPSS 23 edisi 8*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Juwandi, H.I . 2004. *Kualitas Pelayanan Jasa*. Jakarta: Erlangga
- Kartajaya, Hermawan dan Yuswohady. 2005. *Attracting, Tourist, Traders, Investors*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kurniawan, Albert. 2014. *Metode Riset Untuk Ekonomi dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Alih Bahasa: Bob Sabran. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2012a. *Manajemen Pemasaran* Diterjemahkan oleh Bob Sabran.. Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.



- Lalu, Sumayang. 2003. *Dasar-dasar Manajemen Produksi dan Operasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyodi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Edisi Ketiga. Jakarta: Salemba Empat.
- Muljadi, A.J dan H. Andri Warman. 2014. *Kepariwisata dan Perjalanan*. Edisi Revisi. Jakarta: Rajagrafindo.
- Nazir, Moh. 2003. *Metode Penelitian*. Cetakan Keempat. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Sammeng, AA. 2001. *Cakrawala Pariwisata*. Jakarta: Balai Pustaka
- Sanusi, Anwar. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat
- Sardin. 2014. *Konsep Populasi dan Sampling Serta Perhitungan Varians*. Bandung: UPI.
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi (Ed.1): 1981. *Metode Penelitian Survei*. Edisi Pertama. Jakarta: LP3ES.
- Supranto, J. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rinneka Cipta.
- Supranto, J. 2008. *Statistik: Teori dan Aplikasi*. Edisi Ketujuh. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Suryadana, Liga dan Vanny Octavia. 2015. *Pengantar Pemasaran Pariwisata* Edisi Pertama. Bandung: Alfabeta.
- Suwartono, Gamal. 1997. *Dasar-Dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Simamora, Henry. 2000. *Manajemen Pemasaran Internasional*. Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.
- _____. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif , Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif , Kualitatif dan R&D*. Edisi Ke-25. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy & Gregorious Candra. 2011. *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi.
- _____. 2013. *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa : Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi.

Wardiyanta. 2006. *Metode Penelitian Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.

Wibisono, Yusuf. 2009. *Metode Statistik*. Yogyakarta: Gajah Mada Press.

Yoeti, Oka A. 1996. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung. Angkasa.

_____. 2003. *Tours and Travel Marketing*. Jakarta: Pradnya Paramitha.

_____. 2006. *Pariwisata Budaya Masalah dan Solusinya*. Jakarta: Pradnya Paramitha.

Internet

ANTARA Bali. 2014. "Keunikan Budaya Potensi Pariwisata Bali". Diakses pada tanggal 19 Februari 2019 melalui <https://bali.antaranews.com/berita/50074/keunikan-budaya-potensi-pariwisata-bali>

CNN Indonesia. 2018. "Pariwisata Indonesia masuk 10 besar WTTC". Diakses pada Februari 2019 melalui <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20181003195638-269-33546>

GWK Cultural Park Bali. 2018. "About us". Diakses pada tanggal 19 Februari 2019 melalui <http://gwkbali.com/>.

Survei Pengunjung Domestik di Bali . 2018. , Diakses pada tanggal 19 Februari 2019 melalui <https://bps.go.id/>

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 9 tahun 1990. Diakses pada tanggal 31 Januari 2018 melalui <https://www.atrbpn.go.id/DesktopModules/EasyDNN/News/DocumentDownload.ashx?portalid=0&moduleid=1658&articleid=713&documentid=755>

Jurnal

Maisaroh, E., Dwi Irawati., dan Dedy Runanto. 2016. Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata, dan Experiential Purchasing terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Pengunjung Domestik Museum Benteng Vredeburg Yogyakarta), *Jurnal Manajemen dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purworejo*.

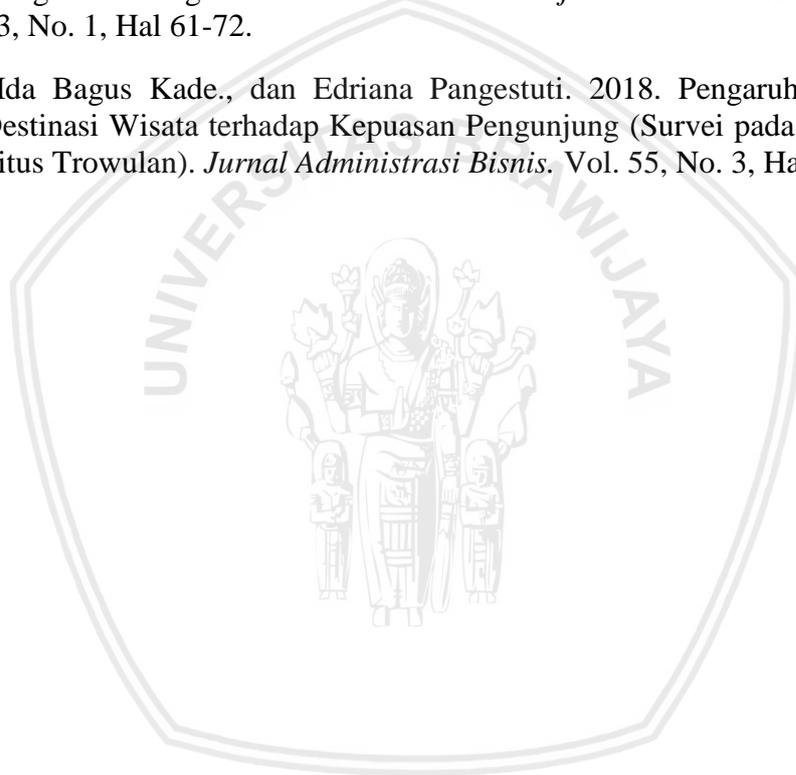
Parasuraman, A., Valarie A. Zeithaml., and Leonard L. Berry. 1988. SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer

Perceptions of Service Quality. *International Journal of Retailing*. Vol. 64. No. 1. pp 12-40.

