

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN WISATA
DAN *LEISURE BENEFIT* TERHADAP
KEPUASAN PENGUNJUNG**

(Survei pada Pengunjung Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata Batu)

SKRIPSI

Diajukan untuk Menempuh Ujian Sarjana
pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya

RAVELIA RIZKI IKA PUTRI

NIM. 145030200111061

UNIVERSITAS BRAWIJAYA



UNIVERSITAS BRAWIJAYA

FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI

JURUSAN ILMU ADMINISTRASI BISNIS

KONSENTRASI PEMASARAN

MALANG

2021



MOTTO

**Dalam hidup kita, Cuma satu yang kita punya, yaitu keberanian.
Kalau tidak punya itu, lantas apa harga hidup kita ini?.**

-Pramoedya Ananta Toer



TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan Wisata dan *Leisure Benefit* terhadap Kepuasan Pengunjung” (Survei pada Pengunjung Wisata Pertanian Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata Kota Batu).

Disusun oleh : Ravelia Rizki Ika Putri

NIM : 145030200111061

Fakultas : Ilmu Administrasi

Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis


Konsentrasi/Minat : Pemasaran

Malang, 5 Juli 2021

Komisi Pembimbing

Anggota

Ketua



Yusri Abdillah, S.Sos., M.Si., Ph.D
NIP. 197412272003121002

Aniesa Samira Bafadhal, S.AB, M.AB
NIP. 198807062018032001

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Telah dipertahankan di depan majelis penguji skripsi, Fakultas Ilmu

Administrasi Universitas Brawijaya Malang, pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 15 Juli 2021

Jam : 08.00

Skripsi atas nama: Ravelia Rizki Ika Putri

Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan Wisata dan *Leisure Benefi* terhadap Kepuasan Pengunjung (Survei pada Pengunjung Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata Batu)

dan dinyatakan

LULUS

MAJELIS PENGUJI

Komisi Pembimbing

Ketua

Anggota

Yusri Abdillah, S.Sos., M.Si., Ph.D

Aniesa Samira Bafadhal, S.AB., M.AB

NIP. 197412272003121002

NIP. 198807062018032001

Anggota,

Anggota,

M. Kholid Mawardi, Ph.D

Supriono, S.Sos., M.AB

NIP. 197512202005011002

NIP. 2011068404271001

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang sepengetahuan saya, di dalam naskah skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Wisata dan *Leisure Benefit* terhadap Kepuasan Pengunjung” (Survei pada Pengunjung Wisata Pertanian Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata Kota Batu)” 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, 5 Juli 2021



Ravelia Rizki Ika Putri
NIM. 145030200111061

RINGKASAN

Ravelia Rizki Ika Putri, 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan Wisata dan *Leisure Benefit* terhadap Kepuasan Pengunjung” (Survei pada Pengunjung Wisata Pertanian Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata Kota Batu). Yusri Abdillah, S.Sos, M.Si, Ph.D, Aniesa Samira Bafadhal, S.AB, M.AB 184 + xvi.

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh signifikan variabel Kualitas Pelayanan Wisata (X_1) dan *Leisure Benefit* (X_2) parsial dan simultan terhadap Kepuasan Pengunjung (Y).

Jenis penelitian yang digunakan adalah *explanatory research* dengan pendekatan kuantitatif. Variabel penelitian ini meliputi Kualitas Pelayanan Wisata, *Leisure Benefit* dan Kepuasan Pengunjung. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung dengan usia minimal 17 tahun yang telah mengunjungi Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata minimal satu kali. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 116 responden yang diambil dengan menggunakan *purposive sampling* dan metode pengumpulan data menggunakan angket atau kuesioner. Analisis data yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif dan analisis regresi linier berganda. Data pada penelitian ini diolah menggunakan SPSS 21 for Windows.

Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X_1) dan *Leisure Benefit* (X_2) secara parsial dan simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung (Y). Secara simultan F hitung sebesar 84,112 dan Ftabel sebesar nilai sig.F0,000. Sedangkan secara parsial variabel Kualitas Pelayanan Wisata (X_1) menunjukkan t hitung sebesar 6,877 dan variabel *Leisure Benefit* (X_2) menunjukkan t hitung sebesar 6,297.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel Kualitas Pelayanan Wisata dan *Leisure Benefit* secara simultan dan parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan Wisata, *Leisure Benefit*, dan Kepuasan Pengunjung

SUMMARY

Ravelia Rizki Ika Putri, 2020. *The Influence of Tourism Service Quality and Leisure Benefit on Visitors Satisfaction (survey of visitors to the Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata*. Yusri Abdillah, S.Sos, M.Si, Ph.D, Aniesa Samira Bafadhal, S.AB, M.AB184 + xvi.

This research aims to explain : Tourism Service Quality (X1) and Leisure Benefit (X2) simultaneously and partially to the Visitor Satisfaction (Y).

The type of research used is explanatory with quantitative approach. These research variables include Tourism Service Quality, Leisure Benefit, and Visitor Satisfaction. The population in this research were customers with minimum age of 17 years who have visited Kusuma Agrowisata at least once. The sample used in this research as many as 116 respondents taken by using purposive sampling and data collection methods using a questionnaire. Data analysis used is descriptive statistical analysis and multiple linear regression analysis. The data in this study was processed using SPSS 21 for Windows.

The result of multiple linear regression analysis showed that variable Tourism Service Quality (X1) and Leisure Benefit (X2) are simultaneously and partially have significant influence to Visitor Satisfaction (Y). Simultaneously, F test is 84,112 and F table is 3,077 with sig.F 0,000. Partially Tourism Service Quality (X1) was T test 6,872 and Leisure Benefit (X2) was T test 6,297.

Based on the result, variable of Tourism Service Quality and Leisure Benefit had significant influence on Visitor Satisfaction.

Keywords: E-Service Quality, Perceived Value, E-Customer Satisfaction

DAFTAR ISI

	Halaman
MOTTO	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
TANDA PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
RINGKASAN	v
SUMMARY	vi
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	10
D. Kontribusi Penelitian	12
1. Kontribusi Akademis	12
2. Kontribusi Praktis	12
E. Sistematika Pembahasan	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Tinjauan Empiris	14
B. Tinjauan Teoritis	25
1. Pemasaran	25
a. Pengertian Pemasaran	25
b. Pengertian Pemasaran Jasa	25
2. Pariwisata	25
c. Pengertian Pariwisata	26
3. Perilaku Konsumen	26
4. Wisatawan	29
5. Kualitas Pelayanan Wisata	27
a. Pengertian Kualitas Pelayanan Wisata	27
b. Indikator Kualitas Pelayanan Wisata	29
6. <i>Leisure Benefit</i>	30
a. Pengertian <i>Leisure Benefit</i>	30
b. Indikator <i>Leisure Benefit</i>	30
7. Kepuasan Pengunjung	31
a. Pengertian Kepuasan Pengunjung	31
b. Indikator Kepuasan Pengunjung	32
C. Hubungan Antar Variabel	32

1. Kualitas Pelayanan Wisata dengan Kepuasan Pengunjung	32
2. <i>Leisure Benefit</i> dengan Kepuasan Pengunjung	33
D. Model Konseptual dan Perumusan Hipotesis	34
1. Model Konseptual	34
2. Perumusan Hipotesis	34
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	37
B. Lokasi Penelitian	37
C. Variabel, Definisi Operasional, dan Skala Pengukuran	38
1. Variabel	38
2. Definisi Operasional	39
3. Skala Pengukuran	47
D. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	48
1. Populasi Penelitian	48
2. Sampel	49
3. Teknik Pengambilan Sampel	51
E. Teknik Pengumpulan Data	52
1. Sumber Data dan Jenis Data	52
2. Metode Pengumpulan Data	52
3. Instrumen Penelitian	53
F. Uji Instrumen	54
1. Uji Validitas	54
2. Uji Reliabilitas	55
G. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	56
H. Teknik Analisis Data	62
1. Analisis Deskriptif	62
2. Uji Asumsi Klasik	62
a. Uji Normalitas	63
b. Uji Multikolinearitas	63
c. Uji Heteroskedastisitas	64
3. Analisis Regresi Linier Berganda	64
4. Koefisien Determinasi	65
5. Pengujian Hipotesis	66
a. Uji Parsial (Uji t)	66

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	69
B. Analisis Deskriptif	76
1. Gambaran Umum Responden	76
a. Distribusi Responden berdasarkan Jenis Kelamin	76
b. Distribusi Responden berdasarkan Usia	77
c. Distribusi Responden berdasarkan Pekerjaan	79
d. Distribusi Responden berdasarkan Pendidikan	80
e. Terakhir	80
f. Distribusi Responden berdasarkan Pendapatan	80

Atau Uang Saku per Bulan	81
f. Distribusi Responden berdasarkan Jumlah Kunjungan ke Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata	82
2. Gambaran Umum Frekuensi Variabel	
a. Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan Wisata	84
b. Distribusi Frekuensi Variabel <i>Leisure Benefit</i>	94
c. Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Pengunjung	103
C. Pengujian Asumsi Klasik	
1. Uji Normalitas	110
2. Uji Multikolinieritas	112
3. Uji Heterokedasitas	114
D. Hasil Pengujian Analisis Regresi Linier Berganda	115
1. Persamaan Regresi	116
2. Koefisien Determinasi	117
E. Hasil Uji Hipotesis	117
1. Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t).....	118
2. Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	119
F. Pembahasan	120
 BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	123
B. Saran	123
1. Secara Akademis.....	123
2. Secara Praktis	123
 DAFTAR PUSTAKA	 124

DAFTAR TABEL

No.	Judul Tabel	Halaman
Tabel 1.1	Perusahaan Agrowisata di Indonesia	6
Tabel 1.2	Jumlah Kunjungan Objek Wisata Petik Buah di Batu	9
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	19
Tabel 2.2	Hipotesis Penelitian, Dasar Teori, dan Hasil Penelitian Terdahulu....	39
Tabel 3.1	Definisi Operasional	46
Tabel 3.2	Skor Penilaian untuk Pengukuran Jawaban Responden.....	51
Tabel 3.3	Hasil Uji Validitas.....	59
Tabel 3.4	Hasi Uji Reliabilitas.....	63
Tabel 4.1	Distribusi Responden berdasarkan Jenis Kelamin	79
Tabel 4.2	Distribusi Responden Berdasarkan Umur.....	80
Tabel 4.3	DIstribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	82
Tabel 4.4	Distribusi Responden Berdasarkan	83
Tabel 4.5	Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan/Uang Saku Per Bulan.	84
Tabel 4.6	Distribusi Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan ke Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata.....	85
Tabel 4.7	Kriteria Interpretasi Rata-Rata Skor Jawaban.....	86
Tabel 4.8	Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan Wisata	87
Tabel 4.9	Distribusi Frekuensi Variabel <i>Leisure Benefit</i>	97
Tabel 4.10	Hasil Uji NOrmalitas	115
Tabel 4.11	Hasil Uji Multikolinieritas	117
Tabel 4.12	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	119

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul Gambar	Halaman
Gambar 1.1	Pendapatan Devisa Indonesia dari Sektor Pariwisata.....	1
Gambar 2.1	Model <i>Tourism Service Quality</i>	31
Gambar 2.2	Model Konseptual Penelitian.....	37
Gambar 2.3	Model Hipotesis.....	38
Gambar 4.1	Logo Kusuma Agrowisata.....	70
Gambar 4.2	Apel Ana.....	72
Gambar 4.3	Apel Wanglin.....	72
Gambar 4.4	Apel Manalagi.....	72
Gambar 4.5	Apel Rome Beauty.....	73
Gambar 4.6	Jeruk Jova.....	73
Gambar 4.7	Jeruk Valencia.....	73
Gambar 4.8	Jeruk Keprok Siem.....	74
Gambar 4.9	Jeruk Gunung Nambangan.....	74
Gambar 4.10	Jambu Biji Merah.....	74
Gambar 4.11	Buah Naga Merah.....	75
Gambar 4.12	Strawberry.....	75
Gambar 4.13	Harga Tiket Masuk.....	76
Gambar 4.14	P-Plot.....	114
Gambar 4.15	Uji Heterokedasitas.....	118

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul Lampiran	Halaman
	Lampiran 1 Perhitungan Sampel.....	134
	Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	136
	Lampiran 3 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	140
	Lampiran 4 Hasil Kuesioner Responden.....	153
	Lampiran 5 Distribusi Frekuensi.....	172
	Lampiran 6 Hasil Analisis Jalur.....	180
	Lampiran 7 <i>Curriculum Vitae</i>	184



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sebagai negara agraris, Indonesia memiliki kekayaan alam yang beragam.

Kekayaan tersebut merupakan perekonomian nasional yang unggul jika dikelola dengan tepat. Pengelolaan tersebut dapat dilakukan dengan melibatkan sektor pariwisata. Pariwisata merupakan sektor industri yang memiliki potensi untuk dapat dikembangkan oleh pemerintah sebagai sumber pendapatan negara maupun daerah.

Sektor pariwisata menjadi bisnis besar di Indonesia dibandingkan dengan sektor-sektor ekonomi yang lainnya dibuktikan dengan gambar grafik pendapat devisa Indonesia dari sektor pariwisata sebagai berikut :



Gambar 1.1 Pendapatan Devisa Indonesia dari sektor Pariwisata (2009-2019)

Sumber: Kementerian Pariwisata dan Kebudayaan (2019)

Dampak sektor pariwisata terhadap perekonomian nasional dapat dilihat dari kontribusinya terhadap penerimaan devisa negara.

Salah satu faktor penentu kesuksesan dari perusahaan jasa wisata adalah memberikan kualitas pelayanan wisata yang baik. Apabila kualitas pelayanan wisata baik, akan membuat pengunjung merasa puas. Menurut Atilgan, et al (2003:414) kualitas di bidang pariwisata adalah faktor penting yang dapat menentukan keberhasilan usaha pariwisata. *Tourism Service Quality (tourservqual)* atau kualitas pelayanan wisata adalah hasil dari sebuah proses yang menyiratkan kepuasan atas semua produk dan kebutuhan pelayanan, persyaratan dan harapan konsumen, dengan harga yang dapat diterima, sesuai dengan penentu kualitas yang mendasari seperti keselamatan dan keamanan, kebersihan, aksesibilitas, transparansi, keaslian dan keharmonisan kegiatan pariwisata yang peduli dengan lingkungan manusia dan alam (Eraqi dalam Riduan (2017:74).

Tourist Service Quality (tourservqual) atau kualitas pelayanan wisata merupakan salah satu model dari *Service Quality*. Menurut Tjiptono (2014:280) *Service Quality* dibangun berdasarkan asumsi bahwa konsumen membandingkan kinerja atribut jasa dengan standar ideal atau sempurna untuk masing-masing atribut tersebut. Bila kinerja atribut melampaui standar, maka persepsi atas kualitas jasa keseluruhan akan meningkat dan bila kinerja atribut tidak standar, maka persepsi atas kualitas jasa keseluruhan akan menurun. *Tourism Service Quality* (kualitas pelayanan wisata) adalah faktor yang signifikan yang akan mempengaruhi kepuasan pengunjung. Penelitian yang dilakukan oleh Eraqi (2006) mengenai kualitas pelayanan wisata atau yang dikenal dengan *Tourism Service Quality (tourservqual)*.

Tourism Service Quality (tourservqual) merupakan metode untuk mengukur kualitas pelayanan (jasa) yang terdapat pada industri pariwisata. Penerapan *Tourism Service Quality (tourservqual)* atau kualitas pelayanan wisata membutuhkan definisi spesifik yang secara operasional dapat diterapkan masing-masing industri jasa. Martin dalam Riduan (2017:75) menyusun suatu model yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan wisata atau *Tourism Service Quality (tourservqual)* yang terdiri dari dimensi profesionalitas (*professionalism*), bukti fisik (*tangible*), pelengkap (*complementary offer*), keuntungan utama (*basic benefit*) dan lokasi (*location*).

Faktor lain selain kualitas pelayanan wisata yang mempengaruhi kepuasan pengunjung adalah bagaimana manfaat yang diberikan kepada pengunjung dari obyek wisata yang ditawarkan. Dalam melakukan sebuah kegiatan wisata pastinya pengunjung berharap mendapatkan manfaat dari aktivitas yang mereka lakukan. Pihak pengelola harus memperhatikan manfaat dari obyek wisata tersebut dalam mempengaruhi kepuasan pengunjung. Penelitian yang dilakukan oleh Wang and Tsai (2010) membuktikan kepuasan dalam rekreasi dapat dipengaruhi oleh *leisure benefit*. *Leisure benefit* merupakan persepsi subjektif seseorang atau individu tentang manfaat yang dirasakan setelah berpartisipasi dalam kegiatan rekreasi. Dimensi dari *Leisure Benefit* yang dijelaskan pada penelitian ini adalah *Physiological Benefit*, *Psychological Benefit*, dan *Social Benefit*.

Ajzen dalam Akgul (2018:26) mengatakan bahwa *Leisure Benefit* merupakan tujuan yang ingin didapatkan dalam melakukan aktivitas wisata dimana orang percaya bahwa mereka dapat mencapai tujuan ini dengan berpartisipasi dalam

kegiatan rekreasi. Kepuasan wisatawan akan tercapai apabila tujuan dari kegiatan wisata telah didapatkan. Hal ini sejalan dengan penelitian Roihanah (2017).

Menurut Roihanah dimensi dari *Leisure Benefit* secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

Masyarakat seringkali menghadapi permasalahan yang ditimbulkan akibat kesibukannya dengan rutinitas sehari-hari. Hal ini dapat berdampak pada pemanfaatan waktu luang yang dimiliki oleh mereka. Saat ini, dibutuhkan produk dan jasa yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat akan hiburan dan kesenangan. Meningkatnya kebutuhan masyarakat akan pariwisata dapat mempengaruhi persaingan industri pariwisata itu sendiri. Pihak pengelola harus selalu memperhatikan standar kualitas suatu produk wisata yang sesuai dengan standar yang diharapkan wisatawan agar dapat menciptakan kepuasan pengunjung.

Kepuasan pengunjung merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapan atau ekspektasinya (Kotler dan Keller, 2012 dalam Tjiptono 2014:354). Kepuasan pengunjung saat mengunjungi destinasi adalah tujuan setiap pengelola destinasi wisata, karena jika kepuasan pengunjung tercapai dengan baik maka dapat dikayakan pengelola telah berhasil membuat pengunjung merasa senang dan puas saat berwisata di destinasi wisata tersebut. Ekspektasi destinasi yang diharapkan dengan kenyataan yang membuat pelanggan merasakan kepuasan, ketidakpuasan, kekecewaan, atau kegembiraan.

Kepuasan pengunjung saat mengunjungi suatu destinasi merupakan tujuan dari setiap pengelola destinasi wisata. Pengelola harus menyusun strategi sebagai upaya

dalam penciptaan kepuasan di mana dalam proses tersebut terdapat tahapan yang harus ditempuh pengelola, karena jika kepuasan pengunjung tercapai dengan baik maka pengelola telah berhasil membuat pengunjung merasa senang dan puas saat berwisata di destinasi wisata tersebut.

Saat ini, konsumsi wisatawan cenderung berkembang ke arah pariwisata yang tidak hanya menghibur tapi juga bermanfaat dan memiliki nilai edukasi namun masih mempertahankan unsur alamdi dalamnya. Sejalan dengan tren "*back to nature*" wisata alam banyak diminati wisatawan. Fenomena ini memberikan peluang bagi pelaku agribisnis untuk memanfaatkan usaha pertaniannya sebagai objek wisata. Peluang tersebut menjadikan agrowisata sebagai usaha agribisnis yang prospektif dikembangkan dalam rangka menunjang pembangunan perekonomian nasional untuk menghadapi persaingan global.

Selain kontribusinya terhadap devisa negara, agrowisata juga memiliki peranan penting bagi masyarakat. Urgensi agrowisata terletak pada nilai rekreasi dan nilai ilmu pengetahuan yang dimilikinya. Agrowisata sebagai salah satu usaha di sektor pariwisata menjadi solusi bagi pemenuhan kebutuhan konsumen akan jasa hiburan. Agrowisata pun memiliki nilai pendidikan dan pengetahuan sehingga masyarakat dapat mempelajari dan mempraktikan segala informasi yang diberikan untuk memanfaatkan sumber daya alam dengan sebaik-baiknya serta menanamkan kebiasaan baik terhadap generasi penerus bangsa agar mau mencintai lingkungan dengan tindakan nyata.

Agrowisata yang semula hanya salah satu bentuk diversifikasi produk wisata tanpa diperhitungkan akan mempunyai nilai jual tinggi, justru sekarang negara-

negara agraris bersaing menawarkannya, termasuk Indonesia. Indonesia memiliki banyak perusahaan yang bergerak di sektor agrowisata, mulai dari perusahaan skala kecil hingga skala besar. Beberapa perusahaan yang menawarkan konsep agrowisata diantaranya dapat dilihat pada Tabel 1. Konsep agrowisata pada daerah-daerah tersebut menawarkan daya tarik berupa flora dan fauna hasil kegiatan pertanian baik perkebunan, hortikultura, peternakan, kehutanan, maupun perikanan.

Tabel 1.1 Perusahaan Agrowisata di Indonesia

No.	Daerah	Nama Wisata Agro	Daya Tarik Utama
1.	Langkat, Sumatera Utara	Tanjung Keliling	Proyek pelestarian mawas
2.	Deli Serdang, Sumatera Utara	Perkebunan Tembakau Helvetia	Pemeraman tembakau Deli, akses ke Istana Maimun, dan peternakan buaya
3.	Bangkinang, Riau	Peternakan Lebah Unggul Cipta	Peternakan lebah
4.	Batam Timur, Riau	Peternakan Kodok Pelanggi Nusa Batam	Kolam budidaya katak untuk ekspor
5.	Cianjur, Jawa Barat	Taman Bunga	Aneka tanaman tropis Australia, Amerika Selatan, Afrika serta dari Asia
6.	Garut, Jawa Barat	Seni Ketangkasan Domba	Budidaya domba, kerajinan kulit dan cinderamata, perkebunan teh
7.	Bogor, Jawa Barat	Balai Penelitian Tanaman Hias	Kebun penelitian tanaman hias
8.	Cianjur, Jawa Barat	Peternakan Ayam Pelung	Budidaya, pameran, kontes, dan atraksi pelung

Lanjutan Tabel 1.1 Perusahaan Agrowisata di Indonesia

No.	Daerah	Nama Wisata Agro	Daya Tarik Utama
9.	Bogor, Jawa Barat	Taman Buah Mekarsari	Aneka ragam buah-buahan tropis
10.	Bogor, Jawa Barat	Cibalung Happy Land	Menangkap ikan, bercocok tanam buah dan sayur, ternak bebek dan memerah sapi
11.	Bandung, Jawa Barat	Taman Bunga Cihideung	Wisata tanaman bunga dan tanaman hias
12.	Depok, Jawa Barat	PT Godong Ijo Asri	Agrowisata edukatif flora dan fauna
13.	Jakarta Selatan, DKI Jakarta	Taman Anggrek Ranggungan	Aktivitas Agribisnis tanaman anggrek, sarana mempelajari pemeliharaan anggrek
14.	Jakarta Selatan, DKI Jakarta	Balai Benih Ikan Cianjur	Pembenihan ikan, pemeliharaan ikan dan lomba memancing
15.	Jakarta Selatan, DKI Jakarta	Taman Margasatwa Ranggungan	Sarana rekreasi pendidikan, penelitian, konservasi flora dan fauna
16.	Banyumas, Jawa Tengah	Peternakan sapi Perah Baturraden	Pemeliharaan sapi dan pemerahan susu, wisata air terjun dan air panas
17.	Batu, Jawa Timur	Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata	Aneka perkebunan buah dan sayur
18.	Batu, Jawa Tim	Petik Apel Makmur Abadi	Wisata petik buah apel
19.	Bondowoso, Jawa Timur	Wisata Agro Kawah Ijen	Kebun kopi, air panas, air terjun, Kawah Wurung

Lanjutan Tabel 1.1 Perusahaan Agrowisata di Indonesia

No.	Daerah	Nama Wisata Agro	Daya Tarik Utama
20.	Sumbawa, Nusa Tenggara Barat	Mini Ranch	Kehidupan sapi di alam bebas, berburu sapi dan pemandangan alam
21.	Batu, Jawa Timur	Petik Apel Mandiri	Wisata petik buah apel
22.	Batu, Jawa Timur	Batu Agro Apel	Wisata petik buah apel

Sumber: Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata (diolah peneliti)

Salah satu daerah yang memiliki konsep agrowisata sebagai sektor pariwisatanya adalah Kota Batu. Kota Batu merupakan kota pariwisata dengan basis pertanian. Ditinjau dari letak astronomi, Kota Batu terletak di 122°17' sampai dengan 122°57' Bujur Timur dan 7°44' sampai dengan 8°26' Lintang Selatan.

Adapun batas-batas Kota Batu: Sebelah Utara berbatasan dengan Kabupaten Mojokerto dan Kabupaten Pasuruan; sebelah Timur berbatasan dengan Kabupaten Malang; sebelah Selatan berbatasan dengan Kabupaten Blitar dan Kabupaten Malang; dan sebelah Barat berbatasan dengan Kabupaten Malang. Luas kawasan Kota Batu secara keseluruhan adalah sekitar 199,09 Km² dan terbagi menjadi tiga kecamatan, yaitu Kecamatan Batu, Kecamatan Junrejo dan Kecamatan Bumiaji (Badan Pusat Statistik Kota Batu 2017). Kondisi topografi Kota Batu yang sebagian besar pegunungan dan perbukitan menjadikan Kota Batu terkenal sebagai daerah dingin dan sejuk.

Kota Batu merupakan kota pariwisata dengan basis pertanian. Penduduk Kota Batu hampir sebagian besar bermata pencaharian utama sebagai petani. Oleh sebab itu menjadi suatu keharusan bagi Pemerintah Kota Batu untuk memprioritaskan sektor pertanian dan pariwisata dalam pembangunan ekonomi dan wilayah (Kota

Batu dalam Angka 2018). Salah satu bentuk wisata yang menonjolkan usaha pertanian sebagai ciri yang kuat sekaligus dapat mendukung fungsinya sebagai tempat wisata adalah Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata.

Menurut *website* hotelpohoninn.com (2016), Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata merupakan salah satu objek agrowisata yang berada di Kota Batu dan merupakan pelopor wisata petik buah yang berusaha menciptakan wisata petik buah dengan fasilitas hotel. Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata selalu berusaha untuk menjadi objek wisata yang mengutamakan kepuasan pengunjungnya. Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata berada di kaki gunung Panderman yang dikelilingi panorama indah Gunung Panderman, Gunung Arjuno dan Gunung Welirang yang nampak di kejauhan.

Tabel 1.2 Jumlah Kunjungan Objek Wisata Petik Buah di Batu

No	Nama Objek Wisata	Wisatawan Nusantara	Wisatawan Mancanegara	Jumlah
1	Petik Apel Makmur Abadi	284.222	604	284.826
2	Kusuma Agrowisata	179.196	331	179.527
3	Petik Apel Mandiri	14911	-	-
4	Batu Agro Apel	5009	-	-

Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu (2018)

Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata bukan satu-satunya perusahaan penyedia jasa agrowisata di Kota Batu. Adanya kecenderungan jumlah objek wisata yang meningkat di Kota Batu akan meningkatkan persaingan industri wisata

ke arah kompetitif dan membuat konsumen jasa wisata lebih mudah pindah ke perusahaan pesaing lain karena memiliki banyak alternatif objek wisata lain untuk dikunjungi. Hal ini membuat tantangan persaingan usaha di lingkungan Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata semakin terasa.

Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata menawarkan paket-paket agrowisata yang bervariasi kepada wisatawan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan wisatawan. Jenis-jenis paket yang ditawarkan di antaranya paket berkeliling dan memanen buah di kebun, *waterpark, family gathering* dan *outbond*. Tidak jarang pula Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata menambah paket-paket berdasarkan musim panen dan moment tertentu. Masing-masing jenis paket memiliki beragam kegiatan yang berbeda dengan harga yang berbeda pula. Harga-harga paket yang ditawarkan Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata pun relatif bersaing dengan objek wisata lain di lingkungan industri di tempat perusahaan berdiri. Meskipun demikian, Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata selalu berusaha memberikan pelayanan terbaik untuk konsumennya. Dengan banyaknya paket-paket yang ditawarkan dan pelayanan terbaik oleh pengelola Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata pastinya memberikan manfaat bagi pengunjung yang tentunya akan menimbulkan kepuasan pengunjung. Sebagai perusahaan yang menjual jasa, tentu sangat penting bagi Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata untuk memiliki dan meningkatkan kualitas pelayanan wisata (*Tourism Service Quality*) yang baik agar perusahaan dapat bersaing dengan objek agrowisata lain dengan membuat pengunjungnya merasa puas dalam menikmati manfaat yang didapatkan setelah berkunjung dan mau menggunakan kembali jasa agrowisatanya.

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat diketahui strategi yang tepat bagi Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata dalam menjaga kepuasan pengunjung tetap tinggi sehingga tujuan akhirnya dapat meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata Batu. Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, sehingga menarik untuk melakukan sebuah penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Wisata dan *Leisure Benefit* terhadap Kepuasan Pengunjung” (Survei pada Pengunjung Wisata Pertanian Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata Kota Batu)**”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan beberapa masalah yaitu:

1. Apakah Kualitas Pelayanan Wisata memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pengunjung?
2. Apakah *Leisure Benefit* memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pengunjung?
3. Apakah Kualitas Pelayanan Wisata dan *Leisure Benefit* berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Pengunjung?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang sudah diuraikan di atas, tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan Wisata terhadap Kepuasan Pengunjung.

2. Mengetahui dan menganalisis pengaruh *Leisure Benefit* terhadap Kepuasan Pengunjung.

3. Mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan Wisata dan *Leisure Benefit* secara simultan terhadap Kepuasan Pengunjung.

D. Kontribusi Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baik dalam aspek akademis maupun aspek praktis.

1. Kontribusi Akademis

a. Sebagai salah satu bahan kajian Pemasaran khususnya pemasaran pariwisata sebagai bagian dari Ilmu Administrasi Bisnis.

b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi, dan memberikan informasi tambahan untuk penelitian-penelitian berikutnya.

2. Kontribusi Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu masukan informasi mengenai Kualitas Pelayanan Wisata dan *Leisure Benefit* terhadap Kepuasan Pengunjung sehingga dapat digunakan oleh pihak perusahaan sebagai bahan pertimbangan dalam upaya untuk menciptakan kepuasan pengunjung.

E. Sistematika Pembahasan

Adapun sistematika pembahasan dalam penelitian ini dapat dirinci sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Pada bab pertama merupakan bab pendahuluan yang berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kontribusi penelitian, serta sistematika pembahasan.

BAB II : TINJUAN PUSTAKA

Pada bab kedua memuat mengenai tinjauan pustaka yang mencakup tinjauan empiris, tinjauan teoritis mengenai Kualitas Pelayanan Wisata, *Leisure Benefit*, dan Kepuasan Pengunjung, hubungan antar variabel, dan model konseptual serta perumusan hipotesis penelitian yang memuat dasar teoritik dan penelitian terdahulu.

BAB III: METODE PENELITIAN

Pada bab ketiga ini mengemukakan metode yang dipergunakan dalam penelitian diantaranya jenis penelitian, lokasi penelitian, variabel, definisi operasional, dan skala pengukuran, populasi, sampel, dan teknik pengambilan sampel, teknik pengumpulan sampel, teknik pengumpulan data, dan uji instrumen.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menguraikan tentang penyajian data yang diperoleh dari hasil penelitian dan menggambarkan sejumlah variable penelitian yang mencerminkan karakteristik dari objek yang terjadi pada waktu penelitian dilakukan. Hasil uji hipotesis dilakukan dengan memaparkan hasil penelitian dalam tahap analisis dan diakhiri dengan pembahasan

yang merupakan interpretasi dari hasil analisis tersebut sesuai dengan konsep dan teori yang digunakan dalam rangka mencapai tujuan penelitian.

