repository.ub.ac.id

PENGARUH FASILITAS WISATA DAN HARGA TIKET MASUK TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG

(Survei *Online* pada Pengunjung Museum Angkut Kota Batu)

SKRIPSI

Diajukan untuk Menempuh Ujian Sarjana
pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya

AUDREY LAVY NAILEAN TARIGAN
NIM. 155030800111004

UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI BISNIS
PROGRAM STUDI PARIWISATA
MALANG
2019

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

repository.ub.ac.id

MOTTO

The past can hurt but the way I see it, you can either run from it or learn from it

(The Lion King)

Do not follow other people, have principle to do in your own way

(Audrey Lavy Nailean Tarigan)

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

repository.ub.ac.id

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul	:	Pengaruh Fasilitas Wisata dan Harga Tiket Masuk terhadap Kepuasan Pengunjung (Survei *Online* pada Pengunjung Museum Angkut Kota Batu)
Disusun oleh	:	Audrey Lavy Nailean Tarigan
NIM	:	155030800111004
Fakultas	:	Ilmu Administrasi
Program Studi	:	Pariwisata
Konsentrasi/Minat	:	Destinasi

Malang, 16 April 2019

Dosen Pembimbing

Edriana Pangestuti, SE., M.Si., DBA

NIP. 197703212003122001

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

repository.ub.ac.id

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

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

Hari	: Senin
Tanggal	: 13 Mei 2019
Jam	: 13.00-14.00 WIB
Skripsi atas nama	: Audrey Lavy Nailean Tarigan
Judul	: Pengaruh Fasilitas Wisata dan Harga Tiket Masuk terhadap Kepuasan Pengunjung (Survei *Online* pada Pengunjung Museum Angkut Kota Batu)

Dan dinyatakan **LULUS**

MAJELIS PENGUJI

Ketua

Edriana Pangestuti, SE., M.Si, DBA
NIP. 19770321 200312 2 001

Anggota

Suharyono, Prof. Dr., MA
NIP. 194501011973031001

Anggota

Aniesa Samira Bafadhal, SAB., MAB
NIP. 198807062018032001

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

repository.ub.ac.id

PERNYATAAN ORISINALITAS SKIRPSI

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

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur jiplak, saya bersedia untuk 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, 16 April 2019

Audrey Lavy Nailean Tarigan
155030800111004

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

repository.ub.ac.id

RINGKASAN

Audrey Lavy Nailean Tarigan. 2019. **Pengaruh Fasilitas Wisata dan Harga Tiket Masuk terhadap Kepuasan Pengunjung (Survei *Online* pada Pengunjung Museum Angkut Kota Batu).** Edriana Pangestuti, SE., M.Si., DBA

Penelitian ini bertujuan untuk : 1) Mengetahui dan menjelaskan pengaruh Variabel Fasilitas Wisata secara Parsial terhadap Kepuasan Pengunjung; 2) Mengetahui dan menjelaskan pengaruh Variabel Harga Tiket Masuk secara Parsial terhadap Kepuasan Pengunjung; 3) dan Mengetahui dan menjelaskan pengaruh Variabel-Variabel Fasilitas Wisata dan Harga Tiket Masuk secara Simultan terhadap Kepuasan Pengunjung.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian penjelasan (*explanatory research*) dengan pendekatan kuantitatif. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Fasilitas Wisata (X_1), Harga Tiket Masuk (X_2), dan Kepuasan Pengunjung (Y). Pengumpulan data diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara *online* pada pengunjung yang pernah mengunjungi Museum Angkut dengan teknik *purposive sampling*, dengan karakteristik yang sudah ditentukan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 118 responden. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian yaitu dengan Skala Likert. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda. Data dalam penelitian ini diolah dengan bantuan aplikasi IBM SPSS *Statistic 20 for Windows*.

Hasil penelitian menunjukan bahwa Variabel Fasilitas Wisata (X_1) dan Harga Tiket Masuk (X_2) masing-masing berpengaruh signifikan secara Parsial terhadap Kepuasan Pengunjung (Y). Kemudian Variabel Fasilitas Wisata (X_1) dan Harga Tiket Masuk (X_2) berpengaruh signifikan secara Simultan terhadap Kepuasan Pengunjung (Y). Variabel Harga Tiket Masuk (X_2) memiliki pengaruh yang paling kuat dibandingkan variabel lainnya.

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan saran kepada pengelola Museum Angkut Kota Batu untuk mempertahankan, merawat, dan meningkatkan fasilitas wisata, serta memberikan diskon/potongan harga tiket masuk. Penelitian ini juga diharapkan dapat dikembangkan oleh penelitian sejenis berikutnya dengan mempertimbangkan variabel lain seperti daya tarik wisata.

Kata Kunci: Fasilitas Wisata, Harga Tiket Masuk, Kepuasan Pengunjung

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

repository.ub.ac.id

SUMMARY

Audrey Lavy Nailean Tarigan. 2019. **The Influence of Tourism Facilities and Entrance Ticket Prices on Visitor Satisfaction (Online Survey on Museum Angkut Batu Visitor).** Edriana Pangestuti, SE., M.Si., DBA

This study aims to: 1) Knowing and explaining the influence of Tourism Facilities Variable Partially on Visitor Satisfaction; 2) Knowing and explaining the influence of the Entrance Ticket Prices Variable Partially on Visitor Satisfaction; 3) and Know and explaining the influence of Tourism Facilities and Entrance Ticket Prices Variables Simultaneously on Visitor Satisfaction.

This study uses explanatory research using quantitative approach. The variables used in this study were Tourism Facilities (X_1), Entrance Ticket Prices (X_2), and Visitor Satisfaction (Y). Data collection was obtained through interviews conducted with visitors who had visited Museum Angkut with a purposive sampling technique, with characteristics that had been determined. The sample used in this study was 118 respondents. The rating scale used in the research is the Likert Scale. Analysis of the data used is descriptive analysis and multiple linear regression analysis. The data in this study were processed with the help of the IBM SPSS Statistics 20 application for Windows.

The results showed that the Tourism Facilities Variable (X_1) and Entrance Ticket Prices (X_2) each had a significant effect partially on Visitor Satisfaction (Y). Then the Tourism Facilities Variable (X_1) and Entrance Ticket Prices (X_2) have a simultaneous significant effect on Visitor Satisfaction (Y). The variable Entrance Ticket Prices (X2) has the strongest influence compared to other variables.

This research is expected to be used as a suggestion to the manager of the Museum Angkut Batu to maintain, take care of, and improve tourist facilities, as well as provide discounts on entrance tickets. This research is also expected to be developed by the next kind of research by considering other variables such as tourist attraction.

Keywords: Tourism Facilities, Entrance Ticket Prices, Visitor Satisfaction

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

repository.ub.ac.id

KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan rahmat dan hidayah serta rizki, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripi yang berjudul **Pengaruh Fasilitas Wisata dan Harga Tiket Masuk terhadap Kepuasan Pengunjung (Survei *Online* pada Pengunjung Museum Angkut Kota Batu).** Skripsi ini merupakan tugas akhir yang ditujukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Pariwisata (S.Par) pada Fakultas Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya Malang. Penulisan skripsi ini tidak akan terlaksana tanpa bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih sebesar- besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Bambang Supriyono, MS, selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
2. Bapak Prof. Dr. Mochammad Al Musadieq, MBA selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya.
3. Ibu Sunarti, Dr., S.Sos., M. AB selaku Ketua Prodi Pariwisata Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya
4. Ibu Edriana Pangestuti, SE., M.Si, DBA selaku Dosen Pembimbing yang telah sabar membimbing dan memberikan waktu, ilmu dan semangat yang sangat berarti dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Mama, Papa, Abang, dan Adik yang tanpa henti memberikan semangat, motivasi dan doa hingga saat ini.

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

6. Ariyuda, Henggar, Ka Irzad, dan Wica yang selalu menemani dan mendukung penulis.
7. Seluruh Anggota Administratio Choir yang telah telah memberikan semangat yang luar biasa dalam mengerjakan skripsi ini.
8. Teman-teman Pariwisata FIA UB angkatan 2015 dan semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Semoga segala bantuan yang telah diberikan diberkati Tuhan YME. Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini baik dalam segi penulisan maupun materi. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

Malang, 16 April 2019

Peneliti

repository.ub.ac.id

DAFTAR ISI

Halaman

MOTO ..... **i**
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI ..... **ii**
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI ..... **iii**
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI ..... **iv**
RINGKASAN ..... **v**
SUMMARY ..... **vi**
KATA PENGANTAR ..... **vii**
DAFTAR ISI ..... **ix**
DAFTAR TABEL ..... **xii**
DAFTAR GAMBAR ..... **xiii**
LAMPIRAN ..... **xiv**

BAB I PENDAHULUAN **1**
A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 9
C. Tujuan Penelitian 9
D. Kontribusi Peneliti 9
E. Sistematika Penulisan 10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA **12**
A. Penelitian Terdahulu 12
1. Rahman (2013) 12
2. Sulistiyana (2015) 12
3. Aprilia (2017) 13
4. Andari (2017) 14
5. Layaalin (2017) 14
B. Tinjauan Teoritis 21
1. Pariwisata 21
a. Definisi Pariwisata 21
b. Destinasi Wisata 21
2. Pemasaran 22
3. Fasilitas Wisata 24
4. Harga 28
5. Kepuasan Pengunjung 35
6. Museum 40
C. Hubungan antar Variabel 45
1. Hubungan Fasilitas Wisata terhadap Kepuasan Pengunjung 45
2. Hubungan Harga Tiket Masuk terhadap Kepuasan Pengunjung 46
3. Hubungan Fasilitas Wisata dan Harga Tiket Masuk terhadap Kepuasan Pengunjung 47
D. Hipotesis 48

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

BAB III METODE PENELITIAN 50
A. Jenis Penelitian 50
B. Lokasi Penelitian 50
C. Variabel dan Pengukuran 51
D. Populasi dan Sampel 60
E. Teknik Pengumpulan Data 63
F. Uji Validitas dan Reliabilitas 65
G. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas 67
H. Uji Asumsi Klasik 68
1. Uji Normalitas 68
2. Uji Multikolinearitas 69
3. Uji Heteroskedastisitas 69
F. Teknik Analisis Data 70
1. Analisis Deskriptif 70
2. Analisis Regrensi Linear Berganda 70
3. Uji Hipotesis 71
4. Uji Koefisien Determinasi (R^2) 72

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 74
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian 74
B. Gambaran Karakteristik Responden 81
1. Distribusi Responden Berdasarkan Daerah Asal 81
2. Distribusi Responden Berdasarkan Usia 84
3. Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan/Uang Saku 85
4. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 87
5. Distribusi Responden Berdasarkan Status 87
6. Distribusi Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan ke Museum Angkut 88
7. Distribusi Responden Berdasarkan Bersama Siapa Mengunjungi Museum Angkut 89
C. Distribusi Frekuensi Variabel Penelitian 89
1. Distribusi Frekuensi Variabel Fasilitas Wisata (X_1) 90
2. Distribusi Frekuensi Variabel Harga Tiket Masuk (X_2) 100
3. Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Pengunjung (Y) 104
D. Hasil Uji Asumsi Klasik 107
1. Uji Normalitas 107
2. Uji Multikolinearitas 108
3. Uji Heteroskedastisitas 109
E. Analisis Regresi Linear Berganda 110
F. Pengujian Hipotesis 112
1. Hipotesis I dan II (Uji t / Parsial) 112
2. Hipotesis III (Uji F / Simultan) 114
G. Koefisien Determinasi (R^2) 115
H. Pembahasan 116

1. Pengaruh Fasilitas Wisata (X_1) dan Harga Tiket Masuk (X_2) Terhadap Kepuasan Pengunjung (Y) secara Parsial 117
2. Pengaruh Fasilitas Wisata (X_1) dan Harga Tiket Masuk (X_2) Terhadap Kepuasan Pengunjung (Y) secara Bersama-sama 123
3. Variabel yang memiliki pengaruh paling besar 125

BAB V PENUTUP.....127
A. Kesimpulan 127
B. Saran.....128

DAFTAR PUSTAKA.....129

LAMPIRAN.....135

DAFTAR TABEL

No.	Judul	Halaman
1.	*Mapping* Penelitian Terdahulu	16
2.	Fasilitas Wisata	26
3.	Variabel, Indikator, dan Item	56
4.	Skala Likert	60
5.	Uji Validitas Variabel	67
6.	Uji Reliabilitas Variabel	68
7.	Distribusi Responden Berdasarkan Daerah Asal	82
8.	Distribusi Responden Berdasarkan Usia	84
9.	Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan/Uang Saku	86
10.	Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	87
11.	Distribusi Responden Berdasarkan Status	87
12.	Distribusi Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan ke Museum Angkut	88
13.	Distribusi Responden Berdasarkan Bersama Siapa Mengunjungi Museum Angkut	89
14.	Kriteria Interpretasi Rata-Rata Skor Jawaban	90
15.	Distribusi Frekuensi Variabel Fasilitas Wisata (X_1)	91
16.	Distribusi Frekuensi Variabel Harga Tiket Masuk (X_2)	101
17.	Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Pengunjung (Y)	104
18.	Hasil Uji Normalitas	108
19.	Hasil Uji Multikolinearitas	109
20.	Rekapitulasi Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	111
21.	Hasil Uji F/Simultan	114
22.	Koefisien Determinasi (R^2)	116

repository.ub.ac.id

DAFTAR GAMBAR

No. Judul **Halaman**

1. Model Hipotesis.....48
2. Struktur Organisasi Museum Angkut.....75
3. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....110
4. Besarnya Pengaruh setiap Variabel.....115

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

repository.ub.ac.id

DAFTAR LAMPIRAN

No. Judul **Halaman**

1. Perhitungan Sampel 135
2. Kuesioner Penelitian 137
3. Gambaran Karakteristik Responden 147
4. Tabulasi Skor Jawaban Responden 157
5. Frekuensi Jawaban Responden 162
6. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas 167
7. Hasil Uji Asumsi Klasik 174
8. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda, Uji F, Uji t, dan Koefisien Determinasi (R^2) 175
9. Tabel t dan Tabel F 177
10. *Curriculum Vitae* 190

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan pariwisata di Indonesia berkembang pesat dibuktikan dari jumlah kunjungan wisatawan mancanegara atau wisman ke Indonesia pada Oktober 2018 naik 11,24 persen dibanding jumlah kunjungan pada Oktober 2017, yaitu dari 1,16 juta kunjungan menjadi 1,29 juta kunjungan (bps.go.id, 2018). Dengan meningkatnya jumlah kunjungan tersebut, banyak pelaku usaha pariwisata yang berusaha agar jumlah kunjungan wisatawan mereka terus meningkat. Untuk mencapai itu, dibutuhkan strategi pemasaran yang tepat sasaran.

Pemasaran merupakan aspek yang sangat penting bagi semua usaha pariwisata yang tetap ingin *survive* dalam menciptakan keunggulan kompetitif yang berkesinambungan. Menurut Kotler dan Keller (2012:5) "*marketing is about identifying and meeting human and social needs*". Berdasarkan pendapat Kotler dan Keller dapat diartikan pemasaran adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Konsep yang dikembangkan oleh Kotler dan Keller (2012) pemasaran tidak dapat lepas dari bauran pemasaran. Bauran Pemasaran (*marketing mix*) merupakan alat bagi marketer yang terdiri dari berbagai elemen suatu program pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar implementasi strategi pemasaran dapat berjalan sukses (Lupiyoadi, 2011). Pemasar yang dapat mengidentifikasi dan mengenali kebutuhan wisatawannya merupakan peluang yang menguntungkan, karena pada dasarnya selera

wisatawan selalu berubah-ubah, sehingga desain produk dan harga yang ditetapkan serta jasa penjualan akan selalu memengaruhi hasil penjualan dan kepuasan wisatawan, yang pada gilirannya peranan strategi bauran pemasaran yang dilakukan oleh suatu pelaku usaha pariwisata sangat menentukan keberhasilan usaha pariwisata tersebut dalam menghadapi persaingan.

Bauran pemasaran terdiri dari *Product* (produk), *Price* (harga), *Place* (tempat), dan *Promotion* (promosi). *Product* yaitu sesuatu yang dapat ditawarkan kepada wisatawan agar mendapat perhatian, agar produk yang dijual mau dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi suatu keinginan dari wisatawan. *Price* yaitu sejumlah nilai yang ditukarkan wisatawan dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan wisatawan dan pelaku usaha pariwisata melalui tawar menawar, atau ditetapkan oleh pelaku usaha pariwisata untuk harga yang sama terhadap semua wisatawan. *Place* yaitu tempat diasosiasikan sebagai saluran distribusi yang ditujukan untuk mencapai target wisatawan. Sistem distribusi ini mencangkup lokasi, transportasi, pergudangan dan lainnya. *Promotion* yaitu aktivitas yang bersifat menyampaikan produk dan membujuk wisatawan untuk membeli dan menggunakannya (Kotler dan Keller, 2012).

Sebagai salah satu elemen bauran pemasaran, produk wisata atau destinasi wisata diharapkan agar wisatawan dapat melakukan sesuatu yang berguna yang dapat menimbulkan perasaan senang, bahagia, rileks yang didukung dengan fasilitas wisata sebagai pelengkap produk wisata yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan. Fasilitas wisata dibuat

untuk mendukung konsep atraksi wisata yang sudah ada. Karena itu selain daya tarik wisata, kegiatan wisata yang dilakukan pengunjung membutuhkan adanya fasilitas wisata yang menunjang kegiatan wisata tersebut. Hasan (2015:371) menyebutkan salah satu faktor pembentuk kepuasan yaitu fasilitas. Jika fasilitas wisata tidak tersedia dengan kondisi baik maka pengunjung enggan untuk berkunjung ke suatu destinasi wisata. Sebaliknya jika fasilitas tersedia dengan kondisi baik dan lengkap maka wisatawan akan merasa puas. Untuk itu pelaku usaha wisata harus memerhatikan aspek ini agar kebutuhan dan kenyamanan pengunjung terpenuhi sehingga pengunjung merasa puas dengan fasilitas wisata yang disediakan.

Fasilitas yang dimiliki daerah tujuan wisata, meliputi akomodasi, usaha pengolahan makanan, parkir, transportasi, rekreasi dan lain-lain (Yoeti, 2002:211). Menurut Yoeti (2003:56) fasilitas wisata adalah semua fasilitas yang fungsinya memenuhi kebutuhan wisatawan yang tinggal untuk sementara waktu di daerah tujuan wisata yang dikunjunginya, dimana mereka dapat santai menikmati dan berpartisipasi dalam kegiatan yang tersedia di daerah tujuan wisata tersebut. Sedangkan menurut Kotler (2009:45) fasilitas yaitu segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan wisatawan. Fasilitas destinasi bisa berupa akomodasi, restoran, cafe dan bar, transportasi termasuk penyewaan alat transportasi dan taksi, serta pelayanan lain termasuk toko, salon, pelayanan informasi, dan lain-lain (Pitana dan Diarta, 2009:130). Hasil penelitian Rahman (2013) yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Persepsi Harga,

dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen Pemancingan Ngrembel Asri Gunung Pati Semarang dimana dalam penelitian tersebut ditemukan bahwa fasilitas secara parsial mempengaruhi kepuasan wisatawan. Untuk itu pelaku usaha pariwisata harus memerhatikan aspek fasilitas wisata agar wisatawan merasa puas.

Tidak hanya produk dimana fasilitas wisata menjadi pelengkap untuk memenuhi kebutuhan wisatawan, tetapi juga elemen bauran pemasaran lainnya yaitu *price* atau harga menjadi kunci keberhasilan usaha pariwisata. *Price* menurut Kotler dan Armstrong (2010:314) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Lupiyoadi (2013:136) mengatakan harga adalah berbagai manfaat yang dimiliki oleh suatu produk jasa yang dibandingkan dengan berbagai biaya (pengorbanan) yang ditimbulkan dalam mengonsumsi jasa tersebut. Indikator harga tersusun dari keterjangkauan harga, potongan/diskon harga, dan nilai adalah kualitas yang didapatkan dari harga yang telah dibayarkan (Zeithaml, 1988 dalam Tjiptono, 2006, Gitosudarmo, 2007 dan Lupiyoadi, 2013).

Beberapa wisatawan cukup sensitif terhadap faktor harga (menjadikan harga sebagai satu-satunya pertimbangan dalam membeli produk), persepsi wisatawan terhadap kualitas produk atau jasa seringkali dipengaruhi oleh harga (Tjiptono, 2006:82). Irawan (2003:22) juga berpendapat bahwa harga merupakan salah satu faktor yang memengaruhi kepuasan wisatawan. Hal

tersebut didukung dari hasil penelitian Sulistiyana (2015) yang berjudul Pengaruh Fasilitas Wisata dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen di Museum Satwa bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Produk atau jasa yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada wisatawan. Hal tersebut menjelaskan bahwa faktor harga juga merupakan faktor penting bagi wisatawan untuk mengevaluasi tingkat kepuasannya. Kedua hal di atas fasilitas wisata dan harga memengaruhi kepuasan secara langsung.

Kepuasan akan memengaruhi penilaian wisatawan akan suatu objek wisata dimana hal tersebut akan sangat menentukan keberhasilan usaha pariwisata. Oliver (2008:10) menjelaskan : *Satisfaction is the consumer's fulfillment response. It is a judgment that a product or service feature, or the product or service itself, provides a pleasurable level of consumption-related fulfillment*. Menjelaskan kepuasan konsumen adalah respon terpenuhinya keinginan. Itu adalah penilaian terhadap produk atau jasa yang memberikan tingkat kesenangan akan pemenuhan kebutuhan yang dikonsumsi. Sedangkan menurut jurnal Bachtiar (2011) kepuasan konsumen merupakan perasaan positif konsumen yang berhubungan dengan produk/jasa selama menggunakan atau setelah menggunakan jasa atau produk. Dan menurut Kotler (2009:138) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara harapan terhadap kenyataan yang diperoleh. Jika kinerja berada dibawah harapan, konsumen tidak puas. Jika kinerja memenuhi

harapan, konsumen puas. Jika kinerja melebihi harapan, konsumen sangat puas atau senang.

Untuk mengukur kepuasan konsumen Lupiyoadi (2013) dan Prasetio (2012) menyebutkan indikator kepuasan konsumen tersusun dari minat penggunaan ulang, barang atau jasa berkualitas, dan kesediaan untuk merekomendasikan kepada kerabat. Sehingga jika wisatawan mengunjungi suatu objek wisata kembali atau menyatakan suatu objek wisata berkualitas atau merekomendasikan objek wisata tersebut kepada kerabat maka pengunjung sudah merasa puas.

Hal diatas membuat peneliti memfokuskan penelitian pada kepuasan pengunjung dimana dua hal yang memengaruhi kepuasan pengunjung tersebut yaitu fasilitas wisata dan harga tiket masuk pengunjung ke dalam suatu objek wisata. Salah satu daerah yang dimana fasilitas wisatanya sedang dikembangkan dan bersaingnya harga tiket di suatu daerah yaitu Provinsi Jawa Timur. Provinsi Jawa Timur menjadikan sektor pariwisata sebagai salah satu sektor andalan dalam mendongkrak pertumbuhan ekonomi provinsi. Hal inilah yang menjadi dasar pembangunan sektor pariwisata terus ditingkatkan (bps.go.id, 2018). Salah satu kota di Provinsi Jawa Timur yang sudah mengembangkan sektor pariwisata yaitu Kota Batu.

Kota Batu sudah dicanangkan sebagai Kota Wisata sejak tahun 2012. Kota Batu sudah mengembangkan sektor pariwisata mereka dan dibuktikan dengan beragamnya jenis wisata, banyaknya objek wisata, dan bertumbuhnya jumlah wisatawan domestik di Kota Batu (batukota.bps.go.id, 2018). Kota Batu

didominasi oleh daya tarik wisata buatan atau yang biasa disebut *theme park*. Hal ini dibuktikan dari 25 unit daya tarik wisata yang ada di Kota Batu, 10 diantaranya merupakan wisata buatan (batukota.bps.go.id 2018). Salah satu wisata buatan yang terus didatangi wisatawan domestik adalah Museum Angkut.

Museum Angkut adalah museum transportasi pertama di Asia Tenggara dengan luas hampir mencapai empat hektar. Museum Angkut masih menjadi obyek wisata favorit bagi wisatawan yang berkunjung ke Kota Batu. Tercatat, jumlah pengunjung terus meningkat mengunjungi Museum Angkut. Setiap hari, tiga ribu wisatawan mengunjungi museum ini dan pada hari libur jumlah pengunjung meningkat tiga kali lipat (elshinta.com, 2015).

Koleksi kendaraan yang ditawarkan Jatim Park Group sangat lengkap dan beraneka ragam. Disamping itu, Museum Angkut juga memperlengkap fasilitas setiap kendaraan dengan desain interior ruangan yang dibuat mirip dengan kondisi zaman aslinya. Fasilitas penunjang yang disediakan Museum Angkut terdapat toilet yang bersih, kursi roda gratis untuk lansia atau disabilitas, *lift* dan *elevator* yang baik, *ATM Center* yang lengkap, *charging station* untuk mengisi daya baterai *handphone*, mushola yang bersih, tersedianya *smoking area* yang bersih, dan lahan parkir yang luas. Selain itu terdapat beragam tempat makan di dalam Museum Angkut untuk para pengunjung yaitu Siomay Batavia, *Old Chicago Snack Bar*, *Cafe de Paris*, dan CFC. Museum Angkut juga menyediakan toko *souvenir* untuk pengunjung berbelanja oleh-oleh khas Museum Angkut atau suvenir khas tradisional.

Pengunjung juga dapat bertanya kepada *Information Center* untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Selain itu terdapat Pasar Apung Nusantara yaitu pasar tradisional yang berada di atas air dimana pengunjung dapat menikmati makanan dan jajanan tradisional dan yang lebih unik lagi pengunjung dapat mengelilingi seluruh area Pasar Apung dengan menggunakan kanau (jtp.id/museumangkut, 2018). Selain itu harga tiket untuk memasukki Museum Angkut yaitu tujuh puluh ribu rupiah untuk hari senin sampai dengan hari kamis dan seratus ribu rupiah untuk hari jumat sampai dengan hari minggu dan hari libur atau hari besar dan Museum Angkut jarang memberikan potongan/diskon harga untuk para pengunjungnya.

Berdasarkan uraian pada objek wisata Museum Angkut, fasilitas wisata yang ditawarkan Museum Angkut sudah lengkap sehingga dapat terciptanya kepuasan pengunjung Museum Angkut. Selanjutnya harga tiket masuk yang kurang cukup terjangkau sehingga kurang terciptanya kepuasan pengunjung Museum Angkut. Maka dari itu peneliti tertarik untuk melihat pengaruh fasilitas wisata dan harga tiket masuk terhadap kepuasan pengunjung Museum Angkut. Berdasarkan pemaparan diatas dan disertai beberapa pendapat ahli dan sumber yang menunjukkan adanya korelasi antara fasilitas wisata, harga tiket masuk, dan kepuasan pengunjung, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh Fasilitas Wisata dan Harga Tiket Masuk terhadap Kepuasan Pengunjung (Survei *Online* pada Pengunjung Museum Angkut Kota Batu)"**

B. Rumusan Masalah

Penelitian ini mencakup analisis yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh fasilitas wisata secara parsial terhadap kepuasan pengunjung di Museum Angkut?
2. Bagaimana pengaruh harga tiket masuk secara parsial terhadap kepuasan pengunjung di Museum Angkut?
3. Bagaimana pengaruh fasilitas wisata dan harga tiket masuk secara simultan terhadap kepuasan pengunjung di Museum Angkut?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah diuraikan, tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh fasilitas wisata secara parsial terhadap kepuasan pengunjung di Museum Angkut.
2. Mengetahui pengaruh harga tiket masuk secara parsial terhadap kepuasan pengunjung di Museum Angkut.
3. Mengetahui pengaruh fasilitas wisata dan harga tiket masuk secara simultan terhadap kepuasan pengunjung di Museum Angkut.

D. Kontribusi Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi melalui aspek:

1. Kontribusi Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan informasi penelitian yang berkaitan dengan bidang pemasaran khususnya mengenai kepuasan pengunjung.

2. Kontribusi Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan pengelola jasa pariwisata dalam menyusun kebijakan, terutama berkaitan dengan kebijakan pemasaran sebagai salah satu upaya perusahaan untuk meningkatkan keuntungan.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika pembahasan dalam penelitian ini adalah:

BAB I : PENDAHULUAN

Bagian ini menjelaskan hal-hal yang melatarbelakangi penelitian, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta diakhiri dengan sistematika pembahasan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan tentang hasil penelitian terdahulu, teori atau konsep yang digunakan sebagai bahan acuan dalam penelitian diantaranya Teori Pariwisata, Teori Pemasaran, Teori Fasilitas Wisata, Teori Harga, Teori Kepuasan Pengunjung, Pengaruh antar Variabel, dan Hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini membahas Jenis Penelitian, Lokasi Penelitian, Variabel dan Pengukuran, Populasi dan Sampel, Teknik

Pengumpulan Data, Uji Validitas dan Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Analisis Deskriptif, Analisis Regresi Linear Berganda, Uji Hipotesis, dan Uji Koefisien Determinasi.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan Gambaran Umum Lokasi Penelitian, Gambaran Karakteristik Responden, Distribusi Frekuensi Variabel Penelitian, Hasil Uji Asumsi Klasik, Analisis Data, Pengujian Hipotesis, dan Pembahasan.

BAB V : KESIMPULAN

Bab ini memuat ringkasan akhir penelitian yang berisi Kesimpulan Akhir dari penelitian sebagai jawaban dari rumusan masalah serta memuat Saran – Saran terhadap pihak yang berkepentingan.

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

1. Rahman (2013)

Dalam penelitian Rahman (2013) yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Persepsi Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen Pemancingan Ngrembel Asri Gunung Pati Semarang. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Persepsi Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen yang berkunjung ke Pemancingan Ngrembel Asri Gunung Pati Semarang. Analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif, analisis regresi berganda, dan uji hipotesis menggunakan uji t dan f. Variabel yang digunakan terdiri dari kualitas pelayanan, fasilitas, persepsi harga, dan lokasi sebagai variabel bebas dan kepuasan konsumen sebagai variabel terikat. Dalam penelitian ditemukan bahwa variabel kualitas pelayanan, fasilitas, persepsi harga dan lokasi mampu memengaruhi kepuasan konsumen secara parsial ataupun simultan.

2. Sulistiyana (2015)

Dalam penelitian Rezki (2015) yang berjudul Pengaruh Fasilitas Wisata dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen di Museum Satwa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui variabel mana saja yang mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Variabel bebas yang digunakan adalah Fasilitas Wisata (X_1) dan Harga (X_2) sedangkan

variabel terikat yang digunakan adalah kepuasan konsumen (Y). Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, analisis regresi linear berganda, uji hipotesis menggunakan uji parsial (t) dan uji simultan (F). Uji parsial (Uji t) menunjukkan bahwa fasilitas wisata berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Uji simultan (Uji F) menunjukkan bahwa fasilitas wisata dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

3. **Aprilia (2017)**

Aprilia (2017) meneliti tentang Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Fasilitas Layanan terhadap Kepuasan Wisatawan di Pantai Balekambang Kabupaten Malang. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh daya tarik wisata dan fasilitas layanan terhadap kepuasan wisatawan di Pantai Balekambang. Variabel dalam penelitian ini adalah daya tarik wisata (X_1), fasilitas layanan (X_2) dan kepuasan (Y). Metode analisis data yang digunakan adalah uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, analisis deskriptif, uji hipotesis menggunakan uji parsial (t) dan uji simultan (F). Uji parsial (Uji t) menunjukkan bahwa daya tarik wisata berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan, fasilitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Uji simultan (Uji F) menunjukkan bahwa daya tarik wisata dan fasilitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

4. Andari (2017)

Andari (2017) meneliti tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pengunjung The Sila's Agrotourism Bali. Tujuan penelitiannya untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pengunjung The Sila's Agrotourism. Variabel dalam penelitian Andari (2017) adalah Kualitas Pelayanan (X_1), Fasilitas (X_2), dan Kepuasan Pelanggan (Y). Metode analisisnya menggunakan analisis regresi linear berganda, uji t, uji F, dan uji Koefisien Determinasi (R^2). Uji F menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung. Dan uji t menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung dan fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung.

5. Layaalin (2017)

Layaalin (2017) meneliti tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pelanggan Top 40 *Family* Karaoke Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan karaoke di Top 40 *Family* Karaoke. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan, harga dan fasilitas. Sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan. Analisis data yang digunakan yaitu uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif, uji normalitas, uji linearitas, uji

multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji regresi berganda, uji F, uji t, koefiien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, harga, fasilitas secara simultan dan parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

repository.ub.ac.id

Tabel 1. *Mapping* Penelitian Terdahulu

Peneliti	Judul	Variabel	Analisis Data	Hasil	Persamaan	Perbedaan
Rahman (2013)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Persepsi, Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen Pemancingan Ngrembel Asri Gunung	Variabel Dependen : a. Kepuasan Konsumen Variabel Independen : a. Kualitas Pelayanan b. Fasilitas c. Persepsi Harga d. Lokasi	Analisis menggunakan : Analisis deskriptif, regresi linear berganda, dan uji hipotesis.	Hasil menemukan keseluruhan variabel independent (kualitas pelayanan, fasilitas, persepsi harga, dan lokasi) mampu mempengaruhi variabel dependen (kepuasan konsumen) baik secara parsial maupun simultan.	Variabel Fasilitas, Harga dan Kepuasan. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, regresi linear berganda, dan uji hipotesis.	Variabel yang terdapat dalam penelitian diatas dengan penelitian yang dilakukan penulis yaitu penelitian diatas menggunakan variabel Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Persepsi, Harga, Lokasi, dan Kepuasan Konsumen sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis menggunakan variabel Fasilitas Wisata, Harga Tiket Masuk, dan Kepuasan Pengunjung
Sulistiyana	Pengaruh	Variabel	Analisis yang	Uji parsial (Uji t)	Variabel Fasilitas	Variabel yang

Lanjutan Tabel 1

Peneliti	Judul	Variabel	Analisis Data	Hasil	Persamaan	Perbedaan
(2015)	Fasilitas Wisata dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Museum Satwa)	Dependen : a. Kepuasan Konsumen Variabel Independen : a. Fasilitas Wisata b. Harga	digunakan : analisis deskriptif, analisis regresi linear berganda, uji hipotesis menggunakan uji parsial (t) dan uji simultan (f).	menunjukkan bahwa fasilitas wisata berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Uji simultan (Uji f) menunjukkan bahwa fasilitas wisata dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.	Wisata, Harga dan Kepuasan. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, analisis regresi linear berganda, uji hipotesis	terdapat dalam penelitian diatas dengan penelitian yang dilakukan penulis yaitu penelitian diatas menggunakan variabel Fasilitas Wisata, Harga, dan Kepuasan Konsumen sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis menggunakan variabel Fasilitas Wisata, Harga Tiket Masuk, dan Kepuasan Pengunjung
Aprilia (2017)	Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Fasilitas Layanan	Variabel Dependen : a. Kepuasan Variabel Independen :	Analisis yang digunakan : Uji asumsi klasik, analisis regresi linier	Uji parsial (Uji t) menunjukkan bahwa daya tarik wisata berpengaruh	Variabel Fasilitas dan Kepuasan. Metode analisis data yang digunakan adalah	Variabel yang terdapat dalam penelitian diatas dengan penelitian yang dilakukan

repository.ub.ac.id

Lanjutan Tabel 1

Peneliti	Judul	Variabel	Analisis Data	Hasil	Persamaan	Perbedaan
	terhadap Kepuasan Wisatawan di Pantai Balekambang Kabupaten Malang	a. Daya Tarik Wisata b. Fasilitas Layanan	berganda, analisis deskriptif, dan uji hipotesis.	signifikan terhadap kepuasan wisatawan, fasilitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Uji simultan (Uji f) menunjukkan bahwa daya tarik wisata dan fasilitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan.	analisis regresi linier berganda, analisis deskriptif, dan uji hipotesis	penulis yaitu penelitian diatas menggunakan variabel Daya Tarik Wisata, Fasilitas Layanan, dan Kepuasan Wisatawan sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis menggunakan variabel Fasilitas Wisata, Harga Tiket Masuk, dan Kepuasan Pengunjung
Andari (2017)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pengunjung	Variabel Dependen : a. Kepuasan Pelanggan Variabel Independen : a. Kualitas	Analisis menggunakan: analisis regresi linear berganda, uji t, uji F, dan uji Koefisien Determinasi	Uji F menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas secara bersama-sama berpengaruh	Variabel Fasilitas dan Kepuasan Pengunjung. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi	Variabel yang terdapat dalam penelitian diatas dengan penelitian yang dilakukan penulis yaitu penelitian diatas

Lanjutan Tabel 1

Peneliti	Judul	Variabel	Analisis Data	Hasil	Persamaan	Perbedaan
		Pelayanan b. Fasilitas	(R^2)	terhadap kepuasan pengunjung. Uji t menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung dan fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung.	linier berganda, analisis deskriptif, dan uji hipotesis	menggunakan variabel Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Kepuasan Pengunjung sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis menggunakan variabel Fasilitas Wisata, Harga Tiket Masuk, dan Kepuasan Pengunjung
Layaalin (2017)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pelanggan	Variabel Dependen : a. Kepuasan Pelanggan Variabel Independen : a. Kualitas Pelayanan b. Harga c. Fasilitas	Analisis yang digunakan: uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif, uji normalitas, uji linearitas, uji multikolinearitas, uji	kualitas pelayanan, harga, fasilitas secara simultan dan parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan	Variabel Fasilitas, Harga dan Kepuasan. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, analisis deskriptif, dan uji hipotesis	Variabel yang terdapat dalam penelitian diatas dengan penelitian yang dilakukan penulis yaitu penelitian diatas menggunakan variabel Kualitas Pelayanan, Harga,

repository.ub.ac.id

Lanjutan Tabel 1

Peneliti	Judul	Variabel	Analisis Data	Hasil	Persamaan	Perbedaan
	Top 40 *Family* Karaoke Yogyakarta		heteroskedastisitas, uji regresi berganda, uji F, uji t, koefiien determinasi (R^2).			Fasilitas, dan Kepuasan Pelanggan sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis menggunakan variabel Fasilitas Wisata, Harga Tiket Masuk, dan Kepuasan Pengunjung

Sumber: Olahan Penulis, 2018

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

B. Tinjauan Teoritis

1. Pariwisata

a. Definisi Pariwisata

Menurut Undang-Undang No 10 Tahun 2009 "Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah". Definisi pariwisata menurut *World Tourism Organization* (WTO) dalam Muljadi dan Warman (2014:10) adalah "*the activities of person travelling to and staying in places outside their usual environtment for not more than one concecutive year for leisure, business and other purposes*".