Putra, I Gede Noviana., I Nyoman Sudiarta., dan IGPB Sastrawan Mananda. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan terhadap Niat Berkunjung Kembali Wisatawan Mancanegara ke Daya Tarik Alas Pala Sangeh. *Jurnal IPTA*, Vol. 4, No. 2, Hal. 1-6.

Rosita., Sri Marhanah., dan Woro Hanoum Wahadi. 2016. Pengaruh Fasilitas Wisata dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung di Taman Margasatwa Ragunan Jakarta. *Jurnal Manajemen Leisure & Resort*. Vol. 13, No. 1, Hal 61-72.

Wanda, Ida Bagus Kade., dan Edriana Pangestuti. 2018. Pengaruh Komponen Destinasi Wisata terhadap Kepuasan Pengunjung (Survei pada Pengunjung Situs Trowulan). *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 55, No. 3, Hal. 83-91.



Lampiran 1. Lembar Kuesioner

KUESIONER PENELITIAN

Dengan Hormat,

Saya Gilar Aditiyo Hartoyo, Mahasiswa S1 Jurusan Administrasi Bisnis, Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Minat khusus Bisnis Internasional Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang. Saat ini, saya sedang melakukan penelitian yang berjudul : “ **Pengaruh Fasilitas Wisata dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan (Survei pada Pengunjung Domestik di Garuda Wisnu Kencana Cultural Park Bali)**”, maka saya mohon kesediaan anda meluangkan waktu untuk mengisi daftar pernyataan yang tersedia dikuesioner ini dengan benar dan sesungguhnya. Saya akan menjamin kerahasiaan data yang anda berikan, karena jawaban tersebut hanya sebagai bahan penelitian dan tidak untuk dipublikasikan.

Atas kerjasama dan bantuan anda dalam mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih

Peneliti

Gilar Aditiyo Hartoyo
NIM. 155030207111112

A. Identitas Responden

1. Nama responden :
2. Jenis kelamin :
3. Umur :
4. Asal daerah :
5. Sumber informasi mengenai GWK Cultural Park Bali:
 - a) Informasi Paket Wisata
 - b) Orang Terdekat
 - c) Media Sosial
 - d) Lainnya:.....
6. Alasan berkunjung ke GWK Cultural Park Bali :
 - a) Rekreasi / Mengisi Waktu Liburan
 - b) Mengenal Budaya Bali Lebih dekat
 - c) Meningkatkan *Prestige* diri sendiri
 - d) Lainnya:.....
7. Sifat kunjungan :
 - a) Terencana
 - b) Tidak terencana

B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Berilah tanda silang (X) pada kolom jawaban yang paling sesuai dengan pilihan anda.

Keterangan :

SS	S	TT	TS	STS
Sangat Setuju	Setuju	Tidak Ada Pendapat	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju

A. Fasilitas Wisata

1. Kelengkapan, kebersihan, dan kerapian fasilitas yang ditawarkan

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	TT	TS	STS
1	Area di sekitar patung Garuda Wisnu Kencana Cultural Park Bali dan masing-masing <i>venue</i> lainnya sangat bersih dengan tersedianya tempat sampah yang memadai.					
2	Tempat MCK (Mandi Cuci Kakus) sudah memiliki perlengkapan yang lengkap dan bersih.					
3	Susunan barang-barang yang ditawarkan kepada pengunjung di Stand souvenir dan <i>foodcourt</i> sangat rapi.					

2. Kondisi dan fungsi fasilitas yang ditawarkan.

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	TT	TS	STS
1	Kondisi area di sekitar patung Garuda Wisnu Kencana Cultural Park Bali dan masing-masing <i>venue</i> lainnya					

	senantiasa dalam keadaan baik dan terawat.					
2	MCK (Mandi Cuci Kakus) memiliki fungsi sebagaimana mestinya.					
3	Kondisi barang-barang yang dijual di stand toko souvenir dan <i>foodcourt</i> selalu terjaga kualitasnya.					

3. Kemudahan menggunakan fasilitas yang disediakan.

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	TT	TS	STS
1	Area Patung Garuda Wisnu Kencana dan masing-masing <i>venue</i> lainnya sangat mudah untuk di akses dan dikunjungi.					
2	Mudahnya menemukan MCK saat diperlukan.					
3	Stand toko <i>souvenir</i> dan <i>foodcourt</i> menyediakan segala kebutuhan dan barang - barang yang mudah untuk dicari dan dibeli oleh pengunjung.					

B. Kualitas Layanan

1. Keandalan (*Reability*)

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	TT	TS	STS
1	Informasi yang disampaikan oleh karyawan, sangat berguna bagi pengunjung.					
2	Informasi jadwal pertunjukan budaya yang terdapat di brosur sangat berguna bagi pengunjung.					
3	Jadwal pertunjukan budaya dilaksanakan dengan tepat sesuai yang terlampir di brosur .					

2. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	TT	TS	STS
1	Karyawan sangat sigap dalam memberi informasi mengenai rute dan petunjuk jalan.					
2	Karyawan memberikan informasi mengenai rute dan petunjuk jalan dengan jelas dan mudah dipahami					

3	Karyawan tanggap dalam mengatasi penumpukan pengunjung pada masing-masing <i>venue</i> .					
---	--	--	--	--	--	--

3. Jaminan atau Kepastian (*Assurance*)

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	TT	TS	STS
1	CCTV dan <i>Metal Detector</i> sangat diperlukan dalam menjamin keamanan dan kenyamanan.					
2	Sikap ramah dan sopan santun pada karyawan senantiasa diterapkan saat melayani pengunjung.					
3	Karyawan senantiasa memastikan pengunjung yang telah membeli tiket untuk menikmati seluruh <i>venue</i> dan jadwal pertunjukan di Garuda Wisnu Kencana Cultural Park Bali.					

4. Empati (*Emphaty*)

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	TT	TS	STS
1	Karyawan Garuda Wisnu Kencana Cultural Park Bali senantiasa menjalin komunikasi baik dengan seluruh pengunjung.					
2	Karyawan senantiasa tersenyum saat menyambut pengunjung.					
3	Karyawan tidak membedakan pengunjung saat memberikan layanan.					

5. *Tangibles* (Bukti langsung)

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	TT	TS	STS
1	Kendaraan yang disediakan kepada pengunjung (<i>Shuttle bus</i>) sangat aman dan nyaman dipakai.					
2	Karyawan memiliki penampilan yang rapi serta kental akan budaya Bali.					
3	Pengelolaan interior dan					

	eksterior pada masing-masing bangunan sesuai dengan ciri khas budaya Bali.					
--	--	--	--	--	--	--

C. Kepuasan Pengunjung

1. Kepuasan secara keseluruhan

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	TT	TS	STS
1	Seluruh Fasilitas Wisata yang disediakan sangat memuaskan.					
2	Seluruh Kualitas Layanan yang diberikan sangat memuaskan.					

2. Kepuasan sesuai dengan harapan

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	TT	TS	STS
1	Pengalaman berkunjung yang didapat, sangat sesuai dengan yang diharapkan sebelumnya.					
2	Rasa ingin berkunjung kembali ke Garuda Wisnu Kencana Cultural Park bila berwisata ke Provinsi Bali timbul di benak saya.					

3	Ada keinginan kuat untuk merekomendasikan kepada orang terdekat (Saudara, Keluarga, Kerabat, dll) sebagai tujuan wisata yang memuaskan.					
---	---	--	--	--	--	--

Ungasan,

Responden



Lampiran 2. Nilai Responden Berdasarkan Variabel

No	X1										X2															Y						
	X1 1.1	X1 1.2	X1 1.3	X1 2.1	X1 2.2	X1 2.3	X1 3.1	X1 3.2	X1 3.3	Total Nilai Item X1	X2 1.1	X2 1.2	X2 1.3	X2 2.1	X2 2.2	X2 2.3	X2 3.1	X2 3.2	X2 3.3	X2 4.1	X2 4.2	X2 4.3	X2 5.1	X2 5.2	X2 5.3	Total Nilai Item X2	Y 11	Y 12	Y 21	Y 22	Y 23	Total Nilai Item Y
1	5	5	5	4	5	4	4	5	5	42	4	4	4	3	4	3	4	5	4	4	5	4	3	5	5	61	4	4	3	5	3	19
2	4	4	4	4	4	4	1	4	4	33	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	58	1	2	3	1	1	8
3	5	4	4	4	4	4	5	4	5	39	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	63	4	4	5	4	5	22
4	4	4	4	4	4	3	4	2	3	32	4	4	3	4	4	4	3	4	3	2	2	3	3	4	4	51	2	2	4	3	3	14
5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	4	4	3	3	3	17
6	4	2	4	4	2	3	4	4	4	31	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	3	4	5	68	5	5	4	4	4	22
7	5	5	5	5	4	3	5	4	4	40	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	2	4	4	60	4	4	4	4	4	20
8	4	4	4	4	4	4	2	4	4	34	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	4	3	4	4	4	60	4	4	5	3	3	19
9	4	4	3	4	4	3	4	4	3	33	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	61	4	3	4	4	4	19
10	5	5	4	5	4	4	5	4	4	40	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	68	4	4	3	3	3	17
11	4	4	3	4	3	4	5	4	4	35	4	3	4	4	3	4	5	4	4	4	3	5	5	4	4	60	5	4	4	5	5	23
12	4	4	4	5	4	5	4	4	5	39	5	4	4	3	4	3	4	5	4	5	4	5	4	4	5	63	3	4	4	3	4	18
13	4	4	4	4	4	4	5	4	4	37	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	5	4	4	58	4	5	4	3	3	19
14	5	5	4	4	5	4	4	4	4	39	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	65	4	4	4	2	4	18
15	4	4	4	5	4	4	4	5	5	39	4	4	5	4	4	5	5	4	3	4	5	4	4	5	4	64	5	4	5	5	4	23
16	4	4	4	5	5	5	4	4	4	39	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	64	4	4	5	5	5	23
17	4	4	5	4	4	5	4	3	4	37	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	3	4	5	63	4	4	4	4	4	20
18	5	5	4	5	4	4	5	4	4	40	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	3	4	4	4	67	4	4	3	4	4	19
19	4	5	4	4	5	5	4	5	4	40	4	4	4	3	5	4	4	5	3	4	3	3	4	4	4	58	5	4	4	4	4	21
20	5	4	4	4	3	4	3	4	5	36	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	67	4	4	4	4	3	19
21	4	4	4	3	4	4	4	5	4	36	5	4	4	3	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	67	4	5	4	5	5	23
22	5	4	3	4	4	3	4	5	3	35	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	65	5	5	4	4	4	22

