

**PENGARUH PREFERENSI, LOKASI DAN SARANA WISATA  
TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DI DESA BONGO  
KECAMATAN BATUDAA PANTAI KABUPATEN  
GORONTALO**

*Oleh :*

**YEYIN ADAM  
NIM : E.21.16.160**

**SKRIPSI**

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian  
guna memperoleh gelar sarjana



**PROGRAM SARJANA  
UNIVERSITAS ICHSAN GORONTALO  
GORONTALO  
2020**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**PENGARUH LOKASI DAN SARANA WISATA TERHADAP  
KEPUASAN WISATAWAN DI DESA BONGO  
KECAMATAN BATUDAA PANTAI  
KABUPATEN GORONTALO**

**Oleh**

**YEYIN ADAM**

**NIM : E.21.16.160**

**SKRIPSI**

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian

Guna memperoleh gelar Sarjana

Dan telah di setujui oleh Tim Pembimbing pada tanggal

Gorontalo, 03 Desember 2020

**Pembimbing I**



**Rosmina Hiola, SE., M.Si**  
**NIDN: 0922116601**

**Pembimbing II**



**Syamsul, SE., M.Si**  
**NIDN: 0921108502**

## HALAMAN PERSETUJUAN

### PENGARUH LOKASI DAN SARANA WISATA TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DI DESA BONGO KECAMATAN BATUDAA PANTAI KABUPATEN GORONTALO

OLEH :

YEYIN ADAM  
E21.16.160

Diperiksa Oleh Panitia Ujian Strata Satu (S1)  
Universitas Ichsan Gorontalo

1. Dr.Musafir .SE., M.Si.
2. Ardiwansyah Nanggong ,SE., M.sc
3. Ali Mohammad .ST., MM
4. Rosmina Hiola .SE., M.Si
5. Syamsul .SE., M.Si



Mengetahui

  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Dr. A. Hewan, S.Psi., SE., MM  
NIDN : 0922057502

  
Ketua Program Studi Manajemen  
Eka Zahra Solikahan, SE., MM  
NIDN : 0922018501

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya (Skripsi) ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik ( Sarjana ) baik di Universitas Ichsan Gorontalo maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini .

Gorontalo, 09 Desember 2020  
Yang membuat pernyataan



( Yeyin Adam )  
NIM: E2116160

## **MOTTO**

**Tidak ada manusia yang diciptakan gagal, yang ada hanyalah mereka gagal memahami potensi diri dan gagal merancang kesuksesannya tidak yang lebih berat timbangan Allah pada hari akhir nanti, selain Taqwa dan akhlaq mulia seperti wajah dipenuhi senyum untuk kebaikan dan tidak menyakiti sesama [HR Tirmudzi].**

- **Kesuksesan tidak akan mendatangimu, tetapi kamulah yang harus menjemputnya.**
- **Hiduplah dengan imajinasimu bukan dalam masa lalumu.**
- **Berusahalah menjadi yang terbaik, jangan berpikir dirimu yang terbaik.**
- **Kegagalan bukanlah akhir dari segalanya.**

**Oleh karena itu**

**“Sesungguhnya sesuatu kesulitan itu ada kemudahan.”( Q.S. Al insyirah : 6 )**

## **PERSEMBAHAN**

**Kupersembahkan karya sederhana (skripsi) ini untuk :**

- **Kedua orang tuaku yang menjadi semangat dan panutan hidupku.**
- **Adik yang selalu memberikan inspirasi dalam hidupku.**
- **Pembimbing yang setia dan sabar membimbingku,**
- **Semua keluarga yang selalu memberikan motivasi,**
- **Teman/sahabat yang selalu berikan semangat ,**
- **Dan semua orang yang selalu menayakan kapan saya wisudah.**

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirrahim*

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran ALLAH SWT karena dengan rahmat dan karunia-Nyalah sehingga penulis masih diberikan nikmat berupa nikmat kesehatan, kekuatan, dan kesempatan untuk menyelesaikan proposal ini dengan judul **“Pengaruh Preferensi, Lokasi dan Sarana Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan di Desa Bongo Kecamatan Batudaa Pantai Kabupaten Gorontalo”**.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh preferensi, lokasi dan sarana wisata terhadap kepuasan wisatawan di Desa Bongo Kecamatan Batudaa Pantai Kabupaten Gorontalo, untuk itu penulis menyadari bahwa dalam penyusunan penelitian ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis menerima, mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun kearah perbaikan penelitian ini.

Dalam menyusun penelitian ini, penulis mengalami berbagai kesulitan dan hambatan, namun Rahmat dan Petunjuk Allah SWT. serta dukungan dan sumbangan pemikiran dari segenap pihak, terutama bimbingan dari dosen pembimbing serta dorongan dari kedua orang tua yang penulis rasakan ini atas jasa-jasa yang diberikan secara tulus ikhlas, dalam usaha mencari kesempurnaan dan manfaat dari penelitian, maka kesulitan dan hambatan tersebut teratasi.

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih yang tulus kepada Bapak Muh.Ichasan Gaffar, SE., M.Ak ,ppselaku Ketua Yayasan Pengembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (YPIPT) Ichsan Gorontalo.

Bapak Dr. Abd. Gaffar La Tjokke, SE., M.Si selaku Rektor Universitas Ichsan Gorontalo, Bapak Dr. Ariawan, SE., S.Psi., MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Ibu Eka Zahra Solikahan, SE., MM, selaku Ketua Jurusan Manajemen, Ibu Rosmina Hiola, SE., M.Si, selaku Pembimbing I, yang telah membimbing penulis selama mengerjakan penelitian ini.

Bapak Syamsul, SE., M.Si, selaku Pembimbing II, kedua orang tuaku yang selalu memberikan dorongan, semangat hingga pada saat ini dan mendambakan keberhasilanku, serta teman-teman mahasiswa Jurusan Manajemen yang tidak dapat disebut namanya satu persatu yang telah banyak memberikan bantuan dan motivasi dalam proses penyusunan proposal ini.

Akhirnya dengan segala kerendahan hati, penulis berharap semoga bantuan, bimbingan dan arahan yang telah diberikan oleh berbagai pihak akan memperoleh imbalan yang setimpal dari Allah SWT. Amin

**Gorontalo, Maret 2020**

**Penulis**

## ABSTRAK

**Yeyin Adam. E2116160. Pengaruh Lokasi dan Sarana Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan di Desa Bongo Kecamatan Batudaa Pantai Kabupaten Gorontalo. Yang Dibimbing Oleh Rosmina Hiola dan Syamsul.**

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh lokasi dan sarana wisata terhadap kepuasan wisatawan di Desa Bongo Kecamatan Batudaa Pantai Kabupaten Gorontalo. Metode penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus Taro Yamane. Sedangkan pengumpulan data pokok yaitu melalui daftar pernyataan yang diuji melalui uji validitas dan uji reliabilitas. Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis jalur (*Path Analysis*).

Hasil pengujian pertama menunjukkan bahwa variabel lokasi dan sarana wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Desa Bongo Kecamatan Batudaa Pantai Kabupaten Gorontalo yaitu sebesar 0.584 atau 58,4%. Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa Lokasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Desa Bongo Kecamatan Batudaa Pantai Kabupaten Gorontalo yakni sebesar 0.580 atau 58,0%. Hasil pengujian ketiga menunjukkan bahwa sarana wisata secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Desa Bongo Kecamatan Batudaa Pantai Kabupaten Gorontalo yakni sebesar 0,232 atau 23,2%.

Kata Kunci: *lokasi, sarana wisata, dan kepuasan wisatawan*



## **ABSTRACT**

**Yeyin Adam. E2116160. The Influence of Location and Tourism Facilities on Tourist Satisfaction in Bongo Village, Batudaa Pantai District, Gorontalo District. Supervised by Rosmina Hiola and Syamsul.**

This study aims to determine the influence of tourist location in Bongo Village, Batudaa Pantai District, Gorontalo District. The sampling method used in this study was the Taro Yamane formula. While the main data collection is through a list of statements that are tested through validity and reliability tests. The analytical method used is the path analysis method (Path Analysis).

The first test results show that the variable location and tourism facilities have a positive and significant effect on tourist satisfaction in Bongo Village, Batudaa Pantai District, Gorontalo Regency, which is 0.584 or 58.4%. In Bongo Village, Batudaa Pantai District, Gorontalo Regency, which amounted to 0.580 or 58.0%. The third test results show that the tourism facilities partially have a positive and significant effect on tourist satisfaction in Bongo Village, Batudaa Pantai District Gorontalo Regency, which is 0.232 or 23.2%.

**Keywords:** location, tourist facilities, and tourist satisfaction.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING.....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b>	
2.1 Kajian Pustaka .....	8
2.1.1 Pengertian Pariwisata.....	8
2.1.2 Pengertian Lokasi.....	9
2.1.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Lokasi .....	10
2.1.4 Sarana Pariwisata .....	11
2.1.5 Indikator Sarana Wisata .....	12
2.1.6 Kepuasan Wisatawan .....	13
2.1.7 Faktor Timbulnya Ketidakpuasan.....	14
2.1.8 Indikator Kepuasan Wisatawan .....	15
2.1.9 Penelitian Terdahulu .....	15
2.2 Kerangka Pemikiran.....	17
2.3 Hipotesis .....	18
<b>BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Objek Penelitian.....	20
3.2 Metode Penelitian .....	20
3.2.1 Metode yang Digunakan .....	20
3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	23

3.2.3	Populasi dan Sampel .....	24
3.2.4	Jenis dan Sumber Data .....	25
3.2.5	Teknik Pengumpulan Data .....	26
3.2.6	Pengujian Instrumen Penelitian.....	26
3.2.7	Metode Analisis Data .....	30
3.2.8	Pengujian Hipotesis .....	30
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>		
4.1	Gambaran Singkat Lokasi Penelitian.....	34
4.2	Hasil Penelitian .....	35
4.2.1	Deskriptif Karakteristik Responden.....	35
4.2.2	Deskriptif Karakteristik Variabel Penelitian .....	37
4.2.3	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas .....	41
4.2.4	Analisis Data Statistik .....	44
4.2.5	Pengujian Hipotesis .....	45
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian .....	47
<b>BAB V PENUTUP</b>		
5.1	Kesimpulan .....	53
5.2	Saran.....	53
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>55</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>		<b>57</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
3.1 Operasionalisasi Variabel Lokasi dan Sarana Wisata .....	21
3.2 Operasionalisasi Variabel Kepuasan Wisatawan .....	22
3.3 Daftar Pilihan Kuesioner .....	23
3.4 Indeks Korelasi.....	28
4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	35
4.2 Distribusi Responden Asal Wisatawan .....	35
4.3 Distribusi Responden Berdasarkan jumlah kunjungan .....	36
4.4 Kriteria Interpretasi Skor.....	37
4.5 Tanggapan Responden Tentang Lokasi (X1).....	38
4.6 Tanggapan Responden Tentang Sarana Wisata (X2).....	39
4.7 Tanggapan Responden Tentang Kepuasan Wisatawan (Y) .....	40
4.8 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Lokasi (X1).....	42
4.9 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Sarana Wisata.....	42
4.10 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kepuasan Wisatawan (Y).....	43
4.11 Koefisien jalur, pengaruh langsung, pengaruh total dan pengaruh X1 dan X2 secara simultan terhadap Kepuasan Wisatawan (Y).....	44

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Kerangka Pemikiran.....	18
3.1 Analisis Jalur.....	31
4.1 Analisis Jalur.....	45

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar belakang penelitian**

Pada era globalisasi saat ini, sektor pariwisata yang sangat dinamis serta manfaat nilai strategisnya menjadi sektor andalan bagi pembangunan nasional kedepan. Perkembangan pariwisata memberikan dampak positif untuk suatu negara yang lebih baik, bahwa selama beberapa dekade terakhir pariwisata telah mengalami pertumbuhan dan perubahan. Pariwisata merupakan salah satu potensi sumber daya yang dapat dikembangkan oleh setiap daerah, sebagai salah satu sumber daya yang menghasilkan devisa bagi negara pengoptimalan potensi kawasan wisata didasari bahwa pariwisata merupakan sektor yang lebih menekan pada suatu penyediaan jasa dengan mengoptimalkan potensi tersebut.

Menurut (UU No.9 Tahun 1990 Pasal 1) dalam buku Sedarmayanti (2014:27) pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk pengusahaan objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut. Menurut (UU No.9 Bab 1 Pasal 1) dalam buku Sedarmayanti (2014:27) kepariwisataan adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan penyelenggaraan pariwisata. Menurut (UU No.9 Tahun 1990 Pasal 1) dalam buku. Sedarmayanti (2014:27) wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati objek dan daya tarik wisata.

Sedangkan menurut (UU No.9 Tahun 1990) dalam jurnal Roby Dwiputra wisatawan adalah orang yang melakukan kegiatan wisata. Ketertarikan wisatawan terhadap suatu objek wisata akan terlihat dari tingkat kepuasan dari wisatawan itu sendiri. Hal ini dipertegas dari yang dikemukakan oleh Schouten (Kalebos, 2016) bahwa wisatawan yang puas dan berkunjung kembali kesuatu obyek wisata dipengaruhi oleh kepuasan dari wisatawan yang pernah berkunjung. Selain itu kepuasan wisatawan juga mempengaruhi tingkat kunjungan wisatawan untuk kembali kesuatu wilayah atau obyek wisata tertentu. Menurut Kotler (Hermawan, 2017) bahwa kepuasan wisatawan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.

Menarik wisatawan untuk datang berkunjung dapat mengembangkan potensi wisata, hal ini tentunya harus dibarengi dengan kepuasan yang diperoleh oleh wisatawan. Adapun faktor yang mempengaruhi kepuasan wisatawan adalah lokasi wisata dan sarana yang dimiliki wisata. Lokasi yang strategis sangat menentukan kelangsungan dari suatu usaha. Dengan lokasi yang strategis dan memiliki daya tempu yang dekat membuat konsumen tertarik untuk melakukan keputusan dalam menggunakan suatu produk berupa barang dan jasa. Menurut Tjiptono (2014:92) lokasi adalah tempat perusahaan operasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya.

Begitupun halnya dengan sarana yang dimiliki oleh tempat-tempat wisata. Sarana merupakan alat yang dapat digunakan untuk melancarkan atau

memudahkan manusia dalam mencapai tujuan atau lokasi yang akan di kunjungi wisatawan tersebut. Menurut Dwiputra, (2013) sarana wisata merupakan kelengkapan daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk melayani kebutuhan wisatawan dalam menikmati perjalanan wisatanya.

Lokasi dan sarana wisata menjadi faktor penting dalam memberikan kepuasan pada wisatawan. Kepuasan menurut Kotler dan Keller (Hanif, 2016) yaitu perasaan kecewa ataupun senang yang dirasakan oleh seseorang, yang timbul akibat membandingkan kinerja yang berpersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi pembeli. Kepuasan wisatawan merupakan ukuran keseluruhan dari pendapatan wisatawan pada setiap kualitas destinasi (Hanif, 2016). Ukuran tersebut dapat dipertimbangkan sebagai nilai mengenai kualitas hasil dan destinasi pariwisata, misalnya perlakuan dan pelayanan yang dirasakan wisatawan terhadap destinasi pariwisata, tetapi tidak hanya hasil pada akhir pengalamannya. Yukseletal. (Hanif, 2016) mengukur kepuasan dengan tiga item, pertama berkaitan dengan senang atau tidaknya wisatawan terhadap keputusannya untuk berkunjung ke destinasi pariwisata, kedua yaitu kepercayaan bahwa memilih destinasi terkait merupakan hal yang benar, dan ketiga tingkat kepuasan secara keseluruhan selama berwisata ke destinasi pariwisata.

Di Gorontalo memiliki beberapa wisata, salah satunya di Desa Bongo yang berada di Kecamatan Batudaa Pantai Kabupaten Gorontalo. Di Desa bongo terdapat wisata yang mempunyai daya tarik tersendiri, keindahan panorama pantai atau alam yang mampu menjadi daya tarik wisata unggulan, mengingat kawasan tersebut juga dapat digunakan sebagai sarana pengenalan destinasi kepada



masyarakat terhadap suatu agama tertentu. Sehingga menumbuhkan semangat toleransi dan kebersamaan.

Wisata desa bongo sebenarnya dikenal sudah cukup lama. Desa wisata Bongo juga dikenal dengan tradisi Festival Walima yang telah menjadi icon Desa Bongo. Banyak pengunjung yang datang tiap tahun untuk menyaksikan tradisi Festival Walima yang dilaksanakan pada setiap memperingati hari kelahiran/kematian Nabi kita yang biasanya di sebut Maulid Nabi Muhammad SAW. Festival Walima ini hanya di laksanakan dalam setahun sekali. Selain tradisi Festival Walima yang telah dikenal oleh seluruh warga masyarakat Gorontalo atau dikenal juga oleh beberapa wisatawan yang dari Daerah lain maupun Negara lain, desa Bongo juga menyimpan daya tarik alam perbukitan, peninggalan sejarah atau pun pantai yang sangat indah. Potensi inilah yang menjadi aset dari desa wisata Bongo yang memuaskan semua para wisatawan yang akan berkunjung.

Fenomena yang terjadi pada tempat wisata desa bongo dapat di lihat pada tabel berikut.

**Tabe1.1 JumlahPengunjung Taman Wisata Bubohu 2019**

<b>Bulan</b>	<b>Jumlah Pengunjung</b>
Juli	7824
Agustus	2.746
September	3.240
Oktober	2.800
November	2.475
Desember	1.113

Sumber: Desa Bongo (2019)

Berdasarkan tabel 1.1 diatas menunjukkan jumlah pengunjung yang berfluktuatif dari bulan januari sampai dengan bulan juni 2018, di mana jumlah pengunjung pada bulan juli paling banyak yaitu 7.824 orang dan bulan agustus menurun sejumlah 2.746 orang. Pada bulan september kembali meningkat jumlah pengunjung sebanyak 3.240 orang dan bulan oktober terjadi kembali menurun jumlah pengunjung sebanyak 2.800 orang. Bulan november jumlah pengunjung kembali menurun sejumlah 2.475 orang, Sedangkan dibulan desember jumlah pengunjung kembali mengalami penurunan banyak 1.113 orang. Kondisi tersebut menggambarkan adanya penurunan jumlah wisatawan yang diduga ketidakpuasan wisatawan.

Dari uraian dan permasalahan di atas, maka penulis tertarik untuk menarik melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Lokasi dan Sarana Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan di Desa Bongo Kecamatan Batudaa Pantai Kabupaten Gorontalo (studi kasus pada Wisata Desa Bongo).

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah telah dikemukakan diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini :

1. Seberapa besar pengaruh lokasi (X1) dan sarana wisata (X2) secara simultan terhadap kepuasan wisatawan (Y) di Desa Bongo Kecamatan Batudaa Pantai Kabupaten Gorontalo.
2. Seberapa besar pengaruh lokasi (X1) secara parsial terhadap kepuasan wisatawan di Desa Bongo Kecamatan Batudaa Pantai Kabupaten Gorontalo.

3. Seberapa besar pengaruh sarana wisata (X2) secara parsial terhadap kepuasan wisatawan di Desa Bongo Kecamatan Batudaa Pantai Kabupaten Gorontalo.

### **1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian**

#### **1.3.1 Maksud Penelitian**

Maksud penelitian ini adalah untuk memperoleh gambaran tentang pengaruh lokasi dan sarana wisata terhadap kepuasan wisatawan di Desa Bongo Kecamatan Batudaa Pantai Kabupaten Gorontalo.

#### **1.3.2 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang hendak di capai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh lokasi (X1) dan sarana wisata (X2) secara simultan terhadap kepuasan wisatawan (Y) di Desa Bongo Kecamatan Batudaa Pantai Kabupaten Gorontalo.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh lokasi (X1) secara parsial terhadap kepuasan wisatawan (Y) di Desa Bongo Kecamatan Batudaa Pantai Kabupaten Gorontalo.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh sarana wisata (X2) secara parsial terhadap kepuasan wisatawan (Y) di Desa Bongo Kecamatan Batudaa Pantai Kabupaten Gorontalo.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat bagi peneliti**

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas pemahaman tentang teori-teori dan ilmu manajemen dibidang manajemen pemasaran, khususnya berkaitan dengan masalah yang menjadi sumber penelitian yaitu Lokasi dan Sarana Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Desa Bongo Kecamatan Batudaa Pantai Kabupaten Gorontalo.

### **1.4.2 Manfaat praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan berupa informasi kepada pihak wisata yang bersangkutan dalam rangka pengembangan wisata untuk lebih meningkatkan wisatawan dan upaya perkembangan kemajuan terhadap kepuasan wisatawan yang akan di hadapi oleh para pengunjung pada wisata Desa Bongo, Kecamatan Batudaa Pantai, Kabupaten Gorontalo.