Pengertian pariwisata menurut WTO tersebut adalah aktivitas perjalanan seseorang menuju dan tinggal di luar lingkungan biasa mereka selama tidak lebih dari setahun untuk bersantai, bisnis dan tujuan lainnya. Berdasarkan dua pengertian pariwisata tersebut, dapat disimpulkan bahwa pariwisata merupakan berbagai macam kegiatan wisata untuk menuju dan tinggal di luar lingkungan biasa mereka selama tidak lebih dari setahun untuk bersantai, bisnis dan tujuan lainnya yang didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, dan pemerintah.

b. Destinasi Wisata

Destinasi wisata merupakan salah satu kawasan yang memiliki objek daya tarik wisata yang dikunjungi oleh wisatawan untuk

melakukan kegiatan perjalanan ataupun tinggal untuk beberapa waktu di tempat tersebut. Destinasi wisata disebut sebuah destinasi apabila dapat memenuhi tujuan pariwisata yaitu:

1. *Something to see* (Sesuatu yang dapat dilihat), maksudnya adalah dalam suatu destinasi pariwisata harus mempunyai sesuatu yang dapat dilihat atau dijadikan tontonan oleh pengunjung wisata. Dengan kata lain destinasi pariwisata harus mempunyai daya tarik khusus yang mampu menyedot minat dari wisatawan untuk berkunjung pada suatu destinasi.
2. *Something to do* (sesuatu yang dapat dilakukan), maksudnya ialah agar wisatawan yang melakukan kegiatan pariwisata disana dapat melakukan sesuatu yang berguna yang dapat menimbulkan perasaan senang, bahagia, rileks yang dapat berupa fasilitas rekreasi baik itu arena bermain ataupun tempat makan khas dari tempat tersebut sehingga mampu membuat wisatawan lebih betah untuk tinggal disana.
3. *Something to buy* (sesuatu yang dapat dibeli), merupakan fasilitas untuk wisatawan yang ingin berbelanja ciri khas maupun ikon dari daerah tersebut sehingga dapat dijadikan oleh-oleh. (Yoeti, 1985:164)

2. Pemasaran

Menurut Kotler dan Keller (2012:5) "*marketing is about identifying and meeting human and social needs*". Berdasarkan pendapat Kotler dan

Keller dapat diartikan bahwa pemasaran adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Sedangkan menurut *American Marketing Association* dalam Kotler dan Keller (2009:5) pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingan.

Jika dikaitkan dengan pariwisata maka yang dimaksud dengan pemasaran pariwisata adalah mengkomunikasikan objek wisata kepada wisatawan agar wisatawan tertarik dan berkunjung ke objek wisata yang dipasarkan. Konsep yang dikembangkan oleh Kotler dan Keller (2012) pemasaran tidak dapat lepas dari 4P, yaitu *Product* (produk), *Price* (harga), *Place* (tempat), dan *Promotion* (promosi). Adapun pengertian dari keempat hal tersebut adalah sebagai berikut :

1) Produk (*Product*)

   Suatu yang dapat ditawarkan ke pasar agar mendapat perhatian, agar produk yang dijual mau dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi suatu keinginan dari konsumen.

2) Harga (*Price*)

   Sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan pembeli dan penjual melalui tawar menawar, atau

ditetapkan oleh penjual untuk harga yang sama terhadap semua pembeli.

3) Tempat (*Place)*

Tempat diasosiasikan sebagai saluran distribusi yang ditujukan untuk mencapai target konsumen. Sistem distribusi ini mencakup lokasi, transportasi, pergudangan dan lainnya.

4) Promosi (*Promotion)*

Aktivitas yang bersifat menyampaikan produk dan membujuk pelanggan untuk membeli dan menggunakannya.

3. Fasilitas Wisata

Menurut Kotler (2009:45) fasilitas yaitu segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen. Sedangkan menurut Pitana & Diarta (2009:130) fasilitas merupakan elemen dalam destinasi atau berhubungan dengan destinasi yang memungkinkan wisatawan tinggal di destinasi tersebut untuk menikmati atau berpartisipasi dalam atraksi yang ditawarkan. Yoeti (2003:56) mendefinisikan fasilitas wisata adalah semua fasilitas yang fungsinya memenuhi kebutuhan wisatawan yang tinggal untuk sementara waktu di daerah tujuan wisata yang dikunjunginya, dimana mereka dapat santai menikmati dan berpatisipasi dalam kegiatan yang tersedia di daerah tujuan wisata tersebut. Berdasarkan pemaparan di atas, dapat disimpulkan fasilitas wisata ialah pelengkap daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan dari wisatawan yang sedang

menikmati perjalanan wisata. Fasilitas wisata dibuat untuk mendukung konsep atraksi wisata yang sudah ada. Karena itu selain daya tarik wisata, kegiatan wisata yang dilakukan wisatawan membutuhkan adanya fasilitas wisata yang menunjang kegiatan wisata tersebut.

Pitana dan Diarta (2009:130) mengatakan fasilitas destinasi bisa berupa akomodasi, restoran, cafe dan bar, transportasi termasuk penyewaan alat transportasi dan taksi, serta pelayanan lain termasuk toko, salon, pelayanan informasi, dan lain-lain. Menurut Spillane (1994), fasilitas dikelompokkan menjadi tiga. Yang pertama yaitu fasilitas utama yang merupakan sarana yang paling dibutuhkan dan dirasakan pengunjung selama berada di suatu objek wisata seperti penginapan, tempat makan, dan toko cinderamata. Yang kedua yaitu fasilitas pendukung, yaitu sarana yang proporsinya sebagai pelengkap fasilitas utama sehingga wisatawan akan merasa lebih betah seperti tempat parkir, tempat ibadah, toilet, dan tempat duduk. Dan yang ketiga yaitu fasilitas penunjang yaitu sarana yang bersifat sebagai pelengkap utama sehingga wisatawan terpenuhi kebutuhannya selama mengunjungi tempat wisata. Sedangkan menurut Yoeti (2003:56) komponen dari fasilitas wisata dapat dilihat dari Tabel 2 berikut:

Tabel 2. Fasilitas Wisata

Komponen Fasilitas	**Contoh**
Accomodation Units	*Hotel, Motel, Apartment, Villas, Campsite, Caravan Parks, Hostels and Condominium*
Restaurants, Bars and Cafes	*Ranging from Fast Food through to Luxury restaurants*
Transports at the Destination	*Taxis, Car Rental, and Cycle Hire Destination*
Sport and Activities	*Ski School, Sailing School, Golf Clubs*
Other Facilities	*Craft Course, Language School*
Retail Outlets	*Shops, Travel Agent, Souvenir Shop, Camping Supplies*
Other Services	*Hairdressing, Information Services, and Tourist Polices*

Sumber: Yoeti (2003)

Dari tabel tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut.

1. *Accomodation Units*

   Akomodasi merupakan sebuah unsur fasilitas wisata yang secara umum dapat dikatakan sebagai tempat dimana para wisatawan tinggal untuk sementara waktu disebuah daerah tujuan wisata.

2. *Restaurant, Bars, and Cafe*

   Memiliki menu makanan yang khas dan desain interior yang unik sering membuat wisatawan ingin berkunjung ke suatu destinasi wisata untuk mencicipi makanan yang khas tersebut.

3. *Transport at the Destination*

   Diartikan kemudahan wisatawan untuk mencapai destinasi wisata dari transportasi yang digunakan, akses jalan, dan bagaimana untuk mencapai destinasi.

4. *Sports and Activities*

   Sering wisatawan menginginkan beragam aktivitas yang dapat dilakukan di suatu destinasi wisata. Ragam aktivitas yang dapat dilakukan bergantung pada destinasi wisata yang dikunjungi, jika mengungjungi pantai maka kegiatan yang dilakukan antara lain *surfing, diving, snorkling,* atau *water sport*.

5. *Other Facilities*

   Yang dimaksud yaitu adanya fasilitas lain yang ditawarkan dari fasilitas pada umumnya. Biasanya wisatawan mengharapkan suatu hal yang berbeda dari daerah atau negara asalnya seperti membatik atau membuat kerajinan tangan.

6. *Retail Outlets*

   Yang dimaksud yaitu untuk membantu wisatawan dapat melakukan kunjungan wisatanya dari *travel agent/tour operator* sekitar untuk memudahkan informasi destinasi wisata, dan untuk melengkapi kegiatan wisata dimana wisatawan membeli oleh-oleh untuk keluarga dan kerabat dari *souvenir shop*.

7. *Other Services*

   Yaitu sebuah layanan jasa yang ditawarkan pada suatu destinasi wisata untuk memenuhi kebutuhan wisatawan, sebagai contoh ketersediaan tempat laundry, *money changer*, dan lain-lain.

4. Harga

a. Definisi Harga

Menurut Lupiyoadi (2013:136) harga adalah berbagai manfaat yang dimiliki oleh suatu produk jasa yang dibandingkan dengan berbagai biaya (pengorbanan) yang ditimbulkan dalam mengonsumsi jasa tersebut. Biaya-biaya tersebut dapat berupa waktu yang harus dikorbankan untuk mendapat jasa, upaya fisik (energi yang dikeluarkan untuk mendapat jasa), beban mental (stres), dan pengorbanan yang terkait dengan pancaindera (suara bising, panas, dan sebagainya). Kotler dan Armstrong (2010:314) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Sedangkan menurut Swastha (2010:147), harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Berdasarkan tiga ahli di atas dapat disimpulkan bahwa harga adalah sejumlah uang untuk mendapatkan dan menggunakan suatu produk atau jasa.

b. Penyesuaian Harga Jual

1. Tujuan Penetapan Harga

Menurut Rahman (2010:79) tujuan penetapan harga terbagi menjadi tiga orientasi yaitu :

a) Pendapatan

Hampir sebagian besar bisnis berorientasi pada pendapatan, hanya perusahaan nirlaba atau pelayanan jasa publik yang biasanya berfokus pada titik impas.

b) Kapasitas

Beberapa sektor bisnis biasanya menyelaraskan antara permintaan dan penawaran dan memanfaatkan kapasitas produksi maksimal.

c) Pelanggan

Biasanya penetapan harga yang diberikan cukup representatif dengan mengakomodasi segala tipe pelanggan, segmen pasar, dan perbedaan daya beli bisa dengan menggunakan sistem diskon, bonus, dan lain-lain.

2. Strategi Penyesuaian Harga

Menurut Gitosudarmo (2007:277) untuk menyesuaikan sebuah harga jual perusahaan harus selalu memonitor keadaan pasar dan dari hasil monitor itulah perusahaan tahu perubahan pasar dan perbedaan konsumen. Strategi ini salah satunya dapat memberlakukan potongan harga. Perusahaan-perusahaan biasanya menyesuaikan harga dasar mereka sehingga dapat memperhitungkan berbagai perbedaan pelanggan dan perubahan situasi. Strategi penyesuaian harga menurut Kotler dan Amstrong (2008:3) ada tujuh strategi yaitu:

1) Penetapan Harga Diskon dan Pengurangan Harga

Kebanyakan perusahaan menyesuaikan harga dasar mereka untuk memberikan penghargaan kepada pelanggan karena tanggapan-tanggapan tertentu, seperti pembayaran tagihan yang lebih awal, volume pembelian yang besar, dan pembelian di luar musim. Penyesuaian-penyesuian harga itu dinamakan diskon dan pengurangan harga. Bentuk dari diskon dan pengurangan harga bermacam-macam yaitu:

a. Diskon tunai *(cash discount)* yakni pengurangan harga kepada pembeli yang membayar tagihan mereka lebih awal.
b. Diskon jumlah *(quantity discount)* adalah pengurangan harga bagi pembeli yang membeli dalam jumlah besar.
c. Diskon fungsional *(functional discount)* adalah pengurangan harga yang ditawarkan oleh penjual kepada anggota-anggota saluran perdagangan yang menjalankan fungsi-fungsi tertentu seperti menjual, menyimpan, dan menyelenggarakan pelaporan.
d. Diskon musiman (*seasonal discount*) adalah pengurangan harga bagi pembeli yang membeli barang dagangan atau jasa di luar musiman.

2) Potongan harga (*allowance*) adalah jenis lain pengurangan dari daftar harga. Potongan harga terbagi menjadi dua yaitu :

a. Potongan harga tukar tambah, adalah pengurangan harga yang diberikan karena menukarkan barang lama ketika membeli barang baru

b. Potongan harga promosi adalah pembayaran atau pengurangan harga sebagai imbalan bagi para dealer karena berpartisipasi dalam program pemasangan iklan dan dukungan penjualan.

3) Penetapan Harga Tersegmentasi

Perusahaan sering menyesuaikan harga dasar mereka untuk memperhitungkan adanya perbedaan-perbedaan jenis pelanggan, produk, dan lokasi. Dalam penetapan harga tersegmentasi, perusahaan menjual barang atau jasa pada dua atau lebih harga, walaupun perbedaan harga tersebut tidak didasarkan pada perbedaan biaya.

4) Penetapan Harga Psikologis

Sebuah pendekatan penetapan harga yang mempertimbangkan psikologi harga dan tidak semata-mata harga ekonomi. Aspek lain dari penetapan harga psikologi adalah harga acuan. Harga acuan adalah harga-harga yang lekat dibenak pembeli dan mereka gunakan sebagai acuan ketika melihat produk tertentu. Harga acuan bisa dibentuk dengan mencatat harga-harga sekarang, dengan mengingat harga-harga masa lalu, atau mengkaji situasi pembelian.

5) Penetapan Harga Promosi

Menetapkan harga produk secara temporer di bawah daftar harga dan kadang-kadang bahkan di bawah biaya, untuk meningkatkan penjualan jangka pendek.

6) Penetapan Harga secara geografis

Perusahaan harus memutuskan cara menetapkan harga bagi para pelanggan yang berlokasi di bagian negara atau bagian dunia yang berbeda. Empat strategi penetapan harga secara geografis yaitu:

a. Penetapan harga FOB-asal (*FOB-origin pricing*), strategi penetapan harga dimana barang-barang tidak dibayar biaya pengirimannya oleh penjual, pelanggan membayar pengiriman dari pabrik ke tempat tujuan.

b. Penetapan harga terkirim *(uniform-delivered pricing),* strategi penetapan harga berdasarkan geografis di mana perusahaan menetapkan harga plus biaya pengiriman yang sama bagi semua pelanggan, tanpa membedakan lokasinya.

c. Penetapan harga zona *(zone pricing),* strategi penetapan harga berdasarkan geografi dimana perusahaan menetapkan dua atau lebih zona. Seluruh pelanggan di zona yang sama membayar harga total yang sama; semakin jauh zona, semakin tinggi harganya.

d. Penetapan harga berdasarkan titik pangkal *(basing-pont pricing),* strategi penetapan harga bedasarkan geografi dimana penjual menunjuk kota tertentu sebagai titik pangkal dan membebani semua pelanggan biaya pengiriman dari kota itu ke lokasi pelanggan, tidak peduli dari kota mana sebenarnya barang itu dikirimkan.

7) Penetapan Harga Internasional

Harga harus ditetapkan oleh perusahaan di negara tertentu tergantung dari banyak faktor, yang meliputi kondisi perekonomian, situasi persaingan, hukum dan peraturan, dan kemajuan sistem perdagangan besar dan eceran.

c. Peranan Harga Bagi Konsumen

Menurut Tjiptono (2006:82) dalam penjualan ritel, ada segmen pembeli yang sangat sensitif terhadap faktor harga atau menjadikan harga sebagai satu-satunya pertimbangan membeli produk dan ada pula yang tidak. Konsumen mayoritas sensitif terhadap harga, namun juga mempertimbangkan faktor lain seperti layanan, nilai (*value*), kualitas, dan lokasi. Selain itu, persepsi konsumen terhadap kualitas produk seringkali dipengaruhi oleh harga dan seringkali produk dengan harga yang mahal dianggap mencerminkan kualitas tinggi.

Zeithaml (1988) dalam Tjiptono (2006:203) mengidentifikasi empat definisi nilai berdasarkan perspektif pelanggan yang berimplikasi pada alternatif strategi penetapan harga jasa.

1) Nilai (*value*) adalah harga murah.

   Sebagian pelanggan menyamakan nilai dengan harga murah. Bagi mereka, uang yang dikeluarkan untuk membeli produk atau jasa merupakan faktor terpenting dalam persepsi mereka terhadap nilai produk atau jasa bersangkutan. Dengan kata lain, semakin murah harga suatu jasa maka semakin besar nilainya.

2) Nilai adalah segala sesuatu yang saya inginkan dari suatu produk atau jasa.

   Sebagian pelanggan menekankan aspek manfaat yang diterima dari suatu produk atau jasa sebagai aspek yang paling penting. Dengan kata lain, harga kalah penting dari pada kualitas atau fitur yang bisa memenuhi keinginan pelanggan.

3) Nilai adalah kualitas yang saya dapatkan dari harga yang saya bayarkan.

   Definisi ini mempersepsikan nilai sebagai *trade off* antara uang yang dikeluarkan dengan kualitas yang diterima. Misalnya pelanggan yang berorientasi pada harga termurah untuk merek berkualitas.

4) Nilai adalah semua yang saya dapatkan dari semua yang saya berikan.

Perspektif ini memerhitungkan semua bentuk manfaat yang diterima dan semua pengorbanan (uang, waktu, tenaga) saat mempersepsikan nilai suatu barang atau jasa.

5. Kepuasan Pengunjung

a. Definisi Kepuasan Pengunjung

Menurut Oliver (2008:10) menyatakan bahwa : *Satisfaction is the consumer's fulfillment response. It is a judgment that a product or service feature, or the product or service it self, provides a pleasurable level of consumption-related fulfillment*. Menjelaskan kepuasan konsumen adalah respon terpenuhinya keinginan. Itu adalah penilaian terhadap produk atau jasa yang memberikan tingkat kesenangan akan pemenuhan kebutuhan yang dikonsumsi. Sedangkan menurut jurnal Bachtiar (2011), kepuasan pengunjung merupakan perasaan positif pengunjung yang berhubungan dengan produk/jasa selama menggunakan atau setelah menggunakan jasa atau produk. Dapat disimpulkan kepuasan pengunjung yaitu respon positif atau senang pengunjung terhadap produk atau jasa yang telah dikonsumsi.

b. Faktor-Faktor Pembentuk Kepuasan Pengunjung

Menurut Hasan (2015:371) Faktor-Faktor Pembentuk Kepuasan Wisatawan yaitu:

a. Keramahan masyarakat lokal dan sikap karyawan terhadap wisatawan. Kepuasan wisatawan tidak hanya dari destinasinya tetapi juga dari pertemuannya dengan masyarakat lokal dan karyawan usaha destinasi wisata. Interaksi wisatawan dengan masyarakat lokal menjadi elemen penting dalam kepuasan wisatawan karena masyarakat lokal adalah titik kontak pertama wisatawan dimana komunikasi dengan masyarakat lokal dapat menumbuhkan empati dan perasaan aman dan hal tersebut dapat memengaruhi kepuasan wisatawan.
b. Kualitas pelayanan yang berkaitan dengan kesopanan, keramahan, efisiensi, dan ketanggapan personal pelayanan terhadap permintaan dan keluhan wisatawan. Persepsi positif karyawan baik verbal maupun non-verbal dalam interaksinya dengan wisatawan memiliki peranan penting dalam pembentukan kepuasan wisatawan.
c. Akomodasi dan fasilitas sebagai faktor signifikan memengaruhi kepuasan wisatawan baik secara fisik maupun psikologis. Fasilitas akomodasi yang nyaman dan rangkaian produk akomodasi seperti makanan mungkin menjadi intrumental terpenting dalam memuaskan wisatawan. Pihak penyedia usaha wisata harus memerhatikan kualitas makanan, menyehatkan, dan dengan harga yang wajar.

d. Budaya. Salah satu aspek budaya misalkan bahasa yang dapat membantu komunikasi antara wisatawan dengan karyawan dapat meningkatkan kepuasan wisatawan. Jika budaya antara wisatawan dengan daerah destinasi wisata sama, tingkat kepuasan cenderung lebih tinggi. Begitu sebaliknya jika budaya antara wisatawan dan daerah destinasi wisata berbeda, tingkat kepuasan wisatawan rendah.

e. Harga (biaya moneter dan non moneter). Rancangan layanan yang berfokus pada persepsi nilai "get" umumnya persepsi biaya non moneter, kualitas dan kepuasan menentukan nilai dan perilaku, sementara persepsi nilai "give" umumnya berfokus pada persepsi biaya moneter. Bisa saja peran spesifik persepsi pengorbanan dalam model nilai tidak jelas pada industri jasa yang berbeda. Karena efek biaya moneter dan non moneter dari pembelian layanan terhadap nilai layanan mungkin berbeda jauh untuk evaluasi layanan yang berbeda. Sebagai contoh, peran biaya non moneter tidak bisa diharapkan harus sama untuk layanan makanan cepat saji dan layanan paket wisata karena waktu dan usaha yang dihabiskan untuk pembelian makanan cepat saji tidak sebanding dengan waktu dan usaha yang dihabiskan untuk paket liburan satu minggu perjalanan.

Dengan demikian, persepsi biaya non moneter dalam evaluasi perjalanan paket wisata mungkin memiliki dampak signifikan terhadap persepsi nilai keseluruhan perjalanan.

c. Pengukuran Kepuasan Pengunjung

Menurut Kotler (1994) dalam Tjiptono dkk. (2008) menjelaskan beberapa cara yang dapat dilakukan untuk mengukur kepuasan yaitu:

1. Sistem Keluhan dan Saran

   Organisasi yang berpusat pada konsumen (*Customer-Centered*) memberikan kesempatan yang besar bagi para konsumennya untuk menyampaikan saran dan keluhan misalnya dengan menyediakan kotak saran. Informasi ini dapat memberikan ide dan masukkan kepada perusahaan dan memungkinkan untuk bereaksi dengan tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah.

2. Survei Kepuasan Pengunjung

   Metode ini dapat dilakukan melalui pos, telepon maupun wawancara pribadi. Melalui survei perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pengunjung dan sekaligus juga memberikan tanda positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap pengunjungnya. Pengukuran kepuasan pengunjung melalui metode ini dapat dilakukan dengan berbagai cara diantaranya :

a) *Directly Reported Satisfaction* : Pengukuran dilakukan secara langsung melalui pertanyaan seperti : "Ungkapan seberapa puas saudara terhadap pelayanan Tempat Wisata X pada skala berikut : sangat puas, puas, netral, tidak puas, sangat tidak puas".

b) *Derived Dissatisfaction* : Pertanyaan yang diajukan menyangkut dua hal utama, yakni besarnya harapan pengunjung terhadap atribut tertentu dan besarnya kinerja yang mereka rasakan.

c) *Problem Analysis* : Pengunjung yang dijadikan responden diminta untuk mengungkapkan dua hal pokok. Pertama, masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari pelaku usaha wisata. Kedua, saran-saran untuk melakukan perbaikan.

d) *Importance-Performance Analysis* : Responden diminta untuk merangking berbagai atribut dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap atribut dan juga merangking seberapa baik kinerja pelaku usaha wisata dalam tiap atribut itu.

e) *Ghost Shopping* : Metode ini dilakukan dengan mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan sebagai pengunjung atau pembeli potensial produk usaha wisata pesaing, lalu menyampaikan temuannya

mengenai kekuatan dan kelemahan produk usaha wisata pesaing. Selain itu *ghost shopper* juga dapat mengamati cara penanganan keluhan.

f) *Lost Customer Analysis* : Pelaku usaha wisata menghubungi para pengunjungnya yang telah berhenti membeli dan beralih pemasok. Hal ini dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai penyebab terjadinya hal tersebut. Informasi ini sangat bermanfaat bagi usaha wisata tersebut untuk mengambil kebijakan selanjutnya dalam rangka meningkatkan kepuasan dan loyalitas pengunjung.

d. Manfaat Kepuasan Pengunjung

Kepuasan dan ketidakpuasan konsumen atas produk akan berpengaruh pada pola perilaku selanjutnya (Lupiyoadi, 2013:231). Apabila pengunjung merasa puas, besar kemungkinan mereka akan membeli produk atau jasa yang sama dan pengunjung yang puas juga akan cenderung mereferensikan produk atau jasa yang telah mereka gunakan kepada orang lain.

6. Museum

a. Definisi Museum

Museum pada umumnya dikenal dengan sebuah gedung atau bangunan yang menyimpan koleksi benda-benda warisan budaya yang bernilai luhur yang dianggap patut disimpan. Dalam sejarah perkembangan museum mengalami perubahan-perubahan yang

bersifat perubahan fungsi museum yang awalnya Kemudian berkembang dan bertambah dengan fungsi pemeliharaaan, pengawetan, penyajian atau pameran, dan akhirnya fungsi ini semakin bertambah.

Museum adalah Sebuah lembaga yang bersifat tetap, tidak mencari keuntungan, melayani masyarakat dan pengembangannya terbuka untuk umum, yang memperoleh, merawat, menghubungkan dan memamerkan, untuk tujuan pendidikan, penelitian dan kesenangan, barang-barang pembuktian manusia dan lingkungannya. (International Council of Museum). Dari beberapa pengertian tentang museum diatas dapat disimpulkan bahwa museum adalah suatu lembaga yang berupa bangunan atau tempat yang berfungsi sebagai tempatmengumpulkan, menyimpan, merawat melestarikan, mengkaji, mengkomunikasikan bukti material hasil budaya manusia, alam dan lingkungannya, yang bermanfaat bagi kehidupan sehari-hari (edukasi,rekreasi,dan konservasi).

b. Jenis Museum

Museum dibagi menjadi 3 yaitu:

1. Museum Tradisional

Pada mulanya museum didirikan dengan tujuan untuk keperluan museum itu sendiri. Hal ini disebabkan oleh karena museum dikembangkan dari koleksi yang dimiliki oleh para bangsawan atau kelompok ilmuwan. Koleksi yang pada

awalnya hanya dikumpulkan atas dasar keunikan, keklasikannya atau keanehannya dikumpulkan dengan tujuan untuk menaikkan citra pemiliknya dan dengan sendirinya hanya terbuka bagi kalangan tertentu dari lingkungan pemilik, namun setelah menjadi museum koleksi ini menjadi terbuka untuk kalangan yang lebih luas.

Koleksi tetap merupakan obyek pameran yang bertujuan untuk dikagumi.Perbedaan yang terjadi hanya terletak pada tata pamernya. Sebagai akibatnya maka museum yang menjadi sebuah organisasi besar yang memiliki status dan otoritas mutlak terhadap pengunjung, sehingga memerlukan pengelolaan koleksi secara profesional dan tidak dapat lagi ditangani sebagaimana sebelum menjadi museum.

2. Museum Modern

Perubahan keadaan dunia di mana bekas negara-negara jajahan telah memerdekakan diri menjadi negara-negara baru yang berdaulat, telah melahirkan bentuk museum baru yang dikenal sebagai museum modern. Museum modern lahir sebagai akibat dari kebutuhan masyarakat sebagai warga negara baru akan identitas, dalam hal ini identitas budaya. Museum tradisional yang telah memberikan pengetahuan kepada publik melalui koleksinya rupa-rupanya dianggap

mampu untuk memenuhi kebutuhan ini dengan cara mengubah misinya.

Berkat museologi para profesional dari museum modern mampu mengolah koleksinya menjadi warisan budaya yang selanjutnya disampaikan kepada masyarakat sebagai identitas budaya mereka. Demikianlah maka museum modern beralih fungsi menjadi ikon budaya dengan misi khusus membekali masyarakat dengan identitas, mensejahterakan mereka melalui stabilitas budaya. Museum mampu mengemban misi ini berkat koleksinya yang otentik dan permanen, sehingga dapat diinterpretasikan menjadi narasi budaya maupun sejarah bangsa, yang kemudian disajikan sebagai nilai simbolik. Dengan demikian maka berbeda dengan museum tradisional yang hanya berfungsi membuka koleksinya kepada publik, maka museum modern memberi makna baru dalam membangun hubungan dengan publiknya.

3. Museum Pascamodern

Era modern berakhir pada menjelang akhir abad xx dan memasuki abad xxi, dan yang untuk selanjutnya diikuti oleh era pasca modern. Perubahan era ini pun sangat berdampak, sebagaimana yang terjadi pada era-era sebelumnya, terhadap dunia permuseuman, baik yang menyangkut teori maupun praktek. Sebagaimana yang telah diutarakan di atas, sejak

museum pada era modernisme mengubah orientasinya dari koleksi ke orientasi pengunjung namun demikian, apa yang menjadi penyebab utama dari perubahan itu pada hakekatnya adalah perkembangan teknologi komuniksi dan teknologi informasi.

Museum ditantang oleh ketersediaan teknologi informasi, dituntut untuk memproduksi dan kemudian menyelenggarakan program-program yang teruji kegunaannya serta relevan dengan kebutuhan masyarakat, serta melayani masyarakat sebagai pelanggan yang makin heterogin dan dinamis. Berbeda dari museum modern di mana pengunjung cukup menjadi penonton, museum pasca modern justru merangsang mereka untuk juga ikut bermain, serta ikut aktif memberikan interpretasi terhadap apa yang dilihatnya. Sebagai akibat dari kegiatannya yang semakin kompleks, maka terpaksa dibedakan antara kegiatan museum murni, yang dalam diagram di sebut the *experience of the museum*, dan yang terdiri dari manajemen koleksi, penyelenggaraan pameran dan program, serta bangunan museum. Di samping itu terdapat kegiatan yang bersifat penunjang, yang pada gilirannya dibedakan pula ke dalam dua tempat, yaitu di dalam dan di luar museum. Kegiatan di dalam museum mencakup masalah pengunjung dan

pengaturan alur yang seyogyanya mereka lalui pada waktu mengunjungi museum (*proxemic*). Kegiatan di luar museum mecakup penyediaan sarana cafe, toko suvenir dan yang tidak kalah pentingnya adalah toilet. Kegiatan di luar museum ini bila perlu dapat dikontrakkan kepada fihak luar (*outsourcing*). Apa yang ingin ditunjukkan diagram ini adalah bahwa aspek-aspek yang termuat di dalamnya menentukan citra museum di mata pengunjung. Sebagaimana diketahui pencitraan merupakan unsur penting dalam dunia yang penuh dengan persaingan.

C. Hubungan antar Variabel

1. Hubungan antara Fasilitas Wisata terhadap Kepuasan Pengunjung

Menurut Kotler (2009:45) fasilitas yaitu segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan pengunjung. Fasilitas wisata ialah pelengkap daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan dari pengunjung yang sedang mengunjungi suatu destinasi wisata. Fasilitas wisata dibuat untuk mendukung konsep atraksi wisata yang sudah ada. Karena itu selain daya tarik wisata, kegiatan wisata yang dilakukan pengunjung membutuhkan adanya fasilitas wisata yang menunjang kegiatan wisata tersebut. Hasan (2015:371) menyebutkan salah satu faktor pembentuk kepuasan yaitu fasilitas. Jika fasilitas wisata tidak tersedia dengan kondisi baik maka pengunjung enggan untuk berkunjung ke suatu

destinasi wisata. Untuk itu pelaku usaha wisata harus memerhatikan aspek ini agar kebutuhan dan kenyamanan pengunjung terpenuhi sehingga pengunjung merasa puas dengan fasilitas wisata yang disediakan. Berdasarkan penelitian Andari (2017) tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pengunjung The Sila's Agrotourism Bali, fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung. Jika kondisi fasilitas baik, lengkap, dan beragam, maka fasilitas tersebut dapat memenuhi kebutuhan pengunjung dan terciptanya kepuasan pengunjung. Maka dapat disimpulkan bahwa fasilitas wisata memiliki pengaruh secara positif terhadap kepuasan pengunjung.

2. Hubungan antara Harga Tiket Masuk terhadap Kepuasan Pengunjung

Menurut Kotler dan Armstrong (2010:314) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Irawan (2003:22) berpendapat bahwa salah satu faktor yang memengaruhi kepuasan adalah harga. Beberapa pengunjung cukup sensitif terhadap faktor harga (menjadikan harga sebagai satu-satunya pertimbangan dalam membeli produk), persepsi pengunjung terhadap kualitas produk atau jasa seringkali dipengaruhi oleh harga (Tjiptono, 2006:82). Produk atau jasa yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pengunjungnya.

Berdasarkan penelitian Rezki (2015) yang berjudul Pengaruh Fasilitas Wisata dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen di Museum Satwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Maka dapat disimpulkan bahwa harga memiliki pengaruh secara positif terhadap kepuasan pengunjung, semakin terjangkau harga produk, adanya potongan/diskon, dan berkualitasnya produk/jasa yang ditawarkan akan membuat pengunjung puas menggunakan produk atau jasa tersebut.

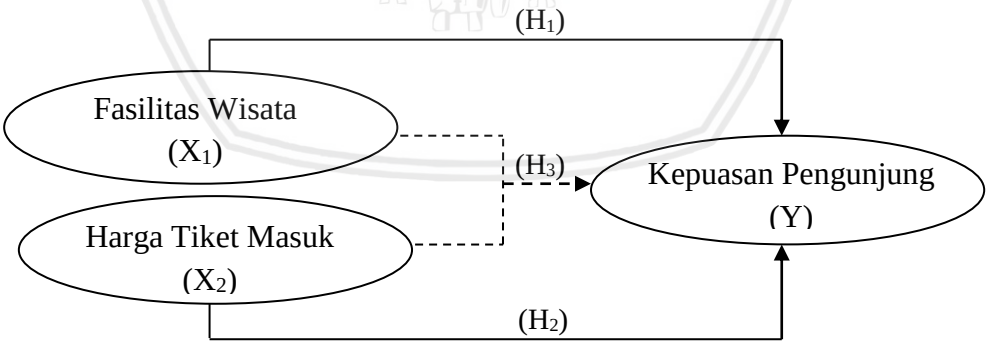
3. Hubungan antara Fasilitas Wisata dan Harga Tiket Masuk terhadap Kepuasan Pengunjung

Menurut Suwantoro (2002:8) beberapa faktor yang dibutuhkan oleh wisatawan pada sebuah objek wisata diantaranya fasilitas dan harga. Hasan (2015:371) menyebutkan dua dari kelima faktor pembentuk kepuasan yaitu fasilitas dan harga. Untuk memenuhi kepuasan pengunjung, pelaku usaha wisata harus memahami keinginan dan kebutuhan pengunjung. Yang dibutuhkan pengunjung terhadap suatu produk atau jasa yaitu melalui ketersediaan fasilitas wisata yang lengkap dan kesesuaian harga tiket masuk yang diinginkan. Kebanyakan pengunjung menginginkan fasilitas wisata dengan kondisi baik dan lengkap sedangkan dari segi harga tiket masuk pengunjung menginginkan dengan harga terjangkau namun berkualitas. Fasilitas dan harga juga dijadikan sebagai faktor yang menjadi bahan penilaian pengunjung terhadap apa yang disajikan oleh sebuah obyek wisata (Suwantoro, 2004:101). Penilaian dari pengunjung tersebut dapat

memengaruhi kepuasan pengunjung setelah menggunakan produk/jasa tersebut. Dalam penelitian Rezki (2015) yang berjudul Pengaruh Fasilitas Wisata dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen di Museum Satwa menunjukkan fasilitas wisata dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Maka dapat disimpulkan bahwa fasilitas wisata dan harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Adanya fasilitas wisata yang baik dengan harga tiket masuk yang terjangkau akan membuat pengunjung merasa puas setelah menggunakan produk/jasa tersebut.

