

PENGARUH DAYA TARIK WISATA DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG

(Survei pada Pengunjung Batu Night Spectacular)

SKRIPSI

**Diajukan untuk Menempuh Ujian Skripsi
pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya**

**ANTY AYU ARIESTY
NIM. 155030801111012**



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

MOTTO

“Learn from yesterday, live for today, hope for tomorrow. The important thing is not to stop questioning”

(Albert Einstein)



TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Harga Terhadap
Kepuasan Pengunjung (Survei pada Pengunjung Batu
Night Spectacular)

Disusun oleh : Anty Ayu Ariesty

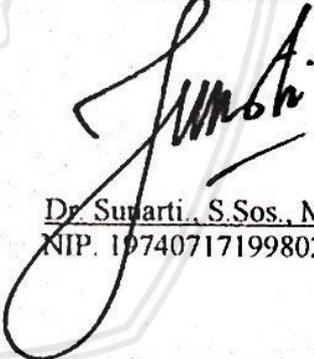
NIM : 155030801111012

Fakultas : Ilmu Administrasi

Program Studi : Pariwisata

Konsentrasi/Minat : Perhotelan

Malang, 03 Juli 2019
Komisi Pembimbing


Dr. Suparti, S.Sos., M.AB
NIP. 197407171998022001

TANDA PENGESAHAN

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

Hari : Senin

Tanggal : 15 Juli 2019

Jam : 09:00

Skripsi atas nama: Anty Ayu Ariesty

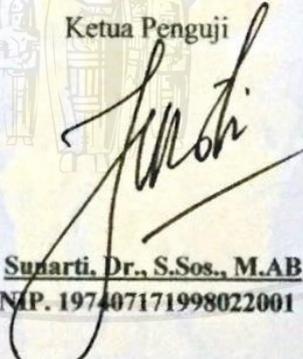
Judul : Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Harga terhadap Kepuasan
Pengunjung (Survei pada Pengunjung Batu Night Spectacular)

dan dinyatakan

LULUS

MAJELIS PENGUJI

Ketua Penguji

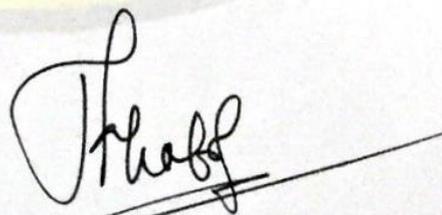

Sunarti, Dr., S.Sos., M.AB
NIP. 197407171998022001

Anggota Penguji I,

Anggota Penguji II,



Prof. Drs. Achmad Fauzi DH, MA
NIDK. 8813940017



M. Kholid Mawardi, S.Sos., M.AB., Ph.D
NIP. 197512202005011002

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

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

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

Malang, 03 Juli 2019



Anty Ayu Ariesty
155030801111012

RINGKASAN

Anty Ayu Ariesty, 2019, **Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Harga terhadap Kepuasan Pengunjung (Survei pada Pengunjung Batu Night Spectacular)**, Universitas Brawijaya Malang, Fakultas Ilmu Administrasi, Jurusan Administrasi Bisnis, Program Studi Pariwisata, Sunarti, Dr., S.Sos., M.AB,

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Daya Tarik Wisata dan Harga terhadap Kepuasan Pengunjung untuk mengetahui variabel yang berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung di Batu Night Spectacular. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah Daya Tarik Wisata dan Harga, dan variabel terikat dalam penelitian ini adalah Kepuasan Pengunjung. Penelitian ini dilaksanakan di Batu Night Spectacular. Populasi dan Sampel yang digunakan adalah pengunjung yang berkunjung di Batu Night Spectacular dan berusia lebih dari 17 tahun. Jumlah sampel yang digunakan sebesar 118 responden dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *Purposive Sampling*.

Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil Uji t pada penelitian ini menunjukkan $\text{sig. } 0,000 < 0,05$ yang berarti Daya Tarik dan Harga secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung. Hasil Uji t juga menunjukkan bahwa Indikator *Something to See* pada item ($X_{1.1.1}$) memiliki pengaruh yang paling kuat dibanding item lain. Sehingga pada hasil penelitian ini item ($X_{1.1.1}$) pada variabel Daya Tarik Wisata memiliki pengaruh yang paling kuat terhadap Kepuasan Pengunjung.

Kata Kunci: Daya Tarik Wisata, Harga, Kepuasan Pengunjung

SUMMARY

Anty Ayu Ariesty, 2019, *The Influence of Tourist Attractions and Price towards Visitor's Satisfaction (Survey on Visitors of Batu Night Spectacular)*, Brawijaya University Malang, Faculty of Administrative Sciences, Business Administration Department, Tourism Study Program, Sunarti, Dr., S.Sos., M .AB,

This study aims to determine the influence of Tourist Attractions and Price towards Visiting Decisions specifically to find out variables that significantly affect the Visiting Decision in Batu Night Spectacular. This study used Tourist Attraction and Price as the independent variable and Visitor's Satisfaction as the dependent variable. This study was conducted in Batu Night Spectacular. The population and sample were visitors who visited the Batu Night Spectacular by minimum age of 17 years. The number of samples was 118 respondents and taken by using Purposive Sampling technique.

Analysis of the data used in this study is descriptive analysis and multiple linear regression analysis. Based on the results of the t-test in this study showed sig. 0,000 < 0,05 which means that Tourist Attraction and Price have a significant influence towards Visitor's Satisfaction. The t-test results also showed that Tourist Attraction variable, specifically in Something to See indicator, item (X_{1.1.1}) had the strongest influence compared with Price. So, that Tourist Attraction have the dominant influence towards Visitor's Satisfaction.

Keywords: Tourist Attraction, Price, Visitor's Satisfaction

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayah serta rizki, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Harga terhadap Kepuasan Pengunjung (Survei pada Pengunjung Batu Night Spectacular)**. 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 terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. **Bapak Prof. Dr. Bambang Supriyono., M.S.** selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya
2. **Bapak Dr. Mochammad Al Musadieg, MBA** selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya
3. **Ibu Sunarti Dr., S.Sos, M.AB** selaku Ketua Program Studi Pariwisata Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya dan selaku dosen pembimbing yang telah sabar memberikan ilmu, waktu dan semangat yang sangat bermanfaat dalam penyelesaian skripsi
4. **Seluruh dosen pengajar Jurusan Administrasi Bisnis dan dosen pengajar Program Studi Pariwisata** yang telah memberikan ilmu selama di bangku perkuliahan
5. **Kedua Orang Tua, serta adik-adikku Leony, dan Mecca** yang selalu memberikan semangat, dan doa sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini

6. **Achmad Widjaya** *support system* yang selalu mendoakan, memberi semangat, mendengarkan keluh-kesah penulis, dan memberikan nasehat agar cepat lulus
7. **Nurul Patin Islam, Dian Citra Pujaan Sari, Rofifah Nur Aini, dan Fadhillah Dwil Lestari** sahabat sejak maba yang selalu memberikan semangat, dan selalu mendoakan yang terbaik satu sama lain
8. **Dania Sufi Karimah, Melati Amalia, Dheandra Ariesancha, dan Ellisa Achdilla** teman yang selama ini beproses bersama penulis tidak pernah lelah untuk selalu memberikan dukungan serta doa agar skripsi ini selesai dengan tepat waktu
9. **Derry Dwi Cahyanti, Steven Oktavian, Dio Rahmat, Izhar Ibrahim dan Hisyam** teman-teman seperbimbingan yang selalu menyemangati, mendoakan dan saling memberikan masukan untuk skripsi sehingga sama-sama disetujui untuk ujian
10. **Seluruh Teman Pariwisata Angkatan 2015** yang selama 4 tahun bersama dan selalu kompak yang akan selalu dirindukan
11. **Seluruh Pengurus Batu Night Spectacular** yang telah memberikan izin dan bantuan untuk menyelesaikan skripsi ini
12. **Para Responden** dalam penelitian ini yang telah meluangkan waktu

DAFTAR ISI

MOTTO	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
TANDA PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINILITAS SKRIPSI.....	iv
RINGKASAN	v
SUMMARY.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Kontribusi Penelitian	9
E. Sistematika Pembahasan.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
A. Tinjauan Empiris	11
1. Basiya (2012).....	11
2. Putra (2015).....	12
3. Farachdiba (2015)	13
4. Sulistiyana (2015)	14
B. Tinjauan Teoritis	19
1. Pariwisata	19
2. Pengertian Pengunjung dan Karakteristiknya	24
3. Daya Tarik Wisata	26
4. <i>Themepark</i>	29
5. Harga	31
6. Kepuasan Pengunjung	37
C. Hubungan antar variabel.....	39
D. Model Konsep.....	41
E. Model Hipotesis.....	42
BAB III METODE PENELITIAN.....	43
A. Jenis Penelitian	43
B. Lokasi Penelitian	43
C. Variabel dan Skala Pengukuran	44
1. Variabel	44
2. Definisi Operasional	44



3. Skala Pengukuran	49
D. Teknik Pengambilan Data	50
1. Sumber Data.....	50
2. Pengumpulan Data	51
E. Populasi dan Sampel.....	52
1. Populasi.....	52
2. Sampel.....	52
3. Teknik Pengambilan Sampel.....	54
F. Instrumen Penelitian	55
1. Uji Validitas	55
a. Hasil Uji Validitas	56
2. Uji Reabilitas.....	57
a. Hasil Uji Reabilitas	58
G. Teknik Analisis Data	58
1. Analisis Statistik Deskriptif	58
2. Uji Asumsi Klasik	59
a. Uji Normalitas	59
b. Uji Multikolinearitas	60
c. Uji Heterokedasitas	61
3. Analisis Regresi Berganda	62
a. Uji Hipotesis.....	63
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	65
A. Gambaran Umum Perusahaan	65
1. Sejarah Singkat Batu Night Spectacular	65
2. Struktur Organisasi	66
B. Gambaran Umum Responden.....	67
1. Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	67
2. Gambaran Responden Berdasarkan Usia	68
3. Gambaran Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	69
4. Gambaran Responden Berdasarkan Pekerjaan	69
5. Gambaran Responden Berdasarkan Banyaknya Jumlah Berkunjung	70
6. Gambaran Responden Berdasarkan Kunjungan Bersama	71
7. Gambaran Responden Berdasarkan Daerah Asal	72
8. Gambaran Responden Berdasarkan Uang Saku.....	73
9. Gambaran Responden Berdasarkan Pendapatan.....	74
C. Hasil Analisis Deskriptif	75
1. Distribusi Frekuensi Responden Variabel (X ₁).....	77
2. Distribusi Frekuensi Responden Variabel (X ₂).....	81
3. Distribusi Frekuensi Responden Variabel (Y).....	86
D. Analisis Regresi Linier Berganda.....	88
1. Analisis Regresi	88
2. Koefisiensi Determinasi R ²	89
E. Pengujian Hipotesis	90
1. Hipotesis I (Uji F)	90

2. Hipotesis II (Uji t)	91
F. Pembahasan	92
1. Pengaruh (X ₁) terhadap (Y)	92
2. Pengaruh (X ₂) terhadap (Y)	94
3. Pengaruh (X ₁) dan (X ₂) secara bersama-sama terhadap (Y)....	96
BAB V PENUTUP	97
A. Kesimpulan.....	97
B. Saran	98
DAFTAR PUSTAKA	100



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pengunjung Objek Wisata <i>Themepark</i> di Batu	6
Tabel 2.1 <i>Mapping</i> Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3.1 Ringkasan Variabel, Indikator dan Item	48
Tabel 3.2 Skala Likert	50
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas	56
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas	58
Tabel 3.5 Hasil Uji Multikolinearitas	60
Tabel 4.1 Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	67
Tabel 4.2 Gambaran Responden Berdasarkan Usia	68
Tabel 4.3 Gambaran Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	69
Tabel 4.4 Gambaran Responden Berdasarkan Status	70
Tabel 4.5 Gambaran Responden Berdasarkan Banyaknya Jumlah Berkunjung	70
Tabel 4.6 Gambaran Responden Berdasarkan Kunjungan	71
Tabel 4.7 Gambaran Responden Berdasarkan Daerah Asal	72
Tabel 4.8 Gambaran Responden Berdasarkan Uang Saku	74
Tabel 4.9 Gambaran Responden Berdasarkan Pendapatan	75
Tabel 4.10 Interpretasi	77
Tabel 4.11 Distribusi Frekuensi Variabel X ₁	77
Tabel 4.12 Distribusi Frekuensi Variabel X ₂	82
Tabel 4.13 Distribusi Frekuensi Variabel Y	86
Tabel 4.14 Hasil Rekapitulasi Analisis Regresi	88
Tabel 4.15 Koefisien Determinasi	89
Tabel 4.16 Interpretasi Nilai Koefisien Korelasi	90
Tabel 4.17 Uji Serempak (Uji F)	91
Tabel 4.18 Uji Parsial (Uji t)	91



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Kota Batu	5
Gambar 2.1 Model Konsep	41
Gambar 2.2 Model Hipotesis	42
Gambar 3.1 P-Plot.....	59
Gambar 3.2 Uji Heterokedesitas	62
Gambar 4.1 Struktur Organisasi BNS	66



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Peneitian105
 Lampiran 2. Karakteristik Responden.....110
 Lampiran 3. Tanggapan Responden.....115
 Lampiran 4. Gambaran Umum Responden.....122
 Lampiran 5. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas125
 Lampiran 6. Hasil Uji Persamaan Linier Berganda141
 Lampiran 7. *Curriculum Vitae*145



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang dikaruniai sumber daya alam yang memukau dan berlimpah. Selain sumber daya alamnya, Indonesia juga memiliki adat istiadat dan budaya yang beraneka ragam jenisnya dan menjadikannya sebagai salah satu identitas bangsa. Keanekaragaman potensi itulah yang menjadikan sektor pariwisata saat ini sedang dikembangkan di Indonesia. Pariwisata adalah suatu industri yang mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi secara cepat karena melibatkan banyak orang di dalam prosesnya. Pariwisata digunakan untuk memperluas kesempatan berusaha dan juga lapangan pekerjaan, lapangan pekerjaan juga akan meningkatkan tingkat kesejahteraan masyarakat. Pariwisata juga melibatkan banyak *stakeholder* yang di mana setiap *stakeholder* bisa mendapatkan keuntungan yang juga berdampak kepada negara, karena pajak pendapatan untuk negara yang di terima semakin tinggi.

Industri pariwisata kini telah menjadi sektor andalan di Indonesia, karena memiliki banyak keunggulan serta menjadi salah satu penyumbang peningkatan ekonomi terbesar untuk Indonesia. Hal itu terbukti pada tahun 2017, sumbangan devisa dari sektor pariwisata melesat menjadi sekitar USD 16,8 miliar atau sekitar Rp 255,3 triliun menjadikan pariwisata sebagai penyumbang devisa kedua setelah ekspor kelapa sawit. Semakin melesatnya sektor pariwisata tidak terlepas dari meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan mancanegara (wisman). Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), kunjungan wisman ke Indonesia terus meningkat. Pada tahun 2017, wisata mancanegara yang berkunjung sebanyak

14,04 juta orang. Torehan ini naik 21,88% dari tahun 2016 yang berada di kisaran 11,52 juta wisata mancanegara (cnnindonesia.com, 2018). Dalam perkembangannya tersebut industri pariwisata menunjukkan perkembangan yang cukup tinggi, sehingga tingkat persaingan untuk mendatangkan pengunjung maupun wisatawan semakin sulit, sejalan dengan hal tersebut, akan menjadi tantangan bagi industri yang bergerak dibidang pariwisata untuk lebih memperhatikan kepuasan pengunjung karena dunia usaha pariwisata saat ini dihadapkan pada pengunjung yang semakin berpengetahuan, dan menuntut pelayanan prima.

Untuk menarik dan memberikan kepuasan pengunjung, tentunya sebuah obyek wisata juga harus memiliki daya tarik wisata yang dapat dinikmati serta bervariasi. Hal ini akan menjadi tantangan bagi pengelola usaha pariwisata mengingat semakin banyak objek wisata yang sedang dikembangkan, maka daya saing untuk investor menanamkan modalnya di tempat tersebut semakin kecil, sehingga pengelola harus dapat mempertahankan dan terus mengembangkan inovasi baru pada keunikan yang dimiliki oleh daya tarik objek wisata tersebut.

Selain itu pengelola sebuah obyek wisata juga harus dapat mewujudkan harapan pengunjung yang berkunjung. Hal ini dikarenakan apabila harapan pengunjung itu dapat terwujud sesuai yang diinginkannya, akan memberikan efek positif bagi pengelola sebuah obyek wisata. Kozak dan Rimmington dalam Huh (2002:13) menjelaskan bahwa kepuasan wisatawan (*tourist satisfaction*) mempengaruhi pengunjung dalam memilih destinasi, mengonsumsi produk dan jasa, serta keputusan berkunjung kembali. Berdasarkan teori *The Expectancy Disconfirmation*, puas atau tidak puasnya pengunjung menawarkan sebuah produk

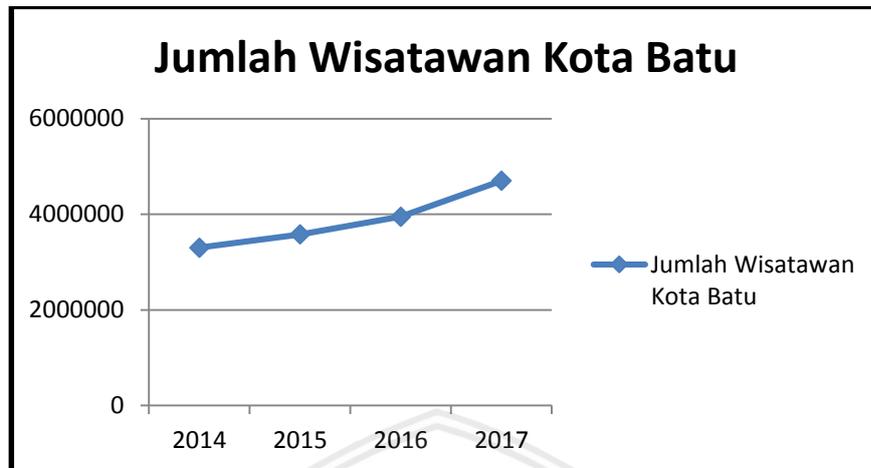
pariwisata terdapat tiga komponen yang perlu terhadap produk dan jasa ditentukan oleh proses evaluasi pengunjung dengan membandingkan persepsi hasil suatu produk dengan standar yang diharapkan pengunjung (Payangan, 2014:155). Menurut Laws dalam Naidoo *et al.*, (2010:114) bahwa persepsi pengunjung dalam mengkonsumsi produk dan jasa selama pengunjung berkunjung ke beberapa destinasi akan dipengaruhi oleh perbedaan fasilitas, daya tarik wisata, dan pelayanan di masing-masing destinasi. Hal tersebut juga didukung oleh pendapat Damanik dan Weber (2006:11) bahwa dalam diperhatikan yakni atraksi, aksesibilitas, dan amenitas.

Komponen pertama yaitu atraksi atau daya tarik wisata merupakan salah satu komponen penting dalam suatu destinasi karena memiliki peran penting dalam memotivasi pengunjung untuk berkunjung ke suatu destinasi tersebut (Pitana dan Diarta, 2009:130). Daya tarik wisata secara umum dibagi menjadi tiga yaitu: 1) daya tarik wisata alam, 2) daya tarik wisata budaya, 3) daya tarik wisata minat khusus (Sunaryo, 2013:25-27). Komponen kedua adalah aksesibilitas yaitu adanya kemudahan bagi pengunjung untuk mencapai suatu destinasi (Yoeti, 2008:163). Sedangkan komponen ketiga adalah amenitas yang mencakup berbagai fasilitas penunjang dan pendukung bagi pengunjung selama berwisata di suatu destinasi (Sunaryo, 2013:29). Ketiga komponen produk wisata tersebut tersedia di dalam suatu destinasi untuk dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan pengunjung. (Yoeti, 2008:163).

Sementara itu, daya tarik wisata menurut Direktorat Jendral Pemerintahan dibagi menjadi tiga macam. Pertama, daya tarik wisata alam adalah sumber daya

alam yang berpotensi serta memiliki daya tarik bagi pengunjung baik dalam keadaan alami maupun setelah ada usaha budi daya. Potensi wisata alam dapat dibagi menjadi 4 kawasan, yaitu (a) flora fauna, (b) keunikan dan kekhasan ekosistem, misalnya eksistem pantai dan ekosistem hutan bakau, (c) gejala alam, misalnya kawah, sumber air panas, air terjun dan danau, (d) budi daya sumber daya alam, misalnya sawah, perkebunan, peternakan, usaha perikanan. Kedua, daya tarik wisata sosial budaya dapat dimanfaatkan dan dikembangkan sebagai objek dan daya tarik wisata, meliputi museum, peninggalan sejarah, upacara adat, seni pertunjukan dan kerajinan. Ketiga, daya tarik wisata minat khusus merupakan jenis wisata yang baru dikembangkan di Indonesia. Wisata ini lebih diutamakan pada wisatawan yang mempunyai motivasi khusus. Dengan demikian, para wisatawan harus memiliki keahlian, contohnya: berburu mendaki gunung, arung jeram, tujuan pengobatan, agrowisata, dan sebagainya.

Salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki keanekaragaman industri pariwisata yaitu Jawa Timur. Berbagai daya tarik wisata dapat dijumpai di Provinsi Jawa Timur, salah satunya Kota Batu. Potensi pariwisata di Kota Batu juga dapat dilihat dari daya tarik wisata, seperti wisata alam, wisata budaya, wisata buatan dan wisata minat khusus. Menurut data yang diperoleh dari BPS pada tahun 2016 – 2017 kota Batu memiliki 22 unit daya tarik wisata. Pariwisata Kota Batu yang semakin berkembang dapat dilihat dengan jumlah kunjungan wisatawan yang semakin meningkat. Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan ke Kota Batu dapat dilihat pada Gambar 1.1 berikut:



Gambar 1.1
Jumlah Kunjungan Wisatawan Kota Batu pada Tahun 2014-2017

Sumber: BPS Kota Batu (2017)

Berdasarkan pada Gambar 1.1 dapat diketahui bahwa jumlah wisatawan Kota Batu selalu mengalami peningkatan tiap tahunnya. Hal tersebut dikarenakan Kota Batu memiliki daya tarik wisata yang cukup beragam, dan juga selalu berinovasi dalam melakukan pengembangan objek wisata sehingga dapat menarik pengunjung untuk mengunjungi Kota Batu, salah satu daya tarik wisata yang terkenal dan selalu berinovasi di Kota Batu ialah *theme park*. *Theme Park* adalah sebuah taman hiburan yang dekoratif dan didesain untuk mencerminkan satu tema tertentu sebagai tema utama, seperti suatu periode khusus dalam suatu cerita atau dunia di masa yang akan datang (Webster 2010). Pertumbuhan ekonomi kelas menengah di Indonesia sekarang ini dapat mendorong pertumbuhan dan perkembangan *theme park*, *waterpark*, pusat hiburan, dan rekreasi meningkat 5-7 persen hal ini lebih dibandingkan dengan rata-rata pertumbuhan pengunjung *themepark* di dunia yang berada dikisaran 3-7 persen (Asosiasi Rekreasi Keluarga Indonesia). Berikut pada Tabel 1.1 merupakan perbandingan total kunjungan wisatawan pada objek wisata *theme park* yang ada di Kota Batu.

Tabel 1.1
Jumlah Pengunjung Objek Wisata Theme Park di Kota Batu

No.	Objek Wisata	Total Kunjungan per-Tahun
1.	Jatim Park 1	159,118
2.	Jatim Park 2	253,915
3.	Batu Night Spectacular (BNS)	223,611
4.	Museum Angkut	224,461

Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu (2016)

Berdasarkan data pada Tabel 1.1 terdapat 4 *theme park* andalan di Jawa Timur, yaitu Jatim Park 1, Jatim Park 2, Batu Night Spectacular, dan Museum Angkut. Keempat *Theme Park* ini memiliki keunggulan yang berbeda-beda, Jatim Park 1 lebih menyediakan berbagai wahana permainan, Jatim Park 2 memiliki fasilitas museum satwa, Batu Night Spectacular atau yang biasa disebut dengan BNS memiliki daya tarik wisata buatan dan permainan yang dioperasikan pada malam hari, dan yang terakhir Museum Angkut yang merupakan museum transportasi modern pertama di Indonesia dan Asia yang memadukan unsur seni dan budaya dengan konsep edukasi dan *entertainment* yang ditampilkan secara langsung.

Berdasarkan pada Tabel 1.1 menunjukkan bahwa wisata hiburan atau *theme park* di Kota Batu memiliki daya tarik tersendiri bagi pengunjung dan peranan yang penting dalam meningkatkan jumlah kunjungan pengunjung dan wisatawan. Kemudian dari data tersebut kita dapat mengetahui *theme park* mana yang paling sering banyak didatangi oleh pengunjung maupun wisatawan. Batu Night Spectacular merupakan tempat wisata bertema *themepark* yang memiliki berbagai macam atraksi yang bervariasi dan unik, selain itu Batu Night Spectacular memiliki

wahana permainan yang bisa dinikmati dan dapat memberikan kesan positif bagi para pengunjung dimulai dari anak-anak, remaja, dewasa maupun orang tua. Selain wahana permainan yang menyenangkan sampai memacu adrenalin, Batu Night Spectacular juga menyediakan berbagai atraksi yang berbeda dari objek wisata yang ada di Kota Batu, yaitu lampion-lampion yang indah sehingga dapat menimbulkan kesan romantis bagi pengunjung yang datang serta pengunjung dapat menikmati pemandangan gemerlap lampu Kota Batu yang dapat dilihat dari Batu Night Spectacular. Hal tersebut yang dapat menjadi Daya Tarik bagi seseorang untuk melakukan kunjungan ke Batu Night Spectacular.

Berdasarkan observasi pra-penelitian yang dilakukan oleh peneliti, biaya yang dikeluarkan pengunjung untuk berkunjung ke Batu Night Spectacular sebesar Rp. 30.000 (*weekday*) dan Rp. 40.000 (*weekend*) hanya untuk tiket masuk saja, belum termasuk dengan biaya tambahan untuk wahana yang ada didalamnya. Harga yang ditawarkan oleh pihak pengelola Batu Night Spectacular ini terbilang cukup mahal jika dibandingkan dengan objek wisata lainnya yang terletak di Kota Batu.

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:349), “nilai yang baik” tidak sama dengan “harga yang murah”. Pada umumnya konsumen akan menyadari bahwa dengan kualitas dari produk yang didapatkan seharusnya harus dari produk tersebut harus sesuai. Oleh karena itu, Batu Night Spectacular perlu membentuk persepsi yang baik bagi para pengunjung. Persepsi harga merupakan cara konsumen melihat harga sebagai suatu nilai yang bisa dianggap suatu produk yang mahal, murah, dan adil. Hal tersebut memiliki pengaruh kuat terhadap minat beli dan kepuasan pengunjung dalam membeli suatu produk (Schiffman dan Kanuk, 2007:206). Jadi,

sepadan atau tidak suatu produk tersebut diberi harga sangat penting agar dapat diterima pengunjung.