BAB IV: PENUTUP

Pada bab terakhir ini menguraikan tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang sudah dilakukan disertai dengan saran-saran yang sekiranya dapat dipergunakan sebagai bahan pertimbangan bagi pihak-pihak yang berkepentingan.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Empiris

Penelitian ini mengacu pada beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang berhubungan dengan variabel dalam penelitian ini:

1. Tsai (2013)

Penelitian yang dilakukan oleh Tsai (2013) berjudul "*Leisure Involvement, Leisure Benefits, Quality of Life and Job Satisfaction*". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *leisure involvement*, *leisure benefits*, *quality of life*, dan *job satisfaction* peserta sebuah kegiatan pengadaan *sports island* di Chiayi, Taiwan. Variabel endogenus pada penelitian ini yaitu *leisure involvement*, dan variabel eksogenus yaitu *leisure benefits*, *quality of life*, *job satisfaction*.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner sebanyak 650 selama bulan Juli sampai bulan September 2011 dan mendapatkan data yang valid sebanyak 595 kuesioner yang diisi responden. Sehingga hanya 87,8% dinyatakan valid. Untuk menguji reliabilitas keseluruhan skala, metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis faktor. Penelitian ini menggunakan SPSS *for Windows* 16.0 dan Lisrel 8.80 dalam proses pengolahannya. Uji t, ANOVA satu jalur dan *path analysis* diterapkan untuk menguji setiap pertanyaan dari kuesioner. Signifikansi untuk berbagai pertanyaan ditetapkan $\alpha < 0,05$.

Hasil penelitian ini menunjukkan setiap hipotesis mempunyai pengaruh yang berbeda-beda. Kesimpulan dari penelitian ini adalah *leisure involvement* tidak menunjukkan pengaruh secara langsung pada *job satisfaction*. *leisure involvement* memiliki pengaruh langsung pada *leisure benefit*. *Leisure involment* berpengaruh secara langsung pada *quality life*. *Leisure benefit* berpengaruh secara langsung pada *quality of life*. *Leisure benefit* tidak memiliki pengaruh langsung pada *job satisfaction*. *quality of life* berpengaruh secara langsung terhadap *job satisfaction*. *leisure involvement* berpengaruh secara langsung terhadap *job satisfaction* melalui *quality of life*, dan yang terakhir yaitu *leisure benefit* berpengaruh secara langsung terhadap *job satisfaction* melalui *quality of life*.

2. Bucak (2014)

Penelitian yang dilakukan oleh Bucak (2014) berjudul “*The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction: A Research on Hotel Businesses*”: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan hotel terhadap Kepuasan pelanggan. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan metode pengumpulan data survey dengan menggunakan kuesioner yang terdiri dari dua bagian. Bagian pertama berisi tentang persepsi kualitas pelayanan yang terdiri dari 22 pertanyaan, bagian kedua berisi tentang demografi dan pertanyaan terbuka. Sampel dari penelitian ini berjumlah 300 responden dari 13 hotel dengan bintang tiga sampai lima. Kuesioner disebarluaskan pada tanggal 2 Januari 2013.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa faktor yang paling signifikan yang mempengaruhi kepuasan pengunjung dari persepsi kualitas pelayanan adalah

empati. Empati diketahui sebagai faktor yang paling berpengaruh terhadap kualitas pelayanan yang dirasakan oleh pengunjung.

3. Marlyana dan Khoiriyah (2015)

Penelitian yang dilakukan oleh Marlyana dan Khoiriyah (2015) berjudul “Model Konseptual peningkatan kualitas layanan industri pariwisata di Jawa Tengah menggunakan *Tourservqual*”. Penelitian bertujuan untuk membuat suatu model konseptual peningkatan kualitas layanan industri pariwisata di Provinsi Jawa Tengah.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Tourservqual*, yaitu metode *Service Quality* yang diterapkan pada bidang *tourism*. Model konseptual yang dihasilkan terdiri dari enam belas (16) dimensi kualitas layanan pariwisata yang akan mempengaruhi atau memiliki hubungan yang positif dengan kepuasan pelanggan (wisatawan atau turis). Kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang positif terhadap keunggulan daerah wisata (*destination competitiveness*). Untuk mengukur daya saing (keunggulan) daerah wisata menggunakan 36 indikator. Model konseptual ini nantinya diharapkan dapat mengukur kepuasan wisatawan diantara daerah wisata yang menjadi objek, juga mengukur tingkat daya saing masing-masing objek tersebut, sekaligus mengetahui faktor apa yang paling berpengaruh terhadap daya saing tujuan wisata.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa model konseptual terdiri dari enam belas (16) dimensi kualitas layanan pariwisata yang akan mempengaruhi atau memiliki hubungan yang positif dengan kepuasan pelanggan (wisatawan atau turis).

Kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang positif terhadap keunggulan daerah wisata (*destination competitiveness*).

4. Riduan *et al* (2015)

Penelitian yang dilakukan oleh Riduan *et al* (2015) berjudul “*The Effect of Tourism Service Quality, Tourist Destination Image and Experience of Tourist towards Tourists Satisfaction, Tourism Word of Mount, Tourist Destination*

Preferences, and Tourist Destination Loyalty (A Study on Foreign Tourists in 3

Tourist Destinations Area in Indonesia)”. Penelitian ini bertujuan untuk menguji

konsep pemasaran dalam perspektif wisatawan asing di Indonesia. Penelitian ini

juga berupaya mengembangkan konsep model *Word of Mouth*.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan metode pengumpulan

data survei menggunakan kuesioner. Sampel dari penelitian ini berjumlah 138

wisatawan mancanegara. Untuk mengukur jawaban responden peneliti

menggunakan skala Likert. Metode analisis dalam penelitian ini terdiri dari analisis

deskriptif dan analisis inferensialnya dilakukan dengan menggunakan perangkat

lunak *Generalized Structured Component Analysis* (GSCA).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan wisata, citra

destinasi wisata, pengalaman wisatawan dan kepuasan wisatawan sebagai

antesenden pembentuk *Word of Mouth* Pariwisata dimana seanjutnya menimbulkan

efek pengaruh terhadap referensi destinasi wisata dan loyalitas destinasi wisata

serta peran mediasi dalam jalur yang terbentuk tersebut membentuk model teoritis

dari *Word of Mouth* Pariwisata.

5. Chang and Tsai (2016)

Penelitian yang dilakukan oleh Chang and Tsai (2016) berjudul “*Relationships Among Service Quality, Leisure Benefits, Overall Satisfaction, and Revisit Intention: Cultural Parks as an Example*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara persepsi kualitas pelayanan, *leisure benefit*, kepuasan pengunjung dan kunjungan ulang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan metode pengumpulan data survei menggunakan kuesioner. Sampel dari penelitian ini berjumlah 156 wisatawan yang telah mengunjungi *Cultural Parks* minimal satu kali. Untuk mengukur jawaban responden peneliti menggunakan skala Likert. Metode analisis dalam penelitian ini terdiri dari analisis deskriptif dan analisis regresi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara signifikan mempengaruhi kepuasan pengunjung, *leisure benefit* secara signifikan mempengaruhi kepuasan pengunjung, kualitas pelayanan secara signifikan mempengaruhi minat kunjungan ulang, *leisure benefit* secara signifikan mempengaruhi minat kunjungan ulang, kepuasan pengunjung secara signifikan mempengaruhi minat kunjungan ulang ketika pengunjung merasa puas dan pilihan mereka mengunjungi *Cultural Parks* sudah tepat maka dapat meningkatkan minat kunjungan ulang.

6. Roihanah (2017)

Penelitian yang dilakukan oleh Roihanah (2017) berjudul “Pengaruh *Leisure Benefit* terhadap kepuasan Pengunjung”. penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh *Physiological Benefit*, *Psychological Benefit* dan *Social Benefit* secara bersama-sama dan parsial terhadap Kepuasan Pengunjung. Jenis

penelitian yang digunakan adalah *explanatory research* dengan pendekatan kuantitatif, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 117 responden dari Hawaii Waterpark Malang. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda dan diolah dengan menggunakan program SPSS v 16.0 for Windows.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan ada pengaruh signifikan secara bersama-sama dari variabel *Physiological Benefit*, *Psychological Benefit* dan *Social Benefit* terhadap kepuasan pengunjung. secara parsial variabel-variabel dari *Leisure Benefit* berpengaruh signifikan kecuali variabel *Physiological benefit*.

7. Eskiler *et al* (2019)

Penelitian yang dilakukan oleh Eskiler *et al* (2019) berjudul “*The Effect of Leisure Benefits on Leisure Satisfaction: Extreme Sports*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Leisure benefit* terhadap *leisure satisfaction* atlet olahraga ekstrim. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode survey dengan menyebarkan kuesioner kepada 202 responden. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan signifikan antara *leisure benefit* dan *leisure satisfaction*.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Peneliti	Judul	Variabel	Metode	Hasil
1. Tsai (2013)	<i>Leisure Involvement, Leisure Benefits, Quality of Life and Job Satisfaction</i>	<i>Leisure benefits, quality of life, job satisfaction</i>	Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis faktor. Penelitian ini menggunakan SPSS for Windows 16.0 dan Lisrel 8.80 Uji t, ANOVA satu jalur dan <i>path analysis</i>	Hasil dari penelitian ini adalah <i>leisure involvement</i> tidak menunjukkan pengaruh secara langsung pada <i>job satisfaction</i> . <i>Leisure involvement</i> memiliki pengaruh langsung pada <i>leisure benefit</i> . <i>Leisure involment</i> berpengaruh secara langsung pada <i>quality life</i> . <i>Leisure benefit</i> berpengaruh secara langsung pada <i>job satisfaction</i> melalui <i>quality of life</i> .
2. Bucak (2014)	<i>The Effect of Service Quality on Customer Satisfactio: A Research on Hotel Businesses</i>	<i>Service Quality, Customer Satisfaction</i>	Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan metode pengumpulan data survei dengan menggunakan kuesioner	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa faktor yang paling signifikan yang mempengaruhi kepuasan pengunjung dari persepsi kualitas pelayanan adalah empati. Empati diketahui sebagai faktor yang paling berpengaruh terhadap kualitas pelayanan yang dirasakan oleh pengunjung.

Lanjutan Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Peneliti	Judul	Variabel	Metode	Hasil
3. Marlyana dan Khoiriya h (2015)	Model Konseptual peningkatan kualitas layanan industri pariwisata di Jawa Tengah menggunakan <i>Tourservqual</i>	Kualitas Layanan, Kepuasan Wisatawan	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang menguji model konseptual yang dihasilkan terdiri dari enam belas (16) dimensi kualitas layanan pariwisata yang akan mempengaruhi atau memiliki hubungan yang positif dengan kepuasan pelanggan (wisatawan atau turis)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa model konseptual terdiri dari enam belas (16) dimensi kualitas layanan pariwisata yang akan mempengaruhi atau memiliki hubungan yang positif dengan kepuasan pelanggan (wisatawan atau turis). Kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang positif terhadap keunggulan daerah wisata (<i>destination competitiveness</i>).

Lanjutan Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Peneliti	Judul	Variabel	Metode	Hasil
4. Riduan <i>et al</i> (2015)	<i>The Effect of Tourism Service Quality, Tourist Destination Image and Experience of Tourist towards Tourists Satisfaction, Tourism Word of Mouth, Tourist Destination Preference, Tourist Destination Loyalty and Tourist Destination Loyalty</i>	<i>Tourism Service Quality, Tourist Destination Image and Experience, Tourists Satisfaction, Tourism Word of Mouth, Tourist Destination Preference, Tourist Destination Loyalty</i>	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan metode pengumpulan data survei menggunakan kuesioner. Sampel dari penelitian ini berjumlah 138 wisatawan mancanegara. Untuk mengukur jawaban responden peneliti menggunakan skala Likert. Metode analisis dalam penelitian ini terdiri dari analisis deskriptif dan analisis inferensialnya dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak <i>Generalized Structured Component Analysis (GSCA)</i> .	Kualitas pelayanan wisata, citra destinasi wisata, pengalaman wisatawan dan kepuasan wisatawan sebagai antesenden pembentuk <i>Word of Mouth</i> Pariwisata dimana selanjutnya menimbulkan efek pengaruh terhadap referensi destinasi wisata dan loyalitas destinasi wisata serta peran mediasi dalam jalur yang terbentuk tersebut membentuk model teoritis dari <i>Word of Mouth</i> Pariwisata.

Lanjutan Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Peneliti	Judul	Variabel	Metode	Hasil
5. Chang and Tsai (2016)	<i>Relationships Among Service Quality, Leisure Benefits, Overall Satisfaction, and Revisit Intention: Cultural Parks as an Example</i>	persepsi kualitas pelayanan, <i>leisure benefit</i> , kepuasan pengunjung dan minat kunjungan ulang	metode kuantitatif dengan metode pengumpulan data survei menggunakan kuesioner	Kualitas pelayanan secara signifikan mempengaruhi kepuasan pengunjung, <i>leisure benefit</i> secara signifikan mempengaruhi kepuasan pengunjung, kualitas pelayanan secara signifikan mempengaruhi minat kunjungan ulang, <i>leisure benefit</i> secara signifikan mempengaruhi minat kunjungan ulang, kepuasan pengunjung secara signifikan mempengaruhi minat kunjungan ulang, ketika pengunjung merasa puas dan pilihan mereka mengunjungi <i>Cultural Parks</i> sudah tepat maka dapat meningkatkan minat kunjungan ulang.

Lanjutan Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Peneliti	Judul	Variabel	Metode	Hasil
6. Roihanah (2017)	Pengaruh <i>Leisure Benefit</i> terhadap kepuasan Pengunjung	<i>Leisure Benefit</i> dan kepuasan Pengunjung	Jenis penelitian yang digunakan adalah <i>explanatory research</i> dengan pendekatan kuantitatif, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 117 responden dari Hawaii Waterpark Malang. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda dan diolah dengan menggunakan program SPSS v 16.0 for Windows	Hasil dari penelitian ini menunjukkan ada pengaruh signifikan secara bersama-sama dari variabel <i>Physiological Benefit</i> , <i>Psychological Benefit</i> dan <i>Social Benefit</i> terhadap kepuasan pengunjung, secara parsial variabel-variabel dari <i>Leisure Benefit</i> berpengaruh signifikan kecuali variabel <i>Physiological benefit</i>
7. Eskiler <i>et al</i> (2019)	<i>The Effect of Leisure Benefits on Leisure Satisfaction: Extreme Sports</i>	<i>Leisure benefit</i> , <i>Leisure satisfaction</i>	Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode survey dengan menyebarkan kuesioner	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan signifikan antara <i>leisure benefit</i> dan <i>leisure satisfaction</i> .

Sumber: Olahan Peneliti (2020)

B. Tinjauan Teoritis

1. Pemasaran

a. Pengertian Pemasaran

Menurut Tjiptono (2014:3) pemasaran adalah upaya mewujudkan nilai dan kepuasan pelanggan dengan mendapatkan laba. American Marketing Association (2004) dalam Kotler dan Keller (2009:5) mengatakan pemasaran adalah fungsi organisasi dan serangkaian proses menciptakan, mengomunikasikan, dan memberikan nilai bagi para pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya. Pemasaran berkaitan erat dengan menciptakan dan memberikan nilai (*value*) kepada pelanggan. Dapat disimpulkan, pemasaran merupakan suatu proses memahami dan menyampaikan nilai untuk memenuhi kebutuhan individu dan kelompok dengan baik.

b. Pengertian Pemasaran Jasa

Menurut Tjiptono (2014:17) pemasaran jasa (*services marketing*) muncul berkembang sebagai sub-disiplin tersendiri dalam disiplin ilmu pemasaran. Setidaknya ada lima faktor pentingnya pemasaran jasa yakni, (1) *service is everybody's business*; (2) karakteristik unik jasa yang membedakannya dari barang; (3) jasa dapat dimanfaatkan untuk menciptakan *differential advantages*; (4) jasa berkontribusi signifikan bagi perekonomian global; dan (5) pergeseran paradigma dari *Goods-Dominant Logic* (GDL) menjadi *Service-Dominant Logic* (SDL).

Perusahaan jasa akan merencanakan strategi pemasaran yang tepat agar dapat

memuaskan dan memikat para konsumen sehingga menciptakan kesuksesan perusahaan.

2. Pariwisata

a. Pengertian Pariwisata

Pengertian pariwisata menurut *World Tourism Organization* (WTO) dalam Simanjuntak *et al* (2017:7) adalah “*The activities of person travelling to and staying in place outside their usual environment for not more than one consecutive year to leisure, business and other purpose*”. Dari definisi tersebut dapat diperoleh gambaran bahwa pariwisata merupakan kegiatan seseorang yang melakukan perjalanan dan tinggal di daerah di luar lingkungan kesehariannya, bersifat sementara yang bertujuan untuk bersantai, bekerja maupun tujuan lainnya. Konsep pariwisata mengandung kata kunci “perjalanan” (*tour*) yang dilakukan seseorang, yang melancong demi kesenangan untuk sementara waktu, bukan untuk menetap atau bekerja.

Menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan, “Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan Pemerintah Daerah”, sementara kepariwisataan didefinisikan sebagai “Keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah, dan pengusaha”.

Definisi pariwisata di atas dapat disimpulkan bahwa pariwisata merupakan kegiatan seseorang yang melakukan perjalanan yang bersifat sementara yang didukung oleh fasilitas dan pelayanan yang disediakan oleh pengelola.

3. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah hal yang penting dan merupakan dasar dari pemasaran. Menurut Schiffman, Kanuk dan Wisenblit dalam Tjiptono (2014:50)

Perilaku konsumen adalah perilaku yang dilakukan oleh konsumen dalam memuaskan kebutuhannya yang terdiri dari mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan menghentikan konsumsi produk dan jasa yang mereka harapkan.

Dalam memahami perilaku konsumen terlebih dahulu harus mengetahui batasan-batasan tentang perilaku konsumen. Menurut Laudon dalam Mangkunegara (2002:3) perilaku konsumen dapat didefinisikan sebagai proses pengambilan keputusan dan aktivitas yang melibatkan mengevaluasi, memperoleh, dan menggunakan barang dan jasa.

Dari pendapat yang ada di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen merupakan tindakan yang dilakukan oleh individu, kelompok atau organisasi dalam mendapatkan dan menggunakan barang atau jasa.

4. Kualitas Pelayanan Wisata (*Tourism Services Quality*)

a. Pengertian Kualitas Pelayanan Wisata

Layanan (*Service*) dapat didefinisikan sebagai perbuatan, usaha, atau kinerja.

Menurut American Society for Quality Control dalam Ratnasari, Aksa (2011:103)

kualitas (*Quality*) adalah keseluruhan dari ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik dari suatu produk/jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-

kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten dan dengan kata lain kualitas suatu produk/jasa adalah sejauh mana produk/jasa memenuhi spesifikasi-spesifikasinya. Sedangkan *service quality* merupakan seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima atau peroleh (Ratnasari dan Aksa, 2011:106). *Tourism Service Quality (tourservqual)* merupakan metode untuk mengukur kualitas layanan (jasa) yang terdapat pada industri pariwisata. Menurut WTO dalam Eraqi (2006:476) kualitas pelayanan wisata adalah hasil dari sebuah proses yang menyiratkan kepuasan atas semua produk dan kebutuhan pelayanan, persyaratan dan harapan konsumen, dengan harga yang dapat diterima, sesuai dengan penentu kualitas yang mendasari seperti keselamatan dan keamanan, kebersihan, aksesibilitas, transparansi, keaslian dan keharmonisan kegiatan pariwisata yang peduli dengan lingkungan manusia dan alam. Menurut Parasuraman dalam Riduan (2017:74) dalam mengukur kualitas pelayanan dapat menggunakan lima dimensi utama, yaitu: keandalan, (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), bukti fisik (*tangibles*), dan empati (*emphaty*). Namun menurut Jasfar dalam Riduan (2017:74) terdapat beberapa kelemahan dalam penggunaan model *servqual*, yaitu untuk menerapkan *servqual* membutuhkan definisi spesifik yang secara operasional dapat diterapkan masing-masing industri jasa. Maka untuk meneliti kualitas pelayanan dalam pariwisata kurang tepat menggunakan model *servqual*. Martin dalam Riduan (2017:75) menyusun suatu model yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan wisata atau *Tourism Service Quality (tourservqual)* yang terdiri dari

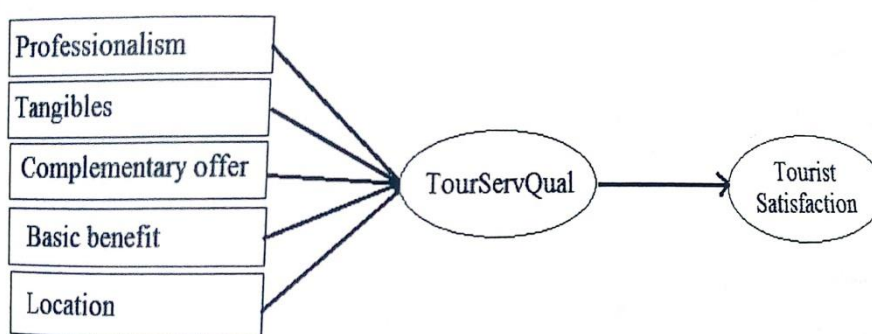
dimensi profesionalitas (*professionalism*), bukti fisik (*tangible*), pelengkap (*complementary offer*), keuntungan utama (*basic benefit*) dan lokasi (*location*).

Gambar 2.1 Model *Tourism Service Quality*

Sumber : Martin dalam Riduan (2017:75)

b. Indikator Kualitas Pelayanan Wisata

Martin dalam Riduan (2017:75-76) menjelaskan indikator *tourservqual* ada lima, yaitu:



1) Profesionalitas (*Professionalism*) adalah kemampuan untuk memberikan pelayanan yang ramah, cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.

2) Bukti fisik (*Tangibles*) yaitu berupa tampilan fisik, peralatan dan berbagai materi komunikasi yang baik, menarik dan terawat.

3) Pelengkap (*Complementary offer*) adalah layanan dan informasi lain yang diberikan oleh pengelola kepada wisatawan.

4) Keuntungan utama (*basic benefit*) adalah keuntungan utama yang didapatkan oleh wisatawan.

5) Lokasi (*location*) adalah kondisi lingkungan dari objek wisata.

5. *Leisure Benefit*

a. Pengertian *Leisure Benefit*

Menurut penelitian Chen dalam Akgul (2018:26) *leisure benefit* merupakan pandangan subjektif seseorang dalam mengevaluasi pemenuhan kebutuhan untuk meningkatkan kondisi fisik dan mental saat dan setelah melakukan kegiatan rekreasi. Hsiesh dalam Yan (2013:269) beranggapan bahwa *leisure benefit* sebagai persepsi subjektif setelah seseorang yang berpartisipasi dalam berbagai kegiatan mengisi waktu luang mereka yang bertujuan untuk meningkatkan kondisi pribadi.

Dapat disimpulkan bahwa definisi *leisure benefit* adalah persepsi subjektif seseorang selama dan setelah berpartisipasi dalam mengisi waktu luang dengan kegiatan rekreasi yang bertujuan untuk meningkatkan kondisi fisik, mental, dan kebutuhan akan kepuasan.

b. Indikator *Leisure Benefit*

Hung dalam Yan (2013:269) mengklasifikasikan dimensi *leisure benefit* menjadi tiga bagian, yaitu :

1) *Physiological Benefit*

Kegiatan yang dilakukan individu yang berdampak ada manfaat fisiologis mencakup pemeliharaan fisik, energi berlimpah, peningkatan keterampilan aktivitas, pengembangan potensi fisik, uji kemampuan aktivitas pribadi, dan pelepasan energi ekstra.

2) *Psychological Benefit*

Kegiatan yang dilakukan individu yang memberikan manfaat psikologis seperti melepaskan tekanan hidup, membuat tekanan emosi menjadi santai, berpikir

kreatif, melepaskan emosi dan tubuh dan pikiran yang santai, membuat suasana hati menyenangkan dan menyeimbangkan emosi spiritual.

3) *Social Benefit*

Kegiatan yang dilakukan individu yang memberikan manfaat sosial seperti menguatkan hubungan pertemanan, menjalin hubungan yang lebih harmonis dengan keluarga, memahami satu sama lain, mendukung ide-ide teman, memahami perasaan satu sama lain, dan saling bertukar pendapat dengan teman.

6. Kepuasan Pengunjung

a. Pengertian Kepuasan Pengunjung

Menurut Tjiptono dan Chandra (2011:292) Kepuasan merupakan sebuah upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Upaya pemenuhan datang dari harapan konsumen mengenai apa yang diinginkan pada produk dan jasa dan harus dapat terpenuhi oleh kegiatan perusahaan untuk dapat melayani konsumen dengan perasaan puas. Chen *and* Chen dalam Sadeh (2012:1558) menjelaskan tingkat kepuasan pengunjung (*Tourist Satisfaction*) terhadap pelayanan merupakan faktor yang penting dalam mengembangkan suatu sistem penyediaan pelayanan yang tanggap terhadap kebutuhan wisatawan sebagai pelanggan. Kepuasan pengunjung merupakan perbandingan antara harapan pra-perjalanan dan pengalaman pasca-perjalanan.

Kepuasan pengunjung disebabkan oleh dua dimensi yang berbeda yaitu pertama, terkait harapan wisatawan pra-perjalanan dan kedua disebut penilaian pengunjung terhadap layanan yang diberikan pasca perjalanan berdasarkan

pengalaman nyata. Dengan kata lain, kepuasan pengunjung secara langsung dipengaruhi oleh harapan pengunjung. (Sadeh *et al*, 2012:1559).

Menurut Kozak dan Rimmington dalam Canny dan Hidayat (2012) kepuasan pengunjung sangat penting dalam mencapai tujuan pemasaran, karena berpengaruh dalam pemilihan tujuan, konsumsi produk jasa, dan keputusan para wisatawan untuk berkunjung kembali. Umumnya, pengunjung yang merasa puas dengan kunjungannya berarti bahwa pengunjung menikmati waktu mereka selama berada pada suatu destinasi, dimana kepuasan dan kesenangan pada destinasi tertentu akan meningkatkan kemungkinan kembali melakukan kunjungan di masa depan.

b. Indikator Kepuasan Pengunjung

Valle *et al* (2006:28) mengukur tingkat kepuasan pengunjung dengan tiga dimensi yaitu:

- 1) Keseluruhan Kepuasan (*General Satisfaction*) yang berkaitan dengan kualitas tempat wisata dan kualitas pengelola.
- 2) Kepuasan Atribut (*Attribute Satisfaction*) yang berkaitan dengan informasi, fasilitas dan pelayanan teknis yang ada pada destinasi wisata.
- 3) Pencapaian Harapan (*Met Expectation*) yang berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan. Apabila melebihi harapan maka akan dicapai kepuasan yang nantinya memunculkan minat kunjungan kembali.

C. Hubungan Antar Variabel

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Wisata terhadap Kepuasan Pengunjung

Oliver dalam Tjiptono (2014:271) menjelaskan model SERVQUAL berkaitan erat dengan model kepuasan pelanggan yang sebagian besar didasarkan pada

pendekatan diskonfirmasi dimana ditegaskan bila ada kinerja pada suatu atribut (*performance*) meningkat lebih besar daripada harapan (*expectations*) atas atribut yang bersangkutan, maka kepuasan dan kualitas jasa pun akan meningkat.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Marlyana dan Khoiriyah (2015:153) menyatakan bahwa dimensi kualitas layanan pariwisata yang akan mempengaruhi atau memiliki hubungan yang positif dengan kepuasan pelanggan. Hal tersebut juga diungkapkan penelitian yang dilakukan oleh Bucak (2014), dan Riduan *et al* (2015:97) yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan Wisata berpengaruh terhadap Kepuasan Pengunjung.

Berdasarkan pendapat para ahli dan penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan Wisata dapat mempengaruhi Kepuasan Pengunjung.

2. Pengaruh *Leisure Benefit* terhadap Kepuasan Pengunjung

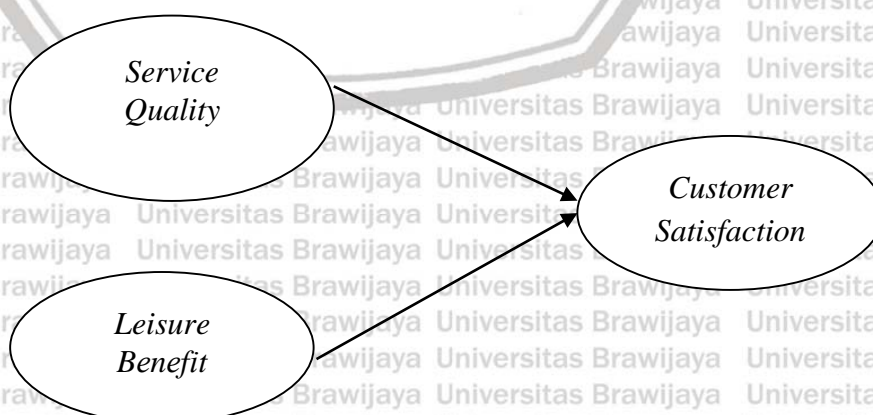
Leisure Benefit mempunyai unsur-unsur seperti *physical benefit*, *psychological benefit* dan *social benefit* (Hung dalam Yan 2013). Reichel dan Habber dalam Wang and Tsai (2010) beranggapan bahwa kepuasan sosial, psikologis dan fisik diperoleh dari kepuasan dalam melakukan kegiatan rekreasi yaitu dengan cara menikmati apa yang ada dalam tempat wisata itu sendiri. Tsai and Ho dalam Wang and Tsai (2010) mengemukakan bahwa kegiatan rekreasi outdoor (misalnya mendaki gunung, kegiatan bereksplorasi) memberikan sebuah kepuasan pengunjung. Manfaat fisik, psikologis dan sosial yang tinggi membuat kepuasan rekreasi dapat dicapai. Hal ini didukung oleh penelitian Okta (2017) yang menyatakan bahwa unsur-unsur *Leisure Benefit* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Sehingga dapat

disimpulkan bahwa *leisure benefit* berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pengunjung.

D. Model Konseptual dan Perumusan Hipotesis

1. Model Konseptual

Tersedianya kualitas pelayanan wisata yang berkualitas akan mampu meningkatkan kepercayaan bagi seseorang terhadap suatu destinasi sehingga akan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan bagi pengunjung terhadap suatu destinasi wisata. Manfaat fisik, psikologis dan sosial yang tinggi juga dapat membuat kepuasan pengunjung dapat dicapai. Berdasarkan latar belakang dan teori yang telah dikemukakan, kualitas pelayanan wisata dan *leisure benefit* merupakan faktor yang mempengaruhi kepuasan pengunjung ke suatu destinasi wisata, hal yang perlu diperhatikan untuk meningkatkan kepuasan pengunjung salah satunya adalah dengan mengetahui konsep kepuasan pelayanan wisata dan *leisure benefit*. Maka dapat disusun sebuah model konseptual untuk meneliti pengaruh Kualitas Pelayanan Wisata dan *Leisure Benefit* terhadap Kepuasan Pengunjung. Dalam penelitian ini, model konseptual tersebut tersaji pada gambar 2.1.



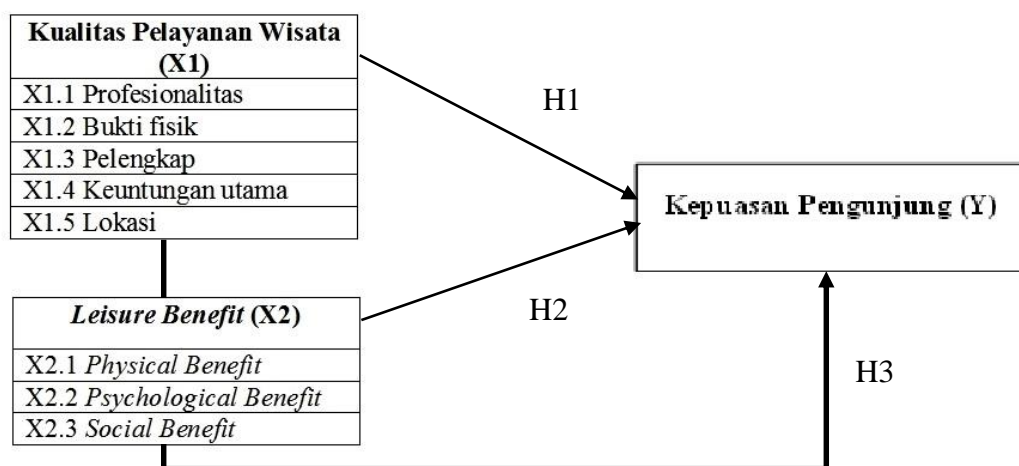
Gambar 2.2 : Model Konseptual Penelitian

Sumber: Olahan Peneliti (2018)

2. Perumusan Hipotesis

Menurut Sugiyono (2015:84), hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Dari model konsep di atas, maka dapat disusun model hipotesis yang merupakan uraian dari kerangka model konsep di atas, dimana konsep kualitas pelayanan wisata diuraikan menjadi tiga variabel yaitu Atraksi, Aksesibilitas dan Amenitas. Sedangkan *Leisure Benefit* diuraikan menjadi *Physiological Benefit*, *Psychological Benefit* dan *Social Benefit*.

Berdasarkan model konseptual yang telah digambarkan di atas, maka dapat diturunkan ke dalam model hipotesis.



