

International Journal of

Sciences:

Basic and Applied

Research

**THE INFLUENCE OF TOURISM, SERVICE, AND FACILITY
ATTRACTIVENESS ON INTEREST IN REVISITING WITH
TOURISTS' SATISFACTION AS MEDIATING VARIABLE
IN THE TOURISM OBJECT OF SOUTH NIAS
NORTH SUMATERA PROVINCE**

By *THEOFILIA LIMAARO CHRISTIAN ZAI*

Volume 37, 2018
ISSN (Print & Online): 2307-4531

© IJSBAR THESIS PUBLICATION
www.gssrr.org

Published by:



Visit: www.gssrr.org

ISSN 2307-4531 (Print & Online)

IJSBAR research papers are currently indexed by:



**THE INFLUENCE OF TOURISM, SERVICE, AND FACILITY
ATTRACTIVENESS ON INTEREST IN REVISITING WITH
TOURISTS' SATISFACTION AS MEDIATING VARIABLE
IN THE TOURISM OBJECT OF SOUTH NIAS
NORTH SUMATERA PROVINCE**

Copyright © 2018 by THEOFILIA LIMAARO CHRISTIAN ZAI

**All rights reserved. No part of this thesis may be produced or
transmitted in any form or by any
means without written permission of the author.**

ISSN(online & Print) 2307-4531

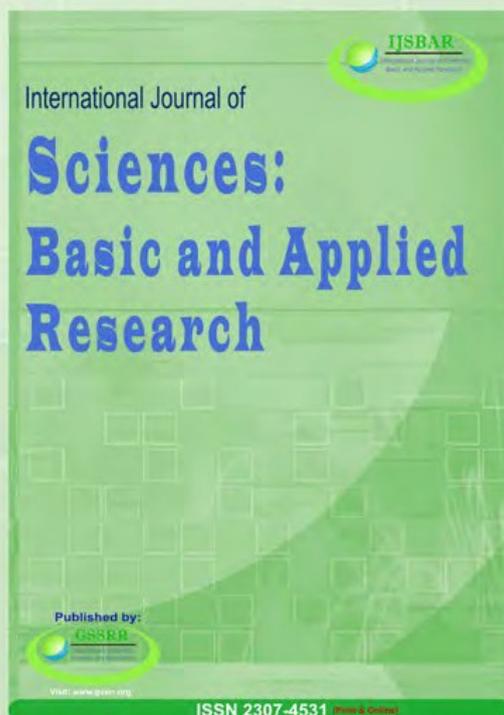
Members of the Editorial Board

Editor in chief

Dr. Mohammad Othman Nassar, Faculty of Computer Science and Informatics, Amman Arab University for Graduate Studies,
Jordan, moanassar@aau.edu.jo , 00962788780593

Editorial Board

Prof. Dr. Felina Panas Espique, Dean at School of Teacher Education, Saint Louis University, Bonifacio St., Baguio City, Philippines.
Prof. Dr. Hye-Kyung Pang, Business Administration Department, Hallym University, Republic Of Korea.
Prof. Dr. Amer Abdulrahman Taqa, basic science Department, College of Dentistry, Mosul University, Iraq.
Prof. Dr. AbdulHaseeb Ansar, International Islamic University, Kuala Lumpur, Malaysia
Dr. kuldeep Narain Mathur, school of quantitative science, Universiti Utara, Malaysia
Dr. Zaira Wahab, Iqra University, Pakistan.
Dr. Daniela Roxana Andron, Lucian Blaga University of Sibiu, Romania.
Dr. Chandan Kumar Sarkar, IUBAT- International University of Business Agriculture and Technology, Bangladesh.
Dr. Azad Ali, Department of Zoology, B.N. College, Dhubri, India.
Dr. Narayan Ramappa Birasal, KLE Society's Gudleppa Hallikeri College Haveri (Permanently affiliated to Karnatak University Dharwad, Reaccredited by NAAC), India.
Dr. Rabindra Prasad Kayastha, Kathmandu University, Nepal.
Dr. Rasmeh Ali AlHuneiti, Brunel University, United Kingdom.
Dr. Florian Marcel Nuta, Faculty of Economics/Danubius University of Galati, Romania.
Dr. Suchismita Satapathy, School of Mechanical Engineering, KIIT University, India.
Dr. Juliana Ajdini, Department of Social Work and Social Policy, Faculty of Social Science, University of Tirana, Albania.
Dr. Arfan Yousaf, Department of Clinical Sciences, Faculty of Veterinary and Animal Sciences, PMAS-Arid Agriculture University Rawalpindi, Pakistan.
Dr. Rajamohan Natarajan, Chemical Engineering, Faculty of Engineering, Sohar university, Oman.
Dr. Tariq Javed, Lahore Pharmacy College (LMDC), University of Health Sciences, Lahore, Pakistan.
Dr. Rogers Andrew, Sokoine University of Agriculture, United Republic Of Tanzania
Dr Feras Fares, Amman Arab University for graduate studies, Jordan.



**PENGARUH DAYA TARIK WISATA, PELAYANAN DAN FASILITAS
TERHADAP MINAT BERKUNJUNG ULANG DENGAN KEPUASAN
WISATAWAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
PADA OBJEK WISATA NIAS SELATAN
PROVINSI SUMATERA UTARA**

TESIS

Oleh

**THEOFILIA LIMAARO CHRISTIAN ZAI
NIM: 157019020/IM**



**MAGISTER ILMU MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS SUMATERA UTARA
MEDAN 2017**

**PENGARUH DAYA TARIK WISATA, PELAYANAN DAN FASILITAS
TERHADAP MINAT BERKUNJUNG ULANG DENGAN KEPUASAN
WISATAWAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
PADA OBJEK WISATA NIAS SELATAN
PROVINSI SUMATERA UTARA**

TESIS

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Magister Sains dalam Program Studi Magister Ilmu Manajemen
pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara**

Oleh

**THEOFILIA LIMAARO CHRISTIAN ZAI
NIM: 157019020/IM**



**MAGISTER ILMU MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS SUMATERA UTARA
MEDAN 2017**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU MANAJEMEN
UNIVERSITAS SUMATERA UTARA**

Judul Tesis : Pengaruh Daya Tarik Wisata, Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Ulang dengan Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Mediasi Pada Objek Wisata Nias Selatan Provinsi Sumatera Utara.
Nama Mahasiswa : Theofilia Limaaro Christian Zai
NIM : 157019020
Program Studi : Magister Ilmu Manajemen

**Menyetujui
Komisi Pembimbing**

Ketua


Prof. Dr. Amrin Fauzi

Anggota


Dr. Endang Sulistyva Rini, SE, M.Si

Ketua Program Studi



Dr. Endang Sulistyva Rini, SE, M.Si

Dekan



Prof. Dr. Ramli, SE, M.S

Tanggal lulus : 31 Juli 2017
Telah diuji pada : 31 Juli 2017
Tanggal :

PANITIA PENGUJI TESIS

Ketua : Prof. Dr. Amrin Fauzi

Anggota : 1. Dr. Endang Sulistya Rini, SE, M.Si
2. Dr. Arlina Nurbaiti Lubis, SE, MBA
3. Dr. Yeni Absah, SE, M.Si
4. Dr. Beby Karina Fawzeeza Sembiring, MM

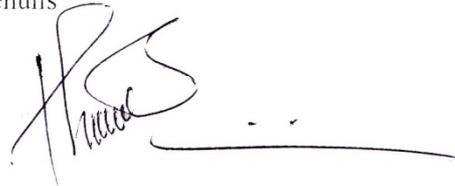
PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan tesis yang berjudul:

**“PENGARUH DAYA TARIK WISATA, PELAYANAN DAN FASILITAS
TERHADAP MINAT BERKUNJUNG ULANG DENGAN KEPUASAN
WISATAWAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA OBJEK WISATA
NIAS SELATAN PROVINSI SUMATERA UTARA”**

Adalah benar hasil kerja saya sendiri dan belum dipublikasikan oleh
siapapun sebelumnya, sumber-sumber data dan informasi yang digunakan telah
dinyatakan secara benar dan jelas.

Medan, Juli 2017
Penulis



Theofilia Limaaro Christian Zai
NIM. 157019020

RIWAYAT HIDUP

Theofilia Limaaro Christian Zai lahir di Hilina'a pada tanggal 15 Januari 1992 dari pasangan Adieli Zai dan Yustia Zai. Pendidikan Sekolah Dasar di SD Negeri 075016 Boyo Gunungsitoli dan tamat pada tahun 2003. Peneliti melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 1 Gunungsitoli dan lulus tahun 2006. Selanjutnya pendidikan Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 3 Gunungsitoli dan lulus pada tahun 2009. Peneliti melanjutkan Studi Strata-1 di Institut Keguruan dan Ilmu Pendidikan Fakultas Pendidikan Teknik dan Kejuruan Jurusan Teknik Bangunan dan lulus tahun 2015, kemudian melanjutkan pendidikan di Program Studi Magister Ilmu Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara pada tahun 2015.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas berkat dan penyertaan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul **“Pengaruh Daya Tarik Wisata, Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Ulang dengan Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Mediasi Pada Objek Wisata Nias Selatan Provinsi Sumatera Utara ”** untuk melengkapi dan memenuhi prasyarat untuk meraih gelar Magister Sains (M.Si) pada Sekolah Pascasarjana Universitas Sumatera Utara.

Dalam penulisan tesis ini, penulis tidak luput dari hambatan dan kesulitan. Namun berkat bantuan dan dorongan dari berbagai pihak maka tesis ini dapat terselesaikan. Selanjutnya melalui kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada

1. Bapak Prof. Dr. Runtung Sitepu, SH, M.Hum selaku Rektor Universitas Sumatera Utara.
2. Bapak Prof. Dr. Ramli, MS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara.
3. Ibu Dr. Endang Sulistya Rini, SE, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Manajemen Pascasarjana Universitas Sumatera Utara dan sekaligus Pembimbing Tesis yang sudah meluangkan waktu untuk membimbing, memberikan pengetahuan, masukan dan arahan kepada penulis dalam penyelesaian tesis ini.

4. Bapak Prof. Dr. Amrin Fauzi selaku Pembimbing Tesis yang yang sudah meluangkan waktu untuk membimbing, memberikan pengetahuan, masukan dan arahan kepada penulis dalam penyelesaian tesis ini.
5. Ibu Dr. Arlina Nurbaity Lubis, MBA selaku Penguji Tesis yang telah memberikan masukan, motivasi dan dorongan kepada penulis dalam penyelesaian tesis ini.
6. Ibu Dr. Yeni Absah, SE, M.Si selaku Penguji Tesis yang telah memberikan masukan, motivasi dan dorongan kepada penulis dalam penyelesaian tesis ini.
7. Ibu Dr. Beby Karina Fawzee Sembiring, MM selaku Penguji Tesis yang telah memberikan masukan, motivasi dan dorongan kepada penulis dalam penyelesaian tesis ini.
8. Seluruh Staf Pengajar dan Pegawai Administrasi Program Studi Ilmu Manajemen Pascasarjana Universitas Sumatera Utara.
9. Teristimewa kepada orang tua penulis Ayahanda Adieli Zai (Almarhum) dan Ibunda Yustia Zai (Almarhum) yang selalu menjadi penyemangat penulis dalam penyelesaian tesis ini.
10. Saudara-saudara penulis Abang Mediyun Zai, Kakak Asnidar Zai, Abang Sri Permata Zai, Abang Fataro Zai, Abang Firman Hidayat Zai, Kakak Frida Sumantri dan Kakak Seventyn Ariani Zai dan keluarga besar penulis yang selalu mendoakan, menyemangati, memotivasi penulis menyelesaikan tesis ini.
11. Petra Diansari Zega yang selalu mendoakan, menyemangati, membantu dan memberikan masukan pada tesis ini.

12. Sahabat penulis Ody, Ahmed, Kak Emi, Adi Gantung, Tuti Elvanur, Linda yang telah membantu penulis.
13. Rekan-rekan mahasiswa Pascasarjana Ilmu Manajemen Tahun Ajaran 2015/2016 yang selalu membantu penulis.
14. Responden yang telah berpartisipasi dalam penelitian.

Semoga Tuhan selalu memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan perhatian kepada peneliti. Peneliti menyadari tesis ini belum sempurna, namun diharapkan akan dapat berguna bagi semua pihak khususnya bagi pengembangan serta penelitian dalam bidang pariwisata.

Medan, Juli 2017

Penulis/Peneliti



Theofilia Limaaro Ch. Zai

**PENGARUH DAYA TARIK WISATA, PELAYANAN DAN FASILITAS
TERHADAP MINAT BERKUNJUNG ULANG DENGAN KEPUASAN
WISATAWAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
PADA OBJEK WISATA NIAS SELATAN
PROVINSI SUMATERA UTARA**

ABSTRAK

Objek wisata Nias Selatan merupakan destinasi yang dapat menarik wisatawan datang untuk berkunjung dan membuat wisatawan memiliki keinginan untuk berkunjung ulang. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh daya tarik wisata, pelayanan dan fasilitas terhadap minat berkunjung ulang dengan kepuasan wisatawan sebagai variabel mediasi pada objek wisata Nias Selatan Provinsi Sumatera Utara. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Data dalam penelitian ini merupakan data primer dan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Pengujian hipotesis diuji dengan menggunakan derajat signifikansi 5%. Populasi dalam penelitian adalah wisatawan yang sudah pernah berkunjung sebanyak 29.129 orang. Metode pengambilan sampel menggunakan metode *proportionate sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 395 orang. Pengujian penelitian dilakukan dengan analisis jalur, uji F dan uji t. Hasil penelitian dengan menggunakan analisis jalur diperoleh bahwa daya tarik wisata, pelayanan dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Pengaruh daya tarik wisata, pelayanan dan fasilitas terhadap minat berkunjung ulang diperoleh hasil daya tarik wisata, pelayanan dan kepuasan wisatawan berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang sedangkan fasilitas tidak berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan daya tarik wisata, pelayanan, fasilitas berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang dan secara parsial daya tarik wisata dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung ulang sedangkan fasilitas secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung ulang.

Kata Kunci : Daya Tarik Wisata, Pelayanan, Fasilitas, Kepuasan Wisatawan dan Minat Berkunjung Ulang.

**THE INFLUENCE OF TOURISM, SERVICE, AND FACILITY
ATTRACTIVENESS ON INTEREST IN REVISITING WITH
TOURISTS' SATISFACTION AS MEDIATING VARIABLE
IN THE TOURISM OBJECT OF SOUTH NIAS,
NORTH SUMATERA PROVINCE**

ABSTRACT

Tourism object of South Nias is a destination which can attract tourists to visit and revisit it. The objective of the research was to examine the influence of tourism, service, and facility attractiveness on the interest in revisiting with tourists' satisfaction as mediating variable in the tourism object of South Nias, North Sumatera Province. The research used descriptive quantitative method. Primary data were gathered by using questionnaires. Hypothesis was tested by using significance level of 5%. The population was 29,129 tourists who had visited, and 395 of them were used as the samples, taken by using proportionate sampling technique. The data were analyzed by using path analysis, T-test, and t-test. The result of the research, using path analysis, showed that there was the influence of tourism, service, and facility attractiveness on tourists' satisfaction. There was the influence of tourism and service attractiveness and tourists' satisfaction on the interest in revisiting, while facility did not. It was also found that, simultaneously, tourism, service, and facility attractiveness had the influence on the interest in revisiting. Partially, tourism and service attractiveness had significant influence on the interest in revisiting, while facility did not.

Keywords: *Tourism Attractiveness, Service, Facility, Tourists' Satisfaction, Interest in Revisiting*



DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
PANITIA PENGUJI TESIS	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
RIWAYAT HIDUP.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	10
1.3. Tujuan Penelitian.....	11
1.4. Manfaat Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1. Landasan Teori.....	14
2.1.1. Manajemen Pemasaran.....	14
2.1.2. Pemasaran Pariwisata.....	15
2.1.3. Pemasaran Jasa.....	22
2.1.4. Minat Berkunjung Ulang.....	26
2.1.5. Kepuasan Wisatawan.....	30
2.1.6. Daya Tarik Wisata.....	35
2.1.7. Pelayanan.....	42
2.1.8. Fasilitas.....	45
2.2. Penelitian Terdahulu.....	46
2.3. Kerangka Konseptual.....	49
2.4. Hipotesis Penelitian.....	51
BAB III METODE PENELITIAN.....	53
3.1. Jenis dan Sifat Penelitian.....	53
3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	53
3.3. Populasi dan Sampel.....	53
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	55
3.5. Jenis dan Sumber Data.....	55
3.6. Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel.....	56
3.7. Metode Analisis Data.....	57
3.7.1. Statistik Deskriptif.....	57
3.7.2. Uji Kualitas Data.....	58
3.7.2.1. Uji Validitas.....	58
3.7.2.2. Uji Reliabilitas.....	59
3.7.3. Uji Asumsi Klasik.....	59

3.7.3.1. Uji Normalitas.....	60
3.7.3.2. Uji Multikolinearitas.....	60
3.7.3.3. Uji Heteroskedastisitas.....	61
3.7.4. Uji Hipotesis.....	62
3.7.4.1. Analisis Jalur.....	62
3.7.4.2. Uji Koefisien Determinasi.....	64
3.7.4.3. Uji F.....	64
3.7.4.4. Uji t.....	64
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	66
4.1. Hasil Penelitian.....	66
4.1.1. Deskripsi Data.....	66
4.1.1.1. Deskripsi Lokasi.....	66
4.1.1.2. Karakteristik Responden.....	67
4.1.1.3. Statistik Deskriptif.....	69
4.1.2. Uji Kualitas Data.....	85
4.1.2.1. Uji Validitas.....	85
4.1.2.2. Uji Reliabilitas.....	86
4.1.3. Uji Asumsi Klasik.....	86
4.1.3.1. Uji Normalitas.....	86
4.1.3.2. Uji Multikolinearitas.....	87
4.1.3.3. Uji Heteroskedastisitas.....	88
4.1.4. Pengujian Hipotesis.....	89
4.1.4.1. Analisis Jalur.....	89
4.1.4.2. Uji F.....	94
4.1.4.3. Uji t.....	95
4.1.4.4. Analisis Koefisien Determinasi.....	96
4.2. Pembahasan Hasil Penelitian.....	97
4.2.1. Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Objek Wisata Nias Selatan.	97
4.2.2. Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Objek Wisata Nias Selatan.....	98
4.2.3. Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Objek Wisata Nias Selatan.....	99
4.2.4. Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Ulang Pada Objek Wisata Nias Selatan.....	100
4.2.5. Pengaruh Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Pada Objek Wisata Nias Selatan.....	101
4.2.6. Pengaruh Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Ulang Pada Objek Wisata Nias Selatan.....	102
4.2.7. Pengaruh Kepuasan Wisatawan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Pada Objek Wisata Nias	102

Selatan.....	
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	104
5.1. Kesimpulan.....	104
5.2. Keterbatasan Penelitian.....	104
5.3. Saran.....	105
DAFTAR PUSTAKA.....	107
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul	Halaman
1.1.	Perkembangan Jumlah Wisatawan yang Datang di Kabupaten Nias Selatan 2001-2015	4
1.2.	Jumlah Hotel dan Akomodasi Lainnya Menurut Kabupaten/ Kota, 2009 - 2015.....	9
1.3.	Hasil Wawancara dengan 30 Orang Pengunjung	9
2.1.	Review Penelitian Terdahulu.....	48
3.1.	Jumlah Sampel	54
3.2.	Instrumen Skala <i>Likert</i>	56
3.3.	Operasionalisasi Variabel.....	57
4.1.	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	67
4.2.	Responden Berdasarkan Usia.....	67
4.3.	Responden Berdasarkan Jenis Pariwisata yang Disukai.....	68
4.4.	Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	69
4.5.	Tanggapan Responden Terhadap Indikator Daya Tarik Wisata.....	70
4.6.	Tanggapan Responden Terhadap Indikator Pelayanan.....	73
4.7.	Tanggapan Responden Terhadap Indikator Fasilitas.....	76
4.8.	Tanggapan Responden Terhadap Indikator Kepuasan Wisatawan.....	80
4.9.	Tanggapan Responden Terhadap Indikator Minat Berkunjung Ulang.....	82
4.10.	Uji Validitas Variabel.....	85
4.11.	Uji Reliabilitas Variabel.....	86
4.12.	Uji Multikolinearitas.....	87
4.13.	Pengaruh Daya Tarik Wisata, Pelayanan, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan	89
4.14.	Pengaruh Daya Tarik Wisata, Pelayanan, dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Ulang.....	91
4.15.	Hasil Uji F.....	94
4.16.	Hasil Uji t.....	95
4.17.	Hasil Analisis Koefisien Determinasi.....	96

DAFTAR GAMBAR

No Gambar	Judul	Halaman
2.1.	Kerangka Konseptual	51
4.1.	Uji Normalitas.....	87
4.2.	Uji Heteroskedastisitas.....	88
4.3.	Hasil Analisa Jalur.....	93

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Permohonan Pengisian Angket.....	112
Lampiran 2 Kuesioner.....	113
Lampiran 3 Data Validitas dan Reliabilitas.....	116
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas.....	117
Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas.....	118
Lampiran 6 Data Demografi.....	119
Lampiran 7 Data Kuesioner	130
Lampiran 8 Hasil Olahan Penelitian	141

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dunia pariwisata Indonesia saat ini sangat berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi. Hal ini dapat dilihat dari bertambahnya jumlah wisatawan yang berkunjung dari waktu ke waktu baik domestik maupun mancanegara. Umumnya mereka yang berwisata di Indonesia hanya untuk berlibur atau berpetualang menikmati keindahan kekayaan alam dan budaya yang sangat beragam. Ditingkat daerah sektor pariwisata diharapkan dapat membantu untuk menunjang pendapatan daerah, yang nantinya bisa digunakan untuk mengembangkan potensi daerah yang lain dan dapat meningkatkan pembangunan daerah yang lebih baik.

Data statistik per Januari sampai dengan Desember 2015 menunjukkan capaian pembangunan pariwisata Indonesia mampu melampaui target yang telah ditentukan. Hal ini dibuktikan melalui kunjungan wisatawan mancanegara yang meningkat menjadi 10,4 juta orang, dari target 2015 sebesar 10 juta orang. Sementara itu, jumlah perjalanan wisatawan nusantara telah mencapai 225 juta perjalanan (Kemenpar, 2015).

Kunjungan wisatawan tersebut memberikan kontribusi yang signifikan bagi perekonomian Indonesia. Dampak kepariwisataan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional di tahun 2013 sebesar 365,02 triliun, pada tahun 2014 sebesar 394,52 triliun, dan pada tahun 2015 sebesar 461,36 triliun. Terlihat peningkatan angka pada tahun 2014 dan tahun 2015 terdapat kenaikan 1,17% dari

tahun sebelumnya. Pada tahun 2015 kenaikan PDB sebesar 4,32 % dari PDB nasional (LAK Kementerian Pariwisata, 2015).

Kontribusi pariwisata untuk perekonomian menjadi catatan penting untuk Pemerintah Pusat ataupun Pemerintah Daerah, karena pemerintah harus memberikan pelayanan yang baik dari aspek infrastruktur maupun aspek lainnya agar membuat wisatawan merasa nyaman ketika berkunjung dan mau untuk berkunjung ulang. Upaya yang dilakukan pemerintah adalah melalui pengembangan dan pendayagunaan berbagai potensi kepariwisataan nasional, sehingga dapat meningkatkan jumlah kunjungan, lama tinggal dan jumlah pengeluaran wisatawan mancanegara selama melakukan perjalanan wisata ke Indonesia.

Pengembangan pariwisata juga dilakukan di Provinsi Sumatera Utara khususnya di Nias Selatan. Nias Selatan dengan luas 1.825 km² memiliki objek dan daya tarik wisata yang merupakan pendorong datangnya wisatawan ke tempat tujuan wisata. Objek dan daya tarik wisata yang terkenal dari Nias Selatan adalah wisata pantai, wisata bahari, dan wisata budaya. Tempat wisata pantai yang terkenal adalah pantai Lagundri dan Sorake. Tempat wisata bahari yang terkenal adalah daerah Pulau-Pulau Batu dengan keindahan lautnya yang mengundang wisatawan untuk berjemur (*sunbathing*) dan menyelam (*diving*). Tempat wisata budaya yang terkenal adalah Bawomataluo yang merupakan pesona rumah adat dan aksi lompat batu (Direktorat Konservasi Kawasan dan Jenis Ikan, 2008).

Pantai Lagundri dan pantai Sorake merupakan surga bagi para peselancar yang sering berkunjung dan menjadikan tempat wisata ini sebagai tempat latihan mereka. Pantai Lagundri dan pantai Sorake dikenal dengan ombak yang besar

yang sangat cocok untuk kegiatan berselancar (*surfing*), dan Pemerintah Daerah mengapresiasi kegiatan berselancar dengan mengadakan *event Nias Open* setiap tahunnya yang dapat diikuti oleh peselancar domestik maupun mancanegara. Pantai Lagundri dan pantai Sorake memiliki panorama dan keindahan alam yang dapat membuat para wisatawan nyaman dan betah berada di tempat wisata tersebut. Pada sore hari di pantai Lagundri wisatawan dapat menikmati keindahan *sunset*, sedangkan di pantai Sorake wisatawan dapat menyaksikan terumbu karang secara jelas ketika air laut sedang surut.

Daerah Pulau-Pulau Batu merupakan wisata bahari yang terletak di Kepulauan Batu lepas pantai selatan Pulau Nias. Pulau-Pulau Batu ini sangatlah mempesona, pantainya sangat menawan dan terjaga dengan baik, terbentang laut biru dengan riak gelombang yang sangat jelas. Selain dapat menikmati keindahan pantainya, wisatawan dapat menikmati keindahan bawah laut dan hamparan batu karang yang memiliki warna yang sangat indah dengan cara *snorkling* atau *diving*.

Desa Bawomataluo terkenal sebagai desa budaya dengan deretan rumah adat tradisional (*Omo Hada*) khas Nias Selatan dengan jumlah 137 Omo Hada yang masih utuh dengan sebuah *Omo Sebua* (Rumah Raja yang berada di tengah-tengah). Budaya yang terkenal di Desa Bawomataluo adalah tradisi Lompat Batu (*Hombo Batu*) dan Tari Perang (*Tari Fataele*). Lompat batu adalah salah satu tradisi yang cukup terkenal dari Nias. Tradisi ini biasanya dilakukan para pemuda dengan cara melompati tumpukan batu setinggi 2 meter dan setebal 40 cm untuk menunjukkan bahwa mereka sudah pantas untuk dianggap dewasa secara fisik. Selain ditampilkan sebagai acara adat, tradisi lompat batu ini juga bisa menjadi

pertunjukkan yang menarik perhatian wisatawan yang berkunjung ke sana. Tidak hanya tenar dengan lompat batu. Satu lagi atraksi budaya yang bisa dinikmati di Desa Bawomataluo adalah *Tari Fataele* atau tari perang. Tarian ini siap menyambut kedatangan wisatawan yang berkunjung. Tari perang diperagakan lebih dari 50 pria baik muda maupun tua. Menggunakan pakaian tradisi berwarna hitam dan kuning, pakaian dari ijuk serta kulit pohon, aksesoris berbentuk penutup kepala, tanduk kerbau yang ditancapkan di hidung, serta persenjataan seperti tombak, tameng, belati dan pedang (pedang *Tologu*). Tari perang menceritakan perihal kehidupan orang-orang Nias zaman dahulu yang sering berperang antar kampung untuk mempertahankan wilayah.

Jumlah wisatawan yang datang di Kabupaten Nias Selatan dapat dilihat dari Tabel 1.1 (BPS, 2015):

Tabel 1.1.
Perkembangan Jumlah Wisatawan yang Datang
Di Kabupaten Nias Selatan 2001-2015

Tahun	Wisatawan		Jumlah
	Mancanegara	Domestik	
2001	3541	4849	8390
2002	3557	8692	12249
2003	3834	17686	21520
2004	3632	18261	21893
2005	5948	11280	17228
2006	6302	15749	22051
2007	6422	15979	22401
2008	6789	17899	24688
2009	6889	18078	24967
2010	440	14442	14882
2011	1250	14457	15707
2012	1450	18367	19817
2013	2360	23689	26045
2014	3400	23700	27100
2015	4256	24873	29129

Dari Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa jumlah wisatawan yang berkunjung ke Nias Selatan meningkat, dari tahun 2001 hingga 2004 yaitu dari 8.390 hingga

21.893, namun menurun pada tahun 2005 sebesar 21,3 % menjadi 17.228. Ini disebabkan adanya bencana alam gempa bumi dan tsunami. Kemudian tahun 2006 jumlah wisatawan meningkat sebesar 8 % menjadi 22.051. Terus meningkat hingga tahun 2009 sebanyak 24.967. Namun pada tahun 2010 jumlah wisatawan menurun sebesar 40,4 % menjadi 14.882. Ini adalah pengaruh dari krisis ekonomi global yang menyebabkan lesunya dunia pariwisata. Pada tahun 2011 kembali meningkat sebesar 5,7 % menjadi 15.725. Pada tahun 2012 sampai 2015 jumlah pengunjung ke Nias Selatan terus mengalami peningkatan.

Meskipun jumlah wisatawan pada 4 tahun terakhir terus mengalami peningkatan, tetapi kontribusi sektor pariwisata Nias Selatan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) daerah kurang dari 5 %. Padahal sektor pariwisata Nias Selatan diharapkan mampu memberikan kontribusi yang cukup besar untuk Produk Domestik Bruto (PDB) daerah karena daerah Nias Selatan memiliki potensi besar di sektor pariwisata berupa wisata alam, wisata bahari dan wisata budaya.

Destinasi Nias Selatan diharapkan dapat menarik wisatawan berkunjung dan mau berkunjung ulang. Dalam hal ini, pemerintah daerah maupun masyarakat sekitar berperan aktif dalam meningkatkan kunjungan wisatawan dengan memberikan pelayanan yang baik yang dapat menghasilkan nilai pengunjung dimana semakin tinggi nilai konsumen menyebabkan semakin tinggi nilai kepuasan konsumen dan akan berpengaruh pada minat berkunjung ulang.

Minat kunjung sangat sulit karena keinginan berkunjung atau berlibur adalah selera masing-masing dari konsumen yang tentunya berbeda-beda, pengambilan keputusan pun sangat dipengaruhi oleh beberapa objek wisata yang

sejenis, konsumen cenderung akan membandingkan objek wisata yang satu dengan yang lain yang sejenis. Ketersediaan membeli akan dipengaruhi oleh faktor pengalaman nyata ataupun harapan kepuasan dalam menggunakan barang atau jasa. begitu juga dalam memilih produk jasa atau pariwisata.

Upaya untuk meningkatkan kunjungan wisatawan ke Nias Selatan dimulai dengan membangun sarana pokok kepariwisataan seperti restoran, hotel, angkutan wisata, dan objek-objek wisata. Khusus mengenai masalah transportasi, hendaknya dibangun model transportasi yang terintegrasi dan saling terhubung. Aksesibilitas pariwisata yaitu semua jenis sarana dan prasarana transportasi yang mendukung pergerakan wisatawan dari wilayah asal wisatawan ke destinasi pariwisata maupun pergerakan di dalam wilayah destinasi pariwisata. Sehingga para wisatawan yang sudah menginjakkan kakinya di Nias misalnya melalui Bandara Binaka atau Pelabuhan Gunungsitoli, maka di Bandara atau di Pelabuhan tersebut disediakan transportasi yang siap sedia mengantar para wisatawan menuju objek atau tempat atraksi wisata yang hendak dikunjungi, begitu juga selanjutnya ketika para wisatawan mau berkunjung ke tempat objek wisata yang ada di daerah atau lokasi lain, transportasi pariwisata harus disediakan.

Menurut Menteri Pariwisata Arief Yahya pada saat menyambut peluncuran “Nias Pesona Pulau Impian” mengatakan bahwa upaya untuk meningkatkan kunjungan wisatawan ke Pulau Nias dimulai dengan membantu memperpanjang landasan pacu Bandara Binaka Nias dari 1.800 meter menjadi 2.200-2.500 meter sehingga dapat didarati pesawat berbadan besar seperti Bombardier CRJ 1000 berkapasitas 100 penumpang, dengan aksesibilitas yang

semakin mudah ini kunjungan wisatawan ke Nias diproyeksikan akan meningkat (Nias Satu, 2016).

Hal serupa juga dinyatakan oleh Bupati Nias Sokhiatulo Laoli dalam paparannya pada peluncuran *tagline* pariwisata “ Nias Pesona Pulau Impian” di Gedung Sapta Pesona, Kementerian Pariwisata di Jakarta pada tanggal 2 Juni 2016. Menurut Bupati Nias Sokhiatulo Laoli ada berbagai kendala yang menyebabkan ketidakmajuan pariwisata di Nias yaitu : 1. aksesibilitas menuju Pulau Nias sangat terbatas terutama akses melalui sarana perhubungan udara, disebabkan bandar udara yang ada saat ini hanya bisa didarati oleh pesawat berbadan kecil sejenis Fokker berkapasitas 70 orang. Untuk mengatasi kendala ini, pemerintah pusat melalui Kementerian Perhubungan sedang melakukan pengembangan Bandara Binaka. 2. daya tarik wisata masih rendah disebabkan belum tertatanya kawasan objek-objek wisata serta minimnya fasilitas pendukung lainnya seperti air bersih, listrik, sarana akomodasi dan rumah makan. 3. prasarana dan sarana menuju objek-objek wisata masih belum baik sehingga sulit dijangkau secara nyaman oleh para wisatawan. 4. kurangnya promosi dan belum adanya konektivitas (jaringan) dengan pasar pariwisata. 5. kebijakan pemerintah (pusat, provinsi dan daerah) belum menempatkan sektor pariwisatas sebagai sector penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah di Kepulauan Nias. 6. kesadaran dan kesiapan masyarakat dalam menerima kehadiran wisatawan masih kurang terutama dalam menciptakan rasa nyaman bagi wisatawan, serta dukungan dalam menciptakan lingkungan yang bersih, indah dan asri (Kompas, 2016).

Fasilitas kepariwisataan merupakan *tourist supply* yang perlu disediakan apabila akan mengembangkan industri pariwisata, karena kegiatan pariwisata pada hakekatnya adalah salah satu kegiatan dari sektor perekonomian. Fasilitas wisata adalah sarana atau prasarana yang memudahkan dalam kegiatan beratraksi yang telah disediakan oleh kawasan wisata tersebut. Peluang wisatawan datang ke Nias Selatan sangat terbuka sebab akses ke Pulau Nias dari luar lancar meskipun masih dalam proses pembangunan dan pengembangan, begitu juga sarana komunikasi yang cukup memadai. Transportasi dari luar menuju Pulau Nias dapat melalui jalur laut dan udara. Fasilitas yang baik dapat membentuk persepsi di mata pengunjung. Di sejumlah tipe jasa, persepsi yang terbentuk dari interaksi antara pengunjung dengan fasilitas berpengaruh terhadap kualitas jasa di mata pengunjung. Apabila suatu perusahaan jasa mempunyai fasilitas yang memadai sehingga dapat memudahkan konsumen dalam menggunakan jasanya dan membuat nyaman konsumen dalam menggunakan jasanya tersebut maka akan dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian jasa.

Pulau Nias yang telah dilanda bencana alam pada tanggal 28 Maret 2005 yang lalu hingga kini masih dalam tahap pemulihan, rehabilitasi dan rekonstruksi. Berbagai dimensi pembangunan tersebut perlu ditangani secara serius agar proses pemulihan berjalan lancar. Terjadinya bencana alam berpengaruh terhadap tingkat kunjungan wisatan di Kabupaten Nias Selatan.