### **1.4.3 Manfaat teoritis**

Untuk ilmu pengetahuan diharapkan penelitian ini dapat di gunakan sebagai salah satu referensi tambahan dalam bidang ilmu manajemen pemasaran khususnya lokasi dan sarana wisata terhadap kepuasan wisatawan di Desa Bongo Kecamatan Batudaa Pantai Kabupaten Gorontalo

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS**

#### **2.1 Kajian Pustaka**

##### **2.1.1 Pengertian Parawisata**

Menurut Sedarmayanti (2014:27) pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk pengusahaan objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut (UU No.9 Tahun 1990 Pasal 1). Jadi pengertian pariwisata meliputi:

- a. Semua kegiatan yang berhubungan dengan perjalanan wisata.
- b. Pengusahaan objek dan daya tarik wisata, seperti: kawasan wisata, taman rekreasi, kawasan peninggalan sejarah (candi, makam), museum, waduk, pengelaran seni budaya, tata kehidupan masyarakat, dan yang bersifat alamiah, seperti: keindahan alam, gunung, danau, pantai dan lain-lain.
- c. Pengusahaan jasa dan sarana pariwisata, seperti: biro perjalanan wisata, pramuwisata, pameran, angkutan wisata, ekonomis, dan lain-lain.

Menurut Sadarmayanti (2014:27-28) Kepariwisataan adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan penyelenggaraan pariwisata (UU No.9 Bab 1 Pasal 1). Artinya kepariwisataan meliputi: perencanaan, pengaturan, pelaksanaan, pengawasan pariwisata baik yang dilakukan oleh pemerintah, pihak swasta maupun oleh masyarakat. Menurut jurnal Roby dwiputra dalam UU No.9 Tahun 1990 wisatawan adalah orang yang melakukan kegiatan wisata. Menurut Sedarmayanti (2014:27) Wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk

Menikmati objek dan daya tarik wisata (UU No.9 Tahun 1990 pasal 1).

Jadi pengertian luas lingkup :

- a. Kegiatan perjalanan.
- b. Dilakukan secara sukarela.
- c. Bersifat sementara.

Perjalanan itu seluruhnya atau sebagian bertunjuuk untuk menikmati objek dan daya tarik wisata.

### **2.1.2 Pengertian Lokasi**

Menurut Alma (Lebu, 2019) memilih lokasi usaha yang sangat menentukan keberhasilan dan kegagalan usaha dimasa yang akan datang. Sedangkan menurut Heizer dan Render(Lebu, 2019) lokasi suatu benda dalam ruang dapat menjelaskan dan dapat memberikan kejelasan pada benda atau gejala geografi yang bersangkutan secara lebih jauh.Lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya.

Lokasi menurut Lupiyoadi (2013:61), merupakan keputusan yang dibuat perusahaan dimana perusahaan harus bertempat dan beroperasi. Sedangkan Kasmir (2012:129) berpendapat bahwa lokasi merupakan tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk menjangkau barang-barang dagangannya.

Lokasi menurut saya yaitu di mana salah perusahaan membuat keputusan untuk mengoperasikan atau melakukan kegiatan usaha barang maupun jasa yang akan mengutamakan nilai ekonominya.

### 2.1.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Lokasi

Menurut Tjiptono (2014:159) menjelaskan bahwa terdapat faktor-faktor dalam pemilihan tempat atau lokasi, pada penelitian ini indikator lokasi yang digunakan dalam pemilihan tempat atau lokasi adalah:

1. Akses adalah kemudahan untuk menjangkau lokasi obyek wisata.
2. Lalu-lintas (*traffic*), banyaknya orang yang lalulalang bisa memberikan peluang besar terhadap terjadinya impulse buying, kepadatan dan kemacetan lalu-lintas bisa juga menjadi hambatan.
3. *Visibilitas* adalah lokasi objek wisata dapat dilihat dari jalan utama dan terdapat petunjuk lokasi keberadaan objek wisata.
4. Tempat parkir yang luas dan aman adalah sarana tempat parkir yang luas dan terjamin keamanannya.
5. Lingkungan adalah keadaan lingkungan sekitar objek wisata, meliputi kebersihan dan kenyamanan lingkungan.

Adapun faktor-faktor yang harus dipertimbangkan dalam menentukan pertimbangan-pertimbangan yang cermat dalam menentukan lokasi menurut Kotler (2009:84) meliputi faktor.

- a. Akses, misalnya lokasi yang mudah dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi umum.
- b. Vasilitas, misalnya lokasi dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan.
- c. Tempat parkir yang luas dan aman.
- d. Ekspansi, yaitu tersedia tempat yang cukup luas untuk perluasan usaha dikemudian hari.

- e. Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan.

#### **2.1.4 Sarana Pariwisata**

Sarana wisata merupakan salah satu unsur penting pembentuk produk wisata yang berperan untuk menunjang kemudahan dan kenyamanan wisatawan dalam perjalanan wisata. Untuk itu persepsi dan preferensi wisatawan terhadap sarana wisata di wisata alam erupsi merapi perlu diketahui sebagai masukan untuk masyarakat setempat agar dapat menangkap peluang usaha pariwisata. Sarana Wisata merupakan kelengkapan daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk melayani kebutuhan wisatawan dalam menikmati perjalanan wisatanya (Dwiputra, 2013).

Menurut Suwanto (Widyarini, 2018) Sarana pariwisata (tourism infrastructure) adalah segala fasilitas yang keberadaanya dapat menghidupkan prasarana kepariwisataan sehingga wisatawan merasa kebutuhannya dapat terpenuhi. Sarana wisata yaitu fasilitas pelengkap yang ada di daerah tujuan wisata yang keberadaanya diperlukan oleh wisatawan sehingga wisatawan dapat menikmati kegiatan wisatanya.

Menurut Suwardjoko (Marianti, 2019), pengertian sarana wisata adalah : “Sarana wisata adalah segala sesuatu yang melengkapi dan atau memudahkan proses kegiatan pariwisata berjalan, seperti : penginapan, rumah makan, perbelanjaan, biro perjalanan, lembaga keuangan, dan lainlain” Menurut Suwanto (Marianti, 2019), sarana wisata adalah : “Sarana kepariwisataan adalah semua fasilitas yang memungkinkan agar prasarana kepariwisataan dapat hidup



dan berkembang serta dapat memberikan pelayanan pada wisatawan untuk memenuhi kebutuhan mereka yang beraneka ragam.”

Sarana pariwisata adalah segala sesuatu yang melengkapi dan atau memudahkan proses kegiatan pariwisata dapat berjalan dengan lancar. Menurut Yoeti (Kiswanto, 2019) sarana kepariwisataan dibagi menjadi tiga kelompok, diantaranya adalah sarana pokok (*main tourism superstructure*). Sarana pokok kepariwisataan adalah perusahaan yang hidup dan kehidupannya sangat tergantung kepada kedatangan orang yang melakukan perjalanan wisata, seperti travel agent, tour operator, angkutan wisata, rumah makan, akomodasi, objek wisata dan atraksi wisata.

Sarana wisata menurut saya adalah pelengkap atau kebutuhan (fasilitas) dalam berwisata, karena sarana wisatalah yang akan memudahkan wisatawan untuk berwisata dan sarana wisatalah yang akan membuat wisatawan tersebut dapat menikmati perjalanan wisatanya dengan baik agar wisatawan tersebut akan berkunjung kembali.

#### **2.1.4.1 Indikator Sarana Wisata**

Menurut Suwanto (Marianti, 2019) adapun indikator sarana wisata teridri dari:

- a. Perusahaan akomodasi, seperti : hotel, losmen, bungalow.
- b. Perusahaan transportasi, seperti : pengangkutan udara, laut atau kereta api, dan bus-bus yang melayani khusus pariwisata saja.

- c. Rumah makan, restaurant, depot atau warung-warung yang berada di sekitar obyek wisata dan memang mencari mata pencaharian berdasarkan pengunjung dari obyek wisata tersebut.
- d. Toko-toko penjual cinderamata khas dari obyek wisata tersebut yang notabene mendapat penghasilan hanya dari penjualan barang-barang cinderamata khas obyek tersebut.

### **2.1.5 Kepuasan Wisatawan**

Kepuasan menurut Kotler dan Keller (Hanif, 2016) yaitu perasaan kecewa atau pun senang yang dirasakan oleh seseorang, yang timbul akibat membandingkan kinerja yang merpersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi pembeli. Kepuasan wisatawan merupakan ukuran keseluruhan dari pendapatan wisatawan pada setiap kualitas destinasi (Hanif, 2016). Ukuran tersebut dapat dipertimbangkan sebagai nilai mengenai kualitas hasil dan destinasi pariwisata, misalnya perlakuan dan pelayanan yang dirasakan wisatawan terhadap destinasi pariwisata, tetapi tidak hanya hasil pada akhir pengalamannya.

Yuksel et al. (Hanif, 2016) mengukur kepuasan dengan tiga item, pertama berkaitan dengan senang atau tidaknya wisatawan terhadap keputusannya untuk berkunjung ke destinasi pariwisata, kedua yaitu kepercayaan bahwa memilih destinasi terkait merupakan hal yang benar, dan ketiga tingkat kepuasan secara keseluruhan selama berwisata ke destinasi pariwisata.

Menurut Kotler (Isnana, 2019), kepuasan adalah sejauh mana tingkatan produk dipersepsikan sesuai dengan harapan pembeli. Menurut Tjiptono

(Marianti, 2019) menyatakan bahwa: “Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian atau diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.

Menurut Sunyoto (Kiswanto, 2019) kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Jadi, tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja sesuai atau bahkan melebihi dari yang diharapkan, maka pengunjung akan merasa senang atau puas. Sebaliknya apabila kinerja berada kurang dari yang diharapkan, maka pelanggan akan merasa kecewa atau tidak puas.

Kepuasan menurut saya yaitu tingkat perasaan puas atau tidak puasnya konsumen setelah membandingkan hasil produk yang diproduksi dari beberapa perusahaan. Dan apabila hasil produksi dari perusahaan tersebut baik maka konsumen akan melakukan pembelian kembali (berlangganan) di perusahaan tersebut dan apabila konsumen tidak merasa puas maka konsumen tidak akan melakukan pembelian kembali di perusahaan tersebut.

#### **2.1.5.1 Faktor Timbulnya Ketidakpuasan Wisatawan**

Selain itu, pelanggan atau wisatawan bisa mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum, yaitu (Sunyoto dalam Kiswanto, 2019):

1. Apabila kinerja di bawah harapan, pelanggan akan merasa kecewa.
2. Apabila sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas.

3. Apabila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasakan sangat puas, senang, atau gembira dengan hasil kinerja perusahaan tersebut

Pada dasarnya kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan atas produk akan berpengaruh pada pola perilaku selanjutnya. Hal ini ditunjukkan pelanggan setelah terjadi proses pembelian. Apabila pelanggan merasa puas, maka dia akan menunjukkan besarnya kemungkinan untuk membeli kembali produk yang sama. Pelanggan yang puas juga cenderung akan memberikan referensi yang baik terhadap produk kepada orang lain. Tidak demikian dengan seorang pelanggan yang tidak puas. Pelanggan yang tidak puas dapat melakukan tindakan pengembalian produk, atau secara ekstrim bahkan dapat mengajukan gugatan terhadap perusahaan. Tentu banyak sebab-sebab timbulnya ketidakpuasan tersebut, menurut Buchari Alma (Marianti, 2019) munculnya rasa tidak puas terhadap sesuatu antara lain :

- a. Tidak sesuai harapan dengan kenyataan
- b. Layanan selama proses menikmati jasa tidak memuaskan
- c. Perilaku personel kurang memuaskan
- d. Suasana dan kondisi fisik lingkungan tidak menunjang
- e. Cost terlalu tinggi, karena jarak terlalu jauh, banyak waktu terbuang dan harga tidak sesuai.
- f. Promosi/iklan terlalu muluk, tidak sesuai dengan kenyataan.

### **2.1.5.2 Indikator Kepuasan Wisatawan**

Menurut Priyono, (2011), Indikator kepuasan pelanggan ada tiga yaitu:

1. Kesesuaian harapan, merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan
2. Minat berkunjung kembali, merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait.
3. Kesiediaan merekomendasikan, merupakan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga.

### **2.1.6 Penelitian Terdahulu**

1. Penelitian Adiwiyoto, (2017) dengan judul Pengaruh Lokasi, Promosi, Ketersediaan Sarana Prasarana, Dan Ketersediaan Sarana Transportasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Surakarta (Studi Wisatawan Di Surakarta). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolonieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji auto korelasi), analisis regresi linier berganda, dan uji hipotesis (uji t, uji F dan koefisien determinasi). Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi, promosi, ketersediaan sarana prasarana, dan ketersediaan sarana transportasi mampu menerangkan variasi kepuasan wisatawan.

2. Penelitian Kiswanto, (2019) dengan judul Pengaruh Sarana Dan Prasarana Pendukung Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Umbul Pongok, Klaten. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner menggunakan teknik non probability sampling untuk 100 responden. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas sarana dan prasarana memiliki pengaruh terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Umbul Pongok.
3. Penelitian Isnana, (2019) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Di New Marjoly Beach And Resort Dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening. Populasi sebanyak 173, yang kemudian menentukan sampel dengan rumus slovin, diperoleh sampel sebanyak 120 responden. Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis jalur (path analysis). Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, lokasi fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung.
4. Penelitian Silzia Juniva, Silfeni, Hijriyanto Suyuthie (2016) dengan judul Pengaruh Sarana Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Objek Wisata Ngalau Indah Kota Payakumbuh. Berdasarkan hasil peneliti dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara sarana wisata terhadap kepuasan pengunjung di Objek Wisata.

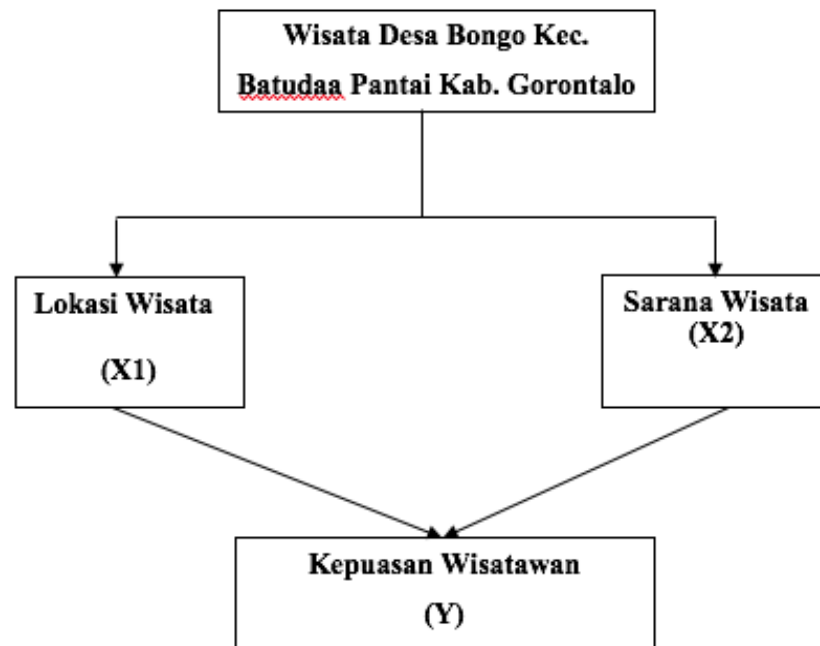
Dari beberapa penelitian terdahulu yang menjadi acuan dalam penulisan penelitian ini, terdapat beberapa perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan penulis yaitu lokasi penelitian, variabel, sampel dan metode analisis.

## 2.2 Kerangka Pemikiran

Menurut UU No.9 Tahun 1990 tentang keparawisatawan dijelaskan bahwa yang dimaksud dengan wisatawan adalah orang yang melakukan kegiatan wisata. Berdasarkan asalnya, wisatawan dibagi menjadi dua yaitu wisatawan nusantara (wisnus) dan mancanegara (wisman). Wisatawan nusantara adalah orang yang berdiam dan bertempat tinggal pada suatu Negara dan melakukan perjalanan wisata di Negara dimana dia tinggal, sedangkan wisatawan mancanegara adalah orang yang melakukan perjalanan wisata yang datang memasuki sesuatu Negara lain yang bukan merupakan Negara dimana dia tinggal.

Menurut Sukadijo dalam Damara H.G (2014) parawisatawan adalah orang yang selama 24 jam atau lebih mengadakan perjalanan di Negara yang bukan tempat tinggalnya yang biasa. Menurut pengertian tersebut, semua orang yang melakukan kegiatan perjalanan wisata dinamakan wisatawan apapun tujuannya yang penting perjalanan itu bukan untuk menetap dan untuk mencari nafkah ditempat yang dikunjungi. Berdasarkan teori tersebut disimpulkan parawisatawan untuk tiap kunjungan adalah relative dengan demikian adanya penentuan kunjungan yang sesuai dengan niat dapat menjadi acuan yang tepat bagi para pengunjung dan pihak pemasaran dalam parawisatawan.

Dari penjelasan tersebut, peneliti berpendapat bahwa “pengaruh preferensi wisata terhadap wisatawan”. Oleh karena itu yang menjadi kerang pemikiran dalam penelitian ini adalah :



**Gambar 2.1. Bagan Kerangka Pemikiran**

### **2.3 Hipotesis**

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah serta tujuan penelitian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka sebagai hotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Lokasi (X1) dan sarana wisata (X2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan (Y) di Desa Bongo Kecamatan Batudaa Pantai Kabupaten Gorontalo.
2. Lokasi (X1), secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan (Y) di Desa Bongo Kecamatan Batudaa Pantai Kabupaten Gorontalo.



3. Sarana wisata (X2), secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan (Y) di Desa Bongo Kecamatan Batudaa Pantai Kabupaten Gorontalo.

## **BAB III**

### **OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek penelitian**

Sebagaimana telah dijelaskan pada bab terdahulu maka yang menjadi objek penelitian Adalah Pengaruh Lokasi dan Sarana Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Desa Bongo Kecamatan Batudaa Pantai Kabupaten Gorontalo.

#### **3.2 Metode penelitian**

##### **3.2.1 Metode Yang Digunakan**

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian survey yang digunakan untuk menjelaskan hubungan kasual dan pengujian hipotesis. Penelitian ini mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data pokok atau utama. Sedangkan menurut Sugiyono (2015:24) Metode survey adalah metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mendapatkan data yang terjadi pada masa lampau atau saat ini, tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku, hubungan variabel dan untuk menguji beberapa hipotesis tentang variabel sosiologis dan psikologis dari sampel yang diambil dari populasi tertentu, teknik pengumpulan data dengan pengamatan (wawancara/ kuisisioner) dan hasil penelitian cenderung untuk digeneralisasikan.

Sedangkan pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2015:23) Metode Penelitian Kuantitatif dapat diartikan sebagai penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivesme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data

menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dan data kualitatif. Data kuantitatif adalah data berupa bilangan yang nilainya berubah-ubah atau bersifat variatif. Dalam kuantitatif dalam penelitian ini adalah hasil kuesioner dengan menggunakan skala likert yang disebarakan kepada responden. Sedangkan, data kualitatif adalah data yang bukan merupakan bilangan tetapi berupa ciri – ciri, sifat, keadaan atau gambaran suatu objek. Dalam penelitian ini data kualitatif adalah kondisi perusahaan atau sejarah perusahaan.

### 3.2.2 Operasional Variabel Penelitian

Penelitian terdapat dua jenis variabel yang terdiri dari :

1. Variabel bebas (independen) yaitu Lokasi (X1) dan Sarana wisata (X2)
2. Variabel tidak bebas (Dependen) yaitu keputusan pembelian (Y).

Variabel diatas dapat dilihat dengan jelas tabel berikut ini :

**Tabel 3.1 Operasional Variabel**

<b>Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
Lokasi (X1)	1. Akses. 2. fasilitas. 3. Tempat parkir yang luas dan aman. 4. Ekspansi. 5. Lingkungan.	