23	4	4	5	5	5	4	4	4	4	39	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	68	4	5	5	5	4	23			
24	2	2	3	3	3	2	3	2	3	23	3	3	3	3	5	3	2	3	3	3	3	2	2	3	44	2	2	3	3	3	13		
25	5	4	4	4	4	5	1	2	2	31	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	53	5	5	3	4	3	20	
26	4	4	4	5	5	4	5	4	3	38	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	69	5	4	5	4	5	23	
27	5	4	5	5	5	5	5	4	4	42	4	4	4	3	4	3	5	5	5	5	5	3	4	4	5	63	4	4	4	5	5	22	
28	4	4	4	5	4	4	4	5	4	38	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	56	4	4	4	4	4	20	
29	5	4	3	4	3	4	2	4	3	32	5	4	5	3	4	4	5	5	4	4	3	4	5	4	4	63	4	4	3	2	2	15	
30	5	5	5	4	4	5	3	4	5	40	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	68	5	5	3	3	4	20	
31	3	3	4	4	3	4	4	3	3	31	4	3	3	2	2	3	4	4	4	3	4	4	5	5	5	55	4	4	4	4	4	20	
32	5	4	4	5	4	4	4	4	4	38	4	4	4	4	4	3	5	5	3	4	4	4	4	4	4	60	5	4	4	5	4	22	
33	4	4	4	4	4	3	3	4	3	33	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	57	5	4	4	4	5	22	
34	5	5	5	5	4	4	2	3	3	36	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	3	3	4	4	60	5	5	5	4	4	23	
35	5	4	5	5	4	5	4	4	4	40	5	4	4	4	4	4	3	4	5	5	5	3	4	4	4	62	5	5	4	3	4	21	
36	4	4	4	4	5	4	4	4	4	37	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	5	5	62	4	5	5	5	5	24	
37	5	5	5	5	4	3	5	4	4	40	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	2	4	4	60	4	4	4	4	4	20
38	5	5	4	5	4	4	4	5	4	40	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	67	5	4	5	4	5	23	
39	5	4	5	5	5	5	4	4	4	41	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	66	5	4	4	4	4	21	
40	4	4	4	4	4	4	5	4	5	38	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	65	4	5	4	5	5	23
41	5	4	5	4	4	4	4	5	4	39	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	68	5	5	5	5	5	25	
42	4	4	5	5	4	5	5	5	5	42	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	69	4	4	4	4	4	20	
43	4	4	4	4	4	4	5	4	4	37	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	61	4	4	4	4	4	20	
44	4	4	4	4	5	4	5	4	5	39	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	66	4	5	4	4	5	22	
45	5	5	4	4	3	4	4	4	4	37	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	66	5	5	4	4	4	22	
46	4	5	5	4	4	4	4	4	4	38	5	4	4	4	3	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	67	4	4	5	5	5	23	
47	5	5	5	5	5	5	2	5	5	42	3	3	3	3	2	3	5	5	5	3	3	3	2	4	5	52	5	5	5	5	5	25	

48	4	4	5	4	4	4	4	3	4	36	4	4	4	4	4	3	5	5	4	4	3	4	5	4	61	4	4	4	4	4	20		
49	4	4	4	4	5	4	2	4	4	35	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	65	5	5	3	3	3	19		
50	5	4	4	4	4	4	5	5	4	39	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59	4	4	4	4	4	20		
51	2	2	2	2	3	3	2	3	3	22	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	41	2	2	2	2	3	11	
52	4	4	4	4	4	4	1	4	4	33	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	64	5	4	5	5	5	24
53	4	4	5	4	4	4	4	2	4	35	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	68	5	5	4	4	4	22	
54	4	4	4	4	4	4	2	4	2	32	4	4	4	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	54	4	4	4	4	4	20	
55	4	3	4	4	3	4	2	3	4	31	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	61	2	4	4	2	4	16	
56	4	5	4	4	4	3	4	4	3	35	5	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	60	4	4	2	1	2	13	
57	5	4	5	5	5	5	5	4	4	42	4	4	4	3	4	3	5	5	5	5	5	3	4	4	5	63	4	4	4	5	5	22	
58	4	4	4	4	4	4	5	5	4	38	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	58	3	4	4	4	4	19	
59	4	4	4	4	4	4	5	4	4	37	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	5	5	4	4	62	4	5	5	5	4	23	
60	4	4	4	4	4	4	5	5	5	39	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	68	4	4	4	4	4	20	
61	5	5	5	5	4	5	5	4	4	42	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	66	5	5	4	4	4	22	
62	4	4	4	4	4	3	4	3	4	34	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	3	3	58	4	4	4	4	4	20	
63	5	5	5	5	5	5	5	4	5	44	4	4	5	4	3	3	4	3	3	4	4	4	5	5	5	60	4	4	4	3	4	19	
64	4	4	5	5	4	5	3	4	4	38	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	61	5	4	5	5	5	24	
65	2	2	2	2	2	2	2	3	2	19	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	37	2	3	1	3	2	11	
66	4	3	4	3	3	3	4	4	3	31	5	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	58	4	4	3	3	4	18	
67	4	4	4	5	4	4	4	4	4	37	5	5	5	5	5	4	3	4	5	4	5	4	4	5	5	68	4	4	4	4	4	20	
68	5	5	5	4	5	4	5	4	5	42	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	68	4	5	4	5	5	23	
69	4	5	4	3	4	5	2	3	4	34	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3	4	4	4	5	5	61	5	4	4	4	4	21	
70	5	5	5	4	4	4	2	4	4	37	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	65	5	5	4	3	2	19	
71	5	4	5	5	4	4	4	4	4	39	4	3	3	4	4	4	4	5	5	4	4	3	5	4	4	60	4	4	4	5	5	22	
72	5	5	5	5	5	5	4	5	5	44	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	66	4	4	4	4	4	20	