Pembangun infrastruktur menyangkut objek wisata di Nias Selatan dapat digambarkan dari perbandingan jumlah hotel dan akomodasi lainnya antara kabupaten yang terletak di kepulauan Nias. Untuk Kabupaten Nias jumlah hotel yang terdapat di Nias Selatan dapat dilihat pada Tabel 1.2 :

Tabel 1.2.
Jumlah Hotel dan Akomodasi Lainnya Menurut Kabupaten/ Kota di Kepulauan Nias 2009 - 2015

Kabupaten/Kota	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
1. N i a s	14	X	X	x	X	x	x
2. Nias Selatan	26	36	29	30	30	40	27
3. Nias Utara	X	2	4	2	2	2	2
4. Nias Barat	X	X	X	x	X	9	9
5. Gunungsitoli	X	15	21	22	22	21	20

Sumber: BPS Provinsi Sumatera Utara, 2007

Ket : x) Masih bergabung dengan kabupaten induk

Pada Tabel 1.2 jumlah hotel dan akomodasi lainnya dari 2009 – 2015 di Nias Selatan menunjukkan peningkatan, artinya pemerintah daerah bersama-sama dengan pengusaha menyediakan berbagai fasilitas dan akomodasi untuk pengunjung yang datang ke Nias Selatan. Hal ini memberikan gambaran bahwa pemerintah dan pengusaha telah menyediakan hotel dan akomodasi lainnya untuk pengunjung yang akan datang ke Nias Selatan. Dengan bertambahnya hotel yang ada di Nias Selatan akan memberikan gambaran bagi pengunjung untuk menginap di hotel yang telah disediakan.

Hasil wawancara dengan 30 orang pengunjung objek wisata di Nias selatan masih ada didapatkan ketidakpuasan pada pariwisata yang ada di Nias Selatan. Hal tersebut dapat dilihat pada Tabel 1.3:

Tabel 1.3.
Hasil Wawancara dengan 30 Orang Pengunjung

Penilaian	Sangat Puas	Puas	Kurang Puas	Tidak Puas	Sangat Tidak Puas
Aksesibilitas	-	10	15	5	-
Fasilitas umum	3	25	25	2	-
Hotel	1	8	12	9	-
Pelayanan	2	18	7	3	-
Harga	5	13	7	5	-

Dari Tabel 1.3 terlihat bahwa pariwisata di Nias Selatan masih belum memberikan kepuasan maksimal kepada pengunjung. Hal ini dapat

mempengaruhi minat berkunjung ulang wisatawan ke Nias Selatan. Dari segi aksesibilitas menuju Pulau Nias sangat terbatas terutama akses melalui sarana perhubungan udara, disebabkan bandar udara yang ada saat ini hanya bisa didarati oleh pesawat berbadan kecil. Selanjutnya, minimnya fasilitas umum seperti air bersih, listrik, rumah ibadah mempengaruhi kepuasan wisatawan. Hotel dan akomodasi lainnya seperti rumah makan, cafe di Nias Selatan masih dalam proses pengembangan. Pelayanan yang diberikan baik pemerintah daerah maupun masyarakat dirasakan cukup baik oleh wisatawan dan masih harus ditingkatkan. Serta biaya yang dikeluarkan wisatawan sebanding dengan yang didapat oleh wisatawan di objek wisata di Nias Selatan.

Berdasarkan uraian latar belakang sebelumnya, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Daya Tarik Wisata, Pelayanan dan Fasilitas terhadap Minat Berkunjung Dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Mediasi pada Objek Wisata Nias Selatan Provinsi Sumatera Utara”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah sebelumnya, maka rumusan masalahnya adalah :

1. Apakah daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata Nias Selatan Provinsi Sumatera Utara.
2. Apakah pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata Nias Selatan Provinsi Sumatera Utara.

3. Apakah fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata Nias Selatan Provinsi Sumatera Utara.
4. Apakah daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap minat berkunjung ulang pada objek wisata Nias Selatan Provinsi Sumatera Utara.
5. Apakah pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap minat berkunjung ulang pada objek wisata Nias Selatan Provinsi Sumatera Utara.
6. Apakah fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap minat berkunjung ulang pada objek wisata Nias Selatan Provinsi Sumatera Utara.
7. Apakah kepuasan wisatawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung ulang pada objek wisata Nias Selatan Provinsi Sumatera Utara?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh daya tarik wisata terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata Nias Selatan Provinsi Sumatera Utara
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pelayanan terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata Nias Selatan Provinsi Sumatera Utara

3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh fasilitas terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata Nias Selatan Provinsi Sumatera Utara.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh daya tarik wisata terhadap minat berkunjung ulang pada objek wisata Nias Selatan Provinsi Sumatera Utara
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pelayanan terhadap minat berkunjung ulang pada objek wisata Nias Selatan Provinsi Sumatera Utara
6. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh fasilitas terhadap minat berkunjung ulang pada objek wisata Nias Selatan Provinsi Sumatera Utara
7. Untuk mengetahui dan menganalisis kepuasan wisatawan terhadap minat berkunjung ulang pada objek wisata Nias Selatan Provinsi Sumatera Utara

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah:

1. Bagi Nias Selatan Provinsi Sumatera Utara, sebagai masukan untuk memperluas jangkauan pemasarannya, terutama dalam pemasaran daya tarik wisata, pelayanan dan fasilitas pada objek wisata Nias Selatan Provinsi Sumatera Utara.
2. Bagi Program Studi Magister Ilmu Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, sebagai tambahan penelitian dalam kasus yang sama untuk dapat dipergunakan dan dikembangkan.
3. Bagi Peneliti, agar dapat mengaplikasikan teori selama masa studi dan menerapkan ilmu pengetahuan yang diperoleh di perguruan tinggi dan memperluas wawasan penelitian.

4. Bagi peneliti selanjutnya sebagai referensi dalam melakukan penelitian khususnya mengenai pengaruh daya tarik wisata, pelayanan dan fasilitas terhadap minat berkunjung ulang di objek wisata.

BAB II

TINJAUAN KEPUSTAKAAN

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran merupakan kegiatan yang dikoordinasikan dan dikelola dengan baik. Manajemen pemasaran akan terjadi apabila sekurang-kurangnya satu pihak dari pertukaran potensial memikirkan cara untuk mendapatkan tanggapan dari pihak lain sesuai dengan yang diinginkannya.

Menurut Kotler dan Keller (2009) manajemen pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan pemikiran, penetapan harga, promosi serta penyaluran gagasan, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan-tujuan individu dan organisasi. Dalam hal ini proses yang melibatkan analisa, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian yang mencakup barang, jasa dan gagasan yang tergantung pada pertukaran dengan tujuan menghasilkan kepuasan bagi pihak-pihak yang terkait.

Menurut Limakrisna dan Susilo (2012) menyatakan bahwa manajemen pemasaran adalah fungsi penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan atau penerapan serta pengawasan. Tahap perencanaan merupakan tahap yang ditentukan terhadap kelangsungan dan kesuksesan suatu organisasi pemasaran. Proses perencanaan merupakan satu proses yang selalu memandang ke depan atau pada kemungkinan masa akan datang termasuk dalam pengembangan program, kebijakan dan prosedur untuk mencapai tujuan pemasaran.

Menurut Shinta (2011) manajemen pemasaran adalah suatu usaha untuk merencanakan, mengimplementasikan (yang terdiri dari kegiatan mengorganisasikan, mengarahkan, mengkoordinir) serta mengawasi atau mengendalikan kegiatan pemasaran dalam suatu organisasi agar tercapai tujuan organisasi secara efisien dan efektif. Di dalam fungsi manajemen pemasaran ada kegiatan menganalisis yaitu analisis yang dilakukan untuk mengetahui pasar dan lingkungan pemasarannya, sehingga dapat diperoleh seberapa besar peluang untuk merebut pasar dan seberapa besar ancaman yang harus dihadapi.

Menurut Tjiptono (2011) manajemen pemasaran merupakan sistem total aktivitas bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menetapkan harga, dan mendistribusikan produk, jasa dan gagasan yang mampu memuaskan keinginan pasar sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasional. Manajemen pemasaran diperlukan bukanlah semata-mata untuk menjual produk/jasa, akan tetapi juga menjaga kuantitas barang dan kualitas barang agar tetap eksis di pasar.

2.1.2. Pemasaran Pariwisata

Menurut Ginting (2005) pemasaran pariwisata adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana wisatawan dan penyedia jasa wisata mendapatkan kebutuhan dan keinginannya melalui pertukaran. Penyedia jasa menciptakan, menawarkan jasa wisata dan bertukar jasa wisata yang berkualitas dengan uang wisatawan dan wisatawan dapat menikmati jasa wisata yang berkualitas yang ditawarkan sehingga kedua belah pihak memperoleh kepuasan.

Muljadi (2010) mengatakan bahwa pemasaran pariwisata merupakan hal yang sangat kompleks sekali karena produk dari industri pariwisata mempunyai ciri-ciri khas dibandingkan dengan produk berupa barang. Selain itu, produk pariwisata sering saling berkaitan. Lebih lanjut Muljadi menjelaskan bahwa pemasaran pariwisata adalah upaya mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan wisatawan, serta menawarkan produk wisata yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan wisatawan dengan maksud agar usaha pariwisata dapat memberikan pelayanan yang maksimal kepada wisatawan. Ada tiga aspek penting dari produk pariwisata yang perlu mendapat perhatian dari para pengelola atau pemasar dalam bidang kepariwisataan yaitu:

1. *Attraction*, yaitu segala sesuatu baik berupa daya tarik wisata alam dan budaya yang menarik bagi wisatawan untuk datang ke suatu tempat daerah tujuan wisata. Hal ini antara lain meliputi daya tarik keindahan alam, pantai, atraksi wisata budaya, kebiasaan dan cara hidup masyarakat, keunikan alam dan budaya, atraksi-atraksi seni, pertemuan ilmiah, dagang, dan sebagainya.
2. *Accessibility* atau aksesibilitas, artinya kemudahan untuk mencapai daerah tujuan wisata yang dimaksud melalui berbagai media transportasi, udara, laut, atau darat. Aksesibilitas sangat mempengaruhi keputusan para calon wisatawan untuk datang ke suatu daerah tujuan wisata.
3. *Aminities*, artinya berbagai fasilitas yang dapat memberikan kenyamanan dan kepuasan bagi para wisata di suatu daerah tujuan wisata. Hal tersebut

antara lain akomodasi yang nyaman, restoran, bar, layanan informasi, pramuwisata, sikap masyarakat setempat, keamanan, dan lain-lain.

Menurut Yoeti (2005) pada dasarnya pemasaran pariwisata adalah usaha yang dilakukan suatu organisasi pariwisata nasional atau organisasi pariwisata daerah untuk menarik wisatawan lebih banyak datang, lebih lama tinggal dan lebih banyak membelanjakan dolar atau rupiahnya pada daerah tujuan wisata yang dikunjungi. Usaha pemasaran itu harus berkelanjutan dengan kondisi yang terjadi saat ini dengan memperhatikan waktu yang akan datang.

Wahab (2003) mengatakan yang dimaksud dengan pemasaran pariwisata adalah suatu proses manajemen yang dilakukan oleh organisasi pariwisata nasional atau perusahaan-perusahaan termasuk dalam kelompok industri pariwisata. Tujuannya untuk melakukan identifikasi terhadap wisatawan yang sudah punya keinginan untuk melakukan perjalanan wisata dan wisatawan yang punya potensi akan melakukan perjalanan wisata dengan jalan melakukan komunikasi dengan mereka, mempengaruhi keinginan, kebutuhan, memotivasinya, terhadap apa yang disukai dan yang tidak disukainya, pada tingkat daerah-daerah lokal, regional, nasional ataupun internasional dengan menyediakan objek dan atraksi wisata agar wisatawan memperoleh kepuasan optimal.

Adapun jenis-jenis pariwisata yang dapat dipasarkan kepada para wisatawan antara lain (Pendit, 2006):

1. Wisata Budaya

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

2. Wisata Kesehatan

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

3. Wisata Olahraga

Ini dimaksudkan wisatawan-wisatawan yang melakukan perjalanan dengan tujuan berolahraga atau menang sengaja bermaksud mengambil bagian aktif dalam pesta olahraga di suatu tempat atau negara.

4. Wisata Komersial

Dalam jenis ini termasuk perjalanan untuk mengunjungi pameran-pameran dan pekan raya yang bersifat komersial seperti pameran industri, pameran dagang dan sebagainya. Pada mulanya banyak orang berpendapat bahwa hal ini tidaklah digolongkan ke dalam dunia kepariwisataan dengan alasan bahwa perjalanan yang bersifat komersial hanya dilakukan oleh orang-orang khusus yang mempunyai tujuan-tujuan tertentu untuk urusan bisnis. Tetapi kenyataannya dewasa ini pameran-pameran banyak sekali dikunjungi oleh kebanyakan orang dengan tujuan ingin melihat sarana dan akomodasi dengan reduksi khusus yang menarik.

5. Wisata Industri

Yang erat dengan wisata komersial adalah wisata industri. Perjalanan yang dilakukan oleh rombongan pelajar atau mahasiswa, atau orang-orang awam ke suatu kompleks atau daerah perindustrian dimana terdapat pabrik-pabrik atau bengkel-bengkel besar dengan maksud dan tujuan untuk mengadakan peninjauan atau penelitian.

6. Wisata Politik

Jenis ini meliputi perjalanan yang dilakukan untuk mengunjungi atau mengambil sebagian secara aktif dalam peristiwa kegiatan politik seperti peringatan ulang tahun suatu negara. Di samping itu juga peristiwa-peristiwa penting seperti konferensi, musyawarah, kongres atau konvensi politik yang selalu disertai dengan darmawisata termasuk dalam jenis ini.

7. Wisata Konvensi

Berbagai negara dewasa ini membangun wisata konvensi dengan menyediakan fasilitas bangunan beserta ruangan-ruangan tempat bersidang bagi para peserta suatu konferensi, musyawarah, konvensi ataupun pertemuan lainnya yang bersifat nasional maupun internasional.

8. Wisata Sosial

Yang dimaksudkan dengan jenis wisata ini adalah pengorganisasian suatu perjalanan murah serta mudah untuk memberikan kesempatan kepada golongan masyarakat ekonomi lemah untuk mengadakan perjalanan misalnya bagi kaum buruh, pemuda, pelajar atau mahasiswa, petani dan sebagainya. Organisasi ini berusaha membantu mereka yang mempunyai kemampuan untuk membantu mereka yang mempunyai kemampuan terbatas dari segi finansialnya untuk mempergunakan kesempatan libur atau cuti mereka dengan mengadakan perjalanan yang dapat menambah pengalaman serta pengetahuan dan sekaligus juga dapat memperbaiki kesehatan jasmaniah dan mental mereka.

9. Wisata Pertanian

Wisata ini adalah pengorganisasian perjalanan yang dilakukan ke proyek-proyek pertanian, perkebunan, ladang pembibitan dan sebagainya dimana wisatawan rombongan dapat mengadakan kunjungan dan peninjauan untuk tujuan studi maupun menikmati segarnya tanaman beraneka ragam.

10. Wisata Maritim atau Bahari

Jenis kegiatan ini dikaitkan dengan kegiatan olahraga air, lebih-lebih di danau, bengawan, pantai, teluk atau laut lepas seperti memancing, berlayar, menyelam, kompetisi berselancar, balapan mendayung, berkeliling melihat-lihat tanaman laut dengan pemandangan indah di bawah permukaan air serta rekreasi perairan.

11. Wisata Cagar Alam

Jenis wisata ini banyak diselenggarakan oleh agen atau biro perjalanan yang mengkhususkan usaha-usahanya dengan jalan mengatur wisata ke tempat atau daerah cagar alam, taman lindung, hutan daerah pegunungan dan sebagainya yang kelestariannya dilindungi oleh undang-undang.

12. Wisata Buru

Jenis ini banyak dilakukan di negeri-negeri yang memiliki daerah atau hutan tempat berburu yang dibenarkan oleh pemerintah dan digalakkan oleh berbagai agen atau biro perjalanan. Wisata buru ini diatur dalam bentuk safari buru ke daerah hutan yang telah ditetapkan pemerintah.

13. Wisata Pilgrim

Jenis wisata ini sedikit banyak dikaitkan dengan agama, sejarah, adat istiadat dan kepercayaan umat atau kelompok dalam masyarakat. Wisata pilgrim banyak dilakukan oleh perorangan atau rombongan ke tempat-tempat suci, ke makam-makam orang besar atau pemimpin yang diagungkan, ke bukit atau ke gunung yang dianggap keramat. Wisata pilgrim banyak dihubungkan dengan

niat atau hasrat sang wisatawan untuk memperoleh restu, kekuatan batin, keteguhan iman, untuk memperoleh berkah dan kekayaan melimpah.

14. Wisata Bulan Madu

Merupakan suatu penyelenggaraan perjalanan bagi pasangan-pasangan merpati, pengantin baru yang sedang berbulan madu dengan fasilitas-fasilitas khusus dan tersendiri dengan kenikmatan perjalanan dan kunjungan mereka.

15. Wisata Petualangan

Dikenal dengan istilah *Adventure Tourism*, seperti masuk hutan belantara yang tadinya belum pernah dijelajahi penuh binatang buas, memiliki tebing teramat terjal, terjun ke dalam sungai yang sangat curam, masuk goa yang penuh misteri dan sebagainya yang memiliki tantangan.

2.1.3. Pemasaran Jasa

Konsep pemasaran dalam pariwisata sebagai landasan filosofi suatu usaha, yang diutamakan adalah produksi barang atau jasa-jasa, baru kebijaksanaan penjualan berupaya menjual apa yang telah diproduksi. Pemasaran dalam hal ini harus diartikan sebagai suatu reorientasi kebijakan usaha dan suatu pembenahan total dalam pemikiran-pemikiran dasar dan penerapannya dalam manajemen organisasi atau badan usaha pariwisata untuk menetapkan suatu sistem komunikasi yang efektif dan konsisten dengan para wisatawan yang *real* maupun potensial di pasaran selektif atau pasaran biasa dan berusaha mengetahui keinginannya, kebutuhan, motivasi, kesukaan dan hal-hal yang tidak disukai, supaya mampu memenuhi persyaratan-persyaratan wisata sebaik-baiknya.

Pemasaran kepariwisataan dapat dipersamakan dengan pemasaran jasa lainnya seperti, jasa keuangan (*finance services*), jasa eceran (*retailing services*), jasa perdagangan (*commercial services*), dan jasa profesi (*professional services*) dan sebagainya. Ada beberapa hal yang membuat pemasaran pariwisata berbeda dengan pemasaran barang (*marketing of industrial atau consumer goods*). Perbedaan antara pemasaran pariwisata sebagai pemasaran jasa dengan pemasaran barang yakni : *intangibility*, *perishability*, *heterogeneity*, *inseparability* dan *lack of ownership*. *Intangibility* berarti produk jasa umumnya *intangibility* yang tidak dapat diraba, dicium, dirasa atau didengar. *Perishability* berarti bahwa produk jasa tidak mungkin disimpan. *Heterogeneity* berarti sulit bagi pemasar jasa untuk menstandarisir jasa yang yang diberikan, misalnya hubungan dekat antara staf dan konsumen. Kinerjanya akan bervariasi walaupun ada usaha untuk meminimalkan faktor ini. *Inseparability* yang berarti bahwa persediaan dan konsumsi terjadi pada saat yang sama, dan antara penyedia jasa dan konsumen saling mempengaruhi dalam proses transaksi. Kenyataan inilah yang membuat mengapa pengstandarisasian dari jasa ini begitu sulit, seperti keterlibatan konsumen yang tinggi. *Lack of ownership* yang berarti konsumen tidak memperoleh hak atas barang seperti pada pemasaran barang. Konsumen membawa kenangan dan perasaan puas/tidak puas dari liburan yang dilakukan (Morrison, 1996 dalam Ginting, 2005).

Menurut Tjiptono (2014) pemasaran jasa adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang ada pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud) dan tidak menghasilkan

kepemilikan tertentu. Walaupun demikian produk jasa bisa berhubungan dengan produk fisik maupun tidak.

Menurut Lupiyoadi (2013), pemasaran jasa adalah setiap tindakan yang ditawarkan oleh salah satu pihak kepada pihak lain yang secara prinsip *intangible* dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun. Dalam pemasaran jasa pelanggan membeli tidak hanya dalam bentuk fisik namun juga manfaat yang dapat dirasakan setelah adanya pembelian, dimana ini semua harus memiliki kualitas agar konsumen terus menggunakan jasa yang ditawarkan perusahaan.

Banyak pendapat dari para ahli mengenai pengertian jasa. Menurut Kotler (2008), pengertian jasa adalah sebagai berikut: “ *A service is any act or performance that one party can offer to another that is essentially intangible and does not result in the ownership of anything. Its production may or may not be tied to a physical product*”. Artinya, jasa adalah setiap tindakan atau perbuatan yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Produk jasa bisa berhubungan dengan produk fisik maupun tidak.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pemasaran jasa adalah suatu tindakan yang ditawarkan pihak produsen kepada konsumen, dalam arti jasa yang diberikan tidak dapat dilihat, dirasa, didengar atau diraba sebelum dikonsumsi.

Jasa yang dapat diberikan kepada konsumen mengandung ciri-ciri yang dapat dilaksanakan dalam program pemasaran. Menurut Tjiptono (2014) terdapat empat karakteristik jasa, yaitu :

1. **Tidak berwujud (*Intangibility*)** atau tidak berwujud secara fisik, karena produk jasa lebih merupakan kinerja, tidak seperti produk barang yang dapat diraba, dilihat, atau diindera secara fisik.
2. **Tidak dapat dipisahkan (*Inseparability*)**, artinya antara proses menghasilkan jasa dengan proses pengkonsumsian jasa terjadi bersamaan. Sehingga sering dikatakan bahwa jasa tidak mengenal penyimpanan jasa, seperti menyimpan barang.
3. **Berubah-ubah (*Variability*)**, artinya jasa terbentuk sesuai dengan variasi kualitas atau jenis, tergantung kinerja yang sedang dikehendaki oleh konsumen. Sehingga setiap konsumen jasa memiliki ciri khas sesuai dengan jasa yang sedang diharapkan.
4. **Daya tahan (*Perishability*)**, artinya jasa yang dihasilkan akan dimanfaatkan pada saat konsumsi jasa tidak mengenal penyimpanan. Pemanfaatan jasa terjadi pada saat jasa diperlukan atau diminta oleh konsumennya. Jika terdapat permintaan maka jasa tersebut akan ditawarkan, dan permintaan selanjutnya merupakan penawaran jasa bersangkutan.

Dari pendapat diatas, ciri-ciri jasa adalah jasa tidak berwujud, tidak dapat dipisahkan, tidak tahan lama dan berubah-ubah. Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa ciri-ciri adalah tidak dapat disamakan dengan produk nyata yang dapat disentuh, diraba, ataupun didengar. Jasa hanya dapat dirasakan setelah adanya suatu pembelian. Karena jasa sangat tergantung pada faktor penyajiannya, maka jasa akan sangat mudah berubah-ubah, jasa tidak dapat dipisahkan dari asalnya atau bentuknya, dan yang terakhir adalah jasa tidak dapat disimpan, karena disebabkan oleh adanya permintaan yang selalu berubah-ubah.

Dalam usaha jasa, konsumen dihadapkan dengan pemberi jasa yang mutu jasanya kurang begitu pasti dan lebih bervariasi dibandingkan dengan produk barang. Hasil akhir jasa ini akan dipengaruhi tidak saja oleh pemberi jasa tetapi juga dengan seluruh proses produksi diruang belakang yang mau tidak mau sangat berbeda karena lebih padat karya. Dengan semakin meningkatnya persaingan dibidang jasa, perlu dipikirkan cara untuk memasarkan jasa tersebut.

2.1.4. Minat Berkunjung Ulang

Minat beli muncul akibat dari adanya proses belajar dan proses pemikiran yang kemudian membentuk suatu persepsi. Minat beli ini akan muncul dan kemudian menjadi motivasi yang terus terekam dalam pikirannya dan menjadi kegiatan yang sangat kuat yang pada akhirnya ketika seseorang ingin memenuhi kebutuhannya akan mengaktualisasikan apa yang menjadi motivasi dalam pikirannya.

Pada umumnya manusia bertindak rasional dan mempertimbangkan segala jenis informasi yang tersedia dan mempertimbangkan segala sesuatu yang bisa muncul dari tindakannya sebelum melakukan sebuah perilaku tertentu. Para konsumen akan melewati lima tahapan dalam melakukan pembelian / pemakaian produk / jasa yaitu: pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian (Kotler, 2008). Penjelasan lebih lanjut mengenai tahapan diatas adalah sebagai berikut:

1. Pengenalan Masalah

Proses pembelian dimulai ketika pembeli mengenali masalah atau kebutuhan. Kebutuhan tersebut dapat dicetuskan oleh rangsangan internal atau eksternal. Rangsangan ini akan berubah menjadi dorongan. Berdasarkan dorongan yang

ada pada pada diri konsumen maka konsumen akan mencari obyek yang diketahui untuk dapat memuaskan dorongan tersebut.

2. Pencarian Informasi

Seorang konsumen yang minatnya telah tergugah hanya akan ada dua kemungkinan yaitu, mencari informasi secara aktif atau mencari informasi kemudian hanya mengendapkannya dalam ingatan. Peter dan Donnelly dalam Tjiptono (2010) mengelompokkan sumber informasi konsumen ke dalam lima kategori berikut:

- a. Sumber internal, berupa pengalaman sebelumnya dalam menangani kebutuhan serupa;
- b. Sumber kelompok, yaitu pihak-pihak relevan lain (seperti teman, keluarga, tetangga, dan rekan kerja) yang diyakini konsumen memiliki keahlian khusus dalam keputusan pembelian terkait;
- c. Sumber pemasaran, berupa iklan, wiraniaga, dealer, kemasan, dan pajangan;
- d. Sumber publik, meliputi publisitas (seperti artikel koran tentang produk) dan peningkatan independen terhadap produk (contohnya : laporan hasil riset produk dan warta konsumen);
- e. Sumber eksperiensial, yaitu menangani, menilai, dan mungkin pula mencoba produk atau jasa sewaktu berbelanja.

3. Evaluasi Alternatif

Tidak ada proses evaluasi tunggal sederhana yang digunakan oleh semua konsumen atau oleh salah satu konsumen dalam semua situasi pembelian, itu berarti setiap konsumen pasti memiliki beberapa alternatif sebelum akhirnya

menjatuhkan pilihan. Beberapa konsep dasar dari proses evaluasi konsumen : Pertama, konsumen berusaha memenuhi kebutuhan; Kedua, konsumen mencari manfaat tertentu dari solusi produk; Ketiga, konsumen memandang masing-masing produk sebagai sekumpulan atribut dengan kemampuan yang berbeda-beda dalam memberikan manfaat yang digunakan untuk memuaskan kebutuhan itu.

4. Keputusan Pembelian

Dalam tahap evaluasi para konsumen membentuk preferensi atas merek-merek yang ada di dalam kumpulan pilihan. Konsumen tersebut juga dapat membentuk niat untuk membeli merek yang paling disukai. Namun ada dua faktor yang dapat berada di antara niat pembelian dan keputusan pembelian, pertama adalah sikap orang lain. Sejauh mana sikap orang lain mengurangi alternatif yang disukai seseorang akan bergantung pada dua hal yaitu : intensitas sikap negatif orang lain terhadap alternatif yang disukai konsumen dan motivasi konsumen untuk menuruti keinginan orang lain. Kedua, faktor situasi yang tidak terantisipasi yang dapat muncul dan mengubah niat pembelian. Faktor-faktor tersebut diantaranya seperti faktor pendapatan, keluarga, harga, dan keuntungan dari produk tersebut. Dalam melaksanakan niat pembelian, konsumen dapat membuat sub keputusan pembelian : keputusan merek, keputusan pemasok, keputusan kuantitas, keputusan waktu, dan keputusan metode pembayaran.

5. Perilaku Pascapembelian

Setelah membeli produk maka konsumen akan mengalami tingkat kepuasan atau ketidakpuasan. Jika produk dan perusahaan memperlakukan konsumen

sesuai dengan harapan maka konsumen puas, jika melebihi harapan konsumen akan sangat puas, jika produk dan perusahaan memperlakukan konsumen kurang dari harapan maka konsumen akan tidak puas. Kepuasan konsumen akan membawa implikasi pada perilaku pembelian (*repurchase*) atau bahkan merekomendasikan (*recommended*) produk tersebut kepada orang lain untuk membelinya.

Menurut Kinnear dan Taylor (2008, dalam Dwityanti, 2008) minat beli didefinisikan sebagai tahap kecenderungan responden untuk bertindak sebelum melakukan keputusan pembelian. Setelah konsumen melakukan keputusan pembelian tahap selanjutnya konsumen tersebut dapat merasakan puas setelah mengkonsumsi produk tersebut. Kepuasan seorang konsumen ini akan menumbuhkan perilaku loyal, dan mempunyai komitmen terhadap produk, dimana pada ahirnya akan menimbulkan minat membeli ulang produk tersebut dimasa yang akan datang.

Minat beli merupakan bagian dari loyalitas sikap yang dapat ditindaklanjuti dengan perilaku pembelian ulang. Loyalitas sikap dibangun berdasarkan karakteristik komitmen dan minat beli (Tjiptono, 2011). Kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, di antaranya hubungan antara penyedia jasa/produk dan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, serta membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word-of-mouth*) yang menguntungkan bagi penyedia jasa/produk. Kepuasan pelanggan juga memperkuat perilaku terhadap merek dan kemungkinan besar akan mengarahkan pada pembelian terhadap merek yang sama.

Minat beli kembali di definisikan sebagai *purchase intention* yaitu keinginan yang kuat untuk membeli kembali (Fullerton dan Taylor dalam Basiya dan Rozak, 2012). Menurut Miller, Glawter, dan Primban dalam Basiya dan Rozak (2012) mendefinisikan *purchase intention* adalah keadaan mental seseorang yang mencerminkan rencana untuk melakukan beberapa tindakan dalam jangka waktu tertentu. Pelanggan akan melakukan tindakan pembelian kembali diwaktu yang akan datang sebagai respon langsung dari perilaku paska pembelian dalam jangka waktu tertentu.

2.1.5. Kepuasan Wisatawan

Kunci untuk mempertahankan wisatawan adalah dengan memberikan kepuasan wisatawan (*customer satisfaction*) yang lebih tinggi dibanding dengan para pesaing. Wisatawan yang merasa puas akan bersedia balik kembali mengulangi pembeliannya dan merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli (Kasali, 1998 dalam Hasibuan, 2013).

Barangkali landasan manajemen terpenting yang saat ini diabaikan adalah kedekatan dengan konsumen untuk memuaskan kebutuhannya dan mengantisipasi keinginannya. Konsumen telah menjadi orang yang paling merepotkan, dimana perilakunya yang tak terduga merusak rencana strategis yang telah disusun dengan cermat, yang aktivitasnya telah mengacaukan operasi komputer, dan yang sifat keras kepalanya mengharuskan produk yang sudah dibeli bekerja dengan baik (Agus Maulana, 2007 dalam Kiron 2009).

Menurut Ginting (2005) kepuasan adalah persepsi yang dirasakan seseorang terhadap suatu objek atau kegiatan. Kepuasan wisatawan adalah persepsi yang dirasakan wisatawan dalam melaksanakan wisatanya dan setelah

melakukan wisatanya. Menurut Lupiyoadi (2013) bahwa dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan, terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan yaitu :

1. Kualitas produk.

Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

2. Kualitas pelayanan.

Terutama untuk industri jasa. Pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.

3. Emosional.

Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum kepadanya bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

4. Harga.

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relative murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.

5. Biaya.

Pelanggan tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.

Kotler (2002) menyatakan bahwa kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara hasil yang dirasakan dengan harapan. Konsumen dapat mengalami salah satu dari

tingkat kepuasan berikut: 1. Bila kinerja produk lebih buruk dari harapan, konsumen merasa tidak puas. 2. Bila kinerja sesuai harapan, konsumen akan merasa sangat puas atau gembira. Konsumen memang harus dipuaskan sebab kalau mereka tidak puas akan meninggalkan penyedia produk atau jasa.

Menurut Irawan (2003) seorang konsumen yang puas adalah konsumen yang merasa mendapatkan *value* dari pemasok, produsen atau penyedia jasa. *Value* ini berasal dari produk, pelayanan, sistem atau suatu yang bersifat emosi. Konsumen yang puas adalah konsumen yang akan berbagi kepuasan dengan produsen atau penyedia jasa. Bahkan konsumen yang puas akan berbagi pengalaman dengan konsumen lain, ini akan menjadi referensi bagi produsen atau penyedia jasa yang bersangkutan.

Kotler & Keller (2009) mengatakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang ditawarkan. Jika kinerja berada di bawah harapan, konsumen tidak puas, dan begitu juga sebaliknya.

Menurut Supranto (2006) pengukuran tingkat kepuasan erat kaitannya dengan mutu produk (barang atau jasa). Suatu produk dikatakan bermutu bagi seseorang kalau produk tersebut dapat memenuhi kebutuhannya. Menurut Kotler (2008) kepuasan pelanggan dapat diukur dengan menggunakan metode sebagai berikut :

1. Sistem Keluhan dan Saran

Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan (*customer-oriented*) perlu memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat dan keluhan mereka. Media yang digunakan

bisa berupa kotak saran, kartu komentar, saluran telepon khusus bebas pulsa, dan lain-lain.

2. *Ghost Shopping*

Mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai konsumen/pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing. Kemudian mereka melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman dalam pembelian produk-produk tersebut.

3. *Lost Customer Analysis*

Menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan/penyempurnaan selanjutnya.

4. Survei Kepuasan Pelanggan

Penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan dengan survey melalui pos, telepon, maupun wawancara pribadi. Melalui survey perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik (*feedback*) secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda (*signal*) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggan.

Dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen, terdapat lima faktor yang harus diperhatikan oleh produsen atau penyedia jasa (Lupiyoadi, 2001):

1. Kualitas produk. Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

2. Kualitas pelayanan. Terutama untuk industri jasa. Konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik yang sesuai dengan yang diharapkan.
3. Emosional. Konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum kepadanya bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.
4. Harga. Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya.
5. Biaya. Konsumen tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.

Menurut Tjiptono (2010) ada 2 model kepuasan pelanggan yaitu :

1. Model Kognitif

Penilaian pelanggan berdasarkan pada perbedaan antara suatu kumpulan dari kombinasi atribut yang dipandang ideal untuk individu dan persepsinya tentang kombinasi dari atribut yang sebenarnya. Dengan kata lain penilaian berdasarkan perbedaan yang ideal dengan yang aktual. Apabila yang ideal sama dengan persepsinya maka pelanggan akan puas, sebaliknya apabila perbedaan antara yang ideal dan yang aktual semakin besar maka konsumen semakin tidak puas.

2. Model Afektif

Model Afektif mengatakan bahwa penilaian pelanggan individual terhadap suatu produk tidak semata-mata berdasarkan perhitungan regional saja tetapi juga

berdasarkan pada tingkat aspirasi, perilaku belajar (learningbehavior), emosi perasaan spesifik (kepuasan, keengganan), suasana hati(mood) dan lain-lain.

2.1.6. Daya Tarik Wisata

Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan menyebutkan bahwa daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan dan nilai berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sarana atau tujuan kunjungan wisatawan.

Menurut Suwanto yang dikutip Gautama (2011) daya tarik wisata yang juga disebut objek wisata merupakan potensi yang menjadi pendorong kehadiran wisatawan ke suatu daerah tujuan wisata. Lebih lanjut Suwanto mengelompokkan objek dan daya tarik wisata:

a. Pengusahaan objek dan daya tarik wisata dikelompokkan ke dalam: pengusahaan objek dan daya tarik wisata alam, pengusahaan objek dan daya tarik wisata budaya, pengusahaan objek dan daya tarik wisata minat khusus.

b. umumnya daya tarik suatu objek wisata berdasar pada:

1. Adanya sumber daya yang dapat menimbulkan rasa senang, nyaman dan bersih.
2. Adanya aksesibilitas yang tinggi untuk dapat mengunjunginya.
3. Adanya ciri khusus/spesifikasi yang bersifat langka.
4. Adanya sarana/prasarana penunjang untuk melayani para wisatawan yang hadir.
5. Objek wisata alam mempunyai daya tarik tinggi karena keindahan alam pegunungan, sungai, pantai, pasir, hutan, dan sebagainya.