Gambar 2.3 : Model Hipotesis

Sumber: Olahan Peneliti (2019)

Gambar 2.2 di atas menunjukkan rancangan hipotesis dari penelitian ini, adapun keterangannya adalah sebagai berikut:

Hipotesis 1 (H₁) : Kualitas Pelayanan Wisata (X₁) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung (Y)

Hipotesis 2 (H₂) : *Leisure Benefit* (X₂) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung (Y)

Hipotesis 3 (H₃) : Kualitas Pelayanan Wisata (X₁) dan *Leisure Benefit* (X₂) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Kepuasan Pengunjung (Y)

Berikut ini hipotesis penelitian, dasar teori, dan hasil penelitian terdahulu yang telah dirangkum peneliti pada Tabel 2.2.

Tabel 2.2 Hipotesis Penelitian, Dasar Teori, dan Hasil Penelitian Terdahulu

Notasi	Hipotesis	Dasar Teori	Hasil Penelitian Terdahulu
H ₁	Kualitas Pelayanan Wisata (X ₁) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung (Y)	1. Oliver (1997) dalam Tjiptono (2014:271) 2. Riduan (2017:77)	1. Marlyana dan Khoiriyah (2015:153) 2. Bucak <i>et al</i> (2014) 3. Riduan <i>et al</i> (2015:97)
H ₂	<i>Leisure Benefit</i> (X ₂) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung (Y)	Torkildsen (1992:25)	1. Eskiler <i>et al</i> (2019) 2. Tsai (2013:428) 3. Roihanah (2017:97)
H ₃	Kualitas Pelayanan Wisata (X ₁) dan <i>Leisure Benefit</i> (X ₂) berpengaruh terhadap Kepuasan Pengunjung (Y)		1. Chang <i>and</i> Tsai (2016)

Sumber: Olahan Peneliti (2019)

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian penjelasan (*explanatory research*) dengan pendekatan kuantitatif. Penggunaan *explanatory research* dikarenakan peneliti menjelaskan hubungan sebab akibat antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis. Menurut Priadana (2009:60) *explanatory research* adalah penelitian dengan tujuan menjelaskan hubungan antara variabel-variabel dan merupakan riset yang menguji hipotesis. Penelitian ini dapat dikatakan sebagai penelitian pengujian hipotesis yang menguji hubungan sebab akibat di antara variabel yang diteliti. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *survey*. Pendekatan kuantitatif bertujuan untuk mendapatkan gambaran mengenai hubungan dan pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

Menurut Mardialis (2008:28) penelitian *survey* pada hakekatnya merupakan metode untuk menemukan secara spesifik dan realis tentang apa yang sedang terjadi pada suatu saat di tengah-tengah kehidupan masyarakat. Penelitian ini akan menganalisis dan mengukur pengaruh dan hubungan antar variabel yang meliputi kualitas pelayanan wisata, *Leisure Benefit* dan Kepuasan Pengunjung.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat yang dijadikan objek penelitian. Kegiatan pengumpulan data penelitian ini berlokasi di Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata Batu yang terletak di Jalan Abdul Ghani Atas dimana Kota Batu merupakan kota pariwisata dengan basis pertanian. Penduduk Kota Batu hampir

sebagian besar bermata pencaharian utama sebagai petani. Oleh sebab itu menjadi suatu keharusan bagi Pemerintah Kota Batu untuk memprioritaskan sektor pertanian dan pariwisata dalam pembangunan ekonomi dan wilayah, sehingga banyak objek-objek wisata di daerah Kota Batu yang menjadi pesaing utama bagi Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata. Selain itu, pemilihan lokasi ini juga mempertimbangkan bahwa Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata merupakan salah satu wisata pertanian dan pelopor wisata petik buah yang ada di Kota Batu, Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata memiliki kualitas pelayanan wisata yang cukup lengkap sebagaimana sudah disebutkan dalam latar belakang sebelumnya, hal ini menimbulkan persepsi yang berbeda-beda dan manfaat yang dirasakan oleh pengunjung sehingga menjadi hal yang menarik untuk diteliti.

C. Variabel, Definisi Operasional dan Skala Pengukuran

a. Variabel

Penelitian ini menggunakan tiga variabel yang terbagi menjadi dua variabel Eksogen dan satu variabel Endogen. Variabel yang akan diteliti adalah variabel Kualitas Pelayanan Wisata, *Leisure Benefit* dan Kepuasan Pengunjung. Berikut adalah penjelasan masing-masing variabel.

i. Variabel Eksogen

Menurut Sugiyono (2016 : 39) variabel Eksogen (variabel bebas) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel Bebas dapat disimbolkan dengan

X. Variabel Eksogen (variabel bebas) dalam penelitian ini ada dua yaitu Kualitas Pelayanan Wisata (X_1) dan *Leisure Benefit* (X_2).

ii. Variabel Endogen

Menurut Sugiyono (2016:39) variabel Endogen (variabel terikat) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.

Variabel terikat dapat disimbolkan dengan Y. Variabel Endogen (variabel terikat) dalam penelitian ini adalah Kepuasan Pengunjung (Y).

b. Definisi Operasional

Variabel yang dimasukkan dalam definisi operasional adalah variabel kunci atau penting yang dapat diukur secara operasional dan dapat dipertanggungjawabkan. Dalam penelitian ini variabel akan dibagi menjadi dua kategori variabel, yaitu bebas atau variabel eksogen dan variabel terikat atau variabel endogen.

Definisi operasional akan membentuk suatu definisi spesifik sesuai kriteria, sehingga dapat diuji dan diukur. Definisi operasional variabel pada penelitian ini adalah:

a) Kualitas Pelayanan Wisata (X_1)

Dalam mencapai kepuasan pengunjung, pihak Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata dalam pelayanannya harus mampu memenuhi kebutuhan pengunjung.

Salah satu tolak ukur dalam skripsi ini adalah menggunakan dan menganalisis kualitas pelayanan wisata yang ada pada Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata.

Pelayanan wisata diberikan untuk mengontrol dalam memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada pengunjung Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata.

Terdapat beberapa karakteristik dalam memberikan pelayanan yang baik. Kualitas pelayanan wisata tersebut dapat mempengaruhi hubungan yang positif terhadap kepuasan pengunjung wisata. Berikut indikator variabel Kualitas Pelayanan Wisata terdiri dari:

1) Profesionalitas (*Professionalism*) adalah kemampuan pengelola Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata untuk memberikan pelayanan yang ramah, cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Adapun

item dari indikator Profesionalitas yaitu:

- a. Menghormati wisatawan
- b. Pelayanan ramah
- c. Penamilton rapi
- d. Informasi yang benar
- e. Pelayanan yang benar

2) Bukti fisik (*Tangibles*) adalah berupa tampilan fisik Wisata Petik Kusuma Agrowisata, peralatan dan berbagai materi komunikasi yang baik, menarik dan terawat. Adapun *item* dari indikator bukti fisik yaitu:

- a. Tempat wisata yang menyenangkan
- b. Dirawat dengan baik
- c. Kebersihan fasilitas
- d. Tata letak nyaman

3) Pelengkap (*Complementary offer*) adalah layanan dan informasi lain yang diberikan oleh pengelola Wisata Petik Kusuma Agrowisata kepada wisatawan.

Adapun *item* dari indikator Pelengkap yaitu:

- a. Acara kebudayaan
- b. Akses lokasi
- c. Lokasi yang tepat

4) Keuntungan utama (*basic benefit*) adalah keuntungan utama yang didapatkan oleh wisatawan Kusuma Agrowisata. Adapun *item* dari indikator keuntungan utama yaitu:

- a. Hiburan
- b. Jaminan
- c. Kuliner berkualitas
- d. Harga kompetitif
- e. Keamanan

5) Lokasi (*location*) adalah kondisi lingkungan dari Kusuma Agrowisata. Adapun *item* dari indikator lokasi yaitu:

- a. Lingkungan alami
- b. Produk khas daerah
- c. Dibangun dengan baik
- d. Tata letak luar biasa
- e. Tersedianya fasilitas

b) *Leisure Benefit* (X_2)

Dalam penelitian ini menggunakan *Leisure Benefit*, *Leisure Benefit* digunakan dengan tujuan untuk mengetahui dan menganalisa mengenai pengaruh *physiological benefit*, *psychological benefit* dan *social benefit* terhadap kepuasan pengunjung Wisata Petik Buah Kusuma Agro wisata. Pengunjung Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata memiliki pandangan subjektif dalam mengevaluasi pemenuhan kebutuhan selama dan setelah berpartisipasi dalam kegiatan rekreasi.

Berikut merupakan indikator dari *Leisure Benefit* yang akan diteliti pada penelitian ini adalah :

1. *Physiological Benefit*, merupakan persepsi atas suatu kegiatan yang dilakukan pengunjung yang berdampak pada kesehatan fisik ketika di Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata seperti untuk pemeliharaan fisik, meningkatkan kekuatan otot, dan meningkatkan kesehatan fisik. Adapun *item* dari indikator *Physiological benefit* yaitu:
 - (1) Meningkatkan kebugaran fisik
 - (2) Membuat seluruh tubuh bergerak aktif
 - (3) Membantu membakar kalori
 - (4) Membantu membuat tidur lebih nyenyak
 - (5) Menghilangkan kepenatan dari rutinitas sehari hari
 - (6) Menambah energi untuk beraktivitas

2. *Psychological Benefit*, merupakan persepsi subjektif atas suatu kegiatan yang dilakukan pengunjung yang memberikan manfaat psikologis seperti mengurangi tekanan emosi di Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata.

Adapun *item* dari indikator *Psychological Benefit* yaitu:

- (1) Menghilangkan stres
- (2) Mendapatkan suasana yang menyenangkan
- (3) Menambah pengetahuan tentang berkebun
- (4) Meningkatkan potensi penerapan pengetahuan yang didapat
- (5) Membuat pengunjung lebih bersyukur
- (6) Menumbuhkan kepribadian yang memiliki kesadaran lingkunganberperan serta dalam menjaga lingkungan
- (7) Menambah pengalaman baru

3. *Social Benefit* merupakan persepsi subjektif atas suatu kegiatan yang dilakukan

pengunjung yang memberikan manfaat sosial ketika di Wisata Petik Buah

Kusuma Agrowisata. Adapun *item* dari indikator yaitu:

- (1) Menguatkan hubungan pertemanan
- (2) Menjalin hubungan yang lebih harmonis dengan keluarga
- (3) Membantu meningkatkan kinerja tim
- (4) Mengembangkan hubungan sosial
- (5) Meningkatkan interaksi antar pengunjung
- (6) Memahami pentingnya pelestarian lingkungan

c) Kepuasan Pengunjung (Y)

Tolak ukur lain yang digunakan dalam skripsi ini adalah kepuasan pengunjung.

Kepuasan pengujung digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pengujung terhadap pelayanan yang diberikan oleh pengelola wisata petik Buah Kusuma

Agrowisata. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pandangan pengunjung terkait dengan kualitas objek, strategi marketing dan kepuasan pengunjung

terhadap Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata. Berikut merupakan indikator kepuasan pengunjung yang akan diteliti dalam penelitian ini:

- 1) Keseluruhan Kepuasan (General Satisfaction) yang berkaitan dengan kualitas tempat wisata dan kualitas pengelola.
- 2) Kepuasan Atribut (Attribute Satisfaction) yang berkaitan dengan informasi, fasilitas dan pelayanan teknis yang ada pada destinasi wisata.
- 3) Pencapaian Harapan (Met Expectation) yang berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan. Apabila melebihi harapan maka akan dicapai kepuasan yang nantinya memunculkan minat kunjungan kembali.

Tabel 3.1 Definisi Operasional

Variabel	Indikator	Butir	Sumber
Kualitas Pelayanan Wisata (X ₁)	Bukti fisik (<i>Tangibles</i>) (X _{1.2})	(X _{1.2.1}) Tempat wisata menyenangkan	Martin (2000:144)
		(X _{1.2.2}) Dirawat dengan baik	
		(X _{1.2.3}) Kebersihan fasilitas	
Pelengkap (<i>Complementary offer</i>) (X _{1.3})		(X _{1.2.4}) Tata letak nyaman	
		(X _{1.3.1}) Acara kebudayaan	
		(X _{1.3.2}) Akses lokasi	
Keuntungan utama (<i>basic benefit</i>) (X _{1.4})		(X _{1.3.3}) Lokasi yang tepat	
		(X _{1.4.1}) Hiburan	
		(X _{1.4.2}) Jaminan	
		(X _{1.4.3}) Kuliner berkualitas	
		(X _{1.4.4}) Harga kompetitif	
	(X _{1.4.5}) Keamanan		

Lanjutan Tabel 3.1 Definisi Operasional

Variabel	Indikator	Butir	Sumber
	Lokasi (<i>location</i>) (X _{1.5})	(X _{1.5.1}) Lingkungan alami (X _{1.5.2}) Produk khas daerah (X _{1.5.3}) Dibangun dengan baik (X _{1.5.4}) Tata letak Luar biasa (X _{1.5.5}) Tersedianya fasilitas	
<i>Leisure Benefit</i> (X ₂)	<i>Physiological Benefit</i> (X _{2.1})	(X _{2.1.1}) Meningkatkan kebugaran fisik (X _{2.1.2}) Membantu melegakan pernafasan (X _{2.1.3}) Membuat seluruh tubuh bergerak aktif (X _{2.1.4}) Membantu membakar kalori (X _{2.1.5}) Membantu membuat tidur lebih nyenyak (X _{2.1.6}) Menghilangkan kepenatan dari rutinitas sehari hari (X _{2.1.7}) Menambah energi untuk beraktivitas	

Lanjutan Tabel 3.1 Definisi Operasional

Variabel	Indikator	Butir	Sumber
	<i>Psychological Benefit</i> (X _{2.2})	(X _{2.2.1})Menghilangkan stres (X _{2.2.2})Mendapatkan suasana yang menyenangkan (X _{2.2.3})Menambah pengetahuan tentang berkebudayaan (X _{2.2.4})Meningkatkan potensi penerapan pengetahuan yang didapat (X _{2.2.5})Membuat pengunjung lebih bersyukur (X _{2.2.6})Menumbuhkan kepribadian yang memiliki kesadaran lingkungan (X _{2.2.7})Berperan serta dalam menjaga lingkungan (X _{2.2.8})Menambah pengalaman baru	
	<i>Social Benefit</i> (X _{2.3})	(X _{2.3.1})Menguatkan hubungan pertemanan (X _{2.3.2})Menjalin hubungan yang lebih harmonis dengan keluarga (X _{2.3.3})Membantu meningkatkan kinerja tim (X _{2.3.4})Mengembangkan hubungan sosial (X _{2.3.5})Meningkatkan interaksi antar pengunjung (X _{2.3.6})Memahami pentingnya pelestarian lingkungan	

Lanjutan Tabel 3.1 Definisi Operasional

Variabel	Indikator	Butir	Sumber
Kepuasan Pengunjung (Y)	Keseluruhan Kepuasan (<i>General Satisfaction</i>) (Y _{1.1})	(Y _{1.1.1}) Kualitas tempat wisata (Y _{1.1.2}) Kualitas pengelola	Valle <i>et al</i> (2006:31)
	Kepuasan Atribut (<i>Attribute Satisfaction</i>) (Y _{1.2})	(Y _{1.2.1}) Informasi (Y _{1.2.2}) Fasilitas memadai (Y _{1.2.3}) Pelayanan teknis (Y _{1.2.4}) Keamanan	

Sumber: Data peneliti (2018)

D. Skala Pengukuran

Skala pengukuran merupakan suatu kesepakatan yang digunakan sebagai acuan dalam menentukan panjang pendeknya interval yang ada di dalam alat ukur, sehingga dalam pengukurannya dapat menghasilkan data kuantitatif. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala Likert. Sugiyono (2016:93) menyatakan bahwa “Skala Likert merupakan jenis skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.”

Jawaban untuk setiap butir-butir instrumen dalam skala Likert memiliki penilaian dari sangat positif hingga sangat negatif dan dari penilaian tersebut dapat diberikan skor yang digunakan untuk keperluan analisis kuantitatif. Dalam penelitian ini menggunakan skala Likert 1-5 (skor 1= sangat tidak setuju; skor

2=tidak setuju; skor 3=ragu; skor 4=setuju; skor 5= sangat setuju). Alasan memilih 5 poin skala Likert karena untuk menghindari jawaban yang sama dan untuk memudahkan peneliti. Berdasarkan skala Likert, penelitian ini menggunakan alternatif jawaban dengan interval 1-5 dengan tingkatan seperti pada tabel berikut ini.

Tabel 3.2 Skor Penilaian untuk Pengukuran Jawaban Responden

No.	Jawaban Responden	Kode	Skor
1.	Sangat Setuju	SS	5
2.	Setuju	S	4
3.	Ragu	R	3
4.	Tidak Setuju	TS	2
5.	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber : Supranto (2000:64)

E. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2015:61). Pada penelitian ini karakteristik populasi dibutuhkan untuk mendapatkan hasil yang representatif, sehingga telah ditentukan karakteristik populasi sebagai berikut:

- a. Pengunjung dengan usia minimal 17 tahun. Minimal usia 17 tahun dipilih dengan alasan karena merupakan umur yang sudah dianggap sebagai pengambilan keputusan.
- b. Pernah mengunjungi Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata minimal satu kali.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2016:81). Sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sampel yang telah sesuai dengan karakteristik populasi. Dalam penelitian ini jumlah populasi penelitian tidak diketahui, sehingga untuk menentukan jumlah sampel, penelitian menggunakan rumus Machin dan Champbell dalam Sardin (2014:21) sebagai berikut :

Melakukan Iterasi:

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

Sumber : Champbell dalam Sardin (2014 : 21)

Iterasi Pertama:

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

Sumber : Champbell dalam Sardin (2014 : 21)

Perhitungan sebelum Iterasi Kedua:

$$U^2 \rho = \frac{1}{2} \ln \left[\frac{1+p}{1-p} \right] + \frac{p}{2(n-1)}$$

Sumber : Champbell dalam Sardin (2014 : 21)

Iterasi Kedua:

$$n = \frac{(Z_{\alpha} + Z_{\beta})^2}{U^2 \rho^2} + 3$$

Sumber : Champbell dalam Sardin (2014 : 21)

Perhitungan sebelum Iterasi Ketiga:

$$U^3\rho = \frac{1}{2} \ln \left[\frac{1+p}{1-p} \right] + \frac{p}{2(n-1)}$$

Sumber : Champbell dalam Sardin (2014 : 21)

Iterasi Ketiga:

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

Sumber : Champbell dalam Sardin (2014 : 21)

Keterangan:

\ln = natural logaritma (log-e)

$U\rho$ = standar normal random variabel sesuai dengan nilai tertentu dari koefisien

korelasi ρ

$U^1\rho$ = perkiraan awal $U\rho$

$Z_{1-\alpha}$ = harga yang diperoleh dari tabel distribusi normal baku dengan α yang ditentukan

$Z_{1-\beta}$ = harga yang diperoleh dari tabel distribusi normal baku dengan β yang ditentukan

ρ = koefisien korelasi terkecil yang diharapkan dapat dideteksi secara signifikan

n = ukuran sampel

Berdasarkan pertimbangan bahwa nilai p terendah yang akan diperoleh melalui penelitian ini adalah $p=0,30$, $\alpha=0,10$ pada pengujian dua arah dan $\beta=0,05$ dengan perhitungan pada lampiran 1. Hasil iterasi kedua dan ketiga menunjukkan satuan angka yang sama yaitu 115,633, maka sampel untuk penelitian ini dapat dibulatkan

menjadi 116 orang responden pengunjung dengan usia minimal 17 tahun yang pernah mengunjungi Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata minimal satu kali.

3. Teknik Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* yaitu menurut Sugiyono (2008:120) teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan teknik *purposive sampling* yaitu “teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu” (Sugiyono, 2016: 85). Di dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* karena untuk menjadi responden sampel diberikan pertimbangan dengan adanya syarat-syarat khusus sebagai berikut :

- a. Pengunjung yang berkunjung di Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata Batu dengan usia minimal 17 tahun dikarenakan asumsi dari peneliti bahwa pengunjung yang berusia di atas 17 tahun mampu mengekspresikan apa yang dirasakan.
- b. Pernah mengunjungi Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata minimal satu kali.

Syarat sebagai responden harus terpenuhi untuk dapat mengumpulkan data yang sebenarnya dari tempat penelitian. penulis harus memberikan keterangan yang sebenarnya mengenai syarat-syarat kriteria yang telah ditentukan di atas. Keterangan mengenai syarat-syarat sebagai responden akan memberikan ketentuan

yang jelas mengenai kriteria responden yang berhak untuk melakukan pengisian data dalam rangka pengumpulan data dalam penelitian ini.

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data primer. Menurut Munawaroh (2012:82) data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari responden yang menjadi objek dalam penelitian ini. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada responden untuk memperoleh tanggapan terhadap atribut-atribut penelitian yang akan diuji.

2. Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan cara survei dengan melakukan penyebaran kuesioner, dimana kuesioner tersebut diberikan kepada pengunjung Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata. Cara survei itu sendiri merupakan cara pengumpulan data dimana peneliti atau pengumpul data mengajukan pertanyaan atau pernyataan kepada responden baik dalam bentuk lisan maupun secara tertulis (Sanusi, 2012:105).

Menurut Sugiyono (2008:162) kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu kuesioner cocok digunakan bila

jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner dapat berupa pertanyaan-pertanyaan tertutup atau terbuka.

Peneliti mulai melakukan penyebaran kuesioner pada tanggal 19 Januari 2020, penyebaran kuesioner dilakukan setiap hari. Peneliti menunggu responden di restoran Alamanda, karena di tempat tersebut merupakan pos terakhir setelah responden melakukan kegiatan wisata. Tahap pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Membuat kuesioner *offline*.
- b) Menyebarkan kuesioner *offline* di Wisata Petik Buah Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata.
- c) Melakukan *screening* responden sesuai dengan kriteria sampel diberikan dengan mengajukan pertanyaan pendahuluan. Kriteria responden yang dimaksud adalah berusia minimal 17 tahun dan pernah mengunjungi Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata minimal satu kali.
- d) Pengisian kuesioner langsung oleh responden didampingi oleh peneliti.
- e) Mentabulasi data penelitian yang telah diperoleh.
- f) Menganalisis data dengan program SPSS versi 21.0 *for Windows*.
- g) Penulisan laporan

Waktu pengumpulan kuesioner penelitian ini selama dua minggu dimana dalam satu hari diharapkan kurang lebih sembilan kuesioner dapat terkumpul.

3. Instrumen Penelitian

Meneliti pada prinsipnya melakukan pengukuran, maka harus ada alat ukur yang baik. Alat ukur tersebut dalam penelitian dinamakan instrumen penelitian.

Jadi dapat dikatakan instrumen penelitian merupakan suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati Sugiyono (2016:102).

Instrumen dalam penelitian ini adalah kuesioner yang digunakan untuk mempermudah peneliti dalam memperoleh data. Kuesioner dibuat menjadi dua bagian yaitu kuesioner pernyataan untuk memperoleh informasi tentang identitas responden dan kuesioner untuk memperoleh tanggapan responden tentang variabel penelitian. Kuesioner berisikan pertanyaan terstruktur dan disusun secara sistematis dengan harapan dapat mendapatkan data yang akurat.

G. Uji Instrumen

Uji instrumen dilakukan untuk mengukur sejauh mana instrumen dalam penelitian ini adalah kuesioner yang digunakan memiliki kualitas yang baik. Pada sebuah penelitian, kualitas dari sebuah instrumen penelitian sangat mempengaruhi kualitas dan hasil penelitian tersebut. Instrumen penelitian umumnya memiliki dua syarat penting, yaitu validitas dan reliabilitas. Dalam pelaksanaan uji coba instrumen, peneliti menyebarkan instrumen penelitian berupa kuesioner kepada 30 responden yang merupakan pengunjung Wisata Petik Buah Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata dengan usia minimal 17 tahun.

1. Uji Validitas

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan instrumen berupa kuesioner. Dalam penggunaan kuesioner perlu adanya pengujian untuk dapat mengukur validitas variabel sehingga dalam penelitian ini peneliti menggunakan uji validitas. Menurut Arikunto (2013:211) validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan sesuatu

instrumen. Dalam hal ini, instrumen yang valid mempunyai validitas yang tinggi.

Sebaliknya, instrumen yang kurang valid memiliki validitas rendah. Suatu instrumen penelitian berupa sebuah kuisisioner dinyatakan valid apabila pertanyaan pada kuisisioner mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuisisioner tersebut. Untuk mengetahui suatu instrumen valid atau tidak dapat diketahui dengan menggunakan rumus *Pearson Product Moment* yang dirumuskan sebagai berikut

(Arikunto, 2013: 238):

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

Sumber : Arikunto (2013 : 238)

Keterangan :

r_{xy} : Koefisien korelasi variabel bebas dan variabel terikat

n : banyaknya sampel

x : butir/pertanyaan

y : total variabel

Dalam penelitian ini r_{tabel} adalah sebesar 0,3494 dan suatu butir dikatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ serta tingkat signifikansi probabilitas $r_{hitung} (P) \leq 0,05$ maka butir tersebut valid (Sugiyono, 2016:126)

2. Uji Reliabilitas

Menurut Arikunto (2010:221) Reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Penelitian ini menggunakan

rumus *Alpha Cronbach* sebagai uji reliabilitas suatu instrumen, dengan rumus sebagai berikut (Arikunto, 2010:239):

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

Keterangan:

r = Realibilitas

k = Banyaknya butir pertanyaan

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

σ_b^2 = Varians total

Sunyoto (2009:68) menyatakan bahwa pada uji reliabilitas dengan metode *Alpha Cronbach* akan membandingkan koefisien *Alpha Cronbach* (α) dengan 0,6. Jika koefisien *Alpha Cronbach* (r hitung) sama dengan atau lebih besar dari 0,6 ($\alpha \geq 0,6$), maka butir tersebut dapat dikatakan *reliable*. Jika koefisien *Alpha Cronbach* (r hitung) sama dengan atau lebih kecil dari 0,6 ($\alpha \leq 0,6$), maka butir tersebut tidak reliabel atau mengindikasikan keandalan konsistensi internal yang tidak memuaskan.

H. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil Uji Validitas dilakukan dengan cara menguji butir-butir pernyataan pada kuesioner yaitu dengan menghitung koefisien korelasi dari tiap-tiap pernyataan dengan skor total yang diperoleh, selanjutnya dibandingkan dengan angka kritis *r product moment*. Uji validitas bertujuan untuk melihat hasil dari variabel atau pernyataan yang diajukan mewakili segala informasi yang seharusnya diukur.

Selain uji validitas, dalam penelitian ini terdapat uji reliabilitas yang bertujuan

menguji apakah kuesioner tersebut reliabel atau handal jika jawaban responden terhadap pernyataan konsisten dari waktu ke waktu. Berikut adalah tabel hasil uji validitas dan reliabilitas dengan jumlah responden 30 orang.

Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas

Item	r Hitung	Sig.	r tabel	Keterangan
X1.1	0.834	0.000	0,3494	Valid
X1.2	0.871	0.000	0,3494	Valid
X1.3	0.793	0.000	0,3494	Valid
X1.4	0.761	0.000	0,3494	Valid
X1.5	0.664	0.000	0,3494	Valid
X1.6	0.664	0.000	0,3494	Valid
X1.7	0.566	0.001	0,3494	Valid
X1.8	0.663	0.000	0,3494	Valid
X1.9	0.560	0.001	0,3494	Valid
X1.10	0.674	0.000	0,3494	Valid
X1.11	0.684	0.000	0,3494	Valid
X1.12	0.807	0.000	0,3494	Valid

Lanjutan Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas

Item	r Hitung	Sig.	r tabel	Keterangan
X1.13	0.606	0.000	0,3494	Valid
X1.14	0.631	0.000	0,3494	Valid
X1.15	0.680	0.000	0,3494	Valid
X1.16	0.657	0.000	0,3494	Valid
X1.17	0.805	0.000	0,3494	Valid
X1.18	0.602	0.000	0,3494	Valid
X1.19	0.669	0.000	0,3494	Valid
X1.20	0.766	0.000	0,3494	Valid
X1.21	0.661	0.000	0,3494	Valid
X1.22	0.725	0.000	0,3494	Valid
X2.1	0.888	0.000	0,3494	Valid
X2.2	0.908	0.000	0,3494	Valid
X2.3	0.754	0.000	0,3494	Valid
X2.4	0.712	0.000	0,3494	Valid
X2.5	0.474	0.008	0,3494	Valid

Lanjutan Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas

Item	r Hitung	Sig.	r tabel	Keterangan
X2.6	0.648	0.000	0,3494	Valid
X2.7	0.723	0.000	0,3494	Valid
X2.8	0.721	0.000	0,3494	Valid
X2.9	0.837	0.000	0,3494	Valid
X2.10	0.699	0.000	0,3494	Valid
X2.11	0.589	0.001	0,3494	Valid
X2.12	0.777	0.000	0,3494	Valid
X2.13	0.779	0.000	0,3494	Valid
X2.14	0.891	0.000	0,3494	Valid
X2.15	0.635	0.000	0,3494	Valid
X2.16	0.671	0.000	0,3494	Valid
X2.17	0.561	0.001	0,3494	Valid
X2.18	0.621	0.000	0,3494	Valid
X2.19	0.722	0.000	0,3494	Valid
X2.20	0.625	0.000	0,3494	Valid

Lanjutan Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas

Item	r Hitung	Sig.	r tabel	Keterangan
X2.21	0.695	0.000	0,3494	Valid
Y1	0.849	0.000	0,3494	Valid
Y2	0.888	0.000	0,3494	Valid
Y3	0.766	0.000	0,3494	Valid
Y4	0.918	0.000	0,3494	Valid
Y5	0.852	0.000	0,3494	Valid
Y6	0.786	0.000	0,3494	Valid
Y7	0.540	0.002	0,3494	Valid
Y8	0.723	0.000	0,3494	Valid
Y9	0.732	0.000	0,3494	Valid
Y10	0.729	0.000	0,3494	Valid
Y11	0.787	0.000	0,3494	Valid
Y12	0.720	0.000	0,3494	Valid
Y13	0.731	0.000	0,3494	Valid
Y14	0.726	0.000	0,3494	Valid

Lanjutan Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas

Item	r Hitung	Sig.	r tabel	Keterangan
Y15	0.627	0.000	0,3494	Valid

Sumber: Data Primer Diolah

Dari Tabel 3.2 di atas dapat dilihat bahwa nilai sig. r indikator pertanyaan lebih kecil dari 0.05 ($\alpha = 0.05$) yang berarti tiap-tiap indikator variabel adalah valid, sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator-indikator tersebut dapat digunakan untuk mengukur variabel penelitian.

Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Koefisien Reliabilitas	Keterangan
1	X1	0.947	Reliabel
2	X2	0.947	Reliabel
3	Y	0.943	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah

Dari Tabel 3.3 di atas diketahui bahwa nilai dari alpha cronbach untuk semua variabel lebih besar dari 0,6. Dari ketentuan yang telah disebutkan sebelumnya maka semua variabel yang digunakan untuk penelitian sudah reliabel.

I. Teknik Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah metode untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum (Sugiyono, 2016:147). Dalam hasil analisis deskriptif meliputi tabel frekuensi, persentase dan rata-rata. Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan identitas responden yang terdiri dari jenis kelamin, umur, asal daerah, pendidikan terakhir, dan rata-rata pendapatan wisatawan Wisata Petik Buah Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata serta mendeskripsikan data yang didistribusikan dari masing-masing variabel.

Setelah data terkumpul dan diolah kemudian didistribusikan ke dalam tabel lalu membahas data yang diperoleh tersebut secara deskriptif. Analisis deskriptif menjelaskan distribusi frekuensi variabel dan profil dari responden. Dalam penelitian ini ukurannya berupa pemberian angka, persentase, frekuensi dan rata-rata (*mean*) yang dituangkan ke dalam tabel.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda, analisis regresi linier berganda berguna untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat tertentu.

Selain itu, analisis regresi linier berganda juga bertujuan untuk mengetahui variabel manakah yang paling berpengaruh di antara variabel lainnya. Sebelum uji persamaan regresi berganda sesuai dengan pengujian secara bersama-sama dan

parsial, maka akan dilakukan terlebih dahulu apakah persamaan yang telah diasumsikan tidak terjadi pengaruh antar variabel. Penggunaan metode ini dengan asumsi-asumsi yang mendasarinya, asumsi-asumsi tersebut yaitu: uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heterokedastisitas.

a. Uji Normalitas

Ghozali (2005:110) mengemukakan uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen, variabel independen, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau mendekati normal. Dasar pengambilan keputusan menurut Priyatno (2014:94), dalam uji normalitas menggunakan One-Sample Komologorof-Smimov Test adalah sebagai berikut:

- a) Suatu data dikatakan normal jika nilai Asymp. Sig. $> 0,05$ maka data terdistribusi normal.
- b) Suatu data dikatakan tidak normal jika nilai Asymp. Sig. $< 0,05$ maka data tidak terdistribusi normal.

b. Uji Multikolonearitas

Uji multikolonearitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah terdapat interkorelasi yang sempurna antara beberapa variabel bebas yang digunakan dalam model regresi. Model regresi yang baik ditandai dengan tidak terjadinya korelasi di antara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol (Ghozali, 2006:91).