D. Hipotesis

Berdasarkan tinjauan pustaka, maka dapat disusun suatu model hipotesis penelitian seperti yang disajikan dalam gambar berikut.



Gambar 1. Model Hipotesis
Sumber: Olahan Peneliti 2018

Keterangan:
→ = Hubungan Parsial
- - - → = Hubungan Simultan

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap masalah penelitian, dimana kebenarannya masih harus diuji secara empirik (Achmadi dan Cholid, 2013:29). Hipotesis berperan sebagai pedoman pelaksanaan penelitian dan membantu membuat rancangan kesimpulan. Adapun hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H1 : Fasilitas Wisata secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung di Museum Angkut.

H2 : Harga Tiket Masuk secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung di Museum Angkut.

H3 : Fasilitas Wisata dan Harga Tiket Masuk secara simultan mempunyai pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung di Museum Angkut.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah dan tujuan penelitian, maka jenis penelitian yang digunakan adalah *explanatory research* dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Widi (2010:48) *explanatory research* merupakan penelitian yang lebih jauh mencoba untuk menjelaskan mengapa dan bagaimana dua aspek/faktor atau lebih mempunyai hubungan atau keterkaitan satu dengan yang lainnya. Penelitian ini tidak hanya untuk menemukan hubungan dari dua atau lebih aspek tersebut, namun juga menjelaskannya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian *survey*, penelitian *survey* pada hakekatnya merupakan metode untuk menemukan secara spesifik dan realistis tentang apa yang sedang terjadi pada suatu saat ditengah-tengah kehidupan masyarakat (Mardalis, 2008:28). Metode penelitian *survey* merupakan upaya riset dimana peneliti mengumpulkan informasi atau data yang dikumpulkan melalui kuesioner (Widi, 2010:85).

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di seluruh Indonesia karena peneliti menyebarkan kuesioner *online*. Alasan peneliti memilih Museum Angkut dikarenakan Museum Angkut adalah museum transportasi pertama di Asia Tenggara dengan luas mencapai empat hektar. Museum Angkut berada dibawah naungan Jatim Park Group yaitu sebuah perusahaan yang juga

mendirikan beberapa *theme park* besar lainnya di Kota Batu. Dan Museum Angkut dibagi menjadi beberapa zona dimana tiap zona dilengkapi dengan fasilitas dengan cara yang menyenangkan dimana desain interiornya dibuat serupa dengan kondisi pada zamannya yang dimana hal tersebut membuat pengunjung tidak merasa bosan berada di Museum Angkut tidak seperti museum lainnya.

C. Variabel dan Pengukuran

1. Pengertian Variabel

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan (Putu, 2012:18). Dalam penelitian ini menggunakan variabel antara lain variabel independen dan variabel dependen. Achmadi dan Cholid (2007:119) menjelaskan definisi variabel tersebut:

a. Variabel Bebas (*Independent* Variabel) yaitu kondisi-kondisi atau karakteristik-karakteristik yang oleh peneliti dimanipulasi dalam rangka untuk menerangkan hubungannya dengan fenomena yang diobservasi. Sering disebut variabel pengaruh, sebab berfungsi mempengaruhi variabel lain, jadi secara bebas berpengaruh terhadap variabel lain. Adapun dalam penelitian ini terdapat dua variabel bebas, yaitu Fasilitas Wisata (X_1) dan Harga Tiket Masuk (X_2).

b. Variabel Tergantung (*Depent* Variabel) yaitu kondisi atau karakteristik yang berubah atau muncul ketika penelitian megintroduksi, pengubah atau mengganti variabel bebas. Menurut fungsinya variabel ini dipengaruhi oleh variabel lain, karenanya sering disebut variabel yang dipengaruhi atau variabel terpengaruhi. Terdapat satu variabel tergantung dalam penelitian ini yakni Kepuasan Pengunjung (Y).

2. Definisi Operasional Variabel

Penyusunan definisi operasional diperlukan, karena definisi operasional itu akan menunjuk alat pengambil data mana yang cocok untuk dipergunakan. Definisi operasional adalah definisi yang didasarkan atas sifat-sifat hal yang didefinisikan yang dapat diamati (Achmadi dan Cholid, 2007). Adapun indikator dari tiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Variabel Fasilitas Wisata (X_1)

Fasilitas yaitu pelengkap daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan dari wisatawan yang sedang menikmati perjalanan wisata. Fasilitas wisata dibuat untuk mendukung konsep atraksi wisata yang sudah ada. Fasilitas-fasilitas dapat berupa akomodasi seperti hotel, restoran, transportasi, *retail outlets*, dan fasilitas pendukung lainnya. Indikator fasilitas wisata (Yoeti, 2003:56) dan Spillane (1994) tersusun dari:

a) *Restaurants, Bar and Cafes* yaitu memiliki menu makanan yang khas dan desain interior yang unik.

Item :

1. Tempat makan di Museum Angkut menawarkan menu yang beragam.
2. Desain interior tempat makan di Museum Angkut unik.
3. Tempat makan di Museum Angkut bersih.

b) *Other Facilities* yaitu adanya fasilitas lain yang ditawarkan dari fasilitas pada umumnya dimana wisatawan mengharapkan suatu hal yang berbeda dari daerah atau negara asalnya.

Item :

1. Museum Angkut meyediakan fasilitas yang unik.
2. Museum Angkut meyediakan fasilitas yang beragam.

c) *Retail Outlets* yaitu toko untuk membantu wisatawan dalam melakukan kunjungannya ke suatu destinasi wisata.

Item :

1. Perasaan senang karena Museum Angkut menyediakan toko *souvenir*.
2. Toko *souvenir* yang disediakan Museum Angkut menawarkan beragam produk *souvenir* yang pengunjung inginkan.

d) *Other Services* yaitu sebuah layanan jasa yang ditawarkan pada suatu destinasi wisata untuk memenuhi kebutuhan wisatawan seperti tempat laundry dan *money changer*.

Item :

1. *Information Center* (pusat informasi) yang disediakan Museum Angkut sangat membantu pengunjung untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan.
2. Paket Foto yang ditawarkan Museum Angkut murah dan hasil fotonya bagus.

e) Fasilitas Pendukung yaitu sarana yang proporsinya sebagai pelengkap fasilitas utama sehingga wisatawan akan merasa lebih betah seperti tempat parkir, tempat ibadah, toilet, dan tempat duduk.

Item :

1. Museum Angkut memiliki ketersediaan fasilitas pendukung yang dibutuhkan.
2. Fasilitas pendukung yang disediakan Museum Angkut beroperasi dengan baik.

b. Variabel Harga Tiket Masuk (X2)

Harga adalah sejumlah uang untuk mendapatkan dan menggunakan suatu produk atau jasa. Indikator harga (Zeithaml, 1988 dalam Tjiptono, 2006, Gitosudarmo, 2007 dan Lupiyoadi, 2013) tersusun dari:

Item :

a) Keterjangkauan Harga, yaitu harga tiket masuk Museum Angkut terjangkau.

b) Potongan/Diskon Harga, yaitu pemberian potongan/diskon harga tiket masuk di Museum Angkut cukup besar.

c) Nilai adalah kualitas yang didapatkan dari harga yang telah dibayarkan, yaitu harga tiket masuk Museum Angkut sesuai dengan fasilitas yang diberikan.

c. Variabel Kepuasan Pengunjung (Y)

Kepuasan pengunjung yaitu respon positif atau senang pengunjung terhadap produk atau jasa yang telah dikonsumsi. Indikator Kepuasan Pengunjung (Lupiyoadi, 2013 dan Prasetio, 2012) tersusun dari:

Item :

a) Minat Penggunaan Ulang, yaitu kesediaan pengunjung untuk berkunjung kembali ke Museum Angkut.

b) Barang atau Jasa Berkualitas, yaitu kualitas jasa yang ditawarkan Museum Angkut sesuai dengan harapan pengunjung.

c) Kesediaan untuk Merekomendasikan, yaitu kesediaan pengunjung untuk mereferensikan Museum Angkut kepada kerabat.

Berdasarkan uraian tersebut, variabel, indikator dan *item* dapat digambarkan dalam Tabel 3.

Tabel 3. Variabel, Indikator, dan Item

Variabel	Indikator	Item	Sumber
Fasilitas Wisata (X_1)	*Restaurants, Bar and Cafes* ($X_{1.1}$)	1. Tempat makan di Museum Angkut menawarkan menu yang beragam (Siomay Batavia, *Old Chicago Snack Bar*, *Cafe de Paris*, dan CFC) 2. Desain interior tempat makan di Museum Angkut unik (Siomay Batavia, *Old Chicago Snack Bar*, *Cafe de Paris*, dan CFC) 3. Tempat makan di Museum Angkut bersih (Siomay Batavia, *Old Chicago Snack Bar*, *Cafe de Paris*, dan CFC)	Yoeti (2003)
	Other Facilities ($X_{1.2}$)	1. Museum Angkut meyediakan fasilitas yang unik (Pasar Apung Nusantara) 2. Museum Angkut meyediakan fasilitas	

Lanjutan Tabel 3

Variabel	Indikator	Item	Sumber
		yang beragam (jajanan tradisional dan berkeliling dengan kanau memutari seluruh Pasar Apung Nusantara)	
	Retail Outlets ($X_{1.3}$)	1. Perasaan senang karena Museum Angkut menyediakan toko *souvenir* 2. Toko *souvenir* yang disediakan Museum Angkut menawarkan beragam produk *souvenir* yang saya inginkan	
	Other Services ($X_{1.4}$)	1. *Information Center* (pusat informasi) yang disediakan Museum Angkut sangat membantu untuk mendapatkan informasi yang saya butuhkan 2. Paket Foto yang ditawarkan Museum Angkut murah dan	

Lanjutan Tabel 3

Variabel	Indikator	Item	Sumber
		hasil fotonya bagus	
	Fasilitas Pendukung ($X_{1.5}$)	1. Museum Angkut memiliki ketersediaan fasilitas pendukung yang saya butuhkan (toilet, Wi-Fi, kursi roda, *lift & elevator*, *ATM Center*, *Charging Station*, mushola, *Smoking Area*, lahan parkir, dan loker penitipan barang) 2. Fasilitas pendukung yang disediakan Museum Angkut beroperasi dengan baik (toilet, Wi-Fi, kursi roda, *lift & elevator*, *ATM Center*, c*harging station*, mushola, *smoking area*, lahan parkir, loker penitipan barang)	Spillane (1994)
Harga Tiket Masuk	Keterjangkauan Harga ($X_{2.1}$)	Harga tiket masuk di Museum Angkut terjangkau	Zeithaml, 1988 dalam

Lanjutan Tabel 3

Variabel	Indikator	Item	Sumber
(X_2)	Potongan/Diskon Harga ($X_{2.2}$)	Pemberian potongan/diskon harga di Museum Angkut	Tjiptono, 2006, Gitosudarmo, 2007 dan Lupiyoadi 2013
	Nilai adalah kualitas yang didapatkan dari harga yang telah dibayarkan ($X_{2.3}$)	Uang yang dikeluarkan sesuai dengan kualitas jasa yang diterima di Museum Angkut	
Kepuasan Pengunjung (Y)	Minat Penggunaan Ulang ($Y_{1.1}$)	Kesediaan pengunjung berkunjung kembali ke Museum Angkut	Lupiyoadi 2013 dan Prasetio, 2012
	Barang atau Jasa Berkualitas ($Y_{1.2}$)	Kualitas jasa yang ditawarkan Museum Angkut sesuai dengan harapan pengunjung	
	Kesediaan untuk Merekomendasikan ($Y_{1.3}$)	Kesediaan pengunjung untuk mereferensikan Museum Angkut kepada kerabat.	

Sumber: Olahan Penulis, 2018

3. Skala Pengukuran

Menurut Sugiyono (2015:92) Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Penelitian ini menggunakan skala pengukuran Likert. Skala ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi setiap individu atau

kelompok akan suatu fenomena. Skala ini paling banyak digunakan untuk jenis penelitian survei. Jawaban setiap *item* dari tiap responden mempunyai urutan mulai dari "Sangat Setuju" sampai "Sangat tidak Setuju". Setiap butir pertanyaan akan diberi skor pada tabel berikut:

Tabel 4. Skala Likert

Jawaban Responden	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu-Ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2015:94)

D. Populasi dan Sampel

1. Pengertian Populasi dan Sampel

Populasi menurut Sardin (2014:1) adalah keseluruhan dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup, dan sebagainya, sehingga objek – objek itu dapat menjadi sasaran sumber data penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung dari Museum Angkut. Karakteristik yang ditetapkan untuk populasi penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Responden pernah mengunjungi Museum Angkut minimal satu kali.
2) Responden mengetahui fasilitas wisata Museum Angkut.
3) Responden mengetahui harga tiket masuk Museum Angkut.

4) Responden minimal berusia 17 tahun.

Dikarenakan populasai tidak diketahui maka untuk menentukan sampel digunakan rumus Machin *and* Champbell dalam Sardin (2014:20) berikut ini :

$$UP = \frac{1}{2}\, In \left(\frac{1+p}{1-p}\right)$$

1) Rumus Iterasi tahap pertama:

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

2) Untuk melakukan Iterasi kedua terlebih dahulu dihitung :

$$U^2 p = \frac{1}{2}\, in \left(\frac{1+p}{1-p}\right) + \frac{p}{2(n-1)}$$

3) Iterasi Kedua:

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

4) Untuk melakukan iterasi ketiga terlebih dahulu dihitung:

$$U^3 p = \frac{1}{2} In \left(\frac{1+p}{1-p}\right) + \frac{p}{2(n-1)}$$

5) Iterasi ketiga:

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

Keterangan :

Up : *Standarized normal random variable corresponding to particular value of the correlation coefisien*
$Z_{1-\alpha}$: Konstanta yang diperoleh dari tabel distribusi normal
$Z_{1-\beta}$: Konstanta yang diperoleh dari tabel distribusi normal
p : Perkiraan harga koefisien Korelasi
α : Kekeliruan tipe II yaitu menerima hipotesis yang seharusnya ditolak (5%)
β : Kekeliruan tipe II yaitu menerima hipotesis yang seharusnya diterima (5%)
In : Log-e

Oleh karena jumlah populasi yang diambil terlalu besar atau banyak, maka peneliti hanya mengambil sebagian saja dari keseluruhan populasi (sampel). Menurut Sugiyono (2015:81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel harus bersifat representatif (mewakili) dari apa yang diteliti. Berdasarkan pertimbangan dengan nilai r = 0,35 α = 0,5 dan β = 0,5 maka diperoleh hasil perhitungan jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 117,1634 sehingga dibulatkan menjadi 118 reponden. Perhitungan dalam menentukan jumlah sampel dapat dilihat pada Lampiran 1.

2. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Nonprobability Sampling*, dengan teknik sampel menggunakan *Purposive Sampling*. *Nonprobability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2015:84).

Purposive Sampling digunakan atas dasar pertimbangan dari karakteristik pada suatu penelitian (Arikunto, 2013:183).

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber Data

Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah:

a. Data Primer

Marzuki (2005:59) berpendapat bahwa data primer adalah data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan peneliti. Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari jawaban kuesioner yang telah diisi oleh pengunjung Museum Angkut.

b. Data Sekunder

Marzuki (2005:59) berpendapat bahwa data sekunder adalah data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain misalnya dalam bentuk tabel-tabel atau diagram-diagram. Data sekunder dapat diperoleh dari sumber internal dan eksternal. Data internal merupakan data yang dikumpulkan dari dalam perusahaan. Dalam penelitian ini data sekunder internal bersumber dari pengelola Museum Angkut. Sedangkan data sekunder eksternal merupakan data yang dikumpulkan dari luar perusahaan. Data sekunder ini diperoleh dari

kepustakaan, buku, jurnal, berbagai macam alamat situs di internet dan media lainnya.

2. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah survei. Surakhmad dalam Arikunto (2013:153) berpendapat bahwa survei merupakan cara pengumpulan data dari sejumlah unit atau individu dalam waktu (atau jangka waktu) yang bersamaan dan jumlahnya biasanya cukup besar. Survei bertujuan untuk mengetahui status gejala dan menentukan kesamaan status dengan membandingkannya dengan standar yang sudah ditentukan. Pengumpulan data dilakukan dengan cara mengirim kuesioner *online* berupa *google form* yang disebarkan melalui pengunjung Museum Angkut yang ada di seluruh Indonesia. Karakteristik responden yang dijadikan objek penelitian ini adalah pengunjung yang pernah mengunjungi Museum Angkut minimal satu kali, mengetahui fasilitas wisata Museum Angkut, mengetahui harga tiket masuk Museum Angkut, dan minimal berusia 17 tahun. Proses pengumpulan data tersebut yaitu:

1. Membuka media sosial Line.
2. Memilih kontak orang atau grup.
3. Mengirim pesan melalui Obrolan Line berupa kuesioner dalam bentuk *google form*.

3. Instrumen Penelitian

Instrumen dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Kuesioner adalah suatu alat pengumpul informasi dengan cara menyampaikan sejumlah pertanyaan tertulis untuk dijawab secara tertulis pula oleh responden (Zuriah, 2007:182). Instrumen yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah e-questionnaire atau kuesioner elektronik. Kuesioner elektronik atau e-questionnaire adalah daftar pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya dimana responden akan mencatat jawaban mereka, biasanya dalam alternatif yang didefinisikan dengan jelas dan diberikan kepada responden secara online (Sekaran dan Bougie, 2017a:170). Kelebihan dari kuesioner elektronik ini adalah daerah cakupan yang luas , cepat dan mudah utuk diberikan. Kuesioner ini diberikan kepada responden yang sudah pernah mengunjungi Museum Angkut.

F. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Suatu data yang memiliki keakuratan dan konsistensi yang tinggi akan memudahkan peneliti untuk menghasilkan penelitian yang baik sehingga instrumen penelitian yang digunakan harus valid dan reliabel. Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti (Sugiyono, 2015:121). Adapun syarat validitas untuk mengetahui suatu instrumen

valid atau tidak dapat menggunakan rumus Pearson *Product Moment* yang dirumuskan sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{N\sum x^2 - (\sum x^2)\}\{N\sum y^2 - (\sum y^2)\}}}$$ (Arikunto, 2013:238)

Keterangan :

r_{xy} : Koefisien korelasi variabel bebas dan variabel terikat
n : banyaknya sampel
x : Item/pertanyaan
y : total variabel

Valid atau tidaknya suatu item dapat diketahui dengan membandingkan indeks korelasi Pearson *Product Moment* dengan signifikansi sebesar 5% atau 0,05. Jika probabilitas hasil korelasi lebih besar dari 0,05 maka *item* tersebut dinyatakan tidak valid. Sebaliknya, jika probabilitas hasil korelasi lebih kecil dari 0,05 maka *item* tersebut dinyatakan valid (Masurn dalam Sugiyono, 2015:134).

2. Uji Reliabilitas

Menurut Arikunto (2013:22), reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Reliabilitas seluruh *item* dapat dicari dengan menggunakan koefisien Alpha' Cronbach dengan rumus sebagai berikut :

$$r11 = \left[\frac{k}{k-1}\right]\left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2}\right]$$

Keterangan :

r_{11} : Reliabilitas Instrumen
k : Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal
$\sum \sigma_b^2$: Jumlah varians butir
σ_t^2 : Varians total

Uji reliabilitas dengan metode Alpha Cronbach adalah dengan membandingkan koefisien reliabilitas dengan 0,6 (Sugiyono, 2015:184). Jika koefisien reliabilitas menunjukan angka koefisien (r hitung) > 0,6 maka item tersebut *reliable*.

G. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Hasil Uji Validitas

Hasil pengujian validitas dapat dilihat pada Tabel 5 berikut:

Tabel 5. Uji Validitas Variabel

Item	Sig.	Keterangan
X1.1.1	0.015	Valid
X1.1.2	0.000	Valid
X1.1.3	0.028	Valid
X1.2.1	0.000	Valid
X1.2.2	0.000	Valid
X1.3.1	0.002	Valid
X1.3.2	0.000	Valid
X.1.4.1	0.000	Valid
X.1.4.2	0.000	Valid
X1.5.1	0.000	Valid
X1.5.2	0.002	Valid
X2.1	0.000	Valid
X2.2	0.000	Valid
X2.3	0.000	Valid
Y1	0.000	Valid
Y2	0.000	Valid
Y3	0.000	Valid

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 5 hasil Uji Pilot 30 sampel pada semua variabel, dapat dilihat bahwa semua *item* pernyataan mempunyai nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh *item* dinyatakan valid.

2. Hasil Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada Tabel 6 berikut:

Tabel 6. Uji Reliabilitas Variabel

Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
Fasilitas Wisata (X_1)	0,830	Reliabel
Harga Tiket Masuk (X_2)	0,659	Reliabel
Kepuasan Pengunjung (Y)	0,758	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Dari perhitungan Uji Pilot Alpha Cronbach dengan 30 sampel, dari seluruh *item* variabel Fasilitas Wisata, Harga Tiket Masuk, dan Kepuasan Pengunjung lebih besar dari 0,6 sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh *item* Fasilitas Wisata, Harga Tiket Masuk, dan Kepuasan Pengunjung dinyatakan reliabel.

H. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2005:110) tujuan uji normalitas data adalah untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen, variabel independen, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah berdistribusi normal atau mendekati

normal. Prosedur uji dilakukan dengan uji Kolmogorov-Smirnov dengan ketentuan sebagai berikut :

Hipotesis yang digunakan :

H0 : residual tersebar normal

H1 : residual tidak tersebar normal

Jika nilai sig. (*p-value*) > 0,05, maka H0 diterima yang artinya normalitas terpenuhi.

2. Uji Multikolinearitas

Ghozali (2005:91) berpendapat bahwa menguji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar varibel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Metode yang digunakan untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *Tolerence and Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai *tolerance* > 0,1 dan nilai VIF < 10 maka variabel tersebut bebas multikolinearitas. Sebaliknya jika nilai *tolerance* < 0,1 dan nilai VIF > 10 maka variabel bebas tersebut mempunyai persoalan multikolinearitas (Ghozali, 2005:92).

3. Uji Heteroskedastisitas

Ghozali (2005:105) berpendapat bahwa uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi

ketidaksamaan varian dari suatu residual pengamatan ke pengamatan yang lain. Salah satu cara untuk mendekati heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik *scatter plot* antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Jika ada titik-titik membentuk pola tertentu seperti bergelombang, melebar, kemudian menyempit maka telah terjadi heteroskedastisitas. Jika titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y tanpa membentuk pola tertentu maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

I. Teknik Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2015:147). Analisis ini digunakan untuk menggambarkan objek penelitian yang terdiri dari *item* variabel yang akan diteliti serta keadaan responden. Data tersebut kemudian diolah ke dalam tabel dan dideskripsikan.

2. Analisis Regresi Linear Berganda

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

Persamaan Regresi Linear Berganda

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

Dimana:
Y = Variabel Dependen
A = Konstanta
X_1, X_2 = Variabel Independen
β_1, β_2 = Koefisien masing-masing variabel

Dalam penelitian ini, variabel bebas adalah Fasilitas Wisata (X_1) dan Harga Tiket Masuk (X_2), sedangkan variabel dependen adalah Kepuasan Pengunjung (Y) sehingga persamaan regresi berganda estimasinya

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

Dimana:

Y = Kepuasan Pengunjung
α = Konstanta
X_1 = Fasilitas Wisata
X_2 = Harga Tiket Masuk
β_1, β_2 = Koefisien masing-masing variabel

3. Uji Hipotesis

a. Uji t

Menurut Ghozali (2013:98), Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Kriteria pengambilan keputusan dalam Uji t menurut Ghozali (2013:98) adalah jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka hasilnya signifikan dan berarti H0 ditolak dan Ha diterima. Sedangkan jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka hasilnya tidak signifikan dan berarti H0 diterima dan Ha ditolak. Selanjutnya jika signifikansi t lebih kecil atau sama dengan α (0,05 atau 5%) atau (Sig ≤ 0,05) maka hasilnya signifikan dan berarti H0 ditolak dan Ha diterima. Sebaliknya jika

signifikansi t lebih besar atau sama dengan α (Sig ≥ 0,05) maka hasilnya tidak signifikan dan berarti H0 diterima dan Ha ditolak.

b. Uji F

Uji F digunakan untuk menguji variabel-variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Selain itu dengan uji F ini dapat diketahui pula apakah model regresi linier digunakan sudah tepat atau belum. Menurut Ghozali (2013:98) kriteria pengambilan dalam uji F adalah jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka hasilnya signifikan dan berarti H0 ditolak dan Ha diterima. Sedangkan jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka hasilnya tidak signifikan dan berarti H0 diterima dan Ha ditolak. Selanjutnya jika signifikansi F lebih kecil atau sama dengan α (0,05 atau 5%) atau (Sig F ≤ 0,05) maka hasilnya signifikan dan berarti H0 ditolak dan Ha diterima. Sebaliknya jika signifikansi F lebih besar atau sama dengan α (Sig F ≥ 0,05) maka hasilnya tidak signifikan dan berarti H0 diterima dan Ha ditolak.

4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Melalui koefisien korelasi dapat ditentukan kuatnya hubungan antar variabel, semakin besar nilai koefisien korelasi maka semakin kuat hubungan antar variabel. Interpretasi korelasi nilai r sebagai berikut:

1. 0,800 – 1,000 Hubungan sangat kuat
2. 0,600 – 0,799 Hubungan kuat
3. 0,400 – 0,599 Hubungan cukup kuat

4. 0,200 – 0,399 Hubungan lemah

5. 0,000 – 0,199 Hubungan sangat lemah

Koefisien determinasi menurut Sarwono (2006:87), bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel X terhadap variabel Y dengan perhitungan sebagai berikut:

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

Keterangan:

Kd = Koefisien Determinasi
r = Koefisien Korelasi

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

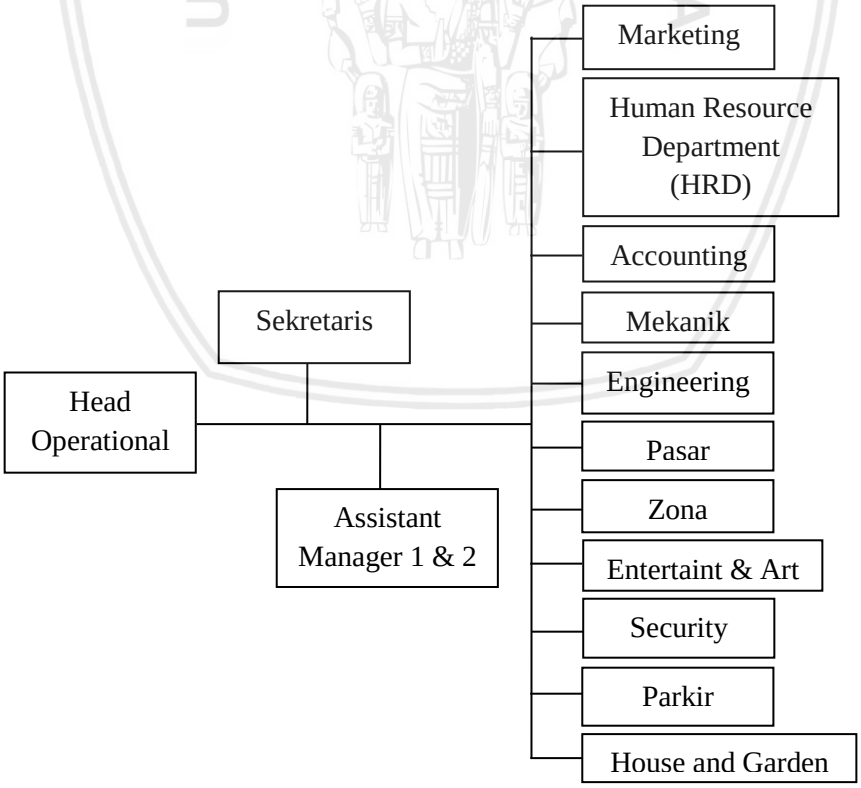
1. Sejarah Berdirinya Museum Angkut

Museum Angkut yang dirancang pembuatannya pada bulan Mei 2013 dan resmi dibuka untuk umum pada tanggal 9 Maret 2014 berada di Jl. Sultan Agung No. 2, Ngaglik, Kecamatan Batu, Kota Batu, Jawa Timur. Museum Angkut merupakan museum transportasi pertama di Asia Tenggara dengan luas hampir mencapai empat hektar. Museum Angkut menampilkan beragam kendaraan baik dari dunia nyata maupun fiksi.

Yang menarik perhatian pengunjung dan yang membuat pengunjung tidak merasa bosan yaitu kesempatan untuk berfoto dengan kendaraan bersejarah dan nuansa kota-kota di negara yang berpengaruh dalam perkembangan transportasi dunia. Museum Angkut mendatangkan langsung kendaraan mereka dari seluruh dunia. Museum Angkut berada dibawah naungan Jatim Park Grup seperti objek wisata lainnya seperti Jatim Park 1, Jatim Park 2, Jatim Park 3, Batu Night Spectacular (BNS), dan lain-lain. Jatim Park Grup membangun berbagai objek wisata menarik bertujuan menjadikan Kota Batu sebagai salah satu kota yang sering dikunjungi wisatawan dari berbagai daerah. Dengan adanya Museum Angkut menjadikan Kota Batu sebagai kota tujuan dan sentra wisata yang berilmu sehingga dapat mengedukasi pengunjung (Redita, 2007).

2. Struktur Organisasi dan *Job Description*

Museum Angkut merupakan wisata buatan *theme park* yang berada dibawah naungan Jatim Park Grup. Susunan organisasi dibawahi oleh satu manager atau *top manager* yang mengawasi dan mengatur segala kebutuhan dan aktivitas yang dijalankan dalam Museum Angkut. Organisasi Museum Angkut dipimpin oleh *head operational* yang berperan sebagai *top manager* dan dibantu oleh dua *assistent manager* dan seorang sekretaris. *Head operational* membantu, mengawasi, dan mengontrol perkembangan dan pelaksanaan setiap divisi yang terdiri dari 11 divisi dengan peran dan tugas masing-masing (Redita, 2007). Berikut adalah struktur organisasi Museum Angkut Kota Batu:



Gambar 2. Struktur Organisasi Museum Angkut
Sumber: Redita (2017)

1. Kepala Pelaksanaan (*Head Operational*)
    a. Mengawasi kegiatan operasional perusahaan
    b. Merencanakan, mengendalikan dan mengawasi seluruh operasi dalam pengembangan objek wisata
    c. Mengadakan pembinaan, pelaksanaan kegiatan Museum Angkut di bidang pengembangan
2. Pemasaran (*Marketing*)
    a. Mengenalkan produk Museum Angkut baik melalui promosi langsung maupun tidak langsung (iklan)
    b. Menjual produk Museum Angkut sesuai program dan target yang direncanakan
    c. Melayani kebutuhan konsumen
    d. Mampu melihat dan melaporkan perubahan pasar yang terkait dalam pemasaran yang sedang dilakukan
    e. Membuat program-program pemasaran yang jitu dan efektif untuk menjaring wisatawan yang lebih besar
    f. Aktif menawarkan produk yang ditawarkan Museum Angkut kepada wisatawan
3. *Human Resources Development* (HRD)
    a. Mengawasi, melakukan pembinaan, dan evaluasi kerja
    b. Membantu pimpinan dalam perencanaan, pengembangan dan mendokumentasikan data dan menyiapkan program kesejahteraan karyawan

c. Melayani dalam perekrutan karyawan baru
d. Membuat laporan rekapitulasi mutasi, promosi, dan status karyawan

4. Keuangan (*Accounting*)
   a. Membuat dan menganalisa laporan keuangan
   b. Membantu melaksanakan fungsi manajemen dalam bidang keuangan Museum Angkut
   c. Bertanggung jawab sebagai pemenang, pengaman penerimaan dan pengeluaran dana kas
5. Mekanik
   a. Mengatur aktivitas kerja dalam Museum Angkut apabila terjadi kerusakan dan perbaikan alat-alat transportasi
   b. Melakukan perawatan dan pemeliharaan pada produk Museum Angkut
6. *Engineering*

   Melakukan pemeliharaan dan perawatan pada produk alat-alat transportasi di Museum Angkut
7. Pasar Apung
   a. Melakukan kegiatan terkait pengembangan dan pembangunan terkait pasar apung
   b. Berupaya bersama-sama dengan Museum Angkut melakukan pengembangan dan pembangunan guna menarik minat kunjungan wisatawan di sekitar objek wisata

8. Zona
    a. Melakukan pengawasan rutin dengan berkeliling sekitar objek wisata saat jam operasional berlangsung
    b. Membantu dan menjelaskan kepada wisatawan yang sedang berwisata apabila dibutuhkan
    c. Melakukan pengawasan, pengendalian, pencegahan, dan perlindungan produk objek wisata agar tetap baik dan aman
9. Hiburan dan Seni (*Entertainment and Art*)
    a. Melakukan pemikiran konsep pada acara (parade) 1x dalam seminggu dan tanggal merah
    b. Membuat dekorasi Museum Angkut yang sesuai dan indah
    c. Melakukan pemikiran dan pemantapan seluruh konsep hiburan dalam upaya menghibur wisatawan
10. Keamanan (*Security*)
    a. Menjaga keamanan dan ketertiban lingkungan sekitar objek wisata baik di dalam maupun di luar area
    b. Melindungi, mengawasi, dan mencegah tindakan yang tidak diinginkan dengan tegas dan sigap
11. Parkir
    a. Mengatur alur parkir kendaraan wisatawan dengan baik
    b. Mengawasi semua alur parkir kendaraan dan menjaga keamaan kendaraan wisatawan

12. *House and Garden*
    a. Melakukan pemeliharaan dan perawatan taman lingkungan Museum Angkut
    b. Menjaga kebersihan lingkungan objek wisata
    c. Mengadakan pengecekan langsung ke lapangan dan bertanggung jawab terhadap segala sesuatu yang berhubungan dengan kebersihan lingkungan objek wisata

3. Visi dan Misi Museum Angkut

Jatim Park Grup telah dan terus berupaya untuk pembangunan pariwisata salah satunya yaitu dengan cara membangun objek wisata museum berbasis edukasi yaitu Museum Angkut. Visi Museum Angkut adalah "Menjadikan Jawa Timur sebagai kota pariwisata dengan standart internasional yang mampu memberikan hiburan, kepuasan sekaligus wawasan dan ilmu pengetahuan bagi para pengunjung". Adapun misi yang dilakukan guna mencapai visi yang telah ditetapkan adalah sebagai berikut (Redita, 2007):

a. Mengelola dan mengembangkan tempat pariwisata yang dapat digunakan sebagai media pembelajar luar (*outdoor activity*), sehingga wisatawan dapat belajar dan berwisata dalam satu tempat
b. Memberikan pelayanan kepada wisatawan secara maksimal dengan cara selalu membuat inovasi-inovasi terbaru terhadap fasilitas yang disediakan agar tidak selalu monoton atau sama, sehingga wisatawan yang datang tidak akan merasa bosan

c. Meningkatkan kesejahteraan dan perekonomian karyawan maupun masyarakat yang berada di sekitar lokasi Jatim Park Grup

4. Maksud dan Tujuan Berdirinya Museum Angkut

Beberapa hal yang melatarbelakangi maksud dan tujuan pembangunan Museum Angkut yaitu sebagai berikut (Redita, 2007):

a. Memberikan penghargaan kepada para pencipta alat angkut di dunia yang telah membawa perubahan yang sangat berarti bagi perkembangan umat manusia di dunia
b. Sesuai dengan Visi dan Misi Jatim Park Grup
c. Pengabdian kepada masyarakat Batu dan Indonesia
d. Pemenuhan kebutuhan masyarakat luas, termasuk anak-anak usia sekolah dalam memperluas cakrawala ilmu pengetahuan, diantaranya mengenai alat-alat transportasi masa lalu, masa sekarang dan masa yang akan datang.
e. Menambah rasa syukur kepada sang maha pencipta bahwa di Batu tercipta kawasan rekreasi baru yang indah dan menarik, ensiklopedia-edukatif bernuansa pendidikan yang amat bermanfaat dan berkelas
f. Mengunggah dan memberikan motivasi, inovasi, edukasi, dan kreasi bagi generasi muda dan generasi mendatang untuk melakukan penelitian dan kegiatan ilmiah mengenai permesinan dan transportasi
g. Mengunggah perlunya memproduksi sendiri sarana transportasi yang dapat menjadi kebanggan Indonesia

h. Meningkatkan kebanggaan nasional bahwa bangsa ini mempunyai museum kepustakaan transportasi seperti halnya dibeberapa negara maju
i. Mengingatkan sejarah perjalanan dan perjuangan Bangsa Indonesia di masa lalu
j. Ensiklopedi dan kamus transportasi Indonesia
k. Meningkatkan pembangunan nasional secara umum dan khususnya di Kota Wisata Batu (KWB)
l. Mampu menjadi pasar yang bagus bagi distribusi sarana dan prasarana tranportasi import, yaitu bahwa selama dekade Indonesia merdeka ini, bangsa ini belum pernah menjadi negara yang mau dan mampu membuat ataupun menciptakan alat transportasi berupa kendaraan bermotor yang diakui secara internasional.