Lingkup penelitian ini dibatasi di lingkup objek wisata Batu Night Spectacular. Berdasarkan penjelasan tersebut peneliti meneliti dua komponen produk pariwisata yaitu daya tarik wisata dan harga dimana kedua komponen tersebut merupakan komponen yang dinikmati pengunjung ketika berada di dalam destinasi untuk melakukan kegiatan wisata. Adapun objek wisata Batu Night Spectacular merupakan salah satu tujuan wisata hiburan yang paling banyak dikunjungi saat ini dan memiliki berbagai daya tarik wisata yang mampu membuat pengunjung tertarik untuk mengunjungi Batu Night Spectacular. Oleh karena hal tersebut menarik bagi peneliti untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Harga terhadap Kepuasan Pengunjung (Survei pada Pengunjung Batu Night Spectacular)**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah Daya Tarik Wisata dan Harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Pengunjung?
2. Apakah Daya Tarik Wisata berpengaruh terhadap Kepuasan Pengunjung?
3. Apakah Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pengunjung?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh Daya Tarik Wisata dan Harga terhadap Kepuasan Pengunjung.
2. Mengetahui dan menganalisis pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Kepuasan Pengunjung.
3. Mengetahui dan menganalisis pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pengunjung.

D. Kontribusi Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara praktis maupun akademis, sebagai berikut:

1. Kontribusi Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengelola usaha pariwisata pada umumnya sebagai bahan evaluasi dalam meningkatkan kualitas daya tarik wisata dan harga di Batu Night Spectacular sesuai dengan selera dan keinginan pengunjung guna meningkatkan kepuasan pengunjung.

2. Kontribusi Akademis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan dapat menjadi bahan referensi untuk pengembangan ilmu pengetahuan bagi para akademisi, khususnya mengenai daya tarik wisata, harga dan, kepuasan pengunjung.

E. Sistematika Pembahasan

BAB I PENDAHULUAN

Berisi mengenai pemaparan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian serta kontribusi penelitian serta sistematika pembahasan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Berisi mengenai beberapa penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan peneliti Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung. Teori-Teori yang berkaitan dengan penelitian, hubungan antar variabel dan rumusan hipotesis pada penelitian yang akan dilakukan sebagai landasan ilmiah yang berkaitan dengan judul dan permasalahan yang diteliti.

BAB III METODE PENELITIAN

Berisikan mengenai metode-metode dalam penelitian seperti jenis penelitian, lokasi penelitian, definisi operasional, sumber data, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, dan teknis analisis data yang digunakan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Berisikan mengenai hasil dari proses penelitian dan pengelolaan dan penelitian serta mengemukakan pembahasan mengenai hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Berisikan kesimpulan berupa hasil dalam penelitian dan saran ditujukan oleh peneliti bagi pihak-pihak yang memiliki keterkaitan dengan penelitian ini.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Empiris

Berikut ini merupakan penelitian – penelitian dengan topik yang relevan dengan penelitian penulis.

1. Basiya dan Rozak (2012)

Penelitian ini berjudul “Kualitas Daya Tarik Wisata, Kepuasan dan Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Mancanegara di Jawa Tengah” bertujuan untuk menganalisis kualitas daya tarik wisata dan dampaknya terhadap perilaku wisatawan asing setelah mengunjungi Jawa Tengah yaitu berupa kepuasan dan niat kunjungan kembali sebagai bentuk komitmennya atas kepuasan yang dirasakan oleh wisatawan asing tersebut selama berwisata di Jawa Tengah. Peneliti mengambil sampel penelitian dengan menggunakan teknik purposive accidental sampling. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner. Metode yang digunakan dalam penelitian tersebut yaitu menggunakan metode analisis deskriptif dan teknik analisis regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan wisatawan mancanegara dipengaruhi oleh kualitas daya tarik wisata yang ada di Jawa Tengah. Adapun secara berurutan yang paling berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan yaitu daya tarik wisata sosial, daya tarik wisata bangunan, daya tarik wisata budaya, dan daya tarik wisata alam. Selain itu kepuasan wisatawan mancanegara jugaberpengaruh positif terhadap niat kunjungan kembali wisatawan ke destinasi Jawa Tengah.

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Basiya dan Rozak (2012) dengan topik yang peneliti angkat adalah sama-sama menggunakan variabel dependen

Kepuasan. Sedangkan perbedaannya adalah: 1) Daya Tarik Wisata merupakan sebagai variabel independen dalam penelitian peneliti bukan konsep seperti yang disebut oleh Basiya dan Rozak (2012) sebagai Kualitas Daya Tarik Wisata ataupun dibedakan menjadi beberapa jenis daya tarik wisata seperti yang disebutkan sebagai variabel independen oleh Basiya dan Rozak (2012); 2) Peneliti hanya menggunakan satu variabel dependen yaitu Kepuasan; 3) Peneliti menggunakan metode penentuan sample *purposive sampling*; 4) Peneliti menggunakan teknik analisis regresi berganda; 5) Peneliti mengambil lokasi penelitian di Batu Night Spectacular.

2. Farachdiba (2014)

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Daya Tarik terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Deranch, Lembang”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari Daya Tarik terhadap keputusan berkunjung, variabel bebas dalam penelitian ini adalah Daya Tarik dan Keputusan Berkunjung sebagai variabel terikat. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Tujuan digunakan metode ini diharapkan dapat menguraikan hasil dari pengumpulan dan pengolahan data yang diteliti dengan teknik pengumpulan data kuisisioner, observasi, dan wawancara serta dengan teknik pengolahan data regresi linier sederhana.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Dengan mengetahui faktor-faktor yang menyebabkan menurunnya jumlah kunjungan di De’Ranch Lembang pengelola dapat membenahi tempat wisatanya agar menjadi lebih baik. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Farachdiba (2014) dengan topik yang peneliti angkat adalah sama-sama menggunakan variabel independen Daya Tarik. Sedangkan

perbedaannya adalah: 1) Peneliti tidak menggunakan variabel dependen Keputusan Berkunjung; 2) Peneliti menggunakan teknik analisis regresi linier berganda; 5) Peneliti mengambil lokasi penelitian di Batu Night Spectacular.

3. Putra (2015)

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Daya Tarik Pariwisata Kota Batu terhadap Kepuasan Wisatawan (Studi pada Wisatawan Muda). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh faktor-faktor daya tarik pariwisata terhadap kepuasan wisatawan muda di Kota Batu. Metode penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Sampel penelitian ini berjumlah 60 orang responden dengan penentuan pengambilan sampel menggunakan *sampling incidental*.

Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu kepuasan sedangkan variabel independen terdiri dari lima variabel antara lain harga, alam, fasilitas rekreasi, fasilitas pangan, dan fasilitas akomodasi. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linier berganda. Alat analisis menggunakan Uji Asumsi Klasik, Uji F, Uji t, dan Koefisien Determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, dan variabel Alam memiliki pengaruh paling besar dalam menentukan kepuasan wisatawan muda di Kota Batu.

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Putra (2015) dengan topik yang peneliti angkat adalah: 1) Menggunakan variabel dependen Kepuasan; 2) Menggunakan alat analisis regresi linier berganda, uji F, uji t dan uji asumsi klasik. Sedangkan perbedaannya adalah: 1) Peneliti menggunakan Daya Tarik Wisata dan Harga sebagai variabel independen sementara penelitian yang dilakukan oleh Putra

(2015), Daya Tarik Wisata merupakan konsep dan fasilitas yang disebutkan sebagai variabel bebas merupakan indikator dalam penelitian ini seperti fasilitas akomodasi dan fasilitas restaurant atau yang disebut oleh Putra (2015) sebagai fasilitas pangan; 2) Peneliti mengambil lokasi penelitian di Batu Night Spectacular.

4. Sulistiyana (2015)

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Fasilitas Wisata dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Museum Satwa). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh fasilitas wisata dan harga terhadap kepuasan konsumen di Museum Satwa. Jenis penelitian ini adalah *eksplanatory research*. Pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan metode *accidental sampling* dengan jumlah sampel 100 orang responden.

Penelitian ini menggunakan uji t, uji F, uji asumsi klasik. Teknik analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda. Penelitian ini terdapat dua variabel independen yaitu Fasilitas Wisata dan Harga. Sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini yaitu Kepuasan Konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Fasilitas Wisata berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Konsumen, variabel Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, dan kedua variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Sulistiyana (2015) dengan topik yang peneliti angkat adalah: 1) Menggunakan variabel independen Harga 2) Menggunakan variabel dependen Kepuasan; 3) Menggunakan teknik analisis regresi linier berganda, uji t, uji F, dan uji asumsi klasik. Sedangkan perbedaannya

adalah: 1) Teknik penentuan sampel yang peneliti gunakan adalah *simple random sampling*; 2) Peneliti mengambil lokasi penelitian di Batu Night Spectacular.



Tabel 2.1: Pemetaan Penelitian Terdahulu

NO	NAMA PENELITI, TAHUN, JUDUL PENELITIAN	VARIABEL YANG DITELITI	METODE PENELITIAN	HASIL PENELITIAN
1.	Basiya dan Rozak (2012) Kualitas Daya Tarik Wisata, Kepuasan dan Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Mancanegara di Jawa Tengah	Variabel bebas: 1. Daya Tarik Wisata Alam, 2. Daya Tarik Wisata Bangunan, 3. Daya Tarik Wisata Sosial, 4. Daya Tarik Wisata Budaya. Variabel terikat: Kepuasan Wisatawan, Niat melakukan kunjungan kembali.	Metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif	1. Daya tarik wisata berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan mancanegara. 2. Daya tarik wisata berpengaruh positif terhadap niat kunjungan kembali wisatawan mancanegara.
2.	Farachdiba (2014) Pengaruh Daya Tarik Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Deranch Lembang	Variabel bebas: Daya Tarik Variabel terikat: Keputusan Berkunjung	Metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif	Daya Tarik berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan

Lanjutan Tabel 2.1: Pemetaan Penelitian Terdahulu

NO	NAMA PENELITI, TAHUN, JUDUL PENELITIAN	VARIABEL YANG DITELITI	METODE PENELITIAN	HASIL PENELITIAN
3.	Putra (2015) Pengaruh Daya Tarik Pariwisata Kota Batu Terhadap Kepuasan Wisatawan (Studi pada Wisatawan Muda)	Variabel bebas: 1. Harga (X_1) 2. Alam (X_2) 3. Fasilitas rekreasi (X_3) 4. Fasilitas pangan (X_4) 5. Fasilitas akomodasi (X_5) Variabel terikat: Kepuasan (Y)	1. Metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif 2. Sampel penelitian berjumlah 60 responden	1. Harga, alam, fasilitas rekreasi, fasilitas pangan, dan fasilitas akomodasi berpengaruh positif yang signifikan secara simultan terhadap kepuasan wisatawan. 2. Harga, alam, fasilitas rekreasi, fasilitas pangan, dan fasilitas akomodasi berpengaruh positif yang signifikan secara parsial terhadap kepuasan wisatawan. 3. Alam mempunyai pengaruh yang paling kuat terhadap tingkat kepuasan wisatawan.
4.	Sulistiyana (2015) Pengaruh Fasilitas Wisata dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Museum Satwa)	Variabel bebas: 1. Fasilitas wisata (X_1) 2. Harga (X_1) Variabel terikat: Kepuasan Konsumen (Y)	1. Metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif 2. Pengambilan sampel menggunakan <i>nonprobability sampling</i> dengan	1. Fasilitas wisata berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen 2. Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen

Lanjutan Tabel 2.1: Pemetaan Penelitian Terdahulu

NO	NAMA PENELITI, TAHUN, JUDUL PENELITIAN	VARIABEL YANG DITELITI	METODE PENELITIAN	HASIL PENELITIAN
			metode <i>accidental sampling</i> dengan jumlah sampel 100 responden	3. Fasilitas wisata dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Sumber data :olahan Peneliti 2019



B. Tinjauan Teoritis

Berikut merupakan teori yang berhubungan dengan topik penelitian ini. Teori tersebut adalah teori Pariwisata, teori Pengunjung, teori Daya Tarik Wisata, teori *Theme Park*, teori Harga dan teori Kepuasan.

1. Pariwisata

a. Pengertian Pariwisata

Menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 “Pariwisata adalah sebagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah”. Sedangkan 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 environment for not more than one consecutive year for leisure, business, and other purposes*”.

WTO menyatakan pariwisata adalah aktivitas perjalanan seorang menuju dan tinggal diluar lingkungan biasa mereka selama tidak boleh lebih dari setahun untuk bersantai, bisnis dan tujuan lainnya. Berdasarkan dua pengertian pariwisata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa pariwisata merupakan berbagai macam kegiatan wisata yang dilakukan wisatawan diluar tempat biasa mereka tinggal dan aktivitas dengan tujuan berlibur, bisnis, dan atau tujuan lainnya yang bersifat sementara menuju dan atau tinggal di tempat yang didukung berbagai fasilitas dan layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, dan pemerintah.

b. Jenis – Jenis Wisata

Pembangunan industri pariwisata di Indonesia berkembang sangat pesat. Terlihat dengan semakin beragamnya jenis-jenis pariwisata yang ada.

Menurut Pendit (2006) jenis-jenis pariwisata tersebut antara lain sebagai berikut:

1) Wisata Budaya

Ini dimaksudkan agar perjalanan yang dilakukan atas dasar keinginan, untuk memperluas pandangan hidup seseorang dengan jalan mengadakan kunjungan atau peninjauan ketempat lain atau ke luar negeri, mempelajari keadaan rakyat, kebiasaan dan adat istiadat, cara hidup, budaya dan seni pada masyarakat daerah yang bersangkutan. Seringnya perjalanan serupa ini disatukan dengan kesempatan-kesempatan mengambil bagian dalam kegiatan-kegiatan budaya, seperti eksposisi seni (seni tari, seni drama, seni musik dan seni suara), atau kegiatan yang bermotif kesejarahan dan sebagainya.

Jenis wisata budaya ini jenis yang populer di Indonesia. Jenis wisata ini adalah jenis wisata yang paling utama bagi wisatawan luar negeri yang datang ke negeri ini dimana mereka ingin mengetahui kebudayaan kita, kesenian dan segala sesuatu yang dihubungkan dengan adat istiadat dan kehidupan seni budaya kita.

2) Wisata Kesehatan

Hal ini dimaksudkan perjalanan seorang wisatawan dengan tujuan untuk menukar keadaan dan lingkungan tempat sehari-hari dimana ia tinggal demi kepentingan beristirahat alam arti jasmani dan rohani, dengan mengunjungi tempat peristirahatan seperti mata air panas yang mengandung mineral yang dapat menyembuhkan, tempat yang mempunyai iklim udara yang menyehatkan atau tempat-tempat yang menyediakan fasilitas-fasilitas kesehatan lainnya.

3) Wisata Olahraga

Ini dimaksudkan wisatawan yang melakukan perjalanan dengan tujuan berolahraga atau memang sengaja bermaksud mengambil bagian aktif dalam pesta

olah raga di suatu tempat atau negara seperti Asean Games, Olympiade, Thomas dan Uber Cup, Wimbledon, Tour de Fance, F1, World Cup dan jenis olahraga lainnya. Macam cabang olahraga yang termasuk dalam jenis wisata olahraga yang bukan tergolong dalam pesta olahraga atau games, misalnya berburu, memancing, berenang, dan berbagai cabang olahraga dalam air atau diatas pegunungan.

4) Wisata Komersial

Jenis ini termasuk perjalanan untuk mengunjungi pameran-pameran dan pekan raya yang bersifat komersil, seperti pameran industri, pameran dagang dan sebagainya. Pada mulanya banyak orang berpendapat bahwa hal ini tidak dapat digolongkan kedalam jenis pariwisata karena bersifat komersial, hanya dilakukan oleh orang-orang yang khusus mempunyai tujuan tertentu untuk bisnis. Tetapi kenyataannya, dewasa ini pameran-pameran atau pekan raya yang diadakan banyak sekali dikunjungi oleh orang yang hanya sekedar melihat-lihat. Maka tak jarang pameran atau pekan raya dimeriahkan dengan berbagai atraksi dan pertunjukan kesenian.

5) Wisata Industri

Erat kaitannya dengan wisata komersial. Perjalanan yang dilakukan oleh rombongan pelajar atau mahasiswa, atau orang-orang biasa ke suatu kompleks atau daerah perindustrian yang banyak terdapat pabrik-pabrik atau bengkel-bengkel besar dengan maksud dan tujuan untuk mengadakan peninjauan atau penelitian. Hal ini banyak dilakukan di negara-negara yang telah maju perindustriannya dimana masyarakat berkesempatan mengadakan kunjungan ke daerah atau kompleks-kompleks pabrik industri berbagai jenis barang yang dihasilkan secara massal di negara tersebut.

6) Wisata Politik

Jenis ini meliputi perjalanan yang dilakukan untuk mengunjungi atau mengambil bagian secara aktif dalam peristiwa kegiatan politik seperti peringatan ulang tahun suatu negara/perayaan hari kemerdekaan dimana fasilitas akomodasi, sarana angkutan dan berbagai atraksi diadakan secara megah dan meriah bagi para pengunjung. Selain itu peristiwa-peristiwa penting seperti konferensi, musyawarah, kongres atau konvensi politik yang selalu disertai dengan darma wisata termasuk dalam jenis ini.

7) Wisata Konvensi

Terasuk dalam jenis wisata politik. Berbagai negara dewasa ini membangun wisata konvensi dengan menyediakan fasilitas bangunan beserta ruangan-ruangan tempat bersidang bagi para peserta konferensi, musyawarah, konvensi atau pertemuan lainnya, baik yang bersifat nasional maupun internasional. Contoh, Jakarta dengan JCC-nya (Jakarta Convention Center).

8) Wisata Sosial

Yang dimaksud dengan jenis wisata ini adalah pengorganisasian suatu perjalanan murah serta mudah untuk memberi kesempatan kepada golongan masyarakat ekonomi lemah (mereka yang tidak mampu membayar segala sesuatu yang bersifat luks) untuk mengadakan perjalanan.

9) Wisata Pertanian

Jenis wisata ini adalah pengorganisasian perjalanan yang dilakukan ke proyek-proyek pertanian, perkebunan, ladang pembibitan dan sebagainya dimana wisatawan rombongan dapat mengadakan kunjungan dan peninjauan untuk tujuan studi ataupun hanya sekedar melihat-lihat.

10) Wisata Maritim atau Bahari

Jenis wisata ini banyak kaitannya dengan kegiatan di air seperti di danau, sungai, pantai, teluk atau laut lepas seperti memancing, berlayar, menyelam, berselancar dan lain-lain. Jenis wisata ini dapat juga disebut Wisata Tirta. Indonesia yang merupakan daerah kepulauan kaya akan wisata jenis ini.

11) Wisata Cagar Alam

Wisata ini banyak dikaitkan dengan kegemaran akan keindahan alam, kesegaran hawa udara di pegunungan, keajaiban hidup binatang dan marga satwa yang langka serta tumbuh-tumbuhan yang jarang terdapat di tempat lain.

12) Wisata Buru

Jenis wisata ini banyak dilakukan di negara-negara yang memiliki daerah atau hutan tempat berburu yang dibenarkan oleh pemerintah (memiliki izin). Pemerintah yang bijaksana mengatur wisata buru ini demi keseimbangan hidup satwa yang diburu agar tidak punah, dengan memperhitungkan perkembangbiakannya, antara yang lahir dan yang diburu tetap seimbang.

13) Wisata Pilgrim atau Wisata Religi

Jenis wisata ini banyak dikaitkan dengan agama, adat istiadat dan kepercayaan umat atau kelompok masyarakat. Bisa dilakukan perorangan atau rombongan ke tempat-tempat suci, makam orang besar atau yang diagungkan.

14) Wisata Bulan Madu

Yang dimaksud dengan jenis wisata ini adalah suatu penyelenggaraan perjalanan bagi pasangan suami istri, pengantin baru yang sedang berbulan madu dengan fasilitas-fasilitas khusus dan tersendiri demi kenikmatan perjalanan dan kunjungan mereka.

15) Wisata petualangan

Dikenal dengan istilah *adventure tourism*. Jenis wisata ini dilakukan oleh mereka yang ingin melakukan petualangan atau hal-hal yang menantang, seperti memasuki hutan belantara, mendaki tebing terjal, bungy jumping, arung jeram, wisata kutub, wisata ruang angkasa dan lain sebagainya.

Selain jenis-jenis wisata tersebut, masih banyak lagi jenis wisata yang lain, tergantung kepada kondisi dan situasi perkembangan dunia kepariwisataan di suatu daerah atau negara yang ingin mengembangkan industri pariwisatanya. Hal ini tergantung pada selera atau daya kreativitas para profesional yang berkepentingan dalam industri pariwisata ini. Semakin kreatif dan banyak gagasan yang dimiliki, semakin bertambah pula bentuk dan jenis wisata yang dapat diciptakan.

2. Pengertian Pengunjung dan Karakteristiknya

Bila diperhatikan, orang-orang yang datang berkunjung disuatu tempat atau negara, biasanya mereka disebut sebagai pengunjung yang terdiri dari beberapa orang dengan bermacam-macam motivasi kunjungan termasuk di dalamnya adalah wisatawan, sehingga tidak semua pengunjung termasuk wisatawan. Menurut *International Union of Official Travel Organization (IUOTO)*, pengunjung yaitu setiap orang yang datang ke suatu negara atau tempat tinggal lain dan biasanya dengan maksud apapun kecuali untuk melakukan pekerjaan yang menerima upah. Pengunjung digolongkan dalam dua kategori, yaitu:

- a. Wisatawan (*tourist*), pengunjung yang tinggal sementara sekurang-kurangnya selama 24 jam di negara yang kunjunginya dan tujuan perjalanannya dapat digolongkan kedalam klasifikasi sebagai berikut:

- 1) Pesiari (*leisure*), untuk keperluan rekreasi, liburan, kesehatan, studi, keagamaan dan olahraga.
 - 2) Hubungan dagang (*business*), keluarga, konferensi, misi, dan lain sebagainya.
- b. Pelancong (*excursionist*)

Pengunjung sementara yang tinggal di suatu negara yang dikunjungi dalam waktu kurang dari 24 jam. Dari beberapa pengertian tersebut, dalam penelitian ini yang dimaksud dengan pengunjung adalah seseorang yang melakukan kunjungan pada objek dan daya tarik wisata yang dalam hal ini adalah objek wisata Pantai Penyusuk sebagai lokasi penelitian. Karakteristik pengunjung dapat dibedakan ke dalam dua jenis, yaitu karakteristik sosial-ekonomi dan karakteristik perjalanan wisata Smith (1989:13). Dalam hal ini karakteristik pengunjung memberikan pengaruh yang tidak langsung terhadap pengembangan pariwisata. Tidak dapat diterapkan secara langsung langkah-langkah yang harus dilakukan hanya dengan melihat karakteristik pengunjung, melainkan perlu melihat keterkaitan dengan persepsi pengunjung.

Pengunjung pada suatu objek wisata memiliki karakteristik dan pola kunjungan, kebutuhan ataupun alasan melakukan kunjungan ke suatu objek wisata masing-masing berbeda hal ini perlu menjadi pertimbangan bagi penyedia pariwisata sehingga dalam menyediakan produk dapat sesuai dengan minat dan kebutuhan pengunjung.

Adapun karakteristik pengunjung meliputi:

- 1) Jenis kelamin yang dikelompokkan menjadi laki-laki dan perempuan
- 2) Usia adalah umur responden pada saat survei
- 3) Kota atau daerah asal adalah daerah tempat tinggal responden

- 4) Tingkat pendidikan responden
- 5) Status pekerjaan responden
- 6) Status perkawinan responden
- 7) Pendapatan perbulan responden

Sedangkan pola kunjungan responden merupakan alasan utama perjalanan sebagai motif atau tujuan utama dilakukannya perjalanan tersebut meliputi:

- 1) Maksud kunjungan yang merupakan tujuan utama melakukan perjalanan wisata.
- 2) Frekuensi kunjungan adalah banyaknya kunjungan ke objek wisata yang pernah dilakukan oleh responden.
- 3) Teman perjalanan adalah orang yang bersama-sama dengan responden melakukan perjalanan wisata.
- 4) Lama waktu kunjungan adalah jumlah waktu yang dihasilkan responden selama berada di objek wisata.
- 5) Besar pengeluaran adalah jumlah pengeluaran atau biaya selama melakukan perjalanan wisata.

3. Daya Tarik Wisata

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009, menjelaskan bahwa daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan wisatawan. Pendit (1994) mendefinisikan daya tarik wisata adalah sebagai segala sesuatu yang menarik dan bernilai untuk dikunjungi dan dilihat. Sedangkan menurut Yoeti (1985) menyatakan bahwa daya tarik wisata atau *tourist attraction* adalah istilah

yang lebih sering digunakan, yaitu segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi seseorang untuk mengunjungi daerah wisata tertentu.

Berdasarkan beberapa definisi tersebut maka dapat disimpulkan bahwa daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang mempunyai nilai daya tarik, keunikan dan kemudahan untuk mencapai lokasi objek wisata yang dapat dijadikan sebagai tujuan wisatawan untuk datang dan berkunjung ke suatu daerah objek wisata tertentu.

Daya tarik tempat tujuan wisata merupakan motivasi utama bagi wisatawan untuk melakukan kunjungan wisata (Witt,1994 dalam Basiya dan Rozak, 2012).

Menurutnya destinasi wisata dikelompokkan menjadi empat daya tarik yaitu:

- a. Daya Tarik Wisata Alam (*Natural Attraction*), meliputi pemandangan alam berupa daratan dan lautan.
- b. Daya Tarik Wisata Bangunan dan Arsitektur (*Building Attraction*), meliputi bangunan dan arsitektur bersejarah, bangunan dan arsitektur modern, peninggalan arkeologi dan monumen.
- c. Daya Tarik Wisata yang dikelola khusus (*Managed Visitor Attraction*), meliputi kawasan yang dikelola oleh pemerintah atau pihak swasta seperti taman hiburan, kebun binatang, dan taman kota.
- d. Daya Tarik Wisata Budaya (*Cultural Attraction*), meliputi museum, festival budaya, musik, dan tarian tradisional, kampung budaya.

Daya tarik wisata menurut Direktorat Jendral Pemerintahan di bagi menjadi tiga macam, yaitu :

- 1) Daya Tarik Wisata Alam

Daya Tarik Wisata Alam adalah sumber daya alam yang berpotensi serta memiliki daya tarik bagi pengunjung baik dalam keadaan alami maupun setelah ada usaha budi daya. Potensi wisata alam dapat dibagi menjadi 4 kawasan yaitu :

- a) Flora fauna
- b) Keunikan dan kekhasan ekosistem, misalnya eksistem pantai dan ekosistem hutan bakau
- c) Gejala alam, misalnya kawah, sumber air panas, air terjun dan danau
- d) Budidaya sumber daya alam, misalnya sawah, perkebunan, peternakan, usaha perikanan

2) Daya Tarik Wisata Sosial Budaya

Daya Tarik Wisata Sosial Budaya dapat dimanfaatkan dan dikembangkan sebagai objek dan daya tarik wisata meliputi museum, peninggalan sejarah, upacara adat, seni pertunjukkan dan kerajinan.