Multikolonieritas dideteksi dengan menggunakan nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). *Tolerance* mengukur variabilitas variabel bebas yang terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi (karena $VIF = 1/\textit{tolerance}$) dan menunjukkan adanya kolinearitas yang tinggi. Nilai *cut off* yang umum dipakai adalah nilai *tolerance* 0,10 atau sama dengan nilai VIF di bawah 10 (Ghozali, 2006:95).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah residual absolute sama atau tidak untuk semua pengamatan. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Tidak terjadinya heteroskedastisitas dapat dideteksi dari hasil uji grafik *Scatterplot* jika titik-titik yang menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y (Ghozali, 2006:125)

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda digunakan untuk menguji pengaruh beberapa variabel bebas (X) terhadap satu variabel tidak bebas atau dependen variabel (Y) secara bersama-sama (Bungin, 2005:222).

Persamaan Regresi Linier Berganda dirumuskan dengan:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5$$

Keterangan :

Y = Variabel dependen

α = Konstanta

X_1, X_2, \dots, X_5 = Variabel independen

$\beta_1, \beta_2, \dots, \beta_5$ = Koefisien masing-masing variabel

Dalam penelitian ini, variabel independen adalah Kualitas Pelayanan Wisata (X_1) dan *Leisure Benefit* (X_2) sedangkan variabel dependen adalah Kepuasan Pengunjung (Y) sehingga persamaan regresi berganda estimasinya:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3$$

Dimana :

Y = Kepuasan Pengunjung

α = Konstanta

X_1 = Kualitas Pelayanan Wisata

X_2 = *Leisure Benefit*

$\beta_1, \beta_2, \dots, \beta_5$ = Koefisien masing-masing variabel

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Melalui koefisien korelasi dapat ditentukan kuatnya hubungan antar variabel, semakin besare nilai koefisien korelasi maka semakin kuat hubungan antar variabel.

Menurut Sarwono (2006:87), interpretasi korelasi nilai r sebagai berikut :

0,800 – 1,000 Hubungan sangat kuat

0,600 – 0,799 Hubungan kuat

0,400 – 0,599 Hubungan cukup kuat

0,200 – 0,399 Hubungan lemah

0,000 – 0,199 Hubungan sangat lemah

Koefisien Determinasi (R^2) menurut Sarwono (2006:87), bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel X terhadap variabel Y, perhitungannya sebagai berikut :

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

Kd = Koefisien Determinasi

R = Koefisien Korelasi

5. Pengujian Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Menurut Sugiyono (2008:224), uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel penjelas secara individual menerangkan variasi variabel terikat. Rumusnya adalah:

$$t = \frac{b_i}{s_{b_i}}$$

Keterangan :

b_i = Koefisien Regresi ke-I

s_{b_i} = Standar Error dari Koefisien B_i

Kriteria pengujian dengan tingkat signifikansi (α) = 0,05 ditentukan sebagai berikut :

1. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

b. Uji Serempak (Uji F)

Uji ini dilakukan untuk menguji apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh bersama-sama terhadap variabel terikat. Pengujian hipotesis (uji F) dalam penelitian ini secara simultan yang dimaksudkan untuk mengukur besarnya pengaruh Kualitas Pelayanan Wisata (X1) dan *Leisure Benefit* (X2) terhadap Kepuasan Pengunjung. Kriteria uji hipotesis (uji F) adalah sebagai berikut:

- a) Dengan membandingkan nilai F hitung dengan nilai F tabel:
 - 1) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (X) secara bersama-sama terhadap variabel Y.
 - 2) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, H_0 diterima dan H_a ditolak, berarti tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (X) secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Y).

b) Dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi:

- 1) Apabila probabilitas signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- 2) Apabila probabilitas signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

PT. Kusuma Satria Dinasasri Wisatajaya adalah salah satu bentuk wisata yang menonjolkan usaha pertanian sebagai ciri yang kuat sekaligus dapat mendukung fungsinya sebagai tempat wisata. Usaha ini, mulai dirintis pada awal tahun 1989 dan merubah tanah yang berbatu kritis menjadi tanah yang produktif, secara umum sangat sulit pengairannya dan hanya mengandalkan curah hujan dengan mengandalkan teknologi konservasi maka hamparan tersebut menjadi produktif dengan menanam pohon apel seluas 10 hektar dan pohon jeruk 2,8 hektar.



Gambar 4.1. Logo Kusuma Agrowisata

Sumber : kusuma-agrowisata.com (2019)

Lokasi PT. Kusuma Satria Dinasasri Wisatajaya Batu yang berlokasi di Kelurahan Ngaglik Kecamatan Batu Kota Batu Propinsi Jawa Timur dan Kantor pusatnya berada di Jalan Abdul Gani Atas PO. BOX 36 Batu. Letak perusahaan

ini bila ditinjau dari segi aktivitas berada di lokasi pegunungan dan berudara sejuk dimana sangat menunjang bagi masyarakat atau pengunjung ingin berlibur atau melakukan aktivitasnya.

Luas PT. Kusuma Satria Dinasari Wisatajaya sejumlah 22,8 hektar. Suhu sekitar 18-29 derajat *celcius*, kelembaban nisbi 79,75% dan kecepatan angin sekitar 2,93km/jam dengan ketinggian 1000 meter maka udara disekitarnya terasa sejuk.

Dalam sebuah organisasi atau suatu lembaga, visi dan misi merupakan sebuah kunci utama untuk menjalankan segala kegiatan dalam organisasi atau lembaga tersebut. Visi dan misi berada dalam urutan paling atas sebelum perencanaan dalam organisasi. Visi menggambarkan tujuan atau kondisi di masa depan yang ingin dicapai oleh organisasi. Sedangkan misi merupakan kegiatan utama yang harus dilakukan atau fungsi yang diemban oleh suatu organisasi untuk mencapai visi yang sudah dirancang. Misi organisasi harus bisa menunjukkan gambaran yang akan dicapai di masa depan dengan jelas.

Kusuma Agrowisata memiliki visi dan misi untuk memajukan usaha bisnisnya. Visi Kusuma Agrowisata adalah “Membangun Kusuma Agrowisata Group menjadi perusahaan yang terpercaya, terkemuka, yang tangguh dan mampu bersaing di pasar global”. Untuk mencapai visi tersebut, maka misi Kusuma Agrowisata yaitu:

1. Menghasilkan produk dan jasa yang dapat diterima dan dapat memberikan kepuasan konsumen.

2. Mendapatkan keuntungan untuk kelangsungan dan pengembangan usaha serta kesejahteraan karyawan.

Kusuma Agrowisata memiliki berbagai produk yang dijual, apel menjadi produk unggulan penjualan. Apel merupakan ikon dari Kota Batu yang sudah tidak diragukan lagi. Produk yang dijual bervariasi, antara lain:

1. Apel Ana



Gambar 4.3 Apel Ana

2. Apel Wanglin



Gambar 4.4 Apel Wanglin

3. Apel Manalagi



Gambar 4.5 Apel Manalagi

4. Apel Rome Beauty



Gambar 4.6 Apel Rome Beauty

5. Jeruk Jova



Gambar 4.7 Jeruk Jova

6. Jeruk Valencia



Gambar 4.8 Jeruk Valencia

7. Jeruk Keprok Siem



Gambar 4.9 Jeruk Keprok Siem

8. Jeruk Gunung Nambangan



Gambar 4.10 Jeruk Gunung Nambangan

9. Jambu Biji Merah (*Pink Guava*)



Gambar 4.11 Jambu Biji Merah

10. Buah Naga Merah (*Red Dragon*)



Gambar 4.12 Buah Naga Merah

11. *Strawberry*



Gambar 4.13 Strawberry

Selain dalam bentuk buah segar, pihak Agrowisata juga mengolah komoditi lain yaitu :

1. Jenang apel, sari apel, yogurt, cuka apel, dan the
2. Tanaman hias atau agru flora

3. Area *outbound*
4. Minishop
5. Hall
6. Karaoke
7. Bilyard
8. *Restaurant*
9. Play Ground
10. Hotel dan *cottage*
11. Agro sayur dan *strawberry*
12. *Water Park*

Harga tiket masuk yang ada di Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata dapat dilihat pada gambar berikut :



HARGA PAKET WISATA 2020	
AYO PANEN (JAMBU)	
Fasilitas: Petik Jambu & Makan Sepuasnya, Fruit Juice, Waterpark, De Tjangkul	30.000
AYO PANEN (JERUK)	
Fasilitas: Petik Jeruk, Fruit Juice, Waterpark, De Tjangkul	40.000
AYO PETIK (APEL)	
Fasilitas: Petik Apel dan Makan Sepuasnya, Puff Pastry, Fruit Juice, Waterpark, De Tjangkul	65.000
AYO PETIK (BUAH NAGA)	
Fasilitas: Petik Buah Naga, Puff Pastry, Fruit Juice, Waterpark, De Tjangkul	65.000
AYO PETIK (STRAWBERRY)	
Fasilitas: Petik Strawberry, Puff Pastry, Fruit Juice, Waterpark, De Tjangkul	80.000
PAKET HORE (TERUSAN)	
Fasilitas: Petik Apel, Jambu, Jeruk, Puff Pastry, Fruit Juice, Waterpark, De Tjangkul	110.000
PAKET BOOM	
Fasilitas: Petik Apel, Buah Naga/Strawberry, Jambu, Puff Pastry, Fruit Juice, Waterpark, De Tjangkul	120.000
PAKET EDUKASI	
Fasilitas: Presentasi, Petik Apel dan Makan Sepuasnya, Puff Pastry, Fruit Juice, Lunch Box, Waterpark, De Tjangkul	125.000
PAKET BIOLOGI	
Fasilitas: Presentasi, Eskul Biologi, Petik Apel dan Makan Sepuasnya, Puff Pastry, Lunch Box, Waterpark, De Tjangkul	140.000
TIKET WATERPARK	25.000
TIKET MASUK DE TJANGKUL	25.000

Gambar 4.14 Harga Tiket Masuk

Sumber : kusuma-agrowisata.com (2020)

B. Analisis Deskriptif

1. Gambaran Umum Responden

Responden dalam penelitian ini berjumlah 116 orang yang merupakan pelanggan yang telah mengunjungi Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata minimal satu kali dengan kriteria umur minimal 17 tahun. Gambaran responden disusun berdasar jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendidikan terakhir, pendapatan atau uang saku perbulan, dan jumlah pemesanan dan penggunaan. Berikut ini merupakan gambaran responden yang disajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut

a. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner yang dilakukan kepada responden maka karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin ditunjukkan pada Tabel 4.1.

Tabel 4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis kelamin	Jumlah Responden (orang)	Persentase (%)
1	Laki-laki	53	45.69
2	Perempuan	63	54.31
	Total	116	100

Sumber : Lampiran 4

Berdasarkan Tabel 4.1 dapat diketahui bahwa dari jumlah sampel sebanyak 116 responden, diketahui responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 53 orang responden (45.69 %) dan responden berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 63 orang responden (54.31%). Berdasarkan Tabel 4.1 disimpulkan bahwa responden yang paling banyak dalam penelitian ini adalah pelanggan yang berjenis kelamin

perempuan yaitu sebanyak 63 responden. Hal ini dikarenakan perempuan lebih senang melakukan kegiatan berkebun.

b. Distribusi Responden Berdasarkan Usia

Pembagian jumlah kelas usia responden dihitung menggunakan rumus Sturges

(Sanusi, 2016:117) yaitu sebagai berikut:

$$K=1+3,3\log_n$$

Sumber : Sanusi (2016 : 117)

Keterangan:

K = Banyak kelas

n = Banyak Data

Log = Logaritma

Perhitungannya adalah:

$$K = 1+3,3\log_{116}$$

K = 7,81 dibulatkan menjadi 8 kelas

Menentukan panjang interval (i)

Range = data terbesar – data terkecil

$$i = \frac{\text{range}}{\text{banyak kelas}}$$

$$i = \frac{46-17}{8}$$

i = 3,6 dibulatkan menjadi 4

Berdasarkan perhitungan, jumlah kelas sebanyak delapan dan interval sebesar empat. Distribusi usia responden ditunjukkan oleh Tabel 4.2:

Tabel 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	17-20 tahun	14	12,1
2	21-24 tahun	33	28,4

Lanjutan Tabel 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
3	25-28 tahun	38	32,8
4	29-32 tahun	16	13,8
5	33-36 tahun	4	3,4
6	37-40 tahun	4	3,4
7	41-44 tahun	3	2,6
8	≥45 tahun	4	3,4
Total		116	100

Sumber: Lampiran 4

Berdasarkan pada Tabel 4.2 dapat diketahui bahwa dari jumlah 116 orang responden, responden yang berusia 17-20 tahun sebanyak 14 orang responden (12,1%), Usia 21-24 tahun sebanyak 33 orang responden (28,4%), usia 25-28 tahun sebanyak 38 orang responden (32,8%), usia 29-32 tahun sebanyak 16 orang responden (13,8%), usia 33-36 tahun sebanyak 4 orang responden (3,4%), usia 37-40 tahun sebanyak 4 orang responden (3,4%), usia 41-44 tahun sebanyak 3 orang responden (2,6%), dan usia ≥45 hanya 4 orang responden (3,4%).

Berdasarkan Tabel 4.2 dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden berusia 25-28 tahun sebanyak 38 orang responden dalam persentase 32,8%. Hal ini menunjukkan mayoritas responden terpilih berasal dari kalangan dewasa yang masih produktif bekerja serta memiliki pemahaman yang matang dalam memilih tempat dan kegiatan untuk mengisi waktu senggang.

c. Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan.

Status responden bermacam-macam sehingga perlu dikelompokkan, profil responden berdasarkan status pekerjaan dapat dilihat pada Tabel 4.3

Tabel 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	PNS	7	6,03
2	Pegawai Swasta	57	49,14
3	Wiraswasta/Pengusaha	20	17,24
4	Tidak bekerja	27	23,28
5	Lain-lain	5	4,31
	Total	116	100

Sumber : Lampiran 4

Berdasarkan pada Tabel 4.3 dapat diketahui data distribusi berdasarkan pekerjaan dari jumlah 116 orang responden, responden yang bekerja sebagai PNS sebanyak 7 orang responden (6,03%), bekerja sebagai Pegawai Swasta sebanyak 57 orang responden (49,14%), bekerja sebagai Wiraswasta/Pengusaha sebanyak 20 orang responden (17,24%), tidak bekerja sebanyak 27 orang responden (23,28%), dan bekerja sebagai Lain-lain sebanyak 5 orang responden (4,31%). Berdasarkan pada Tabel 4.3 dapat disimpulkan bahwa kebanyakan pelanggan bekerja sebagai pegawai swasta dengan jumlah sebanyak 57 orang responden dengan persentase 49,14%.

d. Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.

Pendidikan terakhir responden dikelompokkan menurut jenjang pendidikan yang ada di Indonesia dan disesuaikan dengan umur kriteria responden yaitu 17 tahun yang umumnya pendidikan minimal SMP. Profil responden berdasarkan jenis pendidikan terakhir dilihat pada Tabel 4.4:

Tabel 4.4 Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	SMP	4	3.45
2	SMA	28	24.14
ff	Diploma	13	11.21
4	Sarjana	60	51.72
5	Pascasarjana	11	9.48
Total		116	100

Sumber : Lampiran 4

Berdasarkan pada Tabel 4.4 dapat diketahui data distribusi berdasarkan pendidikan terakhir dari jumlah 116 orang responden, yaitu pendidikan terakhir SMP sebanyak 4 orang responden (3,45%), pendidikan terakhir SMA sebanyak 28 orang responden (67,7%), pendidikan terakhir Diploma sebanyak 13 orang responden (11,21%), pendidikan terakhir Sarjana sebanyak 60 orang responden (51,72%) dan sisanya dengan pendidikan terakhir Pascasarjana sebanyak 11 orang responden (9,48%). Berdasarkan pada Tabel 4.4 dapat disimpulkan bahwa kebanyakan pelanggan yaitu didominasi oleh orang yang mempunyai pendidikan terakhir Sarjana sebanyak 60 orang responden (51,72%) dan sisanya adalah orang responden yang pendidikan terakhir SMA sebanyak 28 orang responden (24,14%),

kemudian diikuti oleh orang responden yang pendidikan terakhir Diploma sebanyak 13 orang (11,21%), dan sedikit dari orang responden yang pendidikan terakhir SMP hanya 4 orang responden atau hanya sebesar (3,45%) saja. Dengan demikian, dapat disimpulkan responden umumnya memiliki pendidikan yang cukup tinggi sehingga dapat berdiskip selektif dalam memilih objek agrowisata yang akan dikunjunginya.

e. Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan /Uang Saku Per Bulan.

Gambaran responden mengenai pendapatan atau uang saku per bulan dapat dilihat pada Tabel 4.5. Pendapatan adalah bagi responden yang sudah bekerja dan uang saku bagi yang belum bekerja

Tabel 4.5 Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan atau Uang Saku Perbulan

No.	Pendapatan perbulan (Rp)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	<2.000.000	32	27,59
2	2000000-3.500.000	30	25,86
3	3500000-5.000.000	26	22,41
4	>5.000.000	28	24,14
Total		116	100

Sumber : Lampiran 4

Berdasarkan pada Tabel 4.5 dapat diketahui bahwa dari jumlah 116 responden, responden yang mempunyai pendapatan per bulan sebesar <2.000.000 sebanyak 32 orang responden (27,59%), pendapatan perbulan Rp 2000000-3.500.000 sebanyak 30 orang responden (25,86%), pendapatan perbulan >5.000.000 sebanyak 28 orang responden (24,14%). Berdasarkan Tabel 4.5 dapat disimpulkan bahwa sebagian

besar responden memiliki pendapatan per bulan sebesar >Rp 2.000.000 dengan persentase (27,59%). Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa segmentasi pengunjung yang berwisata di Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata adalah kalangan menengah dan mahasiswa.

f. Distribusi Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan ke Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata.

Tabel 4.6 menunjukkan hasil penelitian mengenai distribusi responden berdasarkan intensitas kunjungan ke Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata.

Tabel 4.6 Distribusi Responden Berdasarkan Jumlah kunjungan ke Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata.

No.	Jumlah Memesan dan Menggunakan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Satu kali	108	93,10
2	2 kali	4	3,45
3	≥3 kali	4	3,45
Total		116	100

Sumber : Lampiran 4

Berdasarkan pada Tabel 4.6 distribusi responden berdasarkan intensitas kunjungan ke Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata menunjukkan bahwa lebih dari setengah total jumlah responden berkunjung ke Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata sebanyak satu kali dengan jumlah responden sebanyak 108 orang dengan persentase sebesar 93,10%, responden yang berkunjung ke Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata sebanyak 2 kali sebanyak 4 orang dengan persentase

sebesar 3,45%, dan yang berkunjung ke Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata sebanyak lebih dari 3 kali sebanyak 4 orang dengan persentase sebesar 3,45%.

2. Gambaran Distribusi Frekuensi Variabel - Variabel

Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui gambaran karakteristik data, menyusun dan menyajikan data penelitian dalam bentuk tabel distribusi frekuensi yang diperoleh dari hasil penyebaran kuisisioner. Melalui tabel distribusi tiap variabel diketahui frekuensi dan persentase skor jawaban responden untuk masing-masing butir yang diperoleh dari butir pernyataan dalam kuisisioner tersebut.

Berdasarkan kuisisioner yang telah diberikan kepada 116 orang responden, maka untuk mengetahui tingkat skor rata-rata masing – masing butir dan indikator akan di kelompokkan dalam besarnya interval dari skor skala Likert yang dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut, Supranto (2008:74):

$$\text{Besaran Interval} = \frac{\text{Observasi terbesar} - \text{observasi terkecil}}{\text{banyaknya kelas}}$$

$$\text{Besaran Interval} = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Setelah diketahui besarnya interval, maka disimpulkan seperti pada Tabel 4.7.

Kriteria interpretasi rata-rata skor jawaban responden terhadap pernyataan dari kuisisioner mengacu pada kriteria yang ditampilkan pada Tabel 4.7

Tabel 4.7 Kriteria Interpretasi Rata-Rata Skor Jawaban

No	Nilai Skor	Interpretasi
1	1 – 1,80	Sangat tidak baik
2	> 1,8 – 2,6	Tidak baik
3	> 2,6 – 3,4	Sedang
4	> 3,4 – 4,2	Baik
5	> 4,2 – 5	Sangat Baik

Sumber: Supranto (2008:74)

Berikut pemaparan distribusi frekuensi variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini yang meliputi:

a. Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan Wisata (X₁)

Distribusi frekuensi variabel Kualitas Pelayanan Wisata yang terdiri dari 5 indikator yaitu Profesionalitas (*Professionalism*), Bukti fisik (*Tangibles*), Pelengkap (*Complementary offer*), Keuntungan utama (*basic benefit*) dan Lokasi (*location*) dan 22 butir yang dapat dilihat pada Tabel 4.8. Hasil jawaban yang diberikan responden atas pernyataan yang diajukan dalam kuesioner penelitian dapat dilihat pada Tabel 4.8

Tabel 4.8 Distibusi Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan Wisata (X₁)

Item	SS		S		N		TS		STS		Jumlah		Rata-rata
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Jumlah	%	
X1.1.1	39	33.62	67	57.76	8	6.90	2	1.72	0	0.00	116	100	4.23
X1.1.2	33	28.45	72	62.07	8	6.90	3	2.59	0	0.00	116	100	4.16
X1.1.3	34	29.31	75	64.66	7	6.03	0	0.00	0	0.00	116	100	4.23
X1.1.4	31	26.72	76	65.52	9	7.76	0	0.00	0	0.00	116	100	4.19
X1.1.5	28	24.14	73	62.93	11	9.48	4	3.45	0	0.00	116	100	4.08
X1.2.1	37	31.90	60	51.72	15	12.93	4	3.45	0	0.00	116	100	4.12

Lanjutan Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan Wisata (X1)

Item	SS		S		N		TS		STS		Jumlah		Rata-rata
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Jumlah	%	
X1.2.2	19	16.38	76	65.52	21	18.10	0	0.00	0	0.00	116	100	3.98
X1.2.3	22	18.97	76	65.52	15	12.93	3	2.59	0	0.00	116	100	4.01
X1.2.4	27	23.28	80	68.97	7	6.03	2	1.72	0	0.00	116	100	4.14
X1.3.1	25	21.55	56	48.28	33	28.45	2	1.72	0	0.00	116	100	3.90
X1.3.2	24	20.69	71	61.21	16	13.79	5	4.31	0	0.00	116	100	3.98
X1.3.3	35	30.17	70	60.34	8	6.90	3	2.59	0	0.00	116	100	4.18
X1.4.1	16	13.79	57	49.14	34	29.31	9	7.76	0	0.00	116	100	3.69
X1.4.2	18	15.52	69	59.48	28	24.14	1	0.86	0	0.00	116	100	3.90
X1.4.3	13	11.21	72	62.07	31	26.72	0	0.00	0	0.00	116	100	3.84
X1.4.4	13	11.21	63	54.31	19	16.38	21	18.10	0	0.00	116	100	3.59
X1.4.5	27	23.28	67	57.76	19	16.38	3	2.59	0	0.00	116	100	4.02
X1.5.1	45	38.79	58	50.00	13	11.21	0	0.00	0	0.00	116	100	4.28
X1.5.2	30	25.86	62	53.45	22	18.97	2	1.72	0	0.00	116	100	4.03
X1.5.3	34	29.31	69	59.48	12	10.34	1	0.86	0	0.00	116	100	4.17
X1.5.4	26	22.41	72	62.07	16	13.79	2	1.72	0	0.00	116	100	4.05
X1.5.5	26	22.41	69	59.48	17	14.66	4	3.45	0	0.00	116	100	4.01
													4.04

Sumber : Lampiran 5

Keterangan butir sebagai berikut :

X_{1.1.1} = Menghormati wisatawan

X_{1.1.2} = Pelayanan ramah.

X_{1.1.3} = Penampilan rapi.

X_{1.1.4} = Informasi yang benar.

$X_{1.1.5}$ = Pelayanan yang benar.

$X_{1.2.1}$ = Tempat wisata menyenangkan.

$X_{1.2.2}$ = Dirawat dengan baik.

$X_{1.2.3}$ = Kebersihan fasilitas.

$X_{1.2.4}$ = Tata letak nyaman.

$X_{1.3.1}$ = Acara kebudayaan.

$X_{1.3.2}$ = Akses lokasi.

$X_{1.3.3}$ = Lokasi yang tepat.

$X_{1.4.1}$ = Hiburan.

$X_{1.4.2}$ = Jaminan.

$X_{1.4.3}$ = Kuliner berkualitas.

$X_{1.4.4}$ = Harga Kompetitif

$X_{1.4.5}$ = Keamanan

$X_{1.5.1}$ = Lingkungan alami.

$X_{1.5.2}$ = Produk khas daerah.

$X_{1.5.3}$ = Dibangun dengan baik.

$X_{1.5.4}$ = Tata letak luar biasa.

$X_{1.5.5}$ = Tersedianya fasilitas.

1) Indikator Profesionalitas (*Professionalism*) ($X_{1.1}$)

a) Butir Menghormati wisatawan ($X_{1.1.1}$)

Berdasarkan Tabel 4.8 dapat diketahui bahwa dari 116 orang responden terdapat 39 orang responden (33,62%) menyatakan sangat setuju, 67 orang responden (57,76%) menyatakan setuju, dan 8 orang responden menyatakan ragu-ragu (6,90%), 2 orang responden menyatakan tidak setuju (1,72%)

Kemudian tidak ada respon menyatakan sangat tidak setuju. Tingkat rata-rata butir ini sebesar 4,23 menunjukkan skor sangat baik, yang dapat diketahui bahwa responden menganggap pengelola wisata petik buah kusuma agrowisata menunjukkan rasa hormat kepada pengunjung. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pengunjung menyatakan setuju jika pengelola wisata petik buah kusuma agrowisata menunjukkan rasa hormat kepada pengunjung.

b) Butir Pelayanan yang ramah. ($X_{1.1.2}$)

Berdasarkan Tabel 4.8 dapat diketahui bahwa dari 116 orang responden terdapat 33 orang responden (28,15%) menyatakan sangat setuju, 72 orang responden (62,07%) menyatakan setuju, dan 8 orang responden menyatakan ragu-ragu (6,90%), 3 orang responden (2,59%) menyatakan tidak setuju.

Kemudian tidak ada respon menyatakan sangat tidak setuju. Tingkat rata-rata butir ini sebesar 4,16 menunjukkan skor baik, yang dapat diketahui bahwa responden menganggap pengelola Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata memberikan pelayanan yang ramah kepada pengunjung. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pengunjung Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata menyatakan setuju jika pengelola Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata memberikan pelayanan yang ramah kepada pengunjung.

c) Butir penampilan rapi ($X_{1.1.3}$)

Berdasarkan Tabel 4.8 dapat diketahui bahwa dari 116 orang responden terdapat 34 orang responden (29,31%) menyatakan sangat setuju, 75 orang responden (62,07%) menyatakan setuju, 7 orang responden menyatakan ragu-ragu (6,03%). Kemudian tidak ada respon menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Tingkat rata-rata skor butir ini sebesar 4,23 menunjukkan skor sangat baik, yang dapat diketahui bahwa responden menganggap Pengelola Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata berpenampilan rapi. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pengunjung Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata menyatakan setuju jika Pengelola Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata berpenampilan rapi.

d) Butir Informasi yang benar ($X_{1.1.4}$)

Berdasarkan Tabel 4.8 dapat diketahui bahwa dari 116 orang responden terdapat 31 orang responden (26,72%) menyatakan sangat setuju, 76 orang responden (65,52%) menyatakan setuju, dan 9 orang responden menyatakan ragu-ragu (7,76%). Kemudian tidak ada respon menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Tingkat rata-rata butir ini sebesar 4,19 menunjukkan skor baik.

e) Butir Pelayanan yang benar ($X_{1.1.5}$)

Berdasarkan Tabel 4.8 dapat diketahui bahwa dari 116 orang responden terdapat 28 orang responden (24,14%) menyatakan sangat setuju, 73 orang responden (62,93%) menyatakan setuju, 11 orang responden menyatakan ragu-ragu (9,48%), dan 4 orang menyatakan tidak setuju (3,45%). Kemudian tidak ada respon menyatakan sangat tidak setuju. Tingkat rata-rata skor butir ini sebesar 4,08 menunjukkan skor baik.

2) **Indikator Bukti Fisik (*Tangibles*) ($X_{1.2}$)**

a) Butir Tempat wisata menyenangkan ($X_{1.2.1}$)

Berdasarkan Tabel 4.8 dapat diketahui bahwa dari 116 orang responden terdapat 37 orang responden (31,90%) menyatakan sangat setuju, 60 orang responden (51,72%) menyatakan setuju, 15 orang responden menyatakan ragu-ragu (12,93%), dan 4 orang menyatakan tidak setuju (3,45%). Kemudian tidak ada respon menyatakan sangat tidak setuju. Tingkat rata-rata skor butir ini sebesar 4,12 menunjukkan skor baik.

b) Butir Dirawat dengan baik ($X_{1.2.2}$)

Berdasarkan Tabel 4.8 dapat diketahui bahwa dari 116 orang responden terdapat 19 orang responden (16,38%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 76 orang responden (65,52%) menyatakan setuju, 21 orang responden (18,10%) menyatakan ragu-ragu. Kemudian tidak ada respon menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Tingkat rata-rata butir ini sebesar 3,98 menunjukkan skor baik.

c) Butir Kebersihan fasilitas ($X_{1.2.3}$)

Berdasarkan Tabel 4.8 dapat diketahui bahwa dari 116 orang responden terdapat 22 orang responden (18,97%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 76 orang responden (65,52%) menyatakan setuju, 15 orang responden (12,93%) menyatakan ragu-ragu, 3 orang responden (2,59%) menyatakan tidak setuju. Kemudian tidak ada respon menyatakan sangat tidak setuju. Tingkat rata-rata butir ini sebesar 4,01 menunjukkan skor yang baik.

d) Butir Tata letak nyaman ($X_{1.2.4}$)

Berdasarkan Tabel 4.8 dapat diketahui bahwa dari 116 orang responden terdapat 27 orang responden (23,28%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 80 orang responden (68,97%) menyatakan setuju, 7 orang responden (6,03%) menyatakan ragu-ragu, 2 orang responden (1,72%) menyatakan tidak setuju. Kemudian tidak ada respon menyatakan sangat tidak setuju. Tingkat rata-rata butir ini sebesar 4,14 menunjukkan skor yang baik.

3) Indikator Pelengkap (*Complementary Offer*) ($X_{1.3}$)

a) Butir Acara kebudayaan ($X_{1.3.1}$)

Berdasarkan Tabel 4.8 dapat diketahui bahwa dari 116 orang responden, terdapat 25 orang responden (23,28%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 56 orang responden (48,28%) menyatakan setuju, sebanyak 33 orang responden (28,45%) menyatakan ragu-ragu, 2 orang responden (1,72%) menyatakan tidak setuju. Kemudian tidak ada respon yang menyatakan sangat tidak setuju. Tingkat rata-rata skor butir ini sebesar 3,90 menunjukkan skor baik.

b) Butir Akses lokasi ($X_{1.3.2}$)

Berdasarkan Tabel 4.8 dapat diketahui bahwa dari 116 orang responden terdapat 24 orang responden (20,69%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 71 orang responden (61,21%) menyatakan setuju, 16 orang responden (13,79%) menyatakan ragu-ragu, 5 orang responden (4,31%) menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden menyatakan sangat tidak setuju. Tingkat rata-rata butir ini sebesar 3,98 menunjukkan skor kategori baik.

c) Butir Lokasi yang tepat ($X_{1.3.3}$)

Berdasarkan Tabel 4.8 dapat diketahui bahwa dari 116 orang responden terdapat 35 orang responden (30,17%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 70 orang responden (60,34%) menyatakan setuju, 8 orang responden (6,90%) menyatakan ragu-ragu, sedikitnya 3 orang responden (2,59%) menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden menyatakan sangat tidak setuju. Tingkat rata-rata butir ini sebesar 4,18 menunjukkan skor kategori baik.