Sarana Wisata (X2)	1. Akomodasi 2. Transportasi 3. Tempat makan 4. Toko-toko/Tempat belanja	Ordinal
Sumber X1 :Tjiptono (2014:159) X2 :Suwantoro (Marianti, 2019)		

**Tabel 3.2 Operasional Variable Y**

Variabel	Indikator	Skala
Kepuasan wisatawan (Y)	1. Kesesuaian harapan 2. Minat berkunjung kembali 3. Kesiediaan merekomendasikan	Ordinal
Sumber : Variabel Y : Priyono, 2011		

Dalam melakukan test dari masing-masing variabel akan diukur dengan menggunakan skala likert. Skala likert yang digunakan dalam penelitian ini memberikan skor pada item jawaban. Menurut Riduwan (2014: 20) dengan menggunakan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi dimensi, dijabarkan menjadi sub variabel kemudian sub variabel dijabarkan lagi menjadi indikator - indikator yang dapat diukur. Akhirnya indikator-indikator yang terukur ini dapat dijadikan titik tolak untuk membuat item instrumen yang berupa pertanyaan atau pernyataan yang perlu di jawab oleh responden. Setiap jawaban dihubungkan dengan bentuk kenyataan atau dukungan sikap yang diungkapkan sebagai kata-kata berikut :

**Tabel 3.3 Bobot Nilai Variabel**

<b>Pilihan</b>	<b>Bobot</b>
Sangat setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak setuju (TS)	2
Sangat tidak setuju (STS)	1

Sumber: Kuncoro dan Ridwan (2014: :20)

### **3.2.3 Populasi dan Sampel**

#### **3.2.3.1 Populasi**

Populasi dari penelitian ini adalah keseluruhan individu yang dijadikan sasaran dalam penelitian ini, serta berbagai fenomena yang dirasakan dan diamati oleh orang lain atau anggota dari populasi itu sendiri. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari atas Objek dan subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sugiyono (2015 : 61).

Dengan demikian populasi merupakan sumber atau penyimpulan atas fenomena. Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah pengunjung di bulan juni 2008 sebanyak 1.183 orang yang berada di Desa Bongo Kecamatan Batudaa Pantai Kabupaten Gorontalo.

#### **3.2.3.2 Sampel**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan tenaga dan waktu. Maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari

dari sampel, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili). Sugiyono (2015: 62).

Teknik pengambilan sampel yaitu dengan menggunakan probability sampling. Menurut Sugiyono (2015: 63) probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Untuk memperoleh sampel yang mencerminkan karakteristik populasinya secara tepat dalam hal ini menggunakan pengambilan sampel dengan menggunakan rumus dari Taro Yamane atau Slovin sebagai berikut :

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

Di mana :

$n$  = jumlah sampel

$N$  = jumlah populasi

$d^2$  = presisi (ditetapkan 10% dengan tingkat kepercayaan 95%)

Berdasarkan rumus tersebut diperoleh jumlah sample sebagai berikut:

$$n = \frac{1183}{N.d^2 + 1 (1.183).0,1^2 + 1} = \frac{1183}{12,83} = 92 \text{ responden}$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut maka jumlah Karakteristik sampel yang pernah berkunjung dalam wisata di Desa Bongo Kecamatan Batudaa Pantai Kabupaten Gorontalo dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 orang.

### **3.2.4 Jenis dan Sumber Data**

Untuk kepentingan penelitian ini, jenis dan sumber data diperlukan dikelompokkan kedalam dua golongan yaitu:

#### **3.2.4.1 Jenis Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- 1) Data kuantitatif adalah data berupa bilangan yang nilainya berubah-ubah atau bersifat variatif. Dalam penelitian ini data kuantitatif adalah kuesioner dengan menggunakan skala likert yang disebarkan kepada responden.
- 2) Data kualitatif adalah data yang bukan merupakan bilangan tetapi ciri-ciri, sifat-sifat, keadaan atau gambaran suatu objek. Dalam penelitian ini data kuantitatif kondisi wisata-wisata atau tempat-tempat parawisatawanda para pengunjung yang berada di desa bongo kecamatan batudaa pantai kabupaten Gorontalo.

#### **3.2.4.2 Sumber Data**

sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a) Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari penyebaran kuesioner kepada responden.
- b) Data sekunder adalah data yang sudah tersedia sebelumnya, diperoleh dari buku-buku, artikel dan tulisan ilmiah.

### **3.2.5 Teknik Pengumpulan Data**

Cara pengumpulan data merupakan suatu cara yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Observasi, yaitu dengan cara meneliti atau mengsurvei langsung Parawisatawan di Desa Bongo Kecamatan Batudaa Pantai Kabupaten Gorontalo.
2. Wawancara, dilakukan penulis untuk mendapatkan data berupa keterangan-keterangan dan informasi dimana yang terjadi sasaran interview adalah masyarakat di Desa Bongo Kecamatan Batudaa Pantai Kabupaten Gorontalo.
3. Kuesioner, sesuatu yang dilakukan dengan menyebarkan seperangkat daftar pertanyaan tertulis kepada responden.

### 3.2.6 Metode Pengujian Penelitian

#### 3.2.6.1 Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan berkenaan dengan ketepatan alat ukur terhadap konsep yang di ukur sehingga benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur. Berkaitan dengan pengujian validitas instrumen. Menurut Kuncoro dan Riduwan (2014 :216) Menjelaskan bahwa validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan atau kesahihan suatu alat ukur. Alat ukur yang kurang valid berarti memiliki Validitas rendah. Untuk menguji validitas alat ukur, terlebih dahulu dicari harga korelasi antara bagian-bagian dari alat ukur secara keseluruhan dengan cara mengkorelasikan setiap butir alat ukur dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir. Untuk menghitung Validitas alat ukur digunakan rumus *pearson product moment* adalah

$$r_{hitung} = \frac{n (\sum X_i Y_i) - (\sum X_i) \cdot (\sum Y_i)}{\sqrt{n \cdot \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2} \cdot \sqrt{\sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2}}$$



Dimana :

$r_{hitung}$  = koefisien korelasi

$\sum X_i$  = jumlah skor item

$\sum Y_i$  = jumlah skor total ( seluruh item)

$n$  = jumlah responden

Selanjutnya dihitung dengan Uji-t dengan rumus :

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Dimana :

$t_{hitung}$  = Nilai  $t_{hitung}$

$r$  = koefisien korelasi hasil  $r_{hitung}$

$n$  = jumlah responden

Distribusi (Tabel t) untuk  $\alpha = 0,05$  dan derajat kebebasan ( $dk = n-2$ )

Kaidah keputusan: jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  berarti valid sebaliknya

$t_{hitung} < t_{tabel}$  berarti tidak valid

Jika instrumen itu valid, maka dilihat kriteria penafsiran mengenai

indeks korelasinya ( $r$ ) seperti pada tabel 1.1 sebagai berikut :

**Tabel 3.4 Indeks Korelasinya**

<b>R</b>	<b>Keterangan</b>
0,800 – 1,000	Sangat tinggi
0,600 – 0,799	Tinggi
0,400 – 0,599	Cukup tinggi
0,200 – 0,399	Rendah
0,000 – 0,199	Sangat rendah (tidak Valid)

Sumber : kuncoro dan ridwan (2014:62)

### 3.2.6.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas menuju pada suatu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang baik tidak akan bersifat tendensius mengarahkan responden untuk memilih jawaban-jawaban tertentu. Instrumen yang sudah dapat dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga. Apabila datanya memang benar sesuai dengan kenyataanya, maka berapa kalipun diambil, tetap akan sama. Untuk menghitung reliabilitas, penelitian ini menggunakan rumus *alpha cronobach* menurut Ghazali (2005:45) dengan rumus sebagai berikut :

$$a = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum si^2}{st} \right)$$

Keterangan :

K = Jumlah instrumen pertanyaan

$\sum si^2$  = Jumlah varians dalam setiap instrumen

S = Varians keseluruhan instrument

Suatu variabel dikatakan *reliable* jika memberikan nilai *cronbach alpha* > 0,60 dan jika nilai *cronbach alpha* < 0,60 dikatakan *tidak reliable* (Ghozali, 2005). Semakin nilai alpahnya mendekati satu maka nilai reliabilitas datanya semakin terpercaya.

### 3.2.6.3 Konversi Data

Untuk mengukur variabel-variabel tersebut akan dilakukan penyebaran koesioner responden. Data yang terkumpul data dengan sklah ordinal sedangkan untuk menganalisis dalam penelitian ini diperlukan data dengan ukuran skala

interval. Menurut Riduwan (2014 :30) mentransformasikan data ordinal menjadi data interval gunanya untuk memenuhi sebagian dari syarat analisis parametrik yang mana data setidak-tidaknya berskala interval. Teknik transformasi dengan menggunakan MSI (*methoud of successive interval*) langkah-langka transformasi data ordinal ke data interval sebagai berikut :

- a) Perhatikan setiap butir jawaban responden dari angket yang disebarkan
- b) Pada setiap butir ditentukan berapa orang yang mendapat skor 1,2,3,4 dan 5 yang disebut dengan frekuensi
- c) Setiap frekuensi dibagi dengan banyaknya responden dan hasilnya disebut proporsi
- d) Tentukan nilai proporsi kumulatif dengan jalan menjumlahkan nilai proporsi secara berurutan berkolom skor
- e) Gunakan tabel distribusi normal, hitung nilai Z untuk setiap proporsi kumulatif yang diperoleh
- f) Tentukan nilai tinggi densitas untuk setiap nilai Z yang diperoleh (dengan menggunakan tabel tinggi densitas)
- g) Tentukan nilai sklah dengan menggunakan rumus

$$NS = \frac{(\text{Density at lower limit}) - (\text{Density at Upper limit})}{(\text{Area below upper limit}) - (\text{Area below lower limit})}$$

- h) Tentukan nilai tranformasi dengan rumus :  $Y = NS + \left| 1 + \left| NS_{\min} \right| \right|$

### 3.2.7 Metode Analisis Data

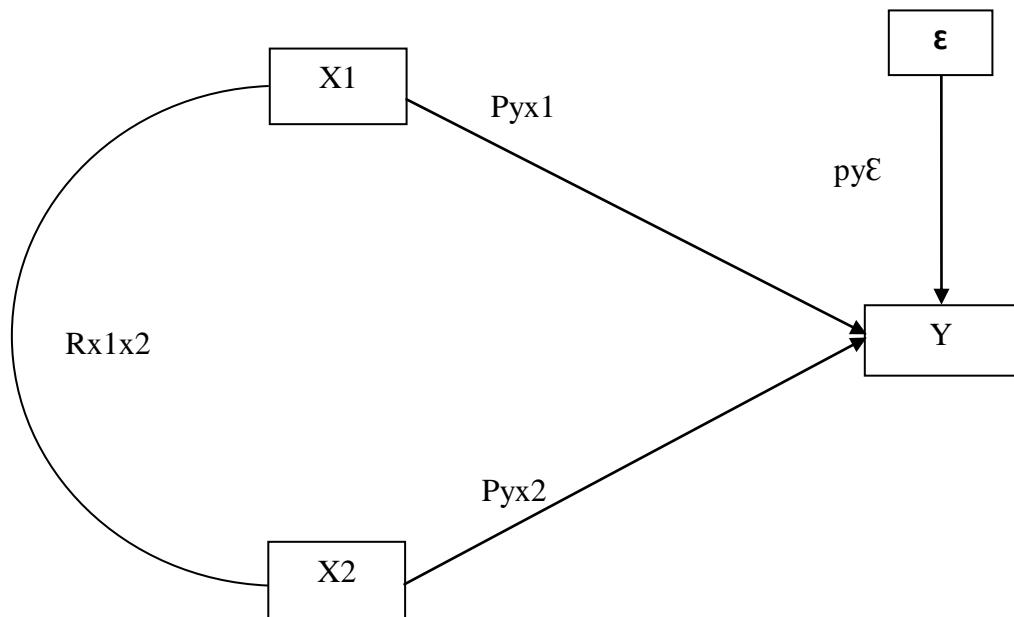
Untuk memastikan sub-sub variabel apakah ada pengaruh lokasi dan sarana wisata terhadap parawisatawan, maka pengujian dilakukan dengan uji analisis

jalur (*PathAnalysis*), dengan terlebih dahulu mengkonversi data skala ordinal ke skala interval melalui *Method Successive Intervalz* (MSI). Analisis jalur di gunakan dengan pertimbangan bahwa pola hubungan antar variabel dalam penelitian adalah bersifat korelatif dan kausalitas.

### 3.2.8 Rancangan Uji Hipotesis

Hipotesis adalah taksiran terhadap parameter populasi, melalaui data-data sampel. Penelitian ini yang didasarkan pada data popualsi, atau sampling total, atau sensus dengan tidak melakukan pengujian hipotesis statistika dari sudut pandang statistik tersebut disebut dengan penelitian deskriptif. Menurut riduwan (2014 :84).

Untuk mengetahui apakah ada pengaruh lokasi dan sarana wisata terhadap parawisatawan di Desa Bongo Kecamatan Batudaan Pantai Kabupaten Gorontalo maka pengujian dilakukan dengan uji analisis jalur (*path analisis*), dengan terlebih dahulu mengkoversi data ordinal ke interval. Analisis jalur digunakan dengan pertimbangan bahwa pola hubungan antara variabel dalam penelitian adalah bersifat dan kualitas. Hipotesis penelitian di perhatikan melalui struktur hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dengan diagram jalur pada gambar berikut:



**Gambar 3.1 Struktur Path Analisis**

Dari gambar tersebut diatas dapat dilihat dari persamaan berikut ini :

$$Y = PY_{x1} + PY_{x2} + PY_{\epsilon}$$

Dimana :

X1 : Lokasi

X2 : Sarana Wisata

Y : Parawisatawan

$\epsilon$  : Variabel Lain Yang Mempengaruhi Y Tapi Tidak Diteliti

r : Korelasi Antara Variabel X

PY : koefisien jalurmendapatkan pengaruh langsung

Data yang terkumpul dianalisis hubungan kausalnya antara sub-sub variabel yang dilakukan dengan menggunakan analisis jalur (*pathanalysis*) yang memperlihatkan pengaruh. Gambar 3.1 tersebut memperlihatkan bahwa sub-sub

variabel tidak hanya dipengaruhi oleh  $X_1$  tetapi ada variabel lain ikut mempengaruhi yang dinyatakan dengan variabel Epsilon yaitu variabel yang tidak diukur dan diteliti.

Sesuai dengan diagram diatas, maka langkah-langkah yang dibuat adalah :

1. Membuat persamaan struktural yaitu :

$$Y = \beta_{YX1} + \beta_{YX2} + \beta_{Y\epsilon}$$

2. Menghitung matrix korelasi antara  $X_1$ , dan  $Y$
3. Menghitung matrix korelasi antara variabel *eksogenus*
4. Menghitung matrix interval  $R_1^{-1}$
5. Menghitung koefisien jalur  $\beta_{YX_i}$  ( $i = 1$  dan  $2$ )
6. Menghitung  $R^2$  yaitu koefisien yang menyatakan determinan total  $X_1$  terhadap  $Y$
7. Menghitung variabel lain ( $\beta_{Y\epsilon}$ )
8. Menghitung pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen sebagai berikut :

- a. Pengaruh langsung

$$Y \longleftarrow X_1 \longrightarrow Y = (\beta_{YX_i}) (\beta_{YX_i}) ; \text{dimana } i = 1 \text{ dan } 2$$

- b. Pengaruh tidak langsung

$$Y \longleftarrow X_1 \longrightarrow Y = (\beta_{YX_i}) (R_{YX_iX_i}) (\beta_{YX_i})$$

Dimana :  $i$  = yang berpengaruh = yang dilalui

Untuk menganalisis data seperti dalam ketentuan langkah-langkah dalam analisis jalur (*Path Analysis*) maka penulis menggunakan program SPSS Statistik 21.

### 3.2.9 Jadwal Penelitian

Adapun Rencana jadwal penelitian adalah sebagai berikut :

**Tabel 3.5 Jadwal Penelitian**

No	Kegiatan	Tahun 2019				Tahun 2020			
		Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr
1	Obsevasiawal								
2.	Pengusulanjudulpen elitian								
3.	Pembuatan proposal dan bimbingan								
4	Ujian proposal								

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Singkat Lokasi Penelitian**

Di Gorontalo memiliki beberapa wisata, salah satunya di Desa Bongo yang berada di Kecamatan Batudaa Pantai Kabupaten Gorontalo. Di Desa bongo terdapat wisata yang mempunyai daya tarik tersendiri, keindahan panorama pantai atau alam yang mampu menjadi daya tarik wisata unggulan, mengingat kawasan tersebut juga dapat digunakan sebagai sarana pengenalan destinasi kepada masyarakat terhadap suatu agama tertentu. Sehingga menumbuhkan semangat toleransi dan kebersamaan.

Wisata desa bongo sebenarnya dikenal sudah cukup lama. Desa wisata Bongo juga dikenal dengan tradisi Festival Walima yang telah menjadi icon Desa Bongo. Banyak pengunjung yang datang tiap tahun untuk menyaksikan tradisi Festival Walima yang dilaksanakan pada setiap memperingati hari kelahiran/kematian Nabi kita yang biasanya di sebut Maulid Nabi Muhammad SAW. Festival Walima ini hanya di laksanakan dalam setahun sekali. Selain tradisi Festival Walima yang telah dikenal oleh seluruh warga masyarakat Gorontalo atau dikenal juga oleh beberapa wisatawan yang dari Daerah lain maupun Negara lain, desa Bongo juga menyimpan daya tarik alam perbukitan, peninggalan sejarah atau pun pantai yang sangat indah. Potensi inilah yang menjadi aset dari desa wisata Bongo yang memuaskan semua para wisatawan yang akan berkunjung



## 4.2 Hasil Penelitian

### 4.2.1 Deskriptif Karakteristik Responden

#### 1. Jenis Kelamin

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan didapatkan jumlah responden berdasarkan jenis kelamin yang dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.1. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-Laki	29	31.5
Perempuan	63	68.5
Jumlah	92	100

Sumber: Hasil Olahan Data 2020

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa responden yang lebih banyak adalah responden dengan jenis kelamin perempuan. Selain itu, menunjukkan bahwa perempuan lebih banyak yang berkunjung ke tempat wisata di Desa Bongo dan perempuan lebih dominan berwisata di banding dengan laki-laki.

#### 2. Asal Wisatawan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan didapatkan asal wisatawan yang dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 4.2. Distribusi Responden Berdasarkan Asal Wisatawan**

Asal Wisatawan	Frekuensi	Persentase (%)
Lokal	86	93.5
Nasional	4	4.3
Internasional	2	2.2
Jumlah	92	100

Sumber: Hasil Olahan Data 2020

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa wisatawan yang berkunjung di tempat wisata desa Bongo lebih banyak dari wisatawan local dibanding dengan wisatawan nasional maupun internasional. Selain itu, data tersebut menunjukkan bahwa wisatawan nasional dan internasional belum terlalu mengetahui tempat wisata yang berada di desa Bongo.

### 3. Jumlah Kunjungan Responden

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan didapatkan jumlah kunjungan responden yang dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 4.3. Distribusi Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan**

Jumlah Kunjungan	Frekuensi	Persentase (%)
1 kali	32	34.8
2 - 3 kali	34	37.0
4 - 5 kali	3	3.3
di atas 5 kali	23	25.0
Jumlah	92	100

Sumber: Hasil Olahan Data 2020

Dari tabel diatas menunjukkan jumlah kunjungan responden di tempat wisata di Desa Bongo paling banyak 1-3 kali, hal ini dikarenakan kebanyakan responden yang berasal dari local yang artinya wisatawan yang tinggal di wilayah Gorontalo yang sering berkunjung di tempat wisata desa Bongo.