6. Objek wisata budaya mempunyai daya tarik tinggi karena memiliki nilai khusus dalam bentuk atraksi kesenian, upacara-upacara adat, nilai luhur yang terkandung dalam suatu objek buah karya manusia pada masa lampau.
- c. Pembangunan suatu objek wisata harus dirancang dengan sumber pada potensi daya tarik yang dimiliki objek tersebut dengan mengacu pada kriteria keberhasilan pengembangan yang meliputi berbagai kelayakan:
1. Kelayakan finansial, studi kelayakan ini menyangkut perhitungan secara komersial dari pembangunan objek wisata tersebut.
 2. Kelayakan sosial ekonomi regional, studi kelayakan ini dilakukan untuk melihat apakah investasi yang ditanamkan untuk membangun suatu objek wisata juga akan memiliki dampak sosial ekonomi secara regional ; dapat menciptakan lapangan kerja/berusaha, dapat meningkatkan penerimaan devisa, dapat meningkatkan penerimaan pada sektor lain seperti pajak, perindustrian, perdagangan, pertanian, dan lain-lain.
 3. Layak teknis, pembangunan objek wisata harus dapat dipertanggungjawabkan secara teknis dengan melihat daya dukung yang ada. Tidaklah perlu memaksakan diri untuk membangun suatu objek wisata apabila daya dukung objek wisata tersebut rendah. Daya tarik suatu objek wisata akan berkurang atau bahkan hilang bila objek wisata tersebut membahayakan keselamatan para wisatawan.
 4. Layak lingkungan, analisis dampak lingkungan dapat dipergunakan sebagai acuan kegiatan pembangunan suatu objek wisata. Pembangunan objek wisata yang mengakibatkan rusaknya lingkungan harus dihentikan pembangunannya. Pembangunan objek wisata bukanlah untuk merusak

lingkungan tetapi sekedar memanfaatkan sumber daya alam untuk kebaikan manusia dan untuk meningkatkan kualitas hidup manusia sehingga menjadi keseimbangan, keselarasan dan keserasian hubungan antara manusia dengan manusia, manusia dengan lingkungan alam dan manusia dengan Tuhan

Menurut Putra (2006) objek dan daya tarik wisata merupakan salah satu unsur penting dalam dunia kepariwisataan. Objek dan daya tarik wisata dapat berupa alam, budaya, tata hidup dan sebagainya yang memiliki daya tarik dan nilai jual untuk dikunjungi ataupun dinikmati oleh wisatawan. Dalam arti luas, apa saja yang mempunyai daya tarik wisata atau menarik wisatawan dapat disebut sebagai objek dan daya tarik wisata.

Menurut Undang-Undang No. 9 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, objek dan daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang menjadi sasaran wisata. Objek dan daya tarik wisata tersebut terdiri atas :

- a. Objek dan daya tarik wisata ciptaan Tuhan Yang Maha Esa yang berwujud keadaan alam serta flora dan fauna.
- b. Objek dan daya tarik wisata hasil karya manusia yang berwujud museum, peninggalan purbakala, peninggalan sejarah, seni budaya, wisata agro, wisata tirta, wisata buru, wisata petualangan alam, taman rekreasi, dan tempat hiburan.

Selanjutnya dijelaskan bahwa pembangunan objek dan daya tarik wisata dilakukan dengan cara mengusahakan, mengelola, dan membuat objek-objek baru sebagai objek dan daya tarik wisata.

Menurut Hamid (2006) menyatakan obyek wisata sebagai segala sesuatu yang menarik dan telah dikunjungi wisatawan sedangkan daya tarik adalah segala

sesuatu yang menarik namun belum tentu dikunjungi. Daya tarik tersebut masih memerlukan pengelolaan dan pengembangan sehingga menjadi obyek wisata yang mampu menarik kunjungan.

Wiwoho (2007) menyatakan bahwa dalam dunia kepariwisataan istilah objek wisata mempunyai pengertian sebagai sesuatu yang dapat menjadi daya tarik bagi seseorang atau calon wisatawan untuk mau berkunjung ke suatu daerah tujuan wisata. Daya tarik tersebut antara lain dapat berupa :

- a. Sumber-sumber daya tarik yang bersifat alamiah seperti iklim, pemandangan alam, lingkungan hidup, fauna, flora, kawah, danau, sungai, karang dan ikan di bawah laut, gua-gua, tebing, lembah dan gunung.
- b. Sumber-sumber buatan manusia berupa sisa-sisa peradaban masa lampau, monumen bersejarah, rumah peribadatan, museum, peralatan musik, tempat pemakaman dan lain-lain.
- c. Sumber-sumber daya tarik yang bersifat manusiawi. Sumber manusiawi melekat pada penduduk dalam bentuk warisan budaya misalnya tarian, sandiwara, drama, upacara adat, upacara penguburan mayat, upacara keagamaan, upacara perkawinan dan lain-lain.

Menurut Soekadijo (2007) menyatakan bahwa wisatawan hanya akan berkunjung ke tempat tertentu kalau di tempat itu terdapat kondisi yang sesuai dengan motif wisatawan. Kondisi yang sesuai dengan motif wisatawan akan merupakan daya tarik bagi wisatawan untuk mengunjungi tempat tersebut.

Menurut Witt (2006) daya tarik tempat tujuan wisata merupakan motivasi utama bagi wisatawan untuk melakukan kunjungan wisata. Menurutnya destinasi wisata dikelompokkan menjadi empat daya tarik, yaitu:

1. Daya tarik wisata alam (*natural attraction*) yang meliputi pemandangan alam daratan, pemandangan alam lautan, pantai, iklim atau cuaca.
2. Daya tarik wisata berupa arsitektur bangunan (*building attraction*) yang meliputi bangunan dan arsitektur bersejarah, bangunan dan arsitektur modern, arkeologi.
3. Daya tarik wisata yang dikelola khusus (*managed visitor attractions*), yang meliputi tempat peninggalan kawasan industri seperti yang ada di Inggris, *Theme Park* di Amerika, Darling Harbour di Australia.
4. Daya tarik wisata budaya (*cultural attraction*) yang meliputi teater, museum, tempat bersejarah, adat-istiadat, tempat-tempat religius, peristiwa-peristiwa khusus seperti festival dan drama bersejarah (*pageants*), dan heritage seperti warisan peninggalan budaya.

Daya tarik wisata sosial seperti gaya hidup penduduk di tempat tujuan wisata. Menurut Middleton (2006) bahwa total produk pariwisata adalah suatu paket atau kemasan yang meliputi komponen barang berwujud dan tidak berwujud, yang digunakan untuk kegiatan-kegiatan di tempat tujuan wisata dan paket dan paket tersebut dipersepsikan oleh wisatawan sebagai suatu pengalaman yang dapat dibeli dengan harga tertentu. Elemen-elemen daya tarik tempat tujuan wisata merupakan pilihan wisatawan dan yang mendorong bagi wisatawan untuk melakukan kunjungan wisata. Daya tarik tempat tujuan wisata ini terdiri dari :

- 1) Daya tarik wisata alam yang meliputi pemandangan alam daratan), pemandangan alam lautan, pantai, iklim, dan ciri kas geografis lainnya dari tempat tujuan wisata.

- 2) Daya tarik wisata berupa bangunan-bangunan yang meliputi bangunan-bangunan dengan arsitektur modern, arsitektur bersejarah, monumen, *promenades*, taman dan kebun, *convention center*, arkeologi, *managevisitor attractions generally*, lapangan golf, toko-toko khusus, dan *themed retail areas*.
- 3) Daya tarik wisata budaya yang meliputi *history and folklore, religion and art*, teater, musik, tari-tarian (*dance*) dan *entertainment* lainnya, *museum*, dan peristiwa-peristiwa khusus seperti festival dan drama bersejarah (*pageants*).
- 4) Daya tarik wisata sosial seperti gaya hidup, bahasa penduduk di tempat tujuan wisata, serta kegiatan sehari-hari. Produk jasa dikatakan berkualitas atau tidak berkualitas tergantung pada persepsi individu (konsumen) dalam menginterpretasikan jasa yang dibeli atau dikonsumsi.

Menurut Mac Kinnon *et al.* (2000, dalam Hendarto, 2009), faktor-faktor yang membuat suatu kawasan menarik bagi pengunjung adalah:

1. Letaknya dekat, cukup dekat, atau jauh dengan bandar udara internasional atau pusat kota,
2. Perjalanan ke kawasan tersebut mudah dan nyaman, perlu sedikit usaha, sulit, atau berbahaya,
3. Kawasan tersebut memiliki atraksi yang menonjol,
4. Kondisi sarana dan prasarana harus mendukung,
5. Kawasan tersebut memiliki beberapa keistimewaan yang berbeda,
6. Memiliki tambahan budaya yang sangat menarik serta beberapa atraksi wisata,
7. Unik dalam penampilannya,

8. Memiliki fasilitas rekreasi pantai atau tepian danau, sungai, air terjun, kolam renang atau tempat rekreasi lainnya,
9. Kawasan cukup dekat dengan lokasi lain yang menarik wisatawan sehingga menjadi bagian kegiatan wisatawan,
10. Sekitar kawasan tersebut memiliki pemandangan yang indah,
11. Keadaan makanan dan akomodasi tersedia,

Yoeti (2008) menyatakan bahwa suatu daerah untuk menjadi daerah tujuan wisata (DTW) yang baik harus mengembangkan 3 hal agar daerah tersebut menarik untuk dikunjungi yakni:

- a. Adanya *something to see* yaitu adanya sesuatu yang menarik untuk dilihat yang dalam hal ini objek wisata yang berbeda dengan tempat-tempat lain (mempunyai keunikan tersendiri).
- b. Adanya *something to buy* yaitu terdapat sesuatu yang menarik untuk dibeli. Dalam hal ini dijadikan cinderamata untuk dibawa pulang ke tempat masing-masing sehingga di daerah tersebut harus ada fasilitas untuk dapat berbelanja atau *shopping* yang menyediakan *souvenir* maupun kerajinan tangan lainnya.
- c. Adanya *something to do* yaitu suatu aktivitas yang dapat dilakukan di tempat itu yang dapat membuat orang yang berkunjung merasa betah di tempat tersebut.

Hasil interpretasi masing-masing individu (konsumen) bisa berbeda-beda walaupun jenis jasa yang dijual sama. Konsumen akan mempersepsikan produk sebagai produk berkualitas tergantung pada sikap individu konsumen, harapan dan pengalaman, serta manfaat yang diperoleh dari pembelian. Menurut Koskela (2006) kualitas adalah persepsi konsumen terhadap evaluasi atribut produk, kinerja atribut, dan upaya digunakan untuk mencapai konsumen yang baik pada

berbagai situasi. Sedangkan persepsi didefinisikan sebagai proses di mana individu memilih, mengorganisir, dan menginterpretasikan stimulus (rangsangan) di dalam gambaran tentang dunia yang masuk akal dan berarti (Schiffman dan Kanuk, 2007). Jadi apabila konsumen mempersepsikan kualitas rendah, maka kualitas tersebut adalah rendah, apakah secara realitas baik atau memang benar buruk. Oleh karena itu konsumen dalam membuat keputusan bukan didasarkan pada kualitas secara realitas, tetapi lebih didasarkan pada persepsi.

Pilihan daya tarik destinasi wisata merupakan atribut jasa pariwisata yang sering digunakan sebagai indikator dalam menentukan kualitas pariwisata. Seperti dikatakan oleh (Schiffman dan Kanuk, 2007) bahwa dalam menetapkan kualitas jasa oleh konsumen didasarkan pada atribut yang diasosiasikan dengan produk (Schiffman dan Kanuk, 2007). Beberapa atribut tersebut adalah intrinsik dan ekstrinsik dari barang atau jasa.

2.1.7. Pelayanan

Dalam bisnis jasa, konsumen dan karyawan jasa saling berinteraksi untuk menciptakan jasa, sehingga penyedia jasa harus berupaya untuk berinteraksi secara efektif dan baik dengan konsumen demi menciptakan mutu selama pemberian jasa berlangsung.

Menurut Moenir (2004) pelayanan adalah kunci keberhasilan dalam berbagai usaha atau kegiatan yang bersifat jasa. Pelayanan merupakan proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain. Peranannya akan lebih besar dan bersifat menentukan manakala dalam kegiatan-kegiatan jasa di masyarakat terdapat kompetisi dalam usaha merebut pasaran atau konsumen.

Defisi yang sangat simpel diberikan oleh Ivancevich, Lorenzi, Skinner dan Crosby (1997) pelayanan adalah produk-produk yang tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang melibatkan usaha-usaha manusia dan menggunakan peralatan. Sedangkan definisi yang lebih rinci dikemukakan oleh Gronroos (1990) bahwa pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen (Raminto & Winarsih, 2007).

Hombly (2000) mengatakan *service is a system that provides something that the public needs, organized by the government or a private company*. Pelayanan adalah suatu sistem yang memenuhi sesuatu kebutuhan publik, organisasi baik oleh pemerintah maupun perusahaan swasta.

Menurut Marpaung (2002) pelayanan merupakan bagian dari strategi pemasaran. Pelayanan menunjukkan adanya upaya menjadikan percampuran pelayanan ideal untuk memuaskan konsumen.

Penerapan pelayanan merupakan bagian dari implementasi kebijakan yang harus diberikan kepada konsumen dengan sebaik-baiknya, sementara disisi lain untuk memahami langkah-langkah yang harus ditempuh dalam upaya memberikan pelayanan dengan sebaik-baiknya digambarkan dalam paradigma pelayanan (Kirom, 2009):

1. Memperoleh informasi yang berguna dalam hal aplikasi suatu kebijakan yang digunakan untuk kepentingan pengembangan SDM sudah sesuai atau belum dengan konsepsi yang terkandung dalam makna kebijakan tersebut.

2. Kepentingan para pihak dalam memahami proses dan filosofi kebijakan bidang SDM yang ditempuh oleh para pengambil keputusan.
3. Kepentingan penyedia jasa untuk mengetahui dan mengevaluasi lebih jauh efektifitas suatu kebijakan SDM yang telah ditetapkan.
4. Kepentingan *stakeholder* dalam upaya ikut mengawasi serta mengukur peningkatan dan perbaikan kebijakan SDM dalam hal diperlukan untuk kemajuan penyedia jasa.
5. Kepentingan ilmu pengetahuan tentang pengelolaan kebijakan pengembangan kemampuan profesionalisme SDM di lingkungan perusahaan pada umumnya.

Kualitas pelayanan berpusat pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen. Kualitas pelayanan lebih menekankan aspek kepuasan konsumen yang diberikan oleh penyedia jasa dan tergantung pada pelayanan yang ditawarkan (Tjiptono, 2005).

Menurut Kotler (2008) terdapat 5 determinan kualitas pelayanan (TERA):

1. *Tangible* (berwujud), yaitu berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan dan berbagai materi komunikasi yang baik, menarik dan terawat lancar.
2. *Emphaty*, yaitu kesediaan karyawan dan pengusaha untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada konsumen.
3. *Responsiveness* (cepat tanggap), yaitu kemauan dari karyawan dan pengusaha untuk membantu konsumen dan memberi jasa dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan dari konsumen.
4. *Reliability* (keandalan), yaitu kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan, terpercaya dan akurat dan konsisten.

5. *Assurance* (kepastian), yaitu berupa kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen.

2.1.8. Fasilitas

Menurut Tjiptono (2010) fasilitas adalah sumber daya fisik yang ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen. Menurut Sulastiyono (2006) fasilitas adalah penyediaan perlengkapan – perlengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para pengunjung dalam melaksanakan aktivitas-aktivitasnya atau kegiatan-kegiatannya. Dengan demikian kebutuhan - kebutuhan pengunjung dapat terpenuhi selama tinggal di tempat tujuannya.

Segala fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, kelengkapan, desain interior dan eksterior serta kebersihan fasilitas harus diperhatikan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan atau didapat konsumen secara langsung.

Bagi organisasi yang menyediakan jasa, kualitas fasilitas yang ditawarkan akan menjadi salah satu faktor penentu kepuasan pengguna jasa tersebut. Sebagai penyedia layanan jasa (*intangible*), sarana atau fasilitas, selain hanya dapat dirasakan juga dapat dilihat. Misalnya kelayakan perlengkapan *out bound*, kebersihan kamar tidur dan kamar mandi, dan sebagainya. Dengan demikian, organisasi (perusahaan) harus memperhatikan kelayakan dan kenyamanan fasilitas yang disediakan, karena konsumen harus dipuaskan. Jika konsumen tidak puas, maka mereka akan meninggalkan perusahaan tersebut dan menjadi konsumen pesaing. Hal ini akan menyebabkan penurunan penjualan dan pada gilirannya akan menurunkan laba atau keuntungan.

2.2. Penelitian Terdahulu

Berikut ini daftar referensi penelitian terdahulu yang mendukung dalam penelitian ini yaitu:

Basiya dan Hasan (2012) dengan judul "Kualitas Daya Tarik Wisata, Kepuasan dan Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Mancanegara di Jawa Tengah. Hasil penelitian menunjukkan daya tarik wisata alam berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan mancanegara. Peningkatan kualitas daya tarik wisata alam akan meningkatkan kepuasan wisatawan mancanegara. Daya tarik wisata bangunan berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan mancanegara. Peningkatan kualitas daya tarik wisata bangunan akan meningkatkan kepuasan wisatawan mancanegara. Daya tarik wisata budaya berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan mancanegara. Peningkatan kualitas daya tarik wisata budaya akan meningkatkan kepuasan wisatawan mancanegara. Daya tarik wisata sosial berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan mancanegara. Peningkatan kualitas daya tarik wisata sosial akan meningkatkan kepuasan wisatawan mancanegara. Daya tarik wisata alam berpengaruh positif terhadap niat kunjungan kembali wisatawan mancanegara. Peningkatan kualitas daya tarik wisata alam akan meningkatkan niat kunjungan kembali wisatawan mancanegara di destinasi Jawa Tengah.

Suchaina (2014) dengan judul penelitian " Pengaruh Kualitas Fasilitas Sarana Dan Prasarana Terhadap Peningkatan Jumlah Pengunjung Wisata Danau Ranu Grati". Hasil dari penelitian ditemukan ada beberapa fasilitas sarana dan prasana yang masih berada dibawah standar dan perlu perbaikan dan perawatan yang serius, seperti lantai dan gazebo yang ada di area pendopo Danau Ranu

dalam kondisi retak serta gladak/jembatan kayu yang ada di Danau Ranu Grati. Kualitas sarana dan prasana memiliki pengaruh terhadap peningkatan jumlah pengunjung terbukti dengan upaya yang dilakukan oleh pengelola wisata Danau Ranu tahun sebelumnya jumlah pengunjung mengalami kenaikan pada tiap tahunnya.

Heriyana (2008) dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Daerah Tujuan Wisata Pantai Iboih Sabang Nanggroe Aceh Darussalam.” Hasil penelitian menyimpulkan bahwa bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan dan empati berpengaruh *high signifikan* terhadap kepuasan wisatawan dan kepuasan wisatawan mempunyai hubungan dengan loyalitas wisatawan.

Ginting (2011) dengan judul “Analisis Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan dan Loyalitas Wisatawan di Pemandian Air Panas Alam Berastagi”. Dalam studi ini terdapat 3 variabel penentu yaitu kepuasan wisatawan, hambatan peralihan dan keluhan wisatawan. Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa secara serempak ketiga variabel tersebut mempengaruhi terhadap loyalitas wisatawan di pemandian air panas alam Berastagi. Temuan ini dapat membantu perusahaan dalam pengambilan keputusan pemasaran untuk meningkatkan dan mempertahankan loyalitas wisatawan di pemandian air panas alam Berastagi.

Rosita, Sri Marhanah, Woro Hanoum Wahadi (2016) dengan judul “Pengaruh Fasilitas Wisata dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung di Taman Margasatwa Ragunan Jakarta.” Hasil penelitian adalah

terdapat pengaruh antara fasilitas wisata dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung di Taman Margasatwa Ragunan Jakarta.

Adapun daftar referensi penelitian terdahulu yang mendukung penelitian ini yaitu sebagai berikut :

Tabel 2.1.
Review Penelitian Terdahulu

Peneliti/ Tahun	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
Basiya dan Hasan (2012)	Pengaruh Kualitas Daya Tarik Wisata, Kepuasan Dan Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Mancanegara Di Jawa Tengah.	Regresi berganda	Daya tarik wisata alam berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan mancanegara. Daya tarik wisata bangunan berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan mancanegara. Daya tarik wisata budaya berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan mancanegara. Daya tarik wisata sosial berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan mancanegara. Daya tarik wisata alam berpengaruh positif terhadap niat kunjungan kembali wisatawan mancanegara di destinasi Jawa Tengah.
Suchaina (2014)	Pengaruh Kualitas Fasilitas Sarana Dan Prasarana Terhadap Peningkatan Jumlah Pengunjung Wisata Danau Ranu Grati”.		Kualitas sarana dan prasana memiliki pengaruh terhadap peningkatan jumlah pengunjung
Heriyana (2008)	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Daerah Tujuan Wisata Pantai Iboih Sabang Nanggroe Aceh Darussalam.	Pendekatan <i>survey</i>	Bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan dan empati berpengaruh <i>high significant</i> terhadap kepuasan wisatawan dan kepuasan wisatawan mempunyai hubungan dengan loyalitas wisatawan.
Ginting (2011)	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan dan	Analisis deskriptif kuantitatif	Secara serempak ketiga variabel tersebut mempengaruhi terhadap loyalitas wisatawan di pemandian air panas alam Berastagi. Temuan ini dapat membantu perusahaan

Peneliti/ Tahun	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
	Loyalitas Wisatawan di Pemandian Air Panas Alam Berastagi		dalam pengambilan keputusan pemasaran untuk meningkatkan dan mempertahankan loyalitas wisatawan di pemandian air panas alam Berastagi.
Rosita, Sri Marhana, Woro Hanoum Wahadi (2016)	Pengaruh Fasilitas Wisata dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung di Taman Margasatwa Ragunan Jakarta	Regresi berganda	Terdapat pengaruh antara fasilitas wisata dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung di Taman Margasatwa Ragunan Jakarta.

2.3. Kerangka Konseptual

Mewujudkan minat berkunjung wisatawan adalah hal yang penting bagi sektor pariwisata dan juga bagi penyedia produk atau jasa pariwisata. Kunjungan wisatawan dapat memberikan kontribusi bagi Produk Domestik Bruto daerah yang akan menambah penghasilan daerah. Minat berkunjung ke tempat wisata dipengaruhi oleh a). Keinginan berkunjung ke tempat wisata berdasarkan informasi yang didapat dari media massa. b). Keinginan berkunjung ke tempat wisata berdasarkan cerita dari keluarga dan sanak saudara. c). Keinginan berkunjung ke tempat wisata karena ingin tahu langsung mengenai tempat wisata tersebut.

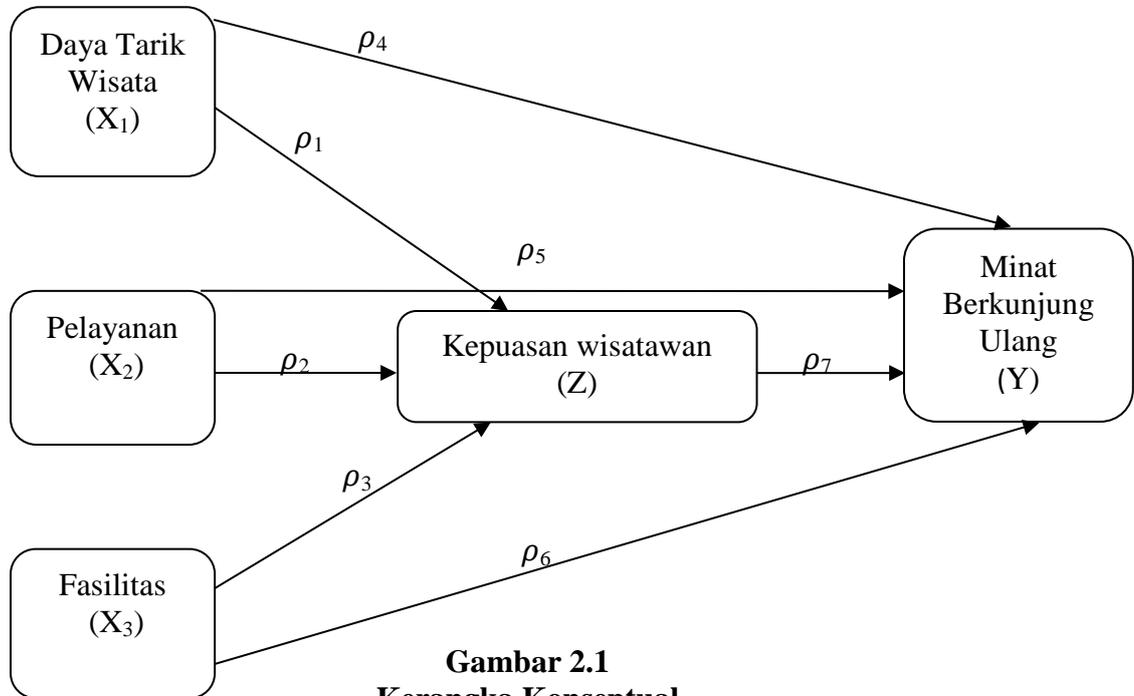
Untuk mewujudkan minat kunjungan wisatawan maka kepuasan wisatawan harus terpenuhi. Kepuasan adalah persepsi yang dirasakan kepuasan adalah persepsi yang dirasakan seseorang terhadap suatu objek atau kegiatan. Kepuasan wisatawan adalah persepsi yang dirasakan wisatawan dalam melaksanakan wisatanya dan setelah melakukan wisatanya. Kepuasan wisatawan dapat diukur dengan model *TOURSAT*

Industri pariwisata harus memiliki daya tarik, pelayanan yang memuaskan dan fasilitas yang baik yang dapat dipasarkan kepada wisatawan. Daya tarik merupakan segala sesuatu yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia. Daya tarik dapat dikelompokkan dalam daya tarik wisata alam, daya tarik wisata budaya, daya tarik minat khusus. Dalam pengembangan daerah objek wisata harus memiliki sesuatu yang dapat dilihat, sesuatu yang dapat dibeli dan sesuatu yang dapat dilakukan oleh wisatawan.

Daerah tujuan wisata harus memiliki pelayanan yang dapat memenuhi keinginan para wisatawan. pelayanan adalah adalah kunci keberhasilan dalam berbagai usaha atau kegiatan yang bersifat jasa. Pelayanan merupakan proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain. Peranannya akan lebih besar dan bersifat menentukan manakala dalam kegiatan-kegiatan jasa di masyarakat terdapat kompetisi dalam usaha merebut pasaran atau konsumen. Kualitas pelayanan berpusat pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen. Kualitas pelayanan lebih menekankan aspek kepuasan konsumen yang diberikan oleh penyedia jasa dan tergantung pada pelayanan yang ditawarkan

Fasilitas yang baik dan memadai di daerah objek wisata dapat mempengaruhi minat beli wisatawan. Fasilitas merupakan sumber daya fisik yang ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas adalah penyediaan perlengkapan – perlengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para pengunjung dalam melaksanakan aktivitas-aktivitasnya atau kegiatan-kegiatannya. Dengan demikian kebutuhan - kebutuhan pengunjung dapat terpenuhi selama berada di daerah tujuan wisata.

Maka digambarkan kerangka konseptual yang dijadikan sebagai dasar alur penelitian sebagai berikut :



Gambar 2.1
Kerangka Konseptual

2.4. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan uraian kerangka konseptual, maka dapat diajukan hipotesis penelitian sebagai berikut :

8. Daya tarik wisata berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata Nias Selatan Provinsi Sumatera Utara.
9. Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata Nias Selatan Provinsi Sumatera Utara.
10. Fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata Nias Selatan Provinsi Sumatera Utara.

11. Daya tarik wisata berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang pada objek wisata Nias Selatan Provinsi Sumatera Utara.
12. Pelayanan berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang pada objek wisata Nias Selatan Provinsi Sumatera Utara.
13. Fasilitas berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang pada objek wisata Nias Selatan Provinsi Sumatera Utara.
14. Kepuasan wisatawan berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang pada objek wisata Nias Selatan Provinsi Sumatera Utara.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis dan Sifat Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif kuantitatif adalah meliputi pengumpulan data untuk diuji hipotesis atau menjawab pertanyaan mengenai status terakhir dari subjek penelitian (Kuncoro, 2007).

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan survey yaitu kegiatan mengumpulkan data sebanyak-banyaknya mengenai fakta-fakta yang merupakan pendukung terhadap penelitian dengan maksud untuk mengetahui status, gejala menemukan kesamaan status dengan cara membandingkan dengan standar yang sudah dipilih atau ditentukan (Arikunto, 2013).

Adapun sifat penelitian adalah *explanatory research* Sugiyono (2008) menyatakan bahwa, penelitian *explanatory* merupakan penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel yang diteliti serta hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya.

3.1.Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di Objek Wisata Nias Selatan Provinsi Sumatera Utara. Waktu penelitian dilaksanakan dari bulan Mei 2017 sampai dengan Juni 2017.

3.2. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk

dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2008). Populasi dalam penelitian adalah wisatawan yang sudah pernah berkunjung ke objek wisata Nias Selatan yang berjumlah 29.129 orang.

Sampel adalah bagian dari populasi yang akan diteliti dan yang dianggap dapat menggambarkan populasinya, untuk menentukan sampel yang dibutuhkan peneliti menggunakan rumus Slovin sebagai berikut :

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

Keterangan : n = Jumlah Sampel

N= Jumlah Populasi

e =Tingkat Kesalahan (persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan penarikan sampel).

Populasi (N) sebanyak 29129 orang dan tingkat kesalahan (e) sebesar 5% maka besarnya sampel adalah :

$$n = \frac{29129}{1 + 29129(0,05)^2} = 394,57 = 395$$

Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian setelah hasil pembulatan adalah 395 orang dengan kriteria sampel adalah pengunjung yang telah berkunjung di Objek Wisata Nias Selatan Provinsi Sumatera Utara.

Proses pemilihan sampel menggunakan *non probability sampling* yaitu teknik *proportionate sampling* dimana pengambilan sampel yang memperhatikan unsur-unsur atau kategori dalam populasi penelitian.

Tabel 3.1.
Jumlah Sampel

Sampel	Jumlah
Wisatawan Mancanegara	59 orang (15% dari sampel)
Wisatawan Nusantara	336 orang (85 % dari sampel)

Sampel yang diambil oleh peneliti yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti yang dapat digunakan sebagai sampel dan cocok sebagai sumber data.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan cara sebagai berikut:

1. Wawancara (*Interview*)

Mengadakan *interview* dan tanya jawab secara langsung dengan responden yang terkait dengan obyek penelitian.

2. Angket (*Questionare*)

Memberikan sejumlah pertanyaan tertulis kepada pengunjung di Objek Wisata Nias Selatan Provinsi Sumatera Utara yang dijadikan sampel dalam penelitian ini.

3. Studi Dokumentasi

Mempelajari dan menganalisis data dan informasi yang diperoleh dari dokumen-dokumen yang dimiliki dari Objek Wisata Nias Selatan Provinsi Sumatera Utara.

3.5. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder sebagai berikut:

1. Data primer, merupakan data yang diperoleh langsung dari responden penelitian untuk selanjutnya diolah peneliti, yang diperoleh dari penyebaran angket guna memperoleh informasi yang jelas.

2. Data sekunder, adalah data pelengkap yang berhubungan dengan masalah penelitian, yang sifatnya merupakan data yang telah diolah oleh perusahaan tempat penelitian, berupa dokumen-dokumen tentang jumlah pengunjung di Objek Wisata Nias Selatan Provinsi Sumatera Utara.

3.3. Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah sesuatu hal yang berbentuk apa saja ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2008). Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu: variabel bebas, variabel terikat dan variabel mediasi. Variabel bebas (*independent variable*) terdiri dari: Daya Tarik Wisata (X_1), Pelayanan (X_2) dan Fasilitas (X_3). Variabel terikat (*dependent variable*) yaitu Minat Berkunjung Ulang (Y) dan variabel mediasi yaitu Kepuasan Wisatawan (Z)

Teknik skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *Likert* yang merupakan bagian dari jenis *attitude scales*. Skala *Likert* adalah responden menyatakan tingkat setuju atau tidak setuju mengenai berbagai pernyataan tentang perilaku, objek atau kejadian (Sugiono, 2008). Kriteria pengukuran dapat dilihat pada Tabel 3.2:

Tabel 3.2
Instrumen Skala *Likert*

No	Pernyataan	Skor
1	Sangat Tidak Setuju	1.00 – 1.80
2	Tidak Setuju	1.81 – 2.60
3	Kurang Setuju	2.61 – 3.40
4	Setuju	3.41 – 4.20
5	Sangat Setuju	4.21 – 5.00

Adapun definisi operasional variabel-variabel yang digunakan dalam hipotesis ini dapat dilihat dalam Tabel 3.3 berikut:

Tabel 3.3
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran
Daya Tarik Wisata (X ₁)	Segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan dan nilai berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sarana atau tujuan kunjungan wisatawan	1. Pemandangan di tempat wisata 2. Atraksi di tempat wisata yaitu hombo batu dan tari-tarian 3. Rumah adat 4. Kerajinan tangan	Likert
Pelayanan (X ₂)	Proses yang berpusat pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen.	1. Penampilan pemandu wisata 2. Empati pemandu wisata 3. Daya tanggap pemandu wisata 4. Keandalan pemandu wisata 5. Kepastian yang diberikan pemandu wisata	Likert
Fasilitas (X ₃)	Sumber daya fisik yang ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen baik sarana dan prasarana	1. Prasarana fasilitas komunikasi 2. Prasarana wisata 3. Sarana akomodasi 4. Sarana transportasi 5. Sarana objek wisata	Likert
Minat Berkunjung Ulang (Y)	Keinginan wisatawan untuk kembali berkunjung diwaktu yang akan datang sebagai respon setelah kunjungan pada waktu lampau.	1. Ingin berkunjung ulang 2. Memberi rekomendasi kepada orang lain 3. Wisatawan selalu mengingat objek wisata Nias Selatan memiliki reputasi yang baik 4. Selalu tertarik dengan objek wisata Nias Selatan	Likert
Kepuasan wisatawan (Z)	Persepsi yang muncul setelah wisatawan membandingkan antara kondisi objek wisata dengan harapan wisatawan.	1. Perasaan senang terhadap daya tarik wisata Nias Selatan 2. Perasaan puas wisatawan 3. Tidak ada keluhan wisatawan 4. Puas dengan fasilitas wisata	Likert

3.7. Metode Analisis Data

3.7.1. Statistik Deskriptif

Priyatno (2008) mengemukakan “ statistik deskriptif menggambarkan tentang ringkasan data-data penelitian seperti *mean*, standar deviasi, varian, modus, dan lain-lain”. Statistik deskriptif umumnya digunakan peneliti untuk memberi informasi mengenai karakteristik variabel penelitian yang paling utama dan data demografi responden (Ikhsan dan Ghazali, 2006). Dalam penelitian ini akan dilakukan analisis deskriptif dengan memberikan gambaran data tentang

jumlah data, minimum, maksimum, mean, dan standar deviasi dari jawaban yang telah didapat melalui kuesioner.

3.7.2. Uji Kualitas Data

Kualitas data yang dihasilkan dari penggunaan instrumen penelitian dapat dievaluasi melalui uji validitas dan uji reliabilitas instrumen. Kedua uji tersebut digunakan untuk mengetahui konsistensi dan akurasi data yang dikumpulkan dari penggunaan instrumen. Uji validitas dan reliabilitas ini dilakukan pada responden di luar dari sampel penelitian.