3) Daya Tarik Wisata Minat Khusus

Daya Tarik Wisata Minat Khusus merupakan jenis wisata yang baru dikembangkan di Indonesia. Wisata ini lebih diutamakan pada wisatawan yang mempunyai motivasi khusus. Dengan demikian, biasanya para wisatawan harus memiliki keahlian. Contohnya: berburu mendaki gunung, arung jeram, tujuan pengobatan, agrowisata, dll.

Suatu Daya Tarik Wisata dapat menarik untuk di kunjungi oleh wisatawan harus memenuhi syarat-syarat untuk pengembangan daerahnya, menurut Sunaryo (2013:28) syarat-syarat tersebut adalah :

- a) *Something to see*, destinasi tersebut harus mempunyai apa yang disebut dengan "*something to see*". maksudnya destinasi tersebut harus mempunyai daya

tarik khusus yang bisa dilihat oleh wisatawan disamping itu juga harus mempunyai atraksi wisata yang dapat dijadikan sebagai “*entertainments*” bila orang datang untuk mengunjunginya.

b) *Something to do*, selanjutnya destinasi tersebut juga harus mempunyai “*something to do*” selain banyak yang dapat dilihat dan disaksikan harus juga disediakan beberapa fasilitas rekreasi atau *amusements* dan tempat atau wahana yang bisa digunakan oleh wisatawan untuk beraktivitas seperti olahraga, kesenian, maupun kegiatan yang lain yang dapat membuat wisatawan menjadi betah tinggal lebih lama.

c) *Something to buy*, kemudian, destinasi tadi juga harus mempunyai “*something to buy*” di tempat tersebut harus tersedia barang-barang cinderamata atau souvenir seperti halnya kerajinan rakyat setempat yang bisa dibeli wisatawan sebagai oleh-oleh untuk dibawa pulang ketempat asal masing-masing.

4. Theme Park

a. Pengertian Theme Park

Theme Park adalah istilah untuk sekelompok atraksi hiburan dan wahana dan acara lainnya di suatu lokasi untuk dinikmati sejumlah besar orang. *Theme Park* lebih rumit daripada sebuah taman kota atau taman bermain yang sederhana, biasanya menyediakan tempat dimaksudkan untuk melayani anak-anak, remaja, dan orang dewasa. *Theme Park* adalah sebuah taman hiburan yang dekoratif dan didesain untuk mencerminkan satu tema tertentu sebagai tema utama, seperti suatu periode khusus dalam suatu cerita atau dunia di masa yang akan datang (Webster 2010). Istilah *Theme Park* memiliki arti yang lebih luas daripada sekedar taman bertema. Dalam arti lain definisi tentang *Theme Park* sebagai dunia atau tempat

yang memiliki ciri antara lain tidak terikat pada geografi tertentu, lingkungan yang terkontrol dan teramati, memberikan stimulasi tanpa henti, Sorkin (1992).

Dalam mengembangkan sebuah industri *theme park*, diperlukan perencanaan terlebih dahulu agar industri *theme park* tersebut dapat berhasil. Raluca dan Gina (2008:636), tahapan-tahapan dalam membangun sebuah *theme park* adalah:

1. Lingkungan Umum
Dalam hal ini, sebuah *theme park* harus memperhatikan fitur fisik dan layanan untuk mengisis kapasitas asumsi dari pengunjung.
2. Lingkungan Ekonomi
Berdirinya sebuah *theme park* harus meningkatkan ekonomi sekitar antara lain peningkatan taraf hidup masyarakat sekitar.
3. Sosial dan Budaya
Theme Park sebagai industri yang berdiri ditengah kehidupan tradisional tidak harus memperhatikan aspek masyarakat, sehingga masyarakat sekitar tidak terbawa pengaruh buruk pada kehadiran sebuah *theme park*.
4. Transportasi
Transportasi merupakan hal yang perlu diperhatikan dalam perencanaan sebuah *theme park* karena pengunjung memerlukan transportasi untuk mencapai suatu atraksi.
5. Infrastruktur
Hal-hal yang harus diperhatikan dalam unsur infrastruktur adalah tersedianya air bersih, listrik, limbah pembuangan dan telekomunikasi.
6. Fasilitas yang Ditawarkan
Akomodasi, hotel, dan fasilitas wisata lainnya, menyediakan jasa sehingga wisatawan dapat menginap selama perjalanan mereka. Fasilitas lain yang diperlukan untuk pengembangan pariwisata dan perjalanan wisata meliputi restoran, museum, toko-toko souvenir.
7. Lingkungan Kelembagaan
Elemen kelembagaan harus diperhatikan dalam perencanaan taman lingkungan. Dari tingkat nasional sampai lokal dalam mengatur persyaratan perundangan pariwisata.
8. Pengembangan *Theme Park*
Dalam hal ini *theme park* harus melakukan pengembangan agar dapat bertahan dalam persaingan bisnis antar jenis industri yang sama.

b. Karakteristik *Theme Park*

Lukas (2008) mengungkapkan bahwa *theme park* memiliki 6 karakteristik yaitu sebagai berikut:

- 1) *Theme park as oasis* (sebagai sumber ketenangan), *theme park* menciptakan rasa ketenangan seakan manusia berada di dunia lain yang lebih indah.
- 2) *Theme park as land* (sebagai dunia impian), *theme park* diidentikkan dengan dunia impian.
- 3) *Theme park as machine* (sebagai mesin wahana), *theme park* sendiri adalah sebuah mesin besar atau satu yang tersusun dari bermacam kendaraan, peralatan mekanik, subsistem, proses, dan pertunjukkan yang menjadikannya sebagai sistem yang fungsional.
- 4) *Theme park as show* (sebagai pertunjukkan), arsitektur selalu di pertunjukkan tapi jika berkaitan dengan *theme park*, pertunjukkan adalah fungsi utamanya.
- 5) *Theme park as brand* (sebagai merek), pada zaman ini perubahan yang paling signifikan dari *theme park* berkaitan dengan merek.
- 6) *Theme park as text* (sebagai bacaan/berita), saat *theme park* menjadi sebuah bacaan, penceritaan menjadi berlipat ganda, penulisnya tidak lagi sebagai bosnya dan seseorang yang menjadi pusat perhatian dulunya, tapi sebagai *theme park* itu sendiri.

5. Harga

a. Pengertian Harga

Menurut Lupiyoadi (2013:136) harga adalah berbagai manfaat yang dimiliki oleh suatu produk jasa yang dibandingkan dengan berbagai biaya (pengorbanan) yang ditimbulkan dalam mengkonsumsi 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 panca indera (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 Basu (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. 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 Armstrong (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-penyesuaian 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. Lima strategi penetapan harga secara geografis yaitu:

- a) Penetapan harga FOB-asal (*FOB-origin pricing*), strategi penetapan harga di mana 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 di mana 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-point pricing*), strategi penetapan harga berdasarkan geografi di mana 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 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.

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

d. Indikator Harga

Harga barang atau jasa menjadi penentu bagi permintaan pasar. Harga juga dapat mempengaruhi program pemasaran suatu perusahaan karena dapat menghasilkan keuntungan. Stanton (1998:66) menyebutkan beberapa indikator harga antara lain:

- 1) Keterjangkauan harga

Penetapan harga yang dilakukan oleh perusahaan sesuai dengan kemampuan daya beli konsumen. Konsumen dapat menjangkau harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

- 2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk, yaitu penetapan harga yang dilakukan perusahaan yang disesuaikan dengan kualitas produk yang dapat diperoleh konsumen.
- 3) Daya saing harga, yaitu penawaran harga yang dilakukan oleh perusahaan berbeda dan bersaing dengan yang diberikan oleh perusahaan lain pada jenis produk yang sama.
- 4) Kesesuaian harga dengan manfaat, yaitu penetapan harga yang dilakukan oleh perusahaan yang sesuai dengan manfaat yang dapat diperoleh konsumen dari produk yang dikonsumsi.

6. Kepuasan Pengunjung

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler, 2000:52). Menurut Wilkie dalam Tjiptono (1997:24) kepuasan adalah merupakan suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa. Sedangkan menurut Engel, *et.al.*, dalam Tjiptono (1997:24) menyatakan bahwa kepuasan wisatawan merupakan evaluasi purna beli di mana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan wisatawan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan.

Kepuasan pengunjung merupakan salah satu ukuran kinerja organisasi non finansial yang mempunyai kontribusi sangat signifikan terhadap keberhasilan tujuan

organisasi bisnis. Terdapat berbagai definisi konseptual kepuasan wisatawan yang digunakan para peneliti sebelumnya. Menurut Giese dan Cote (2000) dalam penelitiannya telah mengidentifikasi berbagai definisi konseptual dari literatur dan dari para peneliti sebelumnya tentang kepuasan pengunjung. Berdasarkan beberapa definisi konseptual tersebut, Giese dan Cote (2000) menyimpulkan tiga komponen utama dalam definisi kepuasan pengunjung yaitu pertama kepuasan pengunjung merupakan tanggapan emosional dan kognitif, kedua tanggapan lebih difokuskan pada ekspektasi, produk konsumsi, dan pengalaman, ketiga tanggapan terjadi setelah konsumsi, setelah pemilihan dan didasarkan pada akumulasi.

Definisi kepuasan tersebut menunjukkan bahwa seorang pengunjung mungkin mengalami berbagai tingkat kepuasan yaitu bilamana kinerja produk tidak sesuai dengan harapannya setelah dikonsumsi maka pengunjung tersebut merasa tidak puas dan akan kecewa, namun sebaliknya bila kinerja produk sesuai dengan harapannya maka pengunjung akan merasa amat puas sehingga di waktu mendatang akan bergairah untuk mengkonsumsi produk itu kembali.

Menurut Tjiptono (2003:102) adanya kepuasan pengunjung dapat memberikan manfaat, diantaranya adalah:

1. Hubungan antara tempat wisata dan pengunjung menjadi harmonis.
2. Memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang.
3. Dapat mendorong kepuasan sehingga terciptanya loyalitas pengunjung.
4. Membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word-of-mouth*) yang menguntungkan bagi tempat wisata.
5. Reputasi tempat wisata menjadi baik dimata pengunjung.
6. Laba yang diperoleh dapat meningkat.

Suatu perusahaan kadang-kadang mengalami kegagalan dalam memenuhi kepuasan dalam pelanggan. Alma (2007:286) mengemukakan beberapa penyebab

utama tidak terpenuhinya harapan pengunjung, yaitu:

1. Tidak sesuai harapan dan kenyataan.
2. Layanan selama proses menikmati jasa tidak memuaskan.
3. Perilaku personil kurang memuaskan.
4. Suasana dan kondisi fisik lingkungan tidak menunjang.
5. Cost terlalu tinggi, karena jarak terlalu jauh, banyak waktu terbuang dan
6. harga tidak sesuai.
7. Promosi / iklan terlalu muluk-muluk, tidak sesuai dengan kenyataan.

Kepuasan pengunjung tidak akan terbentuk apabila harapan pengunjung tidak terpenuhi. Harapan pengunjung akan mewarnai setiap tindakan keputusan berkunjung. Harapan pengunjung akan menjadi dasar keputusannya ketika dihadapkan pada berbagai alternatif produk jasa yang ditawarkan. Harapan itu sendiri merupakan manifestasi dari pengalaman masa lalu pengunjung, pendapat teman, informasi dari saudara, informasi dari pemasar dan lain-lain. Oleh karena itu pengelola perlu untuk lebih memposisikan kepuasan pengunjung sebagai fokus utama dengan implementasi tindakan yang memiliki akses pada terciptanya alat pemuas dengan prestasi yang sesuai.

C. Hubungan Antar Variabel

1. Hubungan Daya Tarik Wisata terhadap Kepuasan Pengunjung

Daya tarik wisata merupakan faktor utama pengunjung untuk berkunjung ke suatu destinasi (Pitana dan Gayatri, 2015:101). Hal tersebut didukung dengan teori yang dikemukakan oleh Zaenuri (2012:51) yang menyatakan bahwa daya tarik wisata merupakan sesuatu yang unik yang dapat mempengaruhi dan menjadikan pilihan pengunjung, sehingga dapat memberikan kepuasan dengan apa yang diinginkan oleh pengunjung. Kepuasan itu sendiri pada dasarnya dapat dilihat dari perasaan senang atau kecewa yang berasal dari perbandingan antara harapan

terhadap hasil suatu produk (Engel dalam Payangan, 2014:154). Salah satu produk wisata adalah daya tarik wisata yang dapat berupa obyek maupun atraksi wisata (Zaenuri, 2012:229 dan169).

Keterkaitan antara daya tarik atau atraksi wisata dengan kepuasan pengunjung adalah karena setiap pengunjung yang mengunjungi objek wisata cenderung berkeinginan untuk menyaksikan atraksi wisata yang ditawarkan atau disediakan oleh objek wisata tersebut, karena setiap objek wisata tentunya menawarkan atraksi wisata yang berbeda dengan objek wisata yang lainnya. Sofyan (2015:71) berpendapat bahwa terdapat hubungan antara atraksi wisata dengan Kepuasan Pengunjung. Atraksi wisata merupakan indikator yang pada dasarnya mampu membuat sebuah keterkaitan dalam hal kepuasan pengunjung di suatu objek wisata, dan merupakan pertunjukan atau kekayaan alam yang menjadi daya tarik suatu objek wisata yang di selenggarakan untuk pengunjung. Beberapa peneliti, salah satunya yaitu Basiya dan Rozak (2012) di mana hasil penelitiannya menyatakan bahwa Daya Tarik Wisata berpengaruh terhadap Kepuasan Pengunjung.

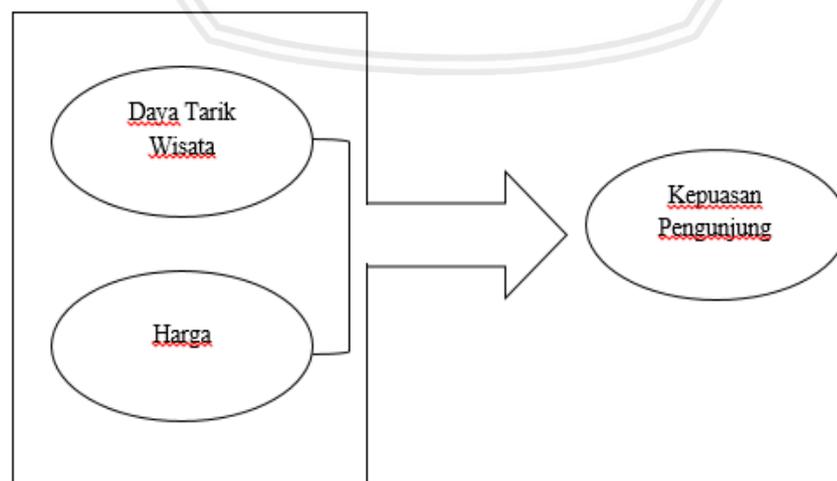
2. Hubungan Harga terhadap Kepuasan Pengunjung

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 mempengaruhi 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 Sulistiyana (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 atau diskon, dan berkualitasnya produk atau jasa yang ditawarkan akan membuat pengunjung puas menggunakan produk atau jasa tersebut.

D. Model Konsep

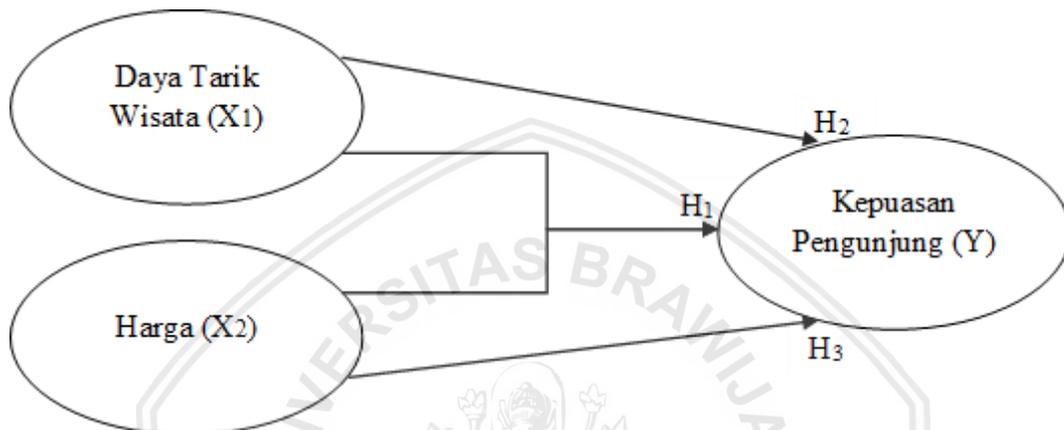
Berdasarkan penjelasan teori diatas, maka model konsep dalam penelitian ini memiliki tiga konsep yang diangkat yaitu Daya Tarik Wisata, Harga dan Kepuasan Pengunjung. Berikut merupakan model konsep pada penelitian ini yang ditunjukkan oleh Gambar 2.1



Gambar 2.1 Model Konsep
Sumber: Olahan Peneliti, 2019

E. Model Hipotesis

Menurut Arikunto (2013:110) hipotesis merupakan suatu teori yang kebenarannya masih perlu diuji. Berikut ini merupakan model hipotesis dari penelitian ini:



Gambar 2.1. Model Hipotesis

Sumber: Olahan Peneliti, 2019

Hipotesis:

- H1 : Daya Tarik Wisata dan Harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung.
- H2 : Daya Tarik Wisata berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung.
- H3 : Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian eksplanatori (Explanatory Research). “Penelitian Eksplanatori adalah penelitian yang menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesa” (Singarimbun dalam Singarimbun dan Effendi, Ed., 2006:5). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2014:7) metode ini disebut kuantitatif karena data penelitian merupakan angka-angka dan dianalisis menggunakan statistik. Penelitian ini dilakukan dengan mengambil sampel dari populasi dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data pokok, hal ini bertujuan untuk menjelaskan hubungan variabel-variabel melalui pengujian hipotesis. Diharapkan dengan jenis penelitian ini dapat menjelaskan hubungan antara variabel bebas yaitu Daya Tarik Wisata, Harga dan variabel terikat yaitu Kepuasan Pengunjung.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi Penelitian adalah tempat atau lokasi dilaksanakannya penelitian guna memperoleh data atau informasi yang diperlukan berkaitan dengan permasalahan penelitian. Lokasi penelitian ini yaitu objek wisata Batu Night Spectacular. Batu Night Spectacular dipilih sebagai lokasi penelitian karena berdasarkan informasi dan data yang diperoleh, Batu Night Spectacular memiliki jumlah kunjungan yang terus meningkat pada setiap tahunnya. Serta Batu Night Spectacular memiliki bermacam-macam wahana yang memiliki konsep modern, mengedukasi, dan jugasaat ini sedang digemari oleh semua kalangan. Wahana tersebut dibagi menjadi 3 Area Bermain, yaitu Area Carnival yang didalamnya terdapat wahana (Rodeo,

Trick Art Gallery 3D, Cinema 4D, dsb.), kemudian Area Anak terdapat wahana (Mini Train, Monkey Jump, dan Baby Jump), dan yang terakhir Area Extreme terdapat wahana (Trampoline, Magic Bounce, Battle Arena Indonesia, dsb).

C. Variabel, Definisi Operasional dan Skala Pengukurannya

1. Variabel

Variabel penelitian adalah suatu hal yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari yang dapat menghasilkan informasi untuk dapat ditarik kesimpulannya (Darmawan, 2013:108). Macam-macam variabel menurut hubungan antara satu dengan variabel lainnya yaitu variabel independen (variabel bebas), variabel dependen (variabel terikat), variabel moderator, variabel *intervening*, dan variabel *control* (Darmawan, 2013:109). Penelitian ini menggunakan dua macam variabel dan secara operasional yang dapat didefinisikan sebagai berikut.

a. Variabel Bebas

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) (Darmawan, 2013:109). Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu variabel daya tarik wisata (X1) dan variabel harga (X2).

b. Variabel Terikat

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas: (Darmawan, 2013:109). Variabel terikat dalam penelitian ini yakni variabel kepuasan pengunjung (Y).

2. Definisi Operasional

Definisi Operasional adalah definisi yang didasarkan atas sifat-sifat hal yang didefinisikan yang dapat diamati (diobservasi), konsep yang dapat diamati atau

dapat diobservasi merupakan hal yang sangat penting, karena hal yang dapat diamati itu membuka kemungkinan bagi orang lain, selain peneliti sendiri untuk dilaksanakan, juga agar orang lain dapat melakukan hal yang serupa, sehingga apa yang dilakukan oleh peneliti terbuka untuk diuji kembali oleh orang lain (Narbuko dan Achmadi, 2013:129). Penelitian ini dikelompokkan menjadi dua kategori variabel, yaitu variabel *independent* dan variabel *dependent*.

a. Daya Tarik Wisata (X₁)

Daya tarik wisata adalah segala sesuatu baik berupa obyek maupun atraksi dari Batu Night Spectacular yang memiliki keunikan, keindahan, dan kenekaragaman sehingga menjadi tujuan bagi pengunjung. Indikator Daya Tarik Wisata tersusun dari:

1) *Something to see*, Batu Night Spectacular harus memiliki atraksi dan daya tarik agar pengunjung datang untuk mengunjunginya. *Items* yang digunakan adalah:

- a) Lokasi Batu Night Spectacular berdekatan dengan objek wisata yang lain,
- b) Batu Night Spectacular memiliki atraksi yang *attractive* dari objek wisata yang lain,
- c) Batu Night Spectacular memiliki pertunjukkan air mancur yang menarik.

2) *Something to do*, Batu Night Spectacular harus memiliki tempat atau wahana yang bisa digunakan oleh pengunjung untuk beraktivitas, agar pengunjung menjadi betah tinggal lebih lama. *Items* yang digunakan adalah:

- a) Batu Night Spectacular memiliki banyaknya variasi wahana,
- b) Batu Night Spectacular memiliki berbagai spot foto yang dapat dinikmati oleh pengunjung.

3) *Something to buy*, Batu Night Spectacular harus menyediakan barang-barang cinderamata (*souvenir*) yang bisa dibeli oleh pengunjung sebagai oleh-oleh untuk dibawa pulang. *Items* yang digunakan adalah:

- a) Keragaman jenis *souvenir* yang dijual di Batu Night Spectacular,
- b) Keragaman jenis makanan yang dijual di Batu Night Spectacular,
- c) Keragaman jenis minuman yang dijual di Batu Night Spectacular.

b. Harga (X₂)

Harga adalah sejumlah uang untuk mendapatkan dan menggunakan suatu produk atau jasa, harga yang dimaksud dalam definisi tersebut adalah berupa harga tiket masuk di Batu Night Spectacular. Indikator Harga terdiri dari:

1) Keterjangkauan harga, penetapan harga yang dilakukan oleh pengelola Batu Night Spectacular sesuai dengan kemampuan daya beli pengunjung. *Items* yang digunakan adalah:

- a) Harga tiket masuk ke Batu Night Spectacular terjangkau,
- b) Harga tiket tiap wahana di Batu Night Spectacular terjangkau.

2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk, penetapan harga yang dilakukan pengelola Batu Night Spectacular yang disesuaikan dengan kualitas produk yang dapat diperoleh pengunjung. *Items* yang digunakan adalah:

- a) Harga yang ditetapkan sesuai dengan variasi wahana yang tersedia.
- b) Harga tiket masuk sebanding dengan kualitas wahana yang tersedia.

3) Daya saing harga, penawaran harga yang dilakukan oleh pengelola Batu Night Spectacular berbeda dan bersaing dengan yang diberikan oleh pengelola objek wisata lain pada jenis produk yang sama. *Items* yang digunakan adalah:

- a) Harga tiket masuk Batu Night Spectacular lebih murah dari objek wisata yang lain,
- b) Batu Night Spectacular sering menawarkan potongan harga.

4) Kesesuaian harga dengan manfaat, penetapan harga yang dilakukan oleh pengelola Batu Night Spectacular yang sesuai dengan manfaat yang dapat diperoleh pengunjung. *Items* yang digunakan adalah:

- a) Mendapatkan pelayanan yang baik saat berkunjung di Batu Night Spectacular,
- b) Mendapatkan kenyamanan saat berkunjung di Batu Night Spectacular.

c. Kepuasan Pengunjung (Y)

Kepuasan dalam penelitian ini adalah perasaan yang dirasakan oleh pengunjung setelah membandingkan dengan harapannya selama berwisata di Batu Night Spectacular. Kepuasan pengunjung terdiri dari satu indikator yaitu perasaan puas, dengan item-item yang digunakan adalah:

- a) Pengunjung merasa puas setelah mengunjungi Batu Night Spectacular,
- b) Pengunjung merasa Batu Night Spectacular menjadi pilihan yang tepat untuk berwisata.

Berdasarkan uraian tersebut, variabel, indikator dan *item* dapat digambarkan dalam Tabel 3.1.

Tabel 3.1
Variabel, Indikator, Item

Variabel	Indikator	Item	Sumber
Daya Tarik Wisata (X₁)	<i>Something to see</i> (X _{1.1})	Lokasi berdekatan dengan objek wisata yang lain (X _{1.1.1})	Sunaryo (2013:28)
		Memiliki atraksi yang <i>attractive</i> dari objek wisata yang lainnya (X _{1.1.2})	
		Memiliki pertunjukan air mancur yang Menarik (X _{1.1.3})	
	<i>Something to do</i> (X _{1.2})	Banyaknya variasi wahana (X _{1.2.1})	
		Memiliki berbagai spot foto pada malam hari (X _{1.2.2})	
	<i>Something to buy</i> (X _{1.3})	Keragaman jenis souvenir yang dijual (X _{1.3.1})	
		Keragaman jenis makanan yang dijual (X _{1.3.2})	
		Keragaman jenis minuman yang dijual (X _{1.3.3})	
	Harga (X₂)	Keterjangkauan harga (X _{2.1})	
Harga tiket tiap wahana terjangkau (X _{2.1.2})			
Kesesuaian harga dengan kualitas produk (X _{2.2})		Harga yang ditetapkan sesuai dengan variasi wahana yang tersedia (X _{2.2.1})	
		Harga tiket masuk sebanding dengan kualitas wahana yang tersedia (X _{2.2.2})	
Daya saing Harga (X _{2.3})		Harga tiket masuk lebih murah	

Lanjutan Tabel 3.1

Variabel	Indikator	Item	Sumber
Harga (X₂)	Daya saing Harga (X _{2.3})	dari objek wisata lain (X _{2.3.1})	Stanton (1998:66)
		BNS sering menawarkan potongan harga. (X _{2.3.2})	
	Kesesuaian harga dengan manfaat (X _{2.4})	Mendapatkan pelayanan yang sesuai saat berkunjung (X _{2.4.1})	
		Mendapatkan kenyamanan saat berkunjung (X _{2.4.2})	
Kepuasan Pengunjung (Y)	Perasaan Puas (Y _{1.1})	Pengunjung merasa puas saat berada di BNS. (Y _{1.1.1})	Kotler (2000:52)
		Pengunjung merasa BNS merupakan pilihan yang tepat untuk berwisata. (Y _{1.1.2})	

Sumber: Olahan Peneliti (2019)

3. Skala Pengukuran

Skala pengukuran merupakan seperangkat aturan yang diperlukan untuk mengkuantitatifkan data dari pengukuran suatu variabel (Sugiyono, 1992 dalam Sinambela, 2014:139) Skala Pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala likert. Menurut Sugiyono (2014:93) “Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial”. Fenomena sosial tersebut disebut sebagai variabel penelitian dimana dalam skala likert variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi beberapa indikator kemudian disusun menjadi beberapa indikator kemudian disusun menjadi beberapa *items* berupa pertanyaan atau pernyataan (Sugiyono, 2014:93). Penelitian ini menggunakan bentuk *checklist* dengan ukuran skala mulai skor 1 – 5 dengan pernyataan sangat setuju yang diberi skor 5, pernyataan setuju diberi skor 4,

pernyataan ragu-ragu diberi skor 3, pernyataan tidak setuju diberi skor 2, dan pernyataan sangat tidak setuju diberi skor 1. Adapun penjelasan yang dapat dilihat pada Tabel 3.2 berikut.