#### 4.2.2 Deskriptif Karakteristik Variabel Penelitian

Semua variabel bebas yang menjadi objek penelitian adalah diharapkan mampu meningkatkan minat beli ulang konsumen pada Cafe dan Resto Red Black. Berikut ini akan disajikan gambaran hasil tabulasi data atau variabel yang menjadi objek penelitian dan kriteria interpretasi skor sebagai berikut:

**Jumlah skor tertinggi:  $5 \times 1 \times 92 = 460$**

**Jumlah skor rendah:  $1 \times 1 \times 92 = 92$**

**Rentang skala :  $\frac{460-92}{5} = 73,6$  dibulatkan menjadi 74**

**Tabel 4.4 Kriteria Interpretasi Skor**

Rentang Skor	Kriteria
92 – 166	Sangat Rendah
167 – 241	Rendah
242 – 315	Sedang
316 – 390	Tinggi
391 – 465	Sangat Tinggi

Berikut ini akan disajikan gambaran hasil tabulasi data atau variabel yang menjadi objek penelitian. Berdasarkan data yang terkumpul dari 92 responden yang ditetapkan sebagai sampel data dapat ditabulasi seperti pada tabel berikut:

### 1. Variabel Lokasi (X1)

Berdasarkan hasil tabulasi data diperoleh nilai untuk masing-masing indikator dari variabel lokasi (X1) menurut tinjauan responden sebagai berikut:

**Tabel 4.5 Tanggapan Responden Tentang Variabel Lokasi (X1)**

Bobot	Item											
	X1.1			X1.2			X1.3			X1.4		
	F	Skor	%	F	Skor	%	F	Skor	%	F	Skor	%
1	0	0	0.0	0	0	0.0	0	0	0.0	0	0	0.0
2	3	6	3.3	1	2	1.1	2	4	2.2	4	13	4.3
3	20	60	21.7	12	36	13.0	31	93	33.7	45	135	48.9
4	40	160	43.5	42	168	45.7	40	160	43.5	26	104	28.3
5	29	145	31.5	37	185	40.2	19	95	20.7	17	85	18.5
$\Sigma$	92	371	100	92	391	100	92	352	100	92	337	100
Kategori	Tinggi			Sangat Tinggi			Tinggi			Tinggi		

Bobot	Item								
	X1.5			X1.6			X1.7		
	F	Skor	%	F	Skor	%	F	Skor	%
1	0	0	0.0	0	0	0.0	0	0	0.0
2	7	14	7.6	4	8	4.3	0	0	0.0
3	28	84	30.4	24	72	26.1	3	9	3.3
4	38	152	41.3	47	188	51.1	42	168	45.7
5	19	95	20.7	17	85	18.5	47	235	51.1
$\Sigma$	92	345	100	92	353	100	92	412	100
Kategori	Tinggi			Tinggi			Sangat Tinggi		

Bobot	Item								
	X1.8			X1.9			X1.10		
	F	Skor	%	F	Skor	%	F	Skor	%
1	0	0	0.0	0	0	0.0	0	0	0.0
2	0	0	0.0	0	0	0.0	1	2	1.1
3	3	9	3.3	17	51	18.5	26	78	28.3
4	33	132	35.9	51	204	55.4	49	196	53.3
5	56	280	60.9	24	120	26.1	16	80	17.4
$\Sigma$	92	421	100	92	375	100	92	356	100
Kategori	Sangat Tinggi			Tinggi			Tinggi		

Sumber: Hasil Olahan Data 2020

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 92 responden yang diteliti secara umum, persepsi responden terhadap item-item pernyataan pada variabel lokasi(X1) yaitu untuk item X1.1 berada pada kategori tinggi.Item X1.2 berada pada kategori sangat tinggi, Item X1.3 berada pada kategori tinggi, Item X1.4 berada pada kategori tinggi, Item X1.5 berada pada kategori tinggi, Item X1.6 berada pada kategori tinggi, Item X1.7 berada pada kategori sangat tinggi, Item X1.8 berada pada kategori sangat tinggi, Item X1.9 berada pada kategori tinggi, dan Item X1.10 berada pada kategori tinggi.

## 2. Variabel Sarana Wisata (X2)

Hasil tabulasi data diperoleh nilai untuk masing-masing indikator dari variabel *brand image* (X2) menurut tinjauan responden sebagai berikut:

**Tabel 4.6 Tanggapan Responden Tentang Variabel Sarana Wisata (X2)**

Bobot	Item								
	X2.1			X2.2			X2.3		
	F	Skor	%	F	Skor	%	F	Skor	%
1	0	0	0.0	0	0	0.0	0	0	0.0
2	13	26	14.1	2	4	2.2	9	18	9.8
3	35	105	38.0	20	60	21.7	19	57	20.7
4	30	120	32.6	46	184	50.0	48	192	52.2
5	14	70	15.2	24	120	26.1	16	80	17.4
$\Sigma$	92	321	100	92	368	100	92	347	100
Kategori	Tinggi			Tinggi			Tinggi		

Bobot	Item								
	X2.4			X2.5			X2.6		
	F	Skor	%	F	Skor	%	F	Skor	%
1	0	0	0.0	0	0	0.0	0	0	0.0
2	8	16	8.7	22	44	23.9	16	32	17.4
3	23	69	25.0	43	129	46.7	44	132	47.8
4	48	192	52.2	16	64	17.4	22	88	23.9
5	13	65	14.1	11	55	12.0	10	50	10.9
$\Sigma$	92	342	100	92	292	100	92	302	100
Kategori	Tinggi			Sedang			Sedang		

Sumber: Hasil Olahan Data 2020

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 92 responden yang diteliti secara umum, persepsi responden terhadap item-item pernyataan pada variabel sarana wisata(X2) yaitu untuk item X2.1 berada pada kategori tinggi.Item X2.2 berada pada kategori tinggi, Item X2.3 berada pada kategori tinggi, Item X2.4 berada pada kategori tinggi, Item X2.5 berada pada kategori sedang, Item X2.6 berada pada kategori sedang.

### 3. Kepuasan Wisatawan (Y)

Hasil tabulasi data diperoleh nilai untuk masing-masing indikator dari variabel kepuasan wisatawan (Y) menurut tinjauan responden sebagai berikut:

**Tabel 4.7 Tanggapan Responden Tentang Kepuasan Wisatawan(Y)**

Bobot	Item								
	Y1.1			Y1.2			Y1.3		
	F	Skor	%	F	Skor	%	F	Skor	%
1	0	0	0.0	0	0	0.0	0	0	0.0
2	4	8	4.3	0	0	0.0	0	0	0.0
3	32	96	34.8	17	51	18.5	14	42	15.2
4	39	156	42.4	48	192	52.2	54	216	58.7
5	17	85	18.5	27	135	29.3	24	120	26.1
$\Sigma$	92	345	100	92	378	100	92	378	100
Kategori	Tinggi			Tinggi			Tinggi		

Bobot	Item								
	Y1.4			Y1.5			Y1.6		
	F	Skor	%	F	Skor	%	F	Skor	%
1	0	0	0.0	0	0	0.0	0	0	0.0
2	2	4	2.2	1	2	1.1	3	6	3.3
3	28	84	30.4	17	51	18.5	19	57	20.7
4	41	164	44.6	49	196	53.3	44	176	47.8
5	21	105	22.8	25	125	27.2	26	130	28.3
$\Sigma$	92	357	100	92	374	100	92	369	100
Kategori	Tinggi			Tinggi			Tinggi		

Sumber: Hasil Olahan Data 2020

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 92 responden yang diteliti secara umum, persepsi responden terhadap item-item pernyataan pada variabel minat beli ulang kepuasan wisatawan (Y) yaitu untuk item Y1.1 berada pada kategori tinggi.Item Y1.2 berada pada kategori sangat tinggi, Item Y1.3 berada pada kategori tinggi, Item Y1.4 berada pada kategori tinggi, item Y1.5 berada pada kategori tinggi, item Y1.6 berada pada kategori tinggi.

#### 4.2.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Penelitian ini dilaksanakan pada Wisata Desa Bongo Kecamatan Batudaa Pantai Kabupaten Gorontalo dengan memberikan pernyataan yang telah dibuat oleh peneliti

dan didistribusikan kepada 92 orang responden secara online. Dalam penelitian ini tidak terdapat kendala-kendala yang dihadapi oleh peneliti dalam mendistribusikan kuesioner.

Daftar pertanyaan atau kuisiomer merupakan data primer yang sangat menunjang dalam pelaksanaan penelitian. Oleh karena itu, perlu dilakukan uji validitas untuk mengetahui apakah daftar pernyataan yang telah disiapkan dapat mengukur variabel yang akan diukur. Uji validitas dilakukan dengan cara menghitung korelasi antara masing-masing daftar pernyataan dengan skor totalnya.

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang digunakan itu layak (dapat dipercaya). Untuk uji dapat dilakukan dengan cara melihat nilai *Cronbach's Alpha* pada hasil output pengujian realibilitas. Pengujian instrumen penelitian ini baik dari segi validitasnya maupun reliabilitasnya terhadap 92 responden.

### 1. Uji validitas dan reliabilitas variabel Lokasi (X1)

Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Lokasi (X1).

Item	Uji Validitas			Uji Reliabilitas	
	$r_{\text{Hitung}}$	$r_{\text{table}}$	Ket	Alpha	Ket
X1.1	0,636	0,205	Valid	0,890	> 0,6 = reliable
X1.2	0,655	0,205	Valid		
X1.3	0,789	0,205	Valid		



X1.4	0,819	0,205	Valid		
X1.5	0,777	0,205	Valid		
X1.6	0,777	0,205	Valid		
X1.7	0,439	0,205	Valid		
X1.8	0,542	0,205	Valid		
X1.9	0,830	0,205	Valid		
X1.10	0,774	0,205	Valid		

Sumber: Hasil Olahan Data 2020

Tabel 4.8 diatas menjelaskan bahwa semua item pernyataan untuk variabel lokasi (X1) semua instrumen menunjukkan hasil yang valid dan reliable. Keputusan ini diambil karena nilai korelasi koefisien  $r_{\text{Hitung}}$  untuk seluruh item  $> r_{\text{table}}$  (0,205) dapat di lihat pada (*lampiran distribusi table r*). Sedangkan koefisien alphanya sebesar  $0,890 > 0,6$ , dengan demikian berarti semua item pernyataan untuk variabel lokasi adalah valid dan reliable.

## 2. Uji validitas dan reliabilitas variabel Sarana Wisata(X2)

Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Sarana Wisata(X2)

Item	Uji Validitas			Uji Reliabilitas	
	$r_{\text{Hitung}}$	$r_{\text{table}}$	Ket	Alpha	Ket
X2.1	0,686	0,205	Valid	0,856	$> 0,6 =$ reliable
X2.2	0,656	0,205	Valid		
X2.3	0,758	0,205	Valid		
X2.4	0,837	0,205	Valid		
X2.5	0,851	0,205	Valid		
X2.6	0,789	0,205	Valid		

Sumber: Hasil Olahan Data 2020

Tabel 4.9 diatas menjelaskan bahwa semua item pernyataan untuk variabel sarana wisata(X2) semua instrumen menunjukkan hasil yang valid dan reliable. Keputusan ini diambil karena nilai korelasi koefisien  $r_{\text{Hitung}}$  untuk seluruh item  $> r_{\text{table}}$  (0,205) dapat di lihat pada (*lampiran distribusi table r*). Sedangkan koefisien alphanya sebesar  $0,856 > 0,6$ , dengan demikian berarti semua item pernyataan untuk variabel sarana wisata(X2) adalah valid dan reliable.

### 3. Uji validitas dan reliabilitas variabel Kepuasan Wisatawan (Y)

Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kepuasan Wisatawan (Y).

Item	Uji Validitas			Uji Reliabilitas	
	$r_{\text{Hitung}}$	$r_{\text{table}}$	Ket	Alpha	Ket
Y1.1	0,820	0,205	Valid	0,910	$> 0,6 =$ reliable
Y1.2	0,813	0,205	Valid		
Y1.3	0,854	0,205	Valid		
Y1.4	0,872	0,205	Valid		
Y1.5	0,796	0,205	Valid		
Y1.6	0,839	0,205	Valid		

Sumber: Hasil Olahan Data 2020

Tabel 4.10 diatas menjelaskan bahwa semua item pernyataan untuk variabel kepuasan wisatawan (Y) semua instrumen menunjukkan hasil yang valid dan reliable. Keputusan ini diambil karena nilai korelasi koefisien  $r_{\text{Hitung}}$  untuk seluruh item  $> r_{\text{table}}$  (0,205) dapat di lihat pada (*lampiran distribusi table r*). Sedangkan koefisien alphanya sebesar  $0,910 > 0,6$ , dengan demikian berarti

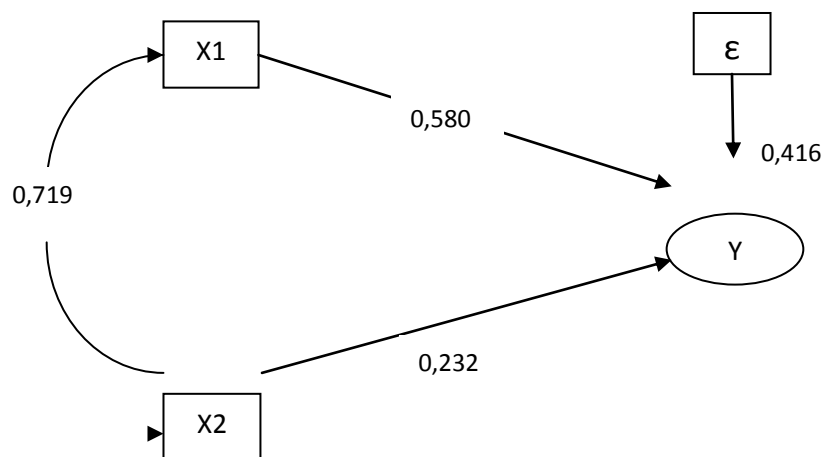
semua item pernyataan untuk variabel kepuasan wisatawan (Y) adalah valid dan reliable.

#### 4.2.4 Analisis Data Statistik

Untuk mengetahui pengaruh lokasi dan sarana wisata terhadap kepuasan wisatawan di Desa Bongo Kecamatan Batudaa Pantai Kabupaten Gorontalo, maka berikut ini akan dikemukakan analisis hasil statistik. Hasil analisis tersebut akan diketahui apakah variabel-variabel bebas (*independen*) memberikan pengaruh yang nyata (*signifikan*) terhadap variabel terikat (*dependen*). Hasil olahan data kerangka hubungan kausal antara X1 dan X2 terhadap Y dapat dibuat melalui persamaan struktural sebagai berikut:

$$Y = 0,580X_1 + 0,232X_2 + 0,418\varepsilon$$

Untuk mengetahui hubungan antara variabel dapat diketahui dari gambar dibawah ini:



**Gambar 4.1 Hasil Hubungan dan Pengaruh X1 dan X2 Terhadap Y**

Tabel 4.11 Koefisien jalur, pengaruh langsung, pengaruh total dan pengaruh X1 dan X2 secara simultan terhadap kepuasan wisatawan (Y)

Variabel	Koefisien Jalur	Kontribusi		Kontribusi Bersama ( $R^2=yx1x2$ )
		Langsung	Total	
X1	0,580	0,580	58,0%	-
X2	0,232	0,232	23,2%	-
$\epsilon$	0,416	0,416	41,6%	-
X1,X2	-	-	-	0,584/ 58,4%

Sumber : Hasil pengolahan data penelitian, 2020

Hasil uji korelasi menunjukkan hasil hubungan lokasi dan sarana wisata sebesar 0,719 atau 71,9% dengan memiliki hubungan yang tinggi atau kuat, artinya semakin tinggi hubungan lokasi dan sarana wisata maka semakin tinggi pula pengaruhnya terhadap kepuasan wisatawan.

Berdasarkan hasil koefisien jalur pada tabel 4.11 di atas bahwa hasil uji koefisien jalur menunjukkan pengaruh lokasi terhadap kepuasan wisatawan sebesar 0,580 atau 58,0%. Artinya, setiap kenaikan 1 persen variabel lokasi akan meningkatkan kepuasan wisatawan sebesar 58,0 persen. Hasil uji koefisien jalur menunjukkan pengaruh sarana wisata (X2) terhadap kepuasan wisatawan sebesar 0,232 atau 23,2%. Artinya setiap kenaikan 1 persen variabel sarana wisata akan meningkatkan kepuasan wisatawan sebesar 23,2% persen. Koefisien determinasi atau angka *R Square* adalah sebesar 0,584. Hal ini menunjukkan bahwa variabel lokasi dan sarana wisata dapat menjelaskan variabel kepuasan wisatawan sebesar 58,4% dan sisanya sebesar 41,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ikutsertakan atau tidak diteliti dalam penelitian ini.

#### 4.2.5 Pengujian Hipotesis

**1. Lokasi (X1) dan sarana wisata (X2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan (Y) di Desa Bongo Kecamatan Batudaa Pantai Kabupaten Gorontalo**

Hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan hasil sebesar 0,584 atau 58,4%. Hal ini menunjukkan bahwa lokasi dan sarana wisata memberikan kontribusi terhadap kepuasan wisatawan sebesar 0,584 atau 58,4%, sedangkan sisanya 0,416 atau 41,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Sedangkan hasil uji  $F_{hitung}$  menunjukkan hasil sebesar 62.436 sedangkan  $F_{tabel}$  sebesar 3,100 dengan taraf signifikan adalah 0,000. Berdasarkan uji F tersebut menunjukkan bahwa  $F_{hitung}$  lebih besar dibanding  $F_{tabel}$  ( $62.436 > 3,100$ ) dan tingkat signifikan sebesar  $0,000 > \alpha = 0,05$ . Ini berarti bahwa pada tingkat kepercayaan 95 %, secara statistik variabel lokasi dan sarana wisata secara simultan (bersama-sama) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Jadi hipotesis diterima.

**2. Lokasi (X1), secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan (Y) di Desa Bongo Kecamatan Batudaa Pantai Kabupaten Gorontalo**

Hasil olahan data diperoleh bahwa lokasi mempunyai nilai koefisien sebesar 0,580 atau 58,0% dengan nilai signifikan sebesar 0,000, kemudian dibandingkan dengan nilai probabilitas 0,05 ternyata nilai probabilitas 0,05 lebih besar dibanding dengan nilai probabilitas sig atau ( $0,05 > 0,000$ ). Sehingga dapat disimpulkan bahwa lokasi

berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Jadi hipotesis diterima.

**3. Sarana wisata (X2), secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan (Y) di Desa Bongo Kecamatan Batudaa Pantai Kabupaten Gorontalo**

Hasil olahan data diperoleh bahwa sarana wisata mempunyai nilai koefisien sebesar 0,232 atau 23,2% dengan nilai signifikan sebesar 0,021, kemudian dibandingkan dengan nilai probabilitas 0,05 ternyata nilai probabilitas 0,05 lebih besar dibanding dengan nilai probabilitas sig atau ( $0,05 > 0,021$ ). Sehingga dapat disimpulkan bahwa sarana wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Jadi hipotesis diterima.

**4.3 Pembahasan Hasil Penelitian**

**1. Lokasi (X1) dan sarana wisata (X2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan (Y) di Desa Bongo Kecamatan Batudaa Pantai Kabupaten Gorontalo**

Temuan penelitian yang dapat dikemukakan adalah secara simultan (bersama-sama) adanya pengaruh yang signifikan antara variabel lokasi dan sarana wisata terhadap variabel kepuasan wisatawan di Desa Bongo Kecamatan Batudaa Pantai Kabupaten Gorontalo. Hasil uji persamaan struktural menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut secara simultan

berperan menjelaskan adanya makna pengaruh terhadap kepuasan wisatawan di Desa Bongo Kecamatan Batudaa Pantai Kabupaten Gorontalo.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa para wisatawan akan lebih puas dengan lokasi wisata yang mudah dijangkau, dan hal tersebut menunjukkan bahwa lokasi wisata di Desa Bongo Kecamatan Batudaa Pantai Kabupaten Gorontalo dapat dijangkau . Begitupun halnya dengan sarana wisata yang ada di Desa Bongo Kecamatan Batudaa Pantai Kabupaten Gorontalo yang membuat para wisatawan mendapatkan kepuasan, karena keinginannya bisa terpenuhi dalam berkunjung di tempat wisata.

Hasil penelitian ini sejalan dengan yang dikemukakan oleh Lebu, (2019) bahwa Lokasi berpengaruh terhadap keputusan berkunjung, artinya semakin mudah lokasi dijangkau keputusan berkunjung akan semakin meningkat. Dimana suatu objek wisata mudah dijangkau dengan kendaraan, dengan petunjuk yang jelas, fasilitas yang aman serta nyaman dan lingkungan sekitar yang mendukung jasa pariwisata. Beitupun juga dengan sarana wisata sebagaimana yang dikemukakan oleh Suwantoro (Widyarini, 2018) Sarana pariwisataan (*tourism infrastructure*) yang keberadaanya dapat menghidupkan prasarana kepariwisataan sehingga wisatawan merasa kebutuhanya dapat terpenuhi. Sarana wisata sebagai fasilitas pelengkap yang ada di daerah tujuan wisata yang keberadaanya diperlukan oleh wisatawan sehingga wisatawan dapat menikmati kegiatan wisatanya.

## **2. Lokasi (X1), secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan (Y) di Desa Bongo Kecamatan Batudaa Pantai Kabupaten Gorontalo**

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin bagus lokasi akan berimbas terhadap peningkatan kepuasan wisatawan di Desa Bongo Kecamatan Batudaa Pantai Kabupaten Gorontalo.

Lokasi memiliki pengaruh yang lebih besar dibanding dengan variabel sarana wisata, hal ini sebagaimana responden yang berkunjung di tempat wisata di Desa Bongo kebanyakan wisatawan lokal yang bertempat tinggal di Gorontalo dan lebih banyak berkunjung ke tempat wisata. Selain itu, dapat diakses melalui jalan di Kelurahan Tenda Kota Gorontalo, maupun melalui Kecamatan Batudaa Kabupaten Gorontalo. Begitupun juga dengan lokasi yang mudah di lihat dari pinggir jalan yang tempatnya memang tidak jauh. Selain itu, tempat parkir yang luas memudahkan para wisatawan untuk memarkir kendaraannya. Untuk usaha-usaha perkembangan kedepannya juga cukup memadai karena sekitar lokasinya masih banyak tanah yang kosong. Kemudian, lingkungan yang mendukung dimana keberadaan wisata tersebut memberikan penghasilan kepada masyarakat sehingga, masyarakat terus berupaya mendukung agar wisata di Desa Bongo Kecamatan Batudaa Pantai Kabupaten Gorontalo terus berkembang dan maju.