B. Gambaran Karakteristik Responden

1. Distribusi Responden Berdasarkan Daerah Asal

Responden dalam penelitian ini berasal dari berbagai kabupaten/kota di beberapa wilayah Indonesia. Untuk mengetahui gambaran kota asal responden secara spesifik, kuesioner dalam penelitian ini dilengkapi dengan pertanyaan terbuka.

Daerah asal responden dapat dilihat pada Tabel 7 berikut:

Tabel 7. Distribusi Responden Berdasarkan Daerah Asal

Daerah Asal	Frekuensi	Persentase %
Makassar	2	1,7
Jakarta	22	18,6
Malang	25	21,2
Bandung	2	1,7
Surabaya	2	1,7
Mojokerto	1	0,8
Medan	1	0,8
Batu	3	2,5
Bekasi	8	6,8
Sidoarjo	2	1,7
Yogyakarta	1	0,8
Kediri	4	3,4
Madura	1	0,8
Tangerang Selatan	3	2,5
Pati	1	0,8
Bontang	2	1,7
Madiun	2	1,7
Majalengka	1	0,8
Pekanbaru	1	0,8
Magetan	4	3,4
Lamongan	1	0,8
Kupang	1	0,8
Blitar	1	0,8
Banyuwangi	1	0,8
Magelang	1	0,8
Bojonegoro	1	0,8
Bogor	2	1,7
Depok	2	1,7
Solo	1	0,8
Ngawi	1	0,8
Tulungagung	1	0,8
Probolinggo	1	0,8
Kebumen	1	0,8
Surakarta	2	1,7

Lanjutan Tabel 7

Daerah Asal	Frekuensi	Persentase %
Batam	1	0,8
Jawa Timur	1	0,8
Kalimantan Selatan	2	1,7
Rembang	1	0,8
Jombang	1	0,8
Cepu	1	0,8
Pontianak	1	0,8
Salatiga	1	0,8
Semarang	1	0,8
Denpasar	1	0,8
Purwokerto	1	0,8
Sibolga	1	0,8
Total	118	100,0

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Tabel 7 menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini paling banyak berasal dari Malang dengan jumlah 25 orang (21,2%), selanjutnya yaitu responden berasal dari Jakarta dengan jumlah 22 orang (18,6%), dan responden berasal dari Bekasi dengan jumlah 8 orang (6,8%). Responden lainnya sebanyak masing-masing 4 orang (3,4%) berasal dari Kediri dan Magetan, kemudian masing-masing sebanyak 3 orang (2,5%) berasal dari Batu dan Tangerang Selatan. Selain itu, masing-masing sebanyak 2 orang (1,7%) berasal dari Makassar, Bandung, Surabaya, Sidoarjo, Bontang, Madiun, Bogor, Depok, Surakarta, dan Kalimantan Selatan, serta terakhir masing-masing responden dengan jumlah 1 orang (0,8%) berasal dari Mojokerto, Medan, Yogyakarta, Madura, Pati, Majalengka, Pekanbaru, Lamongan, Kupang, Blitar, Banyuwangi, Magelang, Bojonegoro, Solo, Ngawi, Tulungagung, Probolinggo, Kebumen, Batam, Jawa Timur,

Rembang, Jombang, Cepu, Pontianak, Salatiga, Semarang, Denpasar, Purwokerto, dan Sibolga.

2. Distribusi Responden Berdasarkan Usia

Penelitian ini menggunakan responden dengan umur minimal 17 tahun dengan alasan karena sudah dianggap dewasa. Peneliti mengunakan rumus Sturges : k = 1 + 3,3 log n, dalam Suryati (2000:245) kemudian menentukan nilai r (*range)*. Setelah nilai k dan r diketahui, selanjutnya mencari nilai i.

Keterangan :
n : Jumlah Responden yaitu 118 responden
k : Banyaknya kelas
r : (*range)* selisih nilai responden yang paling tua dikurangi dengan nilai responden yang paling muda
i : Interval kelas

cara mengelompokan data berkelompok usia yaitu sebagai berikut :

k = $1 + 3{,}3\ log$ n
k = $1 + 3{,}3\ log$ 118
k = 7,84 diambil angka 8

setelah itu mencari nilai i sebagai berikut :

$$i = \frac{r}{k}$$

$i = \frac{56-17}{8} = \frac{39}{8}$ = 4,875 dibulatkan menjadi 5

Berdasarkan pergolongan tersebut, maka hasil frekuensi responden berdasarkan umur yaitu dapat dilihat di Tabel 8 sebagai berikut :

Tabel 8. Distribusi Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase %
17 – 21	78	66,1
22 – 26	39	33,1
27 – 31	0	0
32 – 36	0	0
37 – 41	0	0
42 – 46	0	0

Lanjutan Tabel 8

Usia	Frekuensi	Persentase %
47 – 51	0	0
52 – 56	1	8
Total	118	100

Sumber : Data Primer Diolah, 2019

Tabel 8 di atas menunjukkan bahwa responden yang berusia 17-21 tahun sebanyak 78 orang (66,1%), kemudian usia 22-26 tahun sebanyak 39 orang (33,1%), sedangkan pada usia 52-56 tahun terdapat 1 orang (8%). Hasil ini menunjukkan bahwa responden dengan usia 17-21 tahun memiliki kontribusi terbesar.

3. Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan/Uang Saku

Pendapatan/uang saku responden sangatlah beragam, peneliti mengunakan rumus sturges : k = 1 + 3,3 log n, dalam Suryati (2000:245) kemudian menentukan nilai r (*range)*. Setelah nilai k dan r diketahui, selanjutnya mencari nilai i.

Keterangan :

n : Jumlah Responden yaitu 118 responden
k : Banyaknya kelas
r : (*range*) selisih pendapatan responden yang paling besar dikurangi dengan pendapatan responden yang paling kecil
i : Interval kelas

cara mengelompokan data berkelompok usia yaitu sebagai berikut :

k = $1 + 3{,}3\ log$ n
k = $1 + 3{,}3\ log$ 118
k = 7,84 diambil angka 8

setelah itu mencari nilai i sebagai berikut :

$$i = \frac{r}{k}$$

$$i = \frac{8.000.000 - 100.000}{8} = \frac{7.900.000}{8} = 987.500$$

Data karakteristik responden berdasarkan uang saku dapat dilihat pada Tabel 9 berikut :

Tabel 9. Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan/Uang Saku

Pendapatan/Uang Saku	Frekuensi	Persentase %
Rp 100.000 – Rp 1.087.500	60	50,8
>Rp 1.087.500 – Rp 2.075.000	46	39,0
>Rp 2.075.000 – Rp 3.062.500	8	6,8
>Rp 3.062.500 – Rp 4.050.000	1	0,8
>Rp 4.050.000 – Rp 5.037.500	2	1,7
>Rp 5.037.500 – Rp 6.025.000	0	0
>Rp 6.025.000 – Rp 7.012.500	0	0
≥Rp 7.012.500	1	0,8
Total	118	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Tabel 9 tersebut menunjukkan rata-rata penghasilan perbulan atau uang saku responden diurutkan berdasarkan jumlah responden terbanyak ke yang paling sedikit, maka jumlah responden terbanyak memiliki penghasilan Rp 100.000 – Rp 1.087.500 dengan jumlah sebanyak 60 orang (50,8%), kemudian diikuti oleh responden dengan jumlah penghasilan >Rp 1.087.500 – Rp 2.075.000 sebanyak 46 orang (39%), lalu responden dengan jumlah penghasilan sebesar >Rp 2.075.000 – Rp 3.062.500 sebanyak 8 orang (6,8%), penghasilan sebesar >Rp 4.050.000 – Rp 5.037.500 sebanyak 2 orang (1,7%), selanjutnya penghasilan atau uang saku sebesar >Rp 3.062.500 – Rp 4.050.000 sebanyak 1 orang (0,8%) dan yang terakhir memiliki penghasilan ≥Rp 7.012.500 sebanyak 1 orang (0,8%).

4. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 10. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase %
Laki-Laki	33	28,0
Perempuan	85	72,0
Total	118	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 10 di atas diketahui bahwa dari 118 responden yang diteliti, 33 orang berjenis kelamin laki-laki (28,0%) sementara 83 orang berjenis kelamin perempuan (72%). Hal tersebut menunjukkan bahwa responden yang paling banyak adalah berjenis kelamin perempuan.

5. Distribusi Responden Berdasarkan Status

Tabel 11. Distribusi Responden Berdasarkan Status

Status	Frekuensi	Persentase %
Pegawai	2	1,7
Pelajar/Mahasiswa/i	111	94,1
Wiraswasta	3	2,5
PNS/POLRI/TNI	0	0
Lainnya	2	1,7
Total	118	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 11 dapat diketahui responden paling banyak merupakan Pelajar/Mahasiswa/i dengan jumlah 111 (94,1%), selanjutnya Wiraswasta sebanyak 3 orang (2,5%), kemudian Pegawai sebanyak 2 orang (1,7%), dan yang terakhir Lainnya sebanyak 2 orang (1,7%).

Kesimpulannya, Pelajar/Mahasiswa/i menjadi pengunjung terbanyak yang mengujungi Museum Angkut.

6. Distribusi Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan ke Museum Angkut

Tabel 12. Distribusi Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan ke Museum Angkut

Jumlah Kunjungan	Frekuensi	Persentase %
1 kali	52	44,1
2 kali	41	34,7
3 kali	17	14,4
>3 kali	8	6,8
Total	118	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Tabel 12 menunjukkan jika diurutkan berdasarkan persentase terbesar hingga persentase terkecil maka diperoleh 44,1% dengan jumlah 52 orang telah mengunjungi Museum Angkut sebanyak 1 kali, selanjutnya persentase sebesar 34,7% dengan jumlah 41 orang telah mengunjungi Museum Angkut sebanyak 2 kali, kemudian dengan persentase 14,4% dengan jumlah 17 orang telah mengunjungi Museum Angkut sebanyak 3 kali, dan yang terakhir dengan persentase sebesar 6,8% dengan jumlah 8 orang telah mengunjungi Museum Angkut sebanyak >3 kali.

7. Distribusi Responden Berdasarkan Bersama Siapa Mengunjungi Museum Angkut

Tabel 13. Distribusi Responden Berdasarkan Bersama Siapa Mengunjungi Museum Angkut

Bersama Siapa Berkunjung	Frekuensi	Persentase %
Sendiri	1	0,8
Keluarga	65	55,1
Teman/Rekan	45	38,1
Lain-lain	7	5,9
Total	118	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Tabel 13 menunjukkan jika yang mengunjungi Museum Angkut Sendiri sebanyak 1 orang (0,8%), bersama Keluarga sebanyak 65 orang (55,1%), bersama Teman/Rekan sebanyak 45 orang (38,1%), dan yang terakhir Lain-lain sebanyak 7 orang (5,9%). Hal tersebut menunjukkan kebanyakkan pengunjung mengunjungi Museum Angkut bersama keluarganya.

C. Distribusi Frekuensi Variabel Penelitian

Jawaban responden terdiri dari jawaban sangat tidak setuju, tidak setuju, ragu-ragu, setuju, dan sangat setuju atau 1-5, dimana untuk mendapatkan jawaban rata-rata responden (*mean*) menggunakan bantuan program SPSS 20. Sementara pengkategorian rata-rata jawaban responden ke dalam lima pilihan jawaban berdasarkan skala Likert berikut ini:

$C = \frac{Xn - X1}{K}$ (Supranto, 2016a:75)

Keterangan:
c = Perkiraan besar interval
K = Banyaknya kelas

X_n = Nilai observasi terbesar
X_1 = Nilai observasi terkecil

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

Berdasarkan perhitungan interval tersebut diperoleh kriteria interpretasi untuk skor nilai rata-rata jawaban responden yang ditunjukkan Tabel 14 sebagai berikut:

Tabel 14. Kriteria Interpretasi Rata-Rata Skor Jawaban

No	Nilai Skor	Interpretasi
1	1,00-1,80	Sangat Rendah
2	1,81-2,60	Rendah
3	2,61-3,40	Sedang
4	3,41-4,20	Tinggi
5	4,21-5,00	Sangat Tinggi

Sumber: Supranto, (2016a:75)

Tabel 14 digunakan untuk mengetahui mayoritas jawaban responden pada masing-masing *item*.

1. Distribusi Frekuensi Variabel Fasilitas Wisata (X_1)

Variabel Fasilitas Wisata (X_1) terdiri dari lima indikator yaitu *Restaurants, Bar and Cafes, Other Facilities, Retail Outlets, Other Services,* dan Fasilitas Pendukung. Variabel Fasilitas memiliki total 11 butir *item* dimana *Restaurants, Bar and Cafes* terdiri dari tiga *item*, *Other Facilities* terdiri dari dua *item, Retail Outlets* terdiri dari dua *item, Other Services*

terdiri dari dua *item*, dan Fasilitas Pendukung terdiri dari dua *item*. Masing-masing butir *item* tersebut menjadi dasar pembuatan kuesioner yang disebarkan kepada responden. Jumlah jawaban responden dengan skala sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju, dan sangat tidak setuju dapat dilihat pada Tabel 15.

Tabel 15. Distribusi Frekuensi Variabel Fasilitas Wisata (X_1)

Item	5		4		3		2		1		Mean	
	f	%	f	%	F	%	f	%	f	%	*Item*	Indikator
X1.1.1	17	14,40	75	63,55	24	20,33	2	1,69	0	0	3,90	3,90
X1.1.2	28	23,72	68	57,62	15	12,71	7	5,93	0	0	3,99	
X1.1.3	14	11,86	71	60,16	31	26,27	1	0,84	1	0,84	3,81	
X1.2.1	50	42,37	61	51,69	4	3,38	1	0,84	2	1,69	4,32	4,26
X1.2.2	37	31,35	70	59,32	10	8,47	1	0,84	0	0	4,21	
X1.3.1	18	15,25	81	68,64	14	11,86	5	4,23	0	0	3,94	3,70
X1.3.2	8	6,77	54	45,76	43	36,44	11	9,32	2	1,69	3,46	
X1.4.1	16	13,56	77	65,25	23	19,49	1	0,84	1	0,84	3,89	3,42
X1.4.2	0	0	26	22,03	66	55,93	21	17,80	5	4,24	2,95	
X1.5.1	21	17,79	73	61,86	20	16,94	3	2,54	1	0,84	3,93	3,83
X1.5.2	15	12,71	67	56,77	29	24,57	5	4,23	2	1,69	3,74	
Mean Variabel Fasilitas Wisata												3,82

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Keterangan:
5 : Sangat Setuju
4 : Setuju
3 : Ragu-Ragu
2 : Tidak Setuju
1 : Sangat Tidak Setuju
$X_{1.1.1}$: Menu makanan di Museum Angkut beragam
$X_{1.1.2}$: Desain interior tempat makan di Museum Angkut unik
$X_{1.1.3}$: Tempat makan di Museum Angkut bersih
$X_{1.2.1}$: Museum Angkut meyediakan fasilitas yang unik
$X_{1.2.2}$: Museum Angkut meyediakan fasilitas yang beragam
$X_{1.3.1}$: Museum Angkut menyediakan toko *souvenir*
$X_{1.3.2}$: Toko *souvenir* menawarkan beragam produk *souvenir* yang pengunjung inginkan

$X_{1.4.1}$: *Information Center* (pusat informasi) sangat membantu untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan
$X_{1.4.2}$: Paket Foto murah dan hasil fotonya bagus
$X_{1.5.1}$: Museum Angkut memiliki ketersediaan fasilitas pendukung yang dibutuhkan
$X_{1.5.2}$: Fasilitas pendukung beroperasi dengan baik
f : Frekuensi
% : Frekuensi dalam persentase

Berdasarkan Tabel 15 terlihat bahwa Mean variabel Fasilitas Wisata (X_1) bernilai 3,82 menunjukkan bahwa pengunjung Museum Angkut merasa fasilitas wisata yang disediakan sudah baik. Berikut adalah penjelasan distribusi frekuensi *item* Fasilitas Wisata.

a. *Item* menu makanan di Museum Angkut beragam ($X_{1.1.1}$)

Berdasarkan keterangan pada Tabel 15, *item* menu makanan di Museum Angkut beragam ($X_{1.1.1}$), menunjukkan tanggapan responden yaitu sebanyak 2 orang responden (1,69%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 24 orang responden (20,33%) menyatakan ragu-ragu, kemudian 75 responden (63,55%) menyatakan setuju, dan 17 responden (14,40%) menyatakan sangat setuju. Nilai mean yang diperoleh yaitu 3,90 yang menunjukkan bahwa *item* menu makanan di Museum Angkut beragam berada pada kategori tinggi. Sesuai dengan data tersebut kebanyakan responden menyatakan menu makanan di Museum Angkut beragam.

b. *Item* desain interior tempat makan di Museum Angkut unik ($X_{1.1.2}$)

Pada *item* desain interior tempat makan di Museum Angkut unik ($X_{1.1.2}$) menunjukkan bahwa tanggapan 7 responden (5,93%)

menjawab tidak setuju, sebanyak 15 responden (12,71%) menjawab ragu-ragu, kemudian 68 responden (57,62%) menjawab setuju, dan 28 responden (23,72%) menjawab sangat setuju. Nilai mean yang diperoleh yaitu 3,99 yang menunjukkan bahwa *item* desain interior tempat makan di Museum Angkut unik berada pada kategori tinggi. Sesuai dengan data tersebut kebanyakan responden menyatakan desain interior tempat makan di Museum Angkut unik.

c. *Item* tempat makan di Museum Angkut bersih ($X_{1.1.3}$)

Pada *item* tempat makan di Museum Angkut bersih ($X_{1.1.3}$) menunjukkan bahwa tanggapan seorang responden (0,84%) menjawab sangat tidak setuju, seorang responden (0,84%) menjawab tidak setuju, sebanyak 31 responden (26,27%) menjawab ragu-ragu, kemudian 71 responden (60,16%) menjawab setuju, dan 14 responden (11,86%) menjawab sangat setuju. Nilai mean yang diperoleh yaitu 3,81 yang menunjukkan bahwa *item* tempat makan di Museum Angkut bersih berada pada kategori tinggi. Sesuai dengan data tersebut kebanyakan responden menyatakan tempat makan di Museum Angkut bersih.

d. *Item* Museum Angkut meyediakan fasilitas yang unik ($X_{1.2.1}$)

Pada *item* Museum Angkut menyediakan fasilitas yang unik ($X_{1.2.1}$), menunjukkan tanggapan responden yaitu sebanyak 2 orang responden (1,69%) menyatakan sangat tidak setuju, seorang responden (0,84%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 4 orang

responden (3,38%) menyatakan ragu-ragu, kemudian 61 responden (51,69%) menyatakan setuju, dan 50 responden (42,37%) menyatakan sangat setuju. Nilai mean yang diperoleh yaitu 4,32 yang menunjukkan bahwa *item* Museum Angkut menyediakan fasilitas yang unik berada pada kategori sangat tinggi. Sesuai dengan data tersebut kebanyakan responden menyatakan Museum Angkut menyediakan fasilitas yang sangat unik.

e. *Item* Museum Angkut meyediakan fasilitas yang beragam ($X_{1.2.2}$)

Pada *item* Museum Angkut menyediakan fasilitas yang beragam ($X_{1.2.2}$), menunjukkan tanggapan responden yaitu sebanyak seorang responden (0,84%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 10 orang responden (8,47%) menyatakan ragu-ragu, kemudian 70 responden (59,32%) menyatakan setuju, dan 37 responden (31,35%) menyatakan sangat setuju. Nilai mean yang diperoleh yaitu 4,21 yang menunjukkan bahwa *item* Museum Angkut menyediakan fasilitas yang beragam berada pada kategori sangat tinggi. Sesuai dengan data tersebut kebanyakan responden menyatakan Museum Angkut menyediakan fasilitas yang sangat beragam.

f. *Item* Museum Angkut menyediakan toko *souvenir* ($X_{1.3.1}$)

Pada *item* Museum Angkut menyediakan toko *souvenir* ($X_{1.3.1}$) menunjukkan bahwa tanggapan 5 responden (4,23%) menjawab tidak setuju, sebanyak 14 responden (11,86%) menjawab ragu-ragu, kemudian 81 responden (68,64%) menjawab setuju, dan 18 responden

(15,25%) menjawab sangat setuju. Nilai mean yang diperoleh yaitu 3,94 yang menunjukkan bahwa *item* Museum Angkut menyediakan toko *souvenir* berada pada ketegori tinggi. Sesuai dengan data tersebut kebanyakan responden menyatakan Museum Angkut menyediakan toko *souvenir*.

g. *Item* toko *souvenir* menawarkan beragam produk *souvenir* yang pengunjung inginkan ($X_{1.3.2}$)

Pada *item* toko *souvenir* menawarkan beragam produk *souvenir* yang pengunjung inginkan ($X_{1.3.2}$) menunjukkan bahwa tanggapan 2 orang (1,69%) responden menjawab sangat tidak setuju, 11 responden (9,32%) menjawab tidak setuju, sebanyak 43 responden (36,44%) menjawab ragu-ragu, kemudian 54 responden (45,76%) menjawab setuju, dan 8 responden (6,77%) menjawab sangat setuju. Nilai mean yang diperoleh yaitu 3,46 yang menunjukkan bahwa *item* toko *souvenir* menawarkan beragam produk *souvenir* yang pengunjung inginkan berada pada kategori tinggi. Sesuai dengan data tersebut kebanyakan responden menyatakan toko *souvenir* menawarkan beragam produk *souvenir* yang pengunjung inginkan.

h. *Item Information Center* (pusat informasi) sangat membantu untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan ($X_{1.4.1}$)

Pada *item Information Center* (pusat informasi) sangat membantu untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan ($X_{1.4.1}$), menunjukkan tanggapan responden yaitu sebanyak seorang responden (0,84%)

menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak seorang responden (0,84%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 23 orang responden (19,49%) menyatakan ragu-ragu, kemudian 77 responden (66,25%) menyatakan setuju, dan 16 responden (13,56%) menyatakan sangat setuju. Nilai mean yang diperoleh yaitu 3,89 yang menunjukkan bahwa *item Information Center* (pusat informasi) sangat membantu untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan berada pada kategori tinggi. Sesuai dengan data tersebut kebanyakan responden menyatakan *Information Center* (pusat informasi) membantu untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan.

i. *Item* paket foto murah dan hasil fotonya bagus ($X_{1.4.2}$)

Pada *item* paket foto murah dan hasil fotonya bagus ($X_{1.4.2}$), menunjukkan tanggapan responden yaitu sebanyak 5 orang responden (4,24%) menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 21 orang responden (17,80%) menyatakan tidak setuju, kemudian sebanyak 66 orang responden (55,93%) menyatakan ragu-ragu, dan 26 responden (22,03%) menyatakan setuju. Nilai mean yang diperoleh yaitu 2,95 yang menunjukkan bahwa *item* paket foto murah dan hasil fotonya bagus berada pada kategori sedang. Sesuai dengan data tersebut kebanyakan responden menyatakan paket foto tidak terlalu murah dan hasil fotonya tidak terlalu bagus.

j. *Item* Museum Angkut memiliki ketersediaan fasilitas pendukung yang dibutuhkan ($X_{1.5.1}$)

Pada *item* Museum Angkut memiliki ketersediaan fasilitas pendukung yang dibutuhkan ($X_{1.5.1}$) menunjukkan bahwa tanggapan seorang (0,84%) responden menjawab sangat tidak setuju, 3 responden (2,54%) menjawab tidak setuju, sebanyak 20 responden (16,94%) menjawab ragu-ragu, kemudian 73 responden (61,86%) menjawab setuju, dan 21 responden (17,79%) menjawab sangat setuju. Nilai mean yang diperoleh yaitu 3,93 yang menunjukkan bahwa *item* Museum Angkut memiliki ketersediaan fasilitas pendukung yang dibutuhkan berada pada kategori tinggi. Sesuai dengan data tersebut kebayakan responden menyatakan Museum Angkut memiliki ketersediaan fasilitas pendukung yang dibutuhkan.

k. *Item* fasilitas pendukung beroperasi dengan baik ($X_{1.5.2}$)

Pada *item* fasilitas pendukung beroperasi dengan baik ($X_{1.5.2}$) menunjukkan bahwa tanggapan 2 orang (1,69%) responden menjawab sangat tidak setuju, 5 responden (4,23%) menjawab tidak setuju, sebanyak 29 responden (24,57%) menjawab ragu-ragu, kemudian 67 responden (56,77%) menjawab setuju, dan 15 responden (12,71%) menjawab sangat setuju. Nilai mean yang diperoleh yaitu 3,74 yang menunjukkan bahwa *item* fasilitas pendukung beroperasi dengan baik berada pada kategori tinggi. Sesuai dengan data tersebut kebanyakan responden menyatakan fasilitas pendukung beroperasi dengan baik.

Berikut adalah penjelasan distribusi mean indikator Fasilitas Wisata.

a) *Restaurants, Bar and Cafes*

Berdasarkan keterangan pada Tabel 15, indikator *Restaurants, Bar and Cafes* ($X_{1.1}$), terdapat 3 *item* dimana nilai mean yang pertama yaitu menu makanan di Museum Angkut beragam ($X_{1.1.1}$) bernilai 3,90. Yang kedua yaitu desain interior tempat makan di Museum Angkut unik ($X_{1.1.2}$) dengan nilai mean 3,99. Dan yang terakhir tempat makan di Museum Angkut bersih ($X_{1.1.3}$) dengan nilai mean 3,81. Dari ketiga *item* tersebut dapat diperoleh rata-rata atau mean indikator *Restaurants, Bar and Cafes* yaitu 3,90 yang menunjukkan bahwa indikator *Restaurants, Bar and Cafes* berada pada kategori tinggi. Sesuai dengan data tersebut maka dapat dikatakan *Restaurants, Bar and Cafes* di Museum Angkut memiliki menu makanan yang khas dan desain interior yang unik.

b) *Other Facilities*

Berdasarkan keterangan pada Tabel 15, indikator *Other Facilities* ($X_{1.2}$), terdapat 2 *item* dimana nilai mean yang pertama yaitu Museum Angkut menyediakan fasilitas yang unik ($X_{1.2.1}$) bernilai 4,32. Yang kedua yaitu Museum Angkut menyediakan fasilitas yang beragam ($X_{1.2.2}$) dengan nilai mean 4,21. Dari kedua *item* tersebut dapat diperoleh rata-rata atau mean indikator *Other Facilities* yaitu 4,26 yang menunjukkan bahwa indikator *Other Facilities* berada pada kategori sangat tinggi. Sesuai dengan data tersebut maka dapat dikatakan *Other Facilities* di Museum Angkut menawarkan fasilitas lain yang berbeda dari fasilitas pada umumnya.

c) *Retail Outlets*

Berdasarkan keterangan pada Tabel 15, indikator *Retail Outlets* ($X_{1.3}$), terdapat 2 *item* dimana nilai mean yang pertama yaitu Museum Angkut menyediakan toko *souvenir* ($X_{1.3.1}$) bernilai 3,94. Yang kedua yaitu toko *souvenir* menawarkan beragam produk *souvenir* yang pengunjung inginkan ($X_{1.3.2}$) dengan nilai mean 3,46. Dari kedua *item* tersebut dapat diperoleh rata-rata atau mean indikator *Retail Outlets* yaitu 3,70 yang menunjukkan bahwa indikator *Retail Outlets* berada pada kategori tinggi. Sesuai dengan data tersebut maka dapat dikatakan *Retail Outlets* di Museum Angkut menawarkan toko untuk membantu pengunjung.

d) *Other Services*

Berdasarkan keterangan pada Tabel 15, indikator *Other Services* ($X_{1.4}$), terdapat 2 *item* dimana nilai mean yang pertama yaitu *Information Center* (pusat informasi) sangat membantu untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan ($X_{1.4.1}$) bernilai 3,89. Yang kedua yaitu paket foto murah dan hasil fotonya bagus ($X_{1.4.2}$) dengan nilai mean 2,95. Dari kedua *item* tersebut dapat diperoleh rata-rata atau mean indikator *Other Services* yaitu 3,42 yang menunjukkan bahwa indikator *Other Services* berada pada kategori tinggi. Sesuai dengan data tersebut maka dapat dikatakan *Other Services* di Museum Angkut menyediakan sebuah layanan jasa untuk memenuhi kebutuhan pengunjung.

e) Fasilitas Pendukung

Berdasarkan keterangan pada Tabel 15, indikator Fasilitas Pendukung ($X_{1.5}$), terdapat 2 *item* dimana nilai mean yang pertama yaitu Museum Angkut memiliki ketersediaan fasilitas pendukung yang dibutuhkan ($X_{1.5.1}$) bernilai 3,93. Yang kedua yaitu fasilitas pendukung beroperasi dengan baik ($X_{1.5.2}$) dengan nilai mean 3,74. Dari kedua *item* tersebut dapat diperoleh rata-rata atau mean indikator Fasilitas Pendukung yaitu 3,83 yang menunjukkan bahwa indikator Fasilitas Pendukung berada pada kategori tinggi. Sesuai dengan data tersebut maka dapat dikatakan Fasilitas Pendukung di Museum Angkut menyediakan fasilitas pendukung yang beroperasi dengan baik.

Dari hasil distribusi mean indikator maka didapat nilai mean yang paling besar yaitu indikator *Other Facilities* dengan nilai mean 4,26 diikuti oleh indikator *Restaurants, Bar and Cafes* dengan mean 3,90, lalu indikator Fasilitas Pendukung dengan nilai mean 3,83, selanjutnya indikator *Retail Outlets* dengan nilai mean 3,70, dan pada urutan terakhir yaitu indikator *Other Services* dengan nilai mean 3,42. Maka dapat disimpulkan dari kelima inikator Fasilitas Wisata indikator *Other Facilities* memiliki nilai yang paling besar dan indikator *Other Services* memiliki nilai yang paling kecil.

2. Distribusi Frekuensi Variabel Harga Tiket Masuk (X_2)

Variabel Harga Tiket Masuk (X_2) terdiri dari tiga indikator yaitu Keterjangkauan Harga, Potongan/Diskon Harga, dan Nilai adalah kualitas

yang didapatkan dari harga yang telah dibayarkan dimana masing-masing indikator memiliki satu *item* sehingga total variabel Harga Tiket Masuk memiliki 3 butir *item*. Masing-masing butir *item* tersebut menjadi dasar pembuatan kuesioner yang disebarkan kepada responden. Jumlah jawaban responden dengan skala sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju, dan sangat tidak setuju dapat dilihat pada Tabel 16

Tabel 16. Distribusi Frekuensi Variabel Harga Tiket Masuk (X_2)

Item	5		4		3		2		1		Mean	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	*Item*	Indikator
X2.1	5	4,23	52	44,06	37	31,35	18	15,25	6	5,08	3,27	3,27
X2.2	3	2,54	31	26,27	66	55,93	16	13,55	2	1,69	3,14	3,14
X2.3	12	10,16	72	61,01	24	20,33	9	7,62	1	0,84	3,72	3,72
Mean Variabel Harga Tiket Masuk												3,37

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Keterangan:
5 : Sangat Setuju
4 : Setuju
3 : Ragu-Ragu
2 : Tidak Setuju
1 : Sangat Tidak Setuju
$X_{2.1}$: Harga tiket masuk di Museum Angkut terjangkau
$X_{2.2}$:Pemberian potongan/diskon harga di Museum Angkut cukup besar
$X_{2.3}$: Harga tiket masuk sesuai dengan fasilitas yang diberikan
f : Frekuensi
% : Frekuensi dalam persentase

Berdasarkan Tabel 16 terlihat bahwa Mean variabel Harga Tiket Masuk (X_2) bernilai 3,37, dengan ini menunjukkan kebanyakan responden menyatakan harga tiket masuk Museum kurang cukup sesuai dengan kebutuhan pengunjung. Berikut adalah penjelasan distribusi frekuensi *item* dan indikator Harga Tiket Masuk.

a. Keterjangkauan Harga, *Item* harga tiket masuk di Museum Angkut terjangkau ($X_{2.1}$)

Pada Tabel 16 dapat dilihat *item* tiket masuk di Museum Angkut terjangkau ($X_{2.1}$) menunjukkan bahwa tanggapan 6 orang (5,08%) responden menjawab sangat tidak setuju, 18 responden (15,25%) menjawab tidak setuju, sebanyak 37 responden (31,35%) menjawab ragu-ragu, kemudian 52 responden (44,06%) menjawab setuju, dan 5 responden (4,23%) menjawab sangat setuju. Nilai mean yang diperoleh yaitu 3,27 yang menunjukkan bahwa *item* harga tiket masuk di Museum Angkut terjangkau berada pada kategori sedang. Sesuai dengan data tersebut kebanyakan responden menyatakan harga tiket masuk di Museum Angkut kurang cukup terjangkau.

b. Potongan/Diskon Harga, *Item* pemberian potongan/diskon harga di Museum Angkut cukup besar ($X_{2.2}$)

Pada *item* pemberian potongan/diskon harga di Museum Angkut cukup besar ($X_{2.2}$) menunjukkan bahwa tanggapan 2 orang (1,69%) responden menjawab sangat tidak setuju, 16 responden (13,55%) menjawab tidak setuju, sebanyak 66 responden (55,93%) menjawab ragu-ragu, kemudian 31 responden (26,27%) menjawab setuju, dan 3 responden (2,54%) menjawab sangat setuju. Nilai mean yang diperoleh yaitu 3,14 yang menunjukkan bahwa *item* pemberian potongan/diskon harga di Museum Angkut cukup besar berada pada kategori sedang. Sesuai dengan data tersebut kebanyakan responden

menyatakan pemberian potongan/diskon harga di Museum Angkut kurang cukup besar.

c. Nilai adalah kualitas yang didapatkan dari harga yang telah dibayarkan, *Item* harga tiket masuk sesuai dengan fasilitas yang diberikan ($X_{2.3}$)

Pada *item* harga tiket masuk sesuai dengan fasilitas yang diberikan ($X_{2.3}$) menunjukkan bahwa tanggapan seorang (0,84%) responden menjawab sangat tidak setuju, 9 responden (7,62%) menjawab tidak setuju, sebanyak 24 responden (20,33%) menjawab ragu-ragu, kemudian 72 responden (61,01%) menjawab setuju, dan 12 responden (10,16%) menjawab sangat setuju. Nilai mean yang diperoleh yaitu 3,72 yang menunjukkan bahwa *item* harga tiket masuk sesuai dengan fasilitas yang diberikan berada pada kategori tinggi. Sesuai dengan data tersebut kebanyakan responden menyatakan harga tiket masuk sesuai dengan fasilitas yang diberikan.

Berikut adalah penjelasan distribusi mean indikator Harga Tiket Masuk. Dari hasil distribusi mean indikator maka didapat nilai mean yang paling besar yaitu indikator Nilai adalah kualitas yang didapatkan dari harga yang telah dibayarkan dengan nilai mean 3,72 diikuti oleh indikator Keterjangkauan Harga dengan mean 3,27, dan pada urutan terakhir yaitu indikator Potongan/Diskon Harga dengan nilai mean 3,14. Maka dapat disimpulkan dari ketiga indikator Harga Tiket Masuk indikator Nilai adalah kualitas yang didapatkan dari harga yang telah dibayarkan memiliki nilai

yang paling besar dan indikator Potongan/Diskon Harga memiliki nilai yang paling kecil.

3. Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Pengunjung (Y)

Variabel Kepuasan Pengunjung (Y) terdiri dari tiga indikator yaitu Minat Penggunaan Ulang, Barang atau Jasa Berkualitas, dan Kesediaan untuk Merekomendasikan dimana masing-masing indikator memiliki satu *item* sehingga total variabel Kepuasan Pengunjung memiliki 3 butir *item*. Masing-masing butir *item* tersebut menjadi dasar pembuatan kuesioner yang disebarkan kepada responden. Jumlah jawaban responden dengan skala sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju, dan sangat tidak setuju dapat dilihat pada Tabel 17.