3.7.2.1. Uji Validitas

Menurut Ghozali (2008) Uji validitas dipergunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut". Menurut Sugiyono (2008), "Jika nilai validitas setiap pertanyaan lebih besar dari nilai koefisien korelasi (r) 0,30 maka butir pertanyaan dianggap sudah valid". Validitas menunjuk kepada sejauh mana alat pengukur itu dapat melakukan fungsinya mengukur dengan cermat dan tepat sesuai yang diharapkan. Suatu skala pengukuran disebut valid bila pengukuran tersebut melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur.

Pada penelitian ini pengujian dilakukan dengan program SPSS, dan untuk uji validitas dengan menggunakan korelasi *Bivariate Pearson* (Produk Momen Pearson) dan *Corrected Item-Total Corelation*. Priyatno (2008) mengemukakan "...kriteria pengujiannya dengan taraf signifikansi 5% atau 0,05 yaitu jika r -hitung \geq r -tabel maka instrumen pertanyaan-pertanyaan kuesioner berkorelasi

terhadap skor total (dinyatakan valid), dan $r\text{-hitung} \leq r\text{-tabel}$ maka instrumen pertanyaan-pertanyaan kuesioner tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

3.7.2.2. Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2008) reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Reliabilitas menunjukkan sejauhmana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulang dua kali atau lebih.

Suatu kuesioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dalam melakukan uji reliabilitas digunakan metode *Cronbach's Alpha* dengan bantuan program SPSS, menurut Priyatno (2008) menyebutkan “metode alpha sangat cocok digunakan pada skor berbentuk skala”. Suatu variabel dikatakan *reliable* jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0.60 (Ghozali, 2008).

3.7.3. Uji Asumsi Klasik

Untuk dapat melakukan analisis regresi berganda perlu pengujian asumsi klasik sebagai persyaratan dalam analisis agar datanya dapat bermakna dan bermanfaat. Menurut Lubis *et al.* (2007) dalam membuat uji asumsi klasik kita harus menggunakan data yang akan digunakan dalam uji regresi. Uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

3.7.3.1. Uji normalitas

Menurut Ghozali (2008) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi atau variabel pengganggu atau residual berdistribusi normal.

Jika data yang diperoleh terdistribusi normal dan variansinya sama, maka pengujian hipotesis dilakukan dengan alat statistik parametrik. Jika data yang diperoleh tidak terdistribusi normal dan/atau variansinya tidak sama, maka pengujian hipotesis dilakukan dengan alat statistik nonparametrik.

Untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak, dapat dilihat dengan menggunakan kurva normal p_plot. Penelitian ini akan melakukan uji normalitas data dengan menggunakan kurva normal p_plot di mana data dikatakan normal bila gambar distribusi dengan titik-titik data yang menyebar di sekitar garis diagonal dan penyebaran titik-titik data searah mengikuti garis diagonal.

3.7.3.2. Uji multikolinearitas

Menurut Ghozali (2008) uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Jika antara variabel independen ada korelasi yang cukup tinggi (umumnya di atas 0.90), maka hal ini mengindikasikan adanya multikolinearitas.

Kemiripan antara variabel independen dalam suatu model akan menyebabkan terjadinya korelasi yang sangat kuat antara satu model independen dengan variabel independen yang lain. Pada penelitian ini untuk mendeteksi terhadap multikolinearitas dengan melihat *Variance Inflation Factor* (VIF) pada model regresi. Menurut Nugroho (2005) “ deteksi multikolinearitas pada suatu model dapat dilihat bila nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) tidak lebih dari 10 dan nilai *Tolerance* tidak kurang dari 0,1, maka model dikatakan terbebas dari

multikolinearitas. $VIF = 1/Tolerance$, dan bila $VIF=10$ maka $Tolerance = 1/10 = 0,1$. Semakin tinggi VIF maka semakin rendah *Tolerance*.”

3.7.3.3. Uji heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2008) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual dari suatu pengamatan ke pengamatan lainnya tetap maka disebut homoskedastisitas dan jika varians berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Deteksi ada tidaknya dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi dan Y sesungguhnya) yang telah *distudentized*. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Jika ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.7.4. Uji Hipotesis

3.7.4.1. Analisis jalur (*path analysis*)

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis jalur. Analisis jalur merupakan perluasan dari analisis regresi linear berganda, untuk menaksir hubungan kausalitas antara variabel (*model causal*) yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori (Ghozali, 2008). *Path analysis* memberikan secara eksplisit hubungan kausalitas antara variabel berdasarkan pada teori. Anak panah menunjukkan hubungan antar variabel dan

setiap nilai p menggambarkan jalur dan koefisien jalur. Tujuan dari analisis jalur adalah untuk menerangkan akibat langsung dan tidak langsung dari beberapa variabel sebagai variabel penyebab, terhadap beberapa variabel lainnya sebagai variabel akibat (Ghozali, 2008).

Berdasarkan gambar model jalur diajukan hubungan bahwa daya tarik wisata, pelayanan, dan fasilitas mempunyai hubungan langsung dengan minat berkunjung ulang (ρ_1). Namun demikian daya tarik wisata, pelayanan, dan fasilitas juga mempunyai hubungan tidak langsung ke minat berkunjung ulang yaitu dari daya tarik wisata, pelayanan, dan fasilitas ke kepuasan wisatawan (ρ_2) baru kemudian ke minat berkunjung ulang (ρ_3). Total pengaruh hubungan dari daya tarik wisata, pelayanan, dan fasilitas ke minat berkunjung ulang sama dengan pengaruh langsung daya tarik wisata, pelayanan, dan fasilitas ke minat berkunjung ulang (koefisien *path* atau regresi ρ_1) ditambah pengaruh tidak langsung yaitu koefisien *path* dari daya tarik wisata, pelayanan, dan fasilitas ke kepuasan wisatawan yaitu ρ_2 dikalikan dengan koefisien *path* dari kepuasan wisatawan ke minat berkunjung ulang yaitu ρ_3 . Dalam analisis jalur untuk melihat pengaruhnya langsung atau tidak langsung (melalui mediasi) dilihat dari koefisien jalur langsung (ρ_1) dibandingkan dengan perkalian antara koefisien jalur tidak langsung ($\rho_2 \times \rho_3$). Apabila perkalian antara koefisien jalur tidak langsung lebih besar dari koefisien langsung maka hubungannya adalah tidak langsung (Ghozali, 2008).

Koefisien jalur adalah *standardized* koefisien regresi dan dihitung dengan membuat dua persamaan struktural yaitu persamaan regresi yang menunjukkan

hubungan yang dihipotesiskan. Dalam penelitian ini persamaan regresi tersebut adalah:

Sub model I

$$Z = \rho_1 X_1 + \rho_2 X_2 + \rho_3 X_3 + \epsilon_1 \dots\dots\dots (1)$$

Sub model II

$$Y = \rho_4 X_1 + \rho_5 X_2 + \rho_6 X_3 + \rho_7 Z + \epsilon_2 \dots\dots\dots (2)$$

Keterangan

Y = Minat berkunjung ulang

X₁ = Daya tarik

X₂ = Pelayanan

X₃ = Fasilitas

Z = Kepuasan wisatawan

$\rho_1 \rho_7$ = koefisien regresi

ϵ = standar error

3.7.4.2. Uji koefisien determinasi

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel independen yang digunakan dalam penelitian mampu menjelaskan variasi total dependen. Nilai koefisien determinasi antara 0 dan 1 ($0 < R^2 < 1$). Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen.

3.7.4.3. Uji F

Priyatno (2008) menyebutkan “uji simultan dengan uji F bertujuan untuk mengetahui apakah variabel secara bersama-sama berpengaruh signifikan

terhadap variabel dependen”. Dengan tingkat signifikansi dalam penelitian ini menggunakan alpha 5% atau 0,05 maka hasil uji F dapat dihitung dengan bantuan program SPSS pada tabel ANOVA. Hasil uji F menunjukkan variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen, jika *p-value* (pada kolom *sig.*) lebih kecil dari *level of significant* yang ditentukan (sebesar 5%), atau F hitung (pada kolom F) lebih besar dari F tabel. F tabel dihitung dengan cara $df_1 = k - 1$, dan $df_2 = n - k$, dimana k adalah jumlah variabel dependen dan variabel independen, dan n adalah jumlah responden atau jumlah kasus yang diteliti.

3.7.4.4. Uji t

Priyatno (2008) menyebutkan “uji t digunakan untuk mengetahui apakah model regresi variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen”. Dengan tingkat signifikansi dalam penelitian ini menggunakan alpha 5% atau 0,05 maka uji t dapat dihitung dengan bantuan program SPSS dapat dilihat pada tabel t hitung (tabel *Coefficients*). Nilai dari uji t hitung dapat dilihat dari *p-value* (pada kolom *sig.*) pada masing-masing variabel independen, jika *p-value* lebih kecil dari *level of significant* yang ditentukan atau t hitung (pada kolom t) lebih besar dari t tabel (dihitung dari *two-tailed* $\alpha = 5\%$ $df = k$, k merupakan jumlah variabel independen), maka nilai variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (dalam arti H_a diterima dan H_o ditolak, dengan kata lain, terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

4.1.1. Deskripsi Data

4.1.1.1. Deskripsi Lokasi

Lokasi penelitian ini terletak di Kabupaten Nias Selatan Provinsi Sumatera Utara. Jarak lokasi dengan Kota Gunungsitoli kurang lebih 120 km dan dapat ditempuh dengan waktu 2-3 jam. Alat transportasi yang digunakan oleh peneliti yaitu sepeda motor.

Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang pernah berkunjung di objek wisata Nias Selatan yang berjumlah 29.129 orang. Sampel yang peneliti ambil sebanyak 395 orang yang terdiri dari 59 orang wisatawan mancanegara dan 336 orang wisatawan nusantara.

Adapun lokasi peneliti menyebarkan kuesioner sebagai berikut:

1. Pantai Sorake
2. Pantai Lagundri
3. Lompat Batu
4. Pulau Batu

Ke empat lokasi tersebut peneliti menyebarkan kuesioner dengan jumlah: untuk pantai sorake sebanyak 100 eksemplar, pantai lagundri sebanyak 90 eksemplar, lompat batu sebanyak 140 eksemplar dan untuk pulau batu sebanyak 65 eksemplar.

4.1.2. Karakteristik Responden

Karakteristik responden diuraikan dengan tujuan melihat sebaran karakter atau ciri-ciri umum yang menjadi responden dalam penelitian ini. Karakteristik responden dibagi berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir dan pekerjaan.

4.1.2.1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Hasil rekapitulasi data responden berdasarkan jenis kelamin dirangkum dalam Tabel 4.1 berikut:

Tabel 4.1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-laki	184	46,6
Perempuan	211	53,4
Jumlah	395	100

Sumber: Hasil Penelitian, 2017 (Data olahan peneliti)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden berdasarkan jenis kelamin lebih banyak responden dengan jenis kelamin perempuan dari pada responden berjenis kelamin laki-laki. Responden perempuan sebanyak 211 orang (53,4%) dan responden laki-laki sebanyak 184 orang (46,6%).

4.1.2.2. Responden Berdasarkan Usia

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa sampel yang berjumlah 395 wisatawan dapat diperoleh gambaran tentang rentang usia dari masing-masing responden yang dapat dilihat pada Tabel 4.2 berikut:

Tabel 4.2. Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase (%)
Dibawah 20 tahun	105	26,6
20 – 29 tahun	175	44,3
30 – 39 tahun	73	18,5
40 – 49 tahun	33	8,4
Diatas 49 tahun	9	2,3
Jumlah	395	100

Sumber: Hasil Penelitian, 2017 (Data olahan peneliti)

Dari Tabel 4.2 dapat diketahui bahwa mayoritas responden berusia 20-29 tahun dengan jumlah 175 orang (44,3%). Responden terbesar selanjutnya berdasarkan usia yaitu usia dibawah 20 dengan jumlah 105 orang (26,6%). Responden berusia 30-39 tahun berjumlah 73 orang (18,5%) dan responden yang berusia 40-49 tahun berjumlah 33 orang (8,4%), sedangkan responden yang berusia diatas 49 tahun berjumlah 9 orang (9%).

4.1.2.3. Responden Berdasarkan Jenis Pariwisata yang Disukai

Dari hasil penelitian diperoleh gambaran tentang jenis pariwisata yang disukai oleh wisatawan nusantara dan mancanegara dari masing-masing responden yang dapat dilihat pada Tabel 4.3 berikut:

Tabel 4.3.
Responden Berdasarkan Jenis Pariwisata Yang Disukai

Wisatawan	Jenis Pariwisata	Frekuensi	Persentase (%)
Mancanegara	Wisata Alam dan Bahari	59	14,9
Nusantara	Wisata Budaya	336	85,1
	Jumlah	395	100

Sumber: Hasil Penelitian, 2017 (Data olahan peneliti)

Dari Tabel diatas bahwa responden menurut jenis pariwisata yang disukai wisatawan mancanegara lebih menyukai wisata alam dan wisata bahari sebanyak 59 orang (14,9%) dan wisatawan nusantara lebih menyukai wisata budaya sebanyak 336 orang (85,1%). Hal ini menunjukkan wisatawan mancanegara lebih suka berkunjung di wisata pantai dan suka dengan pemandangan alam yang ada di objek wisata Nias Selatan dan wisatawan Nusantara suka dengan budaya yang ada di objek wisata Nias Selatan.

4.1.2.4. Responden Berdasarkan Pekerjaan

Hasil rekapitulasi data responden berdasarkan pekerjaan dirangkum pada Tabel 4.4 berikut:

Tabel 4.4.
Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
Pegawai Swasta	55	13,9
Pegawai Negeri	48	12,2
Wiraswasta	49	12,4
Mahasiswa	144	36,5
Lain-lain	99	25,1
Jumlah	395	100

Sumber: Hasil Penelitian, 2017 (Data olahan peneliti)

Dari Tabel diatas bahwa responden menurut pekerjaan sebanyak 55 orang (13,9%) sebagai pegawai swasta, sebanyak 48 orang (12,2%) sebagai pegawai negeri dan sebanyak 49 orang (12,4%) wiraswasta. Responden yang memiliki pekerjaan sebagai mahasiswa sebanyak 144 orang (36,5%) dan sebanyak 99 orang (25,1%) memiliki pekerjaan lainnya. Mayoritas wisatawan adalah mahasiswa.

4.1.3. Statistik deskriptif

Statistik deskriptif dalam penelitian ini merangkum serta memberikan gambaran secara keseluruhan atas jawaban responden pada setiap butir pernyataan indikator yang digunakan dalam mengukur setiap variabel penelitian. Setiap butir pernyataan diukur dengan menggunakan lima kategori jawaban yang berhubungan dengan kesetujuan rsponden pada pernyataan yang diberikan. Variabel dalam penelitian ini adalah daya tarik wisata, pelayanan, fasilitas, kepuasan wisatawan dan minat bekunjung ulang pada objek wisata Nias Selatan Provinsi Sumatera Utara.

Statistik deskriptif penelitian ditabulasi dalam bentuk tabel per variabel yang memudahkan interpretasi hasil penelitian. Jawaban responden yang dirangkum dalam statistik deskriptif penelitian adalah persepsi dari wisatawan

yang pernah berkunjung di objek wisata Nias Selatan. Statistik deskriptif penelitian fokus dalam menjelaskan jawaban dari responden penelitian.

4.1.3.1. Distribusi Tanggapan Responden terhadap Variabel Daya Tarik Wisata

Dalam dunia kepariwisataan objek dan daya tarik wisata memiliki peranan penting yang dapat dijadikan sebagai daya tarik bagi seseorang atau calon wisatawan untuk berkunjung ke suatu daerah tujuan wisata. Daya tarik wisata merupakan segala sesuatu yang mempunyai daya tarik, keunikan dan nilai yang tinggi, yang menjadi tujuan wisatawan datang ke suatu daerah tertentu. Dasar penilaian daya tarik wisata diukur dengan pemandangan di tempat wisata, atraksi di tempat wisata (*hombo batu* dan tari-tarian), rumah adat dan kerajinan tangan. Responden menilai terhadap indikator daya tarik wisata dapat dilihat pada Tabel 4.5 berikut ini:

Tabel 4.5.
Tanggapan Responden terhadap Indikator Daya Tarik Wisata

Pernyataan	Respon wisatawan										M a x	M i n	M o d u s	M e a n	Kesim- pulan
	STS		TS		KS		S		SS						
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%					
Pemandangan di tempat wisata	0	0	2	0,5	7	1,8	149	37,7	237	60	5	2	5	4,57	Sangat Setuju
Atraksi di tempat wisata	0	0	2	0,5	4	1	154	39	235	59,5	5	2	5	4,57	Sangat Setuju
Rumah adat	1	0,3	3	0,8	18	4,6	152	38,5	221	55,9	5	1	5	4,49	Sangat Setuju
Kerajinan tangan	4	1	4	1	43	10,9	198	50,1	146	37	5	1	4	4,21	Sangat Setuju
Skor Daya Tarik Wisata													4,46	Sangat Baik	
Skor Rata-Rata	1,00-1,80 = Sangat Tidak Setuju; 1,81-2,60 = Tidak Setuju; 2,61-3,40 = Kurang Setuju; 3,41-4,20 = Setuju; 4,21-5,00 = Sangat Setuju														

Sumber : Hasil Penelitian, 2017 (Data diolah)

Tabel 4.5 menunjukkan bahwa secara keseluruhan wisatawan yang menjadi sampel penelitian sangat setuju objek wisata Nias Selatan memiliki daya

tarik dan keunikan tersendiri bagi wisatawan. Hal ini dapat dilihat dari skor rata-rata sebesar 4,46 dalam kategori sangat baik. Kategori sangat baik dalam pengertian ini berkaitan dengan daya tarik wisata yang dirasakan oleh wisatawan yang berkunjung pada objek wisata Nias Selatan.

Jawaban wisatawan pada butir pernyataan pertama tentang pemandangan pada objek wisata Nias Selatan secara umum wisatawan merasakan pemandangan sangat menarik untuk dilihat dan dinikmati. Sebanyak 237 orang (60%) sangat setuju dengan pemandangan pada objek wisata Nias Selatan sangat menarik perhatian wisatawan, selanjutnya wisatawan yang setuju sebanyak 149 orang (37,7%), meskipun demikian masih ada wisatawan yang kurang setuju dengan pernyataan tersebut sebanyak 7 orang (1,8%). Kemudian pada jawaban tidak setuju sebanyak 2 orang (0,5%), hal ini menunjukkan bahwa pemandangan yang diharapkan tidak sesuai dengan apa yang dirasakan oleh wisatawan. Tidak ada responden yang memberikan jawaban sangat tidak setuju dengan pernyataan yang diberikan. Hal tersebut menunjukkan meskipun mayoritas wisatawan sangat setuju pemandangan di objek wisata Nias Selatan menarik, masih terdapat wisatawan yang menilai bahwa pemandangan tersebut belum maksimal dan harus dikelola lebih baik lagi.

Pernyataan pada butir kedua tentang atraksi di tempat wisata Nias Selatan sebanyak 389 orang wisatawan merospen dengan baik dan selebihnya masih ragu-ragu. Dilihat dari jawaban responden sebanyak 2 orang (0,5%) tidak setuju dan 4 orang (1%) yang kurang setuju dengan pernyataan tersebut. Sebanyak 154 orang (39%) menjawab setuju dan 235 orang (59,5%) sangat setuju. Dari poin tersebut dapat disimpulkan bahwa atraksi wisata di objek wisata Nias Selatan sangat

menarik perhatian wisatawan untuk dilihat dan dinikmati serta menghibur para wisatawan yang sedang berkunjung.

Dari pernyataan ketiga tentang rumah adat Nias Selatan secara umum wisatawan menjawab sangat setuju sebanyak 221 orang (59,9%) dan wisatawan menjawab setuju sebanyak 152 orang (38,5%). Sebanyak 18 orang (4,6%) wisatawan kurang setuju dan sebanyak 3 orang (0,8%) tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Ada wisatawan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1 orang (0,3%) hal ini disebabkan karena rumah adat yang ada pada saat ini merupakan rumah adat modifikasi yang dulunya tidak menggunakan material paku sekarang sebagian sudah menggunakan material paku. Meskipun demikian, banyak wisatawan yang sangat setuju rumah adat Nias Selatan sangat unik untuk dilihat dan dinikmati secara langsung ditambah lagi ornamen-ornamen yang ada di dalam rumah adat bisa dilihat dan disentuh secara langsung.

Pernyataan keempat tentang kerajinan tangan yang ada di objek wisata Nias Selatan secara umum wisatawan sangat setuju kerajinan tangan yang ada di objek wisata Nias Selatan unik sebanyak 146 orang (37%) dan wisatawan yang menjawab setuju sebanyak 198 orang (50,1%). Sebanyak 43 orang (10,9%) yang menjawab kurang setuju dan 4 orang (1%) yang menjawab tidak setuju. Ada responden yang menjawab sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut sebanyak 4 orang (1%), hal ini disebabkan karena kerajinan yang ada tidak ada variasi lain dan bagi wisatawan kerajinan tangan tersebut bisa ditemukan di tempat lain. Meskipun demikian mayoritas wisatawan sangat setuju kerajinan tangan di objek wisata Nias Selatan unik dan menarik perhatian wisatawan.

4.1.3.2. Distribusi Tanggapan Responden terhadap Variabel Pelayanan

Pelayanan merupakan segala usaha yang dilakukan oleh seseorang dalam rangka mencapai tujuan guna untuk mendapatkan kepuasan dalam hal pemenuhan kebutuhan. Penilaian variabel pelayanan diukur dengan *tangible* (berwujud), *emphaty*, *responsiveness* (cepat tanggap), *reliability* (keandalan), *assurance* (kepastian). Tabulasi jawaban responden pada variabel pelayanan wisata dirangkum dalam Tabel 4.6 berikut ini:

Tabel 4.6.
Tanggapan Responden terhadap Indikator Pelayanan

Pernyataan	Respon wisatawan										M a x	M i n	M o d u s	M e a n	Kesim -pulan
	STS		TS		KS		S		SS						
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%					
<i>Penampilan pemandu wisata</i>	9	2,3	20	5,1	66	16,7	166	42	134	33,9	5	1	4	4,00	Setujua
<i>Empati pemandu wisata</i>	7	1,8	22	5,6	102	25,8	213	53,9	51	12,9	5	1	4	3,71	Setuju
<i>Daya tanggap pemandu wisata</i>	7	1,8	17	4,3	109	27,6	208	52,7	54	13,7	5	1	4	3,72	Setuju
<i>Keandalan pemandu wisata</i>	5	1,3	20	5,1	107	27,1	215	54,4	48	12,2	5	1	4	3,71	Setuju
<i>Kepastian yang diberikan pemandu wisata</i>	6	1,5	8	2	56	14,2	252	63,8	73	18,5	5	1	4	3,96	Setuju
Skor Pelayanan													3,82	Baik	
Skor Rata-Rata	1,00-1,80 = Sangat Tidak Setuju; 1,81-2,60 = Tidak Setuju; 2,61-3,40 = Kurang Setuju; 3,41-4,20 = Setuju; 4,21-5,00 = Sangat Setuju														

Sumber : Hasil Penelitian, 2017 (Data diolah)

Secara keseluruhan pada Tabel diatas memberikan informasi bahwa wisatawan menerima dengan baik semua pernyataan yang berhubungan dengan pelayanan dengan skor rata-rat 3,82 dengan kategori baik.

Pada poin pernyataan pertama tentang penampilan pemandu wisata yang paling banyak menjawab adalah setuju sebanyak 166 orang (42%) dan yang menjawab sangat setuju sebanyak 134 orang (33,9%). Sebanyak 66 orang (16,7%) menjawab kurang setuju dan sebanyak 20 orang (5,1%) menjawab tidak setuju.

Ada wisatawan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 9 orang (2,3%). Pakaian dan penampilan pemandu wisata di objek wisata Nias Selatan menurut wisatawan penampilan pemandu wisata biasa saja dan masih ada pemandu wisata yang kurang ramah kepada wisatawan. Dari segi pakaian menurut wisatawan masih ada pemandu wisata yang memakai pakaian yang kurang rapi dan bersih meskipun pakaian tersebut menarik sehingga wisatawan masih kurang nyaman.

Pernyataan pada butir kedua tentang empati pemandu wisata, wisatawan menjawab sangat tidak setuju sebanyak 7 orang (2,3%), yang menjawab tidak setuju sebanyak 22 orang (5,6%), yang menjawab kurang setuju sebanyak 102 orang (25,8%). Sebanyak 213 orang (53,9%) menjawab setuju dan sebanyak 51 orang (12,9%) menjawab sangat setuju. Mayoritas wisatawan menjawab setuju dengan pernyataan bahwa pemandu wisata memberi perhatian terhadap setiap keluhan wisatawan, hal ini disebabkan karena pemandu wisata berusaha memenuhi keluhan dari wisatawan, meskipun demikian masih banyak wisatawan yang kurang setuju dengan pernyataan tersebut hal ini disebabkan karena para pemandu wisata menampung semua keluhan wisatawan tanpa memikirkan kemampuannya untuk memenuhi keluhan tersebut sehingga masih ada keluhan wisatawan yang tidak terpenuhi.

Butir pernyataan tentang daya tanggap pemandu wisata secara umum mayoritas wisatawan menjawab setuju dengan pernyataan yang diajukan sebanyak 208 orang (52,7%) dan yang menjawab sangat setuju sebanyak 54 orang (13,7%). Sisanya, sebanyak 109 orang (27,6%) wisatawan menjawab kurang setuju dan sebanyak 17 orang (4,3%) menjawab tidak setuju. Wisatawan yang memberikan jawaban sangat tidak setuju sebanyak 7 orang (1,8%) dengan

pernyataan yang diberikan. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas wisatawan setuju bahwa pemandu wisata tanggap dalam menangani permintaan mereka, meskipun demikian masih banyak yang kurang setuju dengan pernyataan tersebut. Hal ini disebabkan karena menurut wisatawan respon pemandu wisata di objek wisata Nias Selatan dalam memenuhi permintaan wisatawan lama sehingga tidak sesuai dengan permintaan wisatawan, selain itu pemandu wisata juga merasa lelah sehingga respon untuk memenuhi permintaan wisatawan juga berkurang.

Butir pernyataan tentang keandalan pemandu wisata secara umum menjawab setuju dengan pernyataan yang diajukan sebanyak 215 orang (54,4%) dan yang menjawab sangat setuju sebanyak 48 orang (12,2%). Sisanya, sebanyak 107 orang (27,1%) menjawab kurang setuju dan sebanyak 20 orang (5,1%) menjawab tidak setuju. Wisatawan yang memberikan jawaban sangat tidak setuju sebanyak 5 orang (1,3%) dengan pernyataan yang diberikan. Mayoritas wisatawan setuju terhadap informasi yang didapatkan dari pemandu wisata sesuai dengan janji yang ditawarkan kepada wisatawan hal ini menunjukkan bahwa pemandu wisata memberikan pelayanan yang baik kepada wisatawan selama berkunjung. Wisatawan yang menjawab kurang setuju dengan pernyataan tersebut disebabkan karena wisatawan kurang puas dengan janji yang ditawarkan dengan keadaan dilapangan, sehingga wisatawan merasa kecewa dengan hal tersebut.

Butir pernyataan tentang kepastian yang diberikan pemandu wisata secara umum menjawab setuju dengan pernyataan yang diajukan sebanyak 252 orang (63,8%) dan yang menjawab sangat setuju sebanyak 73 orang (18,5%). Sisanya, sebanyak 56 orang (14,2%) wisatawan menjawab kurang setuju dan sebanyak 8 orang (2%) menjawab tidak setuju. Wisatawan yang memberikan jawaban sangat

tidak setuju sebanyak 6 orang (1,5%) dengan pernyataan yang diberikan. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pemandu wisata mampu berinteraksi dengan wisatawan. Meskipun demikian masih ada pemandu wisata yang kurang mampu berinteraksi dengan baik kepada wisatawan karena ada kesalahpahaman dalam mengartikan maksud dan tujuan wisatawan.

4.1.3.3. Distribusi Tanggapan Responden terhadap Variabel Fasilitas

Fasilitas wisata dapat diartikan suatu sarana dan prasarana yang harus disediakan oleh pihak pengelola untuk memenuhi kebutuhan wisatawan. Penilaian variabel fasilitas diukur dengan prasarana fasilitas komunikasi, prasarana wisata, sarana akomodasi, sarana transportasi, sarana objek wisata. Tabulasi jawaban responden pada variabel fasilitas dirangkum dalam Tabel 4.7 berikut ini:

Tabel 4.7.
Tanggapan Responden terhadap Indikator Fasilitas

Pernyataan	Respon wisatawan										M a x	M i n	M o d u s	M e a n	Kesim -pulan
	STS		TS		KS		S		SS						
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%					
<i>Prasarana komunikasi</i>	7	1,8	26	6,6	153	38,7	174	44,1	35	8,9	5	1	4	3,52	Setuju
<i>Prasarana wisata</i>	15	3,8	36	9,1	148	37,5	154	39	42	10,6	5	1	4	3,44	Setuju
<i>Sarana akomodasi</i>	13	3,3	23	5,8	132	33,4	179	45,3	48	12,2	5	1	4	3,57	Setuju
<i>Sarana transportasi</i>	8	2	18	4,6	82	20,8	230	58,2	57	14,4	5	1	4	3,78	Setuju
<i>Sarana objek wisata</i>	15	3,8	27	6,8	152	38,5	163	41,3	38	9,6	5	1	4	3,46	Setuju
Skor Fasilitas													3,55	Baik	
Skor Rata-Rata	1,00-1,80 = Sangat Tidak Setuju; 1,81-2,60 = Tidak Setuju; 2,61-3,40 = Kurang Setuju; 3,41-4,20 = Setuju; 4,21-5,00 = Sangat Setuju														

Sumber : Hasil Penelitian, 2017 (Data diolah)

Pada Tabel 4.7 terlihat bahwa wisatawan menerima dan menjawab pernyataan indikator fasilitas sebesar 3,55 yang artinya semua pernyataan diterima dengan baik.

Jawaban responden pada butir pernyataan pertama tentang prasarana komunikasi secara umum wisatawan menjawab setuju dengan pernyataan yang diajukan sebanyak 174 orang (44,1%) dan yang menjawab sangat setuju sebanyak 35 orang (8,9%). Sisanya, sebanyak 153 orang (38,7%) menjawab kurang setuju dan sebanyak 26 orang (6,6%) menjawab tidak setuju. Wisatawan yang memberikan jawaban sangat tidak setuju sebanyak 7 orang (1,8%) dengan pernyataan yang diberikan. Wisatawan mayoritas setuju bahwa jaringan komunikasi di objek wisata Nias Selatan lancar dan tidak terputus-putus (internet dan telepon seluler). Namun, jaringan komunikasi di objek wisata Nias Selatan tidak selamanya lancar karena jika lampu padam maka jaringan komunikasi akan terganggu dan jaringan internet 4G masih belum ada sehingga jaringan internet pun kadang-kadang lama *loading*.

Jawaban responden pada butir pernyataan kedua tentang prasarana wisata secara umum wisatawan menjawab setuju dengan pernyataan yang diajukan sebanyak 154 orang (39%) dan yang menjawab sangat setuju sebanyak 42 orang (10,6%). Sisanya, sebanyak 148 orang (37,5%) wisatawan menjawab kurang setuju dan sebanyak 36 orang (9,1%) menjawab tidak setuju. Wisatawan yang memberikan jawaban sangat tidak setuju sebanyak 15 orang (3,8%) dengan pernyataan yang diberikan. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas wisatawan setuju bahwa lalu lintas di daerah objek wisata Nias Selatan tertib karena ada Polisi yang selalu menertibkan lalu lintas. Namun, masih terdapat masyarakat yang kurang tertib berlalu lintas sehingga wisatawan yang datang kurang nyaman.

Jawaban responden pada butir pernyataan ketiga tentang sarana akomodasi menjawab setuju dengan pernyataan yang diajukan sebanyak 179 orang (45,3%)

dan yang menjawab sangat setuju sebanyak 48 orang (12,2%). Sisanya, sebanyak 132 orang (33,4%) menjawab kurang setuju dan sebanyak 23 orang (5,8%) menjawab tidak setuju. Wisatawan yang memberikan jawaban sangat tidak setuju sebanyak 13 orang (3,3%) dengan pernyataan yang diberikan. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas wisatawan setuju akomodasi yang ada di objek wisata Nias Selatan sangat nyaman dan bersih, hal ini disebabkan karena pemilik sarana akomodasi menjaga kualitas produk dan jasa yang diberikan. Wisatawan yang kurang setuju dengan pernyataan tersebut karena sarana akomodasi yang dijumpai dilapangan tidak sesuai dengan apa yang diharapkan wisatawan seperti pelayanan makanan dan minuman yang ada di rumah makan tidak sesuai dengan selera wisatawan.

Butir pernyataan tentang sarana transportasi secara umum wisatawan menjawab setuju dengan pernyataan yang diajukan sebanyak 230 orang (58,2%) dan yang menjawab sangat setuju sebanyak 57 orang (14,4%). Sisanya, sebanyak 82 orang (20,8%) menjawab kurang setuju dan sebanyak 18 orang (4,6%) menjawab tidak setuju. Wisatawan yang memberikan jawaban sangat tidak setuju sebanyak 8 orang (2%) dengan pernyataan yang diberikan. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa wisatawan dapat menggunakan alat transportasi menuju objek wisata Nias Selatan baik transportasi umum maupun pribadi. Namun, wisatawan merasa kurang setuju dengan pernyataan tersebut karena wisatawan khawatir jika transportasi (pribadi) yang digunakannya rusak berhubung masih ada jalan menuju objek wisata yang belum bagus dan jika menggunakan transportasi umum menambah biaya pengeluaran.

Butir pernyataan tentang sarana objek wisata secara umum wisatawan menjawab setuju dengan pernyataan yang diajukan sebanyak 163 orang (41,3%) dan yang menjawab sangat setuju sebanyak 38 orang (9,6%). Sisanya, sebanyak 152 orang (38,5%) menjawab kurang setuju dan sebanyak 27 orang (6,8%) menjawab tidak setuju. Wisatawan yang memberikan jawaban sangat tidak setuju sebanyak 15 orang (3,8%) dengan pernyataan yang diberikan. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa sarana objek wisata di Nias Selatan sudah memadai dalam memenuhi kebutuhan wisatawan. Meskipun demikian, masih ada sarana objek wisata yang masih belum memadai seperti alat-alat yang digunakan pada objek wisata tersebut misalnya baju adat yang masih kurang sehingga para wisatawan harus mengantri untuk menggunakannya.