Hasil penelitian ini sejalan dengan yang dikemukakan oleh Lupiyoadi (2013:61) bahwa lokasi merupakan keputusan yang dibuat perusahaan



dimana perusahaan harus bertempat dan beroperasi. Sedangkan, menurut Lebu, (2019) bahwa semakin mudah lokasi dijangkau keputusan berkunjung akan semakin meningkat. Dimana suatu objek wisata mudah dijangkau dengan kendaraan, dengan petunjuk yang jelas, fasilitas yang aman serta nyaman dan lingkungan sekitar yang mendukung jasa pariwisata.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian Isnana, (2019) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Di New Marjoly Beach And Resort Dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa variabel lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung wisata Di New Marjoly Beach And Resort

### **3. Sarana wisata (X2), secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan (Y) di Desa Bongo Kecamatan Batudaa Pantai Kabupaten Gorontalo**

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan sarana wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Hal ini menunjukan bahwa semakin bagus sarana wisata akan berimbas terhadap peningkatan kepuasan wisatawan di Desa Bongo Kecamatan Batudaa Pantai Kabupaten Gorontalo. Namun, pengaruh sarana wisata tergolong kecil pengaruhnya terhadap kepuasan wisatawan dibanding dengan lokasi

Sarana yang terdapat di tempat wisata desa Bongo membuat para wisatawan puas, hal ini dikarenakan adanya keunikan pada sarana wisata di Desa Bongo seperti posil kayu di depan pintu masuk, didalamnya terdapat

gubuk khas gorontalo yang dikenal dengan Wambohe, kemudian terdapat bangunan kayu berbentuk Topoyo. Selain itu, terdapat pula sarana wisata yang unik dan menarik di puncak bukit yaitu Masjid Walima Emas. Namun, pengaruh yang kecil dikarenakan sarana akomodasi wisata yang masih minim seperti hotel ataupun losmen. Begitupun halnya dengan transportasi yang belum menyediakan transportasi secara khusus wisata Desa Bongo Kecamatan Batudaa Pantai Kabupaten Gorontalo, meskipun pada dasarnya Dinas Pariwisata Kabupaten menyediakan transportasi wisata tapi itu untuk tempat wisata secara keseluruhan yang berada di Kabupaten Gorontalo. Rumah makan disekitar wisata cukup tersedia namun masih dalam bentuk warung-warung yang di kelolah oleh warga Desa Bongo Kecamatan Batudaa Pantai Kabupaten Gorontalo. Untuk toko-toko penyedia sofenir atau cindramata yang khas pada objek wisata yang belum terlihat di sekitar tempat wisata.

Hasil penelitian ini sejalan dengan yang dikemukakan oleh Suwantoro (Widyarini, 2018) mengatakan bahwa sarana wisata sebagai failitas yang keberadaanya dapat menghidupkan prasarana kepariwisataan sehingga wisatawan merasa kebutuhanya dapat terpenuhi. Begitupun halnya yang dikemukakan oleh Yoeti (Kiswantoro, 2019) bahwa sarana wisata dibagi menjadi tiga kelompok, diantaranya adalah sarana pokok (*main tourism superstructure*). Sarana pokok kepariwisataan adalah perusahaan yang hidup dan kehidupannya sangat tergantung kepada kedatangan orang yang melakukan perjalanan wisata. Sedangkan menurut Yoeti (Kiswantoro, 2019)

sarana kepariwisataan dibagi menjadi tiga kelompok, diantaranya adalah sarana pokok (*main tourism superstructure*). Sarana pokok kepariwisataan adalah perusahaan yang hidup dan kehidupannya sangat tergantung kepada kedatangan orang yang melakukan perjalanan wisata

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Kiswanto, (2019) dengan judul Pengaruh Sarana Dan Prasarana Pendukung Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Umbul Pongok, Klaten. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas sarana dan prasarana memiliki pengaruh terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Umbul Pongok.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dilakukan pada bab sebelumnya terdapat kesimpulan sebagai berikut:

1. Lokasi dan sarana wisata secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Desa Bongo Kecamatan Batudaa Pantai Kabupaten Gorontalo.
2. Lokasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Desa Bongo Kecamatan Batudaa Pantai Kabupaten Gorontalo.
3. Sarana wisata secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Desa Bongo Kecamatan Batudaa Pantai Kabupaten Gorontalo.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan kesimpulan maka dapat di sarankan sebagai berikut:

1. Disarankan kepada pengelola wisata Desa Bongo Kecamatan Batudaa Pantai Kabupaten Gorontalo dalam meningkatkan kepuasan wisatawan dengan memperhatikan variabel lokasi dan sarana wisata, karena memiliki pengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Selain itu, dari tanggapan responden menunjukkan bahwa lokasi, sarana wisata dan kepuasan berwisata memiliki nilai rata-rata tinggi yang artinya dengan lokasi yang

strategis dan sarana wisata yang lengkap mampu memberikan kepuasan kepada wisatawan.

2. Disarankan kepada pengelola wisata Desa Bongo Kecamatan Batudaa Pantai Kabupaten Gorontalo lebih memperhatikan variabel sarana wisata karena memiliki pengaruh yang kecil dengan cara lebih mengekspos saran yang unik, seperti sarana fosil kayu, Wambohe, dan Masjid Walima Emas yang nantinya lebih membuat wisatawan puas dan menarik wisatawan nasional maupun Internasional. Selain itu, pengelola wisata dapat sarana tempat makanan dan toko atau tempat berbelanja cendramata yang dapat membuat wisatawan senang sehingga memberi kepuasan kepada wisatawan..
3. Disarankan juga kepada peneliti selanjutnya untuk lebih memperdalam kajian tentang kepuasan wisatawan, dengan meneliti variabel lain seperti variabel promosi wisata dan kualitas pelayanan wisata

**Lampiran 1. Kuisisioner/Angket Penelitian**

Nomor Resp :
--------------

**KUESIONER PENELITIAN****PENGARUH LOKASI DAN SARANA WISATA TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DI  
DESA BONGO KECAMATAN BATUDA'A PANTAI KABUPATEN GORNTALO**

---

---

**PENGANTAR**

*Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh.*

Kepada Yth,

Bapak/Ibu/Saudara Responden

Di Tempat

Dengan Hormat,

Dengan ini mohon kiranya Bapak/Ibu/Saudara untuk meluangkan waktu sejenak guna mengisi daftar pernyataan yang telah saya sediakan dibawah ini. Mohon diisi dengan sebenar-benarnya dan sejujur-jujurnya tanpa dipengaruhi oleh siapapun. Jawaban ini bersifat rahasia, apapun jawaban Bapak/Ibu/Saudara tidak ada yang salah dan tidak akan berpengaruh terhadap privasi dari Bapak/Ibu/Saudara, karena hanya untuk kepentingan penelitian dan pengembangan ilmu pengetahuan.

Atas kesediaan dan perhatian serta kerja sama yang baik, peneliti mengucapkan banyak terima kasih.

Hormat Saya,

Penelitian

**Yeyin Adam**

**E.21.16.160**

## KUESIONER

### PENGARUH LOKASI DAN SARANA WISATA TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DI DESA BONGO KECAMATAN BATUDA'A PANTAI KABUPATEN GORNTALO

#### II. PETUNJUK PENGISIAN

1. Jawablah pernyataan/pertanyaan ini sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu/Saudara sejujur-jujurnya.
2. Pilih salah satu jawaban yang menurut Bapak/Ibu/Saudara paling tepat dengan memberikan tanda checklist (√) sesuai dengan pilihan anda.
3. Terima kasih atas partisipasinya.

#### III. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama Responden : .....
2. Jenis Kelamin : Pria ☐ Wanita ☐
3. Jumlah kunjungan ke tempat wisata di Desa Bongo :
  - a. 1 kali      b. 2 – 3 kali      c. 4 – 5 kali      d. Di atas 5 kali

Petunjuk skor jawaban responden :

**Tabel 3.3 Bobot Nilai Variabel**

Pilihan	Bobot
Sangat Setuju/selalu/sangat positif	5
Setuju/sering/positif	4
Ragu-ragu/kadang-kadang/netral	3
Tidak setuju/jarang/negatif	2
Negatif/tidak setuju/tidak pernah	1

### Variabel Lokasi (X1)

#### A. Akses

1. Wisata Desa Bongo memiliki lokasi yang mudah untuk diakses.
  - a. Selalu memiliki lokasi yang mudah untuk diakses.
  - b. Sering memiliki lokasi yang mudah untuk diakses.
  - c. Kadang-kadang memiliki lokasi yang mudah untuk diakses.
  - d. Jarang memiliki lokasi yang mudah untuk diakses.
  - e. Tidak pernah memiliki lokasi yang mudah diakses.
2. Informasi tentang wisata Desa Bongo lebih mudah untuk dicari.
  - a. Selalu lebih mudah untuk di cari.
  - b. Sering lebih mudah untuk dicari.
  - c. Kadang-kadang lebih mudah untuk dicari.
  - d. Jarang lebih mudah untuk dicari.
  - e. Tidak pernah lebih mudah untuk dicari.

#### B. Fasilitas

3. Wisata Desa Bongo memiliki fasilitas yang terbaik.
  - a. Selalu memiliki fasilitas yang terbaik.
  - b. Sering memiliki fasilitas yang terbaik.
  - c. Kadang-kadang memiliki fasilitas yang terbaik.
  - d. Jarang memiliki fasilitas yang terbaik.
  - e. Tidak pernah memiliki fasilitas yang terbaik.
4. Wisata Desa Bongo memiliki fasilitas yang lengkap .
  - a. Selalu memiliki fasilitas yang lengkap.
  - b. Sering memiliki fasilitas yang lengkap
  - c. Kadang-kadang memiliki fasilitas yang lengkap
  - d. Jarang memiliki fasilitas yang lengkap.
  - e. Tidak pernah memiliki fasilitas yang lengkap.

#### C. Tempat parkir yang luas dan aman.

5. Tempat wisata desa bongo menyediakan parkir yang luas untuk pengunjungnya.
  - a. Selalu menyediakan parkir yang luas untuk pengunjungnya.
  - b. Sering menyediakan parkir yang luas untuk pengunjungnya .
  - c. Kadang-kadang menyediakan parkir yang luas untuk pengunjungnya.
  - d. Jarang menyediakan parkir yang luas bagi pengunjungnya.
  - e. Tidak pernah menyediakan parkir yang luas bagi pengunjungnya.
6. Wisata Desa Bongo menyediakan tempat parkir yang aman untuk pengunjungnya.
  - a. Selalu menyediakan parkir yang aman untuk pengunjungnya.
  - b. Sering menyediakan parkir yang aman untuk pengunjungnya.
  - c. Kadang-kadang menyediakan parkir yang aman untuk pengunjungnya.
  - d. Jarang menyediakan parkir yang aman untuk pengunjungnya.

#### D. Ekspansi

7. Wisata Desa Bongo terus mengalami perkembangan perluasan untuk kenyamanan wisatawan.



- a. Selalu mengalami perkembangan perluasan untuk kenyamanan wisatawan
  - b. Sering mengalami perkembangan perluasan untuk kenyamanan wisatawan.
  - c. Kadang-kadang mengalami perkembangan perluasan untuk kenyamanan wisatawan.
  - d. Jarang mengalami perkembangan perluasan untuk kenyamanan wisatawan.
  - e. Tidak pernah mengalami perkembangan perluasan untuk kenyamanan wisatawan.
8. Wisatawan Desa Bongo perlu dikembangkan lagi agar memberikan kepuasan kepada wisatawan.
- a. Selalu perlu dikembangkan lagi agar memberikan kepuasan wisatawan
  - b. Sering perlu dikembangkan lagi agar memberikan kepuasan wisatawan
  - c. Kadang-kadang perlu dikembangkan lagi agar memberikan kepuasan wisatawan.
  - d. Jarang perlu dikembangkan lagi agar memberikan kepuasan wisatawan.
  - e. Tidak pernah perlu dikembangkan lagi agar memberikan kepuasan wisatawan.

#### E. Lingkungan

9. Wisata Desa Bongo memberikan kenyamanan untuk dikunjungi.
- a. Selalu memberikan kenyamanan untuk dikunjungi.
  - b. Sering memberikan kenyamanan untuk dikunjungi.
  - c. Kadang-kadang memberikan kenyamanan untuk dikunjungi.
  - d. Jarang memberikan kenyamanan untuk dikunjungi.
  - e. Tidak pernah memberikan kenyamanan untuk dikunjungi.
10. Wisata Desa Bongo memiliki tempat wisata yang bersih untuk dikunjungi.
- a. Selalu memiliki tempat wisata yang bersih untuk dikunjungi.
  - b. Sering memiliki tempat wisata yang bersih untuk dikunjungi.
  - c. Kadang-kadang memiliki tempat wisata yang bersih untuk dikunjungi.
  - d. Jarang memiliki tempat wisata yang bersih untuk dikunjungi.
  - e. Tidak pernah memiliki tempat wisata yang bersih untuk dikunjungi.

#### Variabel Sarana Wisata (X2)

##### F. Akomodasi

11. Anda mudah mencari tempat menginap, karena wisata Desa Bongo menyediakan penginapan bagi pengunjungnya.
- a. Selalu menyediakan penginapan bagi pengunjungnya.
  - b. Sering menyediakan penginapan bagi pengunjungnya.
  - c. Kadang-kadang menyediakan penginapan bagi pengunjungnya.
  - d. Jarang menyediakan penginapan bagi pengunjungnya.
  - e. Tidak pernah menyediakan penginapan bagi pengunjungnya.

##### G. Transportasi

12. Wisata Desa Bongo mudah diakses oleh transportasi dari mana saja.
- a. Selalu mudah diakses oleh transportasi dari mana saja.

- b. Sering mudah untuk diakses oleh transportasi dari mana saja.
- c. Kadang-kadang mudah diakses oleh transportasi dari mana saja.
- d. Jarang mudah diakses oleh transportasi dari mana saja
- e. Tidak pernah diakses oleh transportasi dari mana saja.

H. Tempat Makan

13. Wisata Desa Bongo tempat wisata yang menyediakan tempat makan bagi pengunjungnya.
  - a. Selalu menyediakan tempat makan bagi pengunjungnya.
  - b. Sering menyediakan tempat makan bagi pengunjungnya.
  - c. Kadang-kadang menyediakan tempat makan bagi pengunjungnya.
  - d. Jarang menyediakan tempat makan bagi pengunjungnya.
  - e. Tidak pernah menyediakan tempat makan bagi pengunjungnya.
14. Wisata Desa Bongo tempat wisata yang mudah untuk mencari tempat makan ketika anda kelaparan.
  - a. Selalu mudah untuk mencari makan ketika lapar.
  - b. Sering mudah untuk mencari makan ketika lapar.
  - c. Kadang-kadang mudah untuk mencari makan ketika lapar.
  - d. Jarang untuk mencari makan ketika lapar
  - e. Tidak pernah mudah untuk mencari makan ketika lapar.

I. Tempat belanja.

15. Wisata Desa Bongo memiliki tempat wisata yang strategis untuk berbelanja.
  - a. Selalu memiliki tempat wisata yang strategis untuk berbelanja.
  - b. Sering memiliki tempat wisata yang strategis untuk berbelanja
  - c. Kadang-kadang memiliki tempat yang strategis untuk berbelanja.
  - d. Jarang memiliki tempat yang strategis untuk berbelanja
  - e. Tidak pernah memiliki tempat yang strategis untuk berbelanja.
16. Bagi anda wisata Desa Bongo memiliki tempat berbelanja bagi pengunjungnya.
  - a. Selalu memiliki tempat berbelanja bagi pengunjungnya.
  - b. Sering memiliki tempat berbelanja bagi pengunjungnya.
  - c. Kadang-kadang memiliki tempat berbelanja bagi pengunjungnya.
  - d. Jarang memiliki tempat berbelanja bagi pengunjungnya.
  - e. Tidak pernah memiliki tempat berbelanja bagi pengunjungnya.

**Variabel Kepuasan Wisatawan (Y)**

J. Kesesuaian harapan.

17. Tempat wisata di Desa Bongo telah sesuai harapan wisatawan.
  - a. Selalu sesuai harapan wisatawan.
  - b. Sering sesuai harapan wisatawan.
  - c. Kadang-kadang sesuai harapan wisatawan.
  - d. Jarang sesuai harapan wisatawan.
  - e. Tidak pernah sesuai harapan wisatawan.
18. Anda senang setelah berkunjung ketempat wisata Desa Bongo.
  - a. Selalu senang setelah berkunjung
  - b. Sering senang setelah berkunjung.
  - c. Kadang-kadang senang setelah berkunjung
  - d. Jarang senang setelah berkunjung

- e. Tidak pernah senang setelah berkunjung.

K. Minat berkunjung kembali.

19. Anda berencana datang berkunjung lagi di wisata Desa Bongo.
  - a. Selalu berencana datang berkunjung lagi.
  - b. Sering berencana datang berkunjung lagi.
  - c. Kadang-kadang berencana datang berkunjung lagi.
  - d. Jarang berencana datang berkunjung lagi.
  - e. Tidak pernah berencana datang berkunjung lagi.
20. Wisata Desa Bongo menjadi pilihan wisata Anda kedepannya .
  - a. Selalu menjadi pilihan wisata
  - b. Sering menjadi pilihan wisata.
  - c. Kadang-kadang menjadi pilihan wisata.
  - d. Jarang menjadi pilihan wisata.
  - e. Tidak pernah menjadi pilihan wisata.

L. Ketersediaan merekomendasi.

21. Anda bersedia merekomendasikan tempat wisata desa Bongo ke orang lain.
  - a. Selalu merekomendasikan ke orang lain.
  - b. Sering merekomendasikan ke orang lain.
  - c. Kadang-kadang merekomendasikan ke orang lain.
  - d. Jarang merekomendasikan ke orang lain.
  - e. Tidak pernah merekomendasikan ke orang lain.
22. Anda akan mengajak teman ataupun keluarga untuk berkunjung di wisata Desa Bongo.
  - a. Selalu mengajak teman ataupun keluarga untuk berkunjung.
  - b. Sering mengajak teman ataupun keluarga untuk berkunjung.
  - c. Kadang-kadang mengajak teman ataupun keluarga untuk berkunjung.
  - d. Jarang mengajak teman ataupun keluarga untuk berkunjung.
  - e. Tidak pernah mengajak teman ataupun keluarga untuk berkunjung.