Tabel 17. Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Pengunjung (Y)

Item	5		4		3		2		1		Mean	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	*Item*	Indikator
Y1	20	16,94	47	39,83	40	33,89	10	8,47	1	0,84	3,63	3,63
Y2	12	10,16	70	59,32	31	26,27	5	4,23	0	0	3,75	3,75
Y3	26	22,03	72	61,01	17	14,40	3	2,54	0	0	4,02	4,02
Mean Variabel Kepuasan Pengunjung												3,80

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Keterangan:
5 : Sangat Setuju
4 : Setuju
3 : Ragu-Ragu
2 : Tidak Setuju
1 : Sangat Tidak Setuju
Y1 : Bersedia mengunjungi Museum Angkut kembali
Y2 : Kualitas jasa yang ditawarkan sesuai dengan harapan
Y3 : Bersedia mereferensikan Museum Angkut kepada kerabat
f : Frekuensi
% : Frekuensi dalam persentase

Berdasarkan Tabel 17 terlihat bahwa Mean variabel Kepuasan Pengunjung (Y) bernilai 3,80, dengan ini menunjukkan bahwa pengunjung Museum Angkut merasa senang dan puas. Berikut adalah penjelasan distribusi frekuensi *item* dan indikator Kepuasan Pengunjung.

a. Minat Penggunaan Ulang, *Item* bersedia mengunjungi Museum Angkut kembali (Y_1)

   Pada Tabel 17 dapat dilihat *item* bersedia mengunjungi Museum Angkut kembali (Y_1), menunjukkan tanggapan responden yaitu sebanyak seorang responden (0,84%) menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 10 orang responden (8,47%) menyatakan tidak setuju, kemudian sebanyak 40 orang responden (33,89%) menyatakan ragu-ragu, 47 responden (39,83%) menyatakan setuju, dan 20 responden (16,94%) menyatakan sangat setuju. Nilai mean yang diperoleh yaitu 3,63 yang menunjukkan bahwa *item* bersedia mengunjungi Museum Angkut kembali berada pada kategori tinggi. Sesuai dengan data tersebut kebanyakan responden menyatakan bersedia mengunjungi Museum Angkut kembali.

b. Barang atau Jasa Berkualitas, *Item* kualitas jasa yang ditawarkan sesuai dengan harapan (Y_2)

   Pada *item* kualitas jasa yang ditawarkan sesuai dengan harapan (Y_2), menunjukkan tanggapan responden yaitu sebanyak 5 orang responden (4,23%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 31 orang responden (26,27%) juga menyatakan ragu-ragu, kemudian sebanyak

70 orang responden (59,32%) menyatakan setuju, dan 12 responden (10,16%) menyatakan sangat setuju. Nilai mean yang diperoleh yaitu 3,75 yang menunjukkan bahwa *item* kualitas jasa yang ditawarkan sesuai dengan harapan berada pada kategori tinggi. Sesuai dengan data tersebut kebanyakan responden menyatakan kualitas jasa yang ditawarkan sesuai dengan harapan.

c. Kesediaan untuk Merekomendasikan, *Item* bersedia mereferensikan Museum Angkut kepada kerabat (Y_3)

Pada *item* mereferensikan Museum Angkut kepada kerabat (Y_3), menunjukkan tanggapan responden yaitu sebanyak 3 orang responden (2,54%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 17 orang responden (14,40%) juga menyatakan ragu-ragu, kemudian sebanyak 72 orang responden (61,01%) menyatakan setuju, dan 26 responden (22,03%) menyatakan sangat setuju. Nilai mean yang diperoleh yaitu 4,02 yang menunjukkan bahwa *item* bersedia mereferensikan Museum Angkut kepada kerabat berada pada kategori tinggi. Sesuai dengan data tersebut kebanyakan responden menyatakan bersedia mereferensikan Museum Angkut kepada kerabat.

Berikut adalah penjelasan distribusi mean indikator Kepuasan Pengunjung. Dari hasil distribusi mean indikator maka didapat nilai mean yang paling besar yaitu indikator Kesediaan untuk Merekomendasikan dengan nilai mean 4.02 diikuti oleh indikator Barang atau Jasa Berkualitas dengan mean 3,75, dan pada urutan terakhir yaitu indikator Minat

Penggunaan Ulang dengan nilai mean 3,63. Maka dapat disimpulkan dari ketiga indikator Kepuasan Pengunjung indikator Kesediaan untuk Merekomendasikan memiliki nilai yang paling besar dan indikator Minat Penggunaan Ulang memiliki nilai yang paling kecil.

D. Hasil Uji Asumsi Klasik

Asumsi - asumsi klasik ini harus dilakukan pengujiannya untuk memenuhi penggunaan Regresi Linier Berganda. Uji Asumsi Klasik pada penelitian ini adalah Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, dan Uji Heterokedastisitas. Setelah diadakan perhitungan regresi berganda melalui alat bantu *SPSS for Windows ver. 20*, diadakan pengujian uji asumsi klasik regresi. Hasil pengujian disajikan sebagai berikut :

1. Uji Normalitas

Uji normalitas data adalah untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen, variabel independen, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah berdistribusi normal atau mendekati normal. Prosedur uji dilakukan dengan uji Kolmogorov-Smirnov, dengan ketentuan sebagai berikut :

Hipotesis yang digunakan :

H0 : residual tersebar normal

H1 : residual tidak tersebar normal

Jika nilai sig. (*p-value*) > 0,05, maka H0 diterima yang artinya normalitas terpenuhi.

Hasil uji normalitas dapat dilihat pada Tabel 18 berikut:

Tabel 18. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		118
Normal Parameters[a,b]	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1,50053888
Most Extreme Differences	Absolute	,043
	Positive	,043
	Negative	-,043
Kolmogorov-Smirnov Z		,468
Asymp. Sig. (2-tailed)		,981

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Dari hasil perhitungan didapat nilai sig. sebesar 0,981 dapat dilihat pada Tabel 18 atau lebih besar dari 0,05; maka ketentuan H0 diterima yaitu bahwa asumsi normalitas terpenuhi.

2. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regeresi ditemukan adanya korelasi antar varibel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Metode yang digunakan untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *Tolerence and Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai *tolerance* > 0,1 dan nilai VIF < 10 maka variabel tersebut tidak multikolinearitas. Sebaliknya jika

nilai *tolerance* < 0,1 dan nilai VIF > 10 maka terjadi multikolinearitas. Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada Tabel 19 berikut:

Tabel 19. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel Bebas	*Collinearity Statistics*	
	Tolerance	**VIF**
Fasilitas Wisata (X_1)	0,837	1,195
Harga Tiket Masuk (X_2)	0,837	1,195

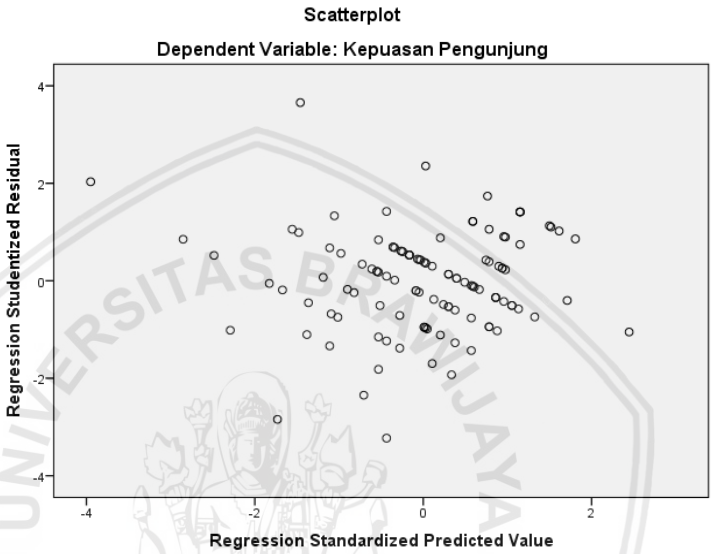
Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Berasarkan Tabel 19, berikut hasil t*olerance* untuk Fasilitas Wisata adalah 0,837 dan *tolerance* untuk Harga Tiket Masuk adalah 0,837. Pada hasil pengujian didapat bahwa kedua variabel bebas memiliki nilai *tolerance* > 0,1 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas. Dan nilai VIF untuk Harga Tiket Masuk adalah 1,195 dan nilai VIF untuk Harga Tiket Masuk adalah 1,195. Dari hasil pengujian tersebut dapat disimpulkan bahwa kedua variabel bebas memiliki nilai VIF < 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas. Dengan demikian, uji asumsi tidak adanya multikolinearitas dapat terpenuhi.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan nilai simpangan residual akibat besar kecilnya nilai salah satu variabel bebas. Jika ada titik-titik membentuk pola tertentu seperti bergelombang, melebar, kemudian menyempit maka telah terjadi heteroskedastisitas. Jika titik-titik menyebar di atas dan di bawah

angka 0 pada sumbu Y tanpa membentuk pola tertentu maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil uji heterokedastisitas dapat dilihat pada Gambar 3 berikut:



Gambar 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas
Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Dari hasil pengujian tersebut didapat bahwa diagram tampilan *Scatterplot* menyebar dan tidak membentuk pola tertentu maka tidak terjadi heterokedastisitas, sehingga dapat disimpulkan bahwa sisaan mempunyai ragam homogen (konstan) atau dengan kata lain tidak terdapat gejala heteroskedastisias.

E. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis ini digunakan untuk menghitung besarnya pengaruh antar variabel bebas, yaitu Fasilitas Wisata (X_1) dan Harga Tiket Masuk (X_2) terhadap variabel terikat Kepuasan Pengunjung (Y). Dengan menggunakan

bantuan *SPSS For Windows* 20. Hasil model regresi dapat dilihat pada Tabel 20 berikut.

Tabel 20. Rekapitulasi Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,449	1,309		1,107	0,271
Fasilitas Wisata	0,123	0,033	0,288	3,708	0,000
Harga Tiket Masuk	0,470	0,076	0,477	6,143	0,000
Variabel Dependen : Y F hitung : 41,736 Sign. F : 0,000 db regression : 2 db residual : 115 R square : 0,421 α : 0,05					

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Keterangan:
X_1 : Fasilitas Wisata
X_2 : Harga Tiket Masuk

Persamaan regresi digunakan untuk mengetahui bentuk hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Berdasarkan Tabel 20 diketahui bahwa persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = 1{,}449 + 0{,}123\ X_1 + 0{,}470\ X_2$$

a. Nilai konstanta sebesar 1,449 berarti jika Fasilitas Wisata dan Harga Tiket Masuk bernilai 0, maka Kepuasan Pengunjung akan naik sebesar 1,449 satuan. Hal tersebut berarti Kepuasan Pengunjung akan meningkat jika terdapat Fasilitas Wisata dan Harga Tiket Masuk.

b. Kepuasan Pengunjung akan meningkat sebesar 0,123 satuan untuk setiap tambahan satu satuan X_1 (Fasilitas Wisata) artinya apabila Fasilitas Wisata mengalami pengingkatan 1 satuan, maka Kepuasan Pengunjung akan meningkat sebesar 0,123 satuan dengan asumsi variabel yang lainnya dianggap konstan.

c. Kepuasan Pengunjung akan meningkat sebesar 0,470 satuan untuk setiap tambahan satu satuan X_2 (Harga Tiket Masuk) artinya apabila Harga Tiket Masuk mengalami pengingkatan 1 satuan, maka Kepuasan Pengunjung akan meningkat sebesar 0,470 satuan dengan asumsi variabel yang lainnya dianggap konstan.

F. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis yang dibuat oleh peneliti akan dibuktikan sebagai berikut:

1. Hipotesis I dan II (Uji t / Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap varibel terikat. Kriteria untuk menentukan signifikan atau tidak signifikan pengaruh suatu variabel secara parsial adalah jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka hasilnya signifikan atau dengan melihat nilai Signifikansi t. jika Sig. $t \leq 0,05$ maka terdapat pengaruh signifikan antara variabel X terhadap Y secara parsial. Berdasarkan Tabel 20 diperoleh hasil sebagai berikut:

a. Uji t antara variabel Fasilitas Wisata (X_1) terhadap Kepuasan Pengunjung (Y) menunjukkan t hitung sebesar 3,708 sedangkan t tabel

($\alpha = 0,05$; db residual = 115) adalah sebesar 1,980 yang berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ (3,708 > 1,980) dan sig. t (0,000) < α (0,05) maka pengaruh X_1 (Fasilitas Wisata) terhadap Kepuasan Pengunjung adalah signifikan. Hal ini berarti H0 ditolak dan Ha diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa Kepuasan Pengunjung dapat dipengaruhi secara signifikan oleh Fasilitas Wisata atau dengan meningkatkan Fasilitas Wisata maka Kepuasan Pengunjung akan mengalami peningkatan secara nyata.

b. Uji t antara variabel Harga Tiket Masuk (X_2) terhadap Kepuasan Pengunjung (Y) menunjukkan t hitung = 6,143 sedangkan t tabel ($\alpha = 0,05$; db residual = 115) adalah sebesar 1,980 yang berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ (6,143 > 1,980) dan sig. t (0,000) < α (0,05) maka pengaruh X_2 (Harga Tiket Masuk) terhadap Kepuasan Pengunjung adalah signifikan. Hal ini berarti H0 ditolak dan Ha diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa Kepuasan Pengunjung dapat dipengaruhi secara signifikan oleh Harga Tiket Masuk.

Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian yang menyatakan "Fasilitas Wisata secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung di Museum Angkut" dapat diterima dimana pengaruh yang terjadi adalah signifikan. Selain itu, hipotesis yang menyatakan "Harga Tiket Masuk secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung di Museum Angkut" juga diterima karena pengaruh yang terjadi adalah signifikan.

2. Hipotesis III (Uji F / Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui signifikan atau tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat jika diuji secara bersama-sama. Kriteria pengujian didasarkan pada ketentuan bahwa jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka hasilnya signifikan dan berarti H0 ditolak dan Ha diterima dan jika nilai sig F ≤ 0,05 maka hasilnya signifikan dan berarti H0 ditolak dan Ha diterima.

Perhitungan Uji F dapat dilihat pada Tabel 21 berikut:

Tabel 21. Hasil Uji F/Simultan

ANOVA[a]

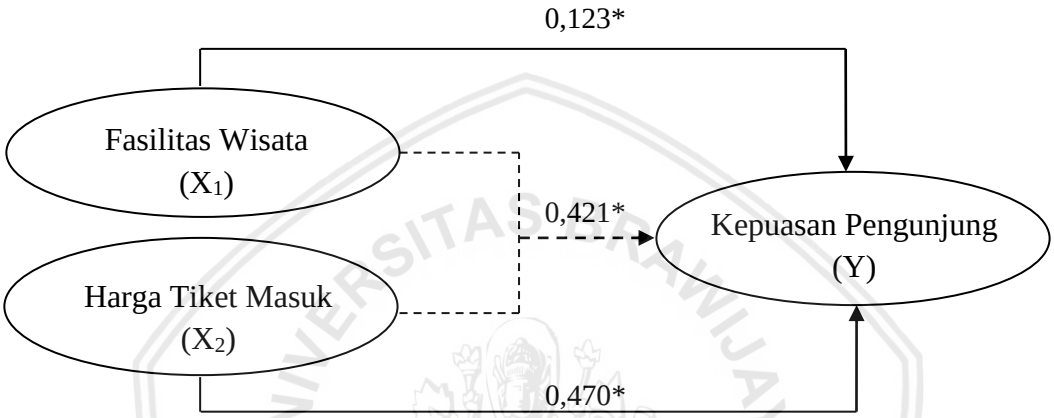
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	191,213	2	95,607	41,736	,000[b]
	Residual	263,439	115	2,291		
	Total	454,653	117			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung
b. Predictors: (Constant), Harga Tiket Masuk, Fasilitas Wisata

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Jika dilihat pada Tabel 21 yang menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} sebesar 41,736 sedangkan F_{tabel} (α = 0,05 ; db regresi = 2 : db residual = 115) adalah 3,08. Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu 41,736 > 3,08 atau nilai sig. F adalah 0,000 < α (0,05), maka hasilnya adalah signifikan. Hal ini berarti variabel terikat (Kepuasan Pengunjung) dapat dipengaruhi secara signifikan oleh variabel bebas Fasilitas Wisata (X_1) dan Harga Tiket Masuk (X_2) secara bersama-sama. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian yang menyatakan "Fasilitas Wisata dan Harga Tiket Masuk secara bersama-sama mempunyai pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung di Museum Angkut" diterima.

Jika hasil dari uji t dan uji F tersebut ditampilkan ke dalam bentuk gambar, maka bentuk hubungan dan besarnya pengaruh yang timbul pada masing-masing percobaan dapat dilihat pada Gambar 4 berikut:



Gambar 4. Besarnya Pengaruh setiap Variabel
Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Keterangan:
* = Signifikan
** = Tidak Signifikan
⟶ = Hubungan Parsial
- - - -→ = Hubungan Simultan

G. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) diperlukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Pada penelitian ini, koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui besar kontribusi variabel bebas Fasilitas Wisata (X_1) dan Harga Tiket Masuk (X_2) terhadap variabel Kepuasan Pengunjung (Y). Perhitungan Koefisen Determinasi menggunakan nilai R^2.

Hasil Uji R^2 dapat dilihat pada Tabel 22 berikut:

Tabel 22. Koefisien Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square
0,649	0,421	0,419

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 22 diperoleh hasil R^2 (koefisien determinasi) sebesar 0,421. Hal ini menunjukkan bahwa 42,1% variabel Kepuasan Pengunjung akan dipengaruhi oleh variabel bebasnya, yaitu Fasilitas Wisata (X_1) dan Harga Tiket Masuk (X_2), sementara sisanya sebesar 57,9% varibel Kepuasan Pengunjung (Y) akan dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Selain koefisien determinasi, koefisien lain yang perlu diperhatikan adalah koefisien korelasi.

Koefisien korelasi (R) merupakan koefisien yang berfungsi untuk menunjukkan besarnya hubungan antara variabel bebas Fasilitas Wisata (X_1) dan Harga Tiket Masuk (X_2). Nilai koefisien korelasi (R) yang ditampilkan pada Tabel 22 adalah sebesar 0,649. Nilai koefisien korelasi 0,649 ini menunjukkan bahwa hubungan antar variabel bebas yaitu Fasilitas Wisata (X_1) dan Harga Tiket Masuk (X_2) termasuk dalam kategori hubungan yang kuat.

H. Pembahasan

Berikut penjabaran dan analisis atas hasil penelitian yang diperoleh.

1. **Pengaruh Fasilitas Wisata (X_1) dan Harga Tiket Masuk (X_2) terhadap Kepuasan Pengunjung (Y) secara Parsial**

   a. **Pengaruh Fasilitas Wisata (X_1) terhadap Kepuasan Pengunjung (Y)**

      Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Fasilitas Wisata berpengaruh dengan signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung. Responden setuju dengan pernyataan-pernyataan yang diberikan mengenai variabel Fasilitas Wisata dan Kepuasan Pengunjung. Kelengkapan dan kondisi fasilitas wisata memengaruhi peningkatan kepuasan pengunjung secara signifikan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Rahman (2013) yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Persepsi Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen Pemancingan Ngrembel Asri Gunung Pati Semarang. Dalam penelitian Rahman (2013) ditemukan bahwa variabel kualitas pelayanan, fasilitas, persepsi harga dan lokasi mampu memengaruhi kepuasan konsumen secara parsial ataupun simultan. Hal ini mendukung penelitian penulis dimana fasilitas memengaruhi kepuasan konsumen.

      Selain Rahman penelitian ini juga didukung oleh penelitian Sulistiyana (2015) yang berjudul Pengaruh Fasilitas Wisata dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen di Museum Satwa. Hasil penelitian Sulistiyana (2015) menunjukkan bahwa fasilitas wisata berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, harga berpengaruh signifikan

terhadap kepuasan wisatawan secara parsial ataupun simultan. Hal ini mendukung penelitian penulis dimana fasilitas wisata memengaruhi kepuasan wisatawan. Tidak hanya Sulistiyana dan Rahman, penelitian ini juga didukung oleh penelitian Aprilia (2017) dan Andari (2017). Aprilia (2017) meneliti tentang Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Fasilitas Layanan terhadap Kepuasan Wisatawan di Pantai Balekambang yang menunjukkan bahwa daya tarik wisata dan fasilitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan secara parsial ataupun simultan. Hasil tersebut mendukung penelitian penulis dimana fasilitas memengaruhi kepuasan wisatawan.

Andari (2017) meneliti tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pengunjung The Sila's Agrotourism Bali. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas secara parsial ataupun simultan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung. Hal tersebut mendukung penelitian peneliti bahwa fasilitas memengaruhi kepuasan pengunjung. Dan yang terakhir Layaalin (2017) meneliti tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pelanggan Top 40 *Family* Karaoke Yogyakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, harga, fasilitas secara simultan dan parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dimana mendukung penelitian peneliti bahwa fasilitas memengaruhi kepuasan pelanggan.

Menurut Kotler (2009:45) fasilitas yaitu segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan pengunjung. Fasilitas wisata ialah pelengkap daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan dari pengunjung yang sedang mengunjungi suatu destinasi wisata. Pengunjung akan merasa puas salah satunya karena fasilitas (Hasan, 2015:371).

Sebaik apapun kualitas produk atau jasa, jika tidak diikuti oleh fasilitas yang lengkap dan baik, maka tingkat kepuasan pengunjung akan kecil. Fasilitas wisata yang diteliti pada penelitian ini terdiri dari lima aspek yaitu *restaurants, bar, and cafes, other facilities, retail outlets, other services*, dan fasilitas pendukung. Responden menyatakan *Restaurants, bar, and cafes* yang terdapat di Museum Angkut menawarkan menu yang beragam, desain interior yang unik, dan bersih. Terdapat beberapa tempat makan di Museum Angkut yaitu Siomay Batavia, *Old Chicago Snack Bar, Cafe de Paris* dan CFC. Masing-masing restoran tersebut menawarkan makanan dan minuman yang khas pada temanya masing-masing, desain interior sesuai daerahnya, dan juga bersih dengan disediakannya tempat sampah di tiap restoran tersebut.

Museum Angkut juga menyediakan *other facilities* dibuktikan dengan adanya Pasar Apung Nusantara yaitu pasar tradisional yang menjual makanan dan minuman khas beberapa daerah di Indonesia.

Pasar Apung Nusantara didesain mengelilingi danau dimana pengunjung dapat mengelilingi danau tersebut dengan menggunakan kanau. Kemudian jika pengunjung ingin beli oleh-oleh, Museum Angkut juga menyediakan *retail outlets* yaitu toko *souvenir*. Toko *souvenir* menyediakan produk beragam yang diinginkan pengunjung.

Selain toko souvenir, Museum Angkut menyediakan other *services* yaitu *Information Center* (pusat informasi) untuk membantu pengunjung mendapatkan informasi yang dibutuhkan dan juga paket foto bagi yang ingin berfoto di Museum Angkut. Kemudian adanya fasilitas pendukung yang disediakan Museum Angkut sangat lengkap dibuktikan dengan adanya toilet yang bersih, Wi-Fi, kursi roda gratis untuk lansia, *lift & elevator* yang berfungsi dengan baik, *ATM Center* yang lengkap, *charging station* untuk pengunjung mengisi daya *handphone*, mushola yang bersih untuk beribadah, *smoking area*, lahan parkir yang luas, dan loker penitipan barang yang aman.

Berdasarkan penjabaran di atas, fasilitas wisata yang ada di Museum Angkut lengkap dan berkondisi baik, sehingga memenuhi kebutuhan pengunjung, yang berimbas pada terciptanya kepuasan pengunjung. Penelitian ini menunjukkan fasilitas wisata berkorelasi positif terhadap kepuasan pengunjung Museum Angkut sehingga jika fasilitas wisata mengalami peningkatan maka kepuasan pengunjung juga akan meningkat. Namun jika fasilitas wisata mengalami penurunan maka kepuasan pengunjung juga akan menurun.

b. Pengaruh Harga Tiket Masuk (X_2) terhadap Kepuasan Pengunjung (Y)

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Harga Tiket Masuk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung. Responden setuju dengan pernyataan-pernyataan yang diberikan mengenai variabel Harga Tiket Masuk dan Kepuasan Pengunjung. Tingkat harga tiket masuk memengaruhi peningkatan kepuasan pengunjung secara signifikan artinya semakin terjangkau dan sesuai dengan harapan pengunjung, maka kepuasan pengunjung akan semakin meningkatan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Rahman (2013) yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Persepsi Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen Pemancingan Ngrembel Asri Gunung Pati Semarang. Dalam penelitian Rahman (2013) ditemukan bahwa variabel kualitas pelayanan, fasilitas, persepsi harga dan lokasi mampu memengaruhi kepuasan konsumen secara parsial ataupun simultan. Hal ini mendukung penelitian penulis dimana harga memengaruhi kepuasan konsumen.

Selain Rahman penelitian ini juga didukung oleh penelitian Sulistiyana (2015) yang berjudul Pengaruh Fasilitas Wisata dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen di Museum Satwa. Hasil penelitian Sulistiyana (2015) menunjukkan bahwa fasilitas wisata berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, harga berpengaruh signifikan

terhadap kepuasan wisatawan secara parsial ataupun simultan. Hal ini mendukung penelitian penulis dimana harga memengaruhi kepuasan wisatawan. Tidak hanya Sulistiyana dan Rahman, penelitian ini juga didukung oleh penelitian Layaalin (2017) meneliti tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pelanggan Top 40 *Family* Karaoke Yogyakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, harga, fasilitas secara simultan dan parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dimana mendukung penelitian peneliti bahwa harga memengaruhi kepuasan pelanggan.

Menurut Kotler dan Armstrong (2010:314) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Irawan (2003:22) berpendapat bahwa salah satu faktor yang memengaruhi kepuasan adalah harga. Produk atau jasa yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang terjangkau akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pengunjungnya.

Aspek-aspek harga tiket masuk yang diteliti pada Museum Angkut yaitu keterjangkauan harga, potongan/diskon harga, dan kesesuaian harga tiket masuk dengan fasilitas yang diberikan. Berdasarkan hasil jawaban responden, harga mampu memengaruhi kepuasan pengunjung. Hal ini dibuktikan dengan kebanyakan

responden menyatakan harga tiket masuk Museum Angkut kurang cukup terjangkau. Kebanyakan responden juga menyatakan potongan/diskon harga di Museum Angkut kurang cukup besar. Namun disamping itu, kebanyakan responden menyatakan jika harga tiket masuk Museum Angkut sesuai dengan fasilitas yang diberikan.

Berdasarkan penjabaran di atas, harga tiket masuk yang ada di Museum Angkut kurang cukup terjangkau, potongan/diskon harga kurang cukup besar namun harga tiket masuk sudah sesuai dengan fasilitas yang diberikan sehingga kepuasan pengunjung tidak sepenuhnya tercapai. Penelitian ini menunjukkan harga tiket masuk berkorelasi negatif terhadap kepuasan pengunjung Museum Angkut yang berarti jika harga tiket masuk mengalami peningkatan maka kepuasan pengunjung akan mengalami penurunan. Namun jika harga tiket masuk mengalami penurunan maka sebaliknya kepuasan pengunjung akan meningkat.

2. Pengaruh Fasilitas Wisata (X_1) dan Harga Tiket Masuk (X_2) terhadap Kepuasan Pengunjung (Y) secara Bersama-sama

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan diketahui pula bahwa variabel Fasilitas Wisata dan Harga Tiket Masuk berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap Kepuasan Pengunjung. Hasan (2015:371) menyebutkan dua dari kelima faktor pembentuk kepuasan yaitu fasilitas dan harga. Untuk memenuhi kepuasan pelaku usaha harus memahami kebutuhan pengunjung yaitu fasilitas wisata dan harga tiket masuk. Yang dibutuhkan

pengunjung adalah fasilitas yang lengkap dengan kondisi baik dan di sisi harga yaitu yang terjangkau namun berkualitas.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Rahman (2013) yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Persepsi Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen Pemancingan Ngrembel Asri Gunung Pati Semarang. Dalam penelitian Rahman (2013) ditemukan bahwa variabel kualitas pelayanan, fasilitas, persepsi harga dan lokasi mampu memengaruhi kepuasan konsumen secara parsial ataupun simultan. Hal ini mendukung penelitian penulis dimana fasilitas dan harga memengaruhi kepuasan konsumen secara bersama-sama.

Selain Rahman penelitian ini juga didukung oleh penelitian Sulistiyana (2015) yang berjudul Pengaruh Fasilitas Wisata dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen di Museum Satwa. Hasil penelitian Sulistiyana (2015) menunjukkan bahwa fasilitas wisata berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan secara parsial ataupun simultan. Hal ini mendukung penelitian penulis dimana fasilitas wisata dan harga memengaruhi kepuasan wisatawan secara bersama-sama. Tidak hanya Sulistiyana dan Rahman, penelitian ini juga didukung oleh penelitian Layaalin (2017) meneliti tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pelanggan Top 40 *Family* Karaoke Yogyakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, harga, fasilitas secara simultan dan parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dimana

mendukung penelitian peneliti bahwa harga dan fasilitas memengaruhi kepuasan pelanggan secara bersama-sama.

Besarnya pengaruh variabel bebas dengan variabel terikat dapat diketahui dari nilai *R Square*. Berdasarkan hasil analisis data didapatkan nilai *R Square* yaitu sebesar 0,421 yang artinya bahwa 42,1% variabel Kepuasan Pengunjung akan dipengaruhi oleh variabel bebasnya, yaitu Fasilitas Wisata dan Harga Tiket Masuk, sementara sisanya sebesar 57,9% varibel Kepuasan Pengunjung akan dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Penelitian ini menunjukkan fasilitas wisata dan harga tiket masuk berkorelasi positif terhadap kepuasan pengunjung Museum Angkut sehingga jika fasilitas wisata dan harga tiket masuk mengalami peningkatan maka kepuasan pengunjung juga akan meningkat. Namun jika fasilitas wisata dan harga tiket masuk mengalami penurunan maka kepuasan pengunjung juga akan mengalami penurunan.

3. Variabel yang memiliki pengaruh paling besar

Berdasarkan hasil penelitian, dapat ditarik kesimpulan bahwa Fasilitas Wisata dan Harga Tiket Masuk berpengaruh terhadap Kepuasan Pengunjung. Dari hasil perhitungan dapat diketahui bahwa variabel yang paling mendominasi dalam memengaruhi kepuasan pengunjung adalah harga tiket masuk. Hal tersebut dikarenakan variabel harga tiket masuk memiliki nilai koefisien beta 0,470 dan t_{hitung} 6,143 dimana ini merupakan yang paling besar. Hal tersebut dikarenakan kebanyakan responden menyatakan harga tiket masuk Museum Angkut kurang cukup terjangkau

dan potongan/diskon harga di Museum Angkut juga kurang cukup besar namun harga tiket masuk telah sesuai dengan fasilitas yang diberikan dimana terbukti dengan kebanyakan responden menyatakan fasilitas wisata Museum Angkut yang diberikan sudah baik dan beragam.

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Pengaruh secara bersama-sama tiap variabel bebas yaitu Fasilitas Wisata (X_1) dan Harga Tiket Masuk (X_2) terhadap Kepuasan Pengunjung (Y) dilakukan dengan uji F. Hasil analisis regresi linear berganda diperoleh variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap Kepuasan Pengunjung. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa pengujian terhadap hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh secara bersama-sama variabel bebas terhadap variabel Kepuasan Pengunjung dapat diterima.
2. Berdasarkan hasil dari uji t, semua variabel bebas yang terdiri dari Fasilitas Wisata (X_1) dan Harga Tiket Masuk (X_2) terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung (Y). Hal ini dapat dibuktikan dengan melihat nilai signifikan dan t hitung kedua variabel. Dengan demikian hipotesis pertama dan kedua dari penelitian ini dapat dibuktikan kebenarannya.
3. Berdasarkan pada hasil uji t didapatkan bahwa variabel Harga Tiket Masuk (X_2) mempunyai nilai t hitung dan koefisien B yang paling besar. Sehingga variabel harga tiket masuk memiliki pengaruh yang

paling besar dibandingkan dengan variabel fasilitas wisata, maka variabel harga tiket masuk memiliki pengaruh yang paling besar terhadap kepuasan pengunjung.

B. Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian, saran yang dapat diberikan oleh perusahaan dan peneliti berikutnya adalah:

1. Fasilitas wisata pada Museum Angkut secara umum sudah baik, yang sekiranya perlu dilakukan oleh pihak pengelola untuk mempertahankan serta meningkatkan kualitas fasilitas yang tersedia dengan cara restoran-restoran di dalem Museum Angkut bersertifikat halal sehingga dapat memenuhi kebutuhan pengunjung.
2. Hasil pengujian menunjukkan adanya pengaruh dominan dari harga tiket masuk, sehingga penelitian ini dapat dijadikan suatu bentuk informasi bagi manajemen Museum Angkut Kota Batu dalam menetapkan harga tiket masuk agar lebih terjangkau serta lebih sering mengadakan diskon/potongan harga tiket masuk pada saat *peak season* sehingga jumlah pengunjung bertambah dan kepuasan pengunjung meningkat.
3. Mengingat variabel bebas dalam penelitian ini merupakan hal yang sangat penting dalam memengaruhi kepuasan pengunjung diharapkan hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai acuan peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan variabel lain seperti daya tarik wisata.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU REFERENSI

Achmadi, Abu dan Narbuko Cholid. 2007. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.

_____. 2013. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.

Agung, Iskandar. 2012. Panduan Penelitian Tindakan Kelas Bagi Guru. Jakarta: Bestari Buana Murni.

Arikunto, S. 2006. *Metodelogi penelitian.* Yogyakarta: Bina Aksara.

_____. 2013. *Prosedur Penelitian*: Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipata.

Arjana. 2015. *Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*. Jakarta: Rajawali Pers.

Basu Swastha, dan Irawan. 2003. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta, Penerbit : Liberty Yogyakarta.

Basu Swasta dan Hani Handoko. 2010. *Manajemen Pemasaran: Analisa dan Perilaku Konsumen*. BPFE. Yogyakarta.

Bungin, Burhan. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Prenadamedia.

Burton, Christine and Carol Scott"Museums. Challenges for the 21st century", dalam Museum Management and Marketing.London dan New York: Routledge, 2007.

Davis, Peter "Places, 'cultural touchstones' and the eco museum", dalam Gerard Corsane (ed.), Heritage, Museums and Galleries. London dan New York: Routledge, 2005.

Ghozali, Imam. 2005. Aplikasi *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

_____. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Ketujuh. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gitosudarmo, Indriyo. 2007. *Manajemen Pemasaran (Edisi 2)*. Yogyakarta: BPFE.

Hasan, Ali. 2015. *Tourism Marketing, Center for Academic Publishing Service*. Yogyakarta.

Hooper-Greenhill, Eileen "Communication in Theory and Practice", dalam Eileen Hooper-Greenhill (ed.),The Educational Role of the Museum. London: Routledge, 1994.

Ismayanti. 2010. *Pengantar Pariwisata*. Jakarta: Grasindo.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

_____. 2010. *Principles of Marketing, thirteen edition.* New Jersey: Prentice-Hall, Inc.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Indeks.

_____. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.

Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Dua. Jakarta: Salemba Empat.

Lupiyoadi R. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa (Praktik dan Teori)*. Jakarta: PT. Salemba Empat.

Mardalis. 2008. *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Profosal.* Jakarta : PT. Bumi Aksara.

Marzuki. 2005, Metodologi *Riset Panduan Penelitian Bidang Bisnis dan Sosial*, Edisi Kedua, Ekosiana, Yogyakarta.

Muljadi, A. J. dan Warman Andri. 2014. *Kepariwisataan dan Perjalanan.* Jakarta : Rajawali Pers.

Oliver, Richard L. 2008. *Satisfaction, A behaviour Perspective on The Customer*. New York: Mc Graw-Hill. Companies Inc.

Pitana, I Gede, dan I Ketut Surya Diarta. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta : Andi.

Putu, Anak Agung. 2012. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Malang: UB Press.

Rahman, Arif. 2010. *Strategi Dahsyat Marketing Mix for Small Business Cara Jitu Merontokan Pesaing*. Cetakan Pertama Jakarta : Trans Media Pustaka.

Sardin. 2014. *Konsep Populasi dan Sampling serta Perthitungan Varians*. Surabaya: Tanpa Penerbit.

Sarwono, Jonathan. 2006. *Metode Penelitian kuantitatif dan kualitatif*. Yogyakarta : Graha Ilmu.

Sekaran, Uma dan Roger Bougie. 2017a. *Metode Penelitian untuk Bisnis.* Terjemahan oleh Kwan Men Yon. Edisi 6. Buku 1. Jakarta : Salemba Empat

Spillane, J. J. 1994. *Pariwisata Indonesia Siasat Ekonomi dan Rekayasa Kebudayaan*. Kanisius: Yogyakarta.

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.

Supranto, Johannes. 2016a. *Statistik: Teori dan Aplikasi*. Edisi Kedelapan. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Suryadana, M. Liga dan Vanny Octavia. 2015. *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Alfabeta.

Suryani, Enung. 2000. *Matematika untuk SMU*. Jakarta: Erlangga.

Suwantoro, Gamal. 2002. Dasar-Dasar Pariwisata. Yogyakarta: Penerbit Andi.

_____. 2004. *Dasar-dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, Fandy. 2006. *Pemasaran Jasa*. Malang : Bayu Media.

Tjiptono, Fandy dkk. 2008. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta : ANDI Yogyakarta.

van Mensch, Peter"Towards museums for a new century", dalam Museums, space and power. ICOFOM Study Series 22 (Athens 1993).

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

Yoeti, Oka A. 1985. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Angkasa: Bandung.

_____. 2002. *Perencanaan Strategi Pemasaran Daerah Tujuan Wisata*. Jakarta. PT. Pradaya Pramita.

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

_____. 2008. *Ekonomi Pariwisata: Introduksi, Informasi, dan Aplikasi*. Jakarta: Kompas.

Zuriah, Nurul. 2007. *Metodologi Sosial dan Pendidikan.* Jakarta : Bumi Aksara.