4.1.3.4. Distribusi Tanggapan Responden terhadap Variabel Kepuasan Wisatawan

Kepuasan wisatawan terhadap destinasi wisata berkaitan dengan pengalaman perjalanan dengan kualitas produk pariwisata yang diterimanya. Penilaian variabel kepuasan wisatawan diukur dengan perasaan senang terhadap daya tarik wisata Nias Selatan, perasaan puas wisatawan, tidak ada keluhan wisatawan dan puas dengan fasilitas wisata. Tabulasi jawaban responden pada variabel kepuasan wisatawan dirangkum dalam Tabel 4.8 berikut ini:

Tabel 4.8.
Tanggapan Responden terhadap Indikator Kepuasan Wisatawan

Pernyataan	Respon wisatawan										M a x	M i n	M o d u s	M e a n	Kesim- pulan
	STS		TS		KS		S		SS						
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%					
<i>Perasaan senang terhadap daya tarik wisata</i>	0	0	7	1,8	75	19	183	46,3	130	32,9	5	2	4	4,10	Setuju
<i>Perasaan puas wisatawan</i>	1	0,3	15	3,8	88	22,3	214	54,2	77	19,5	5	1	4	3,89	Setuju
<i>Tidak ada keluhan wisatawan</i>	0	0	10	2,5	91	23	206	52,2	88	22,3	5	2	4	3,94	Setuju
<i>Puas dengan fasilitas wisata</i>	2	0,5	6	1,5	122	30,9	180	45,6	85	21,5	5	1	4	3,86	Setuju
Skor Kepuasan Wisatawan													3,94	Baik	
Skor Rata-Rata	1,00-1,80 = Sangat Tidak Setuju; 1,81-2,60 = Tidak Setuju; 2,61-3,40 = Kurang Setuju; 3,41-4,20 = Setuju; 4,21-5,00 = Sangat Setuju														

Sumber : Hasil Penelitian, 2017 (Data diolah)

Tabel 4.8 menunjukkan bahwa secara keseluruhan wisatawan yang puas dengan objek wisata Nias Selatan Nias Selatan . Hal ini dapat dilihat dari skor rata-rata sebesar 3,94 dalam kategori baik. Kategori baik dalam pengertian ini berkaitan dengan kepuasan wisatawan yang dirasakan oleh wisatawan yang berkunjung pada objek wisata Nias Selatan.

Jawaban responden pada butir pernyataan tentang perasaan puas wisatawan terhadap daya tarik wisata secara umum menjawab setuju dengan pernyataan yang diajukan sebanyak 183 orang (46,3%) dan yang menjawab sangat setuju sebanyak 130 orang (32,9%). Sisanya, sebanyak 75 orang (19%) responden menjawab kurang setuju dan sebanyak 7 orang (1,8%) menjawab tidak setuju. Tidak ada responden yang memberikan jawaban sangat tidak setuju dengan pernyataan yang diberikan. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas wisatawan menikmati daya tarik wisata pada objek wisata Nias Selatan. Wisatawan yang kurang setuju dengan pernyataan tersebut disebabkan karena

masih belum tertatanya objek wisata dengan baik sehingga kurang menarik perhatian wisatawan.

Jawaban responden pada butir pernyataan tentang perasaan puas wisatawan sebanyak 214 orang (54,2%) dan yang menjawab sangat setuju sebanyak 77 orang (19,5%). Sisanya, sebanyak 88 orang (22,3%) menjawab kurang setuju dan sebanyak 15 orang (3,8%) menjawab tidak setuju. Wisatawan yang memberikan jawaban sangat tidak setuju sebanyak 1 orang (0,3%) dengan pernyataan yang diberikan. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas wisatawan puas dengan pelayanan yang diterima meskipun masih ada pelayanan yang belum maksimal diberikan kepada wisatawan dalam memenuhi kebutuhan wisatawan misalnya kualitas produk atau jasa yang diterima wisatawan.

Jawaban responden pada butir pernyataan tentang tidak ada keluhan wisatawan secara umum menjawab setuju dengan pernyataan yang diajukan sebanyak 206 orang (52,2%) dan yang menjawab sangat setuju sebanyak 88 orang (22,3%). Sisanya, sebanyak 91 orang (23%) wisatawan menjawab kurang setuju dan sebanyak 10 orang (2,5%) menjawab tidak setuju. Tidak ada wisatawan yang memberikan jawaban sangat tidak setuju dengan pernyataan yang diberikan. Wisatawan yang masih kurang setuju dengan pernyataan tersebut disebabkan karena wisatawan masih memiliki keluhan terhadap permintaan dan janji dari pemandu wisata.

Butir pernyataan tentang puas dengan fasilitas wisata secara umum menjawab setuju dengan pernyataan yang diajukan sebanyak 180 orang (45,6%) dan yang menjawab sangat setuju sebanyak 85 orang (21,5%). Sisanya, sebanyak 122 orang (30,9%) responden menjawab kurang setuju dan sebanyak 6 orang

(1,5%) menjawab tidak setuju. Wisatawan yang memberikan jawaban sangat tidak setuju sebanyak 2 orang (0,5%) dengan pernyataan yang diberikan. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa wisatawan puas dengan fasilitas wisata yang ada. Jawaban kurang setuju karena fasilitas yang ada masih kurang memadai bagi wisatawan seperti prasarana komunikasi dan sarana akomodasi yang tidak sesuai dengan harapan wisatawan yang sedang berkunjung.

4.1.3.5. Distribusi Tanggapan Responden terhadap Variabel Minat Berkunjung Ulang

Minat berkunjung ulang merupakan keinginan wisatawan untuk kembali ke tempat wisata di waktu yang akan datang. Penilaian variabel minat berkunjung ulang diukur dengan minat untuk berkunjung ulang, memberi rekomendasi kepada orang lain, wisatawan merasa objek wisata Nias Selatan memiliki reputasi yang baik dan ketertarikan dengan objek wisata Nias Selatan. Tabulasi jawaban responden pada variabel minat berkunjung ulang dirangkum dalam Tabel 4.9:

Tabel 4.9.
Tanggapan Responden terhadap Minat Berkunjung Ulang

Pernyataan	Respon wisatawan										M a x i m u n	M i d u s	M e a n	Kesim- pulan	
	STS		TS		KS		S		SS						
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%					
<i>Minat berkunjung ulang</i>	3	0,8	6	1,5	55	13,9	211	53,4	120	30,4	5	1	4	4,11	Setuju
<i>Memberi rekomendasi kepada orang lain</i>	3	0,8	3	0,8	43	10,9	237	60	109	27,6	5	1	4	4,13	Setuju
<i>Wisatawan merasa bahwa objek wisata Nias Selatan memiliki reputasi yang baik</i>	1	0,3	5	1,3	13	3,3	206	52,2	170	43	5	1	4	4,36	Sangat Setuju
<i>Ketertarikan dengan objek wisata Nias Selatan</i>	1	0,3	2	0,5	19	4,8	190	48,1	183	46,3	5	1	4	4,40	Sangat Setuju
Skor Minat Berkunjung Ulang													4,25	Sangat Baik	
Skor Rata-Rata	1,00-1,80 = Sangat Tidak Setuju; 1,81-2,60 = Tidak Setuju; 2,61-3,40 = Kurang Setuju; 3,41-4,20 = Setuju; 4,21-5,00 = Sangat Setuju														

Sumber : Hasil Penelitian, 2017 (Data diolah)

Pada Tabel 4.9 memberikan informasi bahwa keseluruhan pertanyaan diterima dengan sangat baik oleh wisatawan dengan hasil skor rata-rata sebesar 4,25 dengan kategori sangat baik.

Jawaban responden pada butir pernyataan minat untuk berkunjung ulang menjawab setuju dengan pernyataan yang diajukan sebanyak 211 orang (53,4%) dan yang menjawab sangat setuju sebanyak 120 orang (30,4%). Sisanya, sebanyak 55 orang (13,9%) menjawab kurang setuju dan sebanyak 6 orang (1,5%) menjawab tidak setuju. Wisatawan yang memberikan jawaban sangat tidak setuju sebanyak 3 orang (0,8%) dengan pernyataan yang diberikan. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas setuju bahwa wisatawan memiliki minat untuk berkunjung ulang. Jawaban yang kurang setuju disebabkan karena sarana ke objek wisata yang masih belum bagus sehingga wisatawan pun berpikir ulang untuk berkunjung ulang ke objek wisata Nias Selatan.

Jawaban responden pada butir pernyataan tentang memberikan rekomendasi kepada orang lain, wisatawan menjawab setuju dengan pernyataan yang diajukan sebanyak 237 orang (60%) dan yang menjawab sangat setuju sebanyak 109 orang (27,6%). Sisanya, sebanyak 43 orang (10,9%) responden menjawab kurang setuju dan sebanyak 3 orang (0,8 %) menjawab tidak setuju dan .sangat tidak setuju dengan pernyataan yang diberikan. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden wisatawan yang pernah berkunjung di objek wisata Nias Selatan merasa puas berkunjung di objek wisata Nias Selatan dan memotivasi calon wisatawan lain untuk berwisata di objek wisata Nias Selatan, sedangkan wisatawan yang kurang setuju dengan pernyataan tersebut disebabkan

karena mereka kurang puas dengan fasilitas yang ada baik sarana dan prasarana yang ada di objek wisata Nias Selatan.

Jawaban responden pada butir pernyataan tentang objek wisata Nias Selatan memiliki reputasi yang baik secara umum wisatawan menjawab setuju dengan pernyataan yang diajukan sebanyak 206 orang (52,2%) dan yang menjawab sangat setuju sebanyak 170 orang (43%). Sisanya, sebanyak 13 orang (3,3%) menjawab kurang setuju dan sebanyak 5 orang (1,3%) menjawab tidak setuju. Wisatawan yang memberikan jawaban sangat tidak setuju sebanyak 1 orang (0,3%) dengan pernyataan yang diberikan. Hal ini menunjukkan wisatawan merasa objek Nias Selatan bagus untuk dikunjungi berdasarkan pengalaman mereka saat berkunjung, namun wisatawan yang kurang setuju dengan pernyataan tersebut karena mereka memiliki pengalaman yang kurang baik ketika berkunjung di objek wisata Nias selatan baik dalam hal pelayanan dan fasilitas yang mereka terima.

Butir pernyataan tentang ketertarikan dengan objek wisata secara umum wisatawan menjawab setuju dengan pernyataan yang diajukan sebanyak 190 orang (48,1%) dan yang menjawab sangat setuju sebanyak 183 orang (46,3%). Sisanya, sebanyak 19 orang (4,8%) responden menjawab kurang setuju dan sebanyak 2 orang (0,5%) menjawab tidak setuju. Wisatawan yang memberikan jawaban sangat tidak setuju sebanyak 1 orang 0,3% dengan pernyataan yang diberikan. Hal ini menunjukkan mayoritas wisatawan setuju bahwa wisatawan tertarik dengan objek wisata yang ada Nias Selatan dan menurut wisatawan objek wisata Nias Selatan unik dan memiliki ciri khas dari budaya lain.

4.1.2. Uji Kualitas Data

4.1.2.1. Uji Validitas

Pengujian validitas dapat dilihat pada kolom *Corrected Item-Total Correlation*. Jika angka korelasi yang diperoleh lebih besar dari pada angka kritik ($r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$) maka instrumen tersebut dikatakan valid. Berdasarkan uji validitas dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan untuk mengukur masing-masing variabel penelitian dinyatakan valid. Hasil uji validitas variabel adalah sebagai berikut:

Tabel 4.10.
Uji Validitas Variabel

Variabel	Instrumen	r-hitung	r-tabel	keterangan
Daya tarik wisata	1. Pemandangan di tempat wisata	0,722 0,609	0,30 0,30	Valid Valid
	2. Atraksi di tempat wisata yaitu <i>hombo batu</i> dan tari-tarian	0,589 0,345	0,30 0,30	Valid Valid
	3. Rumah adat			
	4. Kerajinan tangan			
Pelayanan	1. <i>Tangible</i> (berwujud)	0,356	0,30	Valid
	2. <i>Emphaty</i>	0,696	0,30	Valid
	3. <i>Responsiveness</i> (cepat tanggap)	0,618	0,30	Valid
	4. <i>Reliability</i> (keandalan)	0,698	0,30	Valid
	5. <i>Assurance</i> (kepastian)	0,627	0,30	Valid
Fasilitas	1. Prasarana fasilitas komunikasi	0,569 0,592	0,30 0,30	Valid Valid
	2. Prasarana wisata	0,623	0,30	Valid
	3. Sarana akomodasi	0,517	0,30	Valid
	4. Sarana transportasi	0,828	0,30	Valid
	5. Sarana objek wisata			
Kepuasan wisatawan	1. Kinerja pariwisata	0,659	0,30	Valid
	2. Kepuasan wisatawan menyeluruh	0,662	0,30	Valid
	3. Rangkuman karakteristik	0,586	0,30	Valid
	4. Atribut –atribut spesifik	0,514	0,30	Valid
Minat berkunjung ulang	1. Informasi dari media masa	0,345	0,30	Valid
	2. Informasi dari keluarga/teman	0,524 0,674	0,30 0,30	Valid Valid
	3. Keingintahuan langsung	0,787	0,30	Valid
	4. Ketertarikan			

4.1.2.2. Uji Reliabilitas

Setelah melakukan uji validitas, langkah selanjutnya adalah melakukan uji reliabilitas data untuk mengetahui apakah instrumen tersebut telah reliabel dengan melihat nilai *Cronbach's Alpha*. Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,6. Hal ini menunjukkan bahwa data penelitian dinyatakan reliabel.

Tabel 4.11.
Uji Reliabilitas Variabel

Variabel	Cronbach's Alpha	Batas Reliabilitas	Keterangan
Daya tarik wisata (X1)	0,733	0,6	Reliabel
Pelayanan (X2)	0,827	0,6	Reliabel
Fasilitas (X3)	0,859	0,6	Reliabel
Kepuasan wisatawan (Z)	0,803	0,6	Reliabel
Minat berkunjung ulang (Y)	0,758	0,6	Reliabel

Pada Tabel 4.11 di atas dapat dilihat bahwa hasil perhitungan uji reliabilitas menunjukkan *alpha cronbach's* pada masing-masing kolom variabel tersebut lebih besar dari 0,6 (batas reliabilitas) maka dapat dinyatakan instrumen tersebut reliabel.

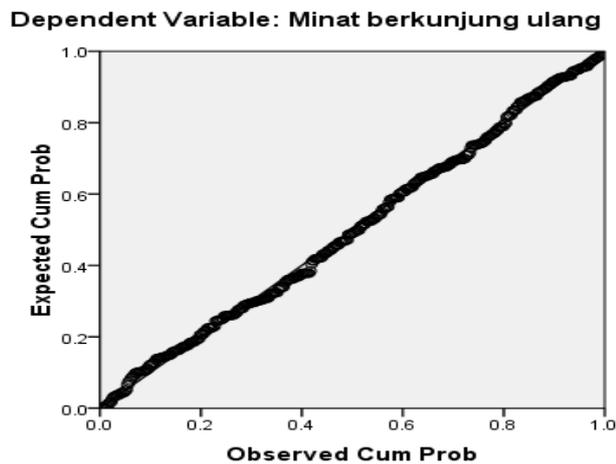
4.1.3. Uji Asumsi Klasik

4.1.3.1. Uji Normalitas

Pengujian normalitas dilakukan dengan melihat grafik penyebaran data. Gambar 4.1 menunjukkan bahwa grafik normal *p-p plot of regression standardized* residual menggambarkan penyebaran data di sekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal grafik tersebut, sehingga dapat

disimpulkan bahwa data penelitian berdistribusi normal. Grafik uji normalitas dapat dilihat pada gambar berikut.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 4.1. Uji Normalitas

4.1.3.2. Uji Multikolinearitas

Tabel 4.12.

Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized		Standardized	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	Coefficients	Std. Error	Coefficients			Tolerance	VIF
1 (Constant)	7.100	1.033		6.870	.000		
Daya tarik wisata	.293	.058	.244	5.077	.000	.875	1.142
Pelayanan	.101	.040	.154	2.555	.011	.551	1.814
Fasilitas	-.024	.039	-.039	-.624	.533	.519	1.928
Kepuasan wisatawan	.200	.044	.246	4.562	.000	.692	1.445

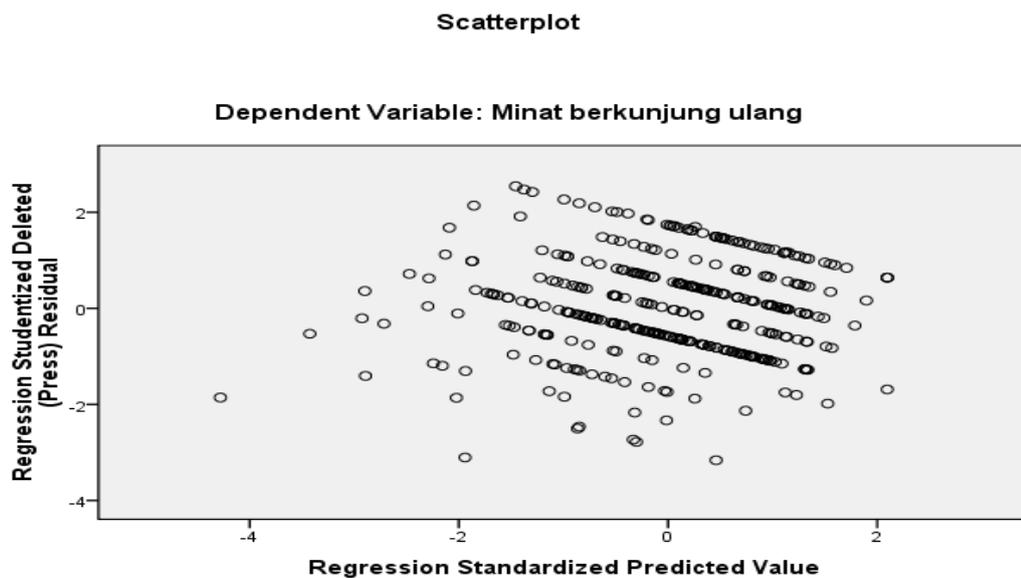
a. Dependent Variable: Minat berkunjung ulang

Melihat hasil besaran nilai *tolerance* menunjukkan tidak ada variabel independen yang memiliki nilai *tolerance* lebih dari 0.1 yang berarti tidak ada

korelasi antara variabel independen atau tidak terjadi multikolinearitas . Hasil perhitungan nilai *variance inflation factor* (VIF) juga menunjukkan hal yang sama tidak ada satu variabel independen yang memiliki nilai VIF kurang dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas antara variabel independen dalam model regresi.

4.1.3.3. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian asumsi heteroskedastisitas menyimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas. Dengan kata lain terjadi kesamaan varian dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Hasil heteroskedastisitas dapat dilihat pada Gambar 5.2 berikut ini:



Gambar 4.2. Uji Heteroskedastisitas

Dari Gambar *scatterplot* terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi pengaruh daya tarik wisata,

pelayanan, fasilitas terhadap kepuasan wisatawan dan dampaknya terhadap minat berkunjung ulang.

4.1.4. Pengujian Hipotesis

Untuk menguji hipotesis mengenai pengaruh daya tarik wisata, pelayanan, dan fasilitas terhadap kepuasan wisatawan dan dampaknya terhadap minat berkunjung ulang menggunakan pengujian hipotesis dengan analisis jalur, uji F dan uji t.

4.1.4.1. Pengujian hipotesis dengan analisis jalur

Setelah dilakukan pengujian asumsi klasik dan diperoleh kesimpulan bahwa model sudah dapat digunakan, maka langkah selanjutnya adalah melakukan pengujian hipotesis. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan analisis jalur, uji F dan uji t. Ringkasan hasil pengujian hipotesis menggunakan analisis jalur dapat dilihat sebagai berikut.

1. Pengaruh daya tarik wisata, pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan wisatawan.

Besarnya pengaruh daya tarik wisata, pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan wisatawan dapat diketahui dari Tabel 4.13.

Tabel 4.13.
Pengaruh Daya Tarik Wisata, Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan Secara Langsung

Model	Understandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.077	1.171		3.480	.001
Daya tarik wisata	.242	.065	.164	3.705	.000
Pelayanan	.114	.045	.141	2.512	.012
Fasilitas	.294	.042	.385	6.986	.000

a. Dependent Variable : Kepuasan wisatawan

Berdasarkan Tabel 4.13 pengaruh secara langsung daya tarik wisata, pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan wisatawan dapat diketahui dari besarnya nilai *standardized beta*. Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui :

- a. Besarnya *standardized beta* untuk variabel daya tarik wisata adalah 0,164 sehingga dapat diketahui nilai jalur 1 (*path 1*) sebesar 0,164 dengan signifikan pada 0,000 yang berarti daya tarik wisata berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan.
- b. Besarnya *standardized beta* untuk variabel pelayanan adalah 0,141 sehingga dapat diketahui nilai jalur 2 (*path 2*) sebesar 0,141 dengan signifikan pada 0,012 yang berarti pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan.
- c. Besarnya *standardized beta* untuk variabel fasilitas adalah 0,385 sehingga dapat diketahui nilai jalur 3 (*path 3*) sebesar 0,385 dengan signifikan pada 0,000 yang berarti fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan.

Dari hasil analisis tersebut di atas dimasukkan pada persamaan sub model I sebagai berikut:

$$Z = 0,164 X1 + 0,141X2 + 0,385 X3 + 0,83$$

Persamaan sub model I mengandung makna :

1. Besarnya ϵ_1 adalah 0,83. Hal ini berarti jika nilai daya tarik wisata (X1), pelayanan (X2) dan fasilitas (X3) adalah 0, maka besar kepuasan wisatawan (Z) adalah 0,83.
 2. Besarnya koefisien daya tarik wisata (X1) sebesar 0,164 berarti peningkatan nilai X1 sebesar satu satuan akan berpengaruh terhadap nilai kepuasan wisatawan (Z) sebesar 0,164.
 3. Besarnya koefisien pelayanan (X2) sebesar 0,141 berarti peningkatan nilai X2 sebesar satu satuan akan berpengaruh terhadap nilai kepuasan wisatawan (Z) sebesar 0,141.
 4. Besarnya koefisien fasilitas (X3) sebesar 0,385 berarti peningkatan nilai X3 sebesar satu satuan akan berpengaruh terhadap nilai kepuasan wisatawan (Z) sebesar 0,385.
2. Pengaruh daya tarik wisata, pelayanan, fasilitas dan kepuasan wisatawan terhadap minat berkunjung ulang

Besarnya pengaruh daya tarik wisata, pelayanan, fasilitas dan kepuasan wisatawan dapat diketahui dari Tabel 4.14.

Tabel 4.14.
Pengaruh Daya Tarik Wisata, Pelayanan, Fasilitas dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Minat Berkunjung Ulang

Model	Understandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7.100	1.033		6.870	.000
Daya tarik wisata	.293	.058	.244	5.077	.000
Pelayanan	.101	.040	.154	2.555	.011
Fasilitas	-.024	.039	-.039	-.624	.533
Kepuasan wisatawan	.200	.044	.246	4.562	.000

a. Dependent Variable : Minat berkunjung ulang

Berdasarkan Tabel 4.14 dapat diketahui:

- a. Besarnya *standardized beta* untuk variabel daya tarik wisata adalah 0,244 sehingga dapat diketahui nilai jalur 4 (*path 4*) sebesar 0,244 dengan signifikansi pada 0,000 yang berarti bahwa daya tarik wisata memiliki pengaruh secara langsung terhadap minat berkunjung ulang.
- b. Besarnya *standardized beta* untuk variabel pelayanan adalah 0,154 sehingga dapat diketahui nilai jalur 5 (*path 5*) sebesar 0,154 dengan signifikansi pada 0,011 yang berarti bahwa pelayanan memiliki pengaruh secara langsung terhadap minat berkunjung ulang.
- c. Besarnya *standardized beta* untuk variabel fasilitas adalah -0,039 sehingga dapat diketahui nilai jalur 6 (*path 6*) sebesar -0,039 dengan tidak signifikan pada 0,533 yang berarti bahwa fasilitas tidak memiliki pengaruh secara langsung terhadap minat berkunjung ulang.
- d. Besarnya *standardized beta* untuk variabel kepuasan wisatawan adalah 0,246 sehingga dapat diketahui nilai jalur 7 (*path 7*) sebesar 0,246 dengan signifikansi pada 0,000 yang berarti bahwa kepuasan wisatawan berpengaruh secara langsung terhadap minat berkunjung ulang.

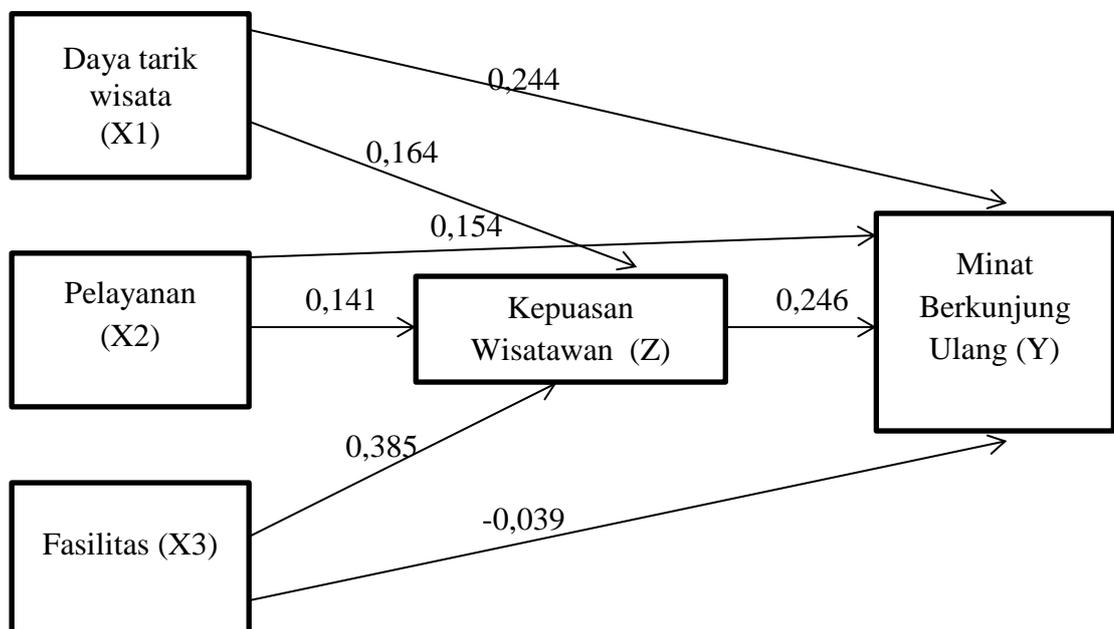
Dari hasil analisis tersebut di atas dimasukkan pada persamaan sub model II sebagai berikut:

$$Y = 0,244 X_1 + 0,154X_2 - 0,039 X_3 + 0,246 Z + 0,89$$

Persamaan sub model I mengandung makna :

1. Besarnya ϵ_2 adalah 0,89. Hal ini berarti jika nilai daya tarik wisata (X_1), pelayanan (X_2) dan fasilitas (X_3) adalah 0, maka besar minat berkunjung ulang (Y) adalah 0,89.

2. Besarnya koefisien daya tarik wisata (X1) sebesar 0,244 berarti peningkatan nilai X1 sebesar satu satuan akan berpengaruh terhadap nilai minat berkunjung ulang (Y) sebesar 0,244.
3. Besarnya koefisien pelayanan (X2) sebesar 0,154 berarti peningkatan nilai X2 sebesar satu satuan akan berpengaruh terhadap nilai minat berkunjung ulang (Y) sebesar 0,154.
4. Besarnya koefisien fasilitas (X3) sebesar -0,039 berarti peningkatan nilai X3 sebesar satu satuan akan berpengaruh dan akan terjadi penurunan nilai minat berkunjung ulang (Y).
5. Besarnya koefisien kepuasan wisatawan (Z) sebesar 0,246 berarti peningkatan nilai Z sebesar satu satuan akan berpengaruh terhadap nilai minat berkunjung ulang (Y) sebesar 0,246.



Gambar 4.3. Hasil Analisa Jalur

Hasil analisa jalur di atas menunjukkan bahwa:

- a. Ada pengaruh positif dan signifikan daya tarik wisata terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata Nias Selatan Provinsi Sumatera Utara (**H₁ diterima**).
- b. Ada pengaruh positif dan signifikan pelayanan terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata Nias Selatan Provinsi Sumatera Utara (**H₂ diterima**).
- c. Ada pengaruh positif dan signifikan fasilitas terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata Nias Selatan Provinsi Sumatera Utara (**H₃ diterima**).
- d. Ada pengaruh positif dan signifikan daya tarik wisata terhadap minat berkunjung ulang pada objek wisata Nias Selatan Provinsi Sumatera Utara (**H₄ diterima**).
- e. Ada pengaruh positif dan signifikan pelayanan terhadap minat berkunjung ulang pada objek wisata Nias Selatan Provinsi Sumatera Utara (**H₅ diterima**).
- f. Tidak ada pengaruh dan tidak signifikan fasilitas terhadap minat berkunjung ulang pada objek wisata Nias Selatan Provinsi Sumatera Utara (**H₆ ditolak**).
- g. Ada pengaruh positif dan signifikan kepuasan wisatawan terhadap minat berkunjung ulang pada objek wisata Nias Selatan Provinsi Sumatera Utara (**H₇ diterima**).

4.1.4.2. Pengujian hipotesis dengan uji F

Setelah dilakukan pengujian hipotesis analisis jalur, pengujian hipotesis dilanjutkan dengan uji F untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen dengan tingkat signifikansi dalam penelitian ini menggunakan alpha 5% atau 0,05. Hasil pengujian hipotesis dengan uji F disajikan dalam Tabel 4.15 berikut ini.

Tabel 4.15.
Hasil Uji F
Anova^b

Model	Sum of squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	322.338	4	80.585	26.664	.000 ^a
Residual	117.659	390	3.022		
Total	1500.997	394			

a. Predictors : (Constant) , Kepuasan wisatawan, Daya tarik wisata, Pelayanan, Fasilitas

b. Dependent Variable :Minat berkunjung ulang

Pada Tabel di atas dapat dilihat tingkat signifikan di bawah 0,05 yaitu 0,000. Berdasarkan cara pengambilan keputusan uji simultan dalam analisis regresi dapat disimpulkan bahwa variabel Daya Tarik Wisata (X1), Pelayanan (X2), dan Fasilitas (X3), jika diuji secara bersama-sama atau serempak berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung ulang (Y).

4.1.4.3. Pengujian hipotesis dengan uji t

Setelah dilakukan pengujian hipotesis menggunakan analisis jalur dan uji F, pengujian hipotesis dilanjutkan dengan uji t untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dengan tingkat signifikansi dalam penelitian ini menggunakan alpha 5% atau 0,05. Hasil pengujian hipotesis dengan uji t disajikan dalam Tabel 4.16 berikut ini

Tabel 4.16.
Hasil Uji t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1. (Constant)	7.100	1.033		6.870	.000
Daya tarik wisata	.293	.058	.244	5.077	.000
Pelayanan	.101	.040	.154	2.555	.011
Fasilitas	-.024	.039	-.039	-.624	.533
Kepuasan wisatawan	.200	.044	.246	4.562	.000

a. Dependent Variable : Minat berkunjung ulang

Dari Tabel 4.16 di atas, diperoleh nilai probabilitas dari masing-masing variabel yaitu:

1. Variabel daya tarik wisata memiliki nilai *p-value* (pada kolom *Sig.*) $0,000 < 0,05$. Artinya daya tarik wisata secara parsial berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang.
2. Variabel pelayanan memiliki nilai *p-value* (pada kolom *Sig.*) $0,011 < 0,05$. Artinya pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang.
3. Variabel fasilitas memiliki nilai *p-value* (pada kolom *Sig.*) $0,533 > 0,05$. Artinya fasilitas secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang.

4.1.4.4. Analisis koefisien determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) terletak pada tabel *model summary* dan tertulis *R Square*. Untuk regresi linear berganda sebaiknya menggunakan *R Square* yang sudah disesuaikan atau tertulis *Adjusted R Square* karena disesuaikan dengan jumlah variabel independen yang digunakan dalam penelitian. Nilai *R Square* / *Adjusted R Square* dikatakan baik jika di atas 0,5 karena nilai *R Square* berkisar antara 0 sampai dengan 1. Hasil analisis koefisien determinasi dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.17 berikut ini:

Tabel 4.17.
Hasil Analisis Koefisien Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.463 ^a	.215	.207	1.738

a. Predictors: (Constant), Kepuasan wisatawan, Daya tarik wisata, Pelayanan, Fasilitas

Pada Tabel 4.17. di atas terlihat bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) yang sudah disesuaikan (*Adjusted R Square*) sebesar 0,207. Artinya 20,7%

variabel dependen (minat berkunjung ulang) dijelaskan oleh variabel independen (daya tarik wisata, pelayanan dan fasilitas), dan sisanya 79,3% (100% - 20,7%) dijelaskan oleh variabel-variabel lain di luar variabel yang digunakan.

4.2. Pembahasan Hasil Penelitian

4.2.1. Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Objek Wisata Nias Selatan

Hasil penelitian yang telah dilakukan diperoleh bahwa variabel daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata Nias Selatan. Hal ini menunjukkan bahwa daya tarik wisata berpengaruh nyata dalam meningkatkan kepuasan wisatawan.

Hal ini terlihat dari jawaban wisatawan pada Tabel 4.5 penjelasan wisatawan atas variabel daya tarik wisata menyatakan setuju dan sangat setuju bahwa pemandangan di tempat wisata sangat menarik, atraksi di objek wisata menarik perhatian wisatawan, rumah adat Nias Selatan unik dan memiliki ciri khas dan kerajinan tangan di objek wisata Nias Selatan unik.

Daya tarik wisata sebagai segala sesuatu yang menarik dan bernilai untuk dikunjungi dan dilihat (Pendit, 2003). Menurut Kirom dkk (2016) objek wisata dan daya tarik wisata adalah suatu bentukan dan fasilitas yang berhubungan yang dapat menarik wisatawan atau pengunjung untuk datang ke suatu daerah atau tempat tertentu. Daya tarik yang belum dikembangkan merupakan sumber daya yang potensial dan belum dapat disebut sebagai daya tarik wisata sampai adanya suatu perkembangan dari objek tersebut. Tanpa adanya daya tarik di suatu tempat maka untuk kepariwisataan tersendiri sulit untuk dikembangkan.

Lebih lanjut Kirom dkk menyatakan bahwa faktor budaya, keramahtamahan, biaya dan daya tarik memiliki pengaruh positif dan signifikan

terhadap kepuasan wisatawan saat berkunjung yang dapat membuat wisatawan untuk berkunjung kembali di objek wisata tersebut.

Daya tarik wisata pada objek wisata Nias Selatan yang sering dikunjungi oleh wisatawan yaitu Pantai Sorake, Pantai Lagundri, Lompat Batu dan Pulau batu. Objek wisata tersebut memiliki daya tarik bagi wisatawan untuk berkunjung. Hal ini terlihat dari jawaban wisatawan pada Tabel 4.8 penjelasan wisatawan atas variabel kepuasan wisatawan menyatakan setuju dan sangat setuju bahwa wisatawan senang terhadap daya tarik wisata. Perasaan senang wisatawan merupakan ungkapan kepuasan wisatawan selama berkunjung. Menurut Kotler (2008) Jika kinerja suatu produk memenuhi atau melebihi ekspektasi dari pelanggan maka akan tercipta rasa puas dan sangat puas pada diri pelanggan. Jika kinerja produk berada dibawah harapan, maka seorang pelanggan akan merasa tidak puas.

4.2.2. Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Objek Wisata Nias Selatan

Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa variabel pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata Nias Selatan. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan berpengaruh nyata dalam meningkatkan kepuasan wisatawan.

Hal ini terlihat dari jawaban wisatawan pada Tabel 4.6 penjelasan wisatawan atas variabel pelayanan yang menyatakan setuju bahwa pemandu wisata memberikan pelayanan yang baik dari segi penampilan pemandu wisata, empati pemandu wisata, daya tanggap pemandu wisata, keandalan pemandu wisata dan kepastian pemandu wisata.

Penilaian konsumen terhadap kualitas jasa/pelayanan terjadi selama proses penyampaian jasa tersebut. Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi konsumen (Kotler, 2002). Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi konsumen. Sopyan (2015) menyatakan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan maka semakin tinggi kepuasan pengunjung.

Penelitian Hardiyati (2010) diperoleh bahwa variabel kualitas pelayanan yakni *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dikarenakan bahwa dengan pemberian pelayanan yang berkualitas, maka hal tersebut akan menciptakan kepuasan dalam diri konsumen. Hasil pengujian yang dilakukan oleh Sidharta (2008) terhadap kualitas pelayanan yang diharapkan dengan kualitas pelayanan yang dirasakan /diterima terhadap minat beli konsumen menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan pada semua dimensi kualitas pelayanan.