Tabel 3.2 Skala Likert

No.	Pilihan Jawaban	Akronim	Skor
1.	Sangat Setuju	SS	5
2.	Setuju	S	4
3.	Ragu-ragu	RR	3
4.	Tidak Setuju	TS	2
5	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: Sugiyono, (2015:94)

D. Teknik Pengambilan Data

1. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari narasumber atau responden. Data berasal dari sumber yang asli dan dikumpulkan secara khusus untuk menjawab pertanyaan penelitian. Dengan data primer, penelitian dapat mengumpulkan secara teliti informasi yang mereka inginkan, Cooper dan Emory (1996:256). Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil dari penyebaran kuesioner *offline* yang dilakukan oleh peneliti ke Pengunjung Batu Night Spectacular.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari sumber data kedua atau sumber sekunder dari data yang kita butuhkan. Data ini merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung melalui *website*, data yang diambil merupakan data sebagai referensi untuk menggambarkan Batu Night Spectacular yang dapat mendukung penelitian.

2. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

a. Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2012:142). Kuesioner dibagikan langsung kepada pengunjung setelah menikmati Batu Night Spectacular. Penyebaran kuesioner dibantu oleh 2 orang anumerator yang terlebih dahulu peneliti briefing. Dengan demikian, sebelum kuesioner diberikan kepada pengunjung yang sesuai dengan kriteria populasi, hal pertama yang dilakukan adalah menanyakan kepada calon reponden, apakah: 1) Berusia lebih dari 17 Tahun, 2) Membeli tiket masuk Batu Night Spectacular dengan biaya sendiri. 3) Sudah menikmati Batu Night Spectacular. Apabila pengunjung memenuhi kriteria tersebut di atas maka peneliti akan memberikan kuesioner kepada pengunjung tersebut untuk mengisi sesuai dengan keadaan yang sedang dialami. Jumlah sampel dalam penelitian ini 118 orang responden, dan jumlah sampel tersebut terpenuhi selama 6 hari, yaitu di hari Jumat, Sabtu, dan Minggu.

b. Survei

Pengumpulan data dengan cara survei data yang dikumpulkan adalah data primer dan dapat disesuaikan dengan kebutuhan. Akan tetapi membutuhkan tenaga, waktu dan biaya yang cukup besar. Keuntungan pengumpulan data dengan metode survei adalah data yang didapatkan data primer yang dipercaya. Dengan menyebarkan kuesioner pada sebagian populasi (sampel).

E. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya” (Sugiyono, 2014:80). Nawawi (2012) dalam Taniredja dan Mustafidah (2011:33) menjelaskan bahwa subyek tersebut dapat berupa manusia, benda, hewan, tumbuhan, dan gejala atau peristiwa yang terjadi sebagai sumber. Populasi dalam penelitian ini yaitu: 1) Berusia lebih dari 17 Tahun, 2) Membeli tiket masuk Batu Night Spectacular dengan biaya sendiri. 3) Sudah menikmati Batu Night Spectacular.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2015:81) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apabila populasi besar dan peneliti tidak dapat mempelajari semua yang ada pada populasi, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Sampel harus bersifat *representative* (mewakili) dari apa yang diteliti. Peneliti akan mengambil sampel secukupnya melalui sampel yang tidak di ketahui populasinya. Penarikan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus *Machin and Champbell* dalam Sardin (2014 : 20), berikut ini :

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

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 :

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

3) Iterasi Kedua:

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

4) Untuk melakukan iterasi ketiga terlebih dahulu dihitung:

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

5) Iterasi ketiga:

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

Keterangan :

U_p : *Standardized 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%)

\ln : Log-e

Berdasarkan rumus di atas, untuk menemukan jumlah sampel pada penelitian ini, diketahui $p = 0,35$, $\alpha=0,05$. $\beta =0,05$ oleh karena itu $Z_{1-\alpha}=1,96$ dan $Z_{1-\beta} = 1,96$. Berdasarkan hasil iterasi kedua dan ketiga menunjukkan angka yang hampir sama yaitu 117,22284 dan 117,12614 atau dibulatkan menjadi 118, sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu 118 orang responden yang berkunjung ke Batu Night Spectacular.

3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel digunakan untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *Purposive Sampling* (pengambilan sampel berdasarkan tujuan). *Purposive Sampling* adalah teknik sampling yang digunakan oleh peneliti jika memiliki pertimbangan-pertimbangan tertentu dalam pengambilan sampelnya (Idrus, 2009:96). Menurut Soehartono (2008:63) berpendapat bahwa anggota sampel yang dipilih diserahkan pada pertimbangan pengumpulan data yang sesuai dengan tujuan penelitian.

Pengambilan sampel pada penelitian ini ditetapkan beberapa kriteria subjek untuk mendapatkan data yang valid, sehingga pengambilan sampelnya menggunakan *purposive sampling*. Kriteria sampel dalam penelitian kali ini adalah sebagai berikut:

- a. Pengunjung yang berkunjung ke Batu Night Spectacular membeli tiket masuk dengan biaya sendiri.
- b. Pengunjung yang berkunjung ke Batu Night Spectacular dengan usia pengunjung adalah lebih dari 17 tahun.
- c. Sudah menikmati Batu Night Spectacular.

F. Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Menurut Neolaka (2014:115) validitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur betul-betul mengukur apa yang perlu diukur, jika suatu instrument pengukuran sudah valid yang berarti instrument tersebut dapat mengukur benda dengan tepat sesuai dengan apa yang ingin diukur. Cara yang biasanya digunakan untuk mengukur validitas instrument yaitu dengan cara mengkorelasikan antara skor total yang diperoleh masing-masing item pertanyaan dan skor totalnya. Validitas dapat diketahui dengan menggunakan rumus *Product Moment Coefficient of Correlation* (Sugiyono, 2014) yaitu sebagai berikut:

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

Sumber : Sugiyono (2014:82)

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel X dan Y

x = Skor butir

y = Skor total

n = Banyaknya responden

Instrumen penelitian dikatakan valid jika nilai signifikan $< 0,05$ (5%) dan sebaliknya apabila nilai signifikan $> 0,05$ (5%) dinyatakan tidak valid. Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan program *SPSS 16*.

a. Hasil Uji Validitas

Hasil uji validitas instrumen setiap *item* dapat dilihat pada Tabel 3.3 sebagai berikut ini:

Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Koefisien Korelasi (r)	Signifikan	Keterangan
Daya Tarik Wisata (X₁)	X _{1.1.1}	0,375	0,000	Valid
	X _{1.1.2}	0,627	0,000	Valid
	X _{1.1.3}	0,555	0,000	Valid
	X _{1.2.1}	0,562	0,000	Valid
	X _{1.2.2}	0,510	0,000	Valid
	X _{1.3.1}	0,522	0,000	Valid
	X _{1.3.2}	0,646	0,000	Valid
	X _{1.3.3}	0,711	0,000	Valid
Harga (X₂)	X _{2.1.1}	0,756	0,000	Valid
	X _{2.1.2}	0,733	0,000	Valid
	X _{2.2.1}	0,693	0,000	Valid
	X _{2.2.2}	0,705	0,000	Valid
	X _{2.3.1}	0,658	0,000	Valid
	X _{2.3.2}	0,502	0,000	Valid
	X _{2.4.1}	0,638	0,000	Valid
	X _{2.4.2}	0,659	0,000	Valid
Kepuasan Pengunjung (Y)	Y _{1.1.1}	0,879	0,000	Valid
	Y _{1.1.2}	0,921	0,000	Valid

Sumber data : Lampiran 5

Berdasarkan Tabel 3.3 dapat dilihat bahwa seluruh *item* variabel Daya Tarik Wisata (X_1), Harga (X_2) dan Kepuasan Pengunjung (Y) dikatakan valid, hal ini dapat dibuktikan dengan $r_{hitung} \geq 0,3$. Selain itu nilai signifikan seluruh *item* $< 0,05$ sehingga dapat dikatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Ghozali (2001:68) menjelaskan bahwa reliabilitas adalah tingkat kestabilan suatu alat pengukur dalam mengukur suatu gejala atau kejadian. Sedangkan menurut Neolaka (20014:119) reliabilitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana hasil penguuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan alat ukur yang sama. Berikut merupakan rumus Cronbach's Alpha (Sugiyono, 2014:90) yang digunakan digunakan dalam penelitian ini.

$$R_{ii} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right]$$

Sumber : Sugiyono (2014:90)

Keterangan:

R_{ii} = Realibilitas instrumen

K = Banyaknya butir pertanyaan atau soal

$\sum ab^2$ = \sum varians butir pertanyaan

σt^2 = Varian total

Instrumen dapat dikatakan reliabel apabila nilai koefisien $\geq 0,06$. Jika nilai koefisien $\leq 0,06$ maka *item* tersebut tidak dapat dikatakan *reliable*. Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan program *SPSS 16*.

b. Hasil Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas instrumen seluruh variabel dapat dilihat pada Tabel 3.4 berikut:

Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
1	Daya Tarik Wisata	0,733	Reliabel
2	Harga	0,765	Reliabel
3	Kepuasan Pengunjung	0,892	Reliabel

Sumber data: Lampiran 5

Berdasarkan Tabel 3.4 dapat dilihat bahwa Daya Tarik Wisata (X_1), Harga (X_2) dan Kepuasan Pengunjung (Y) dinyatakan reliabel karena memiliki nilai *Cronbach Alpha* $> 0,6$.

G. Teknik Analisis Data

1. Analisis Statistik Deskriptif

Menurut Sugiyono (2015:147) 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. 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. Uji Asumsi Klasik

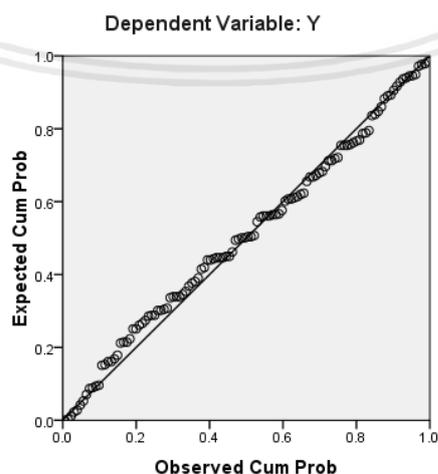
Uji Asumsi klasik dalam penelitian ini meliputi Uji Normalitas Data dan Uji Multikolinieritas, dan Uji Heterokedastisitas.

a. Uji Normalitas Data

Uji Normalitas data bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2013:154). Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah nilai residu tersebar normal atau tidak. Model regresi yang baik perlu memiliki nilai residu yang terdistribusi normal, prosedur uji dilakukan dengan uji Kolmogorov-Smirnov.

Jika nilai sig. (*p-value*) > 0.05, maka normalitas terpenuhi. Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS *for windows* versi 16. Berdasarkan perhitungan uji normalitas yang telah dilakukan dengan hasil dapat dilihat pada Gambar 3.1 sebagai berikut:

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 3.1 P-Plot

Sumber: Lampiran 6

Berdasarkan Gambar 3.1 di atas tampak grafik histogram memberikan pola distribusi yang mendekati normal. Begitu juga dengan grafik plot terlihat titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa regresi layak dipakai karena memenuhi normalitas.

b. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas ini dilakukan untuk mengetahui bahwa tidak terjadi hubungan yang sangat kuat atau tidak terjadi hubungan linier yang sempurna atau dapat pula dikatakan bahwa antar variabel bebas tidak saling berkaitan. Cara pengujiannya adalah dengan membandingkan nilai *Tolerance* yang didapat dari perhitungan regresi berganda, apabila nilai *tolerance* $< 0,1$ maka terjadi multikolinieritas. Hasil uji multikolinieritas yang diharapkan untuk keluar sehingga data dari uji multikolinieritas bisa muncul dan mendukung penelitian dapat dilihat pada Tabel 3.5 sebagai berikut:

Tabel 3.5 Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel Bebas	Collinearity Statistics	
	<i>Tolerance</i>	VIF
Daya Tarik Wisata (X_1)	0,771	1,298
Harga (X_2)	0,771	1,298

Sumber data: Lampiran 6

Berdasarkan Tabel 3.6, berikut hasil pengujian dari masing-masing variabel independen:

- (1) *Tolerance* untuk Daya Tarik Wisata (X_1) adalah 0,771
- (2) *Tolerance* untuk Harga (X_2) adalah 0,771

Pada hasil pengujian didapat bahwa keseluruhan nilai *tolerance* $> 0,1$ sehingga

dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas. Uji multikolinieritas dapat pula dilakukan dengan cara membandingkan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dengan angka 10. Jika nilai VIF > 10 maka terjadi multikolinieritas. Berikut hasil pengujian masing-masing variabel bebas.

(1) VIF untuk Daya Tarik Wisata (X_1) adalah 1,298

(2) VIF untuk Harga (X_2) adalah 1,298

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

c. Uji Heterokedasitas

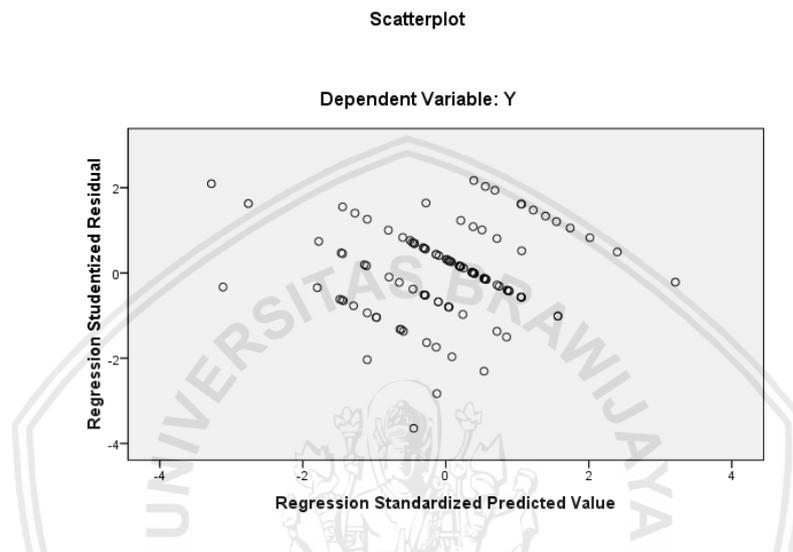
Uji Heterokedasitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dan residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2013:139). Prosedur uji heterokedasitas dilakukan dengan uji *Scatterplot*.

Dasar analisis dari uji ini adalah sebagai berikut:

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

Pada Gambar 3.2 hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa diagram tampilan *scatterplot* menyebar dan tidak membentuk pola tertentu maka tidak terjadi heterokedasitas, sehingga dapat disimpulkan bahwa sisaan mempunyai ragam homogen (konstan), dengan kata lain tidak terdapat gejala heterokedasitas. Dengan

terpenuhi seluruh asumsi klasik regresi di atas maka dapat dikatakan model-model regresi linier berganda yang telah digunakan dalam penelitian ini adalah sudah layak atau tepat.



Gambar 3.2 Uji Heterokedasitas
Sumber: Lampiran 6

3. Analisis Regresi Liner Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan analisis dengan jumlah variabel pengaruh (independen) lebih dari satu. Penelitian ini memiliki dua variabel bebas (independen) yang diberi simbol (X_1), yaitu daya tarik wisata (X_1) dan harga (X_2) serta variabel terikat dependen yang diberi simbol (Y), yaitu kepuasan (Y). Rumus regresi linear berganda dengan jumlah 2 (dua) variabel bebas dan 1 (satu) variabel terikat yaitu sebagai berikut (Siregar, 2014:405).

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Sumber: Sugiyono (2010:121)

Keterangan:

Y = Variabel terikat

X_1 = Variabel bebas pertama

X_2 = Variabel bebas kedua

a dan b_1 serta b_2 = Konstanta

4. Uji Hipotesis

a. Uji Serempak (Uji F)

Menurut Nazir (2014:371), uji ini digunakan untuk memisahkan komponen-komponen variasi dalam suatu penelitian, dan kemudian akan menerangkan hubungan antar variabel dalam penelitian. Rumus yang digunakan dalam uji ini adalah:

$$F = \frac{MSP}{MSE}$$

Keterangan:

MSP : *Mean Square* antar perlakuan

MSE : *Mean Square* eror (dalam perlakuan)

Ketentuan penerimaan atau penolakan hipotesis sebagai berikut:

1. Jika signifikan $F < 0,05$ maka hipotesis nol ditolak dan hipotesis alternatif diterima.
2. Jika signifikan $F > 0,05$ maka hipotesis nol diterima dan hipotesis alternatif ditolak.

b. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji masing-masing variabel bebas secara individual terhadap variabel terikat dan juga dapat digunakan untuk menguji variabel bebas mana yang paling mempengaruhi variabel terikat.

Rumus uji t sebagai berikut:

$$t = \frac{B_i - B_j}{Se(B_i)} \text{ (Sudjana, 2002:108)}$$

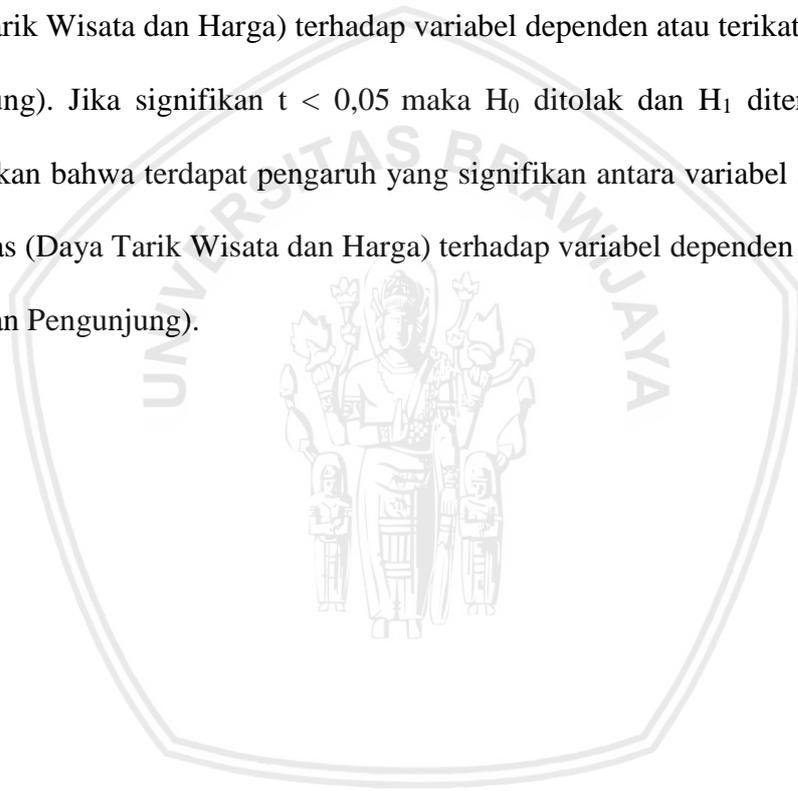
Keterangan:

B_i = Koefisien regresi

$Se(B_i)$ = Standar deviasi

Berdasarkan Uji t, kriteria menerima atau menolak H_1 pada H_0 yaitu:

Jika signifikan $t > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen atau bebas (Daya Tarik Wisata dan Harga) terhadap variabel dependen atau terikat (Kepuasan Pengunjung). Jika signifikan $t < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen atau bebas (Daya Tarik Wisata dan Harga) terhadap variabel dependen atau terikat (Kepuasan Pengunjung).



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Sejarah Singkat Batu Night Spectacular

Berdasarkan pada paparan data hasil penelitian ini, penulis memaparkan tentang profil BNS (Batu Night Spectacular), yang meliputi sejarah berdirinya BNS (Batu Night Spectacular), visi dan misi, struktur organisasi dan produk serta layanan yang ada dalam BNS (Batu Night Spectacular).

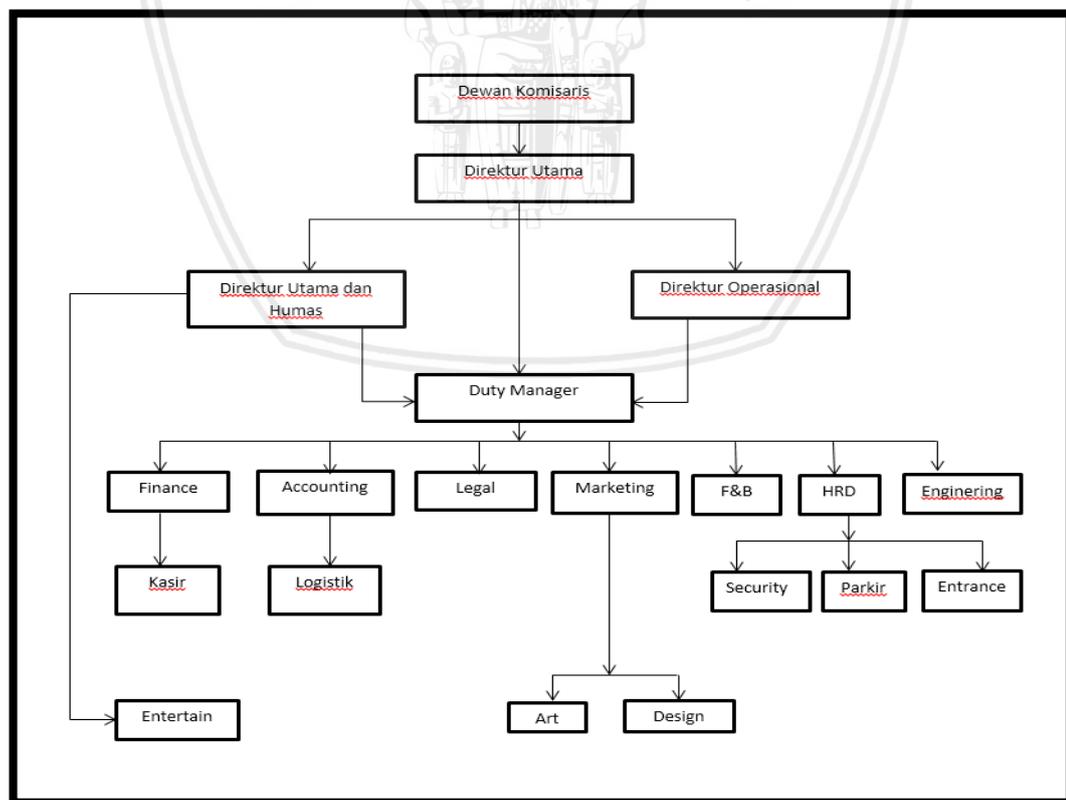
Seiring perkembangan zaman yang semakin dinamis, Kota Batu sebagai Kota Wisata yang relatif masih sangat muda dan menyimpan berbagai potensi wisata alam maupun wisata buatan, namun belum di garap secara maksimal, merupakan pilihan tepat bagi PT. Mutiara Indah Sejahtera yang memang bergerak di bidang pariwisata.

Bertitik tolak pada pemikiran untuk turut memberikan kontribusi bagi daerah dengan menciptakan perubahan dan perkembangan daerah yang lebih baik menuju suatu tingkat kemajuan yang multi sektoral dengan harapan dapat mendongkrak potrensi sektor lain seperti, ekonomi, sosial budaya, dan sebagainya yang merupakan program pemerintah pusat, maka para pesero sepakat untuk menjalin kerja sama dan bergabung dalam suatu bentuk Perseroan Terbatas sebagaimana tercantum dalam Akta Pendirian Nomor 51 tertanggal 11 Juli 2008 dibuat di hadapan Notaris Eko Handoko Widjaja, S.H. dan telah dirubah dengan Akta Nomor 91 tertanggal 28 Oktober 2008, dengan nama PT. Mutiara Indah Sejahtera yang bertujuan untuk menyuguhkan konsep-konsep baru (pioneer) di bidang pariwisata yang belum ada dan belum diterapkan di kota-kota lain di Jawa Timur.

Sebagai awal, PT. Mutiara Indah Sejahtera menyajikan sebuah tempat wisata malam dengan berbagai jenis hiburan, hobi, kuliner, market serta entertainment yang dikenal oleh masyarakat dengan nama “BNS (*Batu Night Spectacular*)”.

2. Struktur Organisasi

Gambar 4.1 menggambarkan bagaimana pola hubungan struktural yang ada di BNS (*Batu Night Spectacular*). Struktur BNS (*Batu Night Spectacular*) ini disusun berdasarkan fungsi. Struktur organisasi ini di maksud untuk menggambarkan fungsi-fungsi, atau bagian-bagian atau jabatan dalam BNS (*Batu Night Spectacular*) dan menunjukkan garis intruksi dan susunan komunikasi yang resmi termasuk didalamnya tugas, wewenang, dan tanggung jawab. Struktur organisasi BNS (*Batu Night Spectacular*) adapun strukturnya sebagai berikut:



Gambar 4.1 Struktur Organisasi Batu Night Spectacular

Sumber: Data Sekunder 2019

B. Gambaran Umum Responden

1. Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Distribusi responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel 4.1 berikut:

Tabel 4.1 Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Laki-laki	39	33,1%
2	Perempuan	79	66,9%
Jumlah		118	100%

Sumber: Lampiran 4 (data diolah, 2019)

Berdasarkan Tabel 4.1 menunjukkan bahwa responden yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 39 orang responden (33,1%) dan responden yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 79 orang responden (66,9%). Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden berjenis kelamin perempuan.

2. Gambaran Responden Berdasarkan Usia

Penelitian ini menggunakan responden dengan umur minimal 17 tahun dengan alasan karena sudah dianggap dewasa. Pembagian usia responden dalam penelitian ini menggunakan rumus sturges : $k = 1 + 3,3 \log n$, Suryati (2000:245) kemudian menentukan nilai r (*range*), 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 :

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

$$k = 1 + 3,3 \log 118$$

$$k = 7,84 \text{ diambil angka } 8$$

setelah itu mencari nilai i sebagai berikut :

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

$$i = \frac{44-17}{7} = \frac{27}{7} = 3,86 \text{ yang dibulatkan menjadi } 4$$

Berdasarkan pergolongan tersebut, maka hasil frekuensi responden berdasarkan usia yaitu dapat dilihat di Tabel 4.2 berikut :

Tabel 4.2 Gambaran Responden Berdasarkan Berdasarkan Usia

No.	Usia Responden	Jumlah (Orang)	Persentase %
1	17 – 20 tahun	36	30,5%
2	21 – 24 tahun	68	57,6%
3	25 – 28 tahun	10	8,5%
4	29 – 32 tahun	2	1,7%
5	33 – 36 tahun	0	0%
6	37 – 40 tahun	1	0,8%
7	41 – 44 tahun	1	0,8%
Jumlah		118	100%

Sumber: Lampiran 4 (data diolah, 2019)

Tabel 4.2 menunjukkan bahwa responden yang berkunjung ke Batu Night Spectacular yang berumur 17 – 20 tahun sebanyak 36 orang responden (30,5%), yang berumur 21 – 24 tahun sebanyak 68 orang responden (57,6%), yang berumur 25 – 28 tahun sebanyak 10 orang responden (8,5%) ,yang berumur 29 – 32 tahun sebanyak 2 orang responden (1,7%), yang berumur 37 – 40 tahun sebanyak 1 orang responden (0,8%), yang berumur 41 – 44 tahun sebanyak 1 orang responden (0,8%), sedangkan yang berumur 33 – 36 tahun tidak terdapat banyaknya jumlah responden. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden yang berkunjung ke Batu Night Spectacular berumur 21 – 24 tahun sebanyak 68 orang responden (57,6%).