4) Indikator Keuntungan Utama (*Basic Benefit*) ($X_{1.4}$)

a) Butir Hiburan ($X_{1.4.1}$)

Berdasarkan Tabel 4.8 dapat diketahui bahwa dari 116 orang responden terdapat 16 orang responden (13,79%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 57 orang responden (49,17%) menyatakan setuju, 34 orang responden (29,31%) menyatakan ragu-ragu, 9 orang responden (7,76%) menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden menyatakan sangat tidak setuju. Tingkat rata-rata butir ini sebesar 3,69 menunjukkan skor kategori baik..

b) Butir Jaminan ($X_{1.4.2}$)

Berdasarkan Tabel 4.8 dapat diketahui bahwa dari 116 orang responden terdapat 18 orang responden (15,52%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 69 orang responden (59,48%) menyatakan setuju, 28 orang responden (24,14%) menyatakan ragu-ragu, sedikitnya 1 orang responden (0,89%) menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Tingkat rata-rata skor butir ini sebesar 3,90 menunjukkan skor kategori baik.

c) Butir Kuliner berkualitas ($X_{1.4.3}$)

Berdasarkan Tabel 4.8 dapat diketahui bahwa dari 116 orang responden terdapat 13 orang responden (11,21%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 72 orang responden (62,07%) menyatakan setuju, 31 orang responden (26,72%) menyatakan ragu-ragu. Kemudian tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Tingkat rata-rata skor butir ini sebesar 3,84 menunjukkan skor kategori baik.

d) Butir Harga Kompetitif ($X_{1.4.4}$)

Berdasarkan Tabel 4.8 dapat diketahui bahwa dari 116 orang responden terdapat 13 orang responden (11,21%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 63

orang responden (54,31%) menyatakan setuju, 19 orang responden (16,38%) menyatakan ragu-ragu, 21 orang responden (18,10) menyatakan tidak setuju.

Kemudian tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Tingkat rata-rata skor butir ini sebesar 3,59` menunjukkan skor kategori baik.

e) Butir Keamanan ($X_{1.4.5}$)

Berdasarkan Tabel 4.8 dapat diketahui bahwa dari 116 orang responden terdapat 27 orang responden (23,28%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 67

orang responden (57,76%) menyatakan setuju, 19 orang responden (16,38%) menyatakan ragu-ragu, 3 orang responden (2,59%) menyatakan tidak setuju.

Kemudian tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Tingkat rata-rata skor butir ini sebesar 4,02` menunjukkan skor kategori baik.

5) **Indikator Lokasi (*Location*) ($X_{1.5}$)**

a) Butir Lingkungan alami ($X_{1.5.1}$)

Berdasarkan Tabel 4.8 dapat diketahui bahwa dari 116 orang responden terdapat 45 orang responden (38,79%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 58

orang responden (50,00%) menyatakan setuju, 13 orang responden (11,21%) menyatakan ragu-ragu. Kemudian tidak ada responden yang menyatakan tidak

setuju dan sangat tidak setuju. Tingkat rata-rata skor butir ini sebesar 4,28` menunjukkan skor kategori sangat baik

b) Butir Produk khas daerah ($X_{1.5.2}$)

Berdasarkan Tabel 4.8 dapat diketahui bahwa dari 116 orang responden, terdapat 30 orang responden (25,86%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 62

orang responden (53,45%) menyatakan setuju, sebanyak 22 orang responden

(18,97%) menyatakan ragu-ragu, 2 orang responden (1,72%) menyatakan tidak setuju. Kemudian tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Tingkat rata-rata skor butir ini sebesar 4,03 menunjukkan skor kategori baik.

c) Butir Dibangun dengan baik ($X_{1.5.3}$)

Berdasarkan Tabel 4.8 dapat diketahui bahwa dari 116 orang responden terdapat 34 orang responden (25,86%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 69 orang responden (59,48%) menyatakan setuju, 12 orang responden (10,34%) menyatakan ragu-ragu, 1 orang responden (0,86%) menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Tingkat rata-rata skor butir ini sebesar 4,17 menunjukkan skor kategori baik.

d) Butir Tata letak luar biasa ($X_{1.5.4}$)

Berdasarkan Tabel 4.8 dapat diketahui bahwa dari 116 orang responden terdapat 26 orang responden (22,41%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 72 orang responden (62,07%) menyatakan setuju, 16 orang responden (13,79%) menyatakan ragu-ragu, 2 orang responden (1,72%) menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Tingkat rata-rata skor butir ini sebesar 4,05 menunjukkan skor kategori baik.

e) Butir Tersedianya fasilitas ($X_{1.5.4}$)

Berdasarkan Tabel 4.8 dapat diketahui bahwa dari 116 orang responden terdapat 26 orang responden (22,41%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 69 orang responden (59,48%) menyatakan setuju, 17 orang responden (14,66%) menyatakan ragu-ragu, 4 orang responden (3,45%) menyatakan tidak setuju,

dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Tingkat rata-rata skor butir ini sebesar 4,01 menunjukkan skor kategori baik.

b. Distribusi Frekuensi Variabel *Leisure Benefit* (X_2)

Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Variabel *Leisure Benefit*

Item	SS		S		N		TS		STS		Jumlah		Rata-rata
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Jumlah	%	
X2.1.1	33	28.45	71	61.21	8	6.90	4	3.45	0	0.00	116	100	4.15
X2.1.2	36	31.03	65	56.03	11	9.48	4	3.45	0	0.00	116	100	4.15
X2.1.3	42	36.21	63	54.31	10	8.62	1	0.86	0	0.00	116	100	4.26
X2.1.4	37	31.90	67	57.76	9	7.76	3	2.59	0	0.00	116	100	4.19
X2.1.5	21	18.10	50	43.10	37	31.90	7	6.03	1	0.86	116	100	3.72
X2.1.6	39	33.62	68	58.62	9	7.76	0	0.00	0	0.00	116	100	4.26
X2.1.7	22	18.97	62	53.45	25	21.55	7	6.03	0	0.00	116	100	3.85
X2.2.1	38	32.76	67	57.76	8	6.90	3	2.59	0	0.00	116	100	4.21
X2.2.2	38	32.76	68	58.62	10	8.62	0	0.00	0	0.00	116	100	4.24
X2.2.3	44	37.93	55	47.41	17	14.66	0	0.00	0	0.00	116	100	4.23
X2.2.4	31	26.72	65	56.03	20	17.24	0	0.00	0	0.00	116	100	4.09
X2.2.5	34	29.31	67	57.76	15	12.93	0	0.00	0	0.00	116	100	4.16
X2.2.6	36	31.03	67	57.76	12	10.34	0	0.00	0	0.00	115	99	4.17
X2.2.7	45	38.79	65	56.03	2	1.72	4	3.45	0	0.00	116	100	4.30
X2.2.8	41	35.34	68	58.62	6	5.17	1	0.86	0	0.00	116	100	4.28
X2.3.1	41	35.34	58	50.00	17	14.66	0	0.00	0	0.00	116	100	4.21
X2.3.2	43	37.07	59	50.86	14	12.07	0	0.00	0	0.00	116	100	4.25

Lanjutan Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Variabel *Leisure Benefit*

Item	SS		S		N		TS		STS		Jumlah		Rata-rata
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Jumlah	%	
X2.3.3	19	16.38	67	57.76	26	22.41	4	3.45	0	0.00	116	100	3.87
X2.3.4	20	17.24	84	72.41	12	10.34	0	0.00	0	0.00	116	100	4.07
X2.3.5	20	17.24	66	56.90	19	16.38	8	6.90	3	2.59	116	100	3.79
X2.3.6	30	25.86	72	62.07	13	11.21	1	0.86	0	0.00	116	100	4.13
													4.12

Sumber : Lampiran 5

Keterangan butir sebagai berikut :

X2.1.1 = Meningkatkan kebugaran fisik

X2.1.2 = Membantu melegakan pernafasan

X2.1.3 = Membuat seluruh tubuh bergerak aktif

X2.1.4 = Membantu membakar kalori

X2.1.5 = Membantu membuat tidur lebih nyenyak

X2.1.6 = Menghilangkan kepenatan dari rutinitas sehari-hari

X2.1.7 = Menambah energi untuk beraktivitas

X2.2.1 = Menghilangkan stres

X2.2.2 = Mendapatkan suasana yang menyenangkan

X2.2.3 = Menambah pengetahuan tentang berkebun

X2.2.4 = Meningkatkan potensi penerapan pengetahuan yang didapat

X2.2.5 = Membuat pengunjung lebih bersyukur

X2.2.6 = Menumbuhkan kepribadian yang memiliki kesadaran lingkungan

X2.2.7 = Berperan serta dalam menjaga lingkungan

X2.2.8 = Menambah pengalaman baru

X_{2.3.1} = Memperkuat hubungan pertemanan

X_{2.3.2} = Menjalin hubungan yang lebih harmonis dengan keluarga

X_{2.3.3} = Membantu meningkatkan kinerja tim

X_{2.3.4} = Mengembangkan hubungan sosial

X_{2.3.5} = Meningkatkan interaksi antar pengunjung

X_{2.3.6} = Memahami pentingnya pelestarian lingkungan

1) Indikator *Physiological Benefit* (X_{2.1})

a) Butir Meningkatkan kebugaran fisik (X_{2.1.1})

Berdasarkan Tabel 4.9 dapat diketahui bahwa dari 116 orang responden terdapat 33 orang responden (28,45%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 71 orang responden (61,21%) menyatakan setuju, 8 orang responden (6,90%) menyatakan ragu-ragu, 4 orang responden (3,45%) yang menyatakan tidak setuju. Kemudian tidak ada respon menyatakan sangat tidak setuju. Tingkat rata-rata skor butir ini sebesar 4,15 menunjukkan skor dengan kategori baik.

b) Butir Membantu melegakan pernafasan (X_{2.1.2})

Berdasarkan Tabel 4.9 dapat diketahui bahwa dari 116 orang responden terdapat 36 orang responden (31,03%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 65 orang responden (56,03%) menyatakan setuju, 11 orang responden (9,48%) menyatakan ragu-ragu, 4 orang responden (3,45%) menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Tingkat rata-rata skor butir ini sebesar 4,15 menunjukkan skor kategori sangat baik.

c) Butir Membuat seluruh tubuh bergerak aktif (X_{2.1.3})

Berdasarkan Tabel 4.9 dapat diketahui bahwa dari 116 orang responden terdapat 42 orang responden (36,21%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 63

orang responden (54,31%) menyatakan setuju, 10 orang responden (8,62%) menyatakan ragu-ragu, 1 orang responden (0,86%) menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Tingkat rata-rata skor butir ini sebesar 4,26 menunjukkan skor kategori sangat baik.

d) Butir Membantu membakar kalori ($X_{2.1.4}$)

Berdasarkan Tabel 4.9 dapat diketahui bahwa dari 116 orang responden terdapat 37 orang responden (31,90%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 67 orang responden (57,76%) menyatakan setuju, 9 orang responden (7,76%) menyatakan ragu-ragu, 3 orang responden (2,59%) menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Tingkat rata-rata skor butir ini sebesar 4,19 menunjukkan skor kategori sangat baik.

e) Butir Membantu membuat tidur lebih nyenyak ($X_{2.1.5}$)

Berdasarkan Tabel 4.9 dapat diketahui bahwa dari 116 orang responden terdapat 21 orang responden (18,10%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 50 orang responden (43,20%) menyatakan setuju, 37 orang responden (32,90%) menyatakan ragu-ragu, 7 orang responden (6,03%) menyatakan tidak setuju, dan 1 orang responden (0,86%) menyatakan sangat tidak setuju. Tingkat rata-rata skor butir ini sebesar 3,72 menunjukkan skor kategori baik.

f) Butir Menghilangkan kepenatan dari rutinitas sehari hari ($X_{2.1.6}$)

Berdasarkan Tabel 4.9 dapat diketahui bahwa dari 116 orang responden terdapat 39 orang responden (33,62%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 68 orang responden (58,62%) menyatakan setuju, 9 orang responden (7,76%) menyatakan ragu-ragu, kemudian tidak ada respon yang menyatakan tidak

setuju dan sangat setuju. Tingkat rata-rata skor butir ini sebesar 4,26 menunjukkan skor kategori baik.

g) Butir Menambah energi untuk beraktivitas ($X_{2.1.7}$)

Berdasarkan Tabel 4.9 dapat diketahui bahwa dari 116 orang responden terdapat 22 orang responden (18,97%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 62 orang responden (53,45%) menyatakan setuju, 25 orang responden (21,55%) menyatakan ragu-ragu, 7 orang responden (6,03%) kemudian tidak ada respon yang menyatakan sangat setuju. Tingkat rata-rata skor butir ini 3,85 menunjukkan skor kategori baik.

2) **Indikator *Psychological benefit* ($X_{2.2}$)**

a) Butir Menghilangkan stres ($X_{2.2.1}$)

Berdasarkan Tabel 4.9 dapat diketahui bahwa dari 116 orang responden terdapat 38 orang responden (32,8%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 67 orang responden (57,76%) menyatakan setuju, 8 orang responden (6,90%) menyatakan ragu-ragu, 3 orang responden (2,59%) yang menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Tingkat rata-rata skor butir ini sebesar 4,21 menunjukkan skor dengan kategori sangat baik.

b) Butir Mendapatkan suasana yang menyenangkan ($X_{2.2.2}$)

Berdasarkan tabel 4.9 diketahui bahwa dari 116 orang responden terdapat 38 orang responden (32,76%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 68 orang responden (58,62%) menyatakan setuju, 10 orang responden (8,62%) menyatakan ragu-ragu, dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju

dan sangat tidak setuju. Tingkat rata-rata skor butir ini sebesar 4,24 menunjukkan skor dengan kategori sangat baik.

c) Butir Menambah pengetahuan tentang berkebun ($X_{2.2.3}$)

Berdasarkan tabel 4.9 diketahui bahwa dari 116 orang responden terdapat 44 orang responden (37,93%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 55 orang responden (47,41%) menyatakan setuju, 17 orang responden (14,66%) menyatakan ragu-ragu, dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Tingkat rata-rata skor butir ini sebesar 4,23 menunjukkan skor dengan kategori sangat baik.

d) Butir Meningkatkan potensi penerapan pengetahuan yang didapat ($X_{2.2.4}$)

Berdasarkan tabel 4.9 diketahui bahwa dari 116 orang responden terdapat 31 orang responden (26,72%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 65 orang responden (56,03%) menyatakan setuju, 20 orang responden (17,24%) menyatakan ragu-ragu, dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Tingkat rata-rata skor butir ini sebesar 4,09 menunjukkan skor dengan kategori baik.

e) Butir Membuat pengunjung lebih bersyukur ($X_{2.2.5}$)

Berdasarkan tabel 4.9 diketahui bahwa dari 116 orang responden terdapat 34 orang responden (29,31%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 67 orang responden (57,76%) menyatakan setuju, 15 orang responden (12,93%) menyatakan ragu-ragu, dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Tingkat rata-rata skor butir ini sebesar 4,16 menunjukkan skor dengan kategori baik.

- f) Butir Menumbuhkan kepribadian yang memiliki kesadaran lingkungan (X_{2.2.6})

Berdasarkan tabel 4.9 diketahui bahwa dari 116 orang responden terdapat 36 orang responden (31,03%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 67 orang responden (57,76%) menyatakan setuju, 12 orang responden (10,34%) menyatakan ragu-ragu, dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Tingkat rata-rata skor butir ini sebesar 4,17 menunjukkan skor dengan kategori baik.

- g) Butir Berperan serta dalam menjaga lingkungan (X_{2.2.7})

Berdasarkan tabel 4.9 diketahui bahwa dari 116 orang responden terdapat 45 orang responden (38,79%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 65 orang responden (56,03%) menyatakan setuju, 2 orang responden (1,72%) menyatakan ragu-ragu, 4 orang responden (3,45%) menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Tingkat rata-rata skor butir ini sebesar 4,30 menunjukkan skor dengan kategori sangat baik.

- h) Butir Menambah pengalaman baru (X_{2.2.8})

Berdasarkan tabel 4.9 diketahui bahwa dari 116 orang responden terdapat 41 orang responden (35,34%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 68 orang responden (58,62%) menyatakan setuju, 6 orang responden (5,17%) menyatakan ragu-ragu, 1 orang responden (0,86%) menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Tingkat rata-rata skor butir ini sebesar 4,28 menunjukkan skor dengan kategori sangat baik.

3) Indikator *Social Benefit* (X_{2.3})

a) Butir Menguatkan hubungan pertemanan ($X_{2,3,1}$)

Berdasarkan Tabel 4.9 dapat diketahui bahwa dari 116 orang responden terdapat 41 orang responden (35,34%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 58 orang responden (50,00%) menyatakan setuju, sebanyak 17 orang responden (14,66%) menyatakan ragu-ragu, dan tidak ada orang responden yang menyatakan tidak setuju serta sangat tidak setuju. Tingkat rata-rata butir ini sebesar 4,21 menunjukkan skor dengan kategori sangat baik.

b) Butir Menjalin hubungan yang lebih harmonis dengan keluarga ($X_{2,3,2}$)

Berdasarkan Tabel 4.9 dapat diketahui bahwa dari 116 orang responden terdapat 43 orang responden (37,07%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 59 orang responden (50,86%) menyatakan setuju, sebanyak 14 orang responden (12,07%) menyatakan ragu-ragu, dan tidak ada orang responden yang menyatakan tidak setuju serta sangat tidak setuju. Tingkat rata-rata skor butir ini sebesar 4,25 menunjukkan skor dengan kategori sangat baik.

c) Butir Membantu meningkatkan kinerja tim ($X_{2,3,3}$)

Berdasarkan Tabel 4.9 dapat diketahui bahwa dari 116 orang responden terdapat 19 orang responden (16,38%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 67 orang responden (57,76%) menyatakan setuju, sebanyak 26 orang responden (22,41%) menyatakan ragu-ragu, 4 orang responden (3,45%) yang menyatakan tidak setuju dan tidak ada orang responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Tingkat rata-rata skor butir ini sebesar 3,87 menunjukkan skor dengan kategori baik.

d) Butir Mengembangkan hubungan sosial ($X_{2,3,4}$)

Berdasarkan Tabel 4.9 dapat diketahui bahwa dari 116 orang responden terdapat 20 orang responden (17,24%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 84 orang responden (72,41%) menyatakan setuju, sebanyak 12 orang responden (10,34%) menyatakan ragu-ragu, dan tidak ada orang responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Tingkat rata-rata skor butir ini sebesar 4,07 menunjukkan skor dengan kategori baik.

e) Butir Meningkatkan interaksi antar pengunjung ($X_{2.3.5}$)

Berdasarkan Tabel 4.9 dapat diketahui bahwa dari 116 orang responden terdapat 20 orang responden (17,24%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 66 orang responden (56,90%) menyatakan setuju, sebanyak 19 orang responden (16,38%) menyatakan ragu-ragu, 8 orang responden (6,90%) menyatakan tidak setuju dan tidak ada orang responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Tingkat rata-rata skor butir ini sebesar 3,79 menunjukkan skor dengan kategori baik.

f) Butir Memahami pentingnya pelestarian lingkungan ($X_{2.3.6}$)

Berdasarkan Tabel 4.9 dapat diketahui bahwa dari 116 orang responden terdapat 30 orang responden (25,86%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 72 orang responden (62,07%) menyatakan setuju, sebanyak 13 orang responden (11,21%) menyatakan ragu-ragu, 1 orang responden (0,86%) menyatakan tidak setuju dan tidak ada orang responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Tingkat rata-rata skor butir ini sebesar 4,13 menunjukkan skor dengan kategori baik.

c. Distribusi Frekuensi Kepuasan Pengunjung (Y)

Tabel 4.10 Distibusi Frekuensi Variabel Kepuasan Pengunjung

Item	SS		S		N		TS		STS		Jumlah		Rata-rata
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Jumlah	%	
Y1.1.1	31	26.72	66	56.90	19	16.38	0	0.00	0	0.00	116	100	4.10
Y1.1.2	36	31.03	67	57.76	10	8.62	3	2.59	0	0.00	116	100	4.17
Y1.2.1	40	34.48	64	55.17	12	10.34	0	0.00	0	0.00	116	100	4.24
Y1.2.2	32	27.59	69	59.48	14	12.07	1	0.86	0	0.00	116	100	4.14
Y1.2.3	34	29.31	68	58.62	12	10.34	2	1.72	0	0.00	116	100	4.16
Y1.2.4	31	26.72	72	62.07	12	10.34	1	0.86	0	0.00	116	100	4.15
Y1.2.5	35	30.17	62	53.45	17	14.66	2	1.72	0	0.00	116	100	4.12
Y1.2.6	36	31.03	70	60.34	8	6.90	2	1.72	0	0.00	116	100	4.21
Y1.2.7	40	34.48	69	59.48	5	4.31	2	1.72	0	0.00	116	100	4.27
Y1.2.8	30	25.86	73	62.93	13	11.21	0	0.00	0	0.00	116	100	4.15
Y1.2.9	30	25.86	66	56.90	13	11.21	7	6.03	0	0.00	116	100	4.03
Y1.2.1 0	31	26.72	79	68.10	6	5.17	0	0.00	0	0.00	116	100	4.22
Y1.2.1 1	27	23.28	72	62.07	17	14.66	0	0.00	0	0.00	116	100	4.09
Y1.3.1	26	22.41	66	56.90	23	19.83	0	0.00	1	0.86	116	100	4.00

Lanjutan Tabel 4.10 Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Pengunjung

Y1.3.2	21	18.10	54	46.55	25	21.55	15	12.9 3	1	0.8 6	116	10 0	3.68
												4.11	

Sumber : Lampiran 5

Keterangan butir sebagai berikut :

Y_{1.1.1} = Kualitas tempat wisata

Y_{1.1.2} = Kualitas pengelola

Y_{1.2.1} = Informasi

Y_{1.2.2} = Fasilitas memadai

Y_{1.2.3} = Pelayanan teknis

Y_{1.2.4} = Keamanan

Y_{1.2.5} = Penginapan

Y_{1.2.6} = Iklim yang baik

Y_{1.2.7} = Pemandangan alami

Y_{1.2.8} = Cenderamata unik

Y_{1.2.9} = Kuliner menarik

Y_{1.2.10} = Suasana luar biasa

Y_{1.2.11} = Acara Kebudayaan

Y_{1.3.1} = Pemenuhan kebutuhan

Y_{1.3.2} = Harga yang wajar

1) Indikator Keseluruhan Kepuasan (Y_{1.1})

a) Butir Kualitas tempat wisata (Y_{1.1.1}).

Berdasarkan Tabel 4.10 dapat diketahui bahwa dari 116 orang responden terdapat 31 orang responden (26,72%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 66 orang responden (56,90%) menyatakan setuju, 19 orang responden (16,38%) menyatakan ragu-ragu, dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Tingkat rata-rata skor butir ini sebesar 4,10 menunjukkan skor dengan kategori baik.

b) Butir Kualitas pengelola (Y_{1.1.2})

Berdasarkan Tabel 4.10 dapat diketahui bahwa dari 116 orang responden terdapat 36 orang responden (31,03%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 67 orang responden (57,76%) menyatakan setuju, 10 orang responden (8,62%) menyatakan ragu-ragu, 3 orang responden (2,59%) menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Tingkat rata-rata skor butir ini sebesar 4,17 menunjukkan skor dengan kategori baik.

c) Butir Informasi (Y_{2.1})

Berdasarkan Tabel 4.10 dapat diketahui bahwa dari 116 orang responden terdapat 40 orang responden (34,48%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 64 orang responden (55,17%) menyatakan setuju, 12 orang responden (10,34%) menyatakan ragu-ragu, dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Tingkat rata-rata butir ini sebesar 4,24 menunjukkan skor dengan kategori sangat baik.

d) Butir Fasilitas memadai (Y_{1.2.2})

Berdasarkan Tabel 4.10 dapat diketahui bahwa dari 116 orang responden

terdapat 32 orang responden (27,59%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 69 orang responden (59,48%) menyatakan setuju, 14 orang responden (12,07%) menyatakan ragu-ragu, 1 orang responden (0,86%) menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Tingkat rata-rata skor butir ini sebesar 4,14 menunjukkan skor dengan kategori baik.

e) Butir Pelayanan teknis (Y_{1.2.3})

Berdasarkan Tabel 4.10 dapat diketahui bahwa dari 116 orang responden terdapat 34 orang responden (29,31%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 68 orang responden (58,62%) menyatakan setuju, 12 orang responden (10,34%) menyatakan ragu-ragu, 2 orang responden (1,72%) menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Tingkat rata-rata skor butir ini sebesar 4,16 menunjukkan skor dengan kategori baik.

f) Butir Keamanan (Y_{1.2.4})

Berdasarkan Tabel 4.10 dapat diketahui bahwa dari 116 orang responden terdapat 31 orang responden (26,72%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 72 orang responden (62,07%) menyatakan setuju, 12 orang responden (10,34%) menyatakan ragu-ragu, 1 orang responden (0,86%) menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Tingkat rata-rata skor butir ini sebesar 4,15 menunjukkan skor dengan kategori baik.

g) Butir Penginapan (Y_{1.2.5})

Berdasarkan Tabel 4.10 dapat diketahui bahwa dari 116 orang responden terdapat 35 orang responden (30,17%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 62 orang responden (53,45%) menyatakan setuju, 17 orang responden (14,66%)

menyatakan ragu-ragu, 2 orang responden (1,72%) menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Tingkat rata-rata skor butir ini sebesar 4,12 menunjukkan skor dengan kategori baik.

h) Butir Iklim yang baik (Y_{1.2.6})

Berdasarkan Tabel 4.10 dapat diketahui bahwa dari 116 orang responden terdapat 36 orang responden (31,03%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 70 orang responden (60,34%) menyatakan setuju, 17 orang responden (14,66%) menyatakan ragu-ragu, 2 orang responden (1,72%) menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Tingkat rata-rata skor butir ini sebesar 4,21 menunjukkan skor dengan kategori sangat baik.

i) Butir Pemandangan alami (Y_{1.2.7})

Berdasarkan Tabel 4.10 dapat diketahui bahwa dari 116 orang responden terdapat 40 orang responden (34,48%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 69 orang responden (59,48%) menyatakan setuju, 5 orang responden (4,31%) menyatakan ragu-ragu, 2 orang responden (1,72%) menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Tingkat rata-rata skor butir ini sebesar 4,27 menunjukkan skor dengan kategori sangat baik.

j) Butir Cinderamata unik (Y_{1.2.8})

Berdasarkan Tabel 4.10 dapat diketahui bahwa dari 116 orang responden terdapat 30 orang responden (25,86%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 73 orang responden (62,93%) menyatakan setuju, 13 orang responden (11,21%) menyatakan ragu-ragu, dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju

dan sangat tidak setuju. Tingkat rata-rata skor butir ini sebesar 4,15 menunjukkan skor dengan kategori baik.

k) Butir Kuliner menarik (Y_{1.2.9})

Berdasarkan Tabel 4.10 dapat diketahui bahwa dari 116 orang responden terdapat 30 orang responden (25,86%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 66 orang responden (56,90%) menyatakan setuju, 13 orang responden (11,21%) menyatakan ragu-ragu, 7 orang responden (6,03%) menyatakan tidak setuju dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Tingkat rata-rata skor butir ini sebesar 4,03 menunjukkan skor dengan kategori baik.

l) Butir Suasana luar biasa (Y_{1.2.10})

Berdasarkan Tabel 4.10 dapat diketahui bahwa dari 116 orang responden terdapat 31 orang responden (26,72%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 79 orang responden (68,10%) menyatakan setuju, 6 orang responden (5,17%) menyatakan ragu-ragu, dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Tingkat rata-rata skor butir ini sebesar 4,22 menunjukkan skor dengan kategori sangat baik.

m) Butir Acara Kebudayaan (Y_{1.2.11})

Berdasarkan Tabel 4.10 dapat diketahui bahwa dari 116 orang responden terdapat 27 orang responden (23,28%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 72 orang responden (62,07%) menyatakan setuju, 17 orang responden (14,66%) menyatakan ragu-ragu, dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Tingkat rata-rata skor butir ini sebesar 4,09 menunjukkan skor dengan kategori baik.

1) Indikator Pencapaian harapan (Y_{1.3})

a) Butir Pemenuhan kebutuhan (Y_{1.3.1})

Berdasarkan Tabel 4.10 dapat diketahui bahwa dari 116 orang responden terdapat 26 orang responden (22,41%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 66 orang responden (56,90%) menyatakan setuju, 23 orang responden (19,83%) menyatakan ragu-ragu, tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju, dan 1 orang responden (0,86%) menyatakan sangat tidak setuju. Tingkat rata-rata skor butir ini sebesar 4,00 menunjukkan skor dengan kategori baik.

b) Butir Harga yang wajar (Y_{1.3.2})

Berdasarkan Tabel 4.10 dapat diketahui bahwa dari 116 orang responden terdapat 21 orang responden (18,10%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 54 orang responden (46,55%) menyatakan setuju, 25 orang responden (21,55%) menyatakan ragu-ragu, 15 orang responden (12,93%) yang menyatakan tidak setuju, dan 1 orang responden (0,86%) menyatakan sangat tidak setuju. Tingkat rata-rata skor butir ini sebesar 3,68 menunjukkan skor dengan kategori baik

C. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk memenuhi persyaratan penggunaan regresi linier. Apabila asumsi klasik terpenuhi maka uji regresi dinyatakan dapat dilanjutkan. Pada penelitian ini terdapat 3 uji yang dilakukan yaitu, uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heterokedasitas.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah nilai residual tersebar normal atau tidak. Prosedur uji dilakukan dengan uji Kolmogorov-Smirnov, dengan ketentuan sebagai berikut :

Hipotesis yang digunakan :

H_0 : residual tersebar normal

H_1 : residual tidak tersebar normal

Jika nilai sig. (*p-value*) > 0,05 maka H_0 diterima yang artinya normalitas terpenuhi. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada Tabel 4.10

Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		116
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.01691204
Most Extreme Differences	Absolute	.058
	Positive	.058
	Negative	-.051
Kolmogorov-Smirnov Z		.627
Asymp. Sig. (2-tailed)		.827

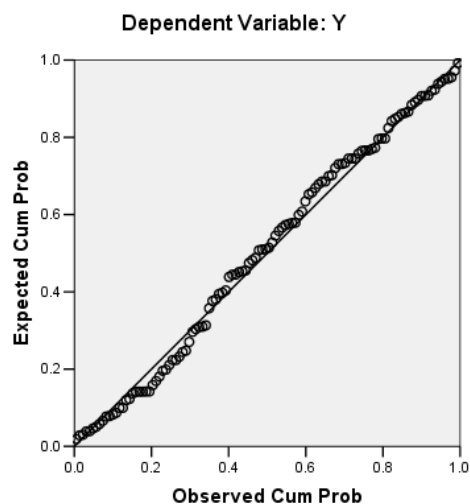
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data primer diolah

Dari hasil perhitungan didapat nilai sig. sebesar 0.827 (dapat dilihat pada Tabel 4.10) atau lebih besar dari 0.05; maka ketentuan H_0 diterima yaitu bahwa asumsi normalitas terpenuhi.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

**Gambar 4.3 P-Plot**

Sumber : Data primer diolah

Berdasarkan uji P-P Plot didapatkan bahwa titik – titik data sudah menyebar mengikuti garis diagonal, sehingga dikatakan bahwa residual sudah menyebar secara distribusi normal.

2. Uji multikolinieritas

Uji Multikolinieritas ini dilakukan untuk mengetahui bahwa tidak terjadi hubungan yang sangat kuat atau tidak terjadi hubungan linier yang sempurna atau dapat pula dikatakan bahwa antar variabel bebas tidak saling berkaitan.

Cara pengujiannya adalah dengan membandingkan nilai Tolerance yang didapat dari perhitungan regresi berganda, apabila nilai tolerance $< 0,1$ maka terjadi multikolinieritas. Hasil uji multikolinieritas dapat dilihat pada Tabel

4.11.

Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel bebas	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
X1	0.766	1.306
X2	0.766	1.306

Sumber: Data primer diolah

Berdasarkan Tabel 4.10, berikut hasil pengujian dari masing-masing variabel bebas:

- 1) Tolerance untuk Kualitas Pelayanan Wisata adalah 0.766
- 2) Tolerance untuk *Leisure Benefit* adalah 0.766

Pada hasil pengujian didapat bahwa keseluruhan nilai tolerance $> 0,1$ sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas.

Uji multikolinieritas dapat pula dilakukan dengan cara membandingkan nilai VIF (Variance Inflation Faktor) dengan angka 10. Jika nilai VIF > 10 maka terjadi multikolinieritas. Berikut hasil pengujian masing-masing variabel bebas :

- 1) VIF untuk Kualitas Pelayanan Wisata adalah 1.306
- 2) VIF untuk *Leisure Benefit* adalah 1,306

Dari hasil pengujian tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas. Dengan demikian uji asumsi tidak adanya multikolinieritas dapat terpenuhi.