4.2.3. Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Objek Wisata Nias Selatan

Hasil penelitian memberikan bukti empiris bahwa fasilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Hal ini menunjukkan fasilitas secara nyata berpengaruh meningkatkan kepuasan wisatawan.

Hal ini terlihat dari tanggapan wisatawan pada Tabel 4.7 penjelasan wisatawan atas variabel fasilitas yang menyatakan setuju bahwa fasilitas prasarana

komunikasi, prasarana wisata, sarana akomodasi, sarana transportasi, sarana objek wisata sudah cukup memadai meskipun fasilitas yang di objek wisata Nias masih perlu dikembangkan supaya lebih memberikan kepuasan kepada wisatawan yang sedang berkunjung.

Fasilitas merupakan penyediaan perlengkapan fisik yang memberikan kemudahan kepada konsumen untuk melakukan aktivitasnya sehingga kebutuhan konsumen dapat terpenuhi. Suwanto (2004) berpendapat bahwa beberapa faktor yang dibutuhkan oleh wisatawan pada sebuah objek wisata salah satunya adalah fasilitas wisata. Fasilitas wisata juga dijadikan sebagai salah satu hal yang menjadi bahan penilaian wisatawan terhadap apa yang disajikan oleh sebuah obyek wisata. Penilaian konsumen terhadap fasilitas pada sebuah objek wisata biasanya dikaitkan dengan kepuasan setelah mengunjungi objek wisata tersebut. Samung (2001) menyatakan bahwa salah satu hal yang penting untuk mengembangkan pariwisata adalah melalui fasilitas. Fasilitas wisata dapat mempengaruhi persepsi dan harapan konsumen. Untuk itu penyedia jasa harus memperhatikan aspek ini dengan baik agar persepsi konsumen dan harapan konsumen sesuai dengan kenyataan di lapangan, sehingga mampu menciptakan kepuasan konsumen.

Fasilitas yang perlu diperbaiki dan dikembangkan di objek wisata Nias Selatan yaitu prasaran komunikasi. Hal ini disebabkan karena jaringan komunikasi di Nias Selatan apabila lampu padam maka jaringan akan terganggu dan membuat wisatawan tidak nyaman dengan hal tersebut ditambah lagi prasarana ke objek wisata yang menurut wisatawan masih perlu diperbaiki.

4.2.4. Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Ulang Pada Objek Wisata Nias Selatan

Hasil penelitian diperoleh bahwa daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung ulang pada objek wisata Nias Selatan. Hal ini menunjukkan bahwa minat berkunjung ulang wisatawan disebabkan karena daya tarik wisata pada objek wisata Nias Selatan.

Hal ini terlihat dari tanggapan wisatawan pada Tabel 4.9 menyatakan setuju dan sangat setuju bahwa wisatawan tertarik dengan objek wisata Nias Selatan yang membuat wisatawan ingin berwisata kembali di objek wisata Nias Selatan.

Kondisi seperti ini merupakan kesempatan yang baik bagi pihak pengelola objek wisata Nias Selatan untuk mempertahankan pelanggan. Meningkatkan daya tarik dan mengembangkan untuk meningkatkan minat berkunjung ulang wisatawan di objek wisata Nias Selatan.

4.2.5. Pengaruh Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang dengan Pada Objek Wisata Nias Selatan

Hasil penelitian diperoleh bahwa pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung ulang pada objek wisata Nias Selatan. Hal ini menunjukkan bahwa minat berkunjung ulang wisatawan disebabkan karena pelayanan yang diberikan oleh pemandu wisata kepada wisatawan di objek wisata Nias Selatan.

Hal ini terlihat dari tanggapan wisatawan pada Tabel 4.9 menyatakan setuju dan sangat setuju bahwa wisatawan merasa bahwa objek wisata Nias Selatan memiliki reputasi yang baik. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan puas

dengan pelayanan yang diberikan sehingga ingin mengunjungi kembali objek wisata Nias Selatan.

Kondisi seperti ini menguntungkan pihak pengelola objek wisata Nias Selatan karena wisatawan memiliki pandangan yang positif tentang objek wisata Nias Selatan,

4.2.6. Pengaruh Fasilitas Wisata Terhadap Minat Berkunjung Ulang Pada Objek Wisata Nias Selatan

Hasil penelitian yang diperoleh fasilitas tidak berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang. Hal ini menunjukkan bahwa fasilitas tidak berpengaruh nyata dalam meningkatkan minat berkunjung ulang. Maksudnya adalah minat berkunjung ulang wisatawan bukan karena fasilitas yang ada di objek wisata Nias Selatan sudah memenuhi kebutuhan pribadi wisatawan, namun wisatawan terfokus pada daya tarik dan pelayanan yang ada pada objek wisata Nias Selatan meskipun fasilitas yang ada cukup memadai.

Program yang diadakan oleh pariwisata Nias Selatan salah satunya adalah *Nias Open* setiap tahunnya. Program ini banyak meningkatkan minat berkunjung ulang wisatawan karena wisatawan ingin berpartisipasi dalam program tersebut, meskipun wisatawan mengerti bahwa fasilitas yang ada cukup memadai.

4.2.7. Pengaruh Kepuasan Wisatawan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Pada Objek Wisata Nias Selatan

Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa variabel kepuasan wisatawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung ulang pada objek wisata Nias Selatan. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan wisatawan berpengaruh nyata meningkatkan minat berkunjung ulang.

Melalui jawaban wisatawan 54,2% menyatakan setuju bahwa wisatawan memiliki perasaan puas berwisata di objek wisata Nias Selatan. Hal ini juga didukung dari jawaban wisatawan 53,4% menyatakan setuju untuk berkunjung ulang pada objek wisata Nias Selatan karena wisatawan merasa puas berwisata di objek wisata Nias Selatan. Hal ini berarti, wisatawan ingin mengulangi kepuasan yang mereka terima sebelumnya berdasarkan pengalaman pada masa lampau.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh daya tarik wisata, pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan wisatawan dan dampaknya terhadap minat berkunjung ulang. Hasil penelitian ini memberikan kesimpulan bahwa daya tarik wisata, pelayanan dan fasilitas memiliki pengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Jika daya tarik, pelayanan dan fasilitas meningkat maka *kepuasan* wisatawan juga meningkat. Daya tarik wisata, pelayanan memiliki pengaruh terhadap minat berkunjung ulang. Jika daya tarik dan pelayanan meningkat maka minat berkunjung juga meningkat. Sedangkan fasilitas tidak memiliki pengaruh terhadap minat berkunjung ulang, hal ini berarti jika fasilitas meningkat maka tidak akan berdampak terhadap minat berkunjung ulang. Secara parsial daya tarik wisata dan pelayanan memiliki pengaruh terhadap minat berkunjung ulang, sedangkan fasilitas secara parsial tidak memiliki pengaruh terhadap minat berkunjung ulang.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini, yang kemungkinan dapat menimbulkan ketidakakuratan pada hasil penelitian ini, antara lain:

1. Hasil penelitian ini hanya dapat dijadikan analisis pada objek penelitian yang terbatas pada 4 objek wisata Nias Selatan, dan pemilihan sampelnya

hanya pada wisatawan yang pernah berkunjung ke objek wisata Nias Selatan.

2. Dalam penelitian ini peneliti hanya menggunakan kuesioner, sehingga masih ada kemungkinan kelemahan-kelemahan yang ditemui, seperti jawaban yang kurang cermat, responden yang menjawab asal-asalan dan tidak jujur, serta pertanyaan yang kurang lengkap atau kurang dipahami oleh responden.
3. Variabel yang digunakan mengukur pengaruhnya terhadap minat berkunjung ulang hanya sebatas daya tarik wisata, pelayanan, dan fasilitas, sehingga masih banyak kemungkinan faktor lain yang dapat mempengaruhi minat berkunjung ulang.

5.3. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan dalam penelitian ini, maka dapat dikemukakan beberapa saran sebagai berikut:

1. Variabel daya tarik wisata mempengaruhi kepuasan wisatawan dan minat berkunjung ulang wisatawan pada objek wisata Nias Selatan, upaya yang dapat dilakukan dengan pengembangan yakni penataan dan mengelola objek wisata sehingga dapat menarik wisatawan untuk berkunjung ulang.
2. Variabel pelayanan mempengaruhi kepuasan dan minat berkunjung ulang wisatawan, maka sebaiknya pihak pengelola meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan sehingga wisatawan merasa puas.
3. Variabel fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan dan tidak berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang. Upaya yang dilakukan oleh

pihak pengelola adalah meningkatkan kualitas fasilitas yang sudah ada dan mencukupi fasilitas yang kurang memadai sehingga wisatawan yang berkunjung terfasilitasi dengan baik pada saat berkunjung ulang pada objek wisata Nias Selatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto. 2013. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Badan Pusat Statistik. 2015. *Perkembangan Jumlah Wisatawan yang Datang di Kabupaten Nias Selatan 200-2015*. Nias : Badan Pusat Statistik Kabupaten Nias.
- _____. 2007. *Jumlah Hotel dan Akomodasi Lainnya Menurut Kabupaten/Kota di Kepulauan Nias 2009-2015*. Medan : Badan Pusat Statistik.
- Basiya dan Rozak. 2012. *Kualitas Daya Tarik Wisata, Kepuasan dan Niat Kunjung Kembali Wisatawan Mancanegara di Jawa Tengah*. Jurnal Dinamika Kepariwisata Vol. XI No. 2. Diunduh tanggal 1 Februari 2017
<https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/pdk1/article/view/1715/629>
- Direktorat Konservasi Kawasan dan Jenis Ikan. 2008. *Data Kawasan Konservasi*. Jakarta : Kementerian Kelautan dan Perikanan.
- Dwityanti, E. 2008. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Internet Banking Mandiri (Studi Kasus Pada Karyawan Departemen Pekerjaan Umum Jakarta)*. Semarang, Tesis Program Studi Magister Manajemen Universitas Diponegoro.
- Gautama, I. A. G. O. 2011. *Evaluasi Perkembangan Wisata Bahara di Pantai Sanur*. Denpasar, Tesis Program Studi Kajian Pariwisata.
- Ghozali, I. 2008. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*. Semarang : BP. Universitas Diponegoro.
- Ginting, F. P. 2011. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan dan Loyalitas Wisatawan di Pemandian Air Panas Alam Berastagi*, Tesis Universitas Sumatera Utara.
- Ginting, P. 2005. *Pemasaran Pariwisata: Studi Empiris Tentang Kepuasan dan Kunjungan Berkelanjut Pariwisata Sumatera Utara*. Medan : USUpress.
- Gorda, I. G. N. 2006. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Denpasar : Astabrata Bali.
- Hamid, E. A. C. 2006. *Dasar-Dasar Pengetahuan Pariwisata*. Jakarta : Yayasan Bhakti Membangun.

- Hardiyati, R. 2010. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Penginapan (Villa) Agrowisata Kebun Teh Pagilaran*. Semarang: Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Hasibuan, N. A. 2013. *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan dan Loyalitas Wisatawan di Daerah Tujuan Wisata Pantai Pandan Kabupaten Tapanuli Tengah*, Tesis Universitas Sumatera Utara.
- Hawkins, D. I, Mothersbaugh, D.L, dan Best, R.J. 2007. *Consumer Behavior Building Marketing Strategy*. New York : MccGraw Hill Company Inc.
- Hendarto. 2009. *Kajian Perubahan Penutupan Lahan Tahun 1989-2006 Pada Kawasan Hutan Mangrove Muara Kubu Berdasarkan Landseat*. Yogyakarta, Tesis Program Studi Pengelolaan Lingkungan Jurusan Antar Bidang Universitas Gadjah Mada.
- Heriana. 2008. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan di Daerah Tujuan Wisata Iboih Sabang Nangroe Aceh Darussalam*, Tesis Universitas Sumatera Utara.
- Irawan, H. 2003. *10 Prinsip-prinsip kepuasan pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputido.
- Kemenpar RI. 2015. Laporan Kinerja Kementerian Pariwisata Tahun 2015. Jakarta : Kementerian Pariwisata Republik Indonesia.
- _____. 2015. *Laporan Akuntabilitas Kinerja Kementerian Pariwisata Tahun 2015*. Jakarta : Kementerian Pariwisata Republik Indonesia.
- Kirom, H. B. 2009. *Mengukur Kinerja Pelayanan dan Kepuasan Konsumen*. Bandung : Pustaka Reka Cipta.
- Kirom, N. R, Sudarmiatin, dan Putra, I. W. J. A. 2016. *Faktor-Faktor Penentu Daya Tarik Budaya dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Wisatawan*. Semarang, Jurnal Pendidikan.
- Kompas, 2016. *Tujuh Masalah di Nias yang Jadi Kendala Wisatawan*. Diunduh tanggal 24 Maret 2017.
<http://travel.kompas.com/read/2016/06/03/130300527/7.Masalah.di.Nias.yang.Jadi.Kendala.Wisatawan>.
- Koskela, H. 2006. *Customer Satisfaction and Loyalty in After Sales Service: Modes of Care in Telecommunications Systems Delivery*. Report No 21. HUT Industrial Management and Work and Organizational Psychology.

- Kotler, P. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- _____. 2002. *Pemasaran Perhotelan dan Kepariwisataaan*. Jakarta : Prenhallindo.
- Kotler, P dan Keller, K. L. 2009. *Manajemen Pemasaran. Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, M. 2007. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta : Erlangga.
- Kusdyah, I. (2012). *Persepsi Harga, Persepsi Merk, Persepsi Nilai, dan Keinginan Pembelian Ulang Jasa Clinic Kesehatan (Studi Kasus Erha Clinic Surabaya)*.
- Limakrisna, H.N dan Susilo, W. H. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Lupioyadi, R. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- _____. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa : Teori & Praktek*. Jakarta : Salemba Empat.
- Marpaung, H. 2002. *Pengantar Pariwisata*. Bandung : Alfabeta
- Martin, Y. 2008. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan dalam Membangun Loyalitas Pengelola Outlet*. Semarang : Program Studi Magister Manajemen Universitas Diponegoro.
- Middleton, V.T.C. 2006. *Produk Marketing-Goods and Services Compared. Quarterly Review Of Marekting*.
- Moenir, H.A.S, 2010. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta : Bumi Aksara
- Muljadi. 2010. *Kepariwisataaan & Perjalanan*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Nias Satu, 2016. *Ini Kendala Pengembangan Pariwisata di Kepulauan Nias*. Diunduh tanggal 24 Maret 2017.
<http://niassatu.com/2016/06/05/ini-kendala-pengembangan-pariwisata-di-kepulauan-nias/>.
- [Pendit, N. S. 2006. Ilmu Pariwisata Pengantar Perdana. Jakarta : Pradnya Paramita](#)
- Putra, M. 2006. *Analisis Daerah Obyek Wisata Alam dalam Tahura Bukit Barisan di Kabupaten Karo Sumatera Utara*. Medan: Program Studi Manajemen Kehutanan.

- Radiosunu. 2001. *Manajemen Pemasaran ; Suatu Pendekatan Analisis. Edisi kedua*. Yogyakarta :Universitas Gajah Mada.
- Raminto & Winarsih, A.S. 2007. *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sammeng, A.M. 2001. *Cakrawala Pariwisata*. Jakarta : Balai Pustaka
- Schiffma, L.G dan Kanuk, L.L. 2007. *Consumer Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta : Gramedia
- Shinta, A. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Malang : UB Press
- Sidharta, T. 2008. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Kembali Konsumen*. Surakarta: Tesis Universitas Sebelas Maret.
- Soekadijo. 2007. *Anatomi Pariwisata*. Jakarta: Gramedia
- Sopyan, I. W. 2015. *Anteseden Minat Berkunjung Ulang*. Semarang: Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Suchaina. 2014. *Pengaruh Kualitas Fasilitas Sarana dan Prasarana Terhadap Peningkatan Jumlah Pengunjung Wisata Danau Ranu Grati*. Jurnal Psikologi, Vol. II, No.2 , hal 89-109. Diunduh tanggal 1 Februari 2017 <http://jurnal.yudharta.ac.id/wp-content/uploads/2015/07/Pengaruh-Kualitas-Fasilitas-Sarana-dan-Prasarana.pdf>
- [Sugiyono. 2008. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.](#)
- [Sulastiyono. 2006. *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Bandung : Alfabeta.](#)
- Sumayang, L. 2003. *Dasar-Dasar Manajemen Produksi dan Operasi*. Jakarta : Salemba Empat.
- [Supranto, J. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Rineka Cipta.](#)
- Suwantoro, G. 2004. *Dasar – Dasar Pariwisata*. Jakarta: Andi Publisher.
- Tjiptono, F. 2014. *Pemasaran Jasa*. Jakarta : Gramedia Cawang.
- _____. 2010. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi.
- _____. 2008. *Total Quality Management*. Yogyakarta : Andi
- _____. 2004. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta : Andi

Undang-Undang Republik Indonesia No. 9 Tahun 2009. *Tentang Kepariwisataan*.
Jakarta.

_____ No.10 Tahun 2009. *Tentang Kepariwisataan*.
Jakarta.

Wahab, S. 2003. *Manajemen Kepariwisataan*. Jakarta : PT. Perca

Witt, S. F dan Mountinho, L. 2006. *Tourism Marketing and Management Handbook*. London : Prentice Hall.

Wiwoho, B. 2007. *Pariwisata, Citra, dan Manfaatnya*. Jakarta : Bina Rena
Pariwisata.

Yoeti, A. O. 2008. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta : Pradaya
Pratama.

_____. 2002. *Perencanaan Strategis Pemasaran Daerah Tujuan Wisata*.
Jakarta : PT Pradnya Paramita.

Lampiran 1

Kepada Yth.

Bapak/Ibu/Saudara

Di

Tempat

Perihal : **Permohonan Pengisian Angket**

Dengan hormat,

Sehubungan dengan penulisan tesis saya yang berjudul “**Pengaruh Daya Tarik Wisata, Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Ulang Dengan Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Mediasi Pada Objek Wisata Nias Selatan Provinsi Sumatera Utara**”, dengan ini saya mohon kepada Bapak/Ibu/Saudara untuk menjawab beberapa pertanyaan angket yang telah disediakan dan jawaban dari Bapak/Ibu/Saudara diharapkan objektif artinya diisi berdasarkan pendapat yang sebenarnya.

Angket ini bukan tes psikologi dari atasan atau dari manapun yang artinya semua jawaban Bapak/Ibu/Saudara adalah benar adanya dan jawaban yang diminta sesuai dengan kondisi yang dirasakan, karena itu data dan identitas Bapak/Ibu/Saudara akan dirahasiakan dan tidak akan mempengaruhi status Bapak/Ibu/Saudara sebagai pengunjung.

Hasil pengisian kuesioner ini akan digunakan secara ilmiah untuk penyelesaian studi saya di Magister Ilmu Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis dan disamping memberikan masukan pemerintahan Nias Selatan Provinsi Sumatera Utara dalam meningkatkan jumlah pengunjung. Demikianlah pengantar ini dibuat atas perhatian dan kerjasamanya, saya ucapkan terimakasih.

Hormat Saya,

Theofilia Limaaro Christian Zai

Lampiran 2

DAFTAR PERTANYAAN (KUESIONER)

PENGARUH DAYA TARIK WISATA, PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP MINAT BERKUNJUNG ULANG DENGAN KEPUASAN WISATWAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA OBJEK WISATA NIAS SELATAN PROVINSI SUMATERA UTARA

Petunjuk Pengisian

Mohon berikan tanda (√) pada jawaban yang Bapak/Ibu anggap sesuai dengan kondisi yang berlaku

A. Identitas Responden

No. Responden :

1. Nama :

2. Jenis kelamin

Laki-laki

Perempuan

3. Usia

Dibawah 20 tahun

40 -49 tahun

20 – 29 tahun

Diatas 49 tahun

30 – 39 tahun

4. Jenis Pariwisata yang Disukai

Wisata alam dan bahari

Wisata budaya

5. Pekerjaan

Pegawai Swasta

Mahasiswa

Pegawai Negeri

Lainnya: _____

Wiraswasta

B. Petunjuk :

1. Berilah tanda silang (\surd) pada salah satu pilihan jawaban yang tersedia untuk masing-masing pertanyaan/pernyataan.
2. Mohon diisi dengan jujur.
3. Beri penjelasan atas jawaban Anda
4. Mohon periksa kembali jawaban Anda.

Alternatif jawaban terhadap daya tarik wisata, pelayanan, fasilitas dan minat berkunjung dengan pilihan jawaban pertanyaan dengan ketentuan sebagai berikut:

Nilai SS = Sangat Setuju

Nilai S = Setuju

Nilai KS = Kurang Setuju

Nilai TS = Tidak Setuju

Nilai STS = Sangat Tidak Setuju

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
Daya Tarik Wisata (X₁)						
1	Pemandangan objek wisata Nias Selatan sangat menarik bagi saya					
2	Atraksi (hombo batu dan tari perang) di objek wisata Nias Selatan sangat menarik perhatian saya					
3	Menurut saya rumah adat di objek wisata Nias Selatan unik dan memiliki ciri khas					
4	Kerajinan tangan yang ada di objek wisata Nias Selatan sangat unik					
Pelayanan (X₂)						
5	Pakaian dan penampilan pemandu wisata di objek wisata Nias Selatan bersih, rapi dan menarik.					
6	Pemandu wisatawan memberi perhatian terhadap segala keluhan pengunjung					
7	Pemandu wisata tanggap dalam menangani permintaan pengunjung					
8	Informasi yang saya dapatkan dari pemandu wisata sesuai dengan janji yang ditawarkan					
9	Pemandu wisata di objek wisata Nias Selatan mampu berinteraksi dengan wisatawan.					
Fasilitas (X₃)						
10	Jaringan komunikasi di objek wisata Nias Selatan lancar dan tidak terputus-putus (internet dan telepon seluler)					
11	Lalu lintas di daerah objek wisata Nias Selatan sangat tertib					

12	Akomodasi yang ada di objek wisata Nias Selatan sangat nyaman dan bersih					
13	Wisatawan dapat menggunakan alat transportasi menuju objek wisata Nias Selatan					
14	Sarana objek wisata di Nias Selatan sudah memadai					
Kepuasan Wisatawan (Z)						
15	Saya senang dengan daya tarik yang ada di objek wisata Nias Selatan					
16	Saya puas berwisata di objek wisata Nias Selatan					
17	Saya tidak memiliki keluhan selama berkunjung di objek wisata Nias Selatan					
18	Saya puas dengan sarana dan prasarana secara keseluruhan yang ada di objek wisata Nias Selatan					
Minat Berkunjung Ulang (Y)						
19	Saya ingin berkunjung ulang di objek wisata Nias Selatan					
20	Saya merekomendasi kepada orang lain untuk berkunjung di objek wisata Nias Selatan					
21	Menurut saya objek wisata Nias Selatan memiliki reputasi yang baik					
22	Saya tertarik dengan objek wisata di Nias Selatan					

Lampiran 3

DATA VALIDITAS DAN RELIABILITAS

No	Nama	Pernyataan																				Total		
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20		21	22
1.	SG	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	98
2.	VAH	5	5	5	4	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	90
3.	FPG	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	94
4.	SN	5	5	5	4	1	2	2	3	4	4	2	3	4	2	4	2	5	5	4	2	4	4	76
5.	HSD	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	95
6.	TZ	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	96
7.	MZ	4	4	5	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	2	3	3	3	5	4	4	80
8.	IGH	4	5	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	79
9.	RAG	4	5	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	79
10.	VNG	5	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	2	3	3	4	3	3	5	4	4	77
11.	JMD	4	4	5	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	78
12.	RPA	5	5	5	4	5	4	3	5	3	4	5	3	3	5	5	4	4	5	4	3	4	4	92
13.	MRL	4	4	4	4	4	5	3	3	5	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	4	4	88
14.	KHW	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5	91

15.	YS	2	4	4	3	4	1	1	1	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	3	2	2	2	46
16.	RH	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	75
17.	AH	3	4	4	5	2	3	3	3	4	1	1	3	1	2	3	3	3	3	5	4	4	4	68
18.	WVB	3	3	4	4	3	1	1	2	3	3	1	2	4	1	3	3	3	3	4	4	3	3	61
19.	RZ	5	5	5	4	2	3	4	4	1	4	4	2	2	3	4	3	4	1	4	2	5	4	75
20.	JKL	5	5	5	5	3	3	3	4	5	4	3	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	92
21.	DL	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	79
22.	R	4	4	5	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	81
23.	PS	5	5	5	4	2	3	3	4	4	5	5	5	5	4	3	4	4	5	4	4	4	5	92
24.	DSG	4	4	4	5	2	2	3	2	3	1	1	2	3	1	4	4	4	5	5	3	3	3	68
25.	YG	5	5	5	5	4	4	4	5	5	3	4	3	4	3	4	4	4	5	5	4	4	4	93
26.	RMZ	5	4	4	5	3	2	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	5	4	5	5	87
27.	FYH	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	2	3	3	3	4	4	4	5	5	4	5	5	94
28.	RN	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	5	87
29.	RD	4	5	5	5	4	3	3	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	97
30.	ENN	4	5	4	4	3	4	5	5	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	84

Lampiran 4

Hasil Uji Validitas

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
pemandangan di tempat wisata	78.70	128.010	.722	.924
atraksi di tempat wisata	78.53	131.913	.609	.926
rumah adat	78.47	134.051	.589	.927
kerajinan tangan	78.93	135.168	.345	.929
tangible (berwujud)	79.57	131.840	.356	.931
emphaty	79.70	124.010	.696	.924
responsiveness (cepat tanggap)	79.73	126.823	.618	.925
reliability (keandalan)	79.30	125.597	.698	.924
assurance (kepastian)	79.27	126.616	.627	.925
prasarana fasilitas komunikasi	79.57	127.633	.569	.926
prasarana wisata	79.87	125.844	.592	.926
sarana akomodasi	79.77	129.220	.623	.925
sarana transportasi	79.60	129.697	.517	.927
sarana objek wisata	79.93	121.030	.828	.921
kinerja pariwisata	79.20	129.614	.659	.925
kepuasan wisatawan menyeluruh	79.50	128.190	.662	.924
rangkuman karakteristik	79.40	131.766	.586	.926
atribut-atribut spesifik	79.40	128.524	.514	.927
informasi dari media masa	78.93	135.168	.345	.929
informasi dari keluarga/teman	79.10	129.679	.524	.927
keingintahuan langsung	79.00	130.000	.674	.925
ketertarikan	78.93	127.582	.787	.923

Lampiran 5

Hasil Uji Reliabilitas

Nilai reliabilitas daya tarik wisata

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.733	4

Nilai reliabilitas pelayanan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.827	5

Nilai reliabilitas fasilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.859	5

Nilai reliabilitas kepuasan wisatawan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.803	4

Nilai reliabilitas minat berkunjung ulang

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.758	4

Lampiran 6

DATA DEMOGRAFI

No	Nama	Jenis Kelamin		Usia					Jenis Parawisata		Pekerjaan				
		LK	P R	Dibwh 20thn	20-29 thn	30-39 thn	40-49 thn	Diats 49 thn	Wisata alam dan bahari	Wisata Budaya	Pegawai Swasta	Pegawai Negeri	Wiraswasta	Mahasiswa	Lainnya
1	ISH	√			√					√				√	
2	YB		√		√					√				√	
3	EPM	√			√					√				√	
4	HSH	√			√					√					√
5	EDL	√		√						√					√
6	VAL		√		√					√	√				
7	MZ		√		√					√				√	
8	DAG		√	√						√				√	
9	YH	√			√				√						√
10	SHW	√			√					√				√	
11	YBZ	√			√					√				√	
12	JG	√			√					√				√	
13	PIH		√		√					√				√	
14	AH		√		√					√				√	

15	FL		√		√					√				√	
16	WRPL		√	√						√				√	
17	PAT	√			√					√				√	
18	AZ	√			√					√				√	
19	FSH		√	√						√				√	
20	LKSH		√	√						√				√	
21	FH		√		√					√				√	
22	Y		√		√					√				√	
23	VT	√		√						√				√	
24	FB	√		√						√				√	
25	EDZ	√		√						√				√	
26	LW		√		√					√				√	
27	FB		√		√					√				√	
28	ML		√	√						√				√	
29	CPH		√	√						√				√	
30	ACDZ		√		√					√				√	
31	INZ		√		√					√				√	
32	JD	√			√					√				√	

33	AZ	√			√					√				√	
34	MG		√		√					√				√	
35	WRZ		√	√						√				√	
36	DBB		√	√						√				√	
37	RZ		√	√						√				√	
38	YAPZ		√	√						√				√	
39	YZ		√	√						√				√	
40	WNZ		√		√					√				√	
41	YKSN		√	√						√				√	
42	JT	√		√						√				√	
43	IBZ	√		√						√				√	
44	YAZ	√		√						√				√	
45	FYH		√		√					√				√	
46	DH		√		√					√				√	
47	MT		√	√						√				√	
48	KIZ		√		√					√				√	
49	VLH		√	√						√				√	
50	JH		√	√						√				√	

51	VPL		√	√						√				√	
52	IW		√	√						√				√	
53	GAT		√	√						√				√	
54	SHM		√	√						√				√	
55	HSH		√		√					√				√	
56	PHH		√		√					√				√	
57	BST		√		√				√						√
58	AZ	√			√				√						√
59	HH		√			√				√		√			
60	EKG		√		√					√	√				
61	KB	√				√				√		√			
62	EZ	√				√				√			√		
63	JZ	√			√					√		√			
64	LZ		√		√					√					√
65	ANZ		√			√				√		√			
66	MZ		√		√					√					√
67	JB		√			√				√		√			
68	S	√						√		√	√				

69	LAZ	√						√		√			√		
70	FZ	√					√			√	√				
71	JZ	√				√				√		√			
72	MB		√			√				√			√		
73	SDL		√			√				√			√		
74	JL	√		√					√						√
75	SL		√		√				√						√
76	SIZ		√		√					√	√				
77	AKC	√					√			√		√			
78	FZ		√			√				√		√			
79	NYNZ		√		√					√					√
80	NT		√		√					√					√
81	RAIG		√		√					√			√		
82	FM	√			√					√	√				
83	M		√		√					√					√
84	SW	√			√					√	√				
85	SH	√		√						√					√
86	TB	√			√					√				√	

87	HFN	√			√					√					√
88	SN	√			√					√		√			
89	DSBZ	√		√					√						√
90	DLTZ		√	√						√				√	
91	IF		√			√				√			√		
92	TYYS	√			√				√						√
93	SM		√				√		√				√		
94	YBOZ	√		√					√						√
95	AZ		√				√			√			√		
96	DZ		√			√				√			√		
97	TT	√		√					√						√
98	YTZ	√		√					√						√
99	AZ	√			√					√				√	
100	OZ	√					√			√			√		
101	NZ		√		√					√				√	
102	MG		√			√			√						√
103	AZ	√				√				√		√			
104	FT	√				√				√			√		

105	ST		√				√			√		√			
106	HY	√				√				√			√		
107	PAS		√			√			√						√
108	ACFZ	√		√					√						√
109	RP		√			√				√		√			
110	LLF		√			√				√		√			
111	IL		√			√				√			√		
112	MZ		√				√			√			√		
113	SL	√				√				√		√			
114	ML		√				√			√		√			
115	AH		√			√				√		√			
116	MH	√				√				√	√				
117	YMZ		√			√			√						√
118	NL		√			√				√		√			
119	YZ	√			√				√						√
120	NA		√			√				√					√
121	RZ	√			√					√		√			
122	DH	√		√					√					√	

123	RAL		√		√					√	√				
124	YZ	√				√				√	√				
125	RT		√		√					√	√				
126	MAL	√			√					√	√				
127	YWPZ	√			√					√	√				
128	RG		√		√					√	√				
129	D	√			√			√							√
130	AT		√			√				√		√			
131	MZ		√			√				√		√			
132	RAG		√	√						√			√		
133	ASK		√		√					√	√				
134	SL	√				√				√		√			
135	SZ		√		√					√	√				
136	EH		√			√		√							√
137	ESZN	√			√			√							√
138	JSN	√			√					√			√		
139	LPM		√			√				√		√			
140	YM		√			√				√			√		

141	MOZ		√		√				√					√	
142	YM	√						√	√						√
143	RWL		√				√			√		√			
144	MH		√			√				√		√			
145	ML		√			√				√					√
146	TML		√			√				√	√				
147	FH	√			√					√			√		
148	J		√			√				√	√				
149	BFL	√				√				√	√				
150	INJT		√	√						√				√	
151	RSHG		√	√						√				√	
152	DZ		√	√						√				√	
153	M		√	√					√						√
154	DBZ	√					√		√				√		
155	EL		√		√				√					√	
156	SB	√			√				√					√	
157	HSZ		√		√				√					√	
158	YZ	√			√				√					√	

159	DNH		√		√				√					√	
160	MDZ		√	√						√				√	
161	NLOM		√		√					√				√	
162	JDAZ		√	√						√				√	
163	ESJZ		√	√						√				√	
164	WG		√	√						√				√	
165	OBZ	√		√						√			√		
166	GSZ		√	√					√						√
167	PL		√	√					√						√
168	JRL	√			√					√				√	
169	EZ	√		√						√					√
170	FL	√			√				√					√	
171	HMWG		√	√					√					√	
172	SAZ	√		√					√				√		
173	AH	√			√				√				√		
174	YH	√					√			√	√				
175	BSG	√			√					√		√			
176	HLZ	√						√		√	√				

177	FG	√					√			√			√		
178	DA		√				√			√			√		
179	A	√		√						√					√
180	S		√		√					√			√		
181	DM		√		√					√		√			
182	NHG		√		√					√				√	
183	FL	√				√			√				√		
184	EZ		√			√			√				√		
185	RAPD	√			√				√					√	
186	S		√		√				√					√	
187	HAG	√			√				√		√				
188	TAR	√			√				√					√	
189	IH		√		√				√					√	
190	BH	√			√				√					√	
191	KL		√		√					√				√	
192	NZ		√		√					√				√	
193	SH		√	√						√				√	
194	SRG	√				√				√			√		

195	OG	√				√				√	√				
196	BL	√					√			√			√		
197	JPZ	√			√					√				√	
198	RS		√		√					√				√	
199	FRSZ	√				√				√		√			
200	MYZ	√					√			√		√			
201	YZ	√				√				√		√			
202	RIC		√			√				√		√			
203	RH		√				√			√		√			
204	A	√			√					√					√
205	AR	√			√					√		√			
206	NWNH		√		√					√	√				
207	RZ		√		√					√			√		
208	DSPH	√				√				√			√		
209	FMT	√			√					√	√				
210	BHZ		√			√				√	√				
211	TMZ		√		√					√				√	
212	SIZ		√		√					√	√				

213	JL	√		√						√					√
214	MFZ		√	√						√					√
215	C		√			√				√					√
216	N		√		√					√					√
217	R	√			√					√					√
218	S	√				√				√	√				
219	JZ	√				√				√		√			
220	BL	√				√				√			√		
221	TG		√			√				√					√
222	ZP	√			√					√					√
223	MTW		√			√				√		√			
224	PPB	√			√					√			√		
225	FST		√	√						√					√
226	PJS		√	√						√					√
227	SGZ		√	√						√					√
228	TEH		√	√						√					√
229	RJKB	√		√						√					√
230	SSPZ		√	√						√					√

231	NSD		√	√						√					√
232	MDZ		√	√						√					√
233	SRFD		√	√						√					√
234	MBH		√	√						√					√
235	SND	√			√					√			√		
236	KFG	√			√					√					√
237	OS		√	√						√					√
238	AH	√						√		√			√		
239	SFZ		√		√					√			√		
240	SO	√						√		√					√
241	MB		√		√					√			√		
242	SSGH	√						√		√					√
243	MIZ		√	√						√					√
244	FHIJZ		√	√						√					√
245	MT		√	√						√					√
246	AAPH	√		√						√					√
247	NSPB		√	√						√					√
248	NKH		√	√						√					√