3. Gambaran Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Distribusi responden berdasarkan pendidikan terakhir dapat dilihat pada Tabel

4.3 berikut:

Tabel 4.3 Gambaran Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No.	Pendidikan Terakhir	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	SD	0	0%
2	SMP	6	5,1%
3	SMA	73	61,9%
4	Diploma	7	5,9%
5	Sarjana (S1)	31	26,3%
6	Magister (S2)	1	0,8%
Jumlah		118	100%

Sumber: Lampiran 4 (data diolah, 2019)

Tabel 4.3 menunjukkan bahwa responden yang menyelesaikan pendidikan pada jenjang SD tidak terdapat banyaknya jumlah responden, responden yang menyelesaikan pendidikan pada jenjang SMP sebanyak 6 orang responden (5,1%), responden yang menyelesaikan pendidikan pada jenjang SMA sebanyak 73 orang responden (61,9%), responden yang menyelesaikan pendidikan pada jenjang Diploma sebanyak 7 orang responden (5,9%), responden yang menyelesaikan pendidikan pada jenjang Sarjana (S1) sebanyak 31 orang responden (26,3%), dan responden yang menyelesaikan pendidikan pada jenjang Magister (S2) sebanyak 1 orang responden (0,8%). Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas pengunjung yang mengunjungi Batu Night Spectacular berpendidikan SMA.

4. Gambaran Responden Berdasarkan Status

Distribusi responden berdasarkan status dapat dilihat pada Tabel 4.4 berikut:

Tabel 4.4 Gambaran Responden Berdasarkan Status

No.	Status	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Pelajar	11	9,3%
2	Mahasiswa/i	75	63,6%
3	Wiraswasta	8	6,8%
4	PNS/POLRI/TNI	2	1,7%
5	Lainnya	22	18,6%
Jumlah		118	100%

Sumber: Lampiran 4 (data diolah, 2019)

Tabel 4.4 menunjukkan bahwa status responden yang sebagai Pelajar sebanyak 11 orang responden (9,3%), responden yang berstatus sebagai Mahasiswa/i sebanyak 75 orang responden (63,6%), responden yang berstatus sebagai Wiraswasta sebanyak 8 orang responden (6,8%), sedangkan responden yang berstatus sebagai PNS/POLRI/TNI sebanyak 2 orang responden (1,7%), dan responden yang berstatus lainnya sebanyak 22 orang responden (18,6%). Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas pengunjung Batu Night Spectacular berstatus sebagai Mahasiswa/i.

5. Gambaran Responden Berdasarkan Banyaknya Jumlah Berkunjung

Distribusi responden berdasarkan banyaknya jumlah berkunjung dapat dilihat pada Tabel 4.5 berikut:

Tabel 4.5 Gambaran Responden Berdasarkan Banyaknya Jumlah Berkunjung

No.	Banyaknya Jumlah Berkunjung	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	1x	53	44,9%
2	2x	38	32,2%
3	Lebih dari 2x	27	22,9%
Jumlah		118	100%

Sumber: Lampiran 4 (data diolah, 2019)

Tabel 4.5 menunjukkan bahwa banyaknya jumlah berkunjung yang dilakukan oleh responden, responden yang berkunjung 1x sebanyak 53 orang responden (44,9%), sedangkan responden yang berkunjung 2x sebanyak 38 orang responden (32,2%), dan responden yang berkunjung lebih dari 2x sebanyak 27 orang responden (22,9%). Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas pengunjung Batu Night Spectacular telah berkunjung sebanyak 1x.

6. Gambaran Responden Berdasarkan Kunjungan

Distribusi responden berdasarkan kunjungan bersama dapat dilihat pada Tabel 4.6 berikut:

Tabel 4.6 Gambaran Responden Berdasarkan Kunjungan

No.	Bentuk Kunjungan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Sendiri	0	0%
2	Kerabat	74	62,7%
3	Keluarga	44	37,3%
Jumlah		118	100%

Sumber: Lampiran 4 (data diolah, 2019)

Tabel 4.6 menunjukkan bahwa responden yang mengunjungi Batu Night Spectacular, yang mengunjungi secara sendiri tidak terdapat banyaknya jumlah responden, sedangkan responden yang mengunjungi Batu Night Spectacular bersama Kerabat sebanyak 74 orang responden (62,7%), dan responden yang berkunjung dengan Keluarga sebanyak 44 orang responden (37,3%). Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa responden yang mengunjungi Batu Night Spectacular mayoritas datang bersama Kerabat.

7. Gambaran Responden Berdasarkan Daerah Asal

Distribusi responden berdasarkan kunjungan bersama dapat dilihat pada Tabel

4.7 berikut:p

Tabel 4.7 Gambaran Responden Berdasarkan Daerah Asal

No.	Daerah Asal	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Malang	50	42,4%
2	Batu	11	9,3%
3	Surabaya	10	8,5%
4	Sidoarjo	3	2,5%
5	Jakarta	16	13,6%
6	Bekasi	3	2,5%
7	Bogor	5	4,2%
8	Bandung	1	0,8%
9	Gresik	4	3,4%
10	Probolinggo	1	0,8%
11	Magetan	1	0,8%
12	Blitar	2	1,7%
13	Jember	3	2,5%
14	Pasuruan	2	1,7%
15	Nganjuk	1	0,8%
16	Kudus	1	0,8%
17	Tulungagung	1	0,8%
18	Solo	1	0,8%
19	Palembang	1	0,8%
20	Sumenep	1	0,8%
Jumlah		118	100%

Sumber: Lampiran 4 (data diolah, 2019)

Tabel 4.7 menunjukkan bahwa responden berdasarkan daerah asal, dimana 118 orang responden sebagian besar berasal dari Malang yaitu sebanyak 50 orang responden (42,4%), 16 orang responden (13,6%) berasal dari Jakarta, 11 orang responden (9,3%) berasal dari Batu, 10 orang responden (8,5%) berasal dari Surabaya, 5 orang responden (4,2%) berasal dari Bogor, 4 orang responden (3,4%) berasal dari Gresik, 3 orang responden (2,5%) yang masing-masing berasal dari Sidoarjo, Bekasi, dan Jember. 2 orang responden (1,7%) yang masing-masing

berasal dari Blitar dan Pasuruan. Selanjutnya yang berjumlah 1 orang responden (0,8%) masing-masing berasal dari Bandung, Probolinggo, Magetan, Nganjuk, Kudus, Tulungagung, Solo, Palembang dan Sumenep. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden yang mengunjungi Batu Night Spectacular berasal dari Malang yang berjumlah 50 orang responden (42,4%).

8. Gambaran Responden Berdasarkan Uang Saku

Uang saku responden sangatlah beragam, pembagian pendapatan responden dalam penelitian ini menggunakan rumus sturges : $k = 1 + 3,3 \log n$, Suryati (2000:245) kemudian menentukan nilai r (*range*). Setelah nilai k dan r diketahui, selanjutnya mencari nilai i .

Keterangan :

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

cara mengelompokan data berkelompok pendapatan yaitu sebagai berikut :

$$\begin{aligned} k &= 1 + 3,3 \log n \\ k &= 1 + 3,3 \log 118 \\ k &= 7,84 \text{ diambil angka } 8 \end{aligned}$$

setelah itu mencari nilai i sebagai berikut :

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

$$i = \frac{7.000.000 - 600.000}{8} = \frac{6.400.000}{8} = 800.000$$

Data gambaran responden berdasarkan uang saku dapat dilihat pada Tabel 4.8 berikut ini :

Tabel 4.8 Gambaran Responden Berdasarkan Uang Saku

No.	Uang Saku	Jumlah (Orang)	Persentase %
1	Rp. 600.000 – < Rp. 1.400.000	40	46,6%
2	Rp. 1.400.000 – < Rp. 2.200.000	33	38,4%
3	Rp. 2.200.000 – < Rp. 3.000.000	6	6,9%
4	Rp. 3.000.000 – < Rp. 3.800.000	7	8,1%
Jumlah		86	100%

Sumber: Lampiran 4 (data diolah, 2019)

Tabel 4.8 menunjukkan bahwa responden yang mempunyai uang saku sebesar Rp. 600.000 – < Rp. 1.400.000 sebanyak 40 orang responden atau (46,6%), uang saku sebesar Rp. 1.400.000 – < Rp. 2.200.000 sebanyak 33 orang responden atau (38,4%), uang saku sebesar Rp. 2.200.000 – < Rp. 3.000.000 sebanyak 6 orang responden atau (6,9%), uang saku sebesar Rp. 3.000.000 – < Rp. 3.800.000 sebanyak 7 orang responden atau (8,1%). Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden yang berkunjung ke Batu Night Spectacular memiliki uang saku sebesar Rp 600.000 – < Rp. 1.400.000 sebanyak 40 orang responden atau (46,6%).

9. Gambaran Responden Berdasarkan Pendapatan

Pendapatan responden sangatlah beragam, pembagian pendapatan responden dalam penelitian ini menggunakan rumus sturges : $k = 1 + 3,3 \log n$, Suryati (2000:245) kemudian menentukan nilai *r (range)*. Setelah nilai *k* dan *r* diketahui, selanjutnya mencari nilai *i*.

Keterangan :

- n* : Jumlah Responden yaitu 118 orang responden
k : Banyaknya kelas

r : (*range*), selisih nilai responden yang paling besar dikurangi dengan nilai responden yang paling kecil

i : Interval kelas

cara mengelompokan data berkelompok pendapatan yaitu sebagai berikut :

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

$$k = 1 + 3,3 \log 118$$

$$k = 7,84 \text{ diambil angka } 8$$

setelah itu mencari nilai i sebagai berikut : $i = \frac{r}{k}$

$$i = \frac{7.000.000 - 600.000}{8} = \frac{6.400.000}{8} = 800.000$$

Data gambaran responden berdasarkan pendapatan dapat dilihat pada Tabel

4.9 berikut ini :

Tabel 4.9 Gambaran Responden Berdasarkan Pendapatan

No.	Pendapatan	Jumlah (Orang)	Persentase %
1	Rp. 600.000 – < Rp. 1.400.000	10	31,2%
2	Rp. 1.400.000 – < Rp. 2.200.000	5	15,6%
3	Rp. 2.200.000 – < Rp. 3.000.000	5	15,6%
4	Rp. 3.000.000 – < Rp. 3.800.000	5	15,6%
5	Rp. 3.800.000 – < Rp. 4.600.000	2	6,3%
6	Rp. 4.600.000 – < Rp. 5.400.000	4	12,5%
7	Rp. 5.400.000 – < Rp. 6.200.000	0	0%
8	Rp. 6.200.000 – ≤ Rp. 7.000.000	1	3,2%
Jumlah		32	100%

Sumber: Lampiran 4 (data diolah, 2019)

Tabel 4.9 menunjukkan bahwa responden yang mempunyai pendapatan sebesar Rp. 600.000 – < Rp. 1.400.000 sebanyak 10 orang responden atau (31,2%), pendapatan sebesar Rp. 1.400.000 – < Rp. 2.200.000 sebanyak 5 orang responden

atau (15,6%), pendapatan sebesar Rp. 2.200.000 – < Rp. 3.000.000 sebanyak 5 orang responden atau (15,6%), pendapatan sebesar Rp. 3.000.000 – < Rp. 3.800.000 sebanyak 5 orang responden atau (15,6%), pendapatan sebesar Rp. 3.800.000 – < Rp. 4.600.000 sebanyak 2 orang responden atau (6,3%), pendapatan sebesar Rp. 4.600.000 – < Rp. 5.400.000 sebanyak 4 orang responden atau (12,5%), pendapatan sebesar Rp. 5.400.000 – < Rp. 6.200.000 tidak terdapat banyaknya jumlah responden, sedangkan responden yang berpendapatan sebesar Rp. 6.200.000 - ≤ Rp. 7.000.000 sebanyak 1 orang responden atau (3,2%). Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden yang berkunjung ke Batu Night Spectacular berpendapatan sebesar Rp 600.000 – < Rp. 1.400.000 sebanyak 10 responden atau (31,2%).

C. Hasil Analisis Deskriptif

Responden yang terdapat dalam penelitian berjumlah 118 orang responden, sedangkan variabel yang dipakai dalam penelitian ini adalah 3 variabel yaitu Daya Tarik Wisata, Harga dan Kepuasan Pengunjung. Besarnya kelas interval dari skor skala Likert dihitung dengan rumus menurut Supranto (2008:78).

$$\begin{aligned} \text{Besarnya Interval} &= \frac{\text{observasi terbesar} - \text{vasi terkecil}}{\text{banyak kelas}} \\ &= \frac{5-1}{5} = 0,8 \end{aligned}$$

Setelah diketahui besarnya interval maka dapat disimpulkan beberapa pernyataan sebagai berikut:

Tabel 4.10 Interpretasi

No.	Nilai Rata-Rata	Keterangan
1	1 - 1,8	Sangat Tidak Baik
2	> 1,8 - 2,6	Tidak Baik
3	> 2,6 - 3,4	Cukup Baik
4	> 3,4 - 4,2	Baik
5	> 4,2 - 5	Sangat Baik

Sumber: Supranto (2008:145)

Didukung dari perhitungan penentuan klarifikasi nilai *mean*, maka uraian tentang hasil penelitian adalah sebagai berikut:

1. Distribusi Frekuensi Responden Variabel Daya Tarik Wisata (X_1)

Distribusi jawaban responden variabel Daya Tarik Wisata dapat dilihat pada Tabel 4.11 sebagai berikut:

Tabel 4.11 Distribusi Frekuensi Daya Tarik Wisata (X_1)

Indikator	Item	Jawaban Responden										Jumlah mean	
		5		4		3		2		1		Item	Indikator
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%		
X.1.1	X.1.1.1	37	31,4	67	56,8	14	11,9	-	-	-	-	4,19	3,66
	X.1.1.2	8	6,8	62	52,5	35	29,7	12	10,2	1	0,8	3,54	
	X.1.1.3	9	7,6	36	30,5	53	44,9	19	16,1	1	0,8	3,27	
X.1.2	X.1.2.1	24	20,3	73	61,9	19	16,1	2	1,7	-	-	4,00	4,06
	X.1.2.2	34	28,8	66	55,9	18	15,3	-	-	-	-	4,13	
X.1.3	X.1.3.1	9	7,6	72	61,0	33	28,0	4	3,4	-	-	3,72	3,54
	X.1.3.2	2	1,7	56	47,5	54	45,8	6	5,1	-	-	3,45	
	X.1.3.3	7	5,9	52	44,1	49	41,5	10	8,5	-	-	3,47	
Grand mean												3,75	

Sumber: Lampiran 5 (data diolah, 2019)

Keterangan:

5: sangat setuju, 4: setuju, 3: ragu-ragu, 2: tidak setuju, 1: sangat tidak setuju

X_{1.1.1}: Batu Night Spectacular memiliki lokasi yang berdekatan dengan objek wisata yang lain

X_{1.1.2}: Batu Night Spectacular memiliki atraksi yang *attractive*

X_{1.1.3}: Batu Night Spectacular memiliki pertunjukkan air mancur yang menarik

X_{1.2.1}: Batu Night Spectacular memiliki banyak variasi wahana yang menarik

X_{1.2.2}: Batu Night Spectacular memiliki berbagai spot foto yang menarik

X_{1.3.1}: Batu Night Spectacular memiliki keragaman jenis souvenir yang dijual

X_{1.3.2}: Batu Night Spectacular memiliki keragaman jenis makanan yang dijual

X_{1.3.3}: Batu Night Spectacular memiliki keragaman jenis minuman yang dijual

f : Frekuensi

% : Frekuensi dalam persentase

Berdasarkan penilaian responden tentang *item* pertanyaan variabel Daya Tarik Wisata (X₁) dapat dilihat pada Tabel 4.11 untuk *item* Batu Night Spectacular memiliki lokasi yang berdekatan dengan objek wisata yang lain ditunjukkan dengan X_{1.1.1}, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 37 orang responden (31,4%), responden yang menjawab setuju sebanyak 67 orang responden (56,8%), responden yang menjawab ragu-ragu sebanyak 14 orang responden (11,9%), dan tidak terdapat responden yang menyatakan tidak setuju maupun sangat tidak setuju. Dengan demikian disimpulkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa Batu Night Spectacular memiliki lokasi yang berdekatan dengan objek wisata yang lain. Hal ini didukung nilai *mean item* sebesar 4,19, artinya Batu Night Spectacular memiliki lokasi yang cocok karena berdekatan dengan objek wisata lainnya.

Item variabel Daya Tarik Wisata tentang Batu Night Spectacular memiliki atraksi yang *attractive* ditunjukkan dengan X_{1.1.2}, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 8 orang responden (6,8%), responden yang menjawab setuju

sebanyak 62 orang responden (52,5%), sedangkan responden yang menjawab ragu-ragu sebanyak 35 orang responden (29,7%), responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 12 orang responden (10,2%), dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1 orang responden (0,8%). Dengan demikian sebagian besar responden menyatakan setuju Batu Night Spectacular memiliki atraksi yang *attractive*. Hal ini didukung dengan *mean item* 3,54, artinya Batu Night Spectacular memiliki atraksi yang *attractive* dari objek wisata yang lainnya.

Item variabel Daya Tarik Wisata tentang Batu Night Spectacular memiliki pertunjukkan air mancur yang menarik dengan $X_{1.1.3}$, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 9 orang responden (7,6%), responden yang menjawab setuju sebanyak 36 orang responden (30,5%), sedangkan responden yang menjawab ragu-ragu sebanyak 53 orang responden (44,9%), responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 19 orang responden (16,1%), dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1 orang responden (0,8%). Dengan demikian sebagian besar responden menyatakan ragu-ragu bahwa Batu Night Spectacular memiliki pertunjukkan air mancur yang menarik. Hal ini didukung dengan *mean item* 3,27, artinya pertunjukkan air mancur yang berada di Batu Night Spectacular memiliki pertunjukkan air mancur yang menarik.

Item variabel Daya Tarik Wisata tentang Batu Night Spectacular memiliki banyak variasi wahana dengan $X_{1.2.1}$, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 24 orang responden (20,3%), responden yang menjawab setuju sebanyak 73 orang responden (61,9%), sedangkan responden yang menjawab ragu-ragu sebanyak 19 orang responden (16,1%), responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 2 orang responden (1,7%), dan tidak terdapat responden yang menyatakan

sangat tidak setuju. Dengan demikian sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa Batu Night Spectacular memiliki banyak variasi wahana. Hal ini didukung dengan *mean item* 4,00, artinya Batu Night Spectacular memiliki banyak variasi wahana yang menarik.

Item variabel Daya Tarik Wisata tentang Batu Night Spectacular memiliki berbagai spot foto yang menarik dengan $X_{1.2.2}$, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 34 orang responden (28,8%), responden yang menjawab setuju sebanyak 66 orang responden (55,9%), sedangkan responden yang menjawab ragu-ragu sebanyak 18 orang responden (15,3%), dan tidak terdapat responden yang menyatakan tidak setuju maupun sangat tidak setuju. Dengan demikian sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa Batu Night Spectacular memiliki berbagai spot foto. Hal ini didukung dengan *mean item* 4,13, artinya Batu Night Spectacular memiliki berbagai spot foto yang menarik pada malam hari.

Item variabel Daya Tarik Wisata tentang Batu Night Spectacular memiliki keragaman jenis *souvenir* yang dijual dengan $X_{1.3.1}$, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 9 orang responden (7,6%), responden yang menjawab setuju sebanyak 72 orang responden (61,0%), responden yang menjawab ragu-ragu sebanyak 33 orang responden (28,0%), responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 4 orang responden (3,4%), dan tidak terdapat responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Dengan demikian sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa Batu Night Spectacular memiliki keragaman jenis *souvenir* yang dijual. Hal ini didukung dengan *mean item* 3,72 artinya keragaman jenis *souvenir* yang ditawarkan Batu Night Spectacular adalah beragam.

Item variabel Daya Tarik Wisata tentang Batu Night Spectacular memiliki keragaman jenis makanan yang dijual dengan $X_{1.3.2}$, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 2 orang responden (1,7%), responden yang menjawab setuju sebanyak 56 orang responden (47,5%), responden yang menjawab ragu-ragu sebanyak 54 orang responden (45,8%), responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 6 orang responden (5,1%), dan tidak terdapat responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Dengan demikian sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa Batu Night Spectacular memiliki keragaman jenis makanan yang dijual. Hal ini didukung dengan *mean item* 3,45 artinya keragaman jenis makanan yang ditawarkan Batu Night Spectacular adalah beragam.

Item variabel Daya Tarik Wisata tentang Batu Night Spectacular memiliki keragaman jenis minuman yang dijual dengan $X_{1.3.3}$, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 7 orang responden (5,9%), responden yang menjawab setuju sebanyak 52 orang responden (44,1%), responden yang menjawab ragu-ragu sebanyak 49 orang responden (41,5%), responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 10 orang responden (8,5%), dan tidak terdapat responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Dengan demikian sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa Batu Night Spectacular memiliki keragaman jenis minuman yang dijual. Hal ini didukung dengan *mean item* 3,45 artinya keragaman jenis minuman yang ditawarkan Batu Night Spectacular adalah beragam.

2. Distribusi Frekuensi Responden Variabel Harga (X_2)

Distribusi jawaban responden variabel Harga dapat dilihat pada Tabel 4.12 sebagai berikut:

Tabel 4.12 Distribusi Frekuensi Harga (X₂)

Indikator	Item	Jawaban Responden										Jumlah mean	
		5		4		3		2		1		Item	Indikator
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%		
X _{2.1}	X _{2.1.1}	10	8,5	74	62,7	24	20,3	7	5,9	3	2,5	3,68	3,61
	X _{2.1.2}	6	5,1	68	57,6	30	25,4	13	11,0	1	0,8	3,55	
X _{2.2}	X _{2.2.1}	7	5,9	71	60,2	35	29,7	5	4,2	-	-	3,67	3,69
	X _{2.2.2}	10	8,5	70	59,3	33	28,0	5	4,2	-	-	3,72	
X _{2.3}	X _{2.3.1}	9	7,6	58	49,2	39	33,1	12	10,2	-	-	3,54	3,62
	X _{2.3.2}	1	0,8	39	33,1	68	57,6	7	5,9	3	2,5	3,23	
X _{2.4}	X _{2.4.1}	5	4,2	76	64,4	34	28,8	3	2,5	-	-	3,70	3,73
	X _{2.4.2}	8	6,8	82	69,5	22	18,6	6	5,1	-	-	3,77	
Grand mean												3,66	

Sumber: Lampiran 5 (data diolah, 2019)

Keterangan:

5: sangat setuju, 4: setuju, 3: ragu-ragu, 2: tidak setuju, 1: sangat tidak setuju

X_{2.1.1}: Batu Night Spectacular memiliki harga tiket masuk yang terjangkau

X_{2.1.2}: Batu Night Spectacular memiliki harga tiket tiap wahana yang terjangkau

X_{2.2.1}: Harga yang ditetapkan oleh Batu Night Spectacular sesuai dengan variasi wahana yang tersedia

X_{2.2.2}: Harga yang ditetapkan oleh Batu Night Spectacular sebanding dengan kualitas wahana yang tersedia

X_{2.3.1}: Harga tiket masuk Batu Night Spectacular murah

X_{2.3.2}: Batu Night Spectacular sering menawarkan potongan harga

X_{2.4.1}: Mendapatkan pelayanan yang sesuai saat berkunjung

X_{2.4.2}: Mendapatkan kenyamanan saat berkunjung

f : Frekuensi

% : Frekuensi dalam persentase

Berdasarkan penilaian responden tentang *item* pertanyaan variabel Harga dapat dilihat pada Tabel 4.12 untuk *item* Batu Night Spectacular memiliki harga

tiket masuk yang terjangkau dengan $X_{2.1.1}$, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 10 orang responden (8,5%), responden yang menjawab setuju sebanyak 74 orang responden (62,7%), responden yang menjawab ragu-ragu sebanyak 24 orang responden (20,3%), responden yang menjawab tidak setuju 7 orang responden (5,9%), dan responden yang menjawab sangat tidak setuju 3 orang responden (2,5%). Dengan demikian disimpulkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa Batu Night Spectacular memiliki harga tiket masuk yang terjangkau. Hal ini didukung nilai *mean item* sebesar 3,68, artinya Batu Night Spectacular memiliki harga tiket masuk yang terjangkau.

Item variabel Harga tentang Batu Night Spectacular memiliki harga tiket tiap wahana yang terjangkau dengan $X_{2.1.2}$, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 6 orang responden (5,1%), responden yang menjawab setuju sebanyak 68 orang responden (57,6%), responden yang menjawab ragu-ragu sebanyak 30 orang responden (25,4%), responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 13 orang responden (11,0%), dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1 orang responden (0,8%). Dengan demikian sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa Batu Night Spectacular memiliki harga tiket tiap wahana yang terjangkau. Hal ini didukung dengan *mean item* 3,55 artinya Batu Night Spectacular memiliki harga tiket tiap wahana yang terjangkau.

Item variabel Harga tentang harga yang ditetapkan oleh Batu Night Spectacular sesuai dengan variasi wahana yang tersedia dengan $X_{2.2.1}$, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 7 orang responden (5,9%), responden yang menjawab setuju sebanyak 71 orang responden (60,2%), responden yang menjawab

ragu-ragu sebanyak 35 orang responden (29,7%), responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 5 orang responden (4,2%), dan tidak terdapat responden menyatakan sangat tidak setuju. Dengan demikian sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa Batu Night Spectacular memiliki harga yang sesuai dengan variasi wahana yang tersedia. Hal ini didukung dengan *mean item* 3,67 artinya Harga yang ditetapkan oleh Batu Night Spectacular sesuai dengan variasi wahana yang tersedia.

Item variabel Harga tentang harga yang ditetapkan oleh Batu Night Spectacular sebanding dengan kualitas wahana yang tersedia dengan $X_{2.2.2}$, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 10 orang responden (8,5%), responden yang menjawab setuju sebanyak 70 orang responden (59,3%), responden yang menjawab ragu-ragu sebanyak 33 orang responden (28,0%), responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 5 orang responden (4,2%), dan tidak terdapat responden menyatakan sangat tidak setuju. Dengan demikian sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa Harga yang ditetapkan oleh Batu Night Spectacular sesuai dengan kualitas wahana yang tersedia. Hal ini didukung dengan *mean item* 3,72 artinya Harga yang ditetapkan oleh Batu Night Spectacular sesuai dengan kualitas wahana yang tersedia.