## Lampira 2. DATA ORDINAL DAN INTERVAL

### DATA ORDINAL VARIABEL LOKASI (X1)

No. res	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	Total
1	3	2	2	3	4	2	5	5	4	4	34
2	5	5	4	3	4	4	5	5	4	4	43
3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	31
4	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	41
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
6	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	39
7	3	3	3	3	4	4	5	5	4	3	37
8	4	5	3	3	3	3	5	4	4	4	38
9	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	34
10	5	5	3	3	2	4	5	5	4	4	40
11	5	4	4	3	2	4	4	4	4	4	38
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
13	2	4	4	3	2	5	5	5	4	4	38
14	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	45
15	5	5	4	3	4	5	5	5	4	4	44
16	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	36
17	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	34
18	4	5	3	2	3	4	4	4	3	3	35
19	3	3	3	3	4	4	5	5	4	3	37
20	3	4	3	3	2	2	4	5	4	3	33
21	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	44
22	3	4	5	4	5	4	4	5	5	4	43
23	4	5	3	3	2	2	5	5	3	3	35
24	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	38

[illegible]

53	4	5	4	4	3	3	5	5	4	4	41
54	4	4	4	3	4	4	5	5	4	4	41
55	2	4	4	3	3	3	5	5	4	4	37
56	5	5	3	3	2	2	5	5	3	3	36
57	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
58	4	3	3	3	4	3	5	5	3	3	36
59	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	37
60	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	48
61	3	3	2	2	3	3	4	4	3	3	30
62	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
63	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	47
64	4	4	3	3	2	3	4	4	3	3	33
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
66	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
67	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	35
68	3	5	5	3	4	4	4	5	4	4	41
69	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
70	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	43
71	4	4	3	3	3	3	4	5	3	3	35
72	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	36
73	4	3	4	3	3	3	5	5	4	3	37
74	3	4	4	3	4	4	4	5	4	4	39
75	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	43
76	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
77	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
78	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	38
79	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	34
80	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	47

81	3	5	4	5	4	4	5	5	4	4	43
82	3	5	3	3	4	4	5	5	4	3	39
83	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	46
84	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
85	4	4	3	3	4	4	5	5	4	4	40
86	3	5	5	3	4	4	4	5	4	4	41
87	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	42
88	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
89	4	3	3	3	3	3	5	5	3	3	35
90	4	3	3	3	3	3	5	5	3	3	35
91	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
92	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39

### DATA INTERVAL VARIABEL LOKASI (X1)

#### Succesive Detail

Col	Category	Freq	Prop	Cum	Density	Z	Scale
1.000	2.000	3.000	0.033	0.033	0.073	-1.844	1.000
	3.000	20.000	0.217	0.250	0.318	-0.674	2.109
	4.000	40.000	0.435	0.685	0.355	0.481	3.149
	5.000	29.000	0.315	1.000	0.000		4.363
2.000	2.000	1.000	0.011	0.011	0.029	-2.295	1.000
	3.000	12.000	0.130	0.141	0.224	-1.074	2.139
	4.000	42.000	0.457	0.598	0.387	0.248	3.280
	5.000	37.000	0.402	1.000	0.000		4.599
3.000	2.000	2.000	0.022	0.022	0.052	-2.019	1.000
	3.000	31.000	0.337	0.359	0.374	-0.362	2.435
	4.000	40.000	0.435	0.793	0.285	0.819	3.593

	5.000	19.000	0.207	1.000	0.000		4.772
4.000	2.000	4.000	0.043	0.043	0.092	-1.712	1.000
	3.000	45.000	0.489	0.533	0.398	0.082	2.496
	4.000	26.000	0.283	0.815	0.267	0.897	3.584
	5.000	17.000	0.185	1.000	0.000		4.564
5.000	2.000	7.000	0.076	0.076	0.143	-1.432	1.000
	3.000	28.000	0.304	0.380	0.381	-0.304	2.100
	4.000	38.000	0.413	0.793	0.285	0.819	3.112
	5.000	19.000	0.207	1.000	0.000		4.263
6.000	2.000	4.000	0.043	0.043	0.092	-1.712	1.000
	3.000	24.000	0.261	0.304	0.350	-0.512	2.132
	4.000	47.000	0.511	0.815	0.267	0.897	3.283
	5.000	17.000	0.185	1.000	0.000		4.564
7.000	3.000	3.000	0.033	0.033	0.073	-1.844	1.000
	4.000	42.000	0.457	0.489	0.399	-0.027	2.522
	5.000	47.000	0.511	1.000	0.000		4.016
8.000	3.000	3.000	0.033	0.033	0.073	-1.844	1.000
	4.000	33.000	0.359	0.391	0.384	-0.276	2.368
	5.000	56.000	0.609	1.000	0.000		3.867
9.000	3.000	17.000	0.185	0.185	0.267	-0.897	1.000
	4.000	51.000	0.554	0.739	0.325	0.641	2.339
	5.000	24.000	0.261	1.000	0.000		3.689
10.000	2.000	1.000	0.011	0.011	0.029	-2.295	1.000
	3.000	26.000	0.283	0.293	0.344	-0.543	2.520
	4.000	49.000	0.533	0.826	0.257	0.939	3.801
	5.000	16.000	0.174	1.000	0.000		5.113

---

**Successive Interval**



<b>x1.1</b>	<b>x1.2</b>	<b>x1.3</b>	<b>x1.4</b>	<b>x1.5</b>	<b>x1.6</b>	<b>x1.7</b>	<b>x1.8</b>	<b>x1.9</b>	<b>x1.10</b>	<b>Total x1</b>
2.109	1.000	1.000	2.496	3.112	1.000	4.016	3.867	2.339	3.801	24.740
4.363	4.599	3.593	2.496	3.112	3.283	4.016	3.867	2.339	3.801	35.469
2.109	2.139	3.593	2.496	2.100	2.132	1.000	1.000	1.000	2.520	20.090
4.363	4.599	3.593	2.496	3.112	3.283	2.522	2.368	2.339	3.801	32.476
3.149	4.599	4.772	4.564	4.263	4.564	4.016	3.867	3.689	5.113	42.596
4.363	3.280	3.593	2.496	2.100	3.283	2.522	2.368	2.339	3.801	30.145
2.109	2.139	2.435	2.496	3.112	3.283	4.016	3.867	2.339	2.520	28.317
3.149	4.599	2.435	2.496	2.100	2.132	4.016	2.368	2.339	3.801	29.436
2.109	3.280	2.435	2.496	2.100	2.132	2.522	2.368	1.000	3.801	24.244
4.363	4.599	2.435	2.496	1.000	3.283	4.016	3.867	2.339	3.801	32.199
4.363	3.280	3.593	2.496	1.000	3.283	2.522	2.368	2.339	3.801	29.045
4.363	4.599	4.772	4.564	4.263	4.564	4.016	3.867	3.689	5.113	43.809
1.000	3.280	3.593	2.496	1.000	4.564	4.016	3.867	2.339	3.801	29.955
3.149	4.599	3.593	3.584	4.263	4.564	2.522	3.867	2.339	5.113	37.591
4.363	4.599	3.593	2.496	3.112	4.564	4.016	3.867	2.339	3.801	36.749
3.149	3.280	2.435	2.496	3.112	3.283	1.000	1.000	2.339	3.801	25.896
2.109	3.280	2.435	2.496	2.100	3.283	2.522	2.368	1.000	2.520	24.114
3.149	4.599	2.435	1.000	2.100	3.283	2.522	2.368	1.000	2.520	24.977
2.109	2.139	2.435	2.496	3.112	3.283	4.016	3.867	2.339	2.520	28.317
2.109	3.280	2.435	2.496	1.000	1.000	2.522	3.867	2.339	2.520	23.568
4.363	4.599	3.593	3.584	3.112	3.283	4.016	3.867	2.339	3.801	36.556
2.109	3.280	4.772	3.584	4.263	3.283	2.522	3.867	3.689	3.801	35.169
3.149	4.599	2.435	2.496	1.000	1.000	4.016	3.867	1.000	2.520	26.083
3.149	3.280	2.435	2.496	3.112	3.283	2.522	2.368	2.339	3.801	28.786
1.000	2.139	3.593	1.000	2.100	3.283	4.016	2.368	2.339	3.801	25.640
4.363	4.599	4.772	4.564	4.263	4.564	4.016	3.867	3.689	5.113	43.809

3.149	3.280	2.435	2.496	2.100	3.283	2.522	2.368	2.339	3.801	27.773
2.109	3.280	3.593	3.584	2.100	2.132	2.522	2.368	2.339	2.520	26.547
4.363	4.599	4.772	4.564	4.263	4.564	4.016	3.867	3.689	5.113	43.809
3.149	3.280	2.435	2.496	2.100	3.283	2.522	2.368	2.339	2.520	26.492
3.149	3.280	3.593	3.584	2.100	3.283	2.522	2.368	2.339	3.801	30.018
3.149	3.280	4.772	3.584	3.112	4.564	4.016	3.867	3.689	3.801	37.834
3.149	4.599	2.435	2.496	2.100	2.132	2.522	3.867	2.339	2.520	28.159
3.149	3.280	4.772	4.564	3.112	3.283	2.522	3.867	3.689	5.113	37.351
2.109	2.139	2.435	2.496	2.100	2.132	2.522	2.368	1.000	2.520	21.822
3.149	3.280	2.435	2.496	2.100	2.132	2.522	2.368	1.000	1.000	22.483
4.363	4.599	3.593	3.584	2.100	2.132	2.522	2.368	2.339	3.801	31.400
4.363	4.599	2.435	2.496	3.112	3.283	4.016	3.867	2.339	3.801	34.311
2.109	3.280	2.435	2.496	4.263	3.283	4.016	3.867	2.339	2.520	30.608
4.363	4.599	4.772	3.584	3.112	4.564	2.522	3.867	3.689	5.113	40.184
4.363	4.599	3.593	3.584	4.263	4.564	4.016	3.867	3.689	5.113	41.650
3.149	3.280	3.593	3.584	3.112	3.283	4.016	3.867	2.339	3.801	34.024
4.363	4.599	4.772	3.584	4.263	3.283	4.016	3.867	3.689	3.801	40.236
4.363	4.599	4.772	4.564	4.263	4.564	4.016	3.867	3.689	5.113	43.809
3.149	3.280	3.593	3.584	3.112	3.283	2.522	2.368	2.339	3.801	31.031
3.149	3.280	4.772	4.564	4.263	3.283	4.016	3.867	3.689	5.113	39.996
4.363	4.599	2.435	2.496	4.263	3.283	4.016	3.867	2.339	3.801	35.462
2.109	2.139	2.435	1.000	2.100	2.132	2.522	2.368	2.339	3.801	22.946
3.149	3.280	3.593	3.584	3.112	3.283	4.016	3.867	1.000	2.520	31.404
3.149	3.280	3.593	3.584	2.100	2.132	2.522	2.368	2.339	3.801	28.867
3.149	2.139	3.593	3.584	3.112	2.132	4.016	3.867	3.689	2.520	31.802
3.149	3.280	3.593	3.584	3.112	3.283	2.522	2.368	1.000	3.801	29.692
3.149	4.599	3.593	3.584	2.100	2.132	4.016	3.867	2.339	3.801	33.179

3.149	3.280	3.593	2.496	3.112	3.283	4.016	3.867	2.339	3.801	32.936
1.000	3.280	3.593	2.496	2.100	2.132	4.016	3.867	2.339	3.801	28.624
4.363	4.599	2.435	2.496	1.000	1.000	4.016	3.867	1.000	2.520	27.296
4.363	4.599	4.772	4.564	4.263	4.564	4.016	3.867	3.689	5.113	43.809
3.149	2.139	2.435	2.496	3.112	2.132	4.016	3.867	1.000	2.520	26.868
3.149	3.280	2.435	2.496	2.100	3.283	2.522	2.368	2.339	3.801	27.773
4.363	4.599	4.772	4.564	3.112	3.283	4.016	3.867	3.689	5.113	41.378
2.109	2.139	1.000	1.000	2.100	2.132	2.522	2.368	1.000	2.520	18.891
4.363	4.599	3.593	4.564	4.263	4.564	4.016	3.867	3.689	5.113	42.631
4.363	4.599	4.772	4.564	4.263	4.564	2.522	3.867	3.689	2.520	39.722
3.149	3.280	2.435	2.496	1.000	2.132	2.522	2.368	1.000	2.520	22.903
3.149	3.280	3.593	3.584	3.112	3.283	2.522	2.368	2.339	3.801	31.031
4.363	4.599	4.772	4.564	4.263	4.564	4.016	3.867	3.689	3.801	42.497
2.109	3.280	2.435	3.584	3.112	2.132	2.522	2.368	1.000	2.520	25.063
2.109	4.599	4.772	2.496	3.112	3.283	2.522	3.867	2.339	3.801	32.899
3.149	3.280	3.593	3.584	3.112	3.283	2.522	2.368	2.339	3.801	31.031
3.149	3.280	3.593	3.584	3.112	3.283	4.016	3.867	3.689	3.801	35.374
3.149	3.280	2.435	2.496	2.100	2.132	2.522	3.867	1.000	2.520	25.501
3.149	3.280	3.593	2.496	2.100	2.132	2.522	2.368	2.339	2.520	26.499
3.149	2.139	3.593	2.496	2.100	2.132	4.016	3.867	2.339	2.520	28.351
2.109	3.280	3.593	2.496	3.112	3.283	2.522	3.867	2.339	3.801	30.402
4.363	3.280	3.593	3.584	3.112	3.283	4.016	2.368	3.689	3.801	35.090
3.149	3.280	3.593	3.584	3.112	3.283	1.000	2.368	2.339	3.801	29.509
4.363	4.599	4.772	4.564	4.263	4.564	4.016	3.867	3.689	5.113	43.809
3.149	3.280	3.593	3.584	2.100	2.132	2.522	2.368	2.339	3.801	28.867
2.109	3.280	2.435	2.496	2.100	2.132	2.522	1.000	2.339	3.801	24.214
4.363	4.599	3.593	4.564	4.263	3.283	2.522	3.867	3.689	5.113	39.855

2.109	4.599	3.593	4.564	3.112	3.283	4.016	3.867	2.339	3.801	35.283
2.109	4.599	2.435	2.496	3.112	3.283	4.016	3.867	2.339	2.520	30.777
4.363	4.599	3.593	4.564	3.112	3.283	4.016	3.867	3.689	3.801	38.887
3.149	3.280	3.593	2.496	3.112	3.283	2.522	2.368	2.339	3.801	29.943
3.149	3.280	2.435	2.496	3.112	3.283	4.016	3.867	2.339	3.801	31.779
2.109	4.599	4.772	2.496	3.112	3.283	2.522	3.867	2.339	3.801	32.899
3.149	3.280	3.593	3.584	3.112	3.283	4.016	3.867	2.339	3.801	34.024
4.363	4.599	4.772	4.564	4.263	4.564	4.016	3.867	3.689	5.113	43.809
3.149	2.139	2.435	2.496	2.100	2.132	4.016	3.867	1.000	2.520	25.855
3.149	2.139	2.435	2.496	2.100	2.132	4.016	3.867	1.000	2.520	25.855
4.363	4.599	3.593	3.584	3.112	3.283	2.522	2.368	2.339	3.801	33.563
3.149	3.280	3.593	2.496	3.112	3.283	2.522	2.368	2.339	3.801	29.943

---

**DATA ORDINAL VARIABEL SARANA WISATA(X2)**

No. res	x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5	x2.6	Total
1	2	3	2	2	2	2	13
2	2	5	4	4	2	2	19
3	3	3	3	3	3	3	18
4	4	4	4	4	2	2	20
5	3	5	5	5	5	5	28
6	3	3	4	4	3	4	21
7	3	4	3	3	3	3	19
8	4	4	4	4	2	2	20
9	3	4	4	3	2	3	19
10	3	4	5	3	3	3	21
11	2	4	2	2	2	2	14
12	2	5	5	5	2	3	22
13	3	3	2	2	2	2	14
14	3	4	2	4	4	3	20
15	4	5	4	4	3	3	23
16	3	4	4	4	3	3	21
17	3	4	3	2	2	2	16
18	2	4	4	3	3	4	20
19	2	3	3	3	3	3	17
20	4	3	3	4	4	4	22
21	4	5	4	4	3	3	23
22	5	5	4	4	5	4	27
23	2	3	4	4	2	5	20
24	3	4	4	3	3	3	20

25	2	4	3	4	3	3	19
26	5	5	5	5	5	5	30
27	3	4	4	4	2	4	21
28	4	3	3	3	3	3	19
29	5	5	5	5	5	5	30
30	3	4	4	4	2	2	19
31	4	4	4	4	4	4	24
32	2	2	4	2	2	2	14
33	3	4	4	4	2	2	19
34	5	4	4	4	5	5	27
35	3	3	3	3	3	3	18
36	4	2	2	2	2	2	14
37	3	4	4	4	3	3	21
38	5	5	5	5	4	4	28
39	2	3	4	4	3	4	20
40	5	5	5	5	5	5	30
41	3	5	4	5	4	4	25
42	4	4	4	4	4	4	24
43	5	4	5	3	3	2	22
44	5	5	5	5	5	5	30
45	4	4	4	4	4	4	24
46	4	4	5	5	3	3	24
47	3	5	3	4	4	3	22
48	3	3	4	4	3	3	20
49	2	4	3	3	2	2	16
50	3	3	3	3	3	3	18
51	4	3	3	3	3	3	19

52	4	4	3	4	2	2	19
53	3	3	4	3	3	3	19
54	4	4	4	4	3	3	22
55	3	4	4	4	3	3	21
56	5	5	3	3	3	3	22
57	5	5	5	5	4	4	28
58	3	4	4	4	2	3	20
59	4	4	4	2	2	4	20
60	5	5	4	4	4	5	27
61	2	4	2	2	2	2	14
62	5	5	5	4	3	2	24
63	4	4	4	4	3	3	22
64	2	5	2	3	3	3	18
65	4	4	4	4	4	4	24
66	4	4	4	4	4	4	24
67	4	4	4	4	4	4	24
68	4	4	4	4	3	3	22
69	4	3	4	4	4	4	23
70	3	5	4	4	4	4	24
71	3	4	3	3	3	3	19
72	4	4	4	4	3	3	22
73	3	3	3	4	3	3	19
74	4	3	4	4	3	3	21
75	4	4	4	4	3	3	22
76	4	4	4	4	4	4	24
77	5	5	5	5	5	5	30
78	3	4	3	3	3	3	19

79	4	3	4	4	3	3	21
80	3	5	5	4	5	4	26
81	3	4	5	4	3	3	22
82	4	4	4	4	3	4	23
83	3	5	5	5	5	5	28
84	3	3	3	3	3	3	18
85	3	4	4	4	3	3	21
86	4	4	4	4	3	3	22
87	4	3	4	3	3	3	20
88	5	5	4	5	5	4	28
89	3	4	2	3	2	3	17
90	3	4	2	3	2	3	17
91	3	5	4	4	3	3	22
92	4	4	3	3	3	3	20

### DATA INTERVAL VARIABEL *BRAND IMAGE (X2)*

#### Successive Detail

Col	Category	Freq	Prop	Cum	Density	Z	Scale
1.000	2.000	13.000	0.141	0.141	0.224	-1.074	1.000
	3.000	35.000	0.380	0.522	0.398	0.055	2.127
	4.000	30.000	0.326	0.848	0.235	1.027	3.085
	5.000	14.000	0.152	1.000	0.000		4.132
2.000	2.000	2.000	0.022	0.022	0.052	-2.019	1.000
	3.000	20.000	0.217	0.239	0.310	-0.709	2.202
	4.000	46.000	0.500	0.739	0.325	0.641	3.361
	5.000	24.000	0.261	1.000	0.000		4.636



3.000	2.000	9.000	0.098	0.098	0.173	-1.294	1.000
	3.000	19.000	0.207	0.304	0.350	-0.512	1.907
	4.000	48.000	0.522	0.826	0.257	0.939	2.944
	5.000	16.000	0.174	1.000	0.000		4.242
4.000	2.000	8.000	0.087	0.087	0.158	-1.360	1.000
	3.000	23.000	0.250	0.337	0.365	-0.421	1.993
	4.000	48.000	0.522	0.859	0.224	1.074	3.091
	5.000	13.000	0.141	1.000	0.000		4.405
5.000	2.000	22.000	0.239	0.239	0.310	-0.709	1.000
	3.000	43.000	0.467	0.707	0.344	0.543	2.225
	4.000	16.000	0.174	0.880	0.200	1.177	3.129
	5.000	11.000	0.120	1.000	0.000		3.966
6.000	2.000	16.000	0.174	0.174	0.257	-0.939	1.000
	3.000	44.000	0.478	0.652	0.370	0.391	2.241
	4.000	22.000	0.239	0.891	0.186	1.233	3.242
	5.000	10.000	0.109	1.000	0.000		4.192

---

### Succesive Interval

<b>x2.1</b>	<b>x2.2</b>	<b>x2.3</b>	<b>x2.4</b>	<b>x2.5</b>	<b>x2.6</b>	<b>Total x2</b>
1.000	2.202	1.000	1.000	1.000	1.000	7.202
1.000	4.636	2.944	3.091	1.000	1.000	13.670
2.127	2.202	1.907	1.993	2.225	2.241	12.694
3.085	3.361	2.944	3.091	1.000	1.000	14.480
2.127	4.636	4.242	4.405	3.966	4.192	23.567
2.127	2.202	2.944	3.091	2.225	3.242	15.830
2.127	3.361	1.907	1.993	2.225	2.241	13.853
3.085	3.361	2.944	3.091	1.000	1.000	14.480
2.127	3.361	2.944	1.993	1.000	2.241	13.665
2.127	3.361	4.242	1.993	2.225	2.241	16.187
1.000	3.361	1.000	1.000	1.000	1.000	8.361
1.000	4.636	4.242	4.405	1.000	2.241	17.523
2.127	2.202	1.000	1.000	1.000	1.000	8.329
2.127	3.361	1.000	3.091	3.129	2.241	14.948
3.085	4.636	2.944	3.091	2.225	2.241	18.221
2.127	3.361	2.944	3.091	2.225	2.241	15.988
2.127	3.361	1.907	1.000	1.000	1.000	10.395
1.000	3.361	2.944	1.993	2.225	3.242	14.765
1.000	2.202	1.907	1.993	2.225	2.241	11.567
3.085	2.202	1.907	3.091	3.129	3.242	16.656
3.085	4.636	2.944	3.091	2.225	2.241	18.221
4.132	4.636	2.944	3.091	3.966	3.242	22.011
1.000	2.202	2.944	3.091	1.000	4.192	14.428