73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	5	5	4	5	3	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	67	4	5	5	4	4	22
74	4	4	4	4	4	4	4	3	4	35	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	54	3	3	3	3	3	15
75	5	5	5	4	4	4	2	4	4	37	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	65	5	5	4	3	2	19	
76	5	4	4	5	4	4	5	4	3	34	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	3	4	5	4	64	4	4	5	4	5	22
77	1	1	1	1	1	1	1	2	2	11	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	2	2	3	3	2	39	2	2	2	2	2	10
78	5	4	4	5	4	4	4	4	4	38	3	4	4	3	3	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	62	3	3	3	2	3	14
79	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	4	4	4	4	4	20
80	5	5	5	4	4	4	4	5	3	39	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	63	4	4	4	4	4	20
81	4	5	3	4	5	3	4	4	4	36	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	5	5	4	4	68	5	4	5	5	4	23
82	4	4	3	4	4	4	3	3	2	31	4	3	3	4	4	4	5	4	4	4	3	3	4	4	5	58	4	3	3	2	2	14
83	5	5	4	5	5	4	4	4	4	40	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	68	5	4	4	4	4	21
84	5	4	4	4	4	4	5	4	4	38	5	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	5	5	60	5	4	4	4	4	21
85	4	4	4	3	5	4	4	4	4	36	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	66	5	4	4	3	3	19
86	4	4	4	4	2	3	4	4	3	32	4	4	3	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	5	4	60	4	3	4	2	5	18
87	4	5	4	4	4	5	4	4	4	38	4	4	5	4	4	5	3	4	4	4	4	3	4	5	5	62	4	4	4	5	5	22
88	5	4	4	5	4	4	4	4	4	38	5	4	4	3	4	3	3	5	4	4	4	3	5	5	4	60	4	4	3	3	3	17
89	5	5	5	4	4	3	2	5	3	36	5	4	4	5	3	3	3	4	5	5	5	2	4	5	5	62	4	4	4	4	4	20
90	4	5	5	5	5	4	4	5	4	41	5	4	5	5	5	3	3	4	4	4	5	5	5	5	5	67	4	4	4	5	5	22
91	4	3	3	4	4	4	2	2	2	28	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	2	4	2	56	4	4	4	4	4	20
92	5	4	4	4	4	4	5	4	5	39	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	2	3	4	4	4	52	4	3	2	3	3	15
93	4	4	4	3	4	4	5	4	3	35	4	5	5	5	5	3	3	5	4	5	5	5	4	4	4	66	4	4	4	4	4	20
94	4	4	4	4	4	4	2	4	4	34	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59	4	4	4	4	4	20
95	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	4	3	3	4	3	17
96	5	5	4	5	4	4	5	5	5	42	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	3	4	4	66	5	5	5	4	5	24
97	5	5	4	5	4	4	5	4	4	40	4	4	4	4	2	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	58	4	4	3	3	3	17

98	2	2	3	2	2	3	2	2	3	21	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	43	2	2	3	1	2	10	
99	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	5	5	3	4	4	4	4	4	5	4	3	3	5	5	4	62	4	4	4	4	4	20	
100	4	5	5	5	5	5	4	4	4	41	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	58	4	4	4	4	4	20		
101	2	3	2	2	2	3	3	3	2	22	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	42	2	3	2	2	3	12	
102	5	5	5	4	5	4	5	5	5	43	4	4	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	4	4	5	69	5	5	4	5	4	23
103	5	4	4	4	4	4	2	2	3	32	5	4	4	4	4	3	4	5	5	4	4	4	4	5	4	63	4	4	5	5	5	23	
104	4	4	4	4	5	5	1	4	4	35	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	64	5	4	4	4	4	21	
105	5	4	4	5	4	5	2	4	4	37	3	4	4	2	2	2	4	4	4	4	5	4	5	5	5	57	5	5	4	3	3	20	
106	2	2	2	3	2	2	2	2	3	20	2	2	3	2	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	37	3	3	3	2	2	13		
107	5	5	4	4	4	5	4	4	4	39	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	67	4	4	5	4	4	21
108	4	3	4	4	3	4	4	3	5	34	5	4	3	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	64	5	5	4	4	4	22	
109	4	4	4	4	5	4	4	4	4	37	4	5	4	4	4	4	3	4	5	4	5	4	5	5	5	65	4	4	5	3	3	19	
110	2	2	2	2	2	2	3	2	2	19	2	2	2	3	2	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	37	2	2	2	2	3	11	
111	4	4	3	5	5	4	3	4	3	35	4	4	4	4	3	4	5	4	3	4	4	4	2	4	5	58	4	4	4	3	4	19	
112	4	4	4	3	4	3	3	3	3	31	5	5	5	4	4	3	5	5	5	5	4	4	4	3	4	3	63	4	3	4	4	5	20
113	5	5	3	4	4	4	4	4	4	37	3	4	4	4	4	4	3	5	5	5	5	5	4	3	5	5	63	4	4	5	4	4	21
114	5	4	4	4	4	4	2	4	4	35	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	69	5	5	4	4	4	22	
115	5	5	5	5	5	5	2	5	3	40	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	66	4	4	5	5	4	22	
116	4	5	4	5	5	4	5	4	4	40	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	68	4	5	5	5	4	23	