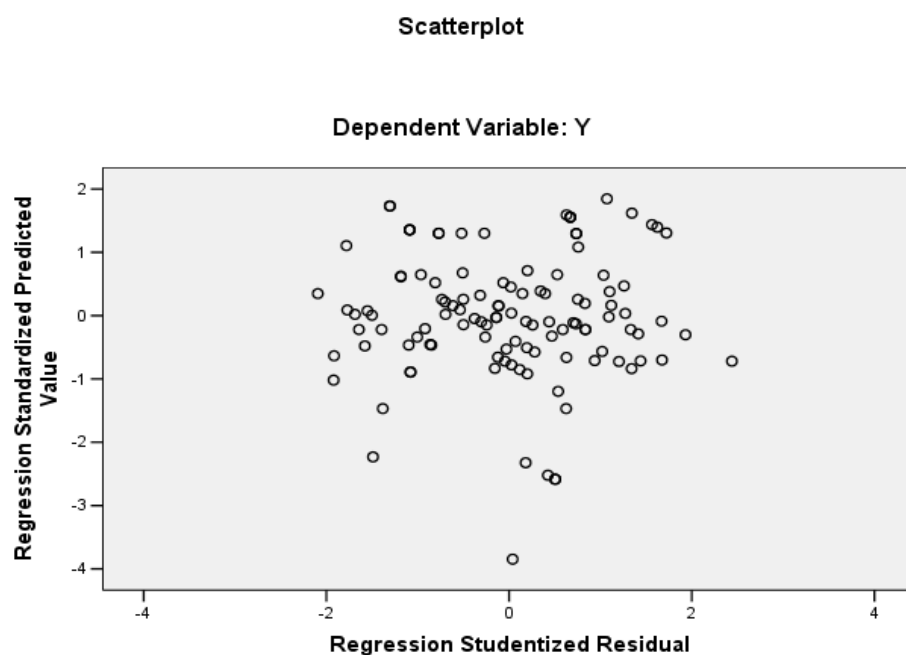
3. Uji heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan nilai simpangan residual akibat besar kecilnya nilai salah satu variabel bebas. Atau adanya perbedaan nilai ragam dengan semakin meningkatnya nilai variabel bebas. Prosedur uji dilakukan dengan Uji scatter plot. Pengujian kehomogenan ragam sisaan dilandasi pada hipotesis:

H_0 : ragam sisaan homogen

H_1 : ragam sisaan tidak homogen

Hasil uji heterokedastisitas dapat dilihat pada Gambar 4.2



Gambar 4.4 : Uji Heterokedastisitas

Sumber : Data primer diolah

Dari hasil pengujian tersebut didapat bahwa diagram tampilan *scatterplot* menyebar dan tidak membentuk pola tertentu maka tidak terjadi heteroskedastisitas,

sehingga dapat disimpulkan bahwa sisaan mempunyai ragam homogen (konstan) atau dengan kata lain tidak terdapat gejala heterokedastisitas. Dengan terpenuhi seluruh asumsi klasik regresi di atas maka dapat dikatakan model regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sudah layak atau tepat. Sehingga dapat diambil interpretasi dari hasil analisis regresi berganda yang telah dilakukan.

D. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi ini digunakan untuk menghitung besarnya pengaruh antara variabel bebas, yaitu Kualitas Pelayanan Wisata (X1) dan *Leisure Benefit* (X2) terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Pengunjung (Y).

a. Persamaan Regresi

Persamaan regresi digunakan mengetahui bentuk hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Dengan menggunakan bantuan *SPSS for Windows ver 20.00* didapat model regresi seperti pada Tabel 4.12 :

Tabel 4.11 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel terikat	Variabel bebas	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Keterangan
		B	Std. Error	Beta			
Y	(Constant)	8.928	4.087		2.184	0.031	
	X1	0.312	0.045	0.468	6.872	0.000	Signifikan
	X2	0.289	0.046	0.429	6.297	0.000	Signifikan
	R :	0.773					
	R Square :	0.598					
	Adjusted R Square :	0.591					
	F Hitung :	84.112					
	Sig. F :	0.000					
	F tabel :	3.077					
	t tabel :	1.981					

Sumber : Data primer diolah

Adapun persamaan regresi yang didapatkan berdasarkan tabel 4.11 adalah sebagai berikut :

$$Y = 8,928 + 0,312 X_1 + 0,289 X_2$$

Dari persamaan di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Konstanta atau intersep sebesar 8,928, artinya nilai rata – rata Kepuasan Pengunjung bernilai sebesar 8,928 jika variabel bebas tidak ada.
- 2) Koefisien regresi b_1 sebesar 0,312, artinya Kepuasan Pengunjung akan meningkat sebesar 0,312 satuan untuk setiap tambahan satu satuan X_1 (Kualitas Pelayanan Wisata). Jadi apabila Kualitas Pelayanan Wisata mengalami peningkatan 1 satuan, maka Kepuasan Pengunjung akan meningkat sebesar 0,312 satuan dengan asumsi variabel yang lainnya dianggap konstan.
- 3) Koefisien regresi b_2 sebesar 0,289, artinya Kepuasan Pengunjung akan meningkat sebesar 0,289 satuan untuk setiap tambahan satu satuan X_2 (*Leisure Benefit*), Jadi apabila *Leisure Benefit* mengalami peningkatan 1 satuan, maka Kepuasan Pengunjung akan meningkat sebesar 0,289 satuan dengan asumsi variabel yang lainnya dianggap konstan.

Berdasarkan interpretasi di atas, dapat diketahui bahwa Kualitas Pelayanan Wisata dan *Leisure Benefit* meningkat maka akan diikuti peningkatan Kepuasan Pengunjung.

b. Koefisien Determinasi (R^2)

Untuk mengetahui besar kontribusi variabel bebas (Kualitas Pelayanan Wisata (X_1) dan *Leisure Benefit* (X_2)) terhadap variabel terikat (Kepuasan Pengunjung) digunakan nilai R^2 , Koefisien determinasi digunakan untuk menghitung besarnya

pengaruh atau kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Dari analisis pada Tabel 4.11 diperoleh hasil adjusted R^2 (koefisien determinasi) sebesar 0,591.

Artinya bahwa 59,1% variabel Kepuasan Pengunjung akan dipengaruhi oleh variabel bebasnya, yaitu Kualitas Pelayanan Wisata (X_1) dan *Leisure Benefit* (X_2).

Sedangkan sisanya 40,9% variabel Kepuasan Pengunjung akan dipengaruhi oleh variabel-variabel yang lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Selain koefisien determinasi juga didapat koefisien korelasi yang menunjukkan besarnya hubungan antara variabel bebas yaitu Kualitas Pelayanan Wisata dan *Leisure Benefit* dengan variabel Kepuasan Pengunjung, nilai R (koefisien korelasi) sebesar 0,773, nilai korelasi ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel bebas yaitu Kualitas Pelayanan Wisata (X_1) dan *Leisure Benefit* (X_2) dengan Kepuasan Pengunjung termasuk dalam kategori kuat karena berada pada selang 0,6 – 0,8.

E. Hasil Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis merupakan bagian penting dalam penelitian, setelah data terkumpul dan diolah. Kegunaan utamanya adalah untuk menjawab hipotesis yang dibuat oleh peneliti.

a. Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

t test digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

Pengambilan keputusan hipotesis adalah sebagai berikut :

- a. Jika $\text{sig} > 0,05$ maka H_0 diterima atau H_1 ditolak.

b. Jika $\text{sig} < 0,05$ maka H_0 ditolak atau H_1 diterima.

Berdasarkan Tabel 4.11 diperoleh hasil pengujian hipotesis penelitian sebagai berikut :

1) Pengujian Hipotesis pertama

$H_1 : \beta \neq 0$: Kualitas Pelayanan Wisata memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung.

Hasil t test antara X_1 (Kualitas Pelayanan Wisata) dengan Y (Kepuasan Pengunjung) menunjukkan t hitung = 6,872. Sedangkan t tabel ($\alpha = 0.05$; db residual = 113) adalah sebesar 1,981. Karena t hitung $>$ t tabel yaitu $6,872 > 1,981$ atau nilai sig t (0,000) $<$ $\alpha = 0.05$ maka pengaruh X_1 (Kualitas Pelayanan Wisata) terhadap Kepuasan Pengunjung adalah signifikan. Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa Kepuasan Pengunjung dapat dipengaruhi secara signifikan oleh Kualitas Pelayanan Wisata atau dengan meningkatkan Kualitas Pelayanan Wisata maka Kepuasan Pengunjung akan mengalami peningkatan secara nyata.

2) Pengujian Hipotesis Kedua

$H_2 : \beta \neq 0$: *Leisure Benefit* memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung.

Hasil t test antara X_2 (*Leisure Benefit*) dengan Y (Kepuasan Pengunjung) menunjukkan t hitung = 6,297. Sedangkan t tabel ($\alpha = 0.05$; db residual = 113) adalah sebesar 1,981. Karena t hitung $>$ t tabel yaitu $6,297 > 1,981$ atau nilai sig t (0,000) $<$ $\alpha = 0.05$ maka pengaruh X_2 (*Leisure Benefit*) terhadap Kepuasan Pengunjung adalah signifikan pada alpha 5%. Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1

diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa Kepuasan Pengunjung dapat dipengaruhi secara signifikan oleh *Leisure Benefit* atau dengan meningkatkan *Leisure Benefit* maka Kepuasan Pengunjung akan mengalami peningkatan secara nyata.

Dari hasil keseluruhan dapat disimpulkan bahwa variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung secara simultan dan parsial. Dan dari sini dapat diketahui bahwa kedua variabel bebas tersebut yang paling dominan pengaruhnya terhadap Kepuasan Pengunjung adalah Kualitas Pelayanan Wisata karena memiliki nilai koefisien beta dan t hitung paling besar.

b. Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Pengujian F atau pengujian model digunakan untuk mengetahui apakah hasil dari analisis regresi signifikan atau tidak, dengan kata lain model yang diduga tepat/sesuai atau tidak. Jika hasilnya signifikan, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Sedangkan jika hasilnya tidak signifikan, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Hal ini dapat juga dikatakan sebagai berikut :

- a. Jika $\text{sig} > 0,05$ maka H_0 diterima atau H_1 ditolak.
- b. Jika $\text{sig} < 0,05$ maka H_0 ditolak atau H_1 diterima.

Berdasarkan Tabel 4.11 nilai F hitung sebesar 84,112. Sedangkan F tabel ($\alpha = 0.05$; db regresi = 2 : db residual = 113) adalah sebesar 3,077. Karena F hitung > F tabel yaitu $84,112 > 3,077$ 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 terikat (Kepuasan Pengunjung) dapat dipengaruhi secara signifikan oleh variabel bebas (Kualitas Pelayanan Wisata (X_1) dan *Leisure*

Benefit (X2)). Dan dari sini dapat diketahui bahwa kedua variabel bebas tersebut yang paling dominan pengaruhnya terhadap Kepuasan Pengunjung adalah Kualitas Pelayanan Wisata.

F. Pembahasan

Dalam penelitian ini diambil sebanyak 116 orang yang telah menjadi responden. Responden dalam penelitian ini merupakan pelanggan yang telah mengunjungi Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata minimal satu kali dengan kriteria umur minimal 17 tahun. Uji Instrumen dari penelitian yang terdiri atas uji validitas dan uji realibilitas, hasil yang diperoleh yaitu uji validitas dengan nilai signifikansi lebih besar dari r table yang berarti tiap – tiap *item* variable adalah valid, sehingga disimpulkan bahwa *item – item* tersebut dapat digunakan untuk mengukur variable penelitian. Dilanjutkan dengan uji reliabilitas dengan menggunakan *alpha cronbach* yang dimana setiap *variable* ditemukan sudah reliable karena nilai dari *alpha cronbach* lebih besar dari 0,6.

Uji asumsi klasik yang menjadi pengujian berikutnya, uji asumsi klasik terdiri atas uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas. Dimulai dari uji normalitas, dapat dilihat pada *table* Hasil Uji Normalitas yang dimana pengujian dilakukan dengan menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnof*, dengan nilai signifikan yang dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05 yang artinya *unstandardized* terdistribusi normal. Kemudian uji kedua yaitu uji Multikolinearitas dengan nilai *tolerance* masing – masing variabel lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF lebih besar dari 10 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi

multikolinieritas antar variable bebas. Uji ketiga yaitu uji heteroskedastisitas dengan hasil yang menggunakan diagram *satterplot* menyebar dan tidak membentuk pola tertentu maka tidak terjadi heteroskedastisitas, sehingga dapat disimpulkan bahwa sisaan mempunyai ragam homogen (konstan) atau dengan kata lain tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

Metode Penelitian yang digunakan adalah menggunakan teknik analisis regresi linier berganda dengan hasil temuan dalam table persamaan regresi. Kualitas Pelayanan Wisata (X_1) dan *Leisure Benefit* (X_2) terhadap Kepuasan Pengunjung memiliki arah positif, yang dimana apabila Kualitas Pelayanan Wisata (X_1) dan *Leisure Benefit* (X_2) mengalami kenaikan maka akan menyebabkan meningkatnya Kepuasan Pengunjung.

1) Pengaruh Kualitas Pelayanan Wisata (X_1) terhadap Kepuasan Pengunjung (Y)

Pada hasil analisis menggunakan metode regresi berganda, diperoleh nilai t hitung sebesar 6,872 dengan sig. t sebesar 0,000 dengan t tabel sebesar 1,981 sehingga variabel Kualitas Pelayanan Wisata memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pengunjung. Jika dilihat dari nilai signifikansi t sebesar 0,000 lebih kecil dari alpha yang dipakai yaitu $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan Kualitas Pelayanan Wisata mempunyai pengaruh yang signifikan dan memiliki hubungan yang positif terhadap Kepuasan Pengunjung.

Hal ini berarti seluruh indikator dari Kualitas Pelayanan Wisata yang terdiri dari indikator bukti fisik (*tangible*), pelengkap (*complementary offer*), keuntungan utama (*basic benefit*), dan lokasi (*location*) mampu mendorong terciptanya

Kepuasan Pengunjung yang terdiri dari indikator keseluruhan kepuasan (*general satisfaction*) dan kepuasan atribut (*attribute satisfaction*) selain itu pengaruh ini memiliki arah hubungan yang positif dimana dapat diartikan bahwa semakin baik Kualitas Pelayanan Wisata yang diberikan pengelola maka akan semakin meningkatkan Kepuasan Pengunjung.

Hasil penelitian ini memperkuat pendapat dari Oliver dalam Tjiptono (2014:271) yang menjelaskan model SERVQUAL berkaitan erat dengan model kepuasan pelanggan yang sebagian besar didasarkan pada pendekatan diskonfirmasi dimana ditegaskan bila ada kinerja pada suatu atribut (*performance*) meningkat lebih besar daripada harapan (*expectation*) atas atribut bersangkutan, maka kepuasan dan kualitas jasa pun akan meningkat. Hasil penelitian dari Riduan *et al* (2015) dengan metode kuantitatif pada 138 wisatawan mancanegara yang mengunjungi Indonesia menjelaskan bahwa Kualitas Pelayanan Wisata berpengaruh terhadap Kepuasan Pengunjung. Selain itu juga sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Bucak (2014) pada 300 responden yang tinggal di 13 hotel bintang

5. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa kepuasan pengunjung dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Pada penelitian ini juga menunjukkan faktor yang paling mempengaruhi kepuasan pengunjung dari kualitas pelayanan adalah empati. Penelitian yang dilakukan oleh Marlyana dan Khoiriyah (2015) menunjukkan peningkatan kualitas layanan industri pariwisata di Provinsi Jawa Tengah dapat mempengaruhi atau memiliki hubungan yang positif dengan kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini menemukan skor rata-rata tertinggi dari indikator lokasi pada variabel Kualitas Pelayanan Wisata dengan *item* lingkungan alami.

Lingkungan alami sangat mempengaruhi Kualitas Pelayanan Wisata, jadi semakin baik pengelola menjaga kondisi lingkungan Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata maka akan meningkatkan Kepuasan Pengunjung. Lingkungan alami yang disajikan kayak kebunnya apa saja. Hal ini sejalan dengan misi pengelola Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata yaitu menghasilkan produk dan jasa yang dapat diterima dan dapat memberikan kepuasan konsumen. Hal ini juga didukung dengan mayoritas Berdasarkan responden berdasarkan pendidikan terakhir adalah sarjana, oleh karena itu dinilai mampu menilai lebih kritis untuk memilih tempat wisata yang cocok.

2) Pengaruh *Leisure Benefit* (X2) terhadap Kepuasan Pengunjung (Y)

Pada hasil analisis menggunakan metode regresi berganda, diperoleh nilai t hitung sebesar 6,297 dengan t tabel sebesar 1,981 sehingga variabel *Leisure Benefit* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung.

Jika dilihat dari nilai signifikansi t sebesar 0,000 lebih kecil dari alpha yang dipakai yaitu $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan *Leisure Benefit* mempunyai pengaruh yang signifikan dan memiliki arah hubungan yang positif terhadap Kepuasan Pengunjung.

Hal ini menunjukkan bahwa semua indikator *Leisure Benefit* yang terdiri dari indikator *physiological benefit*, *psychological benefit* dan *social benefit* mampu mampu mendorong terciptanya Kepuasan Pengunjung yang terdiri dari indikator keseluruhan kepuasan (*general satisfaction*) dan kepuasan atribut (*attribute satisfaction*) selain itu pengaruh ini memiliki arah hubungan yang

positif dimana dapat diartikan semakin besar *Leisure Benefit* yang dirasakan oleh pengunjung Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata maka akan semakin meningkat Kepuasan Pengunjung.

Hasil ini didukung oleh penelitian terdahulu dari Roihanah (2017) pada 117 responden yang pernah mengunjungi Hawaii Waterpark Malang. Penelitian ini menggunakan metode *explanatory research* dengan pendekatan kuantitatif.

Penelitian ini menyebutkan bahwa indikator dari *Leisure Benefit* memiliki pengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap Kepuasan Pengunjung.

Dalam penelitian lain yaitu Tsai (2013) tentang *Leisure Involvement, Leisure*

Benefit, Quality of life and Job Satisfaction menunjukkan bahwa *leisure benefit*

berpengaruh langsung pada *job satisfaction* melalui *quality of life*. Pada

penelitian Tsai terdapat 650 responden yang berada di Kota Chiayi. Penelitian

Eskiler *et al* (2019) menunjukkan bahwa terdapat hubungan signifikan antara

Leisure benefit dan *leisure satisfaction*. Pada penelitian Eskiler menggunakan

metode survey dengan menyebarkan kuesioner kepada 202 responden yang

melakukan olahraga *extreme*.

Dapat dinyatakan bahwa manfaat yang diterima oleh pengunjung saat

melakukan wisata akan mempengaruhi kepuasan mereka saat berkunjung.

Ketika manfaat yang diterima oleh pengunjung baik maka kepuasan

pengunjung akan tempat wisata tersebut akan ikut baik. Begitupun sebaliknya.

Apabila manfaat yang diterima pengunjung kurang baik, maka kepuasan

pengunjung akan tempat wisata tersebut juga kurang baik. Pengunjung Wisata

Petik Buah Kusuma Agrowisata merasa puas dengan manfaat pemeliharaan

fisik, manfaat psikologis dan manfaat sosial yang mereka dapatkan saat berkunjung di Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata.

Hasil penelitian ini menemukan skor rata-rata tertinggi dari indikator *Psychological benefit* dengan *item* berperan serta dalam menjaga lingkungan.

Apabila dilihat dari lokasinya, Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata berada di pegunungan dan berudara sejuk dimana sangat menunjang bagi masyarakat atau pengunjung yang ingin berlibur.

Sedangkan indikator *Physiological Benefit* dengan *item* membantu membuat tidur lebih nyenyak menunjukkan presentase yang rendah. Meskipun hasil dari skor responden mayoritas baik dalam hal merasakan manfaat pemeliharaan fisik, peningkatan keterampilan, peningkatan kekuatan otot, dan peningkatan kesehatan fisik saat berkunjung di Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata namun semua dapat menjadikan kurangnya alasan pengunjung dalam mendapatkan kepuasan. Hal ini disebabkan karena pengunjung merasa kelelahan dengan aktivitas fisik yaitu berkeliling kebun di Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata.

Hal ini juga didukung mayoritas responden usia produktif yang masih membutuhkan interaksi sosial yang tinggi, menambah pengetahuan dan menunjukkan ekistensi sehingga mampu memilih destinasi wisata yang cocok bagi mereka.

3) Pengaruh Simultan Kualitas Pelayanan Wisata (X₁) dan *Leisure Benefit* (X₂) terhadap Kepuasan Pengunjung

Uji F dilakukan untuk menguji hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan Wisata (X_1) dan *Leisure Benefit* (X_2) terhadap Kepuasan Pengunjung secara simultan. Pengujian yang dilakukan memperoleh nilai signifikansi F sebesar 0,000 sehingga signifikansi $F < \alpha$ yaitu $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Kualitas Pelayanan Wisata (X_1) dan *Leisure Benefit* (X_2) terhadap Kepuasan Pengunjung secara simultan. Jika dilihat dari nilai *Adjust R Square* yang diperoleh, maka Kualitas Pelayanan Wisata (X_1) dan *Leisure Benefit* (X_2) memiliki pengaruh sebanyak 59,1% dalam mempengaruhi Kepuasan Pengunjung, sedangkan sisanya 40,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil penelitian ini mendukung pendapat dari Hsiesh dalam Yan (2013) mengenai pengertian dari *Leisure Benefit* yaitu persepsi subjektif setelah seseorang atau individu yang berpartisipasi dalam berbagai kegiatan mengisi waktu luang mereka yang bertujuan untuk meningkatkan kondisi pribadi dan kebutuhan akan kepuasan pribadi.

Hasil penelitian ini juga mendukung pendapat dari Chang dan Tsai (2016) yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan dan *Leisure Benefit* memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pengunjung.

G. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini mempunyai keterbatasan-keterbatasan yang dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi peneliti berikutnya agar mendapatkan hasil penelitian yang lebih baik lagi. Keterbatasan tersebut antara lain:

1. Penelitian ini hanya menggunakan dua variabel independen yang mempengaruhi kepuasan pengunjung yaitu Kualitas Pelayanan Wisata dan *Leisure Benefit*. Masih terdapat beberapa variabel lain yang mampu menjelaskan dan kemungkinan memiliki pengaruh terhadap variabel Kepuasan Pengunjung.
2. Ruang lingkup yang digunakan dalam penelitian ini hanya mencakup pada satu destinasi wisata yang ruang lingkungnya tidak terlalu besar dan luas.

UNIVERSITAS BRAWIJAYA



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dan jawaban permasalahan yang telah dirumuskan serta hasil analisis data, maka dapat disimpulkan mengenai Kualitas Pelayanan Wisata, *Leisure Benefit* dan Kepuasan Pengunjung.

Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan analisis regresi linier berganda, dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil didapatkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan Wisata (X1) dan *Leisure Benefit* (X2) memiliki pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap Kepuasan Pengunjung (Y). Sehingga dapat disimpulkan dengan meningkatkan Kualitas Pelayanan Wisata (X1) dan *Leisure Benefit* (X2) maka akan meningkatkan Kepuasan Pengunjung.
2. Berdasarkan pada hasil uji t secara parsial didapatkan bahwa Kualitas Pelayanan Wisata (X1) memberikan pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Pengunjung.
3. Berdasarkan pada hasil uji t secara parsial didapatkan bahwa *Leisure Benefit* (X2) memberikan pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Pengunjung.
4. Berdasarkan pada hasil uji t didapatkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan Wisata mempunyai nilai t hitung dan koefisien beta yang paling besar. Sehingga variabel Kualitas Pelayanan Wisata mempunyai pengaruh yang paling kuat dibandingkan dengan variabel *Leisure Benefit* maka variabel

Kualitas Pelayanan Wisata mempunyai pengaruh yang dominan terhadap Kepuasan Pengunjung.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian serta hasil analisis dan pembahasan yang terdapat di bab sebelumnya, maka saran yang diberikan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Secara Akademis

Saran untuk Peneliti Selanjutnya:

- a) Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan variabel penelitian ini dengan menambahkan kemungkinan variabel lain yang berpengaruh terhadap Kepuasan Pengunjung misalnya *Word of Mouth* atau *Eksperiental Marketing* untuk lebih memperluas topik penelitian sehingga dapat menciptakan karya penulisan penelitian menjadi karya penulisan penelitian yang lebih luas dan berkembang.
- b) Bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk mencoba melakukan penelitian pada destinasi wisata yang berbeda selain agrowisata seperti wisata budaya, wisata olahraga dan lain-lain. Hal ini dilakukan untuk melihat bagaimana hasil yang didapatkan jika variabel dalam penelitian ini diaplikasikan untuk jenis destinasi wisata lainnya.

2. Secara Praktis

Dari hasil penelitian ini, penulis memberikan saran dan masukan yang diharapkan dapat bermanfaat antara lain:

- a. Saran untuk pengelola Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata:

1) Indikator Keuntungan Utama dimana *item* harga kompetitif menunjukkan presentase yang rendah, yang berarti bahwa harga yang ditawarkan oleh pengelola terlalu mahal menurut pengunjung. Dapat dilihat dari distribusi responden berdasarkan pendapatan atau uang saku perbulan sebagian besar responden memiliki pendapatan per bulan sebesar <2.000.000 dengan presentase (27,59%). Dapat disimpulkan bahwa segmentasi pengunjung yang berwisata di Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata adalah kalangan menengah dan mahasiswa. Diharapkan pengelola menambah diskon-diskon yang bisa lebih menarik seperti diskon untuk pelajar dan mahasiswa, atau juga bisa menambahkan paket wisata khusus pelajar dan mahasiswa seperti *study tour*.

2) Diharapkan pihak pengelola dapat mempertahankan serta meningkatkan Kualitas Pelayanan Wisata, karena variabel Kualitas Pelayanan Wisata mempunyai pengaruh yang dominan dalam mempengaruhi Kepuasan Pengunjung, diantaranya dengan memberikan pelayanan yang lebih baik, pemandu wisata sebaiknya diberikan pelatihan khusus karena pemandu wisata berhadapan langsung dengan pengunjung jadi harus memiliki kemampuan komunikasi yang baik agar dapat memberikan informasi yang benar dan lengkap kepada pengunjung Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata. Sebaiknya pemandu wisata dibekali kemampuan berbahasa Inggris mengingat pengunjung Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata juga ada yang berasal dari luar negeri.

DAFTAR PUSTAKA

- Akgul, Beyza Merve *et al.* 2018. Leisure Benefit Scale: A Study of Validity and Reliability. *Gazi Journal of Physical Education and Sport Sciences*. Volume 23 No 1
- Atilgan, Eda *et al.* 2003. Mapping Service Quality in the Tourism Industry. *Journal of Service Theory and Practice*. Volume 13 No 5
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*. Edisi Revisi. Cetakan 14. Jakarta: Rineka Cipta
- Bungin, Busnan. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana
- Basiya, R dan Hasan Abdul Rozak. 2012. Kualitas Daya Tarik Wisata, Kepuasan dan Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Mancanegara di Jawa Tengah. *Dinamika Kepariwisata* Volume XI No. 2
- Damanik, Janianton dan Helmut F. Weber. 2006. *Perencanaan Ekowisata: dari Teori ke Aplikasi*. Yogyakarta: Andi
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Dionegoro
- Kusmayadi, Sugiarto, Endar. 2000. *Metode Penelitian dalam Bidang Kepariwisata*. Jakarta: Gramedia
- Mardalis. 2008. *Metode Penelitian : Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: Bumi Aksara
- Martin, Ana M *et al.* 2000. The Use of Quality Expectations to Segment A Service Market. *Journal of Service Marketing*. Volume 14 No 2
- Marlyana, Novi dan Nuzulia Khoiriyah. 2015. Model Konseptual peningkatan kualitas layanan industri pariwisata di Jawa Tengah menggunakan Tourservqual. *Kawisatra*. Volume 5 No 2
- Mulyadi, A. J. Dan Warman Andri. 2014. *Kearifan dan Perjalanan*. Jakarta: Rajawali Pers
- Munawaroh. 2012. *Panduan Memahami Metodologi Penelitian*. Cetakan Pertama. Malang: PT.Intimedia
- Nimrod, Galit. 2007. Retiree's Leisure: Activities, Benefits, and their Contribution to Life Satisfaction. *Leisure Studies*. Vol. 26 No. 1, 2007 pp. 65-80
- Payangan, Otto R. 2014. *Pemasaran Jasa Pariwisata*. Bandung: IPB Press
- Pendit, Nyoman S. 2002. *Ilmu Pariwisata: Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: Pradnya Paramita

- Pitana, I Gde dan Putu G. Gayatri. 2005. *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: Andi
- Pitana, I Gede & I Ketut Surya Diarta. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit CV AndiOffset (Penerbit Andi)
- Priyatno, Dwi. 2014. *SPSS 22 Pengolah data Praktis*. Yogyakarta: Andi
- Priadana, Sidik. 2009. *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*. Yogyakarta, Graha Ilmu
- Putra, Prasidya Widia. 2015. Analisis Daya Tarik Pariwisata Kota Batu terhadap Kepuasan Wisatawan (Studi pada Wisatawan Muda). *Universitas Brawijaya : tidak dipublikasikan*
- Ratnasari, Ririn Tri & Mastuti Aksa H 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Surabaya, Ghalia Indonesia
- Riduan. 2017. *Perilaku Wisatawan*. Ponorogo, Penerbit Wade
- Riduan *et al.* 2015. The Effect of Tourism Service Quality, Tourist Destination Image and Experience of Tourist towards Tourists Satisfaction, Tourism Word of Mout, Tourist Destination Preferences, and Tourist Destination Loyalty. *European Journal of Business and Management*. Volume 7. No 2
- Roihanah, Dwi Okta. 2017. Pengaruh *Leisure Benefit* terhadap Kepuasan Pengunjung. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Volume 50 No 3
- Sardin. 2014. *Konsep Populasi dan Sampling serta Perhitungan Varians*. Surabaya: Tanpa Penerbit
- Sarwono, Jonathan. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Simamora, Bilson. 2004. *Riset Pemasaran*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta. Anggota IKAPI
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung, Alfabeta Bandung
- Sunaryo, Bambang. 2013. *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Yogyakarta: Gava Media
- Sunyoto, Danang. 2009. *Analisis Regresi dan Hipotesis*. Yogyakarta: Media Presindo
- Supranto. 2000. *Statistik (Teori dan Aplikasi)*, Edisi Keenam. Jakarta: Erlangga
- Suryadana, M. Liga dan Vanny Octavia. 2015. *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Alfabeta

Tsai, Kuo Chin. 2013. Leisure Involvement, Leisure Benefits, Quality of Life, and Job Satisfaction. *International Review of Management and Business Research*. Vol. 2 No. 3

Tjiptono, Fandy Ph,D & Chandra Gregorius 2011. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta, Penerbit Andy Yogyakarta

Tjiptono, Fandy Ph.d & Gregorius Chandra. 2012. *Pemasaran strategik*. Yogyakarta, Andy Yogyakarta

Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran jasa. Prinsip, penerapan, dan penelitian*. Yogyakarta, Penerbit Andy Yogyakarta

Wang, Simon, Tsai, Chih-Yung, and Chu, Ying Chien. 2010. Tourist Behavior in Hakka Cultural Parks. *African Journal of Business Management*. Vol.4

Widi, Restu Kartiko. 2010. *Asas Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Yan, Wu. 2013. Correlations of Consumers, Leisure Value with Leisure Motivation and Leisure Value with Leisure Benefits-A Show. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*. Volume 3 No. 3

Eraqi, Mohammed. 2006. Tourism Services Quality (Tourservqual) in Egypt. *Benchmarking: An International Journal*. Volume 13 No. 4

Yoeti, Oka A. 2008. *Ekonomi Pariwisata: Introduksi, Informasi, dan Aplikasi*. Jakarta: Kompas

Yuksel, A., et al. 2010. Destination Attachment: Effects on Customer satisfaction and Cognitive, Affective and conative loyalty. *Tourism Management*, 31 : 274-284

Zaenuri, Muchamad. 2012. *Perencanaan Strategis Kepariwisataaan Daerah: Konsep dan Aplikasi*. Yogyakarta: e-Gov Publishing

Website:

Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009. *Undang-Undang Republik Indonesia No 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan*. <http://www.peraturan.go.id/uu/nomor-10-tahun-2009.html> (diakses pada tanggal 26 Maret 2018)

Badan Pusat Statistik. 2018. *Kota Batu dalam Angka 2017*. <http://batukota.bps.go.id/publication/2017/08/11/854e67badaf27f24c61b2ae8/kota-batu-dalam-angka-2017.html>. (diakses pada 18 Mei 2018)

Kompasiana. 2015. *4 Agrowisata Ini Wajib Dikunjungi Saat Berlibur di Malang*. <http://www.kompasiana.com/wien88/54f33e6a745513a12b6cd1a/4->

[agrowisata-ini-wajib-dikunjungi-saat-berlibur-di-malang](#). (Diakses pada tanggal 4 Mei 2018)

Travelingyuk. 2018. *Lima Destinasi Wisata Petik Buah di Malang Raya*. <http://www.travelingyuk.com/wisata-petik-buah-malang-raja/87600>. (Diakses pada 22 Juli 2018)

Cnbcindonesia. 2019. *BI: Pariwisata Bisa Jadi Penyumbang Devisa Terbesar Kedua*. <https://www.cnbcindonesia.com/market/20190319084140-17-61460/bi-pariwisata-bisa-jadi-penyumbang-devisa-terbesar-kedua>. (Diakses pada 16 September 2019)



Lampiran 1

Rumus Machin and Chambell

Perhitungan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} U^1 p &= \frac{1}{2} \ln \left(\frac{1+\rho}{1-\rho} \right) \\ &= \frac{1}{2} \ln \left(\frac{1+0,30}{1-0,30} \right) \\ &= \frac{1}{2} \ln 1,8571 \\ &= 0,3095 \end{aligned}$$

Iterasi Pertama

$$\begin{aligned} n &= \frac{(Z_{\alpha} + Z_{\beta})^2}{U^1 \rho^2} + 3 \\ n &= \frac{(1,645 + 1,645)^2}{(0,3095)^2} + 3 \\ &= \frac{10,8241}{0,095481} + 3 \\ &= 116,363 \\ &= 116 \end{aligned}$$

Menghitung iterasi kedua, terlebih dahulu dicari:

$$\begin{aligned} U \rho &= \frac{1}{2} \ln \left(\frac{1+\rho}{1-\rho} \right) + \frac{\rho}{2(n-1)} \\ U \rho &= \frac{1}{2} \ln \left(\frac{1+0,30}{1-0,30} \right) + \frac{0,30}{2(116-1)} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} &= 0,309 + 0,0013 \\ &= 0,3103 \end{aligned}$$

Iterasi kedua:

$$\begin{aligned} n^2 &= \frac{(1,645 + 1,645)^2}{(0,3103)^2} + 3 \\ &= 115,516 \end{aligned}$$

$$=116$$

Menghitung iterasi kedua, terlebih dahulu dicari:

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

$$= 0,309 + 0,001$$

$$= 0,310$$

Iterasi ketiga:

$$n^2 = \frac{(1,645+1,645)^2}{(0,310)^2} + 3$$

$$= 115,633$$

$$=116$$

Berdasarkan hasil perhitungan kedua dan ketiga menunjukkan angka yang sama yaitu 115,633 atau 116 (dibulatkan), sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 116 responden.