JURNAL/HASIL PENELITIAN

Andari, Clara Lintang Sistiyo. 2017. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pengunjung". Skripsi Tidak Diterbitkan. Fakultas Ekonomi. Universitas Sanata Dharma: Yogyakarta.

Aprilia, Eka Rosyidah. 2017. "Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Fasilitas Layanan terhadap Kepuasan Wisatawan di Pantai Balekambang Kabupaten Malang". Skripsi. Tidak Diterbitkan. Fakultas Ilmu Administrasi. Universitas Brawijaya: Malang.

Bachtiar. 2011. Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Mahasiswa dalam Memilih Politeknik Sawunggalih Aji Purworejo. Dinamika Sosial Ekonomi Vol 7 No.1.

Layaalin, Yineu Nur. 2017. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan". Skripsi Tidak Diterbitkan. Fakultas Ekonomi. Unversitas Negeri Yogyakarta: Yogyakarta.

Prasetio, Ari. 2012. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan, *Management Analysis Journal Universitas Negeri Semarang*. 1 (4) : 1 12.

Rahman, Diandaris Nurhandika. 2013. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Persepsi Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen". Skripsi Tidak Diterbitkan. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Semarang: Semarang.

Redita, Rizky. 2017. "Pengaruh *Destination Image* dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Wisatawan di Museum Angkut Kota Batu". Skripsi. Tidak Diterbitkan. Fakultas Ilmu Administrasi. Universitas Brawijaya: Malang

Sitanggang, Christina Rimbun. 2018. "Analisis Kegiatan Promosi Pariwisata di Cafe Sawah Desa Wisata Pujonkidul". Skripsi. Tidak Diterbitkan. Fakultas Ilmu Administrasi. Universitas Brawijaya: Malang

Sulistiyana, Rezki Teguh. 2015. "Pengaruh Fasilitas Wisata dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen". Skripsi. Tidak Diterbitkan. Fakultas Ilmu Administrasi. Universitas Brawijaya: Malang.

INTERNET

Badan Pusat Statistik Kota Batu 2018. (diakses di batukota.bps.go.id. Diakses pada 12-11-2018).

Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur 2018. *Statistik Pariwisata Provinsi Jawa Timur 2017*. (diakses di www.bps.go.id. Diakses pada 12-11-2018).

Elshinta.com 2018. (diakses di https://www.elshinta.com/. Diakses pada 10-11-2018).

Irawan, H. 2003. *Indonesian Customer Satisfaction : Membedah Strategi Kepuasan Pelanggan Merek Pemenang ICSA*. Jakarta : Alex Media Komputindo (diakses melalui Google eBooks http://goo.gl/nnf5qG pada tanggal 11 November 2018).

Museum Angkut. (Diakses di jtp.id/museumangkut. Diakses pada 12-11-2018).

Undang – Undang Nomor 10 Tahun 2009. “Undang-Undang Republik Indonesia No 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan”. (Diakses pada tanggal 16 Oktober 2018 dari http://peraturan.go.id/uu/nomor-10-tahun-2009.html).

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Lampiran 1. Perhitungan Sampel

Berdasarkan rumus Machin dan Champbell dalam Sardin (2014:20), perhitungan sampel dari penelitian ini yaitu:

Z1 - α = Z1 - 0,5 = Z0,90 = 1,96

Z1 - β = Z1 - 0,5 = Z0,90 = 1,96

1. Iterasi tahap pertama

$$UP = \frac{1}{2}\, In\, \left(\frac{1+p}{1-p}\right)$$

$$UP = \frac{1}{2}\, In\, \left(\frac{1+0,35}{1-0,35}\right)$$

$$UP = \frac{1}{2}\, In\, \left(\frac{1,35}{0,65}\right)$$

$$UP = \frac{1}{2}\, In\, (2,0769)$$

$$UP = 0,3654$$

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

$$= \frac{(1,96+1,96)^2}{(0,3654)^2} + 3$$

$$= \frac{15,3664}{0,1335} + 3$$

$$= 115,1041 + 3$$

$$n = 118,1041$$

$$n = 118$$

2. Iterasi tahap kedua

$$U^2 p = \frac{1}{2}\, In\, \left(\frac{1+p}{1-p}\right) + \frac{p}{2(n-1)}$$

$$U^2 p = \frac{1}{2} In\, \left(\frac{1+0,35}{1-0,35}\right) + \frac{0,35}{2(118,1041-1)}$$

$$U^2p = 0{,}3654 + 0{,}0014$$

$$U^2p = 0{,}3668$$

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

$$= \frac{(1{,}96 + 1{,}96)^2}{(0{,}3668)^2} + 3$$

$$= \frac{15{,}3664}{0{,}1346} + 3$$

$$= 114{,}1634 + 3$$

$$n = 117{,}1634$$

$$n = 118$$

3. Iterasi tahap ketiga

$$U^3p = \frac{1}{2} In \left(\frac{1+p}{1-p}\right) + \frac{p}{2(n-1)}$$

$$U^3p = \frac{1}{2} In \left(\frac{1+0{,}35}{1-0{,}35}\right) + \frac{0{,}35}{2(117{,}1634-1)}$$

$$U^3p = 0{,}3654 + 0{,}0015$$

$$U^3p = 0{,}3669$$

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

$$= \frac{1{,}96 + 1{,}96}{(0{,}36693)^2} + 3$$

$$= \frac{15{,}3664}{0{,}1346} + 3$$

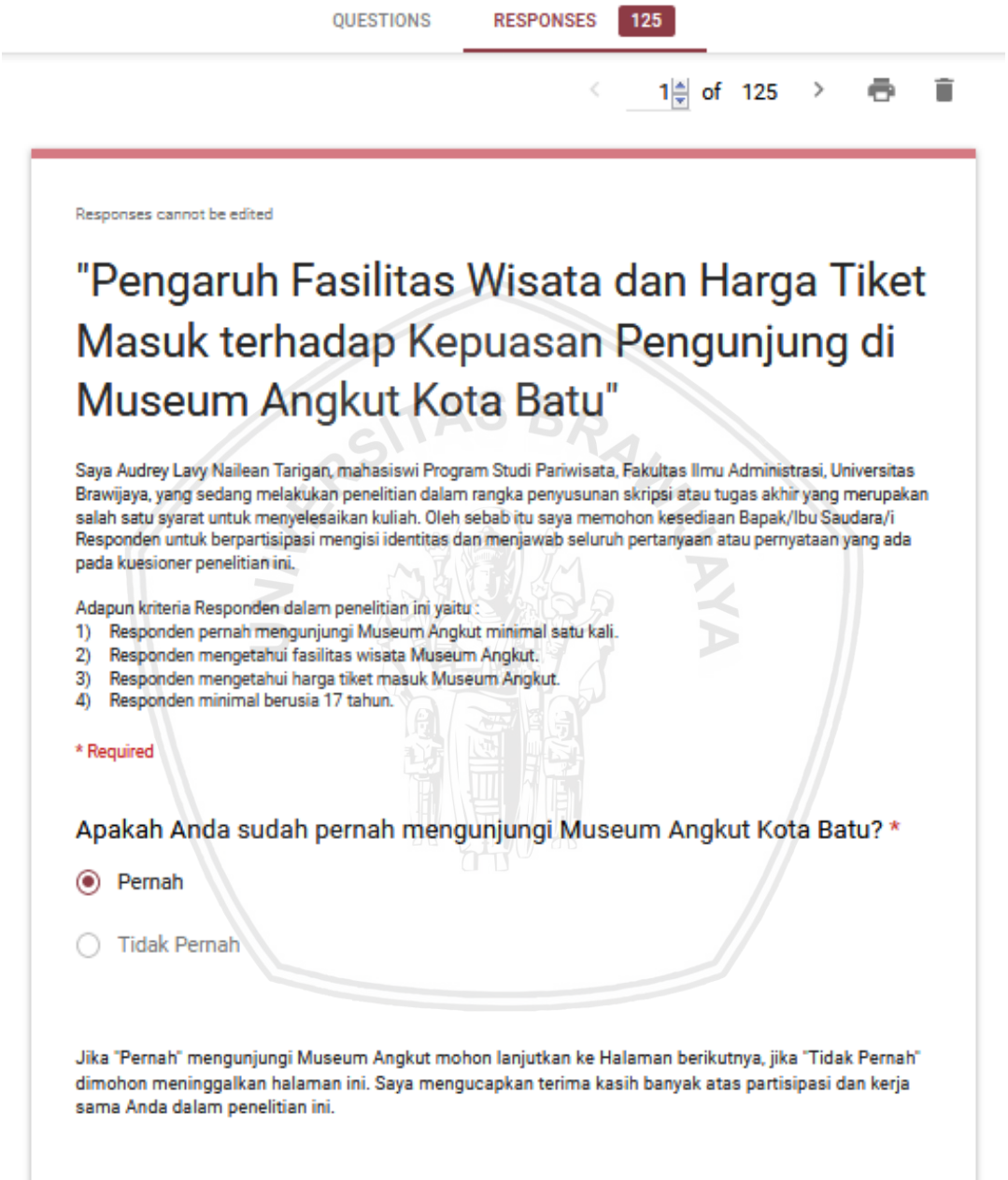
$$n = 114{,}1634 + 3$$

$$n = 117{,}1634$$

$$n = 118$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, jumlah sampel yang diteliti pada penelitian ini sebanyak 118 orang.

Lampiran 2. Kuesioner Penelitian



QUESTIONS RESPONSES 125

1 of 125

Responses cannot be edited

"Pengaruh Fasilitas Wisata dan Harga Tiket Masuk terhadap Kepuasan Pengunjung di Museum Angkut Kota Batu"

Saya Audrey Lavy Nailean Tarigan, mahasiswi Program Studi Pariwisata, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya, yang sedang melakukan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi atau tugas akhir yang merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan kuliah. Oleh sebab itu saya memohon kesediaan Bapak/Ibu Saudara/i Responden untuk berpartisipasi mengisi identitas dan menjawab seluruh pertanyaan atau pernyataan yang ada pada kuesioner penelitian ini.

Adapun kriteria Responden dalam penelitian ini yaitu :
1) Responden pernah mengunjungi Museum Angkut minimal satu kali.
2) Responden mengetahui fasilitas wisata Museum Angkut.
3) Responden mengetahui harga tiket masuk Museum Angkut.
4) Responden minimal berusia 17 tahun.

* Required

Apakah Anda sudah pernah mengunjungi Museum Angkut Kota Batu? *

- (•) Pernah
- ( ) Tidak Pernah

Jika "Pernah" mengunjungi Museum Angkut mohon lanjutkan ke Halaman berikutnya, jika "Tidak Pernah" dimohon meninggalkan halaman ini. Saya mengucapkan terima kasih banyak atas partisipasi dan kerja sama Anda dalam penelitian ini.

LEMBAR KUESIONER

A. IDENTITAS RESPONDEN

Bagian (A) ini diisi sesuai dengan identitas Bapak/Ibu/Saudara/i sebagai responden pada kuesioner penelitian ini dengan benar

Tidak diperkenankan menggunakan inisial

Nama Responden *

Wica amalia

Alamat Email *

wicaamalia@gmail.com

Daerah Asal Responden *

Makassar

Usia Responden *

21

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Pendapatan Perbulan/Uang saku bagi pelajar *

750.000

Jenis Kelamin *

- ○ Laki-Laki
- ◉ Perempuan

Status *

- ○ Pegawai
- ○ Wiraswasta
- ◉ Pelajar/Mahasiswa/i
- ○ PNS/POLRI/TNI
- ○ Lainnya

(Sebutkan jika memilih "Lainnya")

Berapa kali Anda mengunjungi Museum Angkut Kota Batu? *

- ○ 1 kali mengunjungi Museum Angkut
- ○ 2 kali mengunjungi Museum Angkut

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Berapa kali Anda mengunjungi Museum Angkut Kota Batu? *

- (●) 1 kali mengunjungi Museum Angkut
- ( ) 2 kali mengunjungi Museum Angkut
- ( ) 3 kali mengunjungi Museum Angkut
- ( ) >3 kali mengunjungi Museum Angkut

Bersama siapa Anda mengunjungi Museum Angkut Kota Batu? *

- ( ) Sendiri
- (●) Keluarga
- ( ) Teman/Rekan
- ( ) Lain-lain

LEMBAR KUESIONER

B. TANGGAPAN RESPONDEN

Bagian (B) ini yang akan diisi sesuai dengan tanggapan/penilaian dari Bapak/Ibu/Saudara/i yang sudah pernah mengunjungi Museum Angkut Kota Batu.
Pilihlah salah satu jawaban yang Bapak/Ibu Saudara/i paling anggap sesuai keadaan yang dirasakan dengan meng-klik pada kolom yang sudah disediakan.

KETERANGAN JAWABAN
SANGAT SETUJU : 5
SETUJU : 4
RAGU-RAGU : 3
TIDAK SETUJU : 2
SANGAT TIDAK SETUJU : 1

1. Faktor Fasilitas Wisata (X1)

Terdiri dari Restaurants, Bar and Cafes; Other Facilities; Retail Outlets; Other Services; Fasilitas Pendukung

1) Restaurants, Bar and Cafes

Saya merasa tempat makan di Museum Angkut menawarkan menu yang beragam (Siomay Batavia, Old Chicago Snack Bar, Cafe de Paris, dan CFC) *

- ○ Sangat Setuju
- ◉ Setuju
- ○ Ragu-Ragu
- ○ Tidak Setuju
- ○ Sangat Tidak Setuju

Saya merasa desain interior tempat makan di Museum Angkut unik (Siomay Batavia, Old Chicago Snack Bar, Cafe de Paris, dan CFC) *

- ○ Sangat Setuju
- ○ Setuju
- ◉ Ragu-Ragu
- ○ Tidak Setuju
- ○ Sangat Tidak Setuju

Saya merasa tempat makan di Museum Angkut bersih (Siomay Batavia, Old Chicago Snack Bar, Cafe de Paris, dan CFC) *

- ○ Sangat Setuju
- ◉ Setuju

Saya merasa tempat makan di Museum Angkut bersih (Siomay Batavia, Old Chicago Snack Bar, Cafe de Paris, dan CFC) *

- ○ Sangat Setuju
- ◉ Setuju
- ○ Ragu-Ragu
- ○ Tidak Setuju
- ○ Sangat Tidak Setuju

2) Other Facilities

Saya merasa Museum Angkut meyediakan fasilitas yang unik (Pasar Apung Nusantara) *

- ○ Sangat Setuju
- ◉ Setuju
- ○ Ragu-Ragu
- ○ Tidak Setuju
- ○ Sangat Tidak Setuju

Saya merasa Museum Angkut meyediakan fasilitas yang beragam (jajanan tradisional dan berkeliling dengan kanau memutari seluruh Pasar Apung Nusantara) *

- ○ Sangat Setuju
- ◉ Setuju
- ○ Ragu-Ragu
- ○ Tidak Setuju
- ○ Sangat Tidak Setuju

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

3) Retail Outlets

Saya merasa senang Museum Angkut menyediakan toko souvenir *

- ○ Sangat Setuju
- ◉ Setuju
- ○ Ragu-Ragu
- ○ Tidak Setuju
- ○ Sangat Tidak Setuju

Saya merasa toko souvenir yang disediakan Museum Angkut menawarkan beragam produk souvenir yang saya inginkan *

- ○ Sangat Setuju
- ○ Setuju
- ○ Ragu-Ragu
- ◉ Tidak Setuju
- ○ Sangat Tidak Setuju

4) Other Services

Menurut saya Information Center (pusat informasi) yang disediakan Museum Angkut sangat membantu saya untuk mendapatkan informasi yang saya butuhkan *

- ○ Sangat Setuju
- ○ Setuju
- ◉ Ragu-Ragu
- ○ Tidak Setuju
- ○ Sangat Tidak Setuju

Menurut saya Paket Foto yang ditawarkan Museum Angkut murah dan hasil fotonya bagus *

- ○ Sangat Setuju
- ○ Setuju
- ○ Ragu-Ragu
- ○ Tidak Setuju
- ◉ Sangat Tidak Setuju

5) Fasilitas Pendukung

Menurut saya Museum Angkut memiliki ketersediaan fasilitas pendukung yang saya butuhkan (toilet, Wi-Fi, kursi roda, lift & elevator, ATM Center, Charging Station, mushola, Smoking Area, lahan parkir, dan loker penitipan barang) *

- ◉ Sangat Setuju
- ○ Setuju
- ○ Ragu-Ragu
- ○ Tidak Setuju
- ○ Sangat Tidak Setuju

Menurut saya fasilitas pendukung yang disediakan Museum Angkut beroperasi dengan baik (toilet, Wi-Fi, kursi roda, lift & elevator, ATM Center, charging station, mushola, smoking area, lahan parkir, loker penitipan barang) *

- ○ Sangat Setuju
- ◉ Setuju
- ○ Ragu-Ragu
- ○ Tidak Setuju
- ○ Sangat Tidak Setuju

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

2. Faktor Harga Tiket Masuk (X2)

Menurut saya harga tiket masuk Museum Angkut terjangkau *

- ○ Sangat Setuju
- ○ Setuju
- ◉ Ragu-Ragu
- ○ Tidak Setuju
- ○ Sangat Tidak Setuju

Menurut saya pemberian potongan/diskon harga tiket masuk di Museum Angkut cukup besar *

- ○ Sangat Setuju
- ○ Setuju
- ○ Ragu-Ragu
- ◉ Tidak Setuju
- ○ Sangat Tidak Setuju

Menurut saya harga tiket masuk Museum Angkut sesuai dengan fasilitas yang diberikan *

- ○ Sangat Setuju
- ○ Setuju
- ◉ Ragu-Ragu
- ○ Tidak Setuju
- ○ Sangat Tidak Setuju

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

3. Faktor Kepuasan Pengunjung (Y)

Saya bersedia mengunjungi kembali Museum Angkut *

- ○ Sangat Setuju
- ○ Setuju
- ◉ Ragu-Ragu
- ○ Tidak Setuju
- ○ Sangat Tidak Setuju

Menurut saya kualitas jasa yang ditawarkan Museum Angkut sesuai dengan harapan saya *

- ○ Sangat Setuju
- ○ Setuju
- ◉ Ragu-Ragu
- ○ Tidak Setuju
- ○ Sangat Tidak Setuju

Saya bersedia mereferensikan Museum Angkut kepada kerabat *

- ○ Sangat Setuju
- ◉ Setuju
- ○ Ragu-Ragu
- ○ Tidak Setuju
- ○ Sangat Tidak Setuju

Saya mengucapkan terima kasih banyak atas partisipasi dan kerja sama Anda dalam penelitian ini.

Submitted 2/8/19, 7:15 AM

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

repository.ub.ac.id

Lampiran 3. Gambaran Karakteristik Responden

No.	Nama	Alamat Email	Daerah Asal	Usia	Pendapatan Perbulan/Sang Saku	Jenis Kelamin	Status	Berapa kali mengunjungi Museum Angkut?	Bersama siapa mengunjungi Museum Angkut?
1	Wica Amalia	wicaamalia@gmail.com	Makassar	21	750,000	P	Pelajar/Mahasiswa/i	3 kali	Keluarga
2	Seftya Henggar	prawiraseftyahenggar@gmail.com	Jakarta	22	3,000,000	L	Pelajar/Mahasiswa/i	1 kali	Teman/Rekan
3	Yola	amandafabiola2330@yahoo.com	Jakarta	19	1,800,000	P	Pelajar/Mahasiswa/i	1 kali	Keluarga
4	Sherly Priscilla	Sherlypriscilla17@gmail.com	Malang	20	500,000	P	Pelajar/Mahasiswa/i	1 kali	Keluarga
5	Franciskus Xaverius Yoga	yogapratomo19@gmail.com	Jakarta	20	1,500,000	L	Pelajar/Mahasiswa/i	1 kali	Keluarga
6	Windy	windycarmelia91@gmail.com	Makassar	19	750,000	P	Pelajar/Mahasiswa/i	1 kali	Keluarga
7	Gladys Swantika Taungke	gladysswantikataungke@yahoo.com	Bandung	20	1,500,000	P	Pelajar/Mahasiswa/i	2 kali	Lain-lain
8	Al Fawwaz Ramadhani	ralfawwaz@gmail.com	Jakarta	20	1,000,000	L	Pelajar/Mahasiswa/i	2 kali	Keluarga
9	Avisa Radhila	avsrdhl.mysosmed@gmail.com	Malang	21	400,000	P	Lain-lain (Guru Les Private)	1 kali	Teman/Rekan
10	Fadhilla Dwi Lestari	Fadhilladwil@gmail.com	Surabaya	21	1,000,000	P	Pelajar/Mahasiswa/i	2 kali	Keluarga
11	Avianada	Avianada804@gmail.com	Mojokerto	19	800,000	P	Pelajar/Mahasiswa/i	2 kali	Keluarga
12	Niken	nikenpramithanc@gmail.com	Malang	21	<1,000,000	P	Pelajar/Mahasiswa/i	3 kali	Lain-lain
13	Rachel Aprilliya	Rachel.aprilly@gmail.com	Malang	22	1,000,000	P	Pelajar/Mahasiswa/i	3 kali	Teman/Rekan
14	Aryatama	Aryatama19@ymail.com	Medan	20	1,500,000	L	Pelajar/Mahasiswa/i	2 kali	Keluarga
15	Mikael Labdhawega	labda888@gmail.com	Batu	19	500,000	L	Pelajar/Mahasiswa/i	2 kali	Keluarga

repository.ub.ac.id

Lanjutan Lampiran 3

16	Gibran	gibranfadh@gmail.com	Jakarta	20	2,000,000	L	Pelajar/Mahasiswa/i	1 kali	Teman/Rekan
17	Sari Ramadhani C.	Sariramadhanu76@yahoo.com	Jakarta	21	2,500,000	P	Pelajar/Mahasiswa/i	3 kali	Keluarga
18	Safira Desyanna	safiradesyanna@gmail.com	Bekasi	20	2,000,000	P	Pelajar/Mahasiswa/i	1 kali	Keluarga
19	Mutiara Agustiyar Ilhami	mutiaraagustiyar@gmail.com	Sidoarjo	22	800,000	P	Pelajar/Mahasiswa/i	2 kali	Keluarga
20	Githa Nurhady Dzulqin A.	Nanokozo@gmail.com	Yogyakarta	22	1,500,000	L	Pelajar/Mahasiswa/i	>3 kali	Lain-lain
21	Rahayuning Rizkita Joeda	rahayuningrizkitajoeda@yahoo.co.id	Kediri	21	1,000,000	P	Pelajar/Mahasiswa/i	1 kali	Keluarga
22	Nuris	Nuriss.nr@gmail.com	Madura	22	2,000,000	P	Pelajar/Mahasiswa/i	>3 kali	Keluarga
23	Vita	dianrinovita@gmail.com	Jakarta	23	1,000,000	P	Pelajar/Mahasiswa/i	3 kali	Keluarga
24	Wildan	wildanyusuf@hotmail.com	Tangerang Selatan	21	1,500,000	L	Pelajar/Mahasiswa/i	2 kali	Keluarga
25	Loed Devina Abigail	loedevinabigail@gmail.com	Jakarta	21	3,000,000	P	Pelajar/Mahasiswa/i	2 kali	Lain-lain
26	Citra	rcitran@gmail.com	Tangerang Selatan	22	2,500,000	P	Pelajar/Mahasiswa/i	1 kali	Keluarga
27	Ariyuda Jeremy	j.ariyuda@gmail.com	Bekasi	22	2,000,000	L	Pelajar/Mahasiswa/i	2 kali	Keluarga
28	Regina	reginaclarabellf@gmail.com	Malang	22	<2,500,000	P	Pelajar/Mahasiswa/i	3 kali	Lain-lain
29	Sarah	Sarahaprillia01@gmail.com	Jakarta	21	2,000,000	P	Pelajar/Mahasiswa/i	3 kali	Teman/Rekan
30	Dwiamanta	dwiamanta24@yahoo.co.id	Jakarta	18	1,000,000	P	Pelajar/Mahasiswa/i	1 kali	Keluarga
31	Fairuz Jilan	fjilanrama@gmail.com	Surabaya	19	1,600,000	P	Pelajar/Mahasiswa/i	1 kali	Keluarga
32	Rifqi	Rifqiaryasandhi@gmail.com	Jakarta	23	2,000,000	L	Pelajar/Mahasiswa/i	1 kali	Keluarga
33	Nanda Wilza	wilza0908@gmail.com	Malang	22	750,000	P	Pelajar/Mahasiswa/i	1 kali	Keluarga
34	Ilham	ilhamaditya12@gmail.com	Malang	22	800,000	L	Pelajar/Mahasiswa/i	1 kali	Teman/Rekan
35	Afra Haifa Pratisia	afrahaifa23@gmail.com	Malang	19	<1,000,000	P	Pelajar/Mahasiswa/i	1 kali	Keluarga

Lanjutan Lampiran 3

36	Putri Dwi Rahayu	Putri0304rahayu@gmail.com	Pati	21	1,500,000	P	Pelajar/Mahasiswa/i	1 kali	Keluarga
37	Dhifa Apriliana	Dhifaapriliana@gmail.com	Tangerang Selatan	18	2,000,000	P	Pelajar/Mahasiswa/i	2 kali	Keluarga
38	Afar	mudzafar.6@gmail.com	Jakarta	21	1,500,000	L	Pelajar/Mahasiswa/i	2 kali	Keluarga
39	Putri Ranima S A	putriranimasa@gmail.com	Batu	21	500,000	P	Pelajar/Mahasiswa/i	1 kali	Keluarga
40	Hanifa	hanifa.gita@gmail.com	Bontang	21	1,500,000	P	Pelajar/Mahasiswa/i	1 kali	Teman/Rekan
41	Amalia	Amalialiem66@gmail.com	Madiun	22	2,000,000	P	Pelajar/Mahasiswa/i	1 kali	Keluarga
42	Izhar	real.zar.ibrahim@gmail.com	Majalengka	21	>1,000,000	L	Pelajar/Mahasiswa/i	1 kali	Keluarga
43	Muhammad Hasanuddin	acanchan99@gmail.com	Bandung	23	200,000	L	Pelajar/Mahasiswa/i	>3 kali	Teman/Rekan
44	Tri Novita	trinovita31@gmail.com	Batu	21	500,000	P	Pelajar/Mahasiswa/i	>3 kali	Sendiri
45	Veronicha Kinanti	veronicakinanti@gmail.com	Jakarta	18	2,000,000	P	Pelajar/Mahasiswa/i	1 kali	Keluarga
46	Tata	eunikeart.hll@gmail.com	Pekanbaru	19	2,500,000	P	Pelajar/Mahasiswa/i	1 kali	Keluarga
47	Aprilia Imanningtyas	apriliaimanningtyas@gmail.com	Magetan	19	2,000,000	P	Pelajar/Mahasiswa/i	2 kali	Lain-lain
48	Ella	ellasilviadewi93@gmail.com	Lamongan	19	1,500,000	P	Pelajar/Mahasiswa/i	1 kali	Teman/Rekan
49	Hartati Vidiana	jdianata@gmail.com	Jakarta	21	>1,000,000	P	Pelajar/Mahasiswa/i	1 kali	Keluarga
50	Bilqis	bilqis.anjanaa@gmail.com	Malang	21	400,000	P	Pelajar/Mahasiswa/i	1 kali	Keluarga
51	Maykel Ricardo Sitepu	maykelricardo97@gmail.com	Jakarta	22	1,500,000	L	Pelajar/Mahasiswa/i	2 kali	Keluarga
52	Golda	Golda.novrizaaa@gmail.com	Jakarta	22	1,000,000	P	Pelajar/Mahasiswa/i	2 kali	Teman/Rekan
53	Iin	Katharinasarman@gmail.com	Kupang	21	1,500,000	P	Pelajar/Mahasiswa/i	1 kali	Teman/Rekan
54	Pinkan	pinkantobing1@gmail.com	Malang	21	500,000	P	Pelajar/Mahasiswa/i	3 kali	Keluarga

repository.ub.ac.id

repository.ub.ac.id

Lanjutan Lampiran 3

55	Habibatul Amiroh	habibatul.amiroh@gmail.com	Malang	21	400,000	P	Pelajar/Mahasiswa/i	2 kali	Teman/Rekan
56	Amir Hasan	amirhasanarrosyid1@gmail.com	Malang	23	1,500,000	L	Pelajar/Mahasiswa/i	1 kali	Teman/Rekan
57	Farhani Muliana	farhanimuliana12@gmail.com	Blitar	21	1,000,000	P	Pelajar/Mahasiswa/i	2 kali	Keluarga
58	Arfian Prambudi	arfianprambudi@gmail.com	Banyuwangi	22	1,000,000	L	Pelajar/Mahasiswa/i	1 kali	Teman/Rekan
59	Alfian Aldi	Alfianaldii53@gmail.com	Magelang	22	1,600,000	L	Pelajar/Mahasiswa/i	2 kali	Teman/Rekan
60	Tika	Kaprilyani@gmail.com	Jakarta	21	1,000,000	P	Pelajar/Mahasiswa/i	2 kali	Keluarga
61	Nu'man Mubarak	numan.mubarak95@gmail.com	Bojonegoro	24	1,000,000	L	Pelajar/Mahasiswa/i	2 kali	Teman/Rekan
62	Nadia Ananda Heraini	Nadiaheraini@gmail.com	Bogor	20	1,600,000	P	Pelajar/Mahasiswa/i	3 kali	Keluarga
63	Vallori Yossi	valloriy@gmail.com	Bogor	22	4,000,000	P	Pegawai	2 kali	Keluarga
64	Sinung Fatwa Wijaya	Sinungfatwawijaya@gmail.com	Depok	21	1,500,000	L	Pelajar/Mahasiswa/i	3 kali	Keluarga
65	Benedicta Ave	widhiave@gmail.com	Malang	20	300,000	P	Pelajar/Mahasiswa/i	1 kali	Keluarga
66	Muhammad Fauzan	fauzanfakh@student.ub.ac.id	Jakarta	21	1,000,000	L	Pelajar/Mahasiswa/i	2 kali	Keluarga
67	Azizah	azizahalaqsath@gmail.com	Solo	21	1,500,000	P	Pelajar/Mahasiswa/i	2 kali	Teman/Rekan
68	Megawati Hedanta	megawatihedanta@gmail.com	Ngawi	20	1,000,000	P	Pelajar/Mahasiswa/i	1 kali	Keluarga
69	Yufi	yufimaghfira@yahoo.co.id	Sidoarjo	21	1,000,000	P	Pelajar/Mahasiswa/i	1 kali	Keluarga
70	Septriana Bella	Septriana.bella@gmail.com	Tulungagung	23	800,000	P	Pelajar/Mahasiswa/i	1 kali	Teman/Rekan
71	Devita	Devitadev56@gmail.com	Probolinggo	21	1,000,000	P	Pelajar/Mahasiswa/i	2 kali	Teman/Rekan
72	Suti Barokah	Sb_siti_barokah@yahoo.com	Kebumen	24	1,200,000	P	Pelajar/Mahasiswa/i	1 kali	Keluarga
73	Carissa	cvaleriantambunan@yahoo.com	Bekasi	21	>1,000,000	P	Pelajar/Mahasiswa/i	2 kali	Teman/Rekan

Lanjutan Lampiran 3

74	Agum Gumelar	agumgumelar313@gmail.com	Surakarta	24	5,000,000	L	Wiraswasta	1 kali	Keluarga
75	Fidyah	Intanfidyah@gmail.com	Malang	19	500,000	P	Pelajar/Mahasiswa/i	1 kali	Teman/Rekan
76	Carine Adriana	carinadrianass@gmail.com	Jakarta	24	2,200,000	P	Pelajar/Mahasiswa/i	>3 kali	Teman/Rekan
77	Yanti	Yantilidyawt@gmail.com	Batam	22	1,500,000	P	Pelajar/Mahasiswa/i	2 kali	Teman/Rekan
78	Fenny	Fennyrestanti@gmail.com	Jawa Timur	22	1,000,000	P	Pelajar/Mahasiswa/i	1 kali	Keluarga
79	Wisnu	Wahanawisnurs@yahoo.co.id	Kediri	23	100,000	L	Pelajar/Mahasiswa/i	2 kali	Teman/Rekan
80	Ervan	Ervankausar@yahoo.com	Jakarta	20	1,700,000	L	Pelajar/Mahasiswa/i	2 kali	Teman/Rekan
81	Widitha Puteri	puteri.widitha@gmail.com	Kalimantan Selatan	20	1,500,000	P	Pelajar/Mahasiswa/i	2 kali	Keluarga
82	Meutea	meuteasaraswati24@gmail.com	Rembang	22	2,000,000	P	Pelajar/Mahasiswa/i	2 kali	Keluarga
83	Madadina	Madadinadina45@gmail.com	Kediri	21	1,500,000	P	Pelajar/Mahasiswa/i	1 kali	Keluarga
84	Annisa Nur Faida	Annisanurfaida@gmail.com	Jombang	20	1,000,000	P	Pelajar/Mahasiswa/i	1 kali	Teman/Rekan
85	Dian	-	Surakarta	23	1,000,000	P	Pelajar/Mahasiswa/i	>3 kali	Teman/Rekan
86	Nurul	nuruldesyaarfiyani@yahoo.com	Jakarta	22	1,000,000	P	Lain-lain	2 kali	Keluarga
87	Tia	tm.tania.minica@gmail.com	Malang	19	1,000,000	P	Pelajar/Mahasiswa/i	3 kali	Keluarga
88	Alfira RA	alfira@gmail.com	Cepu	20	800,000	P	Pelajar/Mahasiswa/i	1 kali	Keluarga
89	Ridho Yanuar Bayu	ridho_yanuar727@yahoo.co.id	Bekasi	19	1,500,000	L	Pelajar/Mahasiswa/i	1 kali	Keluarga
90	Rima	Raudhatulk28@gmail.com	Malang	22	600,000	P	Pelajar/Mahasiswa/i	3 kali	Teman/Rekan
91	Hanif Muhammad	hanifmhmmd245@gmail.com	Jakarta	20	2,000,000	L	Pelajar/Mahasiswa/i	1 kali	Keluarga
92	Dhiatri Nari Ratih R	dhiatrianing@gmail.com	Malang	18	600,000	P	Pelajar/Mahasiswa/i	3 kali	Teman/Rekan
93	Natasha	natashaannuri@yahoo.com	Malang	18	500,000	P	Pelajar/Mahasiswa/i	1 kali	Keluarga

repository.ub.ac.id

repository.ub.ac.id

Lanjutan Lampiran 3

94	Fidia	fidiahstksr@gmail.com	Pontianak	20	2,000,000	P	Pelajar/Mahasiswa/i	1 kali	Teman/Rekan
95	Alma Dea Calista	almadea98@gmail.com	Malang	20	400,000	P	Pelajar/Mahasiswa/i	3 kali	Teman/Rekan
96	Silviana	Silvianaibau2@gmail.com	Kalimantan Selatan	20	1,000,000	P	Pelajar/Mahasiswa/i	2 kali	Teman/Rekan
97	Fitri Cahyani	fitri.cahyani64@gmail.com	Salatiga	21	1,000,000	P	Pelajar/Mahasiswa/i	1 kali	Teman/Rekan
98	Niqita	Niqitashalza01@gmail.com	Magetan	19	1,000,000	P	Pelajar/Mahasiswa/i	1 kali	Keluarga
99	Nabila Rizkya Salma	-	Semarang	20	1,000,000	P	Pelajar/Mahasiswa/i	2 kali	Keluarga
100	Ivana	safitrivana@yahoo.co.id	Kediri	20	1,000,000	P	Pelajar/Mahasiswa/i	1 kali	Teman/Rekan
101	Hanif Annabil	Annabilhanif@yahoo.com	Bekasi	19	1,500,000	L	Pelajar/Mahasiswa/i	2 kali	Teman/Rekan
102	Vika	vikaanindya11@gmail.com	Magetan	21	1,000,000	P	Pelajar/Mahasiswa/i	1 kali	Keluarga
103	Fauzia Aldyzhar	faldyzhar@gmail.com	Magetan	20	1,000,000	L	Pelajar/Mahasiswa/i	2 kali	Teman/Rekan
104	Badi' Aushaf Luthfiyah	badiaush@gmail.com	Malang	22	500,000	P	Pelajar/Mahasiswa/i	2 kali	Teman/Rekan
105	Mira	-	Bekasi	21	1,500,000	P	Pelajar/Mahasiswa/i	1 kali	Teman/Rekan
106	Megawati Sulistio Putri	hemega3@gmail.com	Malang	19	600,000	P	Pelajar/Mahasiswa/i	1 kali	Teman/Rekan
107	Isti	istidawami@gmail.com	Bekasi	21	1,500,000	P	Pelajar/Mahasiswa/i	2 kali	Keluarga
108	Alya Chintami	achintami@icloud.com	Malang	19	600,000	P	Pelajar/Mahasiswa/i	3 kali	Keluarga
109	Chintara Diva P.	chintaradivap@gmail.com	Madiun	19	400,000	P	Pelajar/Mahasiswa/i	1 kali	Teman/Rekan
110	Pringetten Juniansen	juniansen@hotmail.com	Depok	56	8,000,000	L	Pegawai	2 kali	Keluarga
111	Priyotomo Nugroho	Priyotomonugroho@gmail.com	Bekasi	21	2,000,000	L	Pelajar/Mahasiswa/i	2 kali	Teman/Rekan
112	Auzan	auzanta@gmail.com	Denpasar	26	5,000,000	L	Wiraswasta	3 kali	Lain-lain
113	Indah	indah.nurmala15@yahoo.com	Bontang	24	2,500,000	P	Wiraswasta	>3 kali	Teman/Rekan

repository.ub.ac.id

Lanjutan Lampiran 3

114	Nilna	nilnanajiha@gmail.com	Purwokerto	21	1,000,000	P	Pelajar/Mahasiswa/i	3 kali	Teman/Rekan
115	Salma Kautsariva	kautsarivasalma@gmail.com	Malang	22	2,000,000	P	Pelajar/Mahasiswa/i	>3 kali	Teman/Rekan
116	Helmi Naufal	Helminaufal60@gmail.com	Malang	22	600,000	L	Pelajar/Mahasiswa/i	1 kali	Teman/Rekan
117	Mangara Silalahi	Mangarasilalahii@gmail.com	Sibolga	22	2,000,000	L	Pelajar/Mahasiswa/i	2 kali	Keluarga
118	Margaretha CP	margarethacputri@yahoo.co.id	Malang	23	700,000	P	Pelajar/Mahasiswa/i	2 kali	Keluarga