Item variabel Harga tentang Harga tiket masuk Batu Night Spectacular murah dengan $X_{2.3.1}$, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 9 orang responden (7,6%), responden yang menjawab setuju sebanyak 58 orang responden (49,2%), responden yang menjawab ragu-ragu sebanyak 39 orang responden (33,1%), responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 12 orang responden (10,2%), dan

tidak terdapat responden menyatakan sangat tidak setuju. Dengan demikian sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa Harga tiket masuk Batu Night Spectacular murah. Hal ini didukung dengan *mean item* 3,54 artinya Harga tiket masuk Batu Night Spectacular murah.

Item variabel Harga tentang Batu Night Spectacular sering menawarkan potongan harga dengan $X_{2.3.2}$, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 1 orang responden (0,8%), responden yang menjawab setuju sebanyak 39 orang responden (33,1%), responden yang menjawab ragu-ragu sebanyak 68 orang responden (57,6%), responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 7 orang responden (5,9%), dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 3 orang responden (2,5%). Dengan demikian sebagian besar responden menyatakan ragu-ragu bahwa Batu Night Spectacular sering menawarkan potongan harga. Hal ini didukung dengan *mean item* 3,23 artinya Batu Night Spectacular juga tidak sering (cukup) dalam menawarkan potongan harga.

Item variabel Harga Batu Night Spectacular sesuai dengan pelayanan yang diberikan dengan $X_{2.4.1}$, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 5 orang responden (4,2%), responden yang menjawab setuju sebanyak 76 orang responden (64,4%), responden yang menjawab ragu-ragu sebanyak 34 orang responden (28,8%), responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 3 orang responden (2,5%), dan tidak terdapat responden menyatakan sangat tidak setuju. Dengan demikian sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa Harga Batu Night Spectacular sesuai dengan pelayanan yang diberikan. Hal ini didukung dengan

mean item 3,70 artinya responden menanggapi bahwa Harga Batu Night Spectacular sesuai dengan pelayanan yang diberikan.

Item variabel Harga Batu Night Spectacular sesuai dengan kenyamanan yang diberikan dengan $X_{2.4.2}$, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 8 orang responden (6,8%), responden yang menjawab setuju sebanyak 82 orang responden (69,5%), responden yang menjawab ragu-ragu sebanyak 22 orang responden (18,6%), responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 6 orang responden (5,1%), dan tidak terdapat responden menyatakan sangat tidak setuju. Dengan demikian sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa Harga Batu Night Spectacular sesuai dengan kenyamanan yang diberikan. Hal ini didukung dengan *mean item* 3,77 artinya responden menanggapi bahwa Harga Batu Night Spectacular sesuai dengan kenyamanan yang diberikan.

3. Distribusi Frekuensi Responden Variabel Kepuasan Pengunjung (Y)

Distribusi jawaban responden variabel Kepuasan Pengunjung dapat dilihat pada Tabel 4.13 sebagai berikut:

Tabel 4.13 Distribusi Frekuensi Kepuasan Pengunjung (Y)

Indikator	Item	Jawaban Responden										Jumlah <i>mean</i>	
		5		4		3		2		1		Item	Indikator
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%		
Y.1	Y.1.1.1	17	14,4	82	69,5	17	14,4	2	1,7	-	-	3,96	3,84
	Y.1.1.2	14	11,9	65	55,1	33	28,0	6	5,1	-	-	3,73	
Grand mean												3,84	

Sumber: Lampiran 5 (data diolah, 2019)

Keterangan:

5: sangat setuju, 4: setuju, 3: ragu-ragu, 2: tidak setuju, 1: sangat tidak setuju

Y_{1.1.1.}: Pengunjung merasa puas saat berada di Batu Night Spectacular

Y_{1.1.2.}: Pengunjung merasa Batu Night Spectacular merupakan pilihan yang tepat untuk berwisata

f : Frekuensi

% : Frekuensi dalam persentase

Berdasarkan penilaian responden tentang *item* pertanyaan variabel Kepuasan Pengunjung dapat dilihat pada Tabel 4.13 untuk *item* pengunjung merasa puas saat berada di Batu Night Spectacular dengan Y_{1.1.1.}, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 17 orang responden (14,4%), responden yang menjawab setuju sebanyak 82 orang responden (69,5%), responden yang menjawab ragu-ragu sebanyak 17 orang responden (14,4%), responden yang menjawab tidak setuju 2 orang responden (1,7%), dan tidak terdapat responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Dengan demikian disimpulkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa Pengunjung merasa puas saat berada di Batu Night Spectacular. Hal ini didukung nilai *mean item* sebesar 3,96, artinya responden merasa puas saat berada di Batu Night Spectacular.

Item variabel Kepuasan Pengunjung tentang pengunjung merasa Batu Night Spectacular merupakan pilihan yang tepat untuk berwisata dengan Y_{1.1.2.}, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 14 orang responden (11,9%), responden yang menjawab setuju sebanyak 65 orang responden (55,1%), responden yang menjawab ragu-ragu sebanyak 33 orang responden (28,0%), responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 6 orang responden (5,1%), dan tidak terdapat responden menyatakan sangat tidak setuju. Dengan demikian sebagian besar

responden menyatakan setuju bahwa pengunjung merasa Batu Night Spectacular merupakan pilihan yang tepat untuk berwisata. Hal ini didukung dengan *mean item* 3,73 artinya responden merasa Batu Night Spectacular merupakan pilihan yang tepat untuk berwisata.

D. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi ini digunakan untuk menghitung besarnya pengaruh antara variabel bebas, yaitu Daya Tarik Wisata (X_1) dan Harga (X_2) terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Pengunjung (Y).

1. Analisis Regresi

Persamaan regresi digunakan mengetahui bentuk hubungan antar variabel bebas dengan variabel terikat. Dengan menggunakan bantuan *SPPS for Windows ver 16* didapat model regresi seperti pada Tabel 4.14:

Tabel 4.14 Rekapitulasi Hasil Analisis Regresi

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	0,097	0,863		0,112	0,911
X_1	0,133	0,031	0,353	4,351	0,000
X_2	0,126	0,026	0,396	4,879	0,000

Sumber : Lampiran 6

Maka dapat dirumuskan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,097 + 0,133 X_1 + 0,126 X_2$$

Dari persamaan di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Kepuasan Pengunjung akan meningkat 0,133 satuan untuk setiap tambahan satu satuan X_1 (Daya Tarik Wisata). Jadi apabila Daya Tarik Wisata mengalami peningkatan 1 satuan, maka Kepuasan Pengunjung akan

meningkat sebesar 0,133 satuan dengan asumsi variabel yang lainnya dianggap konstan.

- b. Kepuasan Pengunjung akan meningkat sebesar 0,126 satuan untuk setiap tambahan satu satuan X_2 (Harga), jadi apabila Harga mengalami peningkatan 1 satuan, maka Kepuasan Pengunjung akan meningkat sebesar 0,126 satuan dengan asumsi variabel yang lainnya dianggap konstan.

Berdasarkan interpretasi di atas, dapat diketahui bahwa Daya Tarik Wisata dan Harga meningkat akan diikuti peningkatan Kepuasan Pengunjung.

2. Koefisien Determinasi (R^2)

Untuk mengetahui besar kontribusi variabel bebas Daya Tarik Wisata (X_1) dan Harga (X_2) terhadap variabel terikat Kepuasan Pengunjung digunakan nilai R^2 , nilai R^2 seperti dalam Tabel 4.15:

Tabel 4.15 Rekapitulasi Hasil Koefisien Korelasi dan Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square
0.645	0.416	0.406

Sumber : Lampiran 6

Koefisien determinasi digunakan untuk menghitung besarnya pengaruh atau kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Dari analisis pada Tabel 4.15 diperoleh hasil adjusted R^2 (koefisien determinasi) sebesar 0,406. Artinya bahwa 40,6% variabel Kepuasan Pengunjung akan dipengaruhi oleh variabel bebasnya, yaitu Daya Tarik Wisata (X_1) dan Harga (X_2). Sedangkan sisanya 59,4% variabel Kepuasan Pengunjung akan dipengaruhi oleh variabel-variabel yang lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Selain koefisien determinasi juga dapat koefisien korelasi yang menunjukkan besarnya hubungan antara variabel bebas yaitu Daya Tarik Wisata dan Harga dengan Kepuasan Pengunjung, nilai R (koefisien korelasi) sebesar 0,645, nilai korelasi ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel bebas yaitu Daya Tarik Wisata (X_1) dan Harga (X_2) dengan Kepuasan Pengunjung termasuk dalam kategori kuat karena berada pada selang 0,6 – 0,8.

Tabel 4.16 Tabel Interpretasi Nilai Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,20	Sangat Rendah
> 0,20 – 0,40	Rendah
> 0,40 – 0,60	Cukup
> 0,60 – 0,80	Kuat
> 0,80 – 1,00	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2015:211)

E. Pengujian Hipotesis

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

1. Hipotesis I (F test / Serempak)

Pengujian F atau pengujian model digunakan untuk mengetahui apakah hasil dari analisis regresi signifikan atau tidak, dengan kata lain model yang diduga tepat/sesuai atau tidak. Jika hasilnya signifikan, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sedangkan jika hasilnya tidak signifikan maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Hal ini dapat juga dikatakan sebagai berikut:

$$\text{Sig } F < \alpha = 0.05$$

Tabel 4.17 Uji F/Serempak

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	70,115	2	35,057	40,928	0.000
Residual	98,504	115	0,857		
Total	168,619	117			

Sumber: Lampiran 6

Berdasarkan Tabel 4.17 nilai sig F (0,000) $< \alpha = 0.05$ maka model analisis regresi adalah signifikan. Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel terikat (Kepuasan Pengunjung) dapat dipengaruhi secara signifikan oleh variabel bebas Daya Tarik Wisata (X_1), Harga (X_2).

2. Hipotesis II (t test / Parsial)

t test digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Dapat juga dikatakan jika sig t $< \alpha = 0.05$ maka hasilnya signifikan dan berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hasil dari uji t dapat dilihat pada Tabel 4.18:

Tabel 4.18 Hasil Uji t / Parsial

Variabel Terikat	Variabel bebas	t Hitung	Sig.	Keterangan
Kepuasan Pengunjung (Y)	X ₁	2.257	0,000	Signifikan
	X ₂	6.223	0,000	Signifikan

Sumber : Lampiran 6

Berdasarkan Tabel 4.18 diperoleh hasil sebagai berikut:

- Uji t antara Daya Tarik Wisata (X_1) dengan Kepuasan Pengunjung (Y) menunjukkan t hitung 2,257. Hasil uji ini memperlihatkan bahwa nilai sig t

$(0,000) < \alpha = 0.05$ maka pengaruh X_1 (Daya Tarik Wisata) terhadap Kepuasan Pengunjung adalah signifikan. Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa Kepuasan Pengunjung dapat dipengaruhi secara signifikan oleh Daya Tarik Wisata dengan meningkatkan Daya Tarik Wisata maka Kepuasan Pengunjung akan mengalami peningkatan secara signifikan.

- b. Uji t antara Harga (X_2) dengan Kepuasan Pengunjung (Y) menunjukkan t hitung 6,223. Hasil uji ini memperlihatkan bahwa nilai sig t $(0,000) < \alpha = 0.05$ maka pengaruh X_2 (Harga) terhadap Kepuasan Pengunjung adalah signifikan. Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa Kepuasan Pengunjung dapat dipengaruhi secara signifikan oleh Harga atau dengan meningkatkan Harga maka Kepuasan Pengunjung akan mengalami peningkatan secara signifikan.

F. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil analisis data diketahui bahwa variabel Daya Tarik Wisata (X_1) dan variabel Harga (X_2) berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel Kepuasan Pengunjung (Y), variabel Daya Tarik Wisata (X_1) mempengaruhi variabel Kepuasan Pengunjung (Y), dan variabel Harga (X_2) mempengaruhi Kepuasan Pengunjung (Y). pembahasan pengaruh antara variabel mengenai hasil dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Variabel Daya Tarik Wisata (X_1) terhadap Kepuasan Pengunjung (Y)

Hasil dari uji t menunjukkan bahwa variabel Daya Tarik Wisata memiliki pengaruh langsung signifikan terhadap variabel Kepuasan Pengunjung. Hal ini

dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 sehingga hipotesis pertama (H_1) dalam penelitian ini diterima, yang menyatakan bahwa Daya Tarik Wisata berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung. Berdasarkan persamaan regresi dapat diketahui bahwa Kepuasan Pengunjung (Y) akan meningkat sebesar 0,133 satuan untuk setiap tambahan satu satuan, maka Kepuasan Pengunjung akan meningkat sebesar 0,133 satuan dengan asumsi variabel yang lainnya dianggap konstan. Berdasarkan hasil analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa Kepuasan Pengunjung dapat tercipta dengan adanya Daya Tarik Wisata yang menarik. Pengunjung yang memiliki persepsi positif terhadap Daya Tarik Wisata akan merasakan kepuasan. Sedangkan, apabila pengunjung menilai negatif terhadap Daya Tarik Wisata maka pengunjung akan merasa tidak puas.

Variabel Daya Tarik Wisata (X_1) meliputi indikator *something to see, something to do, dan something to buy*. Berdasarkan hasil statistik *grand mean* pada *item* variabel Daya Tarik Wisata (X_1) adalah 3,75. Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju dengan pernyataan pada kuesioner penelitian. Indikator yang memperkuat hubungan antara Daya Tarik Wisata dengan Kepuasan Pengunjung salah satunya yaitu *Something to See* yang memiliki *mean* paling tinggi, khususnya pada *item* Batu Night Spectacular memiliki lokasi yang berdekatan dengan objek wisata yang lain dengan besar *mean* 4,19. Hal ini berarti indikator *Something to See* memiliki pengaruh tertinggi dalam memperkuat hubungan variabel Daya Tarik Wisata (X_1) terhadap variabel Kepuasan Pengunjung. Selanjutnya *item* dengan *mean* terendah sebesar 3,27 yaitu Batu Night Spectacular memiliki pertunjukkan air mancur menari yang menarik.

Dalam hasil penelitian ini hal yang perlu diperbaiki merupakan Batu Night Spectacular memiliki pertunjukkan air mancur menari yang menarik, mengingat *item* ini memiliki nilai *mean* terendah. Hal ini berarti Batu Night Spectacular belum berhasil memenuhi harapan sebagian besar pengunjung dalam memberikan daya tarik wisata yang menarik. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan mengukur persepsi pengunjung mengenai Daya Tarik Wisata di Batu Night Spectacular dan pengaruhnya terhadap Kepuasan Pengunjung. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori tentang daya tarik wisata terhadap pengunjung seperti yang sudah dijelaskan oleh Zaenuri (2012:51) yang menyatakan bahwa “daya tarik wisata merupakan sesuatu yang unik, yang dapat mempengaruhi dan menjadikan pilihan pengunjung sehingga dapat memberikan kepuasan dengan apa yang diinginkan oleh pengunjung”. Penelitian ini juga memperkuat penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Farachdiba (2014) dan Putra (2015).

2. Pengaruh Variabel Harga (X₂) terhadap Kepuasan Pengunjung (Y)

Hasil dari uji t menunjukkan bahwa variabel Harga memiliki pengaruh langsung signifikan terhadap variabel Kepuasan Pengunjung. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 sehingga hipotesis kedua (H₂) dalam penelitian ini diterima, yang menyatakan bahwa Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung. Berdasarkan persamaan regresi dapat diketahui bahwa Kepuasan Pengunjung (Y) akan meningkat sebesar 0,126 satuan untuk setiap tambahan satu satuan Harga (X₂). Jadi apabila Harga mengalami peningkatan satu satuan, maka Kepuasan Pengunjung akan meningkat sebesar 0,126 satuan dengan asumsi variabel yang lainnya dianggap konstan. Berdasarkan hasil analisis tersebut

dapat disimpulkan bahwa Kepuasan Pengunjung dapat tercipta dengan adanya Harga yang terjangkau. Pengunjung yang memiliki persepsi positif terhadap Harga yang diberikan terjangkau akan merasakan kepuasan. Sedangkan, apabila pengunjung menilai negatif terhadap Harga maka pengunjung akan merasa tidak puas.

Variabel Harga (X_2) meliputi indikator keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat. Berdasarkan hasil statistik *grand mean* pada *item* variabel Harga (X_2) adalah 3,66. Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju dengan pernyataan pada kuesioner penelitian. Indikator yang memperkuat hubungan antara Harga dengan Kepuasan Pengunjung salah satunya yaitu kesesuaian harga dengan manfaat yang memiliki *mean* paling tinggi, khususnya pada *item* harga Batu Night Spectacular sesuai dengan kenyamanan yang diberikan dengan besar *mean* 3,77. Hal ini berarti indikator Kesesuaian harga dengan manfaat memiliki pengaruh tertinggi dalam memperkuat hubungan variabel Harga (X_2) terhadap variabel Kepuasan Pengunjung. Selanjutnya indikator yang memiliki pengaruh terendah pada hubungan antara Harga dan Kepuasan Pengunjung adalah indikator daya saing harga, khususnya pada *item* Batu Night Spectacular sering menawarkan potongan harga dengan nilai *mean* terendah sebesar 3,23.

Dalam hasil penelitian ini hal yang perlu diperbaiki merupakan daya saing harga, mengingat *item* ini memiliki nilai *mean* terendah. Hal ini berarti Batu Night Spectacular dipersepsikan dalam menawarkan potongan harga kepada responden adalah tidak sering (kadang-kadang). Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan mengukur persepsi pengunjung mengenai Harga di Batu Night Spectacular dan

pengaruhnya terhadap Kepuasan Pengunjung. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori tentang harga yang dijelaskan oleh 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 mempengaruhi kepuasan adalah harga”. Penelitian ini juga memperkuat penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Putra (2015) dan Sulistiyana (2015).

3. Pengaruh Variabel Daya Tarik Wisata (X₁) dan Harga (X₂) secara bersama-sama terhadap Kepuasan Pengunjung (Y).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dan berdasarkan analisis data dapat diketahui bahwa variabel Daya Tarik Wisata (X₁) dan Harga (X₂) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Pengunjung (Y). Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar $(0,000) < \alpha = 0,05$ sehingga hipotesis ketiga (X₃) dalam penelitian ini diterima, yaitu Daya Tarik Wisata (X₁) dan Harga (X₂) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung (Y). Berdasarkan nilai *adjusted R Square* sebesar 0,406 atau sebesar 40,6% yang berarti bahwa 40,6% variabel Kepuasan Pengunjung dipengaruhi oleh variabel bebas yaitu Daya Tarik Wisata dan Harga. Sedangkan sisanya, 59,4% variabel Kepuasan Pengunjung dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak dalam dipenelitian ini.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui variabel mana sajakah yang mempunyai pengaruh pada Kepuasan Pengunjung. Dalam penelitian ini variabel bebas yang digunakan adalah variabel Daya Tarik Wisata (X_1), Harga (X_2) sedangkan variabel terikat yang digunakan adalah Kepuasan Pengunjung (Y).

Berdasarkan permasalahan yang sudah dirumuskan, hasil analisis, dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan hasil penelitian sebagai berikut:

1. Variabel Daya Tarik Wisata (X_1) berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Pengunjung. Hal ini ditunjukkan melalui uji t yang dilakukan dengan nilai signifikansi sebesar $(0,000) < \alpha = 0.05$ yang berarti memiliki pengaruh signifikan. Pada variabel Daya Tarik Wisata (X_1) *item* yang memiliki nilai *mean* tertinggi merupakan *item* Batu Night Spectacular memiliki lokasi yang berdekatan dengan objek wisata yang lain. Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara Daya Tarik Wisata (X_1) terhadap Kepuasan Pengunjung (Y) dapat diterima.
2. Variabel Harga (X_2) berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Pengunjung. Hal ini ditunjukkan melalui uji t yang dilakukan dengan nilai signifikansi sebesar $(0,000) < \alpha = 0.05$ yang berarti memiliki pengaruh signifikan. Pada variabel Harga (X_2) *item* yang memiliki nilai *mean* tertinggi merupakan *item* Harga Batu Night Spectacular sesuai dengan kenyamanan

3. yang diberikan. Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara Harga (X_2) terhadap Kepuasan Pengunjung (Y) dapat diterima.

4. Variabel bebas secara serentak (bersama-sama) memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung. Hal ini ditunjukkan uji F yang dilakukan diperoleh dari signifikansi sebesar $(0,000) < \alpha = 0.05$ dan juga nilai *adjusted* R^2 (Koefisiensi Determinasi) sebesar 0,406. Hal tersebut berarti 40,6% variabel Kepuasan Pengunjung dipengaruhi oleh variabel bebasnya yaitu Daya Tarik Wisata (X_1) dan Harga (X_2). Sedangkan sisanya, 59,4% variabel Kepuasan Pengunjung dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak dalam dibahas dalam penelitian ini, sehingga dapat disimpulkan bahwa pengujian hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh secara bersama-sama (serentak) variabel bebas terhadap variabel Kepuasan Pengunjung dapat diterima.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, dapat dikemukakan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan maupun bagi pihak-pihak lain. Adapun saran yang diberikan, antara lain:

1. Sebaiknya dalam menciptakan Kepuasan Pengunjung pihak Batu Night Spectacular memperhatikan aspek Daya Tarik Wisata dan Harga yang diberikan, karena berdasarkan penelitian yang telah dilakukan kedua hal tersebut mempengaruhi terbentuknya kepuasan dari pengunjung.
2. Diharapkan pihak pengelola Batu Night Spectacular dapat mempertahankan dan meningkatkan inovasi-inovasi terbaru dalam

menciptakan suatu atraksi yang menarik, karena variabel Daya Tarik Wisata mempunyai pengaruh yang dominan dalam mempengaruhi Kepuasan Pengunjung, diantaranya banyak variasi wahana yang menarik dan banyak berbagai spot foto yang menarik di Batu Night Spectacular sehingga Kepuasan Pengunjung akan meningkat.

3. Dalam meningkatkan daya saing harga, sebaiknya pihak Batu Night Spectacular lebih sering lagi dalam menawarkan potongan harga agar dapat menciptakan rasa kepuasan yang tinggi bagi pengunjung Batu Night Spectacular.

4. Hasil penelitian ini masih terbatas pada variabel Daya Tarik Wisata, Harga, dan kepuasan Pengunjung. Diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat menggunakan variabel lain di luar penelitian ini atau menambahkan variabel lain yang masih memiliki korelasi dengan variabel yang sudah ada di penelitian ini, khususnya variabel-variabel yang berpotensi mempengaruhi kepuasan pengunjung. Selanjutnya dapat dianalisis lebih dalam bagaimana dimensi lainnya yang memiliki pengaruh pada Kepuasan Pengunjung.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmadi, Abu, dan Narbuko Cholid. 2013. *Metode Penelitian*. Jakarta: Bumi, Aksara
- Alma, Buchari. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Basiya, Razak dan Hasan Abdul Rozak. 2012. Kualitas Daya Tarik Wisata, Kepuasan, dan Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Mancanegara di Jawa Tengah, *Jurnal Ilmiah Dinamika Kepariwisata* Volume XI No.2, Oktober, Halaman 1-12
- Cooper, R. Donald dan C. William Emory. 1996. *Metode Penelitian Bisnis*. Terjemahan oleh Ellen Gunawan, Imam Nurmawan. Ed: Damos Sihombing, Yati Sumiharti. Edisi Kelima Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Basu, Swastha. 2010. *Manajemen Penjualan: Pelaksanaan Penjualan*, BPF, Yogyakarta
- Damanik, Janianton dan Helmut F. Weber. 2006. *Perencanaan Ekowisata: dari Teori ke Aplikasi*. Yogyakarta: Andi
- Darmawan, Deni. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Farachdiba, Diana. 2014. Pengaruh Daya Tarik terhadap Keputusan Berkunjung Wisawatan di De'Ranch, Lembang. *Skripsi*, Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia
- Ghozali, Imam. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. 2013 *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Giese, Joan dan Joseph A. Cote. 2000. Defining Consumer Satisfaction. *Academic of Marketing Science Review*. Vancouver: Washington State University. Volume 2000 No.1, pp: 1-24

- Gitosudarmo, Indriyo. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua, Cetakan Kedua. Yogyakarta: BPFE
- Huh, Jin. 2002. "Tourist Satisfaction with Cultural/Heritage Sites: The Virginia Historic Triangle, Faculty of the Virginia Polytechnic Institute and State University". *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*: pp 177-194. February 2004
- Idrus, Muhammad. 2009. *Metode Penelitian Ilmu Sosial*. Yogyakarta: PT. Gelora Aksara Pratama
- Irawan, Handi. 2003. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Terjemahan oleh Damos Sihombing. Jakarta. PT: Prenhallindo
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Terjemahan oleh Bob Sabran. Jilid 1 dan 2 Edisi 12. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2010. *Principle of Marketing*. 13 Edition. New Jersey: Pearson Education
- Lukas A, Scott. 2008 *Theme Park*. London: Reaktion Books Ltd.
- Lupiyoadi, Rambat 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat
- Muljadi, A.J. dan Andri Warman. 2014. *Kepariwisata dan Perjalanan*. Jakarta: Rajawali Press
- Naidoo, Perunjodi dan Prabha Ramseook Munhurrun, Jeynakshi Ladsawut. 2010. Tourist Satisfaction with Mauritius as a Holiday Destination. *Global Journal of Business Research*. University of Technology Mauritius. Volume 4 No.2, pp: 113-123
- Nazir, Moh. 2014. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Neolaka, Amos. 2014. *Metode Penelitian dan Statistik*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Payangan, Otto R. 2014. *Pemasaran Jasa Pariwisata*. Bandung: ITB Press
- Pendit, S. Nyoman. 1994. *Ilmu Pariwisata: Sebuah Pengantar Perdana*. Cetakan Keempat, Jakarta: PT Pradnya Paramita

- Pendit, S. Nyoman. 2006. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Edisi Terbaru. Jakarta: PT Pradnya Paramita
- Pitana, I Gede dan I Ketut Surya Diarta. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Andi
- Pitana, I Gede dan Putu G. Gayatri. 2015. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Andi
- Putra, Prasidya Widia. 2015. Analisis Pengaruh Daya Tarik Pariwisata Kota Batu terhadap Kepuasan Wisatawan (Studi pada Wisatawan Muda). *Skripsi*, Malang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya
- Raluca dan Gina. 2008. Theme Park – The Main Concept of Tourism Industry Development. *Annals of the University of Oradea, Economic Science Series*: 2008, pp. 635-640
- Sardin. 2014. *Konsep Populasi dan Sampling Serta Perhitungan Varians*. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia
- Schiffman, Leon. G. dan Leslie Lazar Kanuk. 2007. *Perilaku Konsumen*. Terjemahan oleh Zoelkifli. Edisi Kedua. Jakarta: PT Indeks Gramedia
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi (Editor). 2006. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES
- Siregar, Syofian. 2014. *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS versi 17*. Jakarta: Bumi Aksara
- Soehartono, Irawan. 2008. *Metode Penelitian Sosial: Suatu Teknik Penelitian*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Sofyan. 2015. Analisis Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung sebagai Variabel Intervening, *Skripsi*, Semarang: Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro
- Sorkin, Michael. 1992. *A. Variation on Theme Park: The New American City and the End of Public Space*. New York: Hill & Wang
- Sudjana. 2002. *Metode Statistika*. Edisi Keenam. Bandung: Tarsito
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sulistiyana, Rezeki Teguh. 2015. Pengaruh Fasilitas Wisata dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Museum Satwa). *Skripsi*, Malang: Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya
- Sinambela, Litjan Poltak. 2014. *Reformasi Pelayanan Publik*. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Sunaryo, Bambang. 2013. *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Yogyakarta: Gava Media
- Supranto, J. 2008. *Statistik Teori dan Aplikasi*, Jilid I, Edisi Ketujuh. Jakarta: Erlangga
- Suryati, Enung. 2000. *Matematika untuk SMU*. Jakarta: Erlangga
- Stanton, William J. 1998. *Prinsip Pemasaran*. Edisi Ketujuh, Jilid 1. Terjemahan oleh Yohanes Lamarto. Jakarta: Erlangga
- Taniredja, Tukiran dan Hidayati Mustafidah. 2011. *Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar)*. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Manajemen Jasa*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi Publisher
- Tjiptono, Fandy. 1997. *Prinsip-prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: Andi Publisher
- Tjiptono, Fandy. 2003. *Total Quality Management*. Yogyakarta: Andi Publisher
- Yoeti, Oka A. 1985. *Pemasaran Pariwisata*. Cetakan Pertama. Bandung: Angkasa
- Yoeti, Oka A. 2008. *Ekonomi Pariwisata: Introduksi, Informasi, dan Aplikasi*. Cetakan Pertama. Jakarta: Kompas
- Zaenuri, Muchammad. 2012. *Perencanaan Strategis Kepariwisata Daerah: Konsep dan Aplikasi*, Yogyakarta: e-Gov Publishing

Website

Batukota.bps.go.id. “*Jumlah Pengunjung Objek Wisata Dirinci Menurut Bulan dan Tempat Wisata di Kota Batu*” diakses pada tanggal 04 Desember 2018
<https://batukota.bps.go.id/statictable/2018/04/05/142/jumlah-pengunjung-objek-wisata-dirinci-menurut-bulan-dam-tempat-wisata-dikota-batu-2016.html>

Cnnindonesia.com “PHRI: *Industri Parwisata Jadi Sektor Idola Indonesia*” diakses pada tanggal 04 Desember 2018 <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20180924155205-269-332743/phri-industri-parwisata-jadi-sektor-idola-indonesia>

Library.binus.ac.id “Pengertian Pengunjung dan Karakteristiknya”
<http://library.binus.ac.id/eColls/eThesiscoll/Bab2DOC/2011-2-01681-HM%20Bab2001.doc> diakses pada tanggal 05 Desember 2018

Lifestyle.sindonews.com “Menteri Arief Yahya Buka Peluang Investasi Theme Park di Indonesia” diakses pada tanggal 05 Desember 2018
<https://lifestyle.sindonews.com/read/1130167/156/menpar-arief-yahya-buka-peluang-investasi-theme-park-di-indonesia-1470815833>

Undang-Undang. No.9 Tahun 2009. *Undang-Undang Republik Indonesia No. 9 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata*”, diakses pada tanggal 01 Desember 2018 dari <http://www.peraturango.id/uu/nomor-9-tahun-2009.html>

Undang-Undang No,10 Tahun 2009. “*Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata*”, diakses pada tanggal 01 Desember 2018 dari <http://www.peraturango.id/uu/nomor-10-tahun-2009.html>

Yourdictionary.com. Webster’s New World. 2010. *Theme Park. Ohio: Jhon Wiley & Sons, Inc.* diakses pada tanggal 12 Maret 2019

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH DAYA TARIK WISATA DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG

Assalamualaikum wr wb,

Perkenalkan nama saya Anty Ayu Ariesty mahasiswi dari Prodi Pariwisata, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya yang sedang melakukan penelitian dalam rangka menyelesaikan tugas akhir untuk meraih gelar (S1). Sehubungan dengan penelitian yang saya lakukan, saya meminta kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/I untuk berpartisipasi mengisi identitas dan jawaban seluruh pertanyaan yang ada pada kuisisioner penelitian. Semua informasi yang diterima sebagai hasil kuisisioner ini bersifat rahasia dan hanya akan digunakan untuk kepentingan akademis.