Lampiran 2. Kuesioner Penelitian

Nomor Urut (diisi oleh Peneliti)

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN WISATA DAN *LEISURE BENEFIT* TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG

(Survei Pada Pengunjung Wisata Pertanian Kusuma Agrowisata Kota Batu)

Assalamualaikum Wr.Wb

Saya, Ravelia Rizki Ika Putri, Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya dalam hal ini sedang melakukan penelitian untuk menyusun skripsi dengan judul “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN WISATA DAN *LEISURE BENEFIT* TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG (Survei Pada Pengunjung Wisata Pertanian Kusuma Agrowisata Kota Batu)”

Adapun responden yang dituju pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengunjung Kusuma Agrowisata dengan usia minimal 17 tahun.
2. Pernah mengunjungi Kusuma Agrowisata minimal satu kali.

Mohon kesediaan Saudara/i yang sesuai dengan responden yang dituju untuk berkenan mengisi kuesioner. Atas bantuan, kesediaan waktu dan kerjasama saudara/i saya ucapkan terima kasih.

Pembimbing I

Pembimbing II

Yusri Abdillah, S.Sos.,M.Si.,Ph.D

Aniesa Samira Bafadhal, S.AB,

M.AB

NIP. 197412272003121002

NIP. 198807062018032001

Peneliti

Ravelia Rizki Ika Putri

145030200111061

KUESIONER

I. IDENTITAS RESPONDEN

Petunjuk Pengisian

Mohon Saudara/i bersedia mengisi daftar isian berikut dengan cara memberikan jawaban atau melingkari pilihan yang tersedia sesuai dengan keadaan kebenarannya.

1. Nama : _____
2. Jenis Kelamin : L/P
3. Usia (tahun) : _____
4. Alamat : _____
5. Pendidikan terakhir:
 - a. SMP
 - b. SMA
 - c. Diploma/Sarjana
 - d. Pascasarjana/Magister
 - e. Lainnya.....
6. Pekerjaan :
 - a. PNS
 - b. Pegawai Swasta
 - c. Wiraswasta/Pengusaha
 - d. Tidak Bekerja (Pelajar/ Mahasiswa/ Ibu Rumah Tangga)
 - e. Lainnya.....
7. Berapa pendapatan atau uang saku Anda setiap bulannya?
 - a. <2.000.000
 - b. Rp 2.000.000 – Rp 3.500.000
 - c. Rp 3.500.000 – Rp 5.000.000
 - d. >Rp 5.000.000
8. Berapa kali Anda telah mengunjungi Kusuma Agrowisata?
 - a. 1 kali
 - b. 2 kali
 - c. \geq 3 kali
9. Dengan siapa Anda mengunjungi Kusuma Agrowisata?
 - a. Sendiri
 - b. Bersama Teman
 - c. Bersama Keluarga
 - d. Lainnya.....

II. Kuesioner Penelitian

Beri tanda *checklist* (√) pada kolom di bawah ini sesuai dengan pilihan jawaban berdasarkan pengalaman yang Saudara/i rasakan dan alami setelah mengunjungi Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata

Keterangan:

STS : Sangat Tidak Setuju (1)

TS : Tidak Setuju (2)

R : Ragu-Ragu (3)

S : Setuju (4)

SS : Sangat Setuju (5)

No	Pernyataan	Penilaian				
		1	2	3	4	5
		STS	TS	R	S	SS
A	Kualitas Pelayanan Wisata					
1.	Pengelola Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata menunjukkan rasa hormat kepada pengunjung					
2.	Pengelola Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata memberikan pelayanan yang ramah kepada pengunjung					
3.	Pengelola Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata berpenampilan rapi					
4.	Pengelola Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata memberikan informasi yang benar					
5.	Pengelola Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata memberikan pelayanan sesuai standar					
6.	Pengelola Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata menyediakan destinasi wisata yang menyenangkan					
7.	Pengelola Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata merawat destinasi wisata dengan baik					
8.	Pengelola Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata menjaga kebersihan fasilitas wisata					
9.	Destinasi Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata memiliki tata letak yang nyaman					
10.	Pengelola Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata menyajikan acara kebudayaan yaitu edukasi pertanian bagi pengunjung wisata					
11.	Destinasi Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata memiliki akses lokasi yang strategis sehingga mudah dijangkau					
12.	Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata berada di lokasi yang cocok untuk petik buah					
13.	Destinasi Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata menyediakan hiburan untuk pengunjung					

14.	Pengelola Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata memberikan jaminan ketersediaan kebun untuk dipetik			
15.	Pengelola Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata menyediakan kuliner yang enak			
16.	Pengelola Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata memberikan harga yang wajar untuk pengunjung wisata			
17.	Pengelola Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata menjamin keselamatan pengunjung wisata			
18.	Destinasi Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata berada dalam lingkungan yang alami			
19.	Pengelola Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata menawarkan oleh-oleh produk pertanian khas daerah			
20.	Tempat Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata dibangun dengan baik oleh pengelola			
22.	Tempat Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata memiliki dekorasi perkebunana yang luar biasa			
22.	Pengelola Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata memberikan fasilitas pendukung yang lengkap			
B	<i>Leisure Benefit</i>			
1.	Berkunjung ke Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata dapat meningkatkan kebugaran fisik			
2.	Berkunjung ke Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata dapat membantu melegakan pernafasan			
3.	Berkunjung ke Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata dapat membuat seluruh tubuh bergerak aktif			
4.	Berkunjung ke Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata membantu membakar kalori			
5.	Berkunjung ke Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata dapat membantu membuat tidur lebih nyenyak			
6.	Berkunjung ke Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata dapat menghilangkan kepenatan dari rutinitas sehari-hari			
7.	Berkunjung ke Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata menambah energi untuk beraktifitas			
8.	Berkunjung ke Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata dapat menghilangkan stress			
9.	Berkunjung ke Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata mendapatkan suasana yang menyenangkan			
10.	Berkunjung ke Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata dapat menambah pengetahuan tentang berkebun			
11.	Berkunjung ke Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata meningkatkan potensi penerapan pengetahuan yang di dapat			

12.	Berkunjung ke Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata membantu pengunjung untuk bersyukur			
13.	Berkunjung ke Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata dapat menumbuhkan kepribadian yang memiliki kesadaran lingkungan			
14.	Berkunjung ke Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata dapat berperan serta dalam menjaga lingkungan			
15.	Berkunjung ke Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata dapat menambah pengalaman baru			
16.	Berkunjung ke Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata dapat menguatkan hubungan pertemanan			
17.	Berkunjung ke Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata dapat membuat hubungan lebih harmonis dengan keluarga			
18.	Berkunjung ke Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata dapat membantu membangun teamwork			
19.	Berkunjung ke Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata dapat mengembangkan hubungan sosial			
20.	Berkunjung ke Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata dapat meningkatkan interaksi antar pengunjung			
21.	Berkunjung ke Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata dapat memahami pentingnya pelestarian lingkungan			
C	Kepuasan Pengunjung			
1.	Pengelola Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata menyediakan tempat wisata yang berkualitas			
2.	Kualitas pengelola Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata yang memadai			
3.	Pengelola Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata memberikan informasi yang jelas kepada pengunjung			
4.	Pengelola Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata memberikan fasilitas yang memadai kepada pengunjung			
5.	Pengelola Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata memberikan prosedur pelayanan sesuai standar kepada pengunjung			
6.	Pengelola Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata memberikan keamanan kepada pengunjung			
7.	Pengelola Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata menyediakan penginapan dalam tempat wisata			
8.	Destinasi Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata memiliki iklim yang baik			
9.	Pemandangan alami dalam tempat Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata			

10.	Destinasi Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata menyediakan cinderamata khas daerah				
11.	Pengelola Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata menyediakan kuliner yang bahan bakunya segar				
12.	Suasana pedesaan yang menyenangkan dalam tempat Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata				
13.	Terdapat acara kebudayaan yaitu edukasi pertanian dalam tempat Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata				
14.	Pengelola wisata mampu memenuhi kebutuhan sesuai yang dijanjikan kepada pengunjung Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata				
15.	Pengelola Wisata Petik Buah Kusuma Agrowisata memberikan harga yang sesuai dengan kualitas yang diberikan				

-Terima Kasih atas Kesediaan Anda Mengisi Kuesioner-

Batu, 2019
Responden,

()



Lampiran 3 : Tabulasi Jawaban Responden

No. Responden	Kualitas Pelayanan Wisata (X1)																					Total X1	
	x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5	x1.6	x1.7	x1.8	x1.9	x1.10	x1.11	x1.12	x1.13	x1.14	x1.15	x1.16	x1.17	x1.18	x1.19	x1.20	x1.21		x1.22
1	4	4	4	4	4	2	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	74
2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	73
3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	2	82
4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	102
5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4	97
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	110
7	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	3	3	4	4	5	5	5	5	4	4	97
8	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	106
9	4	4	4	4	4	3	5	5	5	3	4	4	3	4	3	3	4	5	4	4	4	3	86
10	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	91
11	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	93
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	86
13	5	5	5	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	89
14	2	2	3	3	2	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	56
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	88
16	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	83
17	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	102
18	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	2	3	4	4	4	4	4	81
19	5	5	5	5	5	5	4	3	5	4	4	5	3	4	3	2	4	5	3	4	5	4	92
20	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	2	4	4	3	4	3	4	83
21	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	96

22	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	102
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	88
24	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	2	3	4	2	4	5	4	4	4	82
25	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	88
26	4	4	4	5	4	5	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	4	91
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	5	3	4	5	4	4	4	88
28	4	4	4	4	4	5	3	3	4	2	5	5	2	4	4	2	3	5	4	4	5	84
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	3	5	5	5	5	94
30	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	3	3	4	2	3	5	5	5	3	90
31	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	98
32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	110
33	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	3	4	3	4	5	5	5	4	95
34	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	96
35	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	97
36	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	2	5	4	4	4	4	92
37	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	89
38	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	89
39	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	3	3	4	3	4	4	3	88
40	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	91
41	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	3	93
42	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	86
43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	88
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	88
45	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	83
46	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	2	4	4	4	4	4	81

47	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	92
48	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	92
49	4	4	4	4	4	4	5	5	5	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	89
50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	103
51	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	91
52	3	4	4	3	4	4	3	2	4	4	2	4	2	3	3	2	4	4	3	4	3	73
53	4	5	5	5	5	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	93
54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	94
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	92
56	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	95
57	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	93
58	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	2	3	4	3	4	4	79
59	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	86
60	4	5	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	85
61	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	2	4	4	3	4	4	77
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	93
63	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	90
64	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	3	3	4	4	93
65	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	95
66	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	2	4	4	2	4	5	4	4	3	83
67	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	2	4	3	4	3	4	4	5	4	4	5	90
68	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	4	4	4	4	2	4	5	4	4	4	83
69	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	3	3	4	4	5	5	5	5	4	97
70	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	3	4	4	5	5	4	4	4	4	97
71	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	102

72	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	2	82	
73	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	73
74	4	4	4	4	4	2	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	75	
75	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	91	
76	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	88
77	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	89
78	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	2	5	4	4	4	4	4	92
79	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	97
80	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	97
81	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	3	4	5	5	5	4	4	94
82	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	98
83	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	98
84	4	4	4	4	4	2	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	74
85	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	73
86	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	2	82
87	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	102
88	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	97
89	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	110
90	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	3	4	4	5	5	5	5	4	4	98
91	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	106
92	4	4	4	4	4	3	5	5	5	3	4	4	3	4	3	3	4	5	4	4	4	3	86
93	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	91
94	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	93
95	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	86
96	5	5	5	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	89

97	2	2	3	3	2	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	4	57
98	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	88
99	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	83
100	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	103
101	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	2	3	4	4	4	4	4	81
102	5	5	5	5	5	5	4	3	5	4	4	5	3	4	3	2	3	5	3	4	5	4	91
103	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	2	4	4	3	4	3	4	83
104	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	96
105	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	102
106	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	88
107	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2	3	4	2	4	5	4	4	4	4	83
108	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	88
109	4	4	4	5	4	5	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	4	4	91
110	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	5	3	4	5	4	4	4	4	88
111	4	4	4	4	4	5	3	3	4	2	5	5	2	3	3	2	3	5	4	4	5	4	82
112	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	3	5	5	5	5	5	94
113	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	3	3	4	2	3	5	5	5	3	89
114	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	98
115	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	110
116	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	97

No. Responden	Leisure Benefit (X2)																					Total X2	
	x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5	x2.6	x2.7	x2.8	x2.9	x2.10	x2.11	x2.12	x2.13	x2.14	x2.15	x2.16	x2.17	x2.18	x2.19	x2.20	x2.21		
1	2	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	5	3	3	3	3	3	59

2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	79
3	4	4	5	5	5	5	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	3	82
4	4	5	4	4	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	99
5	5	5	5	5	3	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	101
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	105
7	5	4	5	5	3	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	89
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	98
9	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	82
10	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	5	4	4	4	4	3	3	3	79
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	83
12	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	78
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	85
14	2	2	2	2	3	3	2	4	3	3	4	4	4	3	2	3	3	3	3	3	2	2	57
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	84
16	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	81
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	83
18	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	78
19	4	4	4	4	3	3	3	4	5	4	4	3	5	5	5	4	5	5	4	5	4	3	86
20	4	4	3	2	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	78
21	4	4	5	3	3	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	85
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	102
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	84
24	4	3	4	4	2	4	3	5	5	5	5	3	3	5	5	4	3	4	2	4	2	4	81
25	4	4	4	4	4	4	3	5	5	5	3	3	4	4	5	5	3	2	4	2	5	82	
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	3	4	2	5	82	

27	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	4	4	4	5	3	5	4	4	4	4	4	91
28	4	3	5	5	2	5	2	4	4	5	4	4	4	4	5	5	3	2	4	2	4	80
29	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	100
30	4	4	4	4	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	4	4	4	91
31	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	99
32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	105
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	3	5	5	89
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	85
35	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	100
36	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	94
37	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	87
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	85
39	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	80
40	4	4	4	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	84
41	3	4	4	3	3	4	3	5	5	4	4	4	4	3	3	5	5	4	4	4	5	83
42	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	85
43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	84
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	84
45	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	3	3	3	4	88
46	4	4	4	4	3	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	3	5	3	4	4	4	83
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	85
48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	84
49	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	91
50	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	99
51	4	3	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	83

52	3	3	4	4	3	4	2	4	3	4	4	3	34	4	4	3	3	4	3	4	4	104
53	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	85
54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	84
55	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	90
56	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	89
57	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	3	4	3	3	85
58	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	83
59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	83
60	4	4	4	3	3	4	4	5	4	5	5	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	82
61	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	84
62	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	90
63	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	92
64	3	3	3	4	4	5	4	3	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	82
65	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	91
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	2	4	4	85
67	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	84
68	3	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	79
69	5	4	5	5	3	4	3	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	89
70	5	5	5	5	3	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	101
71	4	5	4	4	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	99
72	4	4	5	5	5	5	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	3	82
73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	79
74	2	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	5	3	3	3	59
75	4	4	4	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	84
76	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	82

77	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	87	
78	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	3	4	91
79	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	100
80	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	84
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	3	5	88
82	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	99
83	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	99
84	2	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	5	3	3	3	59
85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	79
86	4	4	5	5	5	5	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	83
87	4	5	4	4	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	99
88	5	5	5	5	3	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	101
89	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	105
90	5	4	5	5	3	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	89
91	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	98
92	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	82
93	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	5	4	4	4	4	3	79
94	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	84
95	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	78
96	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	85
97	2	2	2	2	3	3	2	4	3	3	4	4	4	3	2	2	3	3	3	3	2	57
98	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	84
99	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	82
100	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	83
101	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	78

102	4	4	4	4	3	3	3	4	5	4	3	5	5	5	4	5	5	4	5	4	3	86
103	4	4	3	2	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	78
104	4	4	5	3	3	5	4	5	4	4	3	5	4	5	4	4	4	3	4	4	4	85
105	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	102
106	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	84
107	4	3	4	4	2	4	3	5	5	5	3	3	5	4	5	5	4	3	5	2	4	82
108	4	4	4	4	4	4	3	5	5	5	3	3	4	4	5	5	3	2	4	2	5	82
109	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	2	5	81
110	5	5	5	5	3	5	3	5	5	5	5	5	4	4	4	5	3	5	4	4	4	92
111	4	3	5	5	2	5	2	4	4	5	4	4	4	4	5	5	3	2	4	2	4	80
112	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	100
113	4	4	4	4	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	4	4	4	91
114	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	99
115	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	105
116	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	100

No. Responden	Kepuasan Pengunjung (Y)															Total Y
	y1	y2	y3	y4	y5	y6	y7	y8	y9	y10	y11	y12	y13	y14	y15	
1	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	51
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
3	1	2	2	2	3	4	4	4	4	4	2	4	1	3	2	42
4	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	4	5	5	5	5	72
5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	3	5	3	4	3	64
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75

7	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	3	5	67
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
9	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	2	50
10	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	62
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
12	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	58
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
14	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	2	3	38
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
18	3	3	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	49
19	3	4	5	3	5	4	4	4	5	5	4	2	4	3	3	55
20	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	53
21	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	65
22	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	65
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
24	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	5	3	58
25	2	3	4	2	2	4	2	4	4	4	4	2	4	4	4	47
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
27	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	66
28	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	65
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
30	4	4	5	4	4	4	3	4	5	5	5	4	5	4	4	62
31	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	4	4	59

32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
33	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	64
34	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	61
35	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	71
36	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	60
37	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	56
40	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	61
41	3	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	62
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
45	3	4	5	5	3	4	3	3	3	3	4	4	5	5	5	4	60
46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	58
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
48	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
51	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	68
52	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	56
53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
54	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	67
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	65
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	61

57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	3	62
58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	58
59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
60	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59
61	4	4	5	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	4	4	4	4	58
62	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	64
63	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	68
64	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	66
65	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	69
66	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59
67	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	3	4	4	62
68	4	2	4	2	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	1	3	50
69	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	3	5	67
70	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	3	5	3	4	3	64
71	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	72
72	1	2	2	2	2	3	3	4	4	4	4	4	2	4	1	3	2	41
73	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
74	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	51
75	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	61
76	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	56
77	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59
78	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59
79	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	71
80	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	61
81	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	64

82	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3	4	4	4	4	59
83	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3	4	4	4	4	59
84	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	51
85	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
86	1	2	2	2	3	3	4	4	4	4	4	2	4	1	3	2	41
87	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	72
88	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	3	5	3	4	3	64
89	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
90	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	3	4	66
91	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
92	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	2	2	4	4	3	2	48
93	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	62
94	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
95	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	58
96	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
97	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	2	3	38
98	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
99	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
100	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
101	3	3	3	3	2	4	4	4	4	4	4	2	4	3	3	3	49
102	3	4	5	3	5	4	4	4	5	5	4	2	4	3	3	1	55
103	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	2	53
104	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	64
105	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	65
106	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60

107	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	5	3	58
108	2	3	4	2	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	2	47
109	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
110	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	66
111	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	2	65
112	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
113	4	4	5	4	4	4	3	5	5	5	4	5	4	4	2	62
114	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3	4	4	4	4	59
115	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
116	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	72



Lampiran 4 : Identitas Responden

No. Responden	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Asal	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan
1	Tito R.A	Laki-laki	18	Surabaya	SMA	Tidak Bekerja (Mahasiswa)
2	Nirapambudi	Laki-laki	50	Surabaya	Sarjana	PNS
3	Dr. Lydia N Sp.M	Perempuan	41	Surabaya	Pascasarjana	Pegawai Swasta
4	Fernaki Dwiki A	Laki-laki	19	Jember	SMA	Tidak Bekerja (Mahasiswa)
5	Srie Rochminingroem	Perempuan	52	Jember	SMA	PNS
6	Abdullah Nafik	Laki-laki	18	Sidoarjo	SMA	Wiraswasta/Pengusaha
7	Septhayoga J.P	Laki-laki	22	Jember	Sarjana	Mahasiswa
8	Rendy Dante	Laki-laki	18	Surabaya	SMA	Wiraswasta/Pengusaha
9	Sri Suhartini	Perempuan	45	Yogyakarta	Diploma	PNS
10	Afriya Naili Zulfa	Perempuan	20	Sidoarjo	Sarjana	Tidak Bekerja (Mahasiswa)
11	M. Fatkhur Rozaq	Laki-laki	40	Sidoarjo	Sarjana	Wiraswasta/Pengusaha
12	Jasa Adiputra Limbang	Laki-laki	27	Jakarta	Sarjana	Pegawai Swasta
13	Riandi Sitorus	Laki-laki	24	Porsea	Diploma	Pegawai Swasta
14	Winarto	Laki-laki	28	Bojonegoro	Sarjana	Lainnya
15	Agung Dwi	Laki-laki	40	Jakarta	Sarjana	Pegawai Swasta
16	Winda Agustin	Perempuan	27	Pasuruan	Sarjana	Pegawai Swasta
17	Annisa	Perempuan	40	Jakarta	Pascasarjana	Lainnya
18	Enik Kurniawati	Perempuan	24	Yogyakarta	Diploma	Wiraswasta/Pengusaha
19	Reisma Zulhida	Perempuan	23	Madiun	Sarjana	Wiraswasta/Pengusaha
20	Dwi Wahyu P.L	Perempuan	23	Magetan	Diploma	Wiraswasta/Pengusaha
21	Fendi Desta Cahyana	Laki-laki	26	Madiun	Sarjana	Lainnya

22	Prisilia Puspitasari	Perempuan	25	Ngawi	Sarjana	Pegawai Swasta
23	Otto D.	Laki-laki	42	Surabaya	Diploma	Pegawai Swasta
24	Retno Susilowati	Perempuan	24	Lampung	Sarjana	Pegawai Swasta
25	Rizky Famiah	Perempuan	24	Sidoarjo	Sarjana	Pegawai Swasta
26	Rina	Perempuan	25	Malang	Sarjana	Pegawai Swasta
27	Salmah	Perempuan	51	Malang	Sarjana	PNS
28	Fiki	Laki-laki	25	Kudus	SMA	Tidak Bekerja (Mahasiswa)
29	Dinda Dwi	Perempuan	18	Mojokerto	SMP	Tidak Bekerja (Pelajar)
30	Lia	Perempuan	24	Mojokerto	SMA	Tidak Bekerja (Mahasiswa)
31	Tri Ajeng Mawardah	Perempuan	22	Jakarta	Sarjana	Pegawai Swasta
32	Abdul Fattan	Laki-laki	25	Samarinda	SMA	Lainnya
33	Ivan Hariwibowo R.M	Laki-laki	30	Situbondo	Sarjana	Wiraswasta/Pengusaha
34	Dhiaz Meita Puspita Sari	Perempuan	20	Paser	SMA	Tidak Bekerja (Mahasiswa)
35	Yunita Dewi	Perempuan	23	Paser	SMA	Tidak Bekerja (Mahasiswa)
36	Nurhidayah	Perempuan	20	Paser	SMA	Tidak Bekerja (Mahasiswa)
37	Mitha Gayatri	Perempuan	21	Paser	SMA	Pegawai Swasta
38	Masdiana	Perempuan	22	Paser	SMA	Tidak Bekerja (Mahasiswa)
39	Lutfi Cahyo Nugroho	Laki-laki	22	Paser	SMA	Tidak Bekerja (Mahasiswa)
40	Firdaus Akbar	Laki-laki	21	Paser	SMA	Tidak Bekerja (Mahasiswa)
41	Triya Novitasari	Perempuan	18	Blitar	SMP	Tidak Bekerja (Pelajar)
42	Arya	Laki-laki	25	Surabaya	SMA	Lainnya
43	Randi	Laki-laki	30	Jakarta	SMA	Wiraswasta/Pengusaha
44	Ria Noralita Amd.keb	Perempuan	29	Bekasi	Diploma	Wiraswasta/Pengusaha
45	Kharisma Mardiana P.	Perempuan	17	Blitar	SMP	Tidak Bekerja (Pelajar)
46	Excella Mayga	Perempuan	24	Mojokerto	Sarjana	Pegawai Swasta

47	Dyah Ayu	Perempuan	23	Mojokerto	Sarjana	Wiraswasta/Pengusaha
48	Selviana	Perempuan	30	Jakarta	Pascasarjana	Wiraswasta/Pengusaha
49	Akbar Yogi	Laki-laki	25	Surabaya	Sarjana	Pegawai Swasta
50	Fattahillah	Laki-laki	24	Cirebon	Sarjana	Tidak Bekerja (Mahasiswa)
51	Gerald	Laki-laki	27	Cirebon	Sarjana	Wiraswasta/Pengusaha
52	Novita Ayu	Perempuan	24	Malang	SMA	Tidak Bekerja (Mahasiswa)
53	Adinda	Perempuan	24	Mojokerto	Sarjana	Pegawai Swasta
54	Hendrik	Laki-laki	30	Jakarta	Pascasarjana	Wiraswasta/Pengusaha
55	Andini Saras	Perempuan	26	Jakarta	Sarjana	Pegawai Swasta
56	Wanda	Perempuan	24	Surabaya	Sarjana	Pegawai Swasta
57	Syahreza	Laki-laki	24	Banten	SMA	Wiraswasta/Pengusaha
58	Fahmi Ramadhan	Laki-laki	26	Jember	Sarjana	Wiraswasta/Pengusaha
59	Fahrina Ni'matus	Perempuan	25	Malang	Sarjana	Tidak Bekerja (Mahasiswa)
60	Fajar Ramadan	Laki-laki	24	Mojokerto	SMA	Pegawai Swasta
61	Ardian Poenomo	Laki-laki	29	Jakarta	Pascasarjana	Pegawai Swasta
62	Dhea Kirana	Perempuan	24	Surabaya	Sarjana	Pegawai Swasta
63	Fitri Kusuma	Perempuan	27	Surabaya	Sarjana	Pegawai Swasta
64	Nimas Galuh	Perempuan	24	Mojokerto	Sarjana	Pegawai Swasta
65	Alifiana	Perempuan	25	Surabaya	Sarjana	Pegawai Swasta
66	Feby	Perempuan	25	Blitar	SMA	Pegawai Swasta
67	Wildan Hanif Amri	Laki-laki	20	Jakarta	SMA	Tidak Bekerja (Mahasiswa)
68	Rinta	Perempuan	17	Jakarta	SMA	Tidak Bekerja (Pelajar)
69	Rizqi Achmad	Laki-laki	25	Malang	Sarjana	Pegawai Swasta
70	Wicaksono	Laki-laki	32	Kediri	Pascasarjana	Wiraswasta/Pengusaha
71	Septina Dinda	Perempuan	18	Kediri	SMP	Tidak Bekerja (Pelajar)

72	Risalatul Mas'ulan	Perempuan	26	Kediri	Sarjana	Tidak Bekerja (Ibu Rumah Tangga)
73	Dony Setiawan	Laki-laki	28	Bandung	Sarjana	Wiraswasta/Pengusaha
74	Ainun Rozi	Laki-laki	27	Jombang	Sarjana	Pegawai Swasta
75	Rizky Dias	Laki-laki	27	Jombang	Sarjana	Pegawai Swasta
76	Diannisa Putri	Perempuan	20	Jombang	SMA	Tidak Bekerja (Mahasiswa)
77	Aditya	Laki-laki	24	Yogyakarta	Sarjana	Pegawai Swasta
78	Devina	Perempuan	27	Jakarta	Sarjana	Wiraswasta/Pengusaha
79	Sumiati	Perempuan	35	Sleman	Diploma	Wiraswasta/Pengusaha
80	Alifia Fitranti	Perempuan	25	Pasuruan	Sarjana	Pegawai Swasta
81	Nazhifatul Mujahidah	Perempuan	24	Malang	SMA	Tidak Bekerja (Mahasiswa)
82	Dara Prayoga	Laki-laki	31	Jakarta	Pascasarjana	Pegawai Swasta
83	Wulansari	Perempuan	29	Jakarta	Diploma	Pegawai Swasta
84	Vida Safira	Perempuan	40	Jember	Sarjana	Pegawai Swasta
85	Sapardi	Laki-laki	42	Jember	Pascasarjana	Pegawai Swasta
86	Indra Frimawan	Laki-laki	31	Jakarta	Sarjana	Pegawai Swasta
87	Candra	Laki-laki	31	Jakarta	Pascasarjana	Pegawai Swasta
88	Faizzuddin	Laki-laki	25	Malang	Diploma	PNS
89	Septa Indra	Laki-laki	33	Pandaan	Sarjana	Pegawai Swasta
90	Laksmi Dyah	Perempuan	24	Pandaan	Sarjana	Pegawai Swasta
91	Elok Kartika P.	Perempuan	26	Sidoarjo	SMA	Pegawai Swasta
92	Dhana Narendra	Laki-laki	25	Malang	Sarjana	Pegawai Swasta
93	Banyu Sadewa	Laki-laki	28	Surabaya	Diploma	Pegawai Swasta
94	Adji Santoso	Perempuan	36	Banten	Pascasarjana	Pegawai Swasta
95	Aylafita	Perempuan	26	Jombang	Sarjana	Pegawai Swasta