Distribusi Responden Berdasarkan Daerah Asal

	Frequency	Percent (%)
Makassar	2	1,7
Jakarta	22	18,6
Malang	25	21,2
Bandung	2	1,7
Surabaya	2	1,7
Mojokerto	1	,8
Medan	1	,8
Batu	3	2,5
Bekasi	8	6,8
Sidoarjo	2	1,7
Yogyakarta	1	,8
Kediri	4	3,4
Madura	1	,8
Tangerang Selatan	3	2,5
Pati	1	,8
Bontang	2	1,7
Madiun	2	1,7
Majalengka	1	,8
Pekanbaru	1	,8
Magetan	4	3,4
Lamongan	1	,8
Kupang	1	,8
Blitar	1	,8
Banyuwangi	1	,8
Magelang	1	,8
Bojonegoro	1	,8
Bogor	2	1,7
Depok	2	1,7
Solo	1	,8
Ngawi	1	,8
Tulungagung	1	,8
Probolinggo	1	,8
Kebumen	1	,8

Surakarta	2	1,7
Batam	1	,8
Jawa Timur	1	,8
Kalimantan Selatan	2	1,7
Rembang	1	,8
Jombang	1	,8
Cepu	1	,8
Pontianak	1	,8
Salatiga	1	,8
Semarang	1	,8
Denpasar	1	,8
Purwokerto	1	,8
Sibolga	1	,8
Total	118	100,0

Distribusi Responden Berdasarkan Usia

	Frequency	Percent (%)
17-21	78	66,1
22-26	39	33,1
52-56	1	,8
Total	118	100,0

Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan

	Frequency	Percent (%)
Rp 100.000 - Rp 1.087.500	60	50,8
Rp 1.087.500 - Rp 2.075.000	46	39,0
Rp 2.075.000 - Rp 3.062.500	8	6,8
Rp 3.062.500 - Rp 4.050.000	1	,8
Rp 4.050.000 - Rp 5.037.500	2	1,7
≥Rp 7.012.500	1	,8
Total	118	100,0

Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

	Frequency	Percent (%)
Laki-Laki	33	28,0
Perempuan	85	72,0
Total	118	100,0

Distribusi Responden Berdasarkan Status

	Frequency	Percent (%)
Pegawai	2	1,7
Pelajar/Mahasiswa/i	111	94,1
Wiraswasta	3	2,5
Lain-lain	2	1,7
Total	118	100,0

Distribusi Responden Berdasarkan Jumlah Berkunjung

	Frequency	Percent (%)
1 kali	52	44,1
2 kali	41	34,7
3 kali	17	14,4
>3 kali	8	6,8
Total	118	100,0

DIstribusi Responden Berdasarkan Bersama Siapa Berkunjung

	Frequency	Percent (%)
Sendiri	1	,8
Keluarga	65	55,1
Teman/Rekan	45	38,1
Lain-lain	7	5,9
Total	118	100,0

repository.ub.ac.id

Lampiran 4. Tabulasi Skor Jawaban Responden

No.	X 1. 1. 1	X 1. 1. 2	X 1. 1. 3	X1. 1	X 1. 2. 1	X 1. 2. 2	X1. 2	X 1. 3. 1	X 1. 3. 2	X1. 3	X 1. 4. 1	X 1. 4. 2	X1. 4	X 1. 5. 1	X 1. 5. 2	X1. 5	X1	X 2. 1	X 2. 2	X 2. 3	X2	Y 1	Y 2	Y 3	Y
1	4	3	4	11	4	4	8	4	2	6	3	1	4	5	4	9	38	3	2	3	8	3	3	4	10
2	4	4	4	12	5	5	10	4	5	9	4	4	8	5	5	10	49	3	3	3	9	3	4	4	11
3	4	4	2	10	5	5	10	4	4	8	3	2	5	4	4	8	41	4	4	4	12	4	4	4	12
4	3	5	4	12	5	5	10	4	4	8	5	4	9	5	5	10	49	5	5	5	15	4	4	5	13
5	4	4	4	12	5	4	9	4	4	8	4	3	7	4	4	8	44	3	3	4	10	3	4	4	11
6	4	5	4	13	5	4	9	4	4	8	4	3	7	4	4	8	45	4	3	5	12	5	4	5	14
7	5	5	3	13	4	5	9	5	3	8	4	4	8	5	5	10	48	4	3	4	11	3	4	4	11
8	4	4	5	13	4	4	8	4	3	7	4	2	6	4	4	8	42	3	3	4	10	4	4	4	12
9	3	4	4	11	4	3	7	3	2	5	4	2	6	3	4	7	36	3	4	4	11	3	3	3	9
10	3	4	4	11	5	5	10	5	3	8	4	3	7	5	4	9	45	4	4	5	13	5	4	3	12
11	4	4	4	12	5	5	10	4	4	8	4	3	7	4	4	8	45	4	3	4	11	4	4	4	12
12	3	3	3	9	4	4	8	4	2	6	4	2	6	3	3	6	35	4	2	3	9	4	3	4	11
13	3	2	3	8	4	3	7	4	2	6	3	3	6	3	3	6	33	2	3	3	8	3	3	3	9
14	3	4	3	10	4	4	8	4	4	8	5	4	9	5	5	10	45	4	4	4	12	4	4	4	12
15	4	3	4	11	5	4	9	4	3	7	4	3	7	4	5	9	43	3	3	4	10	3	4	5	12
16	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8	4	4	8	4	4	8	44	2	3	4	9	4	4	4	12
17	5	5	4	14	5	5	10	5	3	8	5	3	8	5	5	10	50	5	3	5	13	5	5	5	15
18	4	4	4	12	5	4	9	3	2	5	4	3	7	5	4	9	42	3	4	4	11	3	4	4	11
19	4	5	4	13	5	5	10	5	5	10	5	3	8	4	3	7	48	5	3	5	13	5	5	5	15
20	4	5	5	14	5	4	9	4	4	8	4	4	8	4	4	8	47	4	4	4	12	5	5	5	15
21	3	4	4	11	4	4	8	4	4	8	3	3	6	3	3	6	39	4	2	4	10	4	4	4	12
22	4	3	4	11	4	4	8	4	4	8	4	2	6	4	4	8	41	4	4	4	12	3	3	4	10

repository.ub.ac.id

Lanjutan Lampiran 4

23	4	4	4	12	5	3	8	4	3	7	4	2	6	4	4	8	41	4	2	4	10	3	4	5	12
24	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8	4	3	7	4	4	8	43	3	3	4	10	5	5	5	15
25	4	4	3	11	4	4	8	4	3	7	3	3	6	4	3	7	39	4	4	4	12	2	4	4	10
26	4	3	3	10	4	4	8	2	2	4	3	3	6	4	4	8	36	4	3	4	11	2	4	4	10
27	3	4	4	11	4	4	8	3	3	6	4	3	7	4	5	9	41	3	3	3	9	2	3	3	8
28	4	4	4	12	5	4	9	4	4	8	4	3	7	4	4	8	44	4	4	4	12	4	4	4	12
29	4	5	5	14	5	5	10	4	5	9	4	4	8	4	4	8	49	4	3	4	11	5	4	5	14
30	4	4	4	12	4	4	8	4	3	7	4	3	7	3	4	7	41	4	4	4	12	4	3	4	11
31	4	5	4	13	4	4	8	4	3	7	3	3	6	4	3	7	41	3	3	3	9	4	4	4	12
32	4	4	4	12	5	4	9	4	4	8	4	4	8	4	3	7	44	2	3	3	8	3	4	4	11
33	3	4	4	11	4	4	8	4	4	8	4	3	7	4	4	8	42	4	3	4	11	4	4	4	12
34	2	3	3	8	5	4	9	4	3	7	4	3	7	4	3	7	38	2	3	2	7	3	3	5	11
35	3	3	4	10	4	3	7	4	3	7	4	3	7	4	4	8	39	4	3	4	11	3	3	4	10
36	5	4	4	13	5	5	10	4	4	8	5	4	9	4	3	7	47	4	4	4	12	5	5	5	15
37	3	5	4	12	5	4	9	3	3	6	3	2	5	3	3	6	38	3	3	3	9	3	3	4	10
38	4	5	5	14	5	4	9	4	4	8	4	4	8	4	4	8	47	4	4	4	12	5	4	5	14
39	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8	3	2	5	4	4	8	41	2	3	4	9	2	3	4	9
40	4	2	4	10	4	4	8	4	3	7	4	3	7	2	2	4	36	1	2	1	4	2	3	4	9
41	4	4	4	12	4	4	8	4	3	7	4	4	8	4	4	8	43	4	3	4	11	4	4	4	12
42	4	5	4	13	5	5	10	4	4	8	4	4	8	4	4	8	47	4	3	4	11	4	3	4	11
43	5	5	5	15	4	5	9	4	4	8	3	4	7	5	5	10	49	5	4	4	13	5	4	4	13
44	5	5	4	14	5	4	9	4	4	8	4	2	6	5	4	9	46	3	2	4	9	3	4	4	11
45	4	4	4	12	5	4	9	4	4	8	5	3	8	5	5	10	47	3	4	4	11	3	4	4	11
46	4	4	4	12	5	5	10	4	3	7	4	3	7	5	4	9	45	4	3	4	11	5	4	5	14
47	5	5	5	15	5	5	10	4	3	7	5	4	9	4	4	8	49	3	3	4	10	4	4	4	12

repository.ub.ac.id

Lanjutan Lampiran 4

48	4	4	4	12	5	5	10	4	4	8	4	4	8	4	4	8	46	4	4	4	12	4	4	4	12
49	4	2	4	10	5	3	8	3	4	7	4	3	7	4	4	8	40	4	3	4	11	4	4	4	12
50	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8	4	4	8	4	4	8	44	4	4	4	12	4	4	4	12
51	5	5	5	15	5	5	10	5	4	9	5	2	7	2	4	6	47	2	2	2	6	4	4	4	12
52	3	3	4	10	4	4	8	3	3	6	3	3	6	4	4	8	38	4	3	4	11	3	4	4	11
53	3	3	3	9	4	4	8	3	3	6	4	2	6	3	3	6	35	2	3	3	8	3	4	4	11
54	4	4	3	11	4	4	8	4	4	8	4	3	7	4	4	8	42	4	3	4	11	4	4	4	12
55	4	4	4	12	5	4	9	4	3	7	4	3	7	4	4	8	43	3	4	3	10	3	4	3	10
56	5	4	4	13	5	5	10	5	4	9	4	3	7	4	4	8	47	4	3	4	11	5	4	5	14
57	2	4	4	10	5	4	9	2	2	4	4	3	7	4	3	7	37	4	2	4	10	4	3	4	11
58	4	4	3	11	4	4	8	4	3	7	5	3	8	4	4	8	42	3	3	3	9	3	4	4	11
59	3	2	4	9	5	5	10	4	3	7	4	3	7	4	4	8	41	3	3	4	10	4	4	4	12
60	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8	4	3	7	4	4	8	43	3	3	3	9	4	4	4	12
61	5	5	5	15	1	5	6	5	1	6	5	1	6	5	1	6	39	1	1	5	7	5	5	5	15
62	4	4	4	12	5	5	10	3	3	6	2	4	6	5	4	9	43	4	5	4	13	4	4	4	12
63	4	5	4	13	4	4	8	4	4	8	4	3	7	4	4	8	44	2	2	3	7	3	4	4	11
64	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8	4	4	8	4	4	8	44	4	4	4	12	4	4	4	12
65	4	4	3	11	5	5	10	5	5	10	5	3	8	3	5	8	47	3	4	5	12	5	5	5	15
66	4	4	4	12	4	4	8	3	3	6	3	2	5	4	4	8	39	3	2	4	9	3	4	4	11
67	4	2	3	9	3	4	7	4	4	8	3	2	5	4	2	6	35	3	3	3	9	2	3	3	8
68	4	5	4	13	5	5	10	5	5	10	5	3	8	4	5	9	50	2	3	3	8	4	4	4	12
69	4	4	3	11	4	4	8	4	3	7	4	2	6	4	4	8	40	2	2	3	7	3	3	3	9
70	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8	4	4	8	4	4	8	44	4	3	4	11	4	4	4	12
71	4	4	3	11	5	4	9	4	4	8	4	3	7	3	3	6	41	4	4	5	13	5	4	4	13
72	5	5	5	15	5	5	10	5	4	9	4	4	8	4	4	8	50	3	3	3	9	3	3	3	9

repository.ub.ac.id

Lanjutan Lampiran 4

73	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8	4	3	7	4	4	8	43	4	3	4	11	4	4	4	12
74	5	4	4	13	4	5	9	5	4	9	3	4	7	4	4	8	46	3	2	4	9	4	4	4	12
75	5	5	5	15	5	5	10	5	4	9	4	4	8	5	5	10	52	3	3	4	10	4	5	4	13
76	4	5	4	13	4	4	8	4	3	7	4	3	7	4	4	8	43	4	4	4	12	5	5	5	15
77	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8	4	3	7	4	4	8	43	3	3	4	10	4	4	4	12
78	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8	4	2	6	4	4	8	42	3	2	4	9	2	2	2	6
79	5	2	1	8	1	1	2	2	1	3	1	1	2	1	1	2	17	1	3	2	6	3	3	3	9
80	4	4	4	12	5	5	10	5	4	9	4	3	7	4	3	7	45	4	3	4	11	5	4	5	14
81	4	3	3	10	4	4	8	5	4	9	4	2	6	4	3	7	40	3	3	4	10	4	4	4	12
82	4	4	4	12	5	4	9	4	4	8	4	4	8	4	4	8	45	4	3	4	11	4	4	4	12
83	4	4	3	11	4	4	8	4	4	8	4	3	7	4	4	8	42	4	4	4	12	4	4	4	12
84	4	4	4	12	5	5	10	4	4	8	4	3	7	4	4	8	45	2	3	3	8	3	4	3	10
85	4	4	4	12	4	5	9	2	2	4	5	3	8	5	5	10	43	5	4	5	14	5	5	5	15
86	3	4	4	11	5	5	10	4	4	8	3	3	6	4	4	8	43	2	3	4	9	3	3	5	11
87	4	4	3	11	4	5	9	4	3	7	4	2	6	4	4	8	41	3	4	4	11	5	4	4	13
88	4	4	3	11	5	5	10	5	5	10	4	3	7	4	5	9	47	4	4	5	13	5	5	5	15
89	3	4	3	10	4	4	8	3	3	6	4	3	7	4	4	8	39	3	3	4	10	4	4	4	12
90	4	4	4	12	4	4	8	4	3	7	4	3	7	4	4	8	42	3	3	3	9	3	3	3	9
91	4	4	4	12	5	5	10	4	4	8	4	4	8	4	4	8	46	4	4	4	12	4	4	4	12
92	4	4	3	11	4	3	7	4	3	7	4	3	7	4	4	8	40	4	3	4	11	3	3	3	9
93	4	5	3	12	4	4	8	4	3	7	4	2	6	3	3	6	39	1	3	2	6	2	3	4	9
94	3	5	3	11	4	4	8	4	3	7	3	3	6	3	3	6	38	1	2	2	5	2	2	3	7
95	3	3	3	9	4	4	8	4	3	7	4	3	7	3	3	6	37	3	3	4	10	3	4	4	11
96	3	4	3	10	3	3	6	4	4	8	4	3	7	5	3	8	39	2	3	3	8	3	3	3	9
97	5	5	3	13	5	4	9	4	3	7	4	3	7	3	3	6	42	2	3	4	9	4	4	5	13

repository.ub.ac.id

Lanjutan Lampiran 4

98	4	4	3	11	5	4	9	3	3	6	3	3	6	4	3	7	39	4	3	4	11	4	4	4	12
99	4	4	4	12	5	4	9	3	2	5	4	3	7	4	3	7	40	3	3	4	10	4	4	4	12
100	3	4	4	11	4	4	8	4	3	7	4	3	7	3	3	6	39	4	3	4	11	3	3	4	10
101	4	2	4	10	4	4	8	4	3	7	4	3	7	4	3	7	39	4	4	4	12	4	3	4	11
102	4	4	4	12	4	4	8	4	3	7	4	3	7	4	3	7	41	2	3	3	8	3	3	4	10
103	4	3	3	10	4	4	8	4	4	8	4	4	8	4	3	7	41	3	3	4	10	4	4	4	12
104	3	4	3	10	4	4	8	4	2	6	3	3	6	3	3	6	36	2	3	3	8	3	2	3	8
105	5	5	5	15	4	4	8	5	5	10	3	3	6	4	4	8	47	3	2	4	9	2	4	4	10
106	4	4	3	11	5	4	9	4	4	8	3	1	4	2	2	4	36	1	2	2	5	3	3	3	9
107	4	4	3	11	4	4	8	3	3	6	3	3	6	3	2	5	36	4	3	2	9	3	3	3	9
108	5	5	5	15	5	5	10	4	4	8	4	3	7	5	4	9	49	4	3	4	11	4	4	5	13
109	4	3	3	10	4	4	8	5	5	10	4	3	7	3	3	6	41	4	5	2	11	3	3	4	10
110	5	5	4	14	4	5	9	4	4	8	5	3	8	4	4	8	47	4	3	4	11	3	5	5	13
111	3	4	4	11	4	3	7	4	4	8	4	3	7	4	4	8	41	3	3	4	10	4	4	4	12
112	3	3	4	10	5	5	10	4	3	7	5	2	7	3	4	7	41	2	4	3	9	3	4	4	11
113	4	4	4	12	3	3	6	2	2	4	5	3	8	5	4	9	39	4	4	5	13	4	4	5	13
114	4	5	5	14	4	5	9	4	3	7	3	2	5	3	3	6	41	4	4	5	13	4	4	5	13
115	4	4	4	12	4	4	8	4	4	8	4	3	7	4	4	8	43	2	3	3	8	3	2	2	7
116	3	4	5	12	2	3	5	3	4	7	3	4	7	3	4	7	38	3	4	4	11	4	3	4	11
117	4	3	4	11	4	5	9	5	3	8	4	1	5	5	2	7	40	3	1	2	6	1	2	2	5
118	4	4	4	12	3	4	7	4	3	7	4	2	6	5	5	10	42	4	3	4	11	4	3	4	11

Lampiran 5. Frekuensi Jawaban Responden

Statistics

		X1.1.1	X1.1.2	X1.1.3	X1.2.1	X1.2.2	X1.3.1	X1.3.2
N	Valid	118	118	118	118	118	118	118
	Missing	0	0	0	0	0	0	0

Statistics

		X1.4.1	X1.4.2	X1.5.1	X1.5.2	X2.1	X2.2	X2.3
N	Valid	118	118	118	118	118	118	118
	Missing	0	0	0	0	0	0	0

Statistics

		Y1	Y2	Y3
N	Valid	118	118	118
	Missing	0	0	0

X1.1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	2	1,7	1,7	1,7
	3,00	24	20,3	20,3	22,0
	4,00	75	63,6	63,6	85,6
	5,00	17	14,4	14,4	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

X1.1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	7	5,9	5,9	5,9
	3,00	15	12,7	12,7	18,6
	4,00	68	57,6	57,6	76,3
	5,00	28	23,7	23,7	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

X1.1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	,8	,8	,8
	2,00	1	,8	,8	1,7
	3,00	31	26,3	26,3	28,0
	4,00	71	60,2	60,2	88,1
	5,00	14	11,9	11,9	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

X1.2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	2	1,7	1,7	1,7
	2,00	1	,8	,8	2,5
	3,00	4	3,4	3,4	5,9
	4,00	61	51,7	51,7	57,6
	5,00	50	42,4	42,4	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

X1.2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	,8	,8	,8
	3,00	10	8,5	8,5	9,3
	4,00	70	59,3	59,3	68,6
	5,00	37	31,4	31,4	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

X1.3.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	5	4,2	4,2	4,2
	3,00	14	11,9	11,9	16,1
	4,00	81	68,6	68,6	84,7
	5,00	18	15,3	15,3	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

X1.3.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	2	1,7	1,7	1,7
	2,00	11	9,3	9,3	11,0
	3,00	43	36,4	36,4	47,5
	4,00	54	45,8	45,8	93,2
	5,00	8	6,8	6,8	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

X1.4.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	,8	,8	,8
	2,00	1	,8	,8	1,7
	3,00	23	19,5	19,5	21,2
	4,00	77	65,3	65,3	86,4
	5,00	16	13,6	13,6	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

X1.4.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	5	4,2	4,2	4,2
	2,00	21	17,8	17,8	22,0
	3,00	66	55,9	55,9	78,0
	4,00	26	22,0	22,0	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

X1.5.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	,8	,8	,8
	2,00	3	2,5	2,5	3,4
	3,00	20	16,9	16,9	20,3
	4,00	73	61,9	61,9	82,2
	5,00	21	17,8	17,8	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

X1.5.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	2	1,7	1,7	1,7
	2,00	5	4,2	4,2	5,9
	3,00	29	24,6	24,6	30,5
	4,00	67	56,8	56,8	87,3
	5,00	15	12,7	12,7	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

X2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	6	5,1	5,1	5,1
	2,00	18	15,3	15,3	20,3
	3,00	37	31,4	31,4	51,7
	4,00	52	44,1	44,1	95,8
	5,00	5	4,2	4,2	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	2	1,7	1,7	1,7
	2,00	16	13,6	13,6	15,3
	3,00	66	55,9	55,9	71,2
	4,00	31	26,3	26,3	97,5
	5,00	3	2,5	2,5	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	,8	,8	,8
	2,00	9	7,6	7,6	8,5
	3,00	24	20,3	20,3	28,8
	4,00	72	61,0	61,0	89,8
	5,00	12	10,2	10,2	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

Y1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	,8	,8	,8
	2,00	10	8,5	8,5	9,3
	3,00	40	33,9	33,9	43,2
	4,00	47	39,8	39,8	83,1
	5,00	20	16,9	16,9	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

Y2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	5	4,2	4,2	4,2
	3,00	31	26,3	26,3	30,5
	4,00	70	59,3	59,3	89,8
	5,00	12	10,2	10,2	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

Y3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	3	2,5	2,5	2,5
	3,00	17	14,4	14,4	16,9
	4,00	72	61,0	61,0	78,0
	5,00	26	22,0	22,0	100,0
	Total	118	100,0	100,0	

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

repository.ub.ac.id

Lampiran 6. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Fasilitas Wisata (X_1)

Correlations

Correlations

		X.1.1.1	X1.1.2	X1.1.3	X1.2.1	X1.2.2	X1.3.1	X1.3.2	X1.4.1	X1.4.2	X1.5.1	X1.5.2	Fasilitas Wisata
X.1.1.1	Pearson Correlation	1	.341**	.215*	.010	.267**	.330**	.180	.079	.045	.152	.070	.404**
	Sig. (2-tailed)		.000	.019	.916	.003	.000	.051	.397	.630	.100	.449	.000
	N	118	118	118	118	118	118	118	118	118	118	118	118
X1.1.2	Pearson Correlation	.341**	1	.417**	.228*	.385**	.247**	.259**	.231*	.246**	.241**	.299**	.616**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.013	.000	.007	.005	.012	.007	.009	.001	.000
	N	118	118	118	118	118	118	118	118	118	118	118	118
X1.1.3	Pearson Correlation	.215*	.417**	1	.206*	.352**	.187*	.203*	.263**	.268**	.322**	.307**	.581**
	Sig. (2-tailed)	.019	.000		.025	.000	.042	.028	.004	.003	.000	.001	.000
	N	118	118	118	118	118	118	118	118	118	118	118	118
X1.2.1	Pearson Correlation	.010	.228*	.206*	1	.495**	.208*	.384**	.261**	.316**	.153	.373**	.579**
	Sig. (2-tailed)	.916	.013	.025		.000	.024	.000	.004	.000	.098	.000	.000
	N	118	118	118	118	118	118	118	118	118	118	118	118
X1.2.2	Pearson Correlation	.267**	.385**	.352**	.495**	1	.471**	.327**	.342**	.223*	.350**	.294**	.696**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.015	.000	.001	.000
	N	118	118	118	118	118	118	118	118	118	118	118	118

repository.ub.ac.id

X1.3.1	Pearson Correlation	.330**	.247**	.187*	.208*	.471**	1	.512**	.300**	.064	.117	.104	.543**
	Sig. (2-tailed)	.000	.007	.042	.024	.000		.000	.001	.493	.207	.260	.000
	N	118	118	118	118	118	118	118	118	118	118	118	118
X1.3.2	Pearson Correlation	.180	.259**	.203*	.384**	.327**	.512**	1	.198*	.389**	.096	.351**	.629**
	Sig. (2-tailed)	.051	.005	.028	.000	.000	.000		.031	.000	.299	.000	.000
	N	118	118	118	118	118	118	118	118	118	118	118	118
X1.4.1	Pearson Correlation	.079	.231*	.263**	.261**	.342**	.300**	.198*	1	.180	.308**	.357**	.543**
	Sig. (2-tailed)	.397	.012	.004	.004	.000	.001	.031		.051	.001	.000	.000
	N	118	118	118	118	118	118	118	118	118	118	118	118
X1.4.2	Pearson Correlation	.045	.246**	.268**	.316**	.223*	.064	.389**	.180	1	.260**	.408**	.551**
	Sig. (2-tailed)	.630	.007	.003	.000	.015	.493	.000	.051		.004	.000	.000
	N	118	118	118	118	118	118	118	118	118	118	118	118
X1.5.1	Pearson Correlation	.152	.241**	.322**	.153	.350**	.117	.096	.308**	.260**	1	.502**	.550**
	Sig. (2-tailed)	.100	.009	.000	.098	.000	.207	.299	.001	.004		.000	.000
	N	118	118	118	118	118	118	118	118	118	118	118	118
X1.5.2	Pearson Correlation	.070	.299**	.307**	.373**	.294**	.104	.351**	.357**	.408**	.502**	1	.657**
	Sig. (2-tailed)	.449	.001	.001	.000	.001	.260	.000	.000	.000	.000		.000
	N	118	118	118	118	118	118	118	118	118	118	118	118
Fasilitas Wisata	Pearson Correlation	.404**	.616**	.581**	.579**	.696**	.543**	.629**	.543**	.551**	.550**	.657**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	118	118	118	118	118	118	118	118	118	118	118	118

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

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

repository.ub.ac.id

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	118	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	118	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.801	11

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

repository.ub.ac.id

2. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Harga Tiket Masuk (X_2)

Correlations

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	Harga Tiket Masuk
X2.1	Pearson Correlation	1	.441**	.621**	.881**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	118	118	118	118
X2.2	Pearson Correlation	.441**	1	.334**	.712**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	118	118	118	118
X2.3	Pearson Correlation	.621**	.334**	1	.810**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	118	118	118	118
Harga Tiket Masuk	Pearson Correlation	.881**	.712**	.810**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	118	118	118	118

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

repository.ub.ac.id

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	118	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	118	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.725	3

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

repository.ub.ac.id

3. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kepuasan Penegunjung (Y)

Correlations

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Kepuasan Pengunjung
Y1	Pearson Correlation	1	.629**	.588**	.878**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	118	118	118	118
Y2	Pearson Correlation	.629**	1	.681**	.872**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	118	118	118	118
Y3	Pearson Correlation	.588**	.681**	1	.853**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	118	118	118	118
Kepuasan Pengunjung	Pearson Correlation	.878**	.872**	.853**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	118	118	118	118

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

repository.ub.ac.id

Reliability

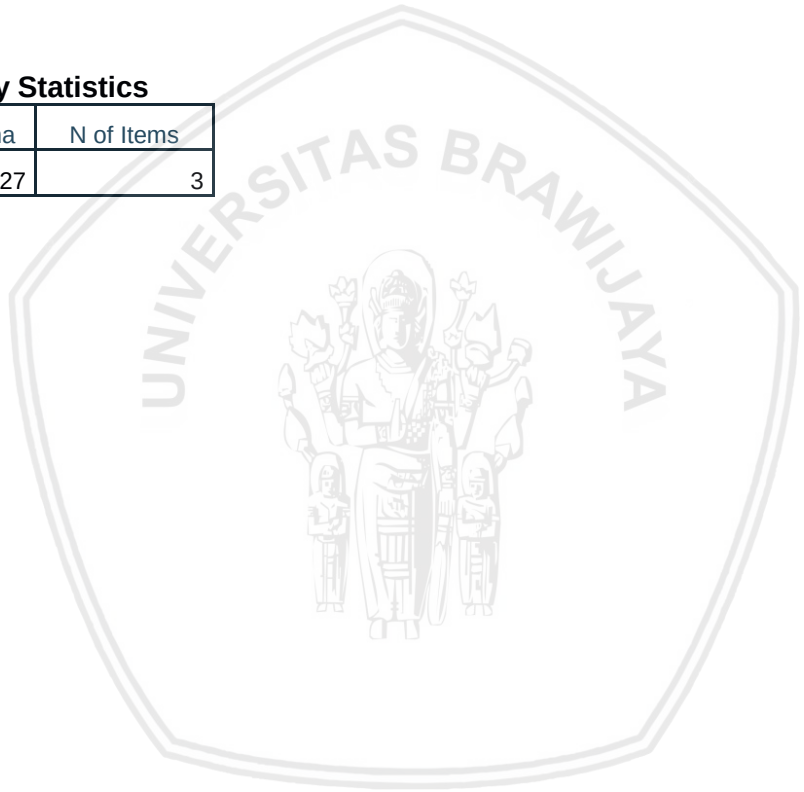
Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	118	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	118	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.827	3



Lampiran 7. Hasil Uji Asumsi Klasik

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		118
Normal Parameters[a,b]	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1,50053888
Most Extreme Differences	Absolute	,043
	Positive	,043
	Negative	-,043
Kolmogorov-Smirnov Z		,468
Asymp. Sig. (2-tailed)		,981

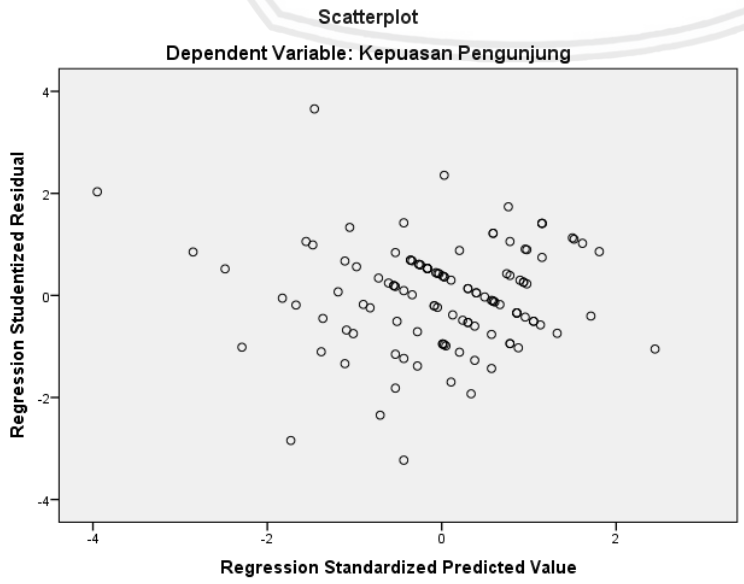
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Coefficients[a]

Model		Correlations			Collinearity Statistics	
		Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)					
	Fasilitas Wisata	,480	,327	,263	,837	1,195
	Harga Tiket Masuk	,593	,497	,436	,837	1,195

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung



Lampiran 8. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda, Uji F, Uji t, dan Koefisien Determinasi (R^2)

Variables Entered/Removed[a]

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Harga Tiket Masuk, Fasilitas Wisata[b]	.	Enter

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung

b. All requested variables entered.