Kami membutuhkan partisipasi dengan kriteria sebagai berikut:

1. Berumur lebih dari 17 tahun
2. Membeli tiket masuk Batu Night Spectacular dengan biaya sendiri
3. Sudah menikmati Batu Night Spectacular

Kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i merupakan bantuan yang sangat besar bagi terlaksananya penelitian ini. Saya mengucapkan terima kasih untuk segala bentuk partisipasinya, kurang lebihnya saya mohon maaf.

Wassalamualaikum wr wb.

Hormat saya

Anty Ayu Ariesty

I. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama:
2. Jenis Kelamin: Laki-laki Perempuan
3. Usia Responden:
4. Daerah Asal Responden:
5. Pekerjaan Responden:
 - Pelajar
 - Mahasiswa/i
 - Wiraswasta
 - PNS/POLRI/TNI
 - Lainnya: _
6. Pendidikan terakhir:
 - SD
 - SMP
 - SMA
 - Diploma
 - Sarjana (S1)
 - Magister (S2)
7. Penghasilan/Uang saku setiap bulan: :_
8. Sudah berapa kali mengunjungi Batu Night Spectacular?
 - 1x 2x Lebih dari 2x
9. Datang bersama siapa ketika mengunjungi Batu Night Spectacular?
 - Sendiri Kerabat Keluarga

II. PERNYATAAN

Berikut ini merupakan pernyataan yang menggambarkan persepsi dan sikap Saudara setelah mengunjungi *Batu Night Spectacular*. Saudara diminta untuk memberikan tanggapan terhadap pernyataan dibawah ini sesuai dengan apa yang saudara rasakan.

- a. Berilah tanda *checklist* (✓) pada salah satu jawaban yang menjadi pilihan anda.
- b. Bila ada pertanyaan yang tidak dimengerti silahkan ditanyakan langsung kepada peneliti.

Keterangan :

SS: Jika saudara sangat setuju dengan pernyataan tersebut.

S: Jika saudara setuju dengan pernyataan tersebut.

N: Jika saudara ragu-ragu dengan pernyataan tersebut.

TS: Jika saudara tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

STS: Jika saudara sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

A. Daya Tarik Wisata

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
<i>Something to see</i>						
1	Lokasi <i>Batu Night Spectacular</i> berdekatan dengan objek wisata yang lain.					
2	<i>Batu Night Spectacular</i> memiliki atraksi yang attractive dari objek wisata yang lainnya					
3	<i>Batu Night Spectacular</i> memiliki pertunjukkan air mancur menari yang menarik					
<i>Something to do</i>						
4	<i>Batu Night Spectacular</i> memiliki banyak variasi wahana yang menarik					
5	<i>Batu Night Spectacular</i> memiliki berbagai spot foto yang menarik pada malam hari					
<i>Something to buy</i>						
6	<i>Batu Night Spectacular</i> memiliki keragaman jenis <i>souvenir</i> yang dijual					
7	<i>Batu Night Spectacular</i> memiliki keragaman jenis makanan yang dijual					
8	<i>Batu Night Spectacular</i> memiliki keragaman jenis minuman yang dijual					

B. Harga

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
Keterjangkauan Harga						
9	<i>Batu Night Spectacular</i> memiliki harga tiket masuk yang terjangkau					
10	<i>Batu Night Spectacular</i> memiliki harga tiket tiap wahana yang terjangkau					
Kesesuaian Harga dengan kualitas						
11	Harga yang ditetapkan oleh <i>Batu Night Spectacular</i> sesuai dengan variasi wahana yang tersedia					
12	Harga yang ditetapkan oleh <i>Batu Night Spectacular</i> sebanding dengan kualitas wahana yang tersedia					
Daya Saing Harga						
13	Harga tiket masuk <i>Batu Night Spectacular</i> murah dibandingkan dengan objek wisata yang lainnya yang berada disekitar kawasan					
14	<i>Batu Night Spectacular</i> sering menawarkan potongan harga					
Kesesuaian Harga dengan Manfaat						
15	Dengan harga yang saya bayarkan, saya mendapatkan pelayanan yang sesuai saat berkunjung di <i>Batu Night Spectacular</i>					
16	Dengan harga yang saya bayarkan, saya mendapatkan kenyamanan saat berkunjung di <i>Batu Night Spectacular</i>					

C. Kepuasan Pengunjung

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
Perasaan puas						
17	Saya merasa puas saat berada di <i>Batu Night Spectacular</i>					
18	Saya merasa <i>Batu Night Spectacular</i> merupakan pilihan yang tepat untuk berwisata					



Lampiran 2. Karakteristik Responden

No.	Nama	Jenis Kelamin	Daerah Asal	Usia	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan / Status	Pendapatan	Jumlah Berkunjung	Kunjungan Bersama
1	Dery Dwi C	P	Bogor	22	SMA	Mahasiswa	1.200.000	1x	Kerabat
2	Silvi Sahrul	P	Malang	21	SMA	Mahasiswa	1.500.000	1x	Kerabat
3	Tifani Y.	P	Malang	23	S1	Mahasiswa	2.000.000	Lebih dari 2x	Kerabat
4	Dyas	P	Malang	22	SMA	Mahasiswa	1.500.000	1x	Kerabat
5	Talitha	P	Surabaya	21	S1	Lainnya	1.000.000	2x	Kerabat
6	Keke Ayu	P	Jakarta	21	SMA	Mahasiswa	1.500.000	1x	Kerabat
7	Arin	P	Bandung	19	SMA	Mahasiswa	2.000.000	2x	Keluarga
8	Abdul Hakim	L	Malang	22	SMA	Mahasiswa	1.500.000	1x	Kerabat
9	Mutiara Citra R.	P	Malang	21	S1	Mahasiswa	1.000.000	Lebih dari 2x	Keluarga
10	Dio Rahmat Panji	L	Malang	22	SMA	Mahasiswa	1.000.000	2x	Keluarga
11	Yuna	P	Malang	22	SMA	Mahasiswa	1.500.000	Lebih dari 2x	Keluarga
12	Filza Dikaputra	L	Malang	22	SMA	Mahasiswa	1.000.000	Lebih dari 2x	Kerabat
13	Fairuz Alhumaira	P	Malang	20	SMA	Mahasiswa	1.500.000	Lebih dari 2x	Kerabat
14	Fitriyah Ema N.	P	Sumenep	22	S1	Lainnya	1.000.000	1x	Kerabat
15	Natalia Chintya	P	Malang	22	SMA	Mahasiswa	2.500.000	1x	Keluarga
16	Mutiara Octaviani	P	Malang	22	SMA	Mahasiswa	3.000.000	2x	Kerabat
17	Dania	p	Bogor	22	S1	Lainnya	1.500.000	2x	Kerabat
18	Lusiana	P	Jakarta	21	SMA	Mahasiswa	2.000.000	1x	Kerabat
19	Dhita MR	P	Gresik	23	S1	Lainnya	3.900.000	1x	Keluarga

Lanjutan Tabel Karakteristik Reesponden

20	Adrian	L	Jakarta	26	S1	Wiraswasta	5.000.000	Lebih dari 2x	Keluarga
21	Ellisa Achdila	P	Malang	22	S1	Mahasiswa	750.000	1x	Keluarga
22	Melati Amalia	P	Malang	20	S1	Mahasiswa	800.000	1x	Kerabat
23	Rina	P	Bogor	24	S1	Lainnya	3.000.000	2x	Kerabat
24	Ridha Khairani	P	Jakarta	21	SMA	Mahasiswa	1.000.000	1x	Kerabat
25	Azaria Calista	P	Jakarta	21	SMA	Mahasiswa	1.000.000	1x	Kerabat
26	Marsha	P	Jakarta	22	SMA	Mahasiswa	1.000.000	2x	Keluarga
27	Parul	L	Bekasi	22	SMA	Mahasiswa	1.500.000	1x	Kerabat
28	Iyan Pamungkas	L	Malang	22	SMA	Mahasiswa	1.500.000	1x	Kerabat
29	Fadhilla Dwi	P	Sidoarjo	22	S1	Lainnya	1.000.000	Lebih dari 2x	Kerabat
30	Anggita Putri A	P	Malang	20	SMA	Mahasiswa	1.500.000	2x	Kerabat
31	Dwi Rahma Shinta	P	Jakarta	21	S1	Mahasiswa	1.500.000	Lebih dari 2x	Kerabat
32	Nurul Latifah Dewi	P	Bogor	21	SMA	Mahasiswa	2.500.000	1x	Kerabat
33	Nurma	P	Probolinggo	21	SMA	Mahasiswa	1.000.000	2x	Kerabat
34	Nadhifa Laras	p	Jakarta	21	SMA	Mahasiswa	2.500.000	2x	Kerabat
35	Dheandra	P	Bekasi	21	SMA	Mahasiswa	1.000.000	2x	Keluarga
36	Venna	P	Malang	20	SMA	Mahasiswa	1.000.000	1x	Kerabat
37	Anna	P	Malang	21	SMA	Mahasiswa	1.500.000	2x	Kerabat
38	Finsa	L	Batu	18	SMA	Mahasiswa	700.000	Lebih dari 2x	Keluarga
39	Stasya J.	P	Malang	25	SMA	Mahasiswa	1.000.000	Lebih dari 2x	Keluarga
40	Maretha Puspa	P	Blitar	23	SMA	Mahasiswa	1.600.000	2x	Keluarga
41	Elisa	P	Palembang	18	SMA	Mahasiswa	1.000.000	1x	Keluarga
42	Preton	L	Magetan	21	Diploma	Mahasiswa	1.000.000	1x	Kerabat
43	Vira Takya	P	Jember	18	SMA	Mahasiswa	600.000	Lebih dari 2x	Kerabat

44	Imza	L	Jember	18	SMA	Mahasiswa	700.000	Lebih dari 2x	Kerabat
45	Yanuar Mochtar	L	Malang	21	SMA	Mahasiswa	1.000.000	Lebih dari 2x	Kerabat
46	Dinda Oktaviani	P	Malang	18	SMA	Mahasiswa	1.500.000	1x	Keluarga
47	Rachman	L	Bogor	19	S1	Mahasiswa	2.500.000	1x	Keluarga
48	Rziky Rivani	L	Malang	22	SMA	Mahasiswa	2.000.000	1x	Kerabat
49	Mulianta Tamaulina	P	Malang	21	SMA	Mahasiswa	1.500.000	Lebih dari 2x	Kerabat
50	Silvi.	P	Malang	20	SMA	Mahasiswa	2.000.000	1x	Kerabat
51	Irma	p	Malang	21	S1	Mahasiswa	3.000.000	Lebih dari 2x	Keluarga
52	Wildan	L	Gresik	21	SMA	Mahasiswa	1.300.000	2x	Kerabat
53	Bella Arinda	P	Malang	18	SMA	Mahasiswa	2.000.000	Lebih dari 2x	Keluarga
54	Nafisah Devina	P	Malang	19	SMA	Mahasiswa	1.000.000	Lebih dari 2x	Keluarga
55	Lisdarli	P	Malang	23	S1	Lainnya	1.000.000	1x	Kerabat
56	Maria Valentina	P	Pasuruan	19	SMA	Mahasiswa	1.000.000	Lebih dari 2x	Kerabat
57	Sandi Lazuardi	p	Jakarta	22	S1	Mahasiswa	3.000.000	1x	Kerabat
58	M. Hashfi	L	Nganjuk	23	S1	Mahasiswa	3.000.000	1x	Kerabat
59	Firmansyah P	L	Malang	18	SMA	Pelajar	200.000	1x	Keluarga
60	Sukma Dewi Ayu	P	Sidoarjo	19	SMA	Mahasiswa	1.500.000	Lebih dari 2x	Kerabat
61	Uzwajul	P	Bitar	22	S1	Wiraswasta	2.500.000	1x	Kerabat
62	Novita Rahmadani	P	Batu	18	SMP	Pelajar	600.000	2x	Keluarga
63	Hamantyo A	L	Kudus	23	S1	Mahasiswa	2.500.000	Lebih dari 2x	Kerabat
64	Kabib Hidayahilloh	L	Tulungagung	25	S1	Wiraswasta	2.500.000	1x	Kerabat
65	Lam'atut Durori	P	Surabaya	25	S1	Lainnya	3.000.000	1x	Kerabat
66	Reni Novianti	P	Pasuruan	22	SMA	Wiraswasta	1.000.000	Lebih dari 2x	Keluarga

67	Achmad Zidan	L	Malang	18	SMA	Pelajar	600.000	2x	Keluarga
68	Veronita Fitri	P	Malang	18	SMP	Pelajar	600.000	1x	Keluarga
69	Santi	P	Malang	24	S1	Wiraswasta	2.000.000	2x	Kerabat
70	Afrizal	L	Malang	21	SMA	Lainnya	1.000.000	1x	Keluarga
71	Anindya Nova	P	Batu	18	SMA	Mahasiswa	1.000.000	Lebih dari 2x	Kerabat
72	Zerlina	P	Surabaya	20	S1	Mahasiswa	1.500.000	Lebih dari 2x	Keluarga
73	Talitha Marsha	P	Surabaya	18	SMA	Pelajar	800.000	1x	Keluarga
74	Audi Putri	p	Batu	18	SMA	Pelajar	650.000	2x	Keluarga
75	Chintya S.	P	Malang	21	SMA	Wiraswasta	2.700.000	Lebih dari 2x	Kerabat
76	Intan Nur Fauziyah	P	Batu	19	SMA	Pelajar	600.000	2x	Kerabat
77	Fresy	P	Solo	20	SMA	Lainnya	2.000.000	1x	Keluarga
78	Maya	P	Gresik	21	S1	Lainnya	1.200.000	1x	Kerabat
79	Alif Faiq Kusuma	L	Jember	18	SMA	Lainnya	600.000	1x	Keluarga
80	Fahreza Ricky	L	Malang	21	SMA	Mahasiswa	1.500.000	1x	Kerabat
81	Leony N.	p	Jakarta	18	SMP	Pelajar	500.000	1x	Keluarga
82	Reyhan A	L	Jakarta	20	SMA	Mahasiswa	1.500.000	1x	Keluarga
83	Mitha	P	Jakarta	28	S1	Wiraswasta	3.000.000	1x	Keluarga
84	Wica Amalia	P	Malang	21	SMA	Mahasiswa	750.000	2z	Kerabat
85	Aji	L	Jakarta	30	S1	Lainnya	5.000.000	1x	Keluarga
86	M. Nadhif	L	Jakarta	20	SMA	Mahasiswa	1.500.000	1x	Keluarga
87	Havizh	L	Jakarta	23	Diploma	Mahasiswa	2.500.000	1x	Kerabat
88	Tamara A.	p	Malang	21	SMA	Mahasiswa	1.500.000	2x	Kerabat
89	Sasya	P	Malang	21	SMA	Mahasiswa	1.700.000	2x	Kerabat
90	Dimas Fuzi	L	Malang	22	SMA	Mahasiswa	1.000.000	2x	Kerabat
91	Saiful	L	Batu	30	Diploma	Lainnya	5.000.000	1x	Keluarga
92	Hamzah S.	L	Surabaya	25	S1	Lainnya	3.200.000	2x	Kerabat
93	Ayunita	P	Malang	23	S1	Lainnya	1.800.000	2x	Kerabat

94	Veronika T.	p	Surabaya	21	SMA	Mahasiswa	1.500.000	2x	Kerabat
95	Amanda Talia	p	Surabaya	21	SMA	Mahasiswa	2.000.000	2x	Kerabat
96	Fawzi Amar	L	Malang	25	S2	Mahasiswa	3.000.000	Lebih dari 2x	Kerabat
97	Akbaru	L	Gresik	24	S1	Lainnya	2.500.000	2x	Keluarga
98	Ayu Arianti	P	Jakarta	22	SMA	Mahasiswa	1.500.000	Lebih dari 2x	Kerabat
99	Rian	L	Bekasi	20	SMA	Mahasiswa	1.600.000	2x	Kerabat
100	Luthi	L	Malang	20	SMA	Mahasiswa	1.000.000	1x	Kerabat
101	Dian Laras	P	Malang	20	SMA	Mahasiswa	1.500.000	2x	Kerabat
102	Danita	P	Malang	25	SMA	Wiraswasta	2.000.000	1x	Keluarga
103	Achmad	L	Jakarta	23	Diploma	Mahasiswa	3.400.000	1x	Kerabat
104	Natya	P	Batu	28	S1	Lainnya	4.000.000	2x	Keluarga
105	Wulandari	P	Batu	25	Diploma	Lainnya	2.000.000	1x	Keluarga
106	Bayu	L	Malang	22	SMA	Mahasiswa	1.300.000	1x	Kerabat
107	Satya	L	Malang	21	SMA	Mahasiswa	1.500.000	2x	Kerabat
108	Relia M	P	Batu	19	SMP	Pelajar	750.000	2x	Kerabat
109	Della	P	Sidoarjo	23	S1	Lainnya	3.000.000	2x	Kerabat
110	Jinan	L	Malang	19	SMP	Pelajar	600.000	Lebih dari 2x	Keluarga
111	Taufik	L	Batu	42	SMA	Polri	7.000.000	2x	Keluarga
112	Nunik	P	Batu	38	SMA	PNS	5.000.000	1x	Keluarga
113	Shafa	P	Malang	22	SMA	Mahasiswa	1.500.000	2x	Kerabat
114	Tiwi	P	Surabaya	22	Diploma	Lainnya	1.000.000	1x	Kerabat
115	Lia	P	Surabaya	22	Diploma	Lainnya	800.000	1x	Kerabat
116	Amelia	P	Surabaya	21	SMA	Mahasiswa	1.200.000	1x	Kerabat
117	Joshua	L	Malang	21	SMA	Mahasiswa	1.000.000	2x	Kerabat
118	Fahdil R.	L	Malang	19	SMP	Pelajar	850.000	1x	Keluarga

Lampiran 3. Tanggapan Responden

X.1								X.2								Y		X	Y
(X.1.1)			(X.1.2)		(X.1.3)			X.2.1		X.2.2		X.2.3		X.2.4		Y.1			
X.1.1.1	X.1.1.2	X.1.1.3	X.1.2.1	X.1.2.2	X.1.3.1	X.1.3.2	X.1.3.3	X.2.1.1	X.2.1.2	X.2.2.1	X.2.2.2	X.2.3.1	X.2.3.2	X.2.4.1	X.2.4.2	Y.1.1.1	Y.1.1.2		
4	4	3	4	4	4	3	3	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	64	8
5	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	2	3	4	4	4	59	8
2	2	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	54	7
4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	5	4	3	3	4	4	4	4	63	8
4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	52	4
4	3	2	5	4	4	4	3	4	5	5	5	4	3	4	4	5	5	63	10
5	4	3	5	5	4	4	4	5	3	5	5	5	3	3	3	5	5	66	10
4	4	3	4	5	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	5	60	9
5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	68	8
5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	73	10
5	5	5	4	5	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	67	10
4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	2	4	4	4	3	3	4	5	57	9
4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	61	8
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64	8
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	61	8

4	2	2	4	4	5	4	4	4	4	4	3	2	3	4	4	4	3	57	7	
5	4	4	5	4	4	3	2	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	59	8	
4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	58	8	
4	3	3	4	4	4	3	3	2	2	3	3	2	3	4	3	3	3	50	6	
5	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	62	8	
5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	61	8	
4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	60	8	
4	2	3	4	4	4	2	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	57	7	
4	4	5	4	4	4	4	5	2	2	4	4	3	3	4	4	4	4	60	8	
3	3	4	4	4	3	3	3	4	5	5	5	3	3	5	5	5	4	62	9	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80	10	
5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	65	10	
4	2	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	57	7	
4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	68	10	
4	3	3	5	3	4	3	4	4	3	4	4	5	3	4	4	4	4	60	8	
5	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	59	8	
4	2	3	4	4	3	3	3	5	4	4	4	5	3	4	4	4	4	59	8	
4	4	2	2	4	4	4	4	4	2	2	3	2	2	4	4	4	4	51	8	
5	4	3	4	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	4	3	2	4	3	41	7

5	4	4	3	3	4	2	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	57	8
5	1	3	2	3	3	3	2	1	2	3	2	3	1	2	3	4	3	39	7
5	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	59	8
4	2	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	2	62	6
4	4	4	3	4	4	3	3	4	2	4	4	4	3	4	4	2	3	58	5
5	4	4	4	5	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	5	5	62	10
4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	5	5	5	70	10
4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	65	9
4	5	4	4	3	4	3	4	5	5	4	3	4	3	4	4	4	4	63	8
5	3	4	4	2	2	3	3	3	4	4	3	2	2	3	2	4	3	49	7
1	3	4	4	5	4	3	3	3	3	4	3	3	2	2	3	4	4	50	8
4	2	2	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	3	2	4	3	3	55	6
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64	8
4	3	4	4	5	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	59	7
5	4	3	4	4	5	5	5	3	4	4	3	2	4	4	4	4	4	63	8
4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	59	8
4	2	3	4	3	4	2	3	4	2	2	4	2	3	4	4	4	3	50	7
5	3	5	4	5	3	3	4	3	4	3	5	3	3	4	4	5	5	61	10
5	4	3	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	62	8

4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	2	55	6
5	2	2	2	4	5	4	4	4	2	4	2	4	3	4	4	2	2	55	4
5	3	2	2	4	3	3	4	2	4	2	4	2	2	3	4	4	4	49	8
4	3	3	3	4	3	4	4	2	3	3	3	3	3	3	4	3	4	52	7
4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	54	7
4	4	4	4	4	4	5	5	2	2	4	4	4	3	4	4	4	3	61	7
4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	5	5	4	63	9
5	4	3	3	5	2	3	2	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	56	8
4	3	3	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	62	8
4	4	3	3	4	4	4	4	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	61	8
4	3	4	3	2	4	3	2	2	3	3	3	2	4	3	2	4	3	47	7
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	63	7
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	65	8
5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	69	8
4	4	5	4	5	3	3	3	3	2	4	4	3	3	4	4	4	3	58	7
4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	59	7
5	4	5	5	5	4	3	3	3	4	4	4	5	3	4	4	4	4	65	8
4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	56	8
5	4	3	5	3	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	71	10

4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	56	8
3	4	4	5	5	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	61	8
5	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	5	4	3	5	5	4	4	64	8
4	5	3	4	5	4	4	4	4	4	5	4	3	3	4	5	5	5	65	10
5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	62	8
5	4	3	4	5	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	55	6
4	2	2	2	4	4	2	2	4	4	4	2	4	1	4	4	4	2	49	6
5	4	4	5	5	3	3	4	4	4	4	5	3	3	4	4	4	4	64	8
4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	61	8
4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	57	8
5	5	3	5	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	5	4	61	9
3	2	1	3	3	4	3	3	1	2	3	3	2	1	3	3	3	2	40	5
3	3	3	4	4	3	3	3	5	4	4	4	3	4	3	4	4	4	57	8
3	3	2	4	4	4	3	3	2	2	3	3	3	3	4	4	3	3	50	6
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64	8
4	4	4	3	3	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56	8
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48	6
4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	58	8
3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2	3	3	2	3	3	52	6