96	Yustisi Suci	Perempuan	24	Yogyakarta	Sarjana	Pegawai Swasta
97	Farizkya Noor	Perempuan	24	Bojonegoro	Sarjana	Pegawai Swasta
98	Firgiawan Maulana	Laki-laki	26	Magelang	Sarjana	Pegawai Swasta
99	Adimas	Laki-laki	26	Yogyakarta	Sarjana	Pegawai Swasta
100	Devie Rica	Perempuan	22	Magelang	SMA	Tidak Bekerja (Mahasiswa)
101	Euska	Perempuan	31	Jakarta	Sarjana	Tidak Bekerja (Ibu Rumah Tangga)
102	Safira Hardianti	Perempuan	25	Gresik	Sarjana	Pegawai Swasta
103	Fadhilah Laili	Perempuan	25	Gresik	Sarjana	Pegawai Swasta
104	Renne Nesa	Laki-laki	31	Tuban	Sarjana	Wiraswasta/Pengusaha
105	Mariza	Perempuan	24	Jombang	SMA	Tidak Bekerja (Mahasiswa)
106	Nikko Ilham	Laki-laki	27	Bekasi	Sarjana	Pegawai Swasta
107	Mada Riyanhadi	Laki-laki	27	Jombang	Diploma	Pegawai Swasta
108	Tri Agung	Laki-laki	26	Surabaya	Sarjana	Pegawai Swasta
109	Amalia Putri	Perempuan	25	Malang	Diploma	Pegawai Swasta
110	Dita	Perempuan	32	Bekasi	Sarjana	Pegawai Swasta
111	Adellina	Perempuan	29	Jakarta	Sarjana	Pegawai Swasta
112	Ichwandardi	Laki-laki	34	Magelang	Sarjana	Pegawai Swasta
113	Robby	Laki-laki	24	Pasuruan	Sarjana	Pegawai Swasta
114	Khoirul Anwar	Laki-laki	26	Probolinggo	Diploma	Pegawai Swasta
115	Gia Pratama	Laki-laki	31	Batu	Pascasarjana	PNS
116	Nusroh I.	Perempuan	24	Tulungagung	Sarjana	Tidak Bekerja (Mahasiswa)

No.	Pendapatan atau Uang Saku Tiap Bulan	Berapa kali mengunjungi Kusuma Agrowisata	Dengan siapa mengunjungi Kusuma AGrowisata
1	<2.000.000	1 kali	Bersama Keluarga
2	>5.000.000	1 kali	Bersama Keluarga
3	>5.000.000	1 kali	Bersama Keluarga
4	<2.000.000	1 kali	Bersama Keluarga
5	>5.000.000	1 kali	Bersama Keluarga
6	>5.000.000	1 kali	Bersama Keluarga
7	<2.000.000	≥3 kali	Bersama Teman
8	2.000.000-3.500.000	1 kali	Bersama Teman
9	>5.000.000	1 kali	Bersama Keluarga
10	>5.000.000	2 kali	Bersama Keluarga
11	>5.000.000	1 kali	Bersama Keluarga
12	3.500.000-5.000.000	1 kali	Bersama Teman
13	3.500.000-5.000.000	1 kali	Bersama Teman
14	3.500.000-5.000.000	2 kali	Bersama Keluarga
15	3.500.000-5.000.000	1 kali	Bersama Keluarga
16	3.500.000-5.000.000	1 kali	Bersama Teman
17	>5.000.000	1 kali	Bersama Keluarga
18	<2.000.000	1 kali	Bersama Teman
19	<2.000.000	1 kali	Bersama Teman
20	<2.000.000	1 kali	Bersama Teman
21	3.500.000-5.000.000	1 kali	Lainnya
22	3.500.000-5.000.000	2 kali	Bersama Teman
23	>5.000.000	≥3 kali	Bersama Keluarga

24	2000000-3.500.000	1 kali	Bersama Teman
25	3.500.000-5.000.000	1 kali	Bersama Teman
26	3.500.000-5.000.000	1 kali	Bersama Keluarga
27	>5.000.000	1 kali	Bersama Keluarga
28	<2.000.000	1 kali	Bersama Teman
29	<2.000.000	1 kali	Bersama Keluarga
30	<2.000.000	2 kali	Bersama Keluarga
31	3.500.000-5.000.000	1 kali	Bersama Keluarga
32	2.000-000-3.500.000	1 kali	Bersama Keluarga
33	>5.000.000	1 kali	Lainnya
34	<2.000.000	1 kali	Bersama Teman
35	<2.000.000	1 kali	Bersama Teman
36	<2.000.000	1 kali	Bersama Teman
37	<2.000.000	1 kali	Bersama Teman
38	<2.000.000	1 kali	Bersama Teman
39	<2.000.000	1 kali	Bersama Teman
40	<2.000.000	1 kali	Bersama Teman
41	<2.000.000	≥3 kali	Bersama Teman
42	2.000.000-3.500.000	1 kali	Bersama Keluarga
43	>5.000.000	1 kali	Bersama Keluarga
44	3.500.000-5.000.000	1 kali	Bersama Keluarga
45	<2.000.000	≥3 kali	Bersama Teman
46	3.500.000-5.000.000	1 kali	Bersama Keluarga
47	2.000.000-3.500.000	1 kali	Bersama Teman
48	>5.000.000	1 kali	Bersama Teman

49	3.500.000-5.000.000	1 kali	Bersama Teman
50	2.000.000-3.500.000	1 kali	Bersama Keluarga
51	>5.000.000	1 kali	Bersama Keluarga
52	<2.000.000	1 kali	Bersama Teman
53	2.000.000-3.500.000	1 kali	Bersama Teman
54	>5.000.000	1 kali	Bersama Keluarga
55	3.500.000-5.000.000	1 kali	Bersama Keluarga
56	2.000.000-3.500.000	1 kali	Bersama Teman
57	2.000.000-3.500.000	1 kali	Bersama Teman
58	3.500.000-5.000.000	1 kali	Bersama Teman
59	<2.000.000	1 kali	Bersama Teman
60	<2.000.000	1 kali	Bersama Keluarga
61	>5.000.000	1 kali	Bersama Keluarga
62	2.000.000-3.500.000	1 kali	Bersama Keluarga
63	3.500.000-5.000.000	1 kali	Bersama Keluarga
64	>5.000.000	1 kali	Bersama Teman
65	2.000.000-3.500.000	1 kali	Bersama Teman
66	2.000.000-3.500.000	1 kali	Bersama Teman
67	<2.000.000	1 kali	Bersama Teman
68	<2.000.000	1 kali	Bersama Teman
69	2.000.000-3.500.000	1 kali	Bersama Teman
70	>5.000.000	1 kali	Bersama Keluarga
71	<2.000.000	1 kali	Bersama Keluarga
72	<2.000.000	1 kali	Bersama Keluarga
73	3.500.000-5.000.000	1 kali	Bersama Teman

74	2.000.000-3.500.000	1 kali	Bersama Teman
75	2.000.000-3.500.000	1 kali	Bersama Teman
76	<2.000.000	1 kali	Bersama Teman
77	2.000.00-3.500.000	1 kali	Bersama Teman
78	3.500.000-5.000.000	1 kali	Bersama Teman
79	>5.000.000	1 kali	Bersama Keluarga
80	2.000.000-3.500.000	1 kali	Bersama Teman
81	<2.000.000	1 kali	Bersama Teman
82	>5.000.000	1 kali	Bersama Keluarga
83	2.000.000-3.500.000	1 kali	Bersama Keluarga
84	>5.000.000	1 kali	Bersama Keluarga
85	>5.000.000	1 kali	Bersama Keluarga
86	3.500.000-5.000.000	1 kali	Bersama Teman
87	>5.000.000	1 kali	Bersama Keluarga
88	>5.000.000	1 kali	Bersama Teman
89	>5.000.000	1 kali	Bersama Keluarga
90	3.500.000-5.000.000	1 kali	Bersama Teman
91	3.500.000-5.000.000	1 kali	Bersama Keluarga
92	3.500.000-5.000.000	1 kali	Bersama Teman
93	2.000.000-3.500.000	1 kali	Bersama Teman
94	>5.000.000	1 kali	Bersama Teman
95	2.000.000-3.500.000	1 kali	Bersama Keluarga
96	2.000.000-3.500.000	1 kali	Bersama Teman
97	2.000.000-3.500.000	1 kali	Bersama Teman
98	2.000.000-3.500.000	1 kali	Bersama Teman

99	2.000.000-3.500.000	1 kali	Bersama Teman
100	<2.000.000	1 kali	Bersama Teman
101	<2.000.000	1 kali	Bersama Keluarga
102	2.000.000-3.500.000	1 kali	Bersama Teman
103	2.000.000-3.500.000	1 kali	Bersama Teman
104	3.500.000-5.000.000	1 kali	Bersama Keluarga
105	<2.000.000	1 kali	Bersama Teman
106	3.500.000-5.000.000	1 kali	Bersama Keluarga
107	2.000.000-3.500.000	1 kali	Bersama Teman
108	3.500.000-5.000.000	1 kali	Bersama Teman
109	2.000.000-3.500.000	1 kali	Bersama Teman
110	3.500.000-5.000.000	1 kali	Bersama Keluarga
111	3.500.000-5.000.000	1 kali	Bersama Teman
112	>5.000.000	1 kali	Bersama Keluarga
113	3.500.000-5.000.000	1 kali	Bersama Teman
114	2.000.000-3.500.000	1 kali	Bersama Teman
115	>5.000.000	1 kali	Bersama Keluarga
116	<2.000.000	1 kali	Bersama Teman

Lampiran 5 : Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Correlations

		X1
X1.1	Pearson Correlation	.834**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X1.2	Pearson Correlation	.871**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X1.3	Pearson Correlation	.793**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X1.4	Pearson Correlation	.761**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X1.5	Pearson Correlation	.664**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X1.6	Pearson Correlation	.664**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X1.7	Pearson Correlation	.566**
	Sig. (2-tailed)	.001
	N	30
X1.8	Pearson Correlation	.663**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X1.9	Pearson Correlation	.560**
	Sig. (2-tailed)	.001
	N	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level

Correlations

Correlations

		X1
X1.10	Pearson Correlation	.674**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X1.11	Pearson Correlation	.684**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X1.12	Pearson Correlation	.807**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X1.13	Pearson Correlation	.606**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X1.14	Pearson Correlation	.631**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X1.15	Pearson Correlation	.680**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X1.16	Pearson Correlation	.657**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X1.17	Pearson Correlation	.805**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level

Correlations

Correlations

		X1
X1.18	Pearson Correlation	.602**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X1.19	Pearson Correlation	.669**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X1.20	Pearson Correlation	.766**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X1.21	Pearson Correlation	.661**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X1.22	Pearson Correlation	.725**
	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
.947	22

Correlations

Correlations

		X2
X2.1	Pearson Correlation	.888**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X2.2	Pearson Correlation	.908**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X2.3	Pearson Correlation	.754**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X2.4	Pearson Correlation	.712**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X2.5	Pearson Correlation	.474**
	Sig. (2-tailed)	.008
	N	30
X2.6	Pearson Correlation	.648**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X2.7	Pearson Correlation	.723**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X2.8	Pearson Correlation	.721**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level

Correlations

Correlations

		X2
X2.9	Pearson Correlation	.837**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X2.10	Pearson Correlation	.699**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X2.11	Pearson Correlation	.589**
	Sig. (2-tailed)	.001
	N	30
X2.12	Pearson Correlation	.777**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X2.13	Pearson Correlation	.779**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X2.14	Pearson Correlation	.891**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X2.15	Pearson Correlation	.635**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X2.16	Pearson Correlation	.671**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level

Correlations

Correlations

		X2
X2.17	Pearson Correlation	.561**
	Sig. (2-tailed)	.001
	N	30
X2.18	Pearson Correlation	.621**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X2.19	Pearson Correlation	.722**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X2.20	Pearson Correlation	.625**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X2.21	Pearson Correlation	.695**
	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
.948	21

Correlations

Correlations

		Y
Y1	Pearson Correlation	.849**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
Y2	Pearson Correlation	.888**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
Y3	Pearson Correlation	.766**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
Y4	Pearson Correlation	.918**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
Y5	Pearson Correlation	.852**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
Y6	Pearson Correlation	.786**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
Y7	Pearson Correlation	.540**
	Sig. (2-tailed)	.002
	N	30
Y8	Pearson Correlation	.723**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
Y9	Pearson Correlation	.732**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level

Correlations

Correlations

		Y
Y10	Pearson Correlation	.729**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
Y11	Pearson Correlation	.787**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
Y12	Pearson Correlation	.720**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
Y13	Pearson Correlation	.731**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
Y14	Pearson Correlation	.726**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
Y15	Pearson Correlation	.627**
	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
.943	15

Lampiran 6 : Distribusi Identitas Responden

Frequency Table

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	53	45.7	45.7	45.7
	Perempuan	63	54.3	54.3	100.0
	Total	116	100.0	100.0	



Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17.00	2	1.7	1.7	1.7
	18.00	6	5.2	5.2	6.9
	19.00	1	.9	.9	7.8
	20.00	5	4.3	4.3	12.1
	21.00	2	1.7	1.7	13.8
	22.00	5	4.3	4.3	18.1
	23.00	4	3.4	3.4	21.6
	24.00	22	19.0	19.0	40.5
	25.00	16	13.8	13.8	54.3
	26.00	10	8.6	8.6	62.9
	27.00	9	7.8	7.8	70.7
	28.00	3	2.6	2.6	73.3
	29.00	4	3.4	3.4	76.7
	30.00	4	3.4	3.4	80.2
	31.00	6	5.2	5.2	85.3
	32.00	2	1.7	1.7	87.1
	33.00	1	.9	.9	87.9
	34.00	1	.9	.9	88.8
	35.00	1	.9	.9	89.7
	36.00	1	.9	.9	90.5
	40.00	4	3.4	3.4	94.0
	41.00	1	.9	.9	94.8
	42.00	2	1.7	1.7	96.6
	45.00	1	.9	.9	97.4
	50.00	1	.9	.9	98.3
	51.00	1	.9	.9	99.1
	52.00	1	.9	.9	100.0
	Total	116	100.0	100.0	



Asal

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Bandung	1	.9	.9	.9
	Banten	2	1.7	1.7	2.6
	Batu	1	.9	.9	3.4
	Bekasi	3	2.6	2.6	6.0
	Blitar	3	2.6	2.6	8.6
	Bojonegoro	2	1.7	1.7	10.3
	Cirebon	2	1.7	1.7	12.1
	Gresik	2	1.7	1.7	13.8
	Jakarta	18	15.5	15.5	29.3
	Jember	6	5.2	5.2	34.5
	Jombang	6	5.2	5.2	39.7
	Kediri	3	2.6	2.6	42.2
	Kudus	1	.9	.9	43.1
	Lampung	1	.9	.9	44.0
	Madiun	2	1.7	1.7	45.7
	Magelang	3	2.6	2.6	48.3
	Magetan	1	.9	.9	49.1
	Malang	9	7.8	7.8	56.9
	Mojokerto	7	6.0	6.0	62.9
	Ngawi	1	.9	.9	63.8
	Pandaan	2	1.7	1.7	65.5
	Paser	7	6.0	6.0	71.6
	Pasuruan	3	2.6	2.6	74.1
	Porsea	1	.9	.9	75.0
	Probolinggo	1	.9	.9	75.9
	Samarinda	1	.9	.9	76.7
	Sidoarjo	5	4.3	4.3	81.0
	Situbondo	1	.9	.9	81.9
	Sleman	1	.9	.9	82.8
	Surabaya	13	11.2	11.2	94.0
	Tuban	1	.9	.9	94.8
	Tulungagung	1	.9	.9	95.7
	Yogyakarta	5	4.3	4.3	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

Pendidikan Terakhir

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Diploma	13	11.2	11.2	11.2
	Pascasarjana	11	9.5	9.5	20.7
	Sarjana	60	51.7	51.7	72.4
	SMA	28	24.1	24.1	96.6
	SMP	4	3.4	3.4	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Lainnya	5	4.3	4.3	4.3
	Mahasiswa	1	.9	.9	5.2
	Pegawai Swasta	57	49.1	49.1	54.3
	PNS	6	5.2	5.2	59.5
	Tidak Bekerja (Ibu Rumah Tan	2	1.7	1.7	61.2
	Tidak Bekerja (Mahasiswa)	20	17.2	17.2	78.4
	Tidak Bekerja (Pelajar)	5	4.3	4.3	82.8
	Wiraswasta/Pengusaha	20	17.2	17.2	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

Pendapatan atau Uang Saku Tiap Bulan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<2.000.000	31	26.7	26.7	26.7
	>5.000.000	28	24.1	24.1	50.9
	2.000-000-3.500.000	1	.9	.9	51.7
	2.000.00-3.500.000	1	.9	.9	52.6
	2.000.000-3.500.000	26	22.4	22.4	75.0
	2000000-3.500.000	1	.9	.9	75.9
	3.500.00-5.000.000	1	.9	.9	76.7
	3.500.000-5.000.000	27	23.3	23.3	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

Berapa kali mengunjungi Kusuma Agrowisata

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	?3 kali	4	3.4	3.4	3.4
	1 kali	108	93.1	93.1	96.6
	2 kali	4	3.4	3.4	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

Dengan siapa mengunjungi Kusuma A Growisata

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Bersama Keluarga	49	42.2	42.2	42.2
	Bersama Teman	65	56.0	56.0	98.3
	Lainnya	2	1.7	1.7	100.0
	Total	116	100.0	100.0	



Lampiran 7 : Distribusi Jawaban Responden

X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	2	1.7	1.7	1.7
	3.00	8	6.9	6.9	8.6
	4.00	67	57.8	57.8	66.4
	5.00	39	33.6	33.6	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	3	2.6	2.6	2.6
	3.00	8	6.9	6.9	9.5
	4.00	72	62.1	62.1	71.6
	5.00	33	28.4	28.4	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	7	6.0	6.0	6.0
	4.00	75	64.7	64.7	70.7
	5.00	34	29.3	29.3	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

X1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	9	7.8	7.8	7.8
	4.00	76	65.5	65.5	73.3
	5.00	31	26.7	26.7	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

X1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	4	3.4	3.4	3.4
	3.00	11	9.5	9.5	12.9
	4.00	73	62.9	62.9	75.9
	5.00	28	24.1	24.1	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

X1.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	4	3.4	3.4	3.4
	3.00	15	12.9	12.9	16.4
	4.00	60	51.7	51.7	68.1
	5.00	37	31.9	31.9	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

X1.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	21	18.1	18.1	18.1
	4.00	76	65.5	65.5	83.6
	5.00	19	16.4	16.4	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

X1.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	3	2.6	2.6	2.6
	3.00	15	12.9	12.9	15.5
	4.00	76	65.5	65.5	81.0
	5.00	22	19.0	19.0	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

X1.9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	2	1.7	1.7	1.7
	3.00	7	6.0	6.0	7.8
	4.00	80	69.0	69.0	76.7
	5.00	27	23.3	23.3	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

X1.10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	2	1.7	1.7	1.7
	3.00	33	28.4	28.4	30.2
	4.00	56	48.3	48.3	78.4
	5.00	25	21.6	21.6	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

X1.11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	5	4.3	4.3	4.3
	3.00	16	13.8	13.8	18.1
	4.00	71	61.2	61.2	79.3
	5.00	24	20.7	20.7	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

X1.12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	3	2.6	2.6	2.6
	3.00	8	6.9	6.9	9.5
	4.00	70	60.3	60.3	69.8
	5.00	35	30.2	30.2	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

X1.13

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	9	7.8	7.8	7.8
	3.00	34	29.3	29.3	37.1
	4.00	57	49.1	49.1	86.2
	5.00	16	13.8	13.8	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

X1.14

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	.9	.9	.9
	3.00	28	24.1	24.1	25.0
	4.00	69	59.5	59.5	84.5
	5.00	18	15.5	15.5	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

X1.15

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	31	26.7	26.7	26.7
	4.00	72	62.1	62.1	88.8
	5.00	13	11.2	11.2	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

X1.16

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	21	18.1	18.1	18.1
	3.00	19	16.4	16.4	34.5
	4.00	63	54.3	54.3	88.8
	5.00	13	11.2	11.2	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

X1.17

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	3	2.6	2.6	2.6
	3.00	19	16.4	16.4	19.0
	4.00	67	57.8	57.8	76.7
	5.00	27	23.3	23.3	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

X1.18

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	13	11.2	11.2	11.2
	4.00	58	50.0	50.0	61.2
	5.00	45	38.8	38.8	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

X1.19

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	2	1.7	1.7	1.7
	3.00	22	19.0	19.0	20.7
	4.00	62	53.4	53.4	74.1
	5.00	30	25.9	25.9	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

X1.20

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	.9	.9	.9
	3.00	12	10.3	10.3	11.2
	4.00	69	59.5	59.5	70.7
	5.00	34	29.3	29.3	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

X1.21

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	2	1.7	1.7	1.7
	3.00	16	13.8	13.8	15.5
	4.00	72	62.1	62.1	77.6
	5.00	26	22.4	22.4	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

X1.22

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	4	3.4	3.4	3.4
	3.00	17	14.7	14.7	18.1
	4.00	69	59.5	59.5	77.6
	5.00	26	22.4	22.4	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

X2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	4	3.4	3.4	3.4
	3.00	8	6.9	6.9	10.3
	4.00	71	61.2	61.2	71.6
	5.00	33	28.4	28.4	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	4	3.4	3.4	3.4
	3.00	11	9.5	9.5	12.9
	4.00	65	56.0	56.0	69.0
	5.00	36	31.0	31.0	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	.9	.9	.9
	3.00	10	8.6	8.6	9.5
	4.00	63	54.3	54.3	63.8
	5.00	42	36.2	36.2	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

X2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	3	2.6	2.6	2.6
	3.00	9	7.8	7.8	10.3
	4.00	67	57.8	57.8	68.1
	5.00	37	31.9	31.9	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

X2.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	.9	.9	.9
	2.00	7	6.0	6.0	6.9
	3.00	37	31.9	31.9	38.8
	4.00	50	43.1	43.1	81.9
	5.00	21	18.1	18.1	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

X2.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	9	7.8	7.8	7.8
	4.00	68	58.6	58.6	66.4
	5.00	39	33.6	33.6	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

X2.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	7	6.0	6.0	6.0
	3.00	25	21.6	21.6	27.6
	4.00	62	53.4	53.4	81.0
	5.00	22	19.0	19.0	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

X2.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	3	2.6	2.6	2.6
	3.00	8	6.9	6.9	9.5
	4.00	67	57.8	57.8	67.2
	5.00	38	32.8	32.8	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

X2.9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	10	8.6	8.6	8.6
	4.00	68	58.6	58.6	67.2
	5.00	38	32.8	32.8	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

X2.10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	17	14.7	14.7	14.7
	4.00	55	47.4	47.4	62.1
	5.00	44	37.9	37.9	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

X2.11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	20	17.2	17.2	17.2
	4.00	65	56.0	56.0	73.3
	5.00	31	26.7	26.7	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

X2.12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	15	12.9	12.9	12.9
	4.00	67	57.8	57.8	70.7
	5.00	34	29.3	29.3	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

X2.13

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	12	10.3	10.3	10.3
	4.00	67	57.8	57.8	68.1
	5.00	36	31.0	31.0	99.1
	34.00	1	.9	.9	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

X2.14

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	4	3.4	3.4	3.4
	3.00	2	1.7	1.7	5.2
	4.00	65	56.0	56.0	61.2
	5.00	45	38.8	38.8	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

X2.15

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	.9	.9	.9
	3.00	6	5.2	5.2	6.0
	4.00	68	58.6	58.6	64.7
	5.00	41	35.3	35.3	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

X2.16

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	17	14.7	14.7	14.7
	4.00	58	50.0	50.0	64.7
	5.00	41	35.3	35.3	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

X2.17

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	14	12.1	12.1	12.1
	4.00	59	50.9	50.9	62.9
	5.00	43	37.1	37.1	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

X2.18

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	4	3.4	3.4	3.4
	3.00	26	22.4	22.4	25.9
	4.00	67	57.8	57.8	83.6
	5.00	19	16.4	16.4	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

X2.19

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.00	12	10.3	10.3	10.3
4.00	84	72.4	72.4	82.8
5.00	20	17.2	17.2	100.0
Total	116	100.0	100.0	

X2.20

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	3	2.6	2.6	2.6
2.00	8	6.9	6.9	9.5
3.00	19	16.4	16.4	25.9
4.00	66	56.9	56.9	82.8
5.00	20	17.2	17.2	100.0
Total	116	100.0	100.0	

X2.21

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	1	.9	.9	.9
3.00	13	11.2	11.2	12.1
4.00	72	62.1	62.1	74.1
5.00	30	25.9	25.9	100.0
Total	116	100.0	100.0	

Y1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.00	19	16.4	16.4	16.4
4.00	66	56.9	56.9	73.3
5.00	31	26.7	26.7	100.0
Total	116	100.0	100.0	

Y2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	3	2.6	2.6	2.6
3.00	10	8.6	8.6	11.2
4.00	67	57.8	57.8	69.0
5.00	36	31.0	31.0	100.0
Total	116	100.0	100.0	

Y3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	12	10.3	10.3	10.3
	4.00	64	55.2	55.2	65.5
	5.00	40	34.5	34.5	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

Y4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	.9	.9	.9
	3.00	14	12.1	12.1	12.9
	4.00	69	59.5	59.5	72.4
	5.00	32	27.6	27.6	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

Y5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	2	1.7	1.7	1.7
	3.00	12	10.3	10.3	12.1
	4.00	68	58.6	58.6	70.7
	5.00	34	29.3	29.3	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

Y6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	.9	.9	.9
	3.00	12	10.3	10.3	11.2
	4.00	72	62.1	62.1	73.3
	5.00	31	26.7	26.7	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

Y7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	2	1.7	1.7	1.7
	3.00	17	14.7	14.7	16.4
	4.00	62	53.4	53.4	69.8
	5.00	35	30.2	30.2	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

Y8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	2	1.7	1.7	1.7
	3.00	8	6.9	6.9	8.6
	4.00	70	60.3	60.3	69.0
	5.00	36	31.0	31.0	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

Y9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	2	1.7	1.7	1.7
	3.00	5	4.3	4.3	6.0
	4.00	69	59.5	59.5	65.5
	5.00	40	34.5	34.5	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

Y10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	13	11.2	11.2	11.2
	4.00	73	62.9	62.9	74.1
	5.00	30	25.9	25.9	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

Y11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	7	6.0	6.0	6.0
	3.00	13	11.2	11.2	17.2
	4.00	66	56.9	56.9	74.1
	5.00	30	25.9	25.9	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

Y12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	6	5.2	5.2	5.2
	4.00	79	68.1	68.1	73.3
	5.00	31	26.7	26.7	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

Y13

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	17	14.7	14.7	14.7
	4.00	72	62.1	62.1	76.7
	5.00	27	23.3	23.3	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

Y14

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	.9	.9	.9
	3.00	23	19.8	19.8	20.7
	4.00	66	56.9	56.9	77.6
	5.00	26	22.4	22.4	100.0
	Total	116	100.0	100.0	

Y15

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	.9	.9	.9
	2.00	15	12.9	12.9	13.8
	3.00	25	21.6	21.6	35.3
	4.00	54	46.6	46.6	81.9
	5.00	21	18.1	18.1	100.0
	Total	116	100.0	100.0	



Lampiran 8 : Asumsi Klasik

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.773 ^a	.598	.591	4.05230	2.164

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1	.766	1.306
	X2	.766	1.306

a. Dependent Variable: Y

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.079	2.249		-.035	.972
	X1	.003	.025	.012	.117	.907
	X2	.036	.025	.152	1.431	.155

a. Dependent Variable: AbsRes

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

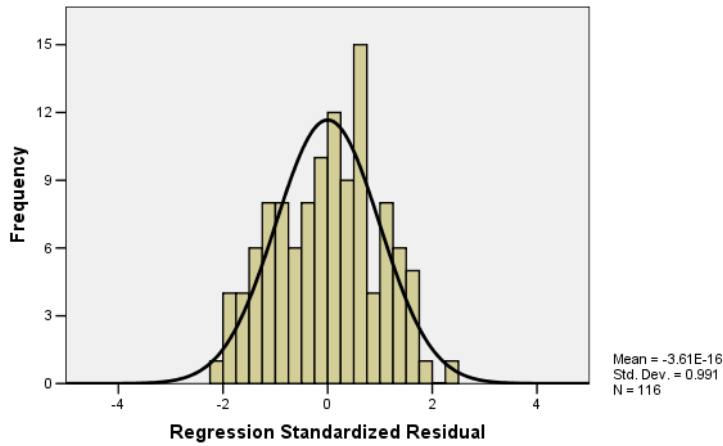
		Unstandardized Residual
N		116
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.01691204
Most Extreme Differences	Absolute	.058
	Positive	.058
	Negative	-.051
Kolmogorov-Smirnov Z		.627
Asymp. Sig. (2-tailed)		.827

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

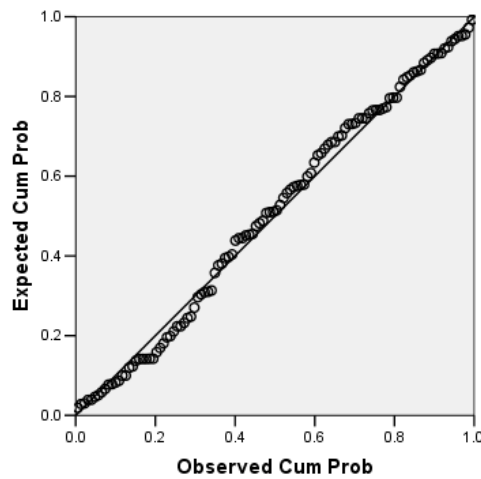
Histogram

Dependent Variable: Y



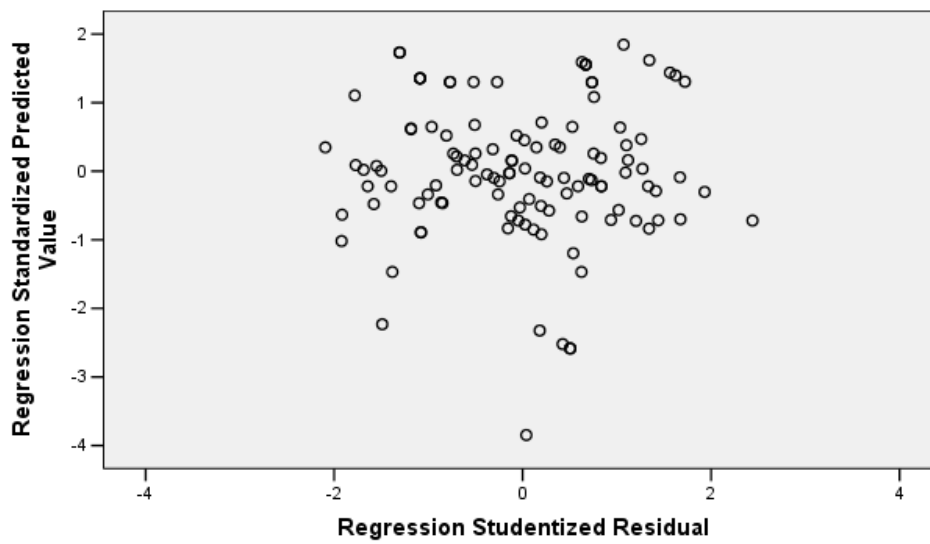
Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Y



Scatterplot

Dependent Variable: Y



Lampiran 9 : Regresi Linier Berganda

Regression

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Y	61.7069	6.33694	116
X1	88.7845	9.52325	116
X2	86.8793	9.40967	116

Correlations

		Y	X1	X2
Pearson Correlation	Y	1.000	.676	.656
	X1	.676	1.000	.484
	X2	.656	.484	1.000
Sig. (1-tailed)	Y	.	.000	.000
	X1	.000	.	.000
	X2	.000	.000	.
N	Y	116	116	116
	X1	116	116	116
	X2	116	116	116

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X2, X1 ^a	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Y

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.773 ^a	.598	.591	4.05230	2.164

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2762.443	2	1381.221	84.112	.000 ^a
	Residual	1855.592	113	16.421		
	Total	4618.034	115			

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.928	4.087		2.184	.031
	X1	.312	.045	.468	6.872	.000
	X2	.289	.046	.429	6.297	.000

a. Dependent Variable: Y



Lampiran 9: Daftar t Tabel

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

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

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Diproduksi oleh: Junaidi (<http://junaidichaniago.wordpress.com>), 2010

Lampiran 10 : Curriculum Vitae**Biodata Diri****Nama : Ravelia Rizki Ika Putri****Nomor Induk Mahasiswa : 145030200111061****Tempat dan Tanggal Lahir : Mojokerto, 24 April 1996****Jenis Kelamin : Perempuan****Agama : Islam****Dusun Mojolebak RT 02 RW 05, Desa****Alamat Asal : Mojolebak, Kecamatan Jetis, Kabupaten****Mojokerto****Email : raveliarizki@gmail.com****Riwayat Pendidikan Formal**

1. TK Dharma Wanita : Tahun 2000 - 2002
2. SDN Mojolebak II : Tahun 2002 - 2008
3. SMPN 2 Jetis : Tahun 2008 - 2011
4. SMAN 1 Sooko : Tahun 2011 - 2014
5. Universitas Brawijaya : Tahun 2014 - 2021

Pengalaman Organisasi

1. Wakil Ketua Umum UKM Tapak Suci Universitas Brawijaya : 2016
2. Koordinator Divisi Kesejahteraan UKM Tapak Suci Universitas Brawijaya : 2017

Pengalaman Magang

1. Kusuma Agrowisata : 2017