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,649[a]	,421	,410	1,514

a. Predictors: (Constant), Harga Tiket Masuk, Fasilitas Wisata

b. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	191,213	2	95,607	41,736	,000[b]
	Residual	263,439	115	2,291		
	Total	454,653	117			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung

b. Predictors: (Constant), Harga Tiket Masuk, Fasilitas Wisata

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,449	1,309		1,107	,271
	Fasilitas Wisata	,123	,033	,288	3,708	,000
	Harga Tiket Masuk	,470	,076	,477	6,143	,000

Coefficient Correlations[a]

Model			Harga Tiket Masuk	Fasilitas Wisata
1	Correlations	Harga Tiket Masuk	1,000	-,404
		Fasilitas Wisata	-,404	1,000
	Covariances	Harga Tiket Masuk	,006	-,001
		Fasilitas Wisata	-,001	,001

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung

Residuals Statistics[a]

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	6,37	14,54	11,42	1,278	118
Std. Predicted Value	-3,950	2,445	,000	1,000	118
Standard Error of Predicted Value	,140	,780	,226	,084	118
Adjusted Predicted Value	5,41	14,64	11,41	1,314	118
Residual	-4,859	5,451	,000	1,501	118
Std. Residual	-3,210	3,602	,000	,991	118
Stud. Residual	-3,229	3,656	,002	1,008	118
Deleted Residual	-4,916	5,617	,007	1,555	118
Stud. Deleted Residual	-3,371	3,872	,002	1,025	118
Mahal. Distance	,005	30,050	1,983	3,160	118
Cook's Distance	,000	,497	,013	,049	118
Centered Leverage Value	,000	,257	,017	,027	118

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung

Lampiran 9. Tabel t dan Tabel F

Tabel t (Titik Persentase Distribusi untuk Probabilitas = 0,05)

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
							318.3088
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	4
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	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

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
121	0.67652	1.28859	1.65754	1.97976	2.35756	2.61707	3.15895
122	0.67651	1.28853	1.65744	1.97960	2.35730	2.61673	3.15838
123	0.67649	1.28847	1.65734	1.97944	2.35705	2.61639	3.15781
124	0.67647	1.28842	1.65723	1.97928	2.35680	2.61606	3.15726
125	0.67646	1.28836	1.65714	1.97912	2.35655	2.61573	3.15671
126	0.67644	1.28831	1.65704	1.97897	2.35631	2.61541	3.15617
127	0.67643	1.28825	1.65694	1.97882	2.35607	2.61510	3.15565
128	0.67641	1.28820	1.65685	1.97867	2.35583	2.61478	3.15512
129	0.67640	1.28815	1.65675	1.97852	2.35560	2.61448	3.15461
130	0.67638	1.28810	1.65666	1.97838	2.35537	2.61418	3.15411
131	0.67637	1.28805	1.65657	1.97824	2.35515	2.61388	3.15361
132	0.67635	1.28800	1.65648	1.97810	2.35493	2.61359	3.15312
133	0.67634	1.28795	1.65639	1.97796	2.35471	2.61330	3.15264
134	0.67633	1.28790	1.65630	1.97783	2.35450	2.61302	3.15217
135	0.67631	1.28785	1.65622	1.97769	2.35429	2.61274	3.15170
136	0.67630	1.28781	1.65613	1.97756	2.35408	2.61246	3.15124
137	0.67628	1.28776	1.65605	1.97743	2.35387	2.61219	3.15079
138	0.67627	1.28772	1.65597	1.97730	2.35367	2.61193	3.15034
139	0.67626	1.28767	1.65589	1.97718	2.35347	2.61166	3.14990
140	0.67625	1.28763	1.65581	1.97705	2.35328	2.61140	3.14947
141	0.67623	1.28758	1.65573	1.97693	2.35309	2.61115	3.14904
142	0.67622	1.28754	1.65566	1.97681	2.35289	2.61090	3.14862
143	0.67621	1.28750	1.65558	1.97669	2.35271	2.61065	3.14820
144	0.67620	1.28746	1.65550	1.97658	2.35252	2.61040	3.14779
145	0.67619	1.28742	1.65543	1.97646	2.35234	2.61016	3.14739
146	0.67617	1.28738	1.65536	1.97635	2.35216	2.60992	3.14699
147	0.67616	1.28734	1.65529	1.97623	2.35198	2.60969	3.14660
148	0.67615	1.28730	1.65521	1.97612	2.35181	2.60946	3.14621
149	0.67614	1.28726	1.65514	1.97601	2.35163	2.60923	3.14583
150	0.67613	1.28722	1.65508	1.97591	2.35146	2.60900	3.14545
151	0.67612	1.28718	1.65501	1.97580	2.35130	2.60878	3.14508
152	0.67611	1.28715	1.65494	1.97569	2.35113	2.60856	3.14471
153	0.67610	1.28711	1.65487	1.97559	2.35097	2.60834	3.14435
154	0.67609	1.28707	1.65481	1.97549	2.35081	2.60813	3.14400
155	0.67608	1.28704	1.65474	1.97539	2.35065	2.60792	3.14364
156	0.67607	1.28700	1.65468	1.97529	2.35049	2.60771	3.14330
157	0.67606	1.28697	1.65462	1.97519	2.35033	2.60751	3.14295
158	0.67605	1.28693	1.65455	1.97509	2.35018	2.60730	3.14261
159	0.67604	1.28690	1.65449	1.97500	2.35003	2.60710	3.14228
160	0.67603	1.28687	1.65443	1.97490	2.34988	2.60691	3.14195

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
161	0.67602	1.28683	1.65437	1.97481	2.34973	2.60671	3.14162
162	0.67601	1.28680	1.65431	1.97472	2.34959	2.60652	3.14130
163	0.67600	1.28677	1.65426	1.97462	2.34944	2.60633	3.14098
164	0.67599	1.28673	1.65420	1.97453	2.34930	2.60614	3.14067
165	0.67598	1.28670	1.65414	1.97445	2.34916	2.60595	3.14036
166	0.67597	1.28667	1.65408	1.97436	2.34902	2.60577	3.14005
167	0.67596	1.28664	1.65403	1.97427	2.34888	2.60559	3.13975
168	0.67595	1.28661	1.65397	1.97419	2.34875	2.60541	3.13945
169	0.67594	1.28658	1.65392	1.97410	2.34862	2.60523	3.13915
170	0.67594	1.28655	1.65387	1.97402	2.34848	2.60506	3.13886
171	0.67593	1.28652	1.65381	1.97393	2.34835	2.60489	3.13857
172	0.67592	1.28649	1.65376	1.97385	2.34822	2.60471	3.13829
173	0.67591	1.28646	1.65371	1.97377	2.34810	2.60455	3.13801
174	0.67590	1.28644	1.65366	1.97369	2.34797	2.60438	3.13773
175	0.67589	1.28641	1.65361	1.97361	2.34784	2.60421	3.13745
176	0.67589	1.28638	1.65356	1.97353	2.34772	2.60405	3.13718
177	0.67588	1.28635	1.65351	1.97346	2.34760	2.60389	3.13691
178	0.67587	1.28633	1.65346	1.97338	2.34748	2.60373	3.13665
179	0.67586	1.28630	1.65341	1.97331	2.34736	2.60357	3.13638
180	0.67586	1.28627	1.65336	1.97323	2.34724	2.60342	3.13612
181	0.67585	1.28625	1.65332	1.97316	2.34713	2.60326	3.13587
182	0.67584	1.28622	1.65327	1.97308	2.34701	2.60311	3.13561
183	0.67583	1.28619	1.65322	1.97301	2.34690	2.60296	3.13536
184	0.67583	1.28617	1.65318	1.97294	2.34678	2.60281	3.13511
185	0.67582	1.28614	1.65313	1.97287	2.34667	2.60267	3.13487
186	0.67581	1.28612	1.65309	1.97280	2.34656	2.60252	3.13463
187	0.67580	1.28610	1.65304	1.97273	2.34645	2.60238	3.13438
188	0.67580	1.28607	1.65300	1.97266	2.34635	2.60223	3.13415
189	0.67579	1.28605	1.65296	1.97260	2.34624	2.60209	3.13391
190	0.67578	1.28602	1.65291	1.97253	2.34613	2.60195	3.13368
191	0.67578	1.28600	1.65287	1.97246	2.34603	2.60181	3.13345
192	0.67577	1.28598	1.65283	1.97240	2.34593	2.60168	3.13322
193	0.67576	1.28595	1.65279	1.97233	2.34582	2.60154	3.13299
194	0.67576	1.28593	1.65275	1.97227	2.34572	2.60141	3.13277
195	0.67575	1.28591	1.65271	1.97220	2.34562	2.60128	3.13255
196	0.67574	1.28589	1.65267	1.97214	2.34552	2.60115	3.13233
197	0.67574	1.28586	1.65263	1.97208	2.34543	2.60102	3.13212
198	0.67573	1.28584	1.65259	1.97202	2.34533	2.60089	3.13190
199	0.67572	1.28582	1.65255	1.97196	2.34523	2.60076	3.13169
200	0.67572	1.28580	1.65251	1.97190	2.34514	2.60063	3.13148

Tabel F (Titik Persentase Distribusi untuk Probabilitas = 0,05)

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	7	**8**	**9**	**10**	**11**	**12**	**13**	**14**	**15**
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
	18.	19.	19.	19.	19.	19.	19.	19.	19.	19.	19.	19.	19.	19.	19.
2	51	00	16	25	30	33	35	37	38	40	40	41	42	42	43
	10.	9.5	9.2	9.1	9.0	8.9	8.8	8.8	8.8	8.7	8.7	8.7	8.7	8.7	8.7
3	13	5	8	2	1	4	9	5	1	9	6	4	3	1	0
	7.7	6.9	6.5	6.3	6.2	6.1	6.0	6.0	6.0	5.9	5.9	5.9	5.8	5.8	5.8
4	1	4	9	9	6	6	9	4	0	6	4	1	9	7	6
	6.6	5.7	5.4	5.1	5.0	4.9	4.8	4.8	4.7	4.7	4.7	4.6	4.6	4.6	4.6
5	1	9	1	9	5	5	8	2	7	4	0	8	6	4	2
	5.9	5.1	4.7	4.5	4.3	4.2	4.2	4.1	4.1	4.0	4.0	4.0	3.9	3.9	3.9
6	9	4	6	3	9	8	1	5	0	6	3	0	8	6	4
	5.5	4.7	4.3	4.1	3.9	3.8	3.7	3.7	3.6	3.6	3.6	3.5	3.5	3.5	3.5
7	9	4	5	2	7	7	9	3	8	4	0	7	5	3	1
	5.3	4.4	4.0	3.8	3.6	3.5	3.5	3.4	3.3	3.3	3.3	3.2	3.2	3.2	3.2
8	2	6	7	4	9	8	0	4	9	5	1	8	6	4	2
	5.1	4.2	3.8	3.6	3.4	3.3	3.2	3.2	3.1	3.1	3.1	3.0	3.0	3.0	3.0
9	2	6	6	3	8	7	9	3	8	4	0	7	5	3	1
	4.9	4.1	3.7	3.4	3.3	3.2	3.1	3.0	3.0	2.9	2.9	2.9	2.8	2.8	2.8
10	6	0	1	8	3	2	4	7	2	8	4	1	9	6	5
	4.8	3.9	3.5	3.3	3.2	3.0	3.0	2.9	2.9	2.8	2.8	2.7	2.7	2.7	2.7
11	4	8	9	6	0	9	1	5	0	5	2	9	6	4	2
	4.7	3.8	3.4	3.2	3.1	3.0	2.9	2.8	2.8	2.7	2.7	2.6	2.6	2.6	2.6
12	5	9	9	6	1	0	1	5	0	5	2	9	6	4	2
	4.6	3.8	3.4	3.1	3.0	2.9	2.8	2.7	2.7	2.6	2.6	2.6	2.5	2.5	2.5
13	7	1	1	8	3	2	3	7	1	7	3	0	8	5	3
	4.6	3.7	3.3	3.1	2.9	2.8	2.7	2.7	2.6	2.6	2.5	2.5	2.5	2.4	2.4
14	0	4	4	1	6	5	6	0	5	0	7	3	1	8	6
	4.5	3.6	3.2	3.0	2.9	2.7	2.7	2.6	2.5	2.5	2.5	2.4	2.4	2.4	2.4
15	4	8	9	6	0	9	1	4	9	4	1	8	5	2	0
	4.4	3.6	3.2	3.0	2.8	2.7	2.6	2.5	2.5	2.4	2.4	2.4	2.4	2.3	2.3
16	9	3	4	1	5	4	6	9	4	9	6	2	0	7	5
	4.4	3.5	3.2	2.9	2.8	2.7	2.6	2.5	2.4	2.4	2.4	2.3	2.3	2.3	2.3
17	5	9	0	6	1	0	1	5	9	5	1	8	5	3	1
	4.4	3.5	3.1	2.9	2.7	2.6	2.5	2.5	2.4	2.4	2.3	2.3	2.3	2.2	2.2
18	1	5	6	3	7	6	8	1	6	1	7	4	1	9	7
	4.3	3.5	3.1	2.9	2.7	2.6	2.5	2.4	2.4	2.3	2.3	2.3	2.2	2.2	2.2
19	8	2	3	0	4	3	4	8	2	8	4	1	8	6	3
	4.3	3.4	3.1	2.8	2.7	2.6	2.5	2.4	2.3	2.3	2.3	2.2	2.2	2.2	2.2
20	5	9	0	7	1	0	1	5	9	5	1	8	5	2	0
	4.3	3.4	3.0	2.8	2.6	2.5	2.4	2.4	2.3	2.3	2.2	2.2	2.2	2.2	2.1
21	2	7	7	4	8	7	9	2	7	2	8	5	2	0	8
	4.3	3.4	3.0	2.8	2.6	2.5	2.4	2.4	2.3	2.3	2.2	2.2	2.2	2.1	2.1
22	0	4	5	2	6	5	6	0	4	0	6	3	0	7	5
	4.2	3.4	3.0	2.8	2.6	2.5	2.4	2.3	2.3	2.2	2.2	2.2	2.1	2.1	2.1
23	8	2	3	0	4	3	4	7	2	7	4	0	8	5	3
	4.2	3.4	3.0	2.7	2.6	2.5	2.4	2.3	2.3	2.2	2.2	2.1	2.1	2.1	2.1
24	6	0	1	8	2	1	2	6	0	5	2	8	5	3	1
	4.2	3.3	2.9	2.7	2.6	2.4	2.4	2.3	2.2	2.2	2.2	2.1	2.1	2.1	2.0
25	4	9	9	6	0	9	0	4	8	4	0	6	4	1	9
	4.2	3.3	2.9	2.7	2.5	2.4	2.3	2.3	2.2	2.2	2.1	2.1	2.1	2.0	2.0
26	3	7	8	4	9	7	9	2	7	2	8	5	2	9	7
	4.2	3.3	2.9	2.7	2.5	2.4	2.3	2.3	2.2	2.2	2.1	2.1	2.1	2.0	2.0
27	1	5	6	3	7	6	7	1	5	0	7	3	0	8	6
	4.2	3.3	2.9	2.7	2.5	2.4	2.3	2.2	2.2	2.1	2.1	2.1	2.0	2.0	2.0
28	0	4	5	1	6	5	6	9	4	9	5	2	9	6	4
	4.1	3.3	2.9	2.7	2.5	2.4	2.3	2.2	2.2	2.1	2.1	2.1	2.0	2.0	2.0
29	8	3	3	0	5	3	5	8	2	8	4	0	8	5	3
	4.1	3.3	2.9	2.6	2.5	2.4	2.3	2.2	2.2	2.1	2.1	2.0	2.0	2.0	2.0
30	7	2	2	9	3	2	3	7	1	6	3	9	6	4	1
	4.1	3.3	2.9	2.6	2.5	2.4	2.3	2.2	2.2	2.1	2.1	2.0	2.0	2.0	2.0
31	6	0	1	8	2	1	2	5	0	5	1	8	5	3	0

	4.1	3.2	2.9	2.6	2.5	2.4	2.3	2.2	2.1	2.1	2.1	2.0	2.0	2.0	1.9
32	5	9	0	7	1	0	1	4	9	4	0	7	4	1	9
	4.1	3.2	2.8	2.6	2.5	2.3	2.3	2.2	2.1	2.1	2.0	2.0	2.0	2.0	1.9
33	4	8	9	6	0	9	0	3	8	3	9	6	3	0	8
	4.1	3.2	2.8	2.6	2.4	2.3	2.2	2.2	2.1	2.1	2.0	2.0	2.0	1.9	1.9
34	3	8	8	5	9	8	9	3	7	2	8	5	2	9	7
	4.1	3.2	2.8	2.6	2.4	2.3	2.2	2.2	2.1	2.1	2.0	2.0	2.0	1.9	1.9
35	2	7	7	4	9	7	9	2	6	1	7	4	1	9	6
	4.1	3.2	2.8	2.6	2.4	2.3	2.2	2.2	2.1	2.1	2.0	2.0	2.0	1.9	1.9
36	1	6	7	3	8	6	8	1	5	1	7	3	0	8	5
	4.1	3.2	2.8	2.6	2.4	2.3	2.2	2.2	2.1	2.1	2.0	2.0	2.0	1.9	1.9
37	1	5	6	3	7	6	7	0	4	0	6	2	0	7	5
	4.1	3.2	2.8	2.6	2.4	2.3	2.2	2.1	2.1	2.0	2.0	2.0	1.9	1.9	1.9
38	0	4	5	2	6	5	6	9	4	9	5	2	9	6	4
	4.0	3.2	2.8	2.6	2.4	2.3	2.2	2.1	2.1	2.0	2.0	2.0	1.9	1.9	1.9
39	9	4	5	1	6	4	6	9	3	8	4	1	8	5	3
	4.0	3.2	2.8	2.6	2.4	2.3	2.2	2.1	2.1	2.0	2.0	2.0	1.9	1.9	1.9
40	8	3	4	1	5	4	5	8	2	8	4	0	7	5	2
	4.0	3.2	2.8	2.6	2.4	2.3	2.2	2.1	2.1	2.0	2.0	2.0	1.9	1.9	1.9
41	8	3	3	0	4	3	4	7	2	7	3	0	7	4	2
	4.0	3.2	2.8	2.5	2.4	2.3	2.2	2.1	2.1	2.0	2.0	1.9	1.9	1.9	1.9
42	7	2	3	9	4	2	4	7	1	6	3	9	6	4	1
	4.0	3.2	2.8	2.5	2.4	2.3	2.2	2.1	2.1	2.0	2.0	1.9	1.9	1.9	1.9
43	7	1	2	9	3	2	3	6	1	6	2	9	6	3	1
	4.0	3.2	2.8	2.5	2.4	2.3	2.2	2.1	2.1	2.0	2.0	1.9	1.9	1.9	1.9
44	6	1	2	8	3	1	3	6	0	5	1	8	5	2	0
	4.0	3.2	2.8	2.5	2.4	2.3	2.2	2.1	2.1	2.0	2.0	1.9	1.9	1.9	1.8
45	6	0	1	8	2	1	2	5	0	5	1	7	4	2	9

df untuk penyebut (N2)	**df untuk pembilang (N1)**														
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**	**11**	**12**	**13**	**14**	**15**
	4.0	3.2	2.8	2.5	2.4	2.3	2.2	2.1	2.0	2.0	2.0	1.9	1.9	1.9	1.8
46	5	0	1	7	2	0	2	5	9	4	0	7	4	1	9
	4.0	3.2	2.8	2.5	2.4	2.3	2.2	2.1	2.0	2.0	2.0	1.9	1.9	1.9	1.8
47	5	0	0	7	1	0	1	4	9	4	0	6	3	1	8
	4.0	3.1	2.8	2.5	2.4	2.2	2.2	2.1	2.0	2.0	1.9	1.9	1.9	1.9	1.8
48	4	9	0	7	1	9	1	4	8	3	9	6	3	0	8
	4.0	3.1	2.7	2.5	2.4	2.2	2.2	2.1	2.0	2.0	1.9	1.9	1.9	1.9	1.8
49	4	9	9	6	0	9	0	3	8	3	9	6	3	0	8
	4.0	3.1	2.7	2.5	2.4	2.2	2.2	2.1	2.0	2.0	1.9	1.9	1.9	1.8	1.8
50	3	8	9	6	0	9	0	3	7	3	9	5	2	9	7
	4.0	3.1	2.7	2.5	2.4	2.2	2.2	2.1	2.0	2.0	1.9	1.9	1.9	1.8	1.8
51	3	8	9	5	0	8	0	3	7	2	8	5	2	9	7
	4.0	3.1	2.7	2.5	2.3	2.2	2.1	2.1	2.0	2.0	1.9	1.9	1.9	1.8	1.8
52	3	8	8	5	9	8	9	2	7	2	8	4	1	9	6
	4.0	3.1	2.7	2.5	2.3	2.2	2.1	2.1	2.0	2.0	1.9	1.9	1.9	1.8	1.8
53	2	7	8	5	9	8	9	2	6	1	7	4	1	8	6
	4.0	3.1	2.7	2.5	2.3	2.2	2.1	2.1	2.0	2.0	1.9	1.9	1.9	1.8	1.8
54	2	7	8	4	9	7	8	2	6	1	7	4	1	8	6
	4.0	3.1	2.7	2.5	2.3	2.2	2.1	2.1	2.0	2.0	1.9	1.9	1.9	1.8	1.8
55	2	6	7	4	8	7	8	1	6	1	7	3	0	8	5
	4.0	3.1	2.7	2.5	2.3	2.2	2.1	2.1	2.0	2.0	1.9	1.9	1.9	1.8	1.8
56	1	6	7	4	8	7	8	1	5	0	6	3	0	7	5
	4.0	3.1	2.7	2.5	2.3	2.2	2.1	2.1	2.0	2.0	1.9	1.9	1.9	1.8	1.8
57	1	6	7	3	8	6	8	1	5	0	6	3	0	7	5
	4.0	3.1	2.7	2.5	2.3	2.2	2.1	2.1	2.0	2.0	1.9	1.9	1.8	1.8	1.8
58	1	6	6	3	7	6	7	0	5	0	6	2	9	7	4
	4.0	3.1	2.7	2.5	2.3	2.2	2.1	2.1	2.0	2.0	1.9	1.9	1.8	1.8	1.8
59	0	5	6	3	7	6	7	0	4	0	6	2	9	6	4
	4.0	3.1	2.7	2.5	2.3	2.2	2.1	2.1	2.0	1.9	1.9	1.9	1.8	1.8	1.8
60	0	5	6	3	7	5	7	0	4	9	5	2	9	6	4
61	4.0	3.1	2.7	2.5	2.3	2.2	2.1	2.0	2.0	1.9	1.9	1.9	1.8	1.8	1.8

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

	0	5	6	2	7	5	6	9	4	9	5	1	8	6	3	
	4.0	3.1	2.7	2.5	2.3	2.2	2.1	2.0	2.0	1.9	1.9	1.9	1.8	1.8	1.8	
62	0	5	5	2	6	5	6	9	3	9	5	1	8	5	3	
	3.9	3.1	2.7	2.5	2.3	2.2	2.1	2.0	2.0	1.9	1.9	1.9	1.8	1.8	1.8	
63	9	4	5	2	6	5	6	9	3	8	4	1	8	5	3	
	3.9	3.1	2.7	2.5	2.3	2.2	2.1	2.0	2.0	1.9	1.9	1.9	1.8	1.8	1.8	
64	9	4	5	2	6	4	6	9	3	8	4	1	8	5	3	
	3.9	3.1	2.7	2.5	2.3	2.2	2.1	2.0	2.0	1.9	1.9	1.9	1.8	1.8	1.8	
65	9	4	5	1	6	4	5	8	3	8	4	0	7	5	2	
	3.9	3.1	2.7	2.5	2.3	2.2	2.1	2.0	2.0	1.9	1.9	1.9	1.8	1.8	1.8	
66	9	4	4	1	5	4	5	8	3	8	4	0	7	4	2	
	3.9	3.1	2.7	2.5	2.3	2.2	2.1	2.0	2.0	1.9	1.9	1.9	1.8	1.8	1.8	
67	8	3	4	1	5	4	5	8	2	8	3	0	7	4	2	
	3.9	3.1	2.7	2.5	2.3	2.2	2.1	2.0	2.0	1.9	1.9	1.9	1.8	1.8	1.8	
68	8	3	4	1	5	4	5	8	2	7	3	0	7	4	2	
	3.9	3.1	2.7	2.5	2.3	2.2	2.1	2.0	2.0	1.9	1.9	1.9	1.8	1.8	1.8	
69	8	3	4	0	5	3	5	8	2	7	3	0	6	4	1	
	3.9	3.1	2.7	2.5	2.3	2.2	2.1	2.0	2.0	1.9	1.9	1.8	1.8	1.8	1.8	
70	8	3	4	0	5	3	4	7	2	7	3	9	6	4	1	
	3.9	3.1	2.7	2.5	2.3	2.2	2.1	2.0	2.0	1.9	1.9	1.8	1.8	1.8	1.8	
71	8	3	3	0	4	3	4	7	1	7	3	9	6	3	1	
	3.9	3.1	2.7	2.5	2.3	2.2	2.1	2.0	2.0	1.9	1.9	1.8	1.8	1.8	1.8	
72	7	2	3	0	4	3	4	7	1	6	2	9	6	3	1	
	3.9	3.1	2.7	2.5	2.3	2.2	2.1	2.0	2.0	1.9	1.9	1.8	1.8	1.8	1.8	
73	7	2	3	0	4	3	4	7	1	6	2	9	6	3	1	
	3.9	3.1	2.7	2.5	2.3	2.2	2.1	2.0	2.0	1.9	1.9	1.8	1.8	1.8	1.8	
74	7	2	3	0	4	2	4	7	1	6	2	9	5	3	0	
	3.9	3.1	2.7	2.4	2.3	2.2	2.1	2.0	2.0	1.9	1.9	1.8	1.8	1.8	1.8	
75	7	2	3	9	4	2	3	6	1	6	2	8	5	3	0	
	3.9	3.1	2.7	2.4	2.3	2.2	2.1	2.0	2.0	1.9	1.9	1.8	1.8	1.8	1.8	
76	7	2	2	9	3	2	3	6	1	6	2	8	5	2	0	
	3.9	3.1	2.7	2.4	2.3	2.2	2.1	2.0	2.0	1.9	1.9	1.8	1.8	1.8	1.8	
77	7	2	2	9	3	2	3	6	0	6	2	8	5	2	0	
	3.9	3.1	2.7	2.4	2.3	2.2	2.1	2.0	2.0	1.9	1.9	1.8	1.8	1.8	1.8	
78	6	1	2	9	3	2	3	6	0	5	1	8	5	2	0	
	3.9	3.1	2.7	2.4	2.3	2.2	2.1	2.0	2.0	1.9	1.9	1.8	1.8	1.8	1.7	
79	6	1	2	9	3	2	3	6	0	5	1	8	5	2	9	
	3.9	3.1	2.7	2.4	2.3	2.2	2.1	2.0	2.0	1.9	1.9	1.8	1.8	1.8	1.7	
80	6	1	2	9	3	1	3	6	0	5	1	8	4	2	9	
	3.9	3.1	2.7	2.4	2.3	2.2	2.1	2.0	2.0	1.9	1.9	1.8	1.8	1.8	1.7	
81	6	1	2	8	3	1	2	5	0	5	1	7	4	2	9	
	3.9	3.1	2.7	2.4	2.3	2.2	2.1	2.0	2.0	1.9	1.9	1.8	1.8	1.8	1.7	
82	6	1	2	8	3	1	2	5	0	5	1	7	4	1	9	
	3.9	3.1	2.7	2.4	2.3	2.2	2.1	2.0	1.9	1.9	1.9	1.8	1.8	1.8	1.7	
83	6	1	1	8	2	1	2	5	9	5	1	7	4	1	9	
	3.9	3.1	2.7	2.4	2.3	2.2	2.1	2.0	1.9	1.9	1.9	1.8	1.8	1.8	1.7	
84	5	1	1	8	2	1	2	5	9	5	0	7	4	1	9	
	3.9	3.1	2.7	2.4	2.3	2.2	2.1	2.0	1.9	1.9	1.9	1.8	1.8	1.8	1.7	
85	5	0	1	8	2	1	2	5	9	4	0	7	4	1	9	
	3.9	3.1	2.7	2.4	2.3	2.2	2.1	2.0	1.9	1.9	1.9	1.8	1.8	1.8	1.7	
86	5	0	1	8	2	1	2	5	9	4	0	7	4	1	8	
	3.9	3.1	2.7	2.4	2.3	2.2	2.1	2.0	1.9	1.9	1.9	1.8	1.8	1.8	1.7	
87	5	0	1	8	2	0	2	5	9	4	0	7	3	1	8	
	3.9	3.1	2.7	2.4	2.3	2.2	2.1	2.0	1.9	1.9	1.9	1.8	1.8	1.8	1.7	
88	5	0	1	8	2	0	2	5	9	4	0	6	3	1	8	
	3.9	3.1	2.7	2.4	2.3	2.2	2.1	2.0	1.9	1.9	1.9	1.8	1.8	1.8	1.7	
89	5	0	1	7	2	0	1	4	9	4	0	6	3	0	8	
	3.9	3.1	2.7	2.4	2.3	2.2	2.1	2.0	1.9	1.9	1.9	1.8	1.8	1.8	1.7	
90	5	0	1	7	2	0	1	4	9	4	0	6	3	0	8	

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

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

124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
135	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74

df untuk penyebut (N2)								**df untuk pembilang (N1)**							
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**	**11**	**12**	**13**	**14**	**15**
136	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74
137	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
138	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
139	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
140	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
141	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
142	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
143	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
144	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
145	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
146	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.74
147	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
148	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
149	3.90	3.06	2.67	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
150	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
151	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
152	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
153	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.78	1.76	1.73
154	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.78	1.76	1.73
155	3.9	3.0	2.6	2.4	2.2	2.1	2.0	2.0	1.9	1.8	1.8	1.8	1.7	1.7	1.7

	0	5	6	3	7	6	7	0	4	9	5	2	8	6	3
156	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.76	1.73
157	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.76	1.73
158	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.76	1.73
159	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
160	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
161	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
162	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
163	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
164	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
165	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
166	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
167	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
168	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
169	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
170	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
171	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
172	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
173	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
174	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
175	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
176	3.89	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
177	3.89	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
178	3.89	3.05	2.66	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
179	3.89	3.05	2.66	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
180	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72

df untuk penyebut (N2)								**df untuk pembilang (N1)**							
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**	**11**	**12**	**13**	**14**	**15**
181	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72
182	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72
183	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72
184	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72
185	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.75	1.72
186	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.75	1.72

	3.8	3.0	2.6	2.4	2.2	2.1	2.0	1.9	1.9	1.8	1.8	1.8	1.7	1.7	1.7
187	9	4	5	2	6	5	6	9	3	8	4	0	7	4	2
	3.8	3.0	2.6	2.4	2.2	2.1	2.0	1.9	1.9	1.8	1.8	1.8	1.7	1.7	1.7
188	9	4	5	2	6	5	6	9	3	8	4	0	7	4	2
	3.8	3.0	2.6	2.4	2.2	2.1	2.0	1.9	1.9	1.8	1.8	1.8	1.7	1.7	1.7
189	9	4	5	2	6	5	6	9	3	8	4	0	7	4	2
	3.8	3.0	2.6	2.4	2.2	2.1	2.0	1.9	1.9	1.8	1.8	1.8	1.7	1.7	1.7
190	9	4	5	2	6	5	6	9	3	8	4	0	7	4	2
	3.8	3.0	2.6	2.4	2.2	2.1	2.0	1.9	1.9	1.8	1.8	1.8	1.7	1.7	1.7
191	9	4	5	2	6	5	6	9	3	8	4	0	7	4	2
	3.8	3.0	2.6	2.4	2.2	2.1	2.0	1.9	1.9	1.8	1.8	1.8	1.7	1.7	1.7
192	9	4	5	2	6	5	6	9	3	8	4	0	7	4	2
	3.8	3.0	2.6	2.4	2.2	2.1	2.0	1.9	1.9	1.8	1.8	1.8	1.7	1.7	1.7
193	9	4	5	2	6	5	6	9	3	8	4	0	7	4	2
	3.8	3.0	2.6	2.4	2.2	2.1	2.0	1.9	1.9	1.8	1.8	1.8	1.7	1.7	1.7
194	9	4	5	2	6	5	6	9	3	8	4	0	7	4	2
	3.8	3.0	2.6	2.4	2.2	2.1	2.0	1.9	1.9	1.8	1.8	1.8	1.7	1.7	1.7
195	9	4	5	2	6	5	6	9	3	8	4	0	7	4	2
	3.8	3.0	2.6	2.4	2.2	2.1	2.0	1.9	1.9	1.8	1.8	1.8	1.7	1.7	1.7
196	9	4	5	2	6	5	6	9	3	8	4	0	7	4	2
	3.8	3.0	2.6	2.4	2.2	2.1	2.0	1.9	1.9	1.8	1.8	1.8	1.7	1.7	1.7
197	9	4	5	2	6	4	6	9	3	8	4	0	7	4	2
	3.8	3.0	2.6	2.4	2.2	2.1	2.0	1.9	1.9	1.8	1.8	1.8	1.7	1.7	1.7
198	9	4	5	2	6	4	6	9	3	8	4	0	7	4	2
	3.8	3.0	2.6	2.4	2.2	2.1	2.0	1.9	1.9	1.8	1.8	1.8	1.7	1.7	1.7
199	9	4	5	2	6	4	6	9	3	8	4	0	7	4	2
	3.8	3.0	2.6	2.4	2.2	2.1	2.0	1.9	1.9	1.8	1.8	1.8	1.7	1.7	1.7
200	9	4	5	2	6	4	6	8	3	8	4	0	7	4	2
	3.8	3.0	2.6	2.4	2.2	2.1	2.0	1.9	1.9	1.8	1.8	1.8	1.7	1.7	1.7
201	9	4	5	2	6	4	6	8	3	8	4	0	7	4	2
	3.8	3.0	2.6	2.4	2.2	2.1	2.0	1.9	1.9	1.8	1.8	1.8	1.7	1.7	1.7
202	9	4	5	2	6	4	6	8	3	8	4	0	7	4	2
	3.8	3.0	2.6	2.4	2.2	2.1	2.0	1.9	1.9	1.8	1.8	1.8	1.7	1.7	1.7
203	9	4	5	2	6	4	5	8	3	8	4	0	7	4	2
	3.8	3.0	2.6	2.4	2.2	2.1	2.0	1.9	1.9	1.8	1.8	1.8	1.7	1.7	1.7
204	9	4	5	2	6	4	5	8	3	8	4	0	7	4	2
	3.8	3.0	2.6	2.4	2.2	2.1	2.0	1.9	1.9	1.8	1.8	1.8	1.7	1.7	1.7
205	9	4	5	2	6	4	5	8	3	8	4	0	7	4	2
	3.8	3.0	2.6	2.4	2.2	2.1	2.0	1.9	1.9	1.8	1.8	1.8	1.7	1.7	1.7
206	9	4	5	2	6	4	5	8	3	8	4	0	7	4	2
	3.8	3.0	2.6	2.4	2.2	2.1	2.0	1.9	1.9	1.8	1.8	1.8	1.7	1.7	1.7
207	9	4	5	2	6	4	5	8	3	8	4	0	7	4	1
	3.8	3.0	2.6	2.4	2.2	2.1	2.0	1.9	1.9	1.8	1.8	1.8	1.7	1.7	1.7
208	9	4	5	2	6	4	5	8	3	8	3	0	7	4	1
	3.8	3.0	2.6	2.4	2.2	2.1	2.0	1.9	1.9	1.8	1.8	1.8	1.7	1.7	1.7
209	9	4	5	1	6	4	5	8	2	8	3	0	7	4	1
	3.8	3.0	2.6	2.4	2.2	2.1	2.0	1.9	1.9	1.8	1.8	1.8	1.7	1.7	1.7
210	9	4	5	1	6	4	5	8	2	8	3	0	7	4	1
	3.8	3.0	2.6	2.4	2.2	2.1	2.0	1.9	1.9	1.8	1.8	1.8	1.7	1.7	1.7
211	9	4	5	1	6	4	5	8	2	8	3	0	7	4	1
	3.8	3.0	2.6	2.4	2.2	2.1	2.0	1.9	1.9	1.8	1.8	1.8	1.7	1.7	1.7
212	9	4	5	1	6	4	5	8	2	8	3	0	7	4	1
	3.8	3.0	2.6	2.4	2.2	2.1	2.0	1.9	1.9	1.8	1.8	1.8	1.7	1.7	1.7
213	9	4	5	1	6	4	5	8	2	8	3	0	7	4	1
	3.8	3.0	2.6	2.4	2.2	2.1	2.0	1.9	1.9	1.8	1.8	1.8	1.7	1.7	1.7
214	9	4	5	1	6	4	5	8	2	8	3	0	7	4	1
	3.8	3.0	2.6	2.4	2.2	2.1	2.0	1.9	1.9	1.8	1.8	1.8	1.7	1.7	1.7
215	9	4	5	1	6	4	5	8	2	7	3	0	7	4	1
	3.8	3.0	2.6	2.4	2.2	2.1	2.0	1.9	1.9	1.8	1.8	1.8	1.7	1.7	1.7
216	8	4	5	1	6	4	5	8	2	7	3	0	7	4	1
	3.8	3.0	2.6	2.4	2.2	2.1	2.0	1.9	1.9	1.8	1.8	1.8	1.7	1.7	1.7
217	8	4	5	1	6	4	5	8	2	7	3	0	7	4	1
	3.8	3.0	2.6	2.4	2.2	2.1	2.0	1.9	1.9	1.8	1.8	1.8	1.7	1.7	1.7
218	8	4	5	1	6	4	5	8	2	7	3	0	7	4	1
	3.8	3.0	2.6	2.4	2.2	2.1	2.0	1.9	1.9	1.8	1.8	1.8	1.7	1.7	1.7
219	8	4	5	1	6	4	5	8	2	7	3	0	7	4	1
	3.8	3.0	2.6	2.4	2.2	2.1	2.0	1.9	1.9	1.8	1.8	1.8	1.7	1.7	1.7
220	8	4	5	1	6	4	5	8	2	7	3	0	6	4	1
221	3.8	3.0	2.6	2.4	2.2	2.1	2.0	1.9	1.9	1.8	1.8	1.8	1.7	1.7	1.7

	8	4	5	1	5	4	5	8	2	7	3	0	6	4	1
	3.8	3.0	2.6	2.4	2.2	2.1	2.0	1.9	1.9	1.8	1.8	1.8	1.7	1.7	1.7
222	8	4	5	1	5	4	5	8	2	7	3	0	6	4	1
	3.8	3.0	2.6	2.4	2.2	2.1	2.0	1.9	1.9	1.8	1.8	1.8	1.7	1.7	1.7
223	8	4	5	1	5	4	5	8	2	7	3	0	6	4	1
	3.8	3.0	2.6	2.4	2.2	2.1	2.0	1.9	1.9	1.8	1.8	1.8	1.7	1.7	1.7
224	8	4	4	1	5	4	5	8	2	7	3	0	6	4	1
	3.8	3.0	2.6	2.4	2.2	2.1	2.0	1.9	1.9	1.8	1.8	1.8	1.7	1.7	1.7
225	8	4	4	1	5	4	5	8	2	7	3	0	6	4	1

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Data Pribadi

Nama Lengkap	: Audrey Lavy Nailean Tarigan
Tempat, Tanggal Lahir	: Jakarta, 5 November 1997
Jenis Kelamin	: Perempuan
Alamat Asal	: Sukatani Permai Blok EE 8 No. 2 Tapos, Depok
Alamat di Malang	: Jl. Bunga Pinang Merah 2 No. 41 Jatimulyo, Lowokwaru
Minat	: Destinasi
Program Studi	: Pariwisata
Jurusan	: Administrasi Bisnis
Fakultas	: Ilmu Administrasi
Universitas	: Brawijaya
No. Hp	: 082132112133
E-mail	: audreylavynailean@gmail.com

B. Pendidikan Formal

2002-2003	: TK Maria
2003-2009	: SD Bunda Hati Kudus
2009-2012	: SMP Bunda Hati Kudus
2012-2015	: SMA Bunda Hati Kudus

2015-2019 : Universitas Brawijaya Malang

C. Pengalaman Magang Kerja

2018 : Kementerian Pariwisata

D. Pengalaman Organisasi

2016-2018 : Administratio Choir

E. Pengalaman Kepanitiaan

2016 : Ketua Pelaksana Kajian Pariwisata

2017 : Koordinator Acara Konser Pra Kompetisi *6th Bali International Choir Festival*

2017 : Ketua Pelaksana Administratio Choir menuju *6th Bali International Choir Festival* 2017

F. Prestasi

2015 : Juara 1 kategori *Mixed Adult* pada *IFCM World Choral Expo Macau* bersama Administratio Choir

2017 : Juara 1 dan medali emas pada *6th Bali International Choir Festival* Kategori *Show Choir* dan *Mixed Choir* bersama Administratio Choir

G. Kemampuan

Microsoft Office Word, Excel dan Powerpoint (Skor 81 *Excellent Grade* TRUST *Training Partners*)