249	WKG		√	√						√					√
250	OTRZ	√		√						√				√	
251	JFMG	√		√						√					√
252	KSN	√			√					√					√
253	VPLS		√	√						√					√
254	HKT		√	√						√					√
255	FH	√					√			√	√				
256	FZ	√			√					√	√				
257	KZ	√				√				√	√				
258	KWZ		√	√						√					√
259	BB	√		√						√					√
260	JT	√				√				√			√		
261	KZ		√			√				√		√			
262	H	√					√			√					√
263	SNB	√			√					√	√				
264	PG	√			√					√					√
265	CHDH		√		√					√					√
266	EKBG		√		√					√				√	

267	EG	√			√					√	√				
268	BML		√		√					√	√				
269	BLD	√			√				√					√	
270	FFH	√			√				√					√	
271	RZ		√		√				√					√	
272	RSL	√				√				√		√			
273	MZ	√					√			√			√		
274	FSZ		√			√				√		√			
275	DH		√		√					√				√	
276	CZ		√		√					√	√				
277	RAH	√			√					√	√				
278	AZ	√				√				√		√			
279	R	√			√					√				√	
280	RZ		√		√					√				√	
281	RD	√			√					√	√				
282	YG	√			√					√				√	
283	HH		√		√					√		√			
284	DG	√			√					√				√	

285	VA		√		√					√				√	
286	PHG	√		√						√				√	
287	SRG	√		√						√				√	
288	AH		√	√					√					√	
289	Y		√		√				√					√	
290	E		√		√				√					√	
291	A		√	√					√					√	
292	IZ	√			√				√					√	
293	RD		√		√					√				√	
294	KYL		√		√					√				√	
295	RP		√		√					√				√	
296	RS		√		√					√				√	
297	SH		√		√					√				√	
298	SG		√		√					√				√	
299	PZ		√	√						√				√	
300	DASL	√			√					√				√	
301	MP		√		√					√	√				
302	RMPS		√	√						√				√	

303	L		√		√					√				√	
304	N		√		√					√				√	
305	TH		√		√					√				√	
306	AS		√		√					√				√	
307	GIHG		√		√					√				√	
308	YS	√			√					√				√	
309	T		√	√						√				√	
310	OB		√	√						√				√	
311	FN		√		√					√					√
312	EJ	√		√						√				√	
313	LSKZ		√	√						√				√	
314	BZ	√		√						√				√	
315	MTZ		√		√					√				√	
316	MZ	√			√					√				√	
317	RSZ	√			√					√				√	
318	GT		√	√						√				√	
319	PS		√	√						√				√	
320	AS	√		√						√				√	

321	JS	√			√					√					√
322	P	√			√					√	√				
323	SS		√		√					√				√	
324	BG		√		√					√			√		
325	FRZ		√	√						√				√	
326	RHZ		√	√						√				√	
327	RAIZ		√	√						√				√	
328	RJZ		√	√						√					√
329	ASZ	√		√						√				√	
330	MB	√			√					√					√
331	ACT		√		√					√				√	
332	G		√		√					√				√	
333	Y		√		√					√				√	
334	JV		√		√					√		√			
335	DZ	√					√			√			√		
336	BH		√				√			√			√		
337	N		√	√						√				√	
338	AHL	√				√				√					√

339	MZ	√						√		√	√				
340	RF	√				√				√					√
341	EH	√					√			√					√
342	YL	√			√					√					√
343	SH		√			√				√					√
344	VZ		√		√					√				√	
345	JP	√		√						√					√
346	CZ	√				√				√			√		
347	IH		√				√			√		√			
348	WH	√				√				√				√	
349	IH		√				√			√	√				
350	BA	√			√					√					√
351	JH	√		√						√					√
352	ZN	√		√						√	√				
353	PW	√			√					√		√			
354	OG	√			√					√	√				
355	YL		√		√					√	√				
356	YL		√		√					√		√			

357	JG	√			√					√			√		
358	FZ		√			√				√					√
359	YT	√					√			√	√				
360	HZ	√						√		√			√		
361	MG		√					√		√		√			
362	NVZ	√				√				√					√
363	WHZ	√			√					√	√				
364	YTZ	√			√					√		√			
365	CZ		√		√					√	√				
366	RH	√			√					√	√				
367	SAZ		√			√				√				√	
368	AR	√						√		√					√
369	SP	√					√			√	√				
370	KG	√				√				√	√				
371	AN	√				√				√					√
372	AS	√					√			√			√		
373	AZ	√					√			√	√				
374	AAZ	√					√			√		√			

375	BH		√			√				√	√				
376	VG	√			√					√			√		
377	MZ	√			√					√					√
378	MR	√			√					√					√
379	PD	√			√					√	√				
380	HYNZ	√		√						√					√
381	AGG	√		√						√					√
382	VNZ	√		√						√					√
383	IZ	√		√						√					√
384	DL	√				√				√		√			
385	HL	√				√				√					√
386	P	√			√					√				√	
387	JHH	√			√					√				√	
388	HH	√				√				√					√
389	AL	√					√			√					√
390	A	√					√			√	√				
391	KH	√			√					√					√
392	DL	√			√					√			√		

393	FD	√			√					√			√		
394	JH		√				√			√		√			
395	DN		√		√					√	√				

Lampiran 7

DATA KUESIONER

No	Nama	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22
1	ISH	5	5	5	4	4	4	4	4	5	3	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5
2	YB	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	EPM	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4
4	HSH	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
5	EDL	4	5	5	4	4	4	3	3	4	2	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4
6	VAL	5	5	5	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5
7	MZ	4	5	5	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	5	4	4	5	5	5
8	DAG	5	5	5	5	4	4	4	4	5	2	2	2	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5
9	YH	5	4	5	5	5	2	1	1	1	2	2	1	4	2	4	2	3	2	4	4	4	4
10	SHW	5	5	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	2	4	3	3	3	4	4	4	4
11	YBZ	4	5	4	4	5	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	5	4
12	JG	4	5	5	4	4	4	4	4	5	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4
13	PIH	4	5	4	4	5	4	4	5	4	3	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4
14	AH	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4

15	FL	4	5	4	4	5	4	4	5	5	3	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5
16	WRPL	5	4	4	5	5	5	4	4	5	3	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4
17	PAT	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	2	3	3	4	3	4	4	5
18	AZ	4	5	5	5	5	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4
19	FSH	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5
20	LKSH	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5
21	FH	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4
22	Y	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
23	VT	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5
24	FB	5	4	5	4	5	5	4	5	4	3	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4
25	EDZ	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5
26	LW	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
27	FB	5	4	4	5	5	5	4	4	5	3	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4
28	ML	5	4	5	5	5	4	4	5	5	3	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5
29	CPH	4	4	2	4	2	4	4	4	4	2	2	2	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4
30	ACDZ	5	4	5	5	4	5	5	4	4	3	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4
31	INZ	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4

32	JD	5	5	5	5	5	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
33	AZ	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
34	MG	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
35	WRZ	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
36	DBB	4	5	4	4	5	4	4	3	4	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4
37	RZ	4	5	4	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5
38	YAPZ	5	4	5	4	5	5	5	4	4	3	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5
39	YZ	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5
40	WNZ	5	4	4	5	5	5	5	5	4	3	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4
41	YKSN	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4
42	JT	5	4	4	5	5	5	5	4	4	3	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5
43	IBZ	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
44	YAZ	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
45	FYH	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5
46	DH	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
47	MT	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
48	KIZ	5	4	4	5	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4

49	VLH	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	3	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5
50	JH	4	2	5	3	3	4	2	2	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4
51	VPL	5	5	4	4	5	5	5	3	4	4	3	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5
52	IW	5	5	5	5	5	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
53	GAT	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5
54	SHM	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
55	HSH	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	5
56	PHH	5	4	5	4	5	5	4	5	4	3	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4
57	BST	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4
58	AZ	4	4	5	5	5	4	3	4	5	3	4	5	4	3	4	3	4	4	4	4	4	5
59	HH	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5
60	EKG	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	2	2	3	3	3	4	5	5	4	5	5
61	KB	4	5	5	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4
62	EZ	4	5	5	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	2	4	4	3	3	4	4	5	5
63	JZ	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	5	5
64	LZ	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	5	5	4	3	4	4	5	5
65	ANZ	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	3	3	5	3	3	3	3	3	5	5	5	5

66	MZ	4	4	5	5	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
67	JB	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5
68	S	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	5	4	5	5
69	LAZ	5	5	5	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
70	FZ	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5
71	JZ	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4
72	MB	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	5	4	5	5
73	SDL	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	5	5	5	5
74	JL	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4
75	SL	5	5	5	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
76	SIZ	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4
77	AKC	5	4	4	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	5	4	5	5	5
78	FZ	5	4	3	3	3	5	5	5	5	2	5	5	4	1	4	4	4	5	4	4	4	4
79	NYNZ	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	5	3	5	5
80	NT	5	5	5	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4
81	RAIG	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4
82	FM	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	2	4	4	4

83	M	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	2	3	3	4	3	3	4	4	3
84	SW	4	5	5	4	5	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5
85	SH	5	5	4	4	5	3	3	3	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
86	TB	5	5	4	4	5	4	4	4	4	3	4	3	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4
87	HFN	5	4	4	4	2	4	4	4	4	3	4	4	4	2	4	4	4	4	1	1	5	5
88	SN	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4
89	DSBZ	3	4	4	3	3	2	1	4	1	1	1	3	2	2	3	2	2	2	5	1	4	3
90	DLTZ	4	5	5	4	4	3	3	3	4	2	2	2	3	3	3	2	4	4	4	5	5	4
91	IF	5	5	4	4	3	3	3	1	4	4	2	1	1	2	3	3	4	2	1	5	5	4
92	TYYS	4	5	5	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4
93	SM	5	4	4	5	5	4	4	3	4	3	3	4	4	3	5	4	4	3	4	4	5	5
94	YBOZ	4	5	4	3	2	3	4	2	5	2	1	4	4	2	3	4	3	5	5	5	5	5
95	AZ	5	5	5	5	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4
96	DZ	5	4	4	3	5	4	4	3	5	3	4	4	5	3	3	4	5	5	4	3	4	4
97	TT	4	4	4	4	4	5	3	3	5	5	4	4	5	3	5	5	4	3	5	4	4	5
98	YTZ	5	5	3	4	4	3	4	5	3	4	3	4	5	5	3	3	4	4	4	5	5	4
99	AZ	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	3	4	4	5	5	5	5

100	OZ	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	5	5
101	NZ	5	5	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	2	4	3	5	2	3	2	4	4	4
102	MG	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4
103	AZ	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	3	5	4	3	4	4	4	3	3	5	5
104	FT	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	3	5	4	3	4	4	4	3	3	5	5
105	ST	3	5	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	5	3	4	3	5	4	4	4
106	HY	5	4	3	5	5	4	4	5	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	4	4	4	4
107	PAS	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4
108	ACFZ	5	5	5	3	5	2	3	5	4	2	4	5	5	3	5	4	5	5	3	4	5	5
109	RP	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
110	LLF	5	4	5	4	5	5	5	5	3	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5
111	IL	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5
112	MZ	5	5	5	4	5	3	5	4	3	5	4	5	3	4	5	3	4	5	5	3	4	5
113	SL	4	5	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	2	4	4	3	3	3
114	ML	5	4	4	4	5	3	4	3	5	4	5	4	3	3	5	4	4	4	4	5	4	4
115	AH	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	5	5	5	5
116	MH	5	5	5	5	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	5	5	5	5

117	YMZ	4	5	5	3	3	4	3	2	5	4	5	3	4	4	3	5	4	4	4	5	4	4
118	NL	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	5	5
119	YZ	4	5	3	5	4	3	4	4	5	4	4	3	5	5	4	4	3	4	5	4	4	5
120	NA	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	1	3	3	3	3	4	4	4	3
121	RZ	4	5	5	5	4	5	4	3	3	4	4	5	3	4	5	4	5	3	4	5	3	4
122	DH	5	5	5	5	3	3	4	4	5	4	4	3	4	3	5	5	4	3	5	4	5	4
123	RAL	4	5	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4
124	YZ	2	5	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	5	5	4	4
125	RT	4	5	5	4	3	2	3	4	4	3	2	3	1	3	4	3	3	3	4	3	4	4
126	MAL	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
127	YWPZ	4	5	5	3	3	2	2	2	1	4	4	2	2	1	2	1	2	3	3	3	3	3
128	RG	5	5	5	5	2	3	3	3	3	3	2	1	2	2	3	2	3	3	3	3	4	4
129	D	4	5	5	4	3	4	4	4	4	2	3	2	4	2	4	3	4	3	4	4	4	4
130	AT	5	5	5	5	5	5	4	4	5	3	4	4	4	4	5	3	3	4	4	5	5	5
131	MZ	5	5	5	5	5	5	4	4	5	3	3	3	3	3	4	4	4	4	5	5	5	5
132	RAG	5	5	5	5	4	4	4	4	5	3	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5
133	ASK	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

134	SL	4	4	4	4	4	5	5	4	5	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
135	SZ	5	4	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	3	4	4	3	5	5	5	5
136	EH	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4
137	ESZN	5	5	5	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5
138	JSN	5	5	5	4	5	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4
139	LPM	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
140	YM	4	5	4	4	4	2	4	2	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4
141	MOZ	4	4	5	5	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	5	5	5	5
142	YM	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
143	RWL	5	5	5	5	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	5	5	4	4
144	MH	5	5	5	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5
145	ML	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
146	TML	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	5
147	FH	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
148	J	4	5	5	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	5	5
149	BFL	5	5	5	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5
150	INJT	4	5	4	2	4	4	2	2	2	2	4	2	4	2	2	2	2	3	4	4	4	3

151	RSHG	5	5	5	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4	3	3	4	3	5	4	5	5
152	DZ	4	4	5	3	2	3	4	2	2	3	2	2	4	3	2	3	3	3	2	4	4	3
153	M	5	4	3	1	1	3	3	2	5	1	2	5	3	4	5	4	2	5	5	1	2	4
154	DBZ	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5
155	EL	5	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4
156	SB	4	5	5	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4
157	HSZ	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5
158	YZ	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	5
159	DNH	5	5	4	3	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	3	3	4	5	5	5	5
160	MDZ	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5
161	NLOM	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4
162	JDAZ	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	2	4	4	4
163	ESJZ	4	2	5	2	1	3	4	1	3	3	3	5	4	1	4	3	3	4	5	4	2	3
164	WG	5	4	1	4	2	4	2	5	2	5	2	5	2	5	5	4	3	5	4	4	5	2
165	OBZ	4	5	5	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5
166	GSZ	5	5	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5
167	PL	4	5	5	4	3	1	2	2	5	5	3	1	2	5	5	4	3	5	5	3	1	4

168	JRL	3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	5	5
169	EZ	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
170	FL	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	5	3	5	4	4	3	3	4	5	5
171	HMWG	4	5	5	4	4	4	3	4	5	5	3	4	5	3	4	3	3	3	5	4	5	5
172	SAZ	4	5	5	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5
173	AH	5	4	5	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
174	YH	5	5	5	5	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5
175	BSG	5	5	5	5	5	3	3	4	3	2	2	5	2	5	5	3	4	5	5	5	5	5
176	HLZ	5	4	3	2	2	4	4	4	4	3	5	5	3	5	3	5	5	5	4	4	3	3
177	FG	5	5	2	1	4	3	4	3	2	4	3	3	1	1	4	4	3	4	4	3	2	1
178	DA	4	4	4	3	3	2	1	2	4	2	2	1	3	2	4	3	3	3	4	5	4	4
179	A	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
180	S	5	5	4	5	1	2	2	3	4	1	1	1	2	1	3	3	3	3	3	3	5	5
181	DM	5	5	5	4	4	3	3	4	4	2	2	2	2	2	4	5	5	4	4	5	5	5
182	NHG	5	5	5	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5
183	FL	5	5	3	3	4	2	2	2	3	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
184	EZ	4	4	5	5	5	2	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5

185	RAPD	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	3	4	3	3	5	5	5
186	S	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5
187	HAG	5	5	5	4	5	4	4	5	5	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5
188	TAR	5	5	4	3	3	3	3	4	3	2	3	3	4	3	5	4	4	4	5	5	4	4
189	IH	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4
190	BH	5	5	4	4	5	4	4	4	4	3	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4
191	KL	5	5	4	4	3	5	5	4	4	4	5	5	3	3	5	4	5	5	4	4	4	4
192	NZ	5	4	5	4	3	5	4	5	5	4	4	3	4	4	5	4	5	4	3	5	4	4
193	SH	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	3	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5
194	SRG	5	4	3	4	4	5	5	4	4	4	3	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4
195	OG	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4
196	BL	5	4	4	5	5	3	4	4	5	5	4	3	4	4	5	4	3	5	4	4	5	3
197	JPZ	5	4	4	4	3	4	2	3	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
198	RS	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	4	4
199	FRSZ	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4
200	MYZ	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
201	YZ	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5

202	RIC	5	5	5	4	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
203	RH	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	
204	A	5	5	5	4	1	2	2	3	4	4	2	3	4	2	4	2	5	5	2	2	4	4	
205	AR	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	5	4	4	
206	NWNH	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	
207	RZ	4	4	5	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	2	3	3	4	5	4	4	
208	DSPH	4	5	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	
209	FMT	4	5	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	
210	BHZ	5	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	2	3	3	4	3	5	5	4	4	
211	TMZ	4	4	5	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	
212	SIZ	5	5	5	5	5	4	3	5	3	4	5	3	3	5	5	4	4	5	4	3	4	4	
213	JL	4	4	4	4	4	5	3	3	5	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	4	4	
214	MFZ	5	5	5	5	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5	
215	C	2	4	4	3	4	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	4	2	2	2
216	N	4	3	4	2	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	
217	R	3	4	4	3	2	3	3	3	4	1	1	3	1	2	3	3	3	3	4	4	4	4	
218	S	3	3	4	4	3	1	1	2	3	3	1	2	4	1	3	3	3	3	4	4	3	3	

219	JZ	5	5	5	1	2	3	4	4	1	4	4	2	2	3	4	3	4	1	2	2	5	4
220	BL	5	5	5	5	3	3	3	4	5	4	3	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5
221	TG	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4
222	ZP	4	4	5	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	5	4	4	4
223	MTW	5	5	5	5	2	3	3	4	4	5	5	5	5	4	3	4	4	5	5	4	4	5
224	PPB	4	4	4	4	2	2	3	2	3	1	1	2	3	1	4	4	4	5	3	3	3	3
225	FST	5	5	5	5	4	4	4	5	5	3	4	3	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4
226	PJS	5	4	4	4	3	2	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	5	5
227	SGZ	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	2	3	3	3	4	4	4	5	4	4	5	5
228	TEH	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	5
229	RJKB	4	5	5	5	4	3	3	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5
230	SSPZ	4	5	4	3	3	4	5	5	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4
231	NSD	4	5	5	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5
232	MDZ	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4
233	SRFD	5	5	5	5	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	2	2	2	1	4	4	4
234	MBH	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4
235	SND	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5

236	KFG	5	5	4	5	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
237	OS	5	5	5	5	4	3	3	3	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5
238	AH	5	4	5	5	4	3	3	2	4	5	4	4	3	5	5	4	3	4	4	3	2	4
239	SFZ	5	5	4	3	2	3	3	4	4	3	2	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3
240	SO	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	5	5	4	5	4
241	MB	4	5	3	4	3	3	3	4	4	3	2	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4
242	SSGH	4	4	4	4	4	3	3	3	4	2	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4
243	MIZ	5	5	5	5	5	3	3	4	5	4	3	4	5	3	5	4	5	4	4	5	5	5
244	FHJZ	5	4	4	5	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4
245	MT	4	5	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	5	2	3	4	4	4	5	5
246	AAPH	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4
247	NSPB	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
248	NKH	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
249	WKG	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
250	OTRZ	5	5	4	4	3	4	5	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	5	4	3	4	5
251	JFMG	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4
252	KSN	5	4	5	4	5	3	3	3	4	4	4	2	4	3	4	5	4	5	4	5	4	5

253	VPLS	5	5	5	5	5	3	4	3	4	5	5	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4
254	HKT	4	5	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	5	2	3	4	4	4	5	5
255	FH	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4
256	FZ	4	5	5	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	5	4	5	4
257	KZ	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3
258	KWZ	5	4	4	5	5	4	5	3	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5
259	BB	5	4	5	5	5	4	5	3	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4
260	JT	5	4	3	5	5	4	5	3	4	4	5	4	4	4	3	3	3	3	5	4	4	5
261	KZ	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4
262	H	4	4	5	3	2	2	4	4	2	4	1	4	2	3	2	4	3	4	5	3	4	4
263	SNB	4	4	4	3	5	4	2	4	4	4	1	2	4	2	4	2	2	3	5	4	4	4
264	PG	4	4	5	3	4	3	3	4	3	4	2	4	4	3	4	2	2	3	5	4	4	4
265	CHDH	4	5	5	5	4	3	3	4	5	3	2	2	5	3	4	3	4	4	4	5	5	4
266	EKBG	5	5	4	4	5	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	5
267	EG	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4
268	BML	4	5	5	3	4	4	3	3	4	4	1	1	4	2	3	3	4	3	5	4	4	4
269	BLD	4	4	4	5	5	3	3	3	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5

270	FFH	5	5	5	4	5	2	2	2	4	5	1	1	3	3	3	3	3	3	5	4	3	4
271	RZ	5	5	5	1	4	1	2	3	4	4	1	1	3	3	3	3	3	3	5	5	4	5
272	RSL	4	5	5	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	5	4	5	4
273	MZ	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	5	4	5	5
274	FSZ	5	5	5	5	5	4	4	4	3	2	3	3	2	2	3	4	3	3	4	4	5	5
275	DH	5	5	2	5	4	4	3	2	4	2	2	4	4	1	4	2	4	2	4	4	5	4
276	CZ	5	5	5	5	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4
277	RAH	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	4	5	4	4	4	4	5	3	4	4
278	AZ	4	4	5	4	5	4	3	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	3	4	5
279	R	5	5	5	5	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
280	RZ	5	4	5	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	5	5	5	4	3	5	4
281	RD	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3
282	YG	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	3	4	3	5	4	4	3	4	4	4	4
283	HH	5	5	5	5	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	5	5	5	3	4	4	4	4
284	DG	5	5	5	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
285	VA	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4
286	PHG	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	3	3	4	4	3

287	SRG	4	5	5	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4
288	AH	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4
289	Y	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4
290	E	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
291	A	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
292	IZ	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5
293	RD	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4
294	KYL	5	5	5	4	3	3	3	4	4	3	2	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	5
295	RP	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4
296	RS	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5
297	SH	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4
298	SG	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4
299	PZ	5	5	4	4	5	3	3	4	4	5	3	3	4	4	5	4	4	3	5	5	5	5
300	DASL	5	5	5	5	4	3	3	4	4	3	2	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
301	MP	4	4	5	5	5	4	3	5	5	3	5	4	5	3	5	5	5	5	4	5	5	5
302	RMPS	5	5	5	4	3	3	3	4	4	4	2	2	3	3	4	3	3	4	4	5	5	5
303	L	4	5	5	4	4	5	4	4	4	2	3	3	3	3	4	4	4	3	5	5	5	5

304	N	4	5	5	4	4	5	4	4	4	2	3	3	3	3	4	4	4	3	5	5	5	5
305	TH	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5
306	AS	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5
307	GIHG	4	5	5	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	3	3	4	4	4	5	5	5	5
308	YS	4	5	5	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	3	3	4	4	4	5	5	5	5
309	T	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	5	5	5
310	OB	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5
311	FN	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
312	EJ	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3
313	LSKZ	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
314	BZ	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
315	MTZ	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4
316	MZ	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4
317	RSZ	5	5	5	5	3	3	4	3	4	4	3	3	5	3	5	3	5	3	5	5	5	5
318	GT	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	5
319	PS	4	5	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	5	5
320	AS	5	4	4	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5

321	JS	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	
322	P	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
323	SS	4	5	5	5	5	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	
324	BG	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	
325	FRZ	5	5	5	4	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	
326	RHZ	5	5	5	5	1	2	2	4	4	3	2	4	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
327	RAIZ	5	5	5	5	1	1	1	4	4	4	1	1	5	1	5	4	5	1	4	4	4	4	
328	RJZ	5	5	5	5	1	1	4	3	4	4	3	1	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	
329	ASZ	5	5	5	4	4	5	5	4	3	3	4	4	3	4	5	5	5	5	5	4	4	4	
330	MB	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	2	5	5	4	4	4	4	4	4	
331	ACT	5	4	4	4	3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	5	5	5	
332	G	5	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	
333	Y	5	5	4	3	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	
334	JV	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	
335	DZ	5	5	5	5	1	1	1	1	1	5	2	1	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	
336	BH	5	5	5	5	1	2	3	3	4	5	3	1	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	
337	N	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	

338	AHL	4	5	5	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	2	4	4	3	4	4	4	4	4
339	MZ	4	5	5	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	2	4	4	3	4	4	4	4	4
340	RF	5	4	5	4	5	4	3	3	4	3	2	2	3	4	3	4	5	3	3	4	5	4
341	EH	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
342	YL	5	5	4	4	2	2	3	3	5	2	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
343	SH	5	5	5	5	5	2	5	5	4	3	1	3	3	3	5	5	4	4	3	3	4	5
344	VZ	5	5	5	4	3	4	3	5	5	5	5	4	3	3	4	5	4	3	3	3	3	3
345	JP	5	4	4	5	3	3	3	3	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4
346	CZ	5	4	4	4	5	3	3	5	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4
347	IH	5	5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	2	3	4	5	5	5	5
348	WH	5	5	5	5	5	3	5	2	5	4	3	3	4	3	5	5	4	4	4	4	4	4
349	IH	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
350	BA	4	5	4	4	5	3	3	2	2	1	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	5	4
351	JH	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	5	5	4	4	3	3	4	4
352	ZN	5	5	5	5	4	3	4	4	3	3	2	3	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5
353	PW	4	4	4	4	3	5	5	5	4	3	2	2	3	2	3	3	3	5	3	4	5	5
354	OG	5	4	4	5	2	3	2	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	5	5

355	YL	5	4	4	4	4	3	4	5	5	5	4	3	4	3	5	4	4	4	4	4	5	5	
356	YL	5	5	5	4	4	3	4	3	4	5	4	4	4	3	5	5	5	5	4	4	4	5	
357	JG	5	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	
358	FZ	5	5	5	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	5	
359	YT	5	5	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	5	5	4	3	5	5	5	5	
360	HZ	5	5	5	5	3	5	5	5	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	
361	MG	5	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	5	5	5	4	3	3	4	4
362	NVZ	5	4	4	3	2	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	5	4	3	5	5	
363	WHZ	5	5	5	5	2	5	5	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
364	YTZ	4	4	4	5	5	3	2	5	5	4	1	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	
365	CZ	4	5	5	5	5	2	3	2	4	4	3	3	4	3	4	5	4	4	3	4	5	4	
366	RH	4	4	5	5	4	4	3	3	4	4	3	5	4	3	3	4	4	3	3	4	5	5	
367	SAZ	4	4	5	4	5	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	5	
368	AR	5	5	5	5	5	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	
369	SP	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	3	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	
370	KG	5	4	5	5	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	5	3	3	3	5	5	
371	AN	5	5	5	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	5	4	3	3	3	3	5	5	

372	AS	5	5	5	3	3	3	3	3	4	2	2	3	5	4	5	4	3	3	3	3	5	5
373	AZ	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	3	2	4	3	5	5	5	4	3	4	5	5
374	AAZ	4	4	5	5	5	3	4	3	4	4	3	3	3	3	5	4	3	3	3	4	5	4
375	BH	4	5	5	5	4	3	3	3	3	3	2	4	4	3	5	4	4	3	4	4	5	5
376	VG	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	2	3	3	3	4	4	4	3	3	4	5	5
377	MZ	5	4	4	4	5	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
378	MR	4	4	5	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4
379	PD	5	4	5	5	5	4	4	3	3	4	3	4	3	2	5	5	5	4	3	4	4	4
380	HYNZ	5	4	3	5	5	4	5	3	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5
381	AGG	5	4	3	5	5	4	5	3	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5
382	VNZ	5	4	3	5	5	4	5	3	4	4	5	4	4	4	5	4	5	3	5	4	4	5
383	IZ	5	4	3	5	5	4	4	3	4	4	3	3	3	3	5	4	5	4	5	4	4	5
384	DL	5	4	5	5	5	4	5	3	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5
385	HL	5	4	3	5	5	4	5	3	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4
386	P	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5
387	JHH	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5
388	HH	5	4	4	5	5	4	5	3	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5

389	AL	5	4	5	5	5	4	5	3	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5
390	A	5	4	4	5	5	4	5	3	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5
391	KH	5	5	5	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	5	4	3	3	3	3	5	5
392	DL	5	5	5	3	3	3	3	3	4	2	2	3	5	4	5	4	3	3	3	3	5	5
393	FD	5	4	3	5	5	4	4	3	4	4	3	3	3	3	5	4	5	4	5	4	4	5
394	JH	5	4	5	5	5	4	5	3	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5
395	DN	5	4	3	5	5	4	5	3	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4

Lampiran 8

HASIL OLAHAN PENELITIAN

Hasil Data Demografi

a. Jenis Kelamin

Statistics

jeniskelamin

N	Valid	395
	Missing	0
Mean		1.53
Median		2.00
Mode		2
Std. Deviation		.499
Variance		.249
Range		1
Minimum		1
Maximum		2
Sum		606

jeniskelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	laki-laki	184	46.6	46.6	46.6
	perempuan	211	53.4	53.4	100.0
	Total	395	100.0	100.0	

b. Usia

Statistics

usia

N	Valid	395
	Missing	0
Mean		2.15
Median		2.00

Mode	2
Std. Deviation	.984
Variance	.968
Range	4
Minimum	1
Maximum	5
Sum	851

usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	dibawah 20 tahun	105	26.6	26.6	26.6
	20-29 tahun	175	44.3	44.3	70.9
	30-39 tahun	73	18.5	18.5	89.4
	40-49 tahun	33	8.4	8.4	97.7
	diatas 49 tahun	9	2.3	2.3	100.0
	Total	395	100.0	100.0	

c. Jenis Pariwisata yang Disukai

Statistics

jenispariwisata

N	Valid	395
	Missing	0
Mean		1.85
Std. Error of Mean		.018
Median		2.00
Mode		2
Std. Deviation		.357
Variance		.127
Range		1
Minimum		1
Maximum		2
Sum		731

jenis pariwisata

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	wisata alam dan bahari	59	14.9	14.9	14.9
	wisata budaya	336	85.1	85.1	100.0
	Total	395	100.0	100.0	

d. Pekerjaan

Statistics

pekerjaan

N	Valid	395
	Missing	0
Mean		3.47
Median		4.00
Mode		4
Std. Deviation		1.354
Variance		1.833
Range		4
Minimum		1
Maximum		5
Sum		1369

pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pegawai swasta	55	13.9	13.9	13.9
	Pegawai negeri	48	12.2	12.2	26.1
	Wiraswasta	49	12,4	12,4	38,5
	Mahasiswa	144	36,5	36,5	75
	Lain-lain	99	25,1	25,1	100.0
	Total	395	100.0	100.0	

Hasil Data Statistik Deskriptif

a. Indikator Daya Tarik Wisata

Statistics

		Pemandangan di tempat wisata	Atraksi di tempat wisata	Rumah adat	Kerajinan tangan
N	Valid	395	395	395	395
	Missing	0	0	0	0
Mean		4.57	4.57	4.49	4.21
Median		5.00	5.00	5.00	4.00
Mode		5	5	5	4
Std. Deviation		.558	.544	.647	.753
Variance		.311	.296	.418	.567
Range		3	3	4	4
Minimum		2	2	1	1
Maximum		5	5	5	5

Pemandangan di tempat wisata

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	2	.5	.5	.5
	kurang setuju	7	1.8	1.8	2.3
	setuju	149	37.7	37.7	40.0
	sangat setuju	237	60.0	60.0	100.0
	Total	395	100.0	100.0	

Atraksi di tempat wisata

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	2	.5	.5	.5
	kurang setuju	4	1.0	1.0	1.5
	setuju	154	39.0	39.0	40.5
	sangat setuju	235	59.5	59.5	100.0
	Total	395	100.0	100.0	

Rumah adat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	1	.3	.3	.3
	tidak setuju	3	.8	.8	1.0
	kurang setuju	18	4.6	4.6	5.6
	setuju	152	38.5	38.5	44.1
	sangat setuju	221	55.9	55.9	100.0
	Total	395	100.0	100.0	

Kerajinan tangan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidaksetuju	4	1.0	1.0	1.0
	tidak setuju	4	1.0	1.0	2.0
	kurang setuju	43	10.9	10.9	12.9
	setuju	198	50.1	50.1	63.0
	sangat setuju	146	37.0	37.0	100.0
	Total	395	100.0	100.0	

b. Indikator Pelayanan

Statistics

		Tangible (berwujud)	Emphaty	Responsiveness (cepat tanggap)	Reliability (keandalan)	Assurance (kepastian)
N	Valid	395	395	395	395	395
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		4.00	3.71	3.72	3.71	3.96
Median		4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
Mode		4	4	4	4	4
Std. Deviation		.957	.828	.818	.792	.737
Variance		.916	.685	.668	.627	.544
Range		4	4	4	4	4
Minimum		1	1	1	1	1
Maximum		5	5	5	5	5
Sum		1581	1464	1470	1466	1563

Tangible (berwujud)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	9	2.3	2.3	2.3
	tidak setuju	20	5.1	5.1	7.3
	kurang setuju	66	16.7	16.7	24.1
	setuju	166	42.0	42.0	66.1
	sangat setuju	134	33.9	33.9	100.0
	Total	395	100.0	100.0	

Emphaty

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	7	1.8	1.8	1.8
	tidak setuju	22	5.6	5.6	7.3
	kurang setuju	102	25.8	25.8	33.2
	setuju	213	53.9	53.9	87.1
	sangat setuju	51	12.9	12.9	100.0
	Total	395	100.0	100.0	

Responsiveness (cepat tanggap)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	7	1.8	1.8	1.8
	tidak setuju	17	4.3	4.3	6.1
	kurang setuju	109	27.6	27.6	33.7
	Setuju	208	52.7	52.7	86.3
	sangat setuju	54	13.7	13.7	100.0
	Total	395	100.0	100.0	

Assurance (kepastian)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	6	1.5	1.5	1.5
	tidak setuju	8	2.0	2.0	3.5
	kurang setuju	56	14.2	14.2	17.7

setuju	252	63.8	63.8	81.5
sangat setuju	73	18.5	18.5	100.0
Total	395	100.0	100.0	

c. Indikator Fasilitas

Statistics

		Prasarana fasilitas komunikasi	Prasarana wisata	Sarana akomodasi	Sarana transportasi	Sarana objek wisata
N	Valid	395	395	395	395	395
	Missing	0	0	0	0	0
	Mean	3.52	3.44	3.57	3.78	3.46
	Median	4.00	3.00	4.00	4.00	4.00
	Mode	4	4	4	4	4
	Std. Deviation	.816	.933	.897	.820	.899
	Variance	.667	.871	.804	.672	.807
	Range	4	4	4	4	4
	Minimum	1	1	1	1	1
	Maximum	5	5	5	5	5
	Sum	1389	1357	1411	1495	1367

Reliability (keandalan)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	5	1.3	1.3	1.3
	tidak setuju	20	5.1	5.1	6.3
	kurang setuju	107	27.1	27.1	33.4
	setuju	215	54.4	54.4	87.8
	sangat setuju	48	12.2	12.2	100.0
	Total	395	100.0	100.0	

Prasarana fasilitas komunikasi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	7	1.8	1.8	1.8
	tidak setuju	26	6.6	6.6	8.4

kurang setuju	153	38.7	38.7	47.1
setuju	174	44.1	44.1	91.1
sangat setuju	35	8.9	8.9	100.0
Total	395	100.0	100.0	