2.127	3.361	2.944	1.993	2.225	2.241	14.890
1.000	3.361	1.907	3.091	2.225	2.241	13.824
4.132	4.636	4.242	4.405	3.966	4.192	25.573
2.127	3.361	2.944	3.091	1.000	3.242	15.764
3.085	2.202	1.907	1.993	2.225	2.241	13.652
4.132	4.636	4.242	4.405	3.966	4.192	25.573
2.127	3.361	2.944	3.091	1.000	1.000	13.522
3.085	3.361	2.944	3.091	3.129	3.242	18.852
1.000	1.000	2.944	1.000	1.000	1.000	7.944
2.127	3.361	2.944	3.091	1.000	1.000	13.522
4.132	3.361	2.944	3.091	3.966	4.192	21.685
2.127	2.202	1.907	1.993	2.225	2.241	12.694
3.085	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	8.085
2.127	3.361	2.944	3.091	2.225	2.241	15.988
4.132	4.636	4.242	4.405	3.129	3.242	23.786
1.000	2.202	2.944	3.091	2.225	3.242	14.704
4.132	4.636	4.242	4.405	3.966	4.192	25.573
2.127	4.636	2.944	4.405	3.129	3.242	20.483
3.085	3.361	2.944	3.091	3.129	3.242	18.852
4.132	3.361	4.242	1.993	2.225	1.000	16.952
4.132	4.636	4.242	4.405	3.966	4.192	25.573
3.085	3.361	2.944	3.091	3.129	3.242	18.852
3.085	3.361	4.242	4.405	2.225	2.241	19.558
2.127	4.636	1.907	3.091	3.129	2.241	17.130
2.127	2.202	2.944	3.091	2.225	2.241	14.829
1.000	3.361	1.907	1.993	1.000	1.000	10.261
2.127	2.202	1.907	1.993	2.225	2.241	12.694

3.085	2.202	1.907	1.993	2.225	2.241	13.652
3.085	3.361	1.907	3.091	1.000	1.000	13.444
2.127	2.202	2.944	1.993	2.225	2.241	13.731
3.085	3.361	2.944	3.091	2.225	2.241	16.946
2.127	3.361	2.944	3.091	2.225	2.241	15.988
4.132	4.636	1.907	1.993	2.225	2.241	17.133
4.132	4.636	4.242	4.405	3.129	3.242	23.786
2.127	3.361	2.944	3.091	1.000	2.241	14.763
3.085	3.361	2.944	1.000	1.000	3.242	14.632
4.132	4.636	2.944	3.091	3.129	4.192	22.123
1.000	3.361	1.000	1.000	1.000	1.000	8.361
4.132	4.636	4.242	3.091	2.225	1.000	19.325
3.085	3.361	2.944	3.091	2.225	2.241	16.946
1.000	4.636	1.000	1.993	2.225	2.241	13.094
3.085	3.361	2.944	3.091	3.129	3.242	18.852
3.085	3.361	2.944	3.091	3.129	3.242	18.852
3.085	3.361	2.944	3.091	3.129	3.242	18.852
3.085	3.361	2.944	3.091	2.225	2.241	16.946
3.085	2.202	2.944	3.091	3.129	3.242	17.693
2.127	4.636	2.944	3.091	3.129	3.242	19.169
2.127	3.361	1.907	1.993	2.225	2.241	13.853
3.085	3.361	2.944	3.091	2.225	2.241	16.946
2.127	2.202	1.907	3.091	2.225	2.241	13.792
3.085	2.202	2.944	3.091	2.225	2.241	15.787
3.085	3.361	2.944	3.091	2.225	2.241	16.946
3.085	3.361	2.944	3.091	3.129	3.242	18.852
4.132	4.636	4.242	4.405	3.966	4.192	25.573

2.127	3.361	1.907	1.993	2.225	2.241	13.853
3.085	2.202	2.944	3.091	2.225	2.241	15.787
2.127	4.636	4.242	3.091	3.966	3.242	21.303
2.127	3.361	4.242	3.091	2.225	2.241	17.285
3.085	3.361	2.944	3.091	2.225	3.242	17.947
2.127	4.636	4.242	4.405	3.966	4.192	23.567
2.127	2.202	1.907	1.993	2.225	2.241	12.694
2.127	3.361	2.944	3.091	2.225	2.241	15.988
3.085	3.361	2.944	3.091	2.225	2.241	16.946
3.085	2.202	2.944	1.993	2.225	2.241	14.689
4.132	4.636	2.944	4.405	3.966	3.242	23.325
2.127	3.361	1.000	1.993	1.000	2.241	11.721
2.127	3.361	1.000	1.993	1.000	2.241	11.721
2.127	4.636	2.944	3.091	2.225	2.241	17.263
3.085	3.361	1.907	1.993	2.225	2.241	14.811

---

#### DATA ORDIAL VARIABEL KEPUASAN WISATAWAN(Y)

No. Res	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Total
1	4	4	4	3	4	5	24
2	3	5	4	3	4	4	23
3	4	3	5	5	5	3	25
4	4	4	4	4	4	4	24
5	4	5	4	4	4	4	25
6	4	4	4	4	4	4	24

7	3	4	4	4	4	4	23
8	3	3	4	3	5	5	23
9	3	4	4	4	4	3	22
10	3	4	4	3	4	4	22
11	4	4	4	4	4	4	24
12	5	5	5	5	5	5	30
13	4	4	4	4	4	3	23
14	4	5	5	4	5	5	28
15	4	4	4	3	4	4	23
16	3	4	4	3	4	4	22
17	2	3	3	3	3	3	17
18	3	5	4	3	3	3	21
19	3	4	4	3	5	4	23
20	4	3	3	4	4	4	22
21	4	4	4	4	4	4	24
22	5	5	5	5	3	5	28
23	3	3	3	3	4	4	20
24	4	4	4	4	4	4	24
25	3	3	4	2	3	2	17
26	5	5	5	5	5	5	30
27	3	4	3	3	3	4	20
28	3	3	3	3	3	3	18
29	5	5	5	5	5	5	30
30	3	4	4	4	4	3	22
31	4	4	4	4	4	4	24
32	4	5	4	5	5	5	28
33	3	4	4	3	3	4	21

34	5	4	5	4	5	4	27
35	3	3	4	3	3	3	19
36	2	3	3	3	4	4	19
37	4	5	4	4	3	4	24
38	4	4	4	4	4	4	24
39	3	4	4	4	4	5	24
40	5	4	4	4	5	5	27
41	4	5	5	5	5	5	29
42	4	4	4	4	4	4	24
43	5	5	5	5	5	5	30
44	5	5	5	5	5	5	30
45	4	4	4	4	4	4	24
46	4	5	5	5	4	5	28
47	4	4	4	4	5	5	26
48	4	4	4	4	4	4	24
49	2	3	3	3	3	3	17
50	4	5	4	4	4	4	25
51	4	5	5	4	5	4	27
52	2	4	4	3	3	3	19
53	4	4	4	3	4	4	23
54	3	4	4	4	4	4	23
55	4	4	4	4	4	4	24
56	4	4	4	3	4	4	23
57	5	5	5	5	5	5	30
58	3	4	3	3	3	3	19
59	3	3	3	3	4	3	19
60	5	5	5	5	5	5	30

61	3	3	3	2	3	2	16
62	5	4	4	4	2	2	21
63	4	4	4	4	4	4	24
64	3	4	4	3	4	3	21
65	4	4	4	4	4	4	24
66	5	5	4	5	5	5	29
67	4	4	4	4	4	4	24
68	4	5	5	5	4	4	27
69	4	4	4	4	4	4	24
70	5	5	5	5	5	5	30
71	3	4	4	4	4	4	23
72	4	4	4	4	4	4	24
73	3	4	5	5	4	5	26
74	4	4	4	4	4	4	24
75	4	4	5	4	4	5	26
76	3	4	5	4	5	5	26
77	5	5	5	5	5	5	30
78	4	4	4	3	4	4	23
79	3	3	3	4	3	3	19
80	4	5	4	5	5	5	28
81	5	4	5	4	5	4	27
82	3	5	4	4	4	4	24
83	5	5	5	5	5	5	30
84	3	3	3	3	3	3	18
85	3	4	4	3	4	3	21
86	4	5	5	5	4	4	27
87	3	3	4	3	4	3	20



88	5	5	5	5	5	5	30
89	3	3	3	3	3	3	18
90	3	3	3	3	3	3	18
91	4	4	4	4	4	4	24
92	3	4	4	4	4	4	23

### DATA INTERVAL VARIABEL KEPUASAN WISATAWAN(Y)

#### Succesive Detail

Col	Category	Freq	Prop	Cum	Density	Z	Scale
1.000	2.000	4.000	0.043	0.043	0.092	-1.712	1.000
	3.000	32.000	0.348	0.391	0.384	-0.276	2.281
	4.000	39.000	0.424	0.815	0.267	0.897	3.397
	5.000	17.000	0.185	1.000	0.000		4.564
2.000	3.000	17.000	0.185	0.185	0.267	-0.897	1.000
	4.000	48.000	0.522	0.707	0.344	0.543	2.295
	5.000	27.000	0.293	1.000	0.000		3.616
3.000	3.000	14.000	0.152	0.152	0.235	-1.027	1.000
	4.000	54.000	0.587	0.739	0.325	0.641	2.394
	5.000	24.000	0.261	1.000	0.000		3.792
4.000	2.000	2.000	0.022	0.022	0.052	-2.019	1.000
	3.000	28.000	0.304	0.326	0.360	-0.451	2.377
	4.000	41.000	0.446	0.772	0.302	0.745	3.520
	5.000	21.000	0.228	1.000	0.000		4.715
5.000	2.000	1.000	0.011	0.011	0.029	-2.295	1.000
	3.000	17.000	0.185	0.196	0.276	-0.857	2.297
	4.000	49.000	0.533	0.728	0.332	0.608	3.533

	5.000	25.000	0.272	1.000	0.000		4.858
6.000	2.000	3.000	0.033	0.033	0.073	-1.844	1.000
	3.000	19.000	0.207	0.239	0.310	-0.709	2.086
	4.000	44.000	0.478	0.717	0.338	0.575	3.177
	5.000	26.000	0.283	1.000	0.000		4.432

### Successive Interval

Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Total Y
3.397	2.295	2.394	2.377	3.533	4.432	18.428
2.281	3.616	2.394	2.377	3.533	3.177	17.379
3.397	1.000	3.792	4.715	4.858	2.086	19.848
3.397	2.295	2.394	3.520	3.533	3.177	18.317
3.397	3.616	2.394	3.520	3.533	3.177	19.638
3.397	2.295	2.394	3.520	3.533	3.177	18.317
2.281	2.295	2.394	3.520	3.533	3.177	17.201
2.281	1.000	2.394	2.377	4.858	4.432	17.342
2.281	2.295	2.394	3.520	3.533	2.086	16.110
2.281	2.295	2.394	2.377	3.533	3.177	16.058
3.397	2.295	2.394	3.520	3.533	3.177	18.317
4.564	3.616	3.792	4.715	4.858	4.432	25.977
3.397	2.295	2.394	3.520	3.533	2.086	17.226
3.397	3.616	3.792	3.520	4.858	4.432	23.616
3.397	2.295	2.394	2.377	3.533	3.177	17.173
2.281	2.295	2.394	2.377	3.533	3.177	16.058
1.000	1.000	1.000	2.377	2.297	2.086	9.760
2.281	3.616	2.394	2.377	2.297	2.086	15.052
2.281	2.295	2.394	2.377	4.858	3.177	17.382

3.397	1.000	1.000	3.520	3.533	3.177	15.628
3.397	2.295	2.394	3.520	3.533	3.177	18.317
4.564	3.616	3.792	4.715	2.297	4.432	23.416
2.281	1.000	1.000	2.377	3.533	3.177	13.368
3.397	2.295	2.394	3.520	3.533	3.177	18.317
2.281	1.000	2.394	1.000	2.297	1.000	9.973
4.564	3.616	3.792	4.715	4.858	4.432	25.977
2.281	2.295	1.000	2.377	2.297	3.177	13.427
2.281	1.000	1.000	2.377	2.297	2.086	11.041
4.564	3.616	3.792	4.715	4.858	4.432	25.977
2.281	2.295	2.394	3.520	3.533	2.086	16.110
3.397	2.295	2.394	3.520	3.533	3.177	18.317
3.397	3.616	2.394	4.715	4.858	4.432	23.412
2.281	2.295	2.394	2.377	2.297	3.177	14.822
4.564	2.295	3.792	3.520	4.858	3.177	22.207
2.281	1.000	2.394	2.377	2.297	2.086	12.436
1.000	1.000	1.000	2.377	3.533	3.177	12.087
3.397	3.616	2.394	3.520	2.297	3.177	18.402
3.397	2.295	2.394	3.520	3.533	3.177	18.317
2.281	2.295	2.394	3.520	3.533	4.432	18.456
4.564	2.295	2.394	3.520	4.858	4.432	22.063
3.397	3.616	3.792	4.715	4.858	4.432	24.810
3.397	2.295	2.394	3.520	3.533	3.177	18.317
4.564	3.616	3.792	4.715	4.858	4.432	25.977
4.564	3.616	3.792	4.715	4.858	4.432	25.977
3.397	2.295	2.394	3.520	3.533	3.177	18.317
3.397	3.616	3.792	4.715	3.533	4.432	23.486

3.397	2.295	2.394	3.520	4.858	4.432	20.897
3.397	2.295	2.394	3.520	3.533	3.177	18.317
1.000	1.000	1.000	2.377	2.297	2.086	9.760
3.397	3.616	2.394	3.520	3.533	3.177	19.638
3.397	3.616	3.792	3.520	4.858	3.177	22.361
1.000	2.295	2.394	2.377	2.297	2.086	12.449
3.397	2.295	2.394	2.377	3.533	3.177	17.173
2.281	2.295	2.394	3.520	3.533	3.177	17.201
3.397	2.295	2.394	3.520	3.533	3.177	18.317
3.397	2.295	2.394	2.377	3.533	3.177	17.173
4.564	3.616	3.792	4.715	4.858	4.432	25.977
2.281	2.295	1.000	2.377	2.297	2.086	12.336
2.281	1.000	1.000	2.377	3.533	2.086	12.277
4.564	3.616	3.792	4.715	4.858	4.432	25.977
2.281	1.000	1.000	1.000	2.297	1.000	8.578
4.564	2.295	2.394	3.520	1.000	1.000	14.774
3.397	2.295	2.394	3.520	3.533	3.177	18.317
2.281	2.295	2.394	2.377	3.533	2.086	14.967
3.397	2.295	2.394	3.520	3.533	3.177	18.317
4.564	3.616	2.394	4.715	4.858	4.432	24.579
3.397	2.295	2.394	3.520	3.533	3.177	18.317
3.397	3.616	3.792	4.715	3.533	3.177	22.231
3.397	2.295	2.394	3.520	3.533	3.177	18.317
4.564	3.616	3.792	4.715	4.858	4.432	25.977
2.281	2.295	2.394	3.520	3.533	3.177	17.201
3.397	2.295	2.394	3.520	3.533	3.177	18.317
2.281	2.295	3.792	4.715	3.533	4.432	21.048

3.397	2.295	2.394	3.520	3.533	3.177	18.317
3.397	2.295	3.792	3.520	3.533	4.432	20.970
2.281	2.295	3.792	3.520	4.858	4.432	21.179
4.564	3.616	3.792	4.715	4.858	4.432	25.977
3.397	2.295	2.394	2.377	3.533	3.177	17.173
2.281	1.000	1.000	3.520	2.297	2.086	12.185
3.397	3.616	2.394	4.715	4.858	4.432	23.412
4.564	2.295	3.792	3.520	4.858	3.177	22.207
2.281	3.616	2.394	3.520	3.533	3.177	18.523
4.564	3.616	3.792	4.715	4.858	4.432	25.977
2.281	1.000	1.000	2.377	2.297	2.086	11.041
2.281	2.295	2.394	2.377	3.533	2.086	14.967
3.397	3.616	3.792	4.715	3.533	3.177	22.231
2.281	1.000	2.394	2.377	3.533	2.086	13.672
4.564	3.616	3.792	4.715	4.858	4.432	25.977
2.281	1.000	1.000	2.377	2.297	2.086	11.041
2.281	1.000	1.000	2.377	2.297	2.086	11.041
3.397	2.295	2.394	3.520	3.533	3.177	18.317
2.281	2.295	2.394	3.520	3.533	3.177	17.201

---

**Lampiran 3. DISTRIBUSI FREKUENSI**

**VARIABEL LOKASI(X1)**

**Frequency Table**

**X1\_1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	3	3.3	3.3	3.3
	3.00	20	21.7	21.7	25.0
	4.00	40	43.5	43.5	68.5
	5.00	29	31.5	31.5	100.0
	Total	92	100.0	100.0	

**X1\_2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	1.1	1.1	1.1
	3.00	12	13.0	13.0	14.1
	4.00	42	45.7	45.7	59.8
	5.00	37	40.2	40.2	100.0
	Total	92	100.0	100.0	

**X1\_3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	2	2.2	2.2	2.2
	3.00	31	33.7	33.7	35.9

4.00	40	43.5	43.5	79.3
5.00	19	20.7	20.7	100.0
Total	92	100.0	100.0	

**X1\_4**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	4	4.3	4.3	4.3
3.00	45	48.9	48.9	53.3
4.00	26	28.3	28.3	81.5
5.00	17	18.5	18.5	100.0
Total	92	100.0	100.0	

**X1\_5**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	7	7.6	7.6	7.6
3.00	28	30.4	30.4	38.0
4.00	38	41.3	41.3	79.3
5.00	19	20.7	20.7	100.0
Total	92	100.0	100.0	

**X1\_6**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	4	4.3	4.3	4.3
3.00	24	26.1	26.1	30.4
4.00	47	51.1	51.1	81.5

5.00	17	18.5	18.5	100.0
Total	92	100.0	100.0	

**X1\_7**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.00	3	3.3	3.3	3.3
4.00	42	45.7	45.7	48.9
5.00	47	51.1	51.1	100.0
Total	92	100.0	100.0	

**X1\_8**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.00	3	3.3	3.3	3.3
4.00	33	35.9	35.9	39.1
5.00	56	60.9	60.9	100.0
Total	92	100.0	100.0	

**X1\_9**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.00	17	18.5	18.5	18.5
4.00	51	55.4	55.4	73.9
5.00	24	26.1	26.1	100.0



Total	92	100.0	100.0
-------	----	-------	-------

**X1\_10**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	1	1.1	1.1	1.1
3.00	26	28.3	28.3	29.3
4.00	49	53.3	53.3	82.6
5.00	16	17.4	17.4	100.0
Total	92	100.0	100.0	

**VARIABEL SARANA WISATA(X2)****X2\_1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	13	14.1	14.1	14.1
3.00	35	38.0	38.0	52.2
4.00	30	32.6	32.6	84.8
5.00	14	15.2	15.2	100.0
Total	92	100.0	100.0	

**X2\_2**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	2	2.2	2.2	2.2
3.00	20	21.7	21.7	23.9

4.00	46	50.0	50.0	73.9
5.00	24	26.1	26.1	100.0
Total	92	100.0	100.0	

**X2\_3**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	9	9.8	9.8	9.8
3.00	19	20.7	20.7	30.4
4.00	48	52.2	52.2	82.6
5.00	16	17.4	17.4	100.0
Total	92	100.0	100.0	

**X2\_4**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	8	8.7	8.7	8.7
3.00	23	25.0	25.0	33.7
4.00	48	52.2	52.2	85.9
5.00	13	14.1	14.1	100.0
Total	92	100.0	100.0	

**X2\_5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	22	23.9	23.9	23.9
	3.00	43	46.7	46.7	70.7
	4.00	16	17.4	17.4	88.0
	5.00	11	12.0	12.0	100.0
	Total	92	100.0	100.0	

**X2\_6**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	16	17.4	17.4	17.4
	3.00	44	47.8	47.8	65.2
	4.00	22	23.9	23.9	89.1
	5.00	10	10.9	10.9	100.0
	Total	92	100.0	100.0	

**VARIABEL KEPUASAN WISATAWAN (Y)****Y1.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	4	4.3	4.3	4.3
	3.00	32	34.8	34.8	39.1
	4.00	39	42.4	42.4	81.5
	5.00	17	18.5	18.5	100.0
	Total	92	100.0	100.0	

**Y1.2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	17	18.5	18.5	18.5
	4.00	48	52.2	52.2	70.7
	5.00	27	29.3	29.3	100.0
	Total	92	100.0	100.0	

**Y1.3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	14	15.2	15.2	15.2
	4.00	54	58.7	58.7	73.9
	5.00	24	26.1	26.1	100.0
	Total	92	100.0	100.0	

**Y1.4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	2	2.2	2.2	2.2
	3.00	28	30.4	30.4	32.6
	4.00	41	44.6	44.6	77.2
	5.00	21	22.8	22.8	100.0
	Total	92	100.0	100.0	

**Y1.5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	1.1	1.1	1.1
	3.00	17	18.5	18.5	19.6
	4.00	49	53.3	53.3	72.8
	5.00	25	27.2	27.2	100.0
	Total	92	100.0	100.0	

## Y1.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	3	3.3	3.3	3.3
	3.00	19	20.7	20.7	23.9
	4.00	44	47.8	47.8	71.7
	5.00	26	28.3	28.3	100.0
	Total	92	100.0	100.0	

## Lampiran 4. UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

### UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS VARIABEL

#### LOKASI(X1)

#### CORRELATIONS

```

/VARIABLES=X1_1 X1_2 X1_3 X1_4 X1_5 X1_6 X1_7 X1_8 X1_9 X1_10
Total_X1

/PRINT=TWOTAIL NOSIG

/MISSING=PAIRWISE.