4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	56	7
4	3	3	5	5	4	4	4	4	2	3	4	4	3	3	3	4	4	58	8
5	3	2	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	58	6
4	4	2	5	5	3	3	3	4	4	4	2	3	4	4	3	5	3	57	8
3	3	3	5	5	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	58	7
4	3	2	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	53	6
3	3	2	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	57	7
4	4	2	5	5	3	3	3	4	4	3	3	4	2	3	4	4	4	56	8
4	4	4	5	5	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	59	6
4	5	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	60	8
4	4	2	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	2	4	4	55	8
3	3	2	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	53	6
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	61	8
5	3	2	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	51	6
3	3	3	4	4	3	3	2	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	52	7
4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	54	8
5	3	3	5	5	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	60	8
4	4	2	4	5	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	8
4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	56	8

4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	65	8
4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	8
5	4	2	4	5	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	59	7
5	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	57	6
4	5	3	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	62	8
3	3	2	5	5	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59	8
4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	3	4	4	3	4	4	4	4	62	8
5	4	3	4	4	3	4	4	4	5	3	4	4	3	4	4	4	4	62	8



Lampiran 4. Gambaran Umum Responden

Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki-laki	39	33.1	33.1	33.1
Valid Perempuan	79	66.9	66.9	100.0
Total	118	100.0	100.0	

Pendidikan Terakhir

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SMP	6	5.1	5.1	5.1
Valid SMA	73	61.9	61.9	66.9
Valid Diploma	7	5.9	5.9	72.9
Valid Sarjana (S1)	31	26.3	26.3	99.2
Valid Magister (S2)	1	.8	.8	100.0
Total	118	100.0	100.0	

Pekerjaan/Status

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Pelajar	11	9.3	9.3	9.3
Valid Mahasiswa/i	75	63.6	63.6	72.9
Valid Wiraswasta	8	6.8	6.8	79.7
Valid PNS/POLRI/TNI	2	1.7	1.7	81.4
Valid Lainnya	22	18.6	18.6	100.0
Total	118	100.0	100.0	

Jumlah Berkunjung

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1x	53	44.9	44.9	44.9
Valid 2x	38	32.2	32.2	77.1
Valid Lebih dari 2x	27	22.9	22.9	100.0
Total	118	100.0	100.0	

Kunjungan Bersama

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Kerabat	74	62.7	62.7	62.7
Valid Keluarga	44	37.3	37.3	100.0
Total	118	100.0	100.0	

Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
17-20	36	30.5	30.5	30.5
21-24	68	57.6	57.6	88.1
25-28	10	8.5	8.5	96.6
Valid 29-32	2	1.7	1.7	98.3
37-40	1	.8	.8	99.2
41-44	1	.8	.8	100.0
Total	118	100.0	100.0	

Penghasilan Perbulan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Rp. 600.000 - < Rp. 1.400.000	50	42.4	42.4	42.4
Rp. 1.400.000 - < Rp. 2.200.000	40	33.9	33.9	76.3
Rp. 2.200.000 - < Rp. 3.000.000	18	15.3	15.3	91.5
Rp. 3.000.000 - < Rp. 3.800.000	2	1.7	1.7	93.2
Rp. 3.800.000 - < Rp. 4.600.000	3	2.5	2.5	95.8
Rp. 4.600.000 - < Rp. 5.400.000	4	3.4	3.4	99.2
Rp. 5.400.000 - < Rp. 7.000.000	1	.8	.8	100.0
Total	118	100.0	100.0	

Daerah Asal

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Malang	50	42.4	42.4	42.4
Batu	11	9.3	9.3	51.7
Surabaya	10	8.5	8.5	60.2
Sidoarjo	3	2.5	2.5	62.7
Jakarta	16	13.6	13.6	76.3
Bekasi	3	2.5	2.5	78.8
Bogor	5	4.2	4.2	83.1
Bandung	1	.8	.8	83.9
Gresik	4	3.4	3.4	87.3
Probolinggo	1	.8	.8	88.1
Valid Magetan	1	.8	.8	89.0
Blitar	2	1.7	1.7	90.7
Jember	3	2.5	2.5	93.2
Pasuruan	2	1.7	1.7	94.9
Nganjuk	1	.8	.8	95.8
Kudus	1	.8	.8	96.6
Tulungagung	1	.8	.8	97.5
Solo	1	.8	.8	98.3
Palembang	1	.8	.8	99.2
Madura	1	.8	.8	100.0
Total	118	100.0	100.0	

Lampiran 5. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Frequencies

Statistics

		X.1.1.1	X.1.1.2	X.1.1.3	X.1.2.1	X.1.2.2	X.1.3.1	X.1.3.2	X.1.3.3
N	Valid	118	118	118	118	118	118	118	118
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		4.1949	3.5424	3.2797	4.0085	4.1356	3.7288	3.4576	3.4746

Frequency Table

X.1.1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	14	11.9	11.9	11.9
	4	67	56.8	56.8	68.6
	5	37	31.4	31.4	100.0
Total		118	100.0	100.0	

X.1.1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	.8	.8	.8
	2	12	10.2	10.2	11.0
	3	35	29.7	29.7	40.7
	4	62	52.5	52.5	93.2
	5	8	6.8	6.8	100.0
Total		118	100.0	100.0	

X.1.1.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	.8	.8	.8
2	19	16.1	16.1	16.9
3	53	44.9	44.9	61.9
4	36	30.5	30.5	92.4
5	9	7.6	7.6	100.0
Total	118	100.0	100.0	

X.1.2.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	2	1.7	1.7	1.7
3	19	16.1	16.1	17.8
4	73	61.9	61.9	79.7
5	24	20.3	20.3	100.0
Total	118	100.0	100.0	

X.1.2.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	18	15.3	15.3	15.3
4	66	55.9	55.9	71.2
5	34	28.8	28.8	100.0
Total	118	100.0	100.0	

X.1.3.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	4	3.4	3.4	3.4
	3	33	28.0	28.0	31.4
	4	72	61.0	61.0	92.4
	5	9	7.6	7.6	100.0
	Total	118	100.0	100.0	

X.1.3.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	6	5.1	5.1	5.1
	3	54	45.8	45.8	50.8
	4	56	47.5	47.5	98.3
	5	2	1.7	1.7	100.0
	Total	118	100.0	100.0	

X.1.3.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	10	8.5	8.5	8.5
	3	49	41.5	41.5	50.0
	4	52	44.1	44.1	94.1
	5	7	5.9	5.9	100.0
	Total	118	100.0	100.0	

Frequencies

Statistics

		X.2.1.1	X.2.1.2	X.2.2.1	X.2.2.2	X.2.3.1	X.2.3.2	X.2.4.1	X.2.4.2	X.2
N	Valid	118	118	118	118	118	118	118	118	118
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		3.6864	3.5508	3.6780	3.7203	3.5424	3.2373	3.7034	3.7797	28.89 83

Frequency Table

X.2.1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	2.5	2.5	2.5
	2	7	5.9	5.9	8.5
	3	24	20.3	20.3	28.8
	4	74	62.7	62.7	91.5
	5	10	8.5	8.5	100.0
Total		118	100.0	100.0	

X.2.1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	.8	.8	.8
	2	13	11.0	11.0	11.9
	3	30	25.4	25.4	37.3
	4	68	57.6	57.6	94.9
	5	6	5.1	5.1	100.0
Total		118	100.0	100.0	

X.2.2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	5	4.2	4.2	4.2
	3	35	29.7	29.7	33.9
	4	71	60.2	60.2	94.1
	5	7	5.9	5.9	100.0
	Total	118	100.0	100.0	

X.2.2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	5	4.2	4.2	4.2
	3	33	28.0	28.0	32.2
	4	70	59.3	59.3	91.5
	5	10	8.5	8.5	100.0
	Total	118	100.0	100.0	

X.2.3.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	12	10.2	10.2	10.2
	3	39	33.1	33.1	43.2
	4	58	49.2	49.2	92.4
	5	9	7.6	7.6	100.0
	Total	118	100.0	100.0	

X.2.3.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	2.5	2.5	2.5
	2	7	5.9	5.9	8.5
	3	68	57.6	57.6	66.1
	4	39	33.1	33.1	99.2
	5	1	.8	.8	100.0
	Total	118	100.0	100.0	

X.2.4.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	2.5	2.5	2.5
	3	34	28.8	28.8	31.4
	4	76	64.4	64.4	95.8
	5	5	4.2	4.2	100.0
	Total	118	100.0	100.0	

X.2.4.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	6	5.1	5.1	5.1
	3	22	18.6	18.6	23.7
	4	82	69.5	69.5	93.2
	5	8	6.8	6.8	100.0
	Total	118	100.0	100.0	

X.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17	2	1.7	1.7	1.7
	18	1	.8	.8	2.5
	22	2	1.7	1.7	4.2
	23	6	5.1	5.1	9.3
	24	4	3.4	3.4	12.7
	25	4	3.4	3.4	16.1
	26	7	5.9	5.9	22.0
	27	11	9.3	9.3	31.4
	28	11	9.3	9.3	40.7
	29	10	8.5	8.5	49.2
	30	16	13.6	13.6	62.7
	31	16	13.6	13.6	76.3
	32	19	16.1	16.1	92.4
	33	1	.8	.8	93.2
	34	3	2.5	2.5	95.8
	35	3	2.5	2.5	98.3
	39	1	.8	.8	99.2
	40	1	.8	.8	100.0
Total		118	100.0	100.0	

Frequencies

Statistics

		Y.1.1.1	Y.1.1.2
N	Valid	118	118
	Missing	0	0
Mean		3.9661	3.7373

Frequency Table

Y.1.1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	1.7	1.7	1.7
	3	17	14.4	14.4	16.1
	4	82	69.5	69.5	85.6
	5	17	14.4	14.4	100.0
	Total	118	100.0	100.0	

Y.1.1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	6	5.1	5.1	5.1
	3	33	28.0	28.0	33.1
	4	65	55.1	55.1	88.1
	5	14	11.9	11.9	100.0
	Total	118	100.0	100.0	

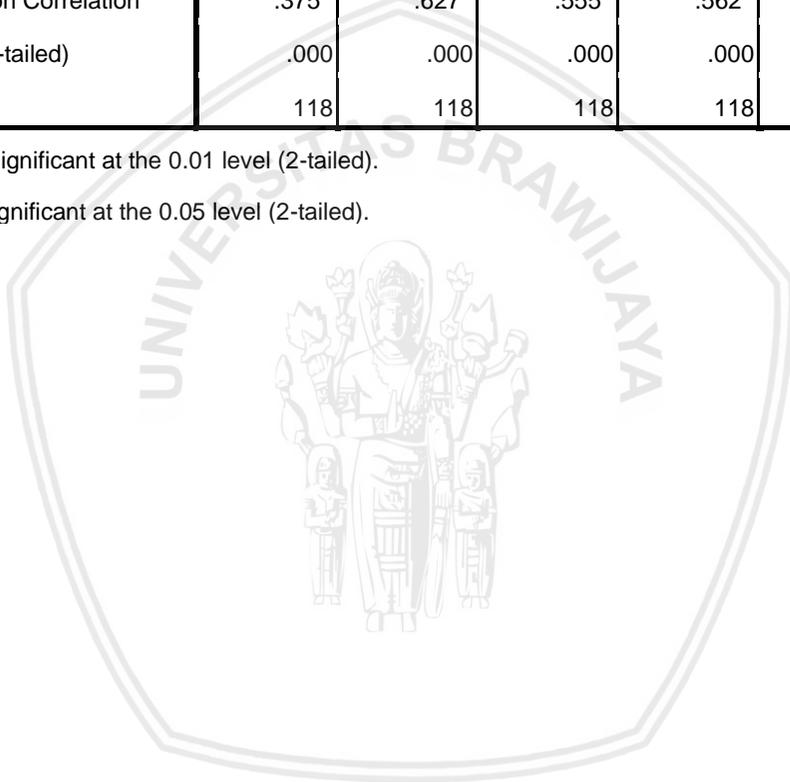
Correlation

		X.1.1.1	X.1.1.2	X.1.1.3	X.1.2.1	X.1.2.2	X.1.3.1	X.1.3.2	X.1.3.3	X.1
X.1.1.1	Pearson Correlation	1	.262**	.183*	.078	.018	.068	.054	.075	.375**
	Sig. (2-tailed)		.004	.047	.400	.844	.467	.562	.418	.000
	N	118	118	118	118	118	118	118	118	118
X.1.1.2	Pearson Correlation	.262**	1	.399**	.314**	.201*	.055	.235*	.226*	.627**
	Sig. (2-tailed)	.004		.000	.001	.029	.554	.010	.014	.000
	N	118	118	118	118	118	118	118	118	118
X.1.1.3	Pearson Correlation	.183*	.399**	1	.162	.161	.107	.063	.208*	.555**
	Sig. (2-tailed)	.047	.000		.079	.082	.250	.501	.024	.000
	N	118	118	118	118	118	118	118	118	118
X.1.2.1	Pearson Correlation	.078	.314**	.162	1	.434**	.105	.219*	.273**	.562**
	Sig. (2-tailed)	.400	.001	.079		.000	.257	.017	.003	.000
	N	118	118	118	118	118	118	118	118	118
X.1.2.2	Pearson Correlation	.018	.201*	.161	.434**	1	.108	.225*	.221*	.510**
	Sig. (2-tailed)	.844	.029	.082	.000		.246	.014	.016	.000
	N	118	118	118	118	118	118	118	118	118
X.1.3.1	Pearson Correlation	.068	.055	.107	.105	.108	1	.500**	.522**	.522**
	Sig. (2-tailed)	.467	.554	.250	.257	.246		.000	.000	.000

	N	118	118	118	118	118	118	118	118	118
X.1.3.2	Pearson Correlation	.054	.235*	.063	.219*	.225*	.500**	1	.735**	.646**
	Sig. (2-tailed)	.562	.010	.501	.017	.014	.000		.000	.000
	N	118	118	118	118	118	118	118	118	118
X.1.3.3	Pearson Correlation	.075	.226*	.208*	.273**	.221*	.522**	.735**	1	.711**
	Sig. (2-tailed)	.418	.014	.024	.003	.016	.000	.000		.000
	N	118	118	118	118	118	118	118	118	118
X.1	Pearson Correlation	.375**	.627**	.555**	.562**	.510**	.522**	.646**	.711**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	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).



Reliability

Scale: ALL VARIABLES

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
.733	9



Correlations

Correlations

		X.2.1.1	X.2.1.2	X.2.2.1	X.2.2.2	X.2.3.1	X.2.3.2	X.2.4.1	X.2.4.2	X.2
X.2.1.1	Pearson Correlation	1	.590**	.453**	.413**	.499**	.302**	.339**	.325**	.756**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000
	N	118	118	118	118	118	118	118	118	118
X.2.1.2	Pearson Correlation	.590**	1	.463**	.401**	.356**	.308**	.317**	.392**	.733**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000
	N	118	118	118	118	118	118	118	118	118
X.2.2.1	Pearson Correlation	.453**	.463**	1	.471**	.380**	.153	.372**	.462**	.693**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.099	.000	.000	.000
	N	118	118	118	118	118	118	118	118	118
X.2.2.2	Pearson Correlation	.413**	.401**	.471**	1	.370**	.254**	.432**	.485**	.705**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.006	.000	.000	.000
	N	118	118	118	118	118	118	118	118	118
X.2.3.1	Pearson Correlation	.499**	.356**	.380**	.370**	1	.284**	.260**	.274**	.658**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.002	.004	.003	.000
	N	118	118	118	118	118	118	118	118	118

X.2.3.2	Pearson Correlation	.302**	.308**	.153	.254**	.284**	1	.260**	.119	.502**
	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.099	.006	.002		.005	.198	.000
	N	118	118	118	118	118	118	118	118	118
X.2.4.1	Pearson Correlation	.339**	.317**	.372**	.432**	.260**	.260**	1	.594**	.638**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.004	.005		.000	.000
	N	118	118	118	118	118	118	118	118	118
X.2.4.2	Pearson Correlation	.325**	.392**	.462**	.485**	.274**	.119	.594**	1	.659**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.003	.198	.000		.000
	N	118	118	118	118	118	118	118	118	118
X.2	Pearson Correlation	.756**	.733**	.693**	.705**	.658**	.502**	.638**	.659**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	118	118	118	118	118	118	118	118	118

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



Reliability

Scale: ALL VARIABLES

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
.765	9



Correlations

Correlations

		Y.1.1.1	Y.1.1.2	Y
Y.1.1.1	Pearson Correlation	1	.623**	.879**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	118	118	118
Y.1.1.2	Pearson Correlation	.623**	1	.921**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	118	118	118
Y	Pearson Correlation	.879**	.921**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	118	118	118

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

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

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
.892	3

Regression

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Y	7.7034	1.20049	118
X.1	29.8220	3.18284	118
X.2	28.8983	3.78343	118

Correlations

		Y	X.1	X.2
Pearson Correlation	Y	1.000	.543	.565
	X.1	.543	1.000	.479
	X.2	.565	.479	1.000
Sig. (1-tailed)	Y	.	.000	.000
	X.1	.000	.	.000
	X.2	.000	.000	.
N	Y	118	118	118
	X.1	118	118	118
	X.2	118	118	118

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X.2, X.1 ^a		. Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Y

Model Summary^b

Model	Durbin-Watson
1	1.842 ^a

a. Predictors: (Constant),
X.2, X.1

b. Dependent Variable: Y

Lampiran 6. Hasil Uji Persamaan Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.097	.863		.112	.911		
	X.1	.133	.031	.353	4.351	.000	.771	1.298
	X.2	.126	.026	.396	4.879	.000	.771	1.298

a. Dependent Variable: Y

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimensi on	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	X.1	X.2
1	1	2.986	1.000	.00	.00	.00
	2	.009	18.458	.31	.07	.95
	3	.005	23.308	.69	.92	.05

a. Dependent Variable: Y

Residuals Statistics^a

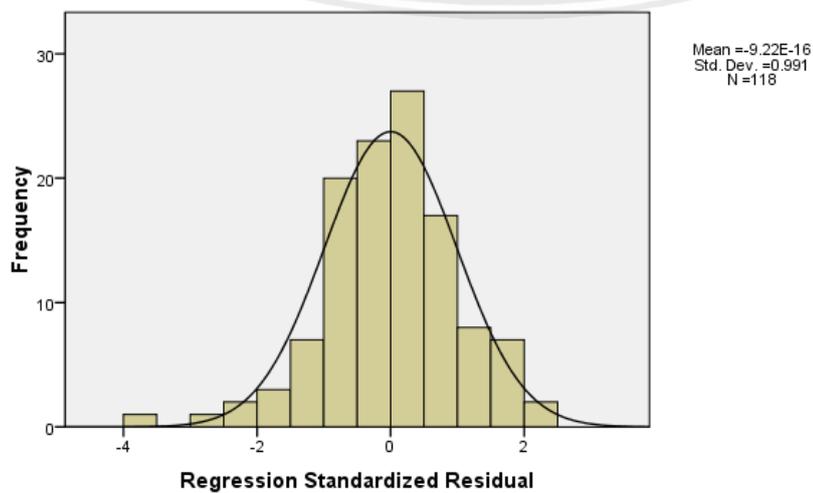
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	5.1655	10.1886	7.7034	.77413	118
Std. Predicted Value	-3.278	3.210	.000	1.000	118
Standard Error of Predicted Value	.085	.297	.140	.047	118
Adjusted Predicted Value	4.9548	10.2089	7.7003	.78080	118
Residual	-3.35524	1.99360	.00000	.91756	118
Std. Residual	-3.625	2.154	.000	.991	118
Stud. Residual	-3.645	2.169	.002	1.005	118
Deleted Residual	-3.39129	2.04524	.00305	.94321	118
Stud. Deleted Residual	-3.859	2.205	.000	1.019	118
Mahal. Distance	.003	11.064	1.983	2.241	118
Cook's Distance	.000	.168	.009	.020	118
Centered Leverage Value	.000	.095	.017	.019	118

a. Dependent Variable: Y

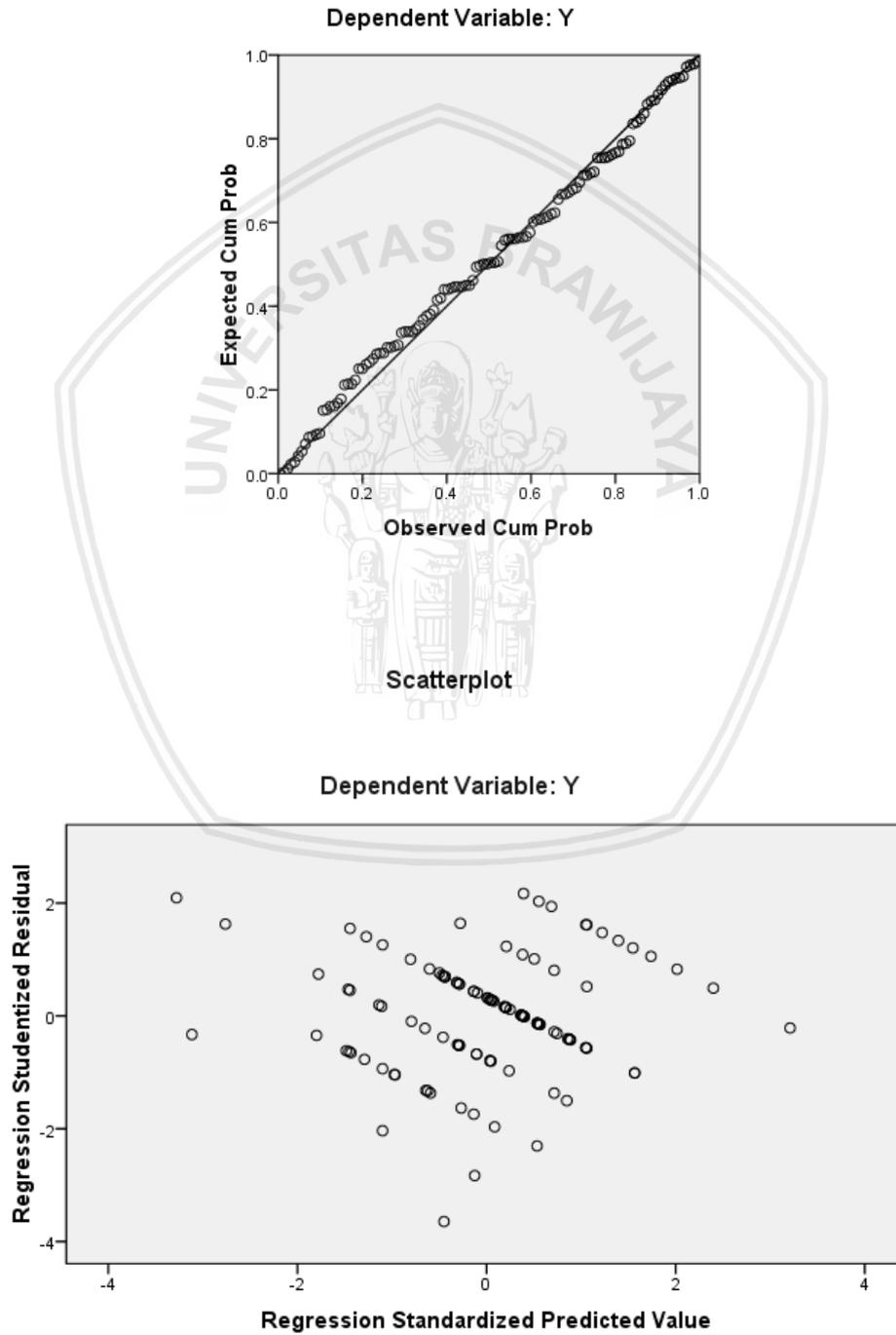
Charts

Histogram

Dependent Variable: Y

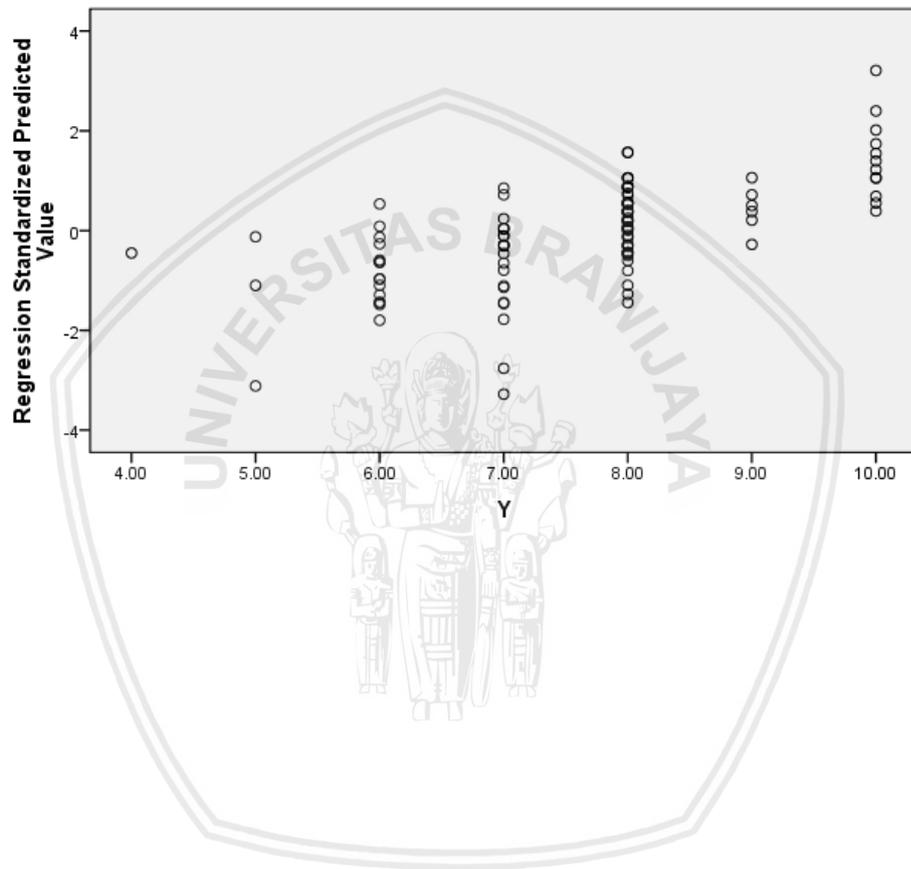


Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Scatterplot

Dependent Variable: Y



Lampiran 7. *Curriculum Vitae*

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Data Pribadi

Nama Lengkap: Anty Ayu Ariesty

Tempat, Tanggal Lahir: Jakarta, 30 Maret 1997

Jenis Kelamin: Perempuan

Alamat Asal: Perum. Griya Bintara Indah, Blok AA 1/No.7

Alamat di Malang: Jl. Bunga Andong Selatan No. 3

Minat: Perhotelan

Program Studi: Pariwisata

Jurusan: Administrasi Bisnis

Fakultas: Ilmu Administrasi

Universitas: Brawijaya

No. Hp: 081219662684

E-mail: antyariesty30@gmail.com



B. Pendidikan Formal

2002-2003: TK Al – Iman Jakarta

2003-2009: SDN Malaka Jaya 07 Pagi Jakarta

2009-2012: SMPN 06 Jakarta

2012-2015: SMAN 59 Jakarta

2015-2019: Universitas Brawijaya Malang

C. Pengalaman Magang Kerja

2018: Antavaya Corporate Travel, Jakarta Pusat

D. Pengalaman Organisasi

2015-2016: Himpunan Mahasiswa Pariwisata Staff INFOKOM

2016-2017: Himpunan Mahasiswa Pariwisata Kepala Departemen INFOKOM