Lampiran 3. Analisis Deskriptif Variabel

Frequency Table

X1.1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	.9	.9	.9
	Tidak Setuju	7	6.0	6.0	6.9
	Tidak Ada Pendapat	1	.9	.9	7.8
	Setuju	60	51.7	51.7	59.5
	Sangat Setuju	47	40.5	40.5	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

X1.1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	.9	.9	.9
	Tidak Setuju	7	6.0	6.0	6.9
	Tidak Ada Pendapat	6	5.2	5.2	12.1
	Setuju	67	57.8	57.8	69.8
	Sangat Setuju	35	30.2	30.2	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

X1.1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	.9	.9	.9
	Tidak Setuju	5	4.3	4.3	5.2
	Tidak Ada Pendapat	11	9.5	9.5	14.7
	Setuju	68	58.6	58.6	73.3
	Sangat Setuju	31	26.7	26.7	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

X1.2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	.9	.9	.9
	Tidak Setuju	5	4.3	4.3	5.2
	Tidak Ada Pendapat	9	7.8	7.8	12.9
	Setuju	64	55.2	55.2	68.1
	Sangat Setuju	37	31.9	31.9	100.0
Total		116	100.0	100.0	

X1.2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	.9	.9	.9
	Tidak Setuju	7	6.0	6.0	6.9
	Tidak Ada Pendapat	10	8.6	8.6	15.5
	Setuju	71	61.2	61.2	76.7
	Sangat Setuju	27	23.3	23.3	100.0
Total		116	100.0	100.0	

X1.2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	.9	.9	.9
	Tidak Setuju	4	3.4	3.4	4.3
	Tidak Ada Pendapat	17	14.7	14.7	19.0
	Setuju	71	61.2	61.2	80.2
	Sangat Setuju	23	19.8	19.8	100.0
Total		116	100.0	100.0	

X1.3.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	5	4.3	4.3	4.3
	Tidak Setuju	21	18.1	18.1	22.4
	Tidak Ada Pendapat	10	8.6	8.6	31.0
	Setuju	51	44.0	44.0	75.0
	Sangat Setuju	29	25.0	25.0	100.0
Total		116	100.0	100.0	

X1.3.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	10	8.6	8.6	8.6
	Tidak Ada Pendapat	14	12.1	12.1	20.7
	Setuju	72	62.1	62.1	82.8
	Sangat Setuju	20	17.2	17.2	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

X1.3.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	8	6.9	6.9	6.9
	Tidak Ada Pendapat	23	19.8	19.8	26.7
	Setuju	67	57.8	57.8	84.5
	Sangat Setuju	18	15.5	15.5	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

Frequency Table

X2.1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	2.6	2.6	2.6
	Tidak Ada Pendapat	12	10.3	10.3	12.9
	Setuju	62	53.4	53.4	66.4
	Sangat Setuju	39	33.6	33.6	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

X2.1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	1.7	1.7	1.7
	Tidak Ada Pendapat	15	12.9	12.9	14.7
	Setuju	67	57.8	57.8	72.4
	Sangat Setuju	32	27.6	27.6	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

X2.1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	1.7	1.7	1.7
	Tidak Ada Pendapat	19	16.4	16.4	18.1
	Setuju	69	59.5	59.5	77.6
	Sangat Setuju	26	22.4	22.4	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

X2.2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	6	5.2	5.2	5.2
	Tidak Ada Pendapat	21	18.1	18.1	23.3
	Setuju	63	54.3	54.3	77.6
	Sangat Setuju	26	22.4	22.4	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

X2.2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	9	7.8	7.8	7.8
	Tidak Ada Pendapat	16	13.8	13.8	21.6
	Setuju	65	56.0	56.0	77.6
	Sangat Setuju	26	22.4	22.4	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

X2.2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	2.6	2.6	2.6
	Tidak Ada Pendapat	33	28.4	28.4	31.0
	Setuju	55	47.4	47.4	78.4
	Sangat Setuju	25	21.6	21.6	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

X2.3.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	6	5.2	5.2	5.2
	Tidak Ada Pendapat	19	16.4	16.4	21.6
	Setuju	59	50.9	50.9	72.4
	Sangat Setuju	32	27.6	27.6	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