```

#### Correlations

		Correlations										
		X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	X1_7	X1_8	X1_9	X1_10	Total_X1
X1_1	Pearson Correlation	1	.583**	.354**	.484**	.350**	.390**	.204	.199	.418**	.411**	.636**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000	.001	.000	.051	.058	.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
X1_2	Pearson Correlation	.583**	1	.450**	.455**	.328**	.468**	.162	.293**	.394**	.458**	.655**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.001	.000	.122	.005	.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
X1_3	Pearson Correlation	.354**	.450**	1	.719**	.550**	.627**	.141	.308**	.703**	.624**	.789**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.000	.000	.179	.003	.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
X1_4	Pearson Correlation	.484**	.455**	.719**	1	.631**	.510**	.238*	.346**	.683**	.606**	.819**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.023	.001	.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
X1_5	Pearson Correlation	.350**	.328**	.550**	.631**	1	.671**	.268**	.389**	.638**	.559**	.777**
	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.000	.000		.000	.010	.000	.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
X1_6	Pearson Correlation	.390**	.468**	.627**	.510**	.671**	1	.206*	.270**	.620**	.631**	.777**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.049	.009	.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
X1_7	Pearson Correlation	.204	.162	.141	.238*	.268**	.206*	1	.719**	.311**	.188	.439**
	Sig. (2-tailed)	.241	.122	.179	.023	.010	.049		.000	.003	.073	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
X1_8	Pearson Correlation	.199	.293**	.308**	.346**	.389**	.270**	.719**	1	.382**	.222*	.542**
	Sig. (2-tailed)	.058	.005	.003	.001	.000	.009	.000		.000	.033	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
X1_9	Pearson Correlation	.418**	.394**	.703**	.683**	.638**	.620**	.311**	.382**	1	.705**	.830**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.003	.000		.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
X1_10	Pearson Correlation	.411**	.458**	.624**	.606**	.559**	.631**	.188	.222*	.705**	1	.774**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.073	.033	.000		.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
Total_X1	Pearson Correlation	.636**	.655**	.789**	.819**	.777**	.777**	.439**	.542**	.830**	.774**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92

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

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

**Scale: ALL VARIABLES****Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	92	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	92	100.0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.890	10



# UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

## VARIABEL SARANA WISATA (X2)

### CORRELATIONS

/VARIABLES=X2\_1 X2\_2 X2\_3 X2\_4 X2\_5 X2\_6 Total\_X2

/PRINT=TWOTAIL NOSIG

/MISSING=PAIRWISE.

### Correlations

#### Correlations

		X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5	X2_6	Total_X2
X2_1	Pearson Correlation	1	.316**	.424**	.420**	.540**	.383**	.686**
	Sig. (2-tailed)		.002	.000	.000	.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92
X2_2	Pearson Correlation	.316**	1	.426**	.552**	.452**	.346**	.656**
	Sig. (2-tailed)	.002		.000	.000	.000	.001	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92
X2_3	Pearson Correlation	.424**	.426**	1	.695**	.465**	.482**	.758**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92
X2_4	Pearson Correlation	.420**	.552**	.695**	1	.613**	.586**	.837**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000

	N	92	92	92	92	92	92	92
X2_5	Pearson Correlation	.540**	.452**	.465**	.613**	1	.782**	.851**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92
X2_6	Pearson Correlation	.383**	.346**	.482**	.586**	.782**	1	.789**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	.000		.000
	N	92	92	92	92	92	92	92
Total_X 2	Pearson Correlation	.686**	.656**	.758**	.837**	.851**	.789**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	92	92	92	92	92	92	92

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

## RELIABILITY

```
/VARIABLES=X2_1 X2_2 X2_3 X2_4 X2_5 X2_6
```

```
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
```

```
/MODEL=ALPHA.
```

**Reliability****Scale: ALL VARIABLES****Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	92	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	92	100.0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.856	6

# UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS VARIABEL

## KEPUASAN WISATAWAN(Y)

### CORRELATIONS

/VARIABLES=Y1.1 Y1.2 Y1.3 Y1.4 Y1.5 Y1.6 Total\_Y

/PRINT=TWOTAIL NOSIG

/MISSING=PAIRWISE.

### Correlations

#### Correlations

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Total_Y
Y1.1	Pearson Correlation	1	.605**	.652**	.701**	.548**	.555**	.820**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92
Y1.2	Pearson Correlation	.605**	1	.701**	.679**	.483**	.625**	.813**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92
Y1.3	Pearson Correlation	.652**	.701**	1	.710**	.642**	.608**	.854**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92
Y1.4	Pearson Correlation	.701**	.679**	.710**	1	.590**	.659**	.872**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92

Y1.5	Pearson Correlation	.548**	.483**	.642**	.590**	1	.724**	.796**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92
Y1.6	Pearson Correlation	.555**	.625**	.608**	.659**	.724**	1	.839**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	92	92	92	92	92	92	92
Total_Y	Pearson Correlation	.820**	.813**	.854**	.872**	.796**	.839**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	92	92	92	92	92	92	92

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

#### RELIABILITY

```
/VARIABLES=Y1.1 Y1.2 Y1.3 Y1.4 Y1.5 Y1.6
```

```
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
```

```
/MODEL=ALPHA.
```

#### Reliability

#### Scale: ALL VARIABLES

##### Case Processing Summary

	N	%
Cases Valid	92	100.0
Excluded <sup>a</sup>	0	.0
Total	92	100.0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.910	6

### Lampiran 5. UJI KORELASI

#### CORRELATIONS

```

/VARIABLES=X1 X2

/PRINT=TWOTAIL NOSIG

/MISSING=PAIRWISE.

```

#### Correlations

**Correlations**

		X1	X2
X1	Pearson Correlation	1	.719**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	92	92
X2	Pearson Correlation	.719**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	92	92

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

## Lampiran 6. UJI HIPOTESIS

### REGRESSION

```

/MISSING LISTWISE

/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA

/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)

/NOORIGIN

/DEPENDENT Y

/METHOD=ENTER X1 X2.

```

### Regression

**Variables Entered/Removed<sup>a</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X2, X1 <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: Y

b. All requested variables entered.

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.764 <sup>a</sup>	.584	.575	2.97687



a. Predictors: (Constant), X2, X1

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1106.588	2	553.294	62.436	.000 <sup>b</sup>
	Residual	788.695	89	8.862		
	Total	1895.283	91			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.094	1.593		.687	.494
	X1	.414	.070	.580	5.893	.000
	X2	.248	.105	.232	2.358	.021

a. Dependent Variable: Y



## Lampiran 8. R TABEL DAN F TABEL

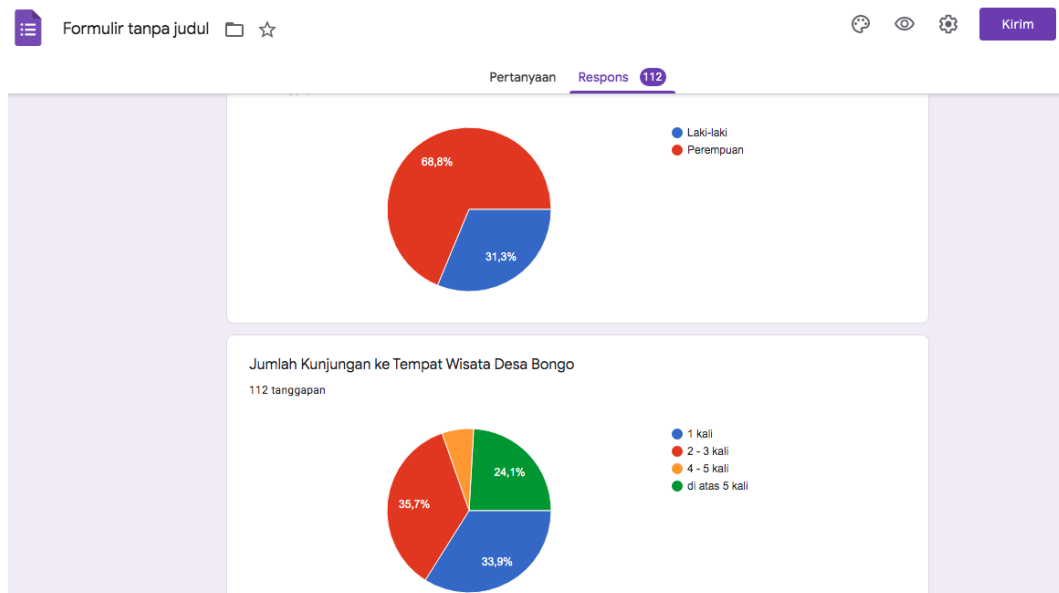
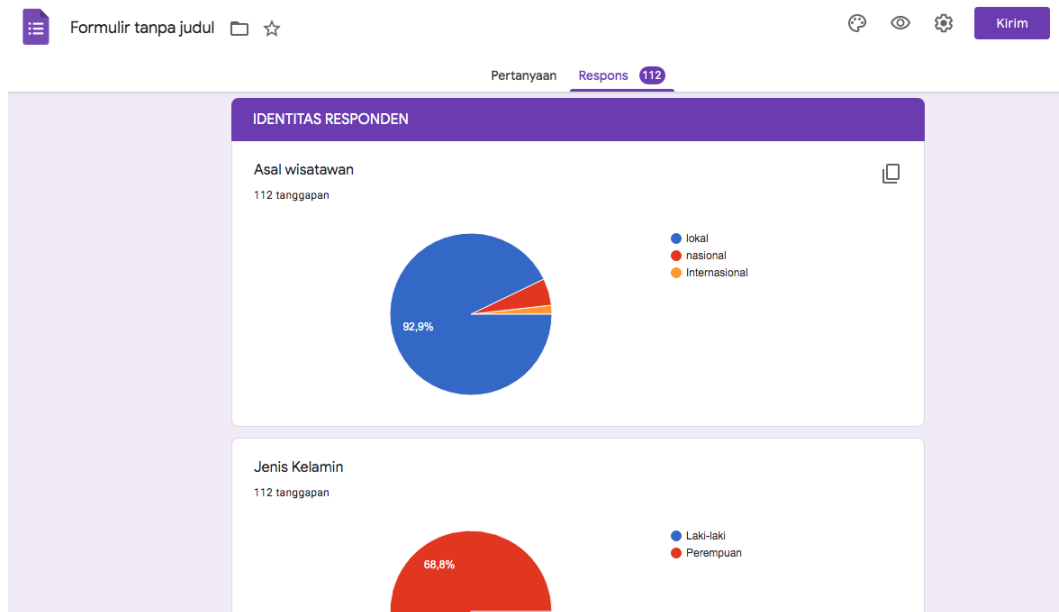
## R TABEL

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

## F TABEL

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78

## CONTOH KUESIONER ONLINE DAN HASIL TANGGAPAN





**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
LEMBAGA PENELITIAN (LEMLIT)  
UNIVERSITAS ICHSAN GORONTALO**

Jl. Raden Saleh No. 17 Kota Gorontalo  
Telp: (0435) 8724466, 829975; Fax: (0435) 82997;  
E-mail: [lembagapenelitian@unisan.ac.id](mailto:lembagapenelitian@unisan.ac.id)

Nomor : 2178/PIP/LEMLIT-UNISAN/GTO/III/2020

Lampiran : -

Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth,

Kepala Desa Bongo

di,-

Kab. Gorontalo

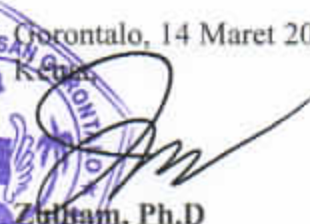
Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Zulham, Ph.D  
NIDN : 0911108104  
Jabatan : Ketua Lembaga Penelitian

Meminta kesediannya untuk memberikan izin pengambilan data dalam rangka penyusunan **Proposal / Skripsi**, kepada :

Nama Mahasiswa : Yeyin Adam  
NIM : E2116160  
Fakultas : Fakultas Ekonomi  
Program Studi : Manajemen  
Lokasi Penelitian : DESA BONGO KECAMATAN BATUDAA PANTAI  
KABUPATEN GORONTALO  
Judul Penelitian : PENGARUH PREFERENSI LOKASI DAN SARANA  
WISATA TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DI DESA  
BONGO KECAMATAN BATUDAA PANTAI KABUPATEN  
GORONTALO

Atas kebijakan dan kerja samanya diucapkan banyak terima kasih.

Gorontalo, 14 Maret 2020  
  
Zulham, Ph.D  
NIDN 0911108104



**PEMERINTAH KABUPATEN GORONTALO**  
**KECAMATAN BATUDAA PANTAI**  
**DESA BONGO**

Jln. Buke Panai Desa Bongo Kec. Batudaa Pantai – KP.96244

**SURAT KETERANGAN**

Nomor: 145/141 /DB-BP/III/2021

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : SAWIR Y. LATIF, S.Pd  
Jabatan : Sekretaris Desa Bongo  
Alamat : Desa Bongo Kec. Batudaa Pantai Kab. Gorontalo

Dengan ini menerangkan kepada :

Nama : Yeyin Adam  
Nim : E2116160  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Pekerjaan : Mahasiswa  
Universitas : Universitas Ichsan Gorontalo  
Alamat : Desa Lobuto Timur Kec. Batudaa Pantai Kab. Gorontalo

Bahwa yang bersangkutan benar-benar telah melakukan Penelitian dalam rangka penyusunan Skripsi dengan Judul "*Pengaruh Preferensi Lokasi Dan Sarana Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Desa Bongo Kecamatan Batudaa Pantai Kab. Gorontalo.*" pada tanggal 3 Maret 2021 s/d 27 Agustus 2021 di Desa Bongo Kecamatan Batudaa Pantai Kabupaten Gorontalo.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk digunakan sebagaimana perlunya.

Bongo, 09 Maret 2021

a.n. Kepala Desa Bongo

Sekretaris

  
SAWIR Y. LATIF, S.Pd





**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS ICHSAN  
(UNISAN) GORONTALO**

SURAT KEPUTUSAN MENDIKNAS RI NOMOR 84/D/O/2001

Jl. Achmad Nadjamuddin No. 17 Telp (0435) 829975 Fax (0435) 829976 Gorontalo

**SURAT REKOMENDASI BEBAS PLAGIASI**

No. 0690/UNISAN-G/S-BP/XII/2020

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sunarto Taliki, M.Kom  
NIDN : 0906058301  
Unit Kerja : Pustikom, Universitas Ichsan Gorontalo

Dengan ini Menyatakan bahwa :

Nama Mahasiswa : YEYIN ADAM  
NIM : E2116160  
Program Studi : Manajemen (S1)  
Fakultas : Fakultas Ekonomi  
Judul Skripsi : PENGARUH LOKASI DAN SARANA WISATA  
TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DI DESA  
BONGO KECAMATAN BATUDAA PANTAI  
KABUPATEN GORONTALO

Sesuai dengan hasil pengecekan tingkat kemiripan skripsi melalui aplikasi Turnitin untuk judul skripsi di atas diperoleh hasil Similarity sebesar 31%, berdasarkan SK Rektor No. 237/UNISAN-G/SK/IX/2019 tentang Panduan Pencegahan dan Penanggulangan Plagiarisme, bahwa batas kemiripan skripsi maksimal 35% dan sesuai dengan Surat Pernyataan dari kedua Pembimbing yang bersangkutan menyatakan bahwa isi softcopy skripsi yang diolah di Turnitin SAMA ISINYA dengan Skripsi Aslinya serta format penulisannya sudah sesuai dengan Buku Panduan Penulisan Skripsi, untuk itu skripsi tersebut di atas dinyatakan BEBAS PLAGIASI dan layak untuk diujikan.

Demikian surat rekomendasi ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Gorontalo, 04 Desember 2020

Tim Verifikasi,



**Sunarto Taliki, M.Kom**

NIDN. 0906058301

Tembusan :

1. Dekan
2. Ketua Program Studi
3. Pembimbing I dan Pembimbing II
4. Yang bersangkutan
5. Arsip



E2116160

## YEYIN ADAM\_SKRIPSI\_perbaikan-1.docx

## Sources Overview

31%

OVERALL SIMILARITY

LL Dikti IX Turnitin Consortium on 2019-07-16

SUBMITTED WORKS

5%

www.scribd.com

INTERNET

4%

id.123dok.com

INTERNET

2%

repository.umrah.ac.id

INTERNET

2%

es.scribd.com

INTERNET

1%

eprints.unm.ac.id

INTERNET

1%

jurnal.unigo.ac.id

INTERNET

1%

ejournal.bsi.ac.id

INTERNET

1%

journal.feb.unmul.ac.id

INTERNET

&lt;1%

LL Dikti IX Turnitin Consortium on 2019-07-18

SUBMITTED WORKS

&lt;1%

123dok.com

INTERNET

&lt;1%

media.neliti.com

INTERNET

&lt;1%

id.scribd.com

INTERNET

&lt;1%

text-id.123dok.com

INTERNET

&lt;1%

scholar.unand.ac.id


















INTERNET

&lt;1%

www.docstoc.com

INTERNET

&lt;1%

	docslide.us	INTERNET	<1%
	pt.scribd.com	INTERNET	<1%
	fr.scribd.com	INTERNET	<1%
	docplayer.info	INTERNET	<1%
	www.coursehero.com	INTERNET	<1%
	administrasibisnis.studentjournal.uh.ac.id	INTERNET	<1%
	repository.radenintan.ac.id	INTERNET	<1%
	repository.usd.ac.id	INTERNET	<1%
	eprints.ums.ac.id	INTERNET	<1%
	eprints.umm.ac.id	INTERNET	<1%
	stia-binataruna.e-journal.id	INTERNET	<1%
	LL Dikti IX Turnitin Consortium on 2019-07-17	SUBMITTED WORKS	<1%
	www.statistikaonline.com	INTERNET	<1%
	etheses.uin-malang.ac.id	INTERNET	<1%
	journals.itb.ac.id	INTERNET	<1%
	eprints.ung.ac.id	INTERNET	<1%
	zombiedoc.com	INTERNET	<1%
	deklory.blogspot.com	INTERNET	<1%
	Nurbaiti Nurbaiti, Sugeng Prayitno Harianto, Dian Iswandaru, Indra Gumay Febryano. *Persepsi Pengunjung Terhadap Wisata Bahari Di ...	CROSSREF	<1%
	maadoc.com	INTERNET	<1%
	www.neliti.com	INTERNET	<1%
	www.damandiri.or.id	INTERNET	<1%
	LL Dikti IX Turnitin Consortium on 2019-07-17	SUBMITTED WORKS	<1%
	LL Dikti IX Turnitin Consortium on 2019-08-28	SUBMITTED WORKS	<1%

## Excluded search repositories:

- None

## Excluded from Similarity Report:

- Bibliography
- Quotes
- Small Matches (less than 15 words).

## Excluded sources:

- None

# CURRICULUM VITAE

## DATA PRIBADI

- |                         |   |
|-------------------------|---|
| • NAMA                  | : Yeyin Adam  |
| • TEMPAT, TANGGAL LAHIR | : Gorontalo, 01 Desember 1996                                   |
| • ALAMAT                | : Jln. Kancil, Kec.Kota Barat, kelurahan Tenilo, Kota Gorontalo |
| • E-MAIL                | : yeyinadam96@gmail.com   |
| • NO. TELP              | : 082293643878  |
| • JENIS KELAMIN         | : Perempuan   |
| • AGAMA                 | : Islam   |
| • STATUS                | : Belum Menikah   |
| • TINGGI/BERAT BADAN    | : 145 CM/ 53 KG   |
| • GOLONGAN DARAH        | : O   |
| • KEWARNEGARAAN         | : Indonesia   |

## RIWAYAT PENDIDIKAN

- 2004-2010 SDN 1 BILUHU
- 2010-2012 SMPN 1 BILUHU
- 2012-2015 SMK NEGERI 1 BATUDAA

Hormat saya

Yeyin Adam