X2.3.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	1	.9	.9	.9
Tidak Ada Pendapat	8	6.9	6.9	7.8
Setuju	69	59.5	59.5	67.2
Sangat Setuju	38	32.8	32.8	100.0
Total	116	100.0	100.0	

X2.3.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	2	1.7	1.7	1.7
Tidak Ada Pendapat	15	12.9	12.9	14.7
Setuju	66	56.9	56.9	71.6
Sangat Setuju	33	28.4	28.4	100.0
Total	116	100.0	100.0	

X2.4.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	4	3.4	3.4	3.4
Tidak Ada Pendapat	12	10.3	10.3	13.8
Setuju	70	60.3	60.3	74.1
Sangat Setuju	30	25.9	25.9	100.0
Total	116	100.0	100.0	

X2.4.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	6	5.2	5.2	5.2
	Tidak Ada Pendapat	13	11.2	11.2	16.4
	Setuju	66	56.9	56.9	73.3
	Sangat Setuju	31	26.7	26.7	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

X2.4.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	5	4.3	4.3	4.3
	Tidak Ada Pendapat	26	22.4	22.4	26.7
	Setuju	59	50.9	50.9	77.6
	Sangat Setuju	26	22.4	22.4	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

X2.5.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	8	6.9	6.9	6.9
	Tidak Ada Pendapat	18	15.5	15.5	22.4
	Setuju	61	52.6	52.6	75.0
	Sangat Setuju	29	25.0	25.0	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

X2.5.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	2.6	2.6	2.6
	Tidak Ada Pendapat	7	6.0	6.0	8.6
	Setuju	70	60.3	60.3	69.0
	Sangat Setuju	36	31.0	31.0	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

X2.5.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	2.6	2.6	2.6
	Tidak Ada Pendapat	8	6.9	6.9	9.5
	Setuju	59	50.9	50.9	60.3
	Sangat Setuju	46	39.7	39.7	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

Frequency Table

Y1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	.9	.9	.9
	Tidak Setuju	9	7.8	7.8	8.6
	Tidak Ada Pendapat	5	4.3	4.3	12.9
	Setuju	66	56.9	56.9	69.8
	Sangat Setuju	35	30.2	30.2	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

Y1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	7	6.0	6.0	6.0
	Tidak Ada Pendapat	11	9.5	9.5	15.5
	Setuju	69	59.5	59.5	75.0
	Sangat Setuju	29	25.0	25.0	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

Y2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	.9	.9	.9
	Tidak Setuju	6	5.2	5.2	6.0
	Tidak Ada Pendapat	19	16.4	16.4	22.4
	Setuju	65	56.0	56.0	78.4
	Sangat Setuju	25	21.6	21.6	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

Y2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	3	2.6	2.6	2.6
	Tidak Setuju	11	9.5	9.5	12.1
	Tidak Ada Pendapat	23	19.8	19.8	31.9
	Setuju	53	45.7	45.7	77.6
	Sangat Setuju	26	22.4	22.4	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

Y2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	.9	.9	.9
	Tidak Setuju	9	7.8	7.8	8.6
	Tidak Ada Pendapat	22	19.0	19.0	27.6
	Setuju	58	50.0	50.0	77.6
	Sangat Setuju	26	22.4	22.4	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

Lampiran. 4 Validitas & Reliabilitas

Correlations

		TX1
X111	Pearson Correlation	.700**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X112	Pearson Correlation	.502**
	Sig. (2-tailed)	.005
	N	30
X113	Pearson Correlation	.472**
	Sig. (2-tailed)	.009
	N	30
X121	Pearson Correlation	.373*
	Sig. (2-tailed)	.042
	N	30
X122	Pearson Correlation	.738**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X123	Pearson Correlation	.429*
	Sig. (2-tailed)	.018
	N	30
X131	Pearson Correlation	.632**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X132	Pearson Correlation	.618**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X133	Pearson Correlation	.708**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level

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

Reliability

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.727	15

Correlations

Correlations

		TX2
X211	Pearson Correlation	.898**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X212	Pearson Correlation	.819**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X213	Pearson Correlation	.766**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X221	Pearson Correlation	.648**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X222	Pearson Correlation	.579**
	Sig. (2-tailed)	.001
	N	30
X223	Pearson Correlation	.604**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X231	Pearson Correlation	.697**
	Sig. (2-tailed)	.001
	N	30
X232	Pearson Correlation	.669**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X233	Pearson Correlation	.878**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X241	Pearson Correlation	.562**
	Sig. (2-tailed)	.001
	N	30
X242	Pearson Correlation	.475**
	Sig. (2-tailed)	.008
	N	30
X243	Pearson Correlation	.789**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X251	Pearson Correlation	.875**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X252	Pearson Correlation	.843**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X253	Pearson Correlation	.662**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.909	15

Correlations

Correlations

		TY
Y11	Pearson Correlation	.618**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
Y12	Pearson Correlation	.513**
	Sig. (2-tailed)	.004
	N	30
Y21	Pearson Correlation	.759**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
Y22	Pearson Correlation	.875**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
Y23	Pearson Correlation	.884**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.823	15

Lampiran 5. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Fasilitas Wisata	Kualitas Layanan	Kepuasan Pengunjung
N		116	116	116
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	35.84	60.92	19.65
	Std. Deviation	5.553	7.108	3.490
Most Extreme Differences	Absolute	.173	.181	.202
	Positive	.108	.128	.117
	Negative	-.173	-.181	-.202
Kolmogorov-Smirnov Z		.501	.394	.803
Asymp. Sig. (2-tailed)		.964	.998	.540

a. Test distribution is Normal.

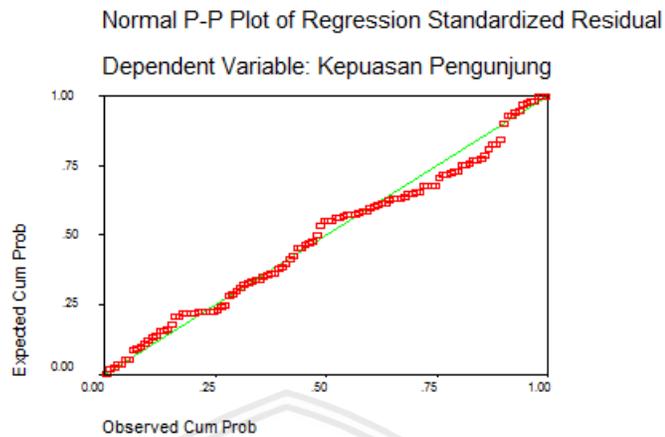
b. Calculated from data.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		116
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	18.42330551
Most Extreme Differences	Absolute	.077
	Positive	.077
	Negative	-.058
Kolmogorov-Smirnov Z		.832
Asymp. Sig. (2-tailed)		.493

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.



Lampiran 6. Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Fasilitas Wisata	.978	1.022
	Kualitas Layanan	.978	1.022

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung

Lampiran 7. Uji Heteroskedastisitas

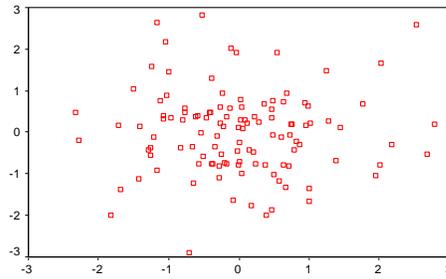
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.945	9.353		-.315	.753
	Fasilitas Wisata	.169	.304	.080	.555	.580
	Kualitas Layanan	.182	.237	.110	.765	.446

a. Dependent Variable: ABSRESID

Scatterplot

Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung



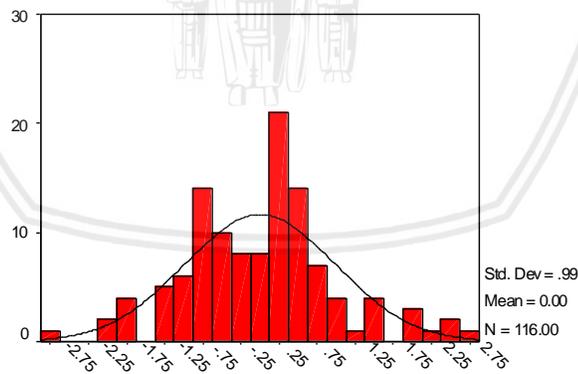
Regression Standardized Predicted Value

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Fasilitas Wisata	116	11	44	35.84	5.553
Kualitas Layanan	116	37	69	60.92	7.108
Kepuasan Pengunjung	116	8	25	19.65	3.490
Valid N (listwise)	116				

Histogram

Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung



Regression Standardized Residual

Lampiran 8. Uji-F dan Uji-t

Regression

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.723 ^a	.523	.515	2.431

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Fasilitas Wisata

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	732.891	2	366.446	62.024	.000 ^a
	Residual	667.617	113	5.908		
	Total	1400.509	115			

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Fasilitas Wisata

b. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung

Coefficients^c

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.198	1.956		-6.12	.542
	Fasilitas Wisata	.176	.064	.280		
	Kualitas Layanan	.239	.050	.486		

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung

CURICULUM VITAE

I. Identitas Diri

Nama : Gilar Aditiyo Hartoyo
Alamat e-mail : gilargilar97@gmail.com
Tempat, tanggal lahir : Denpasar, 11 September 1997
Warga Negara : Indonesia
Agama : Islam
Alamat : Jl. PB Sudirman Utara KB. 15
Malang, Jawa Timur. 65111



II. Pendidikan Formal

1. Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya Malang (2015-2019)
2. SMA Laboratorium UM Malang (2012-2015)
3. SMP Negeri 2 Denpasar (2009-2012)
4. SD Muhammadiyah 1 Denpasar (2003-2009)

III. Pengalaman Organisasi

1. Ketua Bidang *Mentoring and Talent Development* FORKIM FIA UB (2017-2018)
2. Staff Kementerian Dalam Negeri Eksekutif Mahasiswa Universitas Brawijaya (2016-2017)
3. Staff Bidang *Mentoring and Talent Development* FORKIM FIA UB (2016-2017)
4. Staff Muda Kementerian Sosial Masyarakat Eksekutif Mahasiswa Universitas Brawijaya Tahun 2015

IV. Pengalaman Magang

PT Dirgantara Indonesia (Persero) sebagai *Internship Student of Aircraft Sales and Marketing* (4 Agustus-2 November 2018)

Demikian *Curriculum Vitae* yang saya buat dengan sebenarnya

Malang, 1 Juni 2019

Gilar Aditiyo Hartoyo