Prasarana wisata

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	15	3.8	3.8	3.8
tidak setuju	36	9.1	9.1	12.9
kurang setuju	148	37.5	37.5	50.4
setuju	154	39.0	39.0	89.4
sangat setuju	42	10.6	10.6	100.0
Total	395	100.0	100.0	

Sarana akomodasi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	13	3.3	3.3	3.3
tidak setuju	23	5.8	5.8	9.1
kurang setuju	132	33.4	33.4	42.5
setuju	179	45.3	45.3	87.8
sangat setuju	48	12.2	12.2	100.0
Total	395	100.0	100.0	

Sarana transportasi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	8	2.0	2.0	2.0
tidak setuju	18	4.6	4.6	6.6
kurang setuju	82	20.8	20.8	27.3
setuju	230	58.2	58.2	85.6
sangat setuju	57	14.4	14.4	100.0

Sarana transportasi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	8	2.0	2.0	2.0
	tidak setuju	18	4.6	4.6	6.6
	kurang setuju	82	20.8	20.8	27.3
	setuju	230	58.2	58.2	85.6
	sangat setuju	57	14.4	14.4	100.0
	Total	395	100.0	100.0	

Sarana objek wisata

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	15	3.8	3.8	3.8
	tidak setuju	27	6.8	6.8	10.6
	kurang setuju	152	38.5	38.5	49.1
	setuju	163	41.3	41.3	90.4
	sangat setuju	38	9.6	9.6	100.0
	Total	395	100.0	100.0	

d. Indikator Kepuasan Wisatawan

Statistics

		Kinerja pariwisata	Kepuasan wisatawan menyeluruh	Rangkuman karakteristik	Atribut-atribut spesifik
N	Valid	395	395	395	395
	Missing	0	0	0	0
Mean		4.10	3.89	3.94	3.86
Median		4.00	4.00	4.00	4.00
Mode		4	4	4	4
Std. Deviation		.762	.763	.743	.783
Variance		.581	.581	.552	.613
Range		3	4	3	4
Minimum		2	1	2	1

Maximum	5	5	5	5
Sum	1621	1536	1557	1525

Kinerja pariwisata

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	7	1.8	1.8	1.8
kurang setuju	75	19.0	19.0	20.8
setuju	183	46.3	46.3	67.1
sangat setuju	130	32.9	32.9	100.0
Total	395	100.0	100.0	

Kepuasan wisatawan menyeluruh

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	1	.3	.3	.3
tidak setuju	15	3.8	3.8	4.1
kurang setuju	88	22.3	22.3	26.3
setuju	214	54.2	54.2	80.5
sangat setuju	77	19.5	19.5	100.0
Total	395	100.0	100.0	

Rangkuman karakteristik

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	10	2.5	2.5	2.5
kurang setuju	91	23.0	23.0	25.6
setuju	206	52.2	52.2	77.7
sangat setuju	88	22.3	22.3	100.0
Total	395	100.0	100.0	

Atribut-atribut spesifik

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	2	.5	.5	.5

tidak setuju	6	1.5	1.5	2.0
kurang setuju	122	30.9	30.9	32.9
setuju	180	45.6	45.6	78.5
sangat setuju	85	21.5	21.5	100.0
Total	395	100.0	100.0	

e. Indikator Minat Berkunjung Ulang

Statistics

		Informasi dari media masa	Informasi dari keluarga/teman	Keingintahuan langsung	Ketertarikan
N	Valid	395	395	395	395
	Missing	0	0	0	0
Mean		4.11	4.13	4.36	4.40
Median		4.00	4.00	4.00	4.00
Mode		4	4	4	4
Std. Deviation		.749	.684	.636	.630
Variance		.561	.468	.405	.397
Range		4	4	4	4
Minimum		1	1	1	1
Maximum		5	5	5	5
Sum		1624	1631	1724	1737

Mencari informasi dari media masa

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	3	.8	.8	.8
	tidak setuju	6	1.5	1.5	2.3
	kurang setuju	55	13.9	13.9	16.2
	setuju	211	53.4	53.4	69.6
	sangat setuju	120	30.4	30.4	100.0
	Total	395	100.0	100.0	

Mencari informasi dari keluarga/teman

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	3	.8	.8	.8
	tidak setuju	3	.8	.8	1.5
	kurang setuju	43	10.9	10.9	12.4
	setuju	237	60.0	60.0	72.4
	sangat setuju	109	27.6	27.6	100.0
	Total	395	100.0	100.0	

Keingintahuan langsung

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	1	.3	.3	.3
	tidak setuju	5	1.3	1.3	1.5
	kurang setuju	13	3.3	3.3	4.8
	setuju	206	52.2	52.2	57.0
	sangat setuju	170	43.0	43.0	100.0
	Total	395	100.0	100.0	

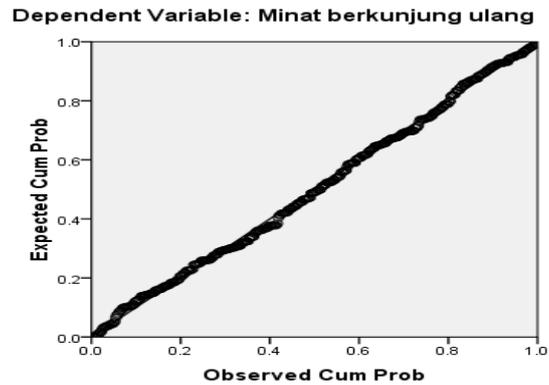
Ketertarikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	1	.3	.3	.3
	tidak setuju	2	.5	.5	.8
	kurang setuju	19	4.8	4.8	5.6
	setuju	190	48.1	48.1	53.7
	sangat setuju	183	46.3	46.3	100.0
	Total	395	100.0	100.0	

Hasil Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



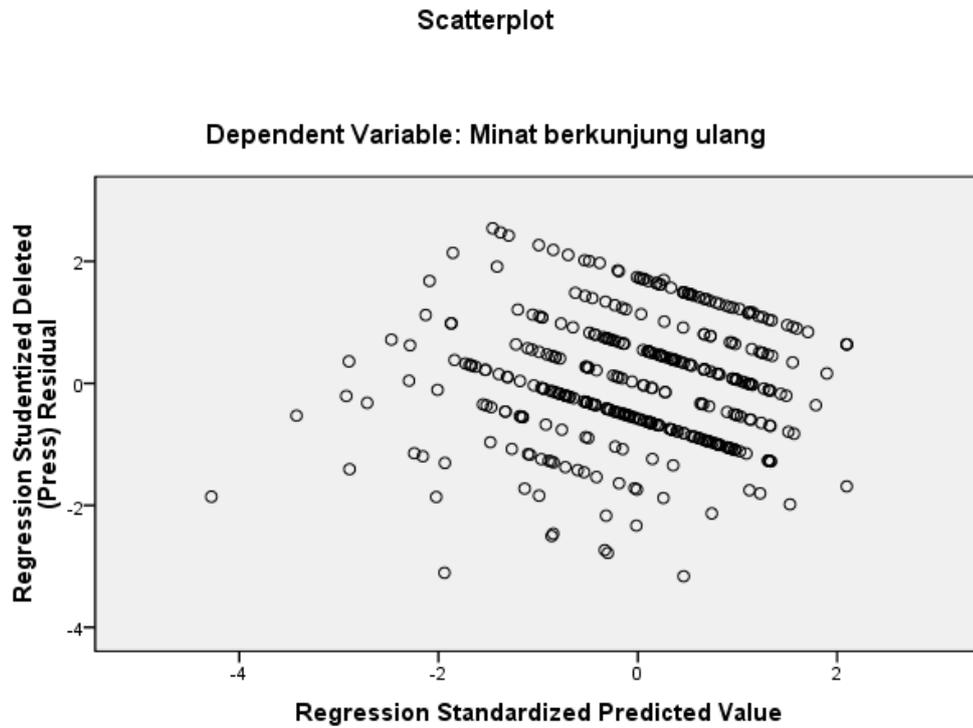
b. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.100	1.033		6.870	.000		
	Daya tarik wisata	.293	.058	.244	5.077	.000	.875	1.142
	Pelayanan	.101	.040	.154	2.555	.011	.551	1.814
	Fasilitas	-.024	.039	-.039	-.624	.533	.519	1.928
	Kepuasan wisatawan	.200	.044	.246	4.562	.000	.692	1.445

a. Dependent Variable: Minat berkunjung ulang

c. Uji Heteroskedastisitas



Hasil Pengujian Hipotesis

a. Persamaan jalur 1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.077	1.171		3.480	.001
	Daya tarik wisata	.242	.065	.164	3.705	.000
	Pelayanan	.114	.045	.141	2.512	.012
	Fasilitas	.294	.042	.385	6.986	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan wisatawan

b. Persamaan jalur 2

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.100	1.033		6.870	.000
	Daya tarik wisata	.293	.058	.244	5.077	.000
	Pelayanan	.101	.040	.154	2.555	.011
	Fasilitas	-.024	.039	-.039	-.624	.533
	Kepuasan wisatawan	.200	.044	.246	4.562	.000

a. Dependent Variable: Minat berkunjung ulang

c. Hasil Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	322.338	4	80.585	26.664	.000 ^a
	Residual	1178.659	390	3.022		
	Total	1500.997	394			

a. Predictors: (Constant), Kepuasan wisatawan, Daya tarik wisata, Pelayanan, Fasilitas

b. Dependent Variable: Minat berkunjung ulang

d. Hasil Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.100	1.033		6.870	.000
	Daya tarik wisata	.293	.058	.244	5.077	.000
	Pelayanan	.101	.040	.154	2.555	.011
	Fasilitas	-.024	.039	-.039	-.624	.533
	Kepuasan wisatawan	.200	.044	.246	4.562	.000

a. Dependent Variable: Minat berkunjung ulang

e. Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.463 ^a	.215	.207	1.738

a. Predictors: (Constant), Kepuasan wisatawan, Daya tarik wisata, Pelayanan, Fasilitas

Manuskrip

**PENGARUH DAYA TARIK WISATA, PELAYANAN DAN FASILITAS
TERHADAP MINAT BERKUNJUNG ULANG DENGAN KEPUASAN
WISATAWAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
PADA OBJEK WISATA NIAS SELATAN
PROVINSI SUMATERA UTARA**

TESIS

Oleh

**THEOFILIA LIMAARO CHRISTIAN ZAI
NIM: 157019020/IM**



**MAGISTER ILMU MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS SUMATERA UTARA
MEDAN
2017**

Judul : Pengaruh Daya Tarik Wisata, Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Ulang dengan Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Mediasi Pada Objek Wisata Nias Selatan Provinsi Sumatera Utara
Nama Mahasiswa : Theofilia Limaaro Christian Zai
NIM : 157019020
Jurusan : Magister Ilmu Manajemen
Tahun : 2017

ABSTRAK

Objek wisata Nias Selatan merupakan destinasi yang dapat menarik wisatawan datang untuk berkunjung dan membuat wisatawan memiliki keinginan untuk berkunjung ulang. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh daya tarik wisata, pelayanan dan fasilitas terhadap minat berkunjung ulang dengan kepuasan wisatawan sebagai variabel mediasi pada objek wisata Nias Selatan Provinsi Sumatera Utara. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Data dalam penelitian ini merupakan data primer dan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Pengujian hipotesis diuji dengan menggunakan derajat signifikansi 5%. Populasi dalam penelitian adalah wisatawan yang sudah pernah berkunjung sebanyak 29.129 orang. Metode pengambilan sampel menggunakan metode *proportionate sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 395 orang. Pengujian penelitian dilakukan dengan analisis jalur, uji F dan uji t. Hasil penelitian dengan menggunakan analisis jalur diperoleh bahwa daya tarik wisata, pelayanan dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Pengaruh daya tarik wisata, pelayanan dan fasilitas terhadap minat berkunjung ulang diperoleh hasil daya tarik wisata, pelayanan dan kepuasan wisatawan berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang sedangkan fasilitas tidak berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan daya tarik wisata, pelayanan, fasilitas berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang dan secara parsial daya tarik wisata dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung ulang sedangkan fasilitas secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung ulang.

Kata Kunci : Daya Tarik Wisata, Pelayanan, Fasilitas, Kepuasan Wisatawan dan Minat Berkunjung Ulang.

ABSTRACT

Tourism object of South Nias is a destination which can attract tourists to visit and revisit it. The objective of the research was to examine the influence of tourism, service, and facility attractiveness on the interest in revisiting with tourists' satisfaction as mediating variable in the tourism object of South Nias, North Sumatera Province. The research used descriptive quantitative method. Primary data were gathered by using questionnaires. Hypothesis was tested by using significance level of 5%. The population was 29,129 tourists who had visited, and 395 of them were used as the samples, taken by using proportionate sampling technique. The data were analyzed by using path analysis, T-test, and t-test. The result of the research, using path analysis, showed that there was the influence of tourism, service, and facility attractiveness on tourists' satisfaction. There was the influence of tourism and service attractiveness and tourists' satisfaction on the interest in revisiting, while facility did not. It was also found that, simultaneously, tourism, service, and facility attractiveness had the influence on the interest in revisiting. Partially, tourism and service attractiveness had significant influence on the interest in revisiting, while facility did not.

Keywords: *Tourism Attractiveness, Service, Facility, Tourists' Satisfaction, Interest in Revisiting*

Pendahuluan

Dunia pariwisata Indonesia saat ini sangat berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi. Hal ini dapat dilihat dari bertambahnya jumlah wisatawan yang berkunjung dari waktu ke waktu baik domestik maupun mancanegara. Ditingkat daerah sektor pariwisata diharapkan dapat membantu untuk menunjang pendapatan daerah, yang nantinya bisa digunakan untuk mengembangkan potensi daerah yang lain dan dapat meningkatkan pembangunan daerah yang lebih baik.

Pengembangan pariwisata juga dilakukan di Provinsi Sumatera Utara khususnya di Nias Selatan. Nias Selatan dengan luas 1.825 km² memiliki objek dan daya tarik wisata yang merupakan pendorong datangnya wisatawan ke tempat tujuan wisata. Objek dan daya tarik wisata yang terkenal dari Nias Selatan adalah wisata pantai, wisata bahari, dan wisata budaya. Tempat wisata pantai yang terkenal adalah pantai Lagundri dan Sorake. Tempat wisata bahari yang terkenal adalah daerah Pulau-Pulau Batu dengan keindahan lautnya yang mengundang wisatawan untuk berjemur (*sunbathing*) dan menyelam (*diving*). Tempat wisata budaya yang terkenal adalah Bawomataluo yang merupakan pesona rumah adat dan aksi lompat batu (Direktorat Konservasi Kawasan dan Jenis Ikan, 2008).

Meskipun jumlah wisatawan pada 4 tahun terakhir terus mengalami peningkatan, tetapi kontribusi sektor pariwisata Nias Selatan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) daerah kurang dari 5 %. Padahal sektor pariwisata Nias Selatan diharapkan mampu

memberikan kontribusi yang cukup besar untuk Produk Domestik Bruto (PDB) daerah karena daerah Nias Selatan memiliki potensi besar di sektor pariwisata berupa wisata alam, wisata bahari dan wisata budaya.

Berbagai kendala yang menyebabkan ketidakterlambatan pariwisata di Nias yaitu : . aksesibilitas, daya tarik wisata masih rendah, prasarana dan sarana belum baik, kurangnya promosi, kesadaran dan kesiapan masyarakat dalam menerima kehadiran wisatawan masih kurang (Kompas, 2016).

Perumusan Masalah

1. Apakah daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata Nias Selatan Provinsi Sumatera Utara.
2. Apakah pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata Nias Selatan Provinsi Sumatera Utara.
3. Apakah fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata Nias Selatan Provinsi Sumatera Utara.
4. Apakah daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung ulang pada objek wisata Nias Selatan Provinsi Sumatera Utara.
5. Apakah pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung ulang pada objek wisata Nias Selatan Provinsi Sumatera Utara.
6. Apakah fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung ulang pada objek wisata Nias Selatan Provinsi Sumatera Utara.

7. Apakah kepuasan wisatawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung ulang pada objek wisata Nias Selatan Provinsi Sumatera Utara?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh daya tarik wisata terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata Nias Selatan Provinsi Sumatera Utara
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pelayanan terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata Nias Selatan Provinsi Sumatera Utara
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh fasilitas terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata Nias Selatan Provinsi Sumatera Utara.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh daya tarik wisata terhadap minat berkunjung ulang pada objek wisata Nias Selatan Provinsi Sumatera Utara
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pelayanan terhadap minat berkunjung ulang pada objek wisata Nias Selatan Provinsi Sumatera Utara
6. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh fasilitas terhadap minat berkunjung ulang pada objek wisata Nias Selatan Provinsi Sumatera Utara
7. Untuk mengetahui dan menganalisis kepuasan wisatawan terhadap minat berkunjung ulang pada objek wisata Nias Selatan Provinsi Sumatera Utara

Manfaat

1. Bagi Nias Selatan Provinsi Sumatera Utara, sebagai masukan untuk memperluas jangkauan pemasarannya, terutama dalam

pemasaran daya tarik wisata, pelayanan dan fasilitas pada objek wisata Nias Selatan Provinsi Sumatera Utara.

2. Bagi Program Studi Magister Ilmu Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, sebagai tambahan penelitian dalam kasus yang sama untuk dapat dipergunakan dan dikembangkan.
3. Bagi Peneliti, agar dapat mengaplikasikan teori selama masa studi dan menerapkan ilmu pengetahuan yang diperoleh di perguruan tinggi dan memperluas wawasan penelitian.
4. Bagi peneliti selanjutnya sebagai referensi dalam melakukan penelitian khususnya mengenai pengaruh daya tarik wisata, pelayanan dan fasilitas terhadap minat berkunjung ulang di objek wisata.

Metode

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif yang bertujuan mengumpulkan data untuk diuji hipotesis atau menjawab pertanyaan status terakhir dari subjek penelitian. Penelitian ini menggunakan *non probability sampling* yaitu teknik *proportionate sampling* yang dilakukan di Kecamatan Nias Selatan pada bulan Mei 2017 sampai Juni 2017.

Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang sudah pernah berkunjung ke objek wisata Nias Selatan yang berjumlah 29.129 orang. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 395 orang yang diperoleh dari rumus Slovin.

Pengujian hipotesis yang digunakan adalah analisis jalur, uji F dan uji t.

Hasil dan Pembahasan

A. Data Demografi

Tabel. Distribusi Frekuensi dan Persentase Karakteristik Remaja (n=395)

Karakteristik	Frekuensi (f)	Persentase (%)
Jenis Kelamin		
Laki-laki	184	46,6
Perempuan	211	53,4
Usia		
Dibwh 20 thn	105	26,6
20-29 tahun	175	44,3
30-39 tahun	73	18,5
40-49 tahun	33	8,4
Diats 49 tahun	9	2,3
Jenis Pariwisata yang Disukai		
Wisata alam dan bahari	59	14,9
Wisata budaya	336	85,1
Pekerjaan		
Pegawai Swasta	55	13,9
Pegawai Negeri	48	12,2
Wiraswasta	49	12,4
Mahasiswa	144	36,5
Lain-lain	99	25,1

Hasil penelitian yang telah diperoleh menunjukkan bahwa mayoritas responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 211 orang (53,4%), mayoritas berusia 20-29 tahun sebanyak 175 orang (44,3%). Wisatawan lebih menyukai jenis wisata budaya sebanyak 336 orang (85,1%) dan pekerjaan mayoritas wisatawan yaitu mahasiswa sebanyak 144 orang (36,5%).

B. Pengujian Hipotesis

1. Analisis Jalur

- Pengaruh daya tarik wisata, pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan wisatawan.

Tabel Pengaruh Daya Tarik Wisata, Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan Secara Langsung

Model	Understandardize d Coefficients		Standardize d Coefficients Beta	T	Sig.
	B	Std. Error			
Constant)	4.077	1.171		3.480	.001
Daya tarik wisata	.242	.065	.164	3.705	.000
Pelayanan	.114	.045	.141	2.512	.012
Fasilitas	.294	.042	.385	6.986	.000

Berdasarkan Tabel tersebut pengaruh secara langsung daya tarik wisata, pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan wisatawan dapat diketahui dari besarnya nilai *standardized beta*. Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui :

- Besarnya *standardized beta* untuk variabel daya tarik wisata adalah 0,164 sehingga dapat diketahui nilai jalur 1 (*path 1*) sebesar 0,164 dengan signifikan pada 0,000 yang berarti daya tarik wisata berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan.
- Besarnya *standardized beta* untuk variabel pelayanan adalah 0,141 sehingga dapat diketahui nilai jalur 2 (*path 2*) sebesar 0,141 dengan signifikan pada 0,012 yang berarti pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan.
- Besarnya *standardized beta* untuk variabel fasilitas adalah 0,385 sehingga dapat diketahui nilai jalur 3 (*path 3*) sebesar 0,385

dengan signifikan pada 0,000 yang berarti fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan.

Dari hasil analisis tersebut di atas dimasukkan pada persamaan sub model I sebagai berikut:

$$Z = 0,164 X1 + 0,141X2 + 0,385 X3 + 0,83$$

Persamaan sub model I mengandung makna :

1. Besarnya ϵ_1 adalah 0,83. Hal ini berarti jika nilai daya tarik wisata (X1), pelayanan (X2) dan fasilitas (X3) adalah 0, maka besar kepuasan wisatawan (Z) adalah 0,83.
2. Besarnya koefisien daya tarik wisata (X1) sebesar 0,164 berarti peningkatan nilai X1 sebesar satu satuan akan berpengaruh terhadap nilai kepuasan wisatawan (Z) sebesar 0,164.
3. Besarnya koefisien pelayanan (X2) sebesar 0,141 berarti peningkatan nilai X2 sebesar satu satuan akan berpengaruh terhadap nilai kepuasan wisatawan (Z) sebesar 0,141.
4. Besarnya koefisien fasilitas (X3) sebesar 0,385 berarti peningkatan nilai X3 sebesar satu satuan akan berpengaruh terhadap nilai kepuasan wisatawan (Z) sebesar 0,385.
- b. Pengaruh daya tarik wisata, pelayanan, fasilitas dan kepuasan wisatawan terhadap minat berkunjung ulang

Tabel Pengaruh Daya Tarik Wisata, Pelayanan, Fasilitas dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Minat Berkunjung Ulang

Model	Understandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	7.100	1.033		6.870	.000
Daya tarik wisata	.293	.058	.244	5.077	.000
Pelayanan	.101	.040	.154	2.555	.011
Fasilitas	-.024	.039	-.039	-.624	.533
Kepuasan wisatawan	.200	.044	.246	4.562	.000

Dependent Variable : Minat berkunjung ulang

Berdasarkan Tabel tersebut dapat diketahui:

- a. Besarnya *standardized beta* untuk variabel daya tarik wisata adalah 0,244 sehingga dapat diketahui nilai jalur 4 (*path 4*) sebesar 0,244 dengan signifikan pada 0,000 yang berarti bahwa daya tarik wisata memiliki pengaruh secara langsung terhadap minat berkunjung ulang.
- b. Besarnya *standardized beta* untuk variabel pelayanan adalah 0,154 sehingga dapat diketahui nilai jalur 5 (*path 5*) sebesar 0,154 dengan signifikan pada 0,011 yang berarti bahwa pelayanan memiliki pengaruh secara langsung terhadap minat berkunjung ulang.
- c. Besarnya *standardized beta* untuk variabel fasilitas adalah -0,039 sehingga dapat diketahui nilai jalur 6 (*path 6*) sebesar -0,039 dengan tidak signifikan pada 0,533 yang berarti bahwa fasilitas tidak memiliki pengaruh secara langsung terhadap minat berkunjung ulang
- d. Besarnya *standardized beta* untuk variabel kepuasan wisatawan

adalah 0,246 sehingga dapat diketahui nilai jalur 7 (*path 7*) sebesar 0,246 dengan signifikan pada 0,000 yang berarti bahwa kepuasan wisatawan berpengaruh secara langsung terhadap minat berkunjung ulang.

Dari hasil analisis tersebut di atas dimasukkan pada persamaan sub model II sebagai berikut:

$$Y = 0,244 X1 + 0,154X2 - 0,039 X3 + 0,246 Z + 0,89$$

Persamaan sub model I mengandung makna :

1. Besarnya ϵ_2 adalah 0,89. Hal ini berarti jika nilai daya tarik wisata (X1), pelayanan (X2) dan fasilitas (X3) adalah 0, maka besar minat berkunjung ulang (Y) adalah 0,89.
2. Besarnya koefisien daya tarik wisata (X1) sebesar 0,244 berarti peningkatan nilai X1 sebesar satu satuan akan berpengaruh terhadap nilai minat berkunjung ulang (Y) sebesar 0,244.
3. Besarnya koefisien pelayanan (X2) sebesar 0,154 berarti peningkatan nilai X2 sebesar satu satuan akan berpengaruh terhadap nilai minat berkunjung ulang (Y) sebesar 0,154.
4. Besarnya koefisien fasilitas (X3) sebesar -0,039 berarti peningkatan nilai X3 sebesar satu satuan akan berpengaruh dan akan terjadi penurunan nilai minat berkunjung ulang (Y).
5. Besarnya koefisien kepuasan wisatawan (Z) sebesar 0,246 berarti peningkatan nilai Z sebesar satu satuan akan berpengaruh terhadap nilai minat berkunjung ulang (Y) sebesar 0,246.

Hasil analisa jalur di atas menunjukkan bahwa:

- h. Ada pengaruh positif dan signifikan daya tarik wisata terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata Nias Selatan Provinsi Sumatera Utara (**H₁ diterima**).
- i. Ada pengaruh positif dan signifikan pelayanan terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata Nias Selatan Provinsi Sumatera Utara (**H₂ diterima**).
- j. Ada pengaruh positif dan signifikan fasilitas terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata Nias Selatan Provinsi Sumatera Utara (**H₃ diterima**).
- k. Ada pengaruh positif dan signifikan daya tarik wisata terhadap minat berkunjung ulang pada objek wisata Nias Selatan Provinsi Sumatera Utara (**H₄ diterima**).
- l. Ada pengaruh positif dan signifikan pelayanan terhadap minat berkunjung ulang pada objek wisata Nias Selatan Provinsi Sumatera Utara (**H₅ diterima**).
- m. Tidak ada pengaruh dan tidak signifikan fasilitas terhadap minat berkunjung ulang pada objek wisata Nias Selatan Provinsi Sumatera Utara (**H₆ ditolak**).
- n. Ada pengaruh positif dan signifikan kepuasan wisatawan terhadap minat berkunjung ulang pada objek wisata Nias Selatan Provinsi Sumatera Utara (**H₇ diterima**).

2. Uji F

Hasil Uji F Anova^b

Model	Sum of squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	322.338	4	80.585	26.	.000 ^a
Residual	117.659	390	3.022	664	
Total	1500.997	394			

a. Predictors : (Constant) , Kepuasan wisatawan, Daya tarik wisata, Pelayanan, Fasilitas

b. Dependent Variable :Minat berkunjung ulang

Pada Tabel di atas dapat dilihat tingkat signifikan di bawah 0,05 yaitu 0,000. Berdasarkan cara pengambilan keputusan uji simultan dalam analisis regresi dapat disimpulkan bahwa variabel Daya Tarik Wisata (X1), Pelayanan (X2), dan Fasilitas (X3), jika diuji secara bersama-sama atau serempak berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung ulang (Y).

3. Uji t

Tabel 4.16.
Hasil Uji t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	7.100	1.033		6.870	.000
Daya tarik wisata	.293	.058	.244	5.077	.000
Pelayanan	.101	.040	.154	2.555	.011
Fasilitas	-.024	.039	-.039	-.624	.533
Kepuasan wisatawan	.200	.044	.246	4.562	.000

Dependent Variable : Minat berkunjung ulang

Dari Tabel di atas, diperoleh nilai probabilitas dari masing-masing variabel yaitu:

1. Variabel daya tarik wisata memiliki nilai *p-value* (pada kolom *Sig.*) 0,000 < 0,05. Artinya daya tarik wisata secara

parsial berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang.

2. Variabel pelayanan memiliki nilai *p-value* (pada kolom *Sig.*) 0,011 < 0,05. Artinya pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang.
3. Variabel fasilitas memiliki nilai *p-value* (pada kolom *Sig.*) 0,533 > 0,05. Artinya fasilitas secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang.

4. Analisis Koefisien Determinasi

Tabel
Hasil Analisis Koefisien
Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.463 ^a	.215	.207	1.738

a. Predictors: (Constant), Kepuasan wisatawan, Daya tarik wisata, Pelayanan, Fasilitas

Pada Tabel di atas terlihat bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) yang sudah disesuaikan (*Adjusted R Square*) sebesar 0,207. Artinya 20,7% variabel dependen (minat berkunjung ulang) dijelaskan oleh variabel independen (daya tarik wisata, pelayanan dan fasilitas), dan sisanya 79,3% (100% - 20,7%) dijelaskan oleh variabel-variabel lain di luar variabel yang digunakan.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

a. Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Objek Wisata Nias Selatan

Hasil penelitian yang telah dilakukan diperoleh bahwa variabel daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata Nias Selatan. Hal ini menunjukkan bahwa daya tarik wisata berpengaruh nyata dalam meningkatkan kepuasan wisatawan.

Hal ini terlihat dari jawaban wisatawan pada Tabel 4.5 penjelasan wisatawan atas variabel daya tarik wisata menyatakan setuju dan sangat setuju bahwa pemandangan di tempat wisata sangat menarik, atraksi di objek wisata menarik perhatian wisatawan, rumah adat Nias Selatan unik dan memiliki ciri khas dan kerajinan tangan di objek wisata Nias Selatan unik.

Daya tarik wisata sebagai segala sesuatu yang menarik dan bernilai untuk dikunjungi dan dilihat (Pendit, 2003). Menurut Kirom dkk (2016) objek wisata dan daya tarik wisata adalah suatu bentukan dan fasilitas yang berhubungan yang dapat menarik wisatawan atau pengunjung untuk datang ke suatu daerah atau tempat tertentu. Daya tarik yang belum dikembangkan merupakan sumber daya yang potensial dan belum dapat disebut sebagai daya tarik wisata sampai adanya suatu perkembangan dari objek tersebut. Tanpa adanya daya tarik di suatu tempat maka untuk kepariwisataan tersendiri sulit untuk dikembangkan.

Lebih lanjut Kirom dkk menyatakan bahwa faktor budaya, keramahtamahan, biaya dan daya

tarik memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan saat berkunjung yang dapat membuat wisatawan untuk berkunjung kembali di objek wisata tersebut.

Daya tarik wisata pada objek wisata Nias Selatan yang sering dikunjungi oleh wisatawan yaitu Pantai Sorake, Pantai Lagundri, Lompat Batu dan Pulau batu. Objek wisata tersebut memiliki daya tarik bagi wisatawan untuk berkunjung. Hal ini terlihat dari jawaban wisatawan pada Tabel 4.8 penjelasan wisatawan atas variabel kepuasan wisatawan menyatakan setuju dan sangat setuju bahwa wisatawan senang terhadap daya tarik wisata. Perasaan senang wisatawan merupakan ungkapan kepuasan wisatawan selama berkunjung. Menurut Kotler (2008) Jika kinerja suatu produk memenuhi atau melebihi ekspektasi dari pelanggan maka akan tercipta rasa puas dan sangat puas pada diri pelanggan. Jika kinerja produk berada dibawah harapan, maka seorang pelanggan akan merasa tidak puas.

b. Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Objek Wisata Nias Selatan

Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa variabel pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata Nias Selatan. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan berpengaruh nyata dalam meningkatkan kepuasan wisatawan.

Hal ini terlihat dari jawaban wisatawan pada Tabel 4.6 penjelasan wisatawan atas variabel pelayanan yang menyatakan setuju bahwa pemandu wisata memberikan pelayanan yang baik dari segi

penampilan pemandu wisata, empati pemandu wisata, daya tanggap pemandu wisata, keandalan pemandu wisata dan kepastian pemandu wisata.

Penilaian konsumen terhadap kualitas jasa/pelayanan terjadi selama proses penyampaian jasa tersebut. Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi konsumen (Kotler, 2002). Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi konsumen. Sopyan (2015) menyatakan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan maka semakin tinggi kepuasan pengunjung.

Penelitian Hardiyati (2010) diperoleh bahwa variabel kualitas pelayanan yakni *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dikarenakan bahwa dengan pemberian pelayanan yang berkualitas, maka hal tersebut akan menciptakan kepuasan dalam diri konsumen. Hasil pengujian yang dilakukan oleh Sidharta (2008) terhadap kualitas pelayanan yang diharapkan dengan kualitas pelayanan yang dirasakan /diterima terhadap minat beli konsumen menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan pada semua dimensi kualitas pelayanan.

c. Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Objek Wisata Nias Selatan

Hasil penelitian memberikan bukti empiris bahwa fasilitas

memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Hal ini menunjukkan fasilitas secara nyata berpengaruh meningkatkan kepuasan wisatawan.

Hal ini terlihat dari tanggapan wisatawan pada Tabel 4.7 penjelasan wisatawan atas variabel fasilitas yang menyatakan setuju bahwa fasilitas prasarana komunikasi, prasarana wisata, sarana akomodasi, sarana transportasi, sarana objek wisata sudah cukup memadai meskipun fasilitas yang di objek wisata Nias masih perlu dikembangkan supaya lebih memberikan kepuasan kepada wisatawan yang sedang berkunjung.

Fasilitas merupakan penyediaan perlengkapan fisik yang memberikan kemudahan kepada konsumen untuk melakukan aktivitasnya sehingga kebutuhan konsumen dapat terpenuhi. Suwanto (2004) berpendapat bahwa beberapa faktor yang dibutuhkan oleh wisatawan pada sebuah objek wisata salah satunya adalah fasilitas wisata. Fasilitas wisata juga dijadikan sebagai salah satu hal yang menjadi bahan penilaian wisatawan terhadap apa yang disajikan oleh sebuah obyek wisata. Penilaian konsumen terhadap fasilitas pada sebuah objek wisata biasanya dikaitkan dengan kepuasan setelah mengunjungi objek wisata tersebut. Sammeng (2001) menyatakan bahwa salah satu hal yang penting untuk mengembangkan pariwisata adalah melalui fasilitas. Fasilitas wisata dapat mempengaruhi persepsi dan harapan konsumen. Untuk itu penyedia jasa harus memperhatikan aspek ini dengan baik agar persepsi konsumen dan harapan konsumen sesuai dengan kenyataan di lapangan, sehingga

mampu menciptakan kepuasan konsumen.

Fasilitas yang perlu diperbaiki dan dikembangkan di objek wisata Nias Selatan yaitu prasarana komunikasi. Hal ini disebabkan karena jaringan komunikasi di Nias Selatan apabila lampu padam maka jaringan akan terganggu dan membuat wisatawan tidak nyaman dengan hal tersebut ditambah lagi prasarana ke objek wisata yang menurut wisatawan masih perlu diperbaiki.

d. Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Ulang Pada Objek Wisata Nias Selatan

Hasil penelitian diperoleh bahwa daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung ulang pada objek wisata Nias Selatan. Hal ini menunjukkan bahwa minat berkunjung ulang wisatawan disebabkan karena daya tarik wisata pada objek wisata Nias Selatan.

Hal ini terlihat dari tanggapan wisatawan pada Tabel 4.9 menyatakan setuju dan sangat setuju bahwa wisatawan tertarik dengan objek wisata Nias Selatan yang membuat wisatawan ingin berwisata kembali di objek wisata Nias Selatan.

Kondisi seperti ini merupakan kesempatan yang baik bagi pihak pengelola objek wisata Nias Selatan untuk mempertahankan pelanggan. Meningkatkan daya tarik dan mengembangkan untuk meningkatkan minat berkunjung ulang wisatawan di objek wisata Nias Selatan.

e. Pengaruh Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang

dengan Pada Objek Wisata Nias Selatan

Hasil penelitian diperoleh bahwa pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung ulang pada objek wisata Nias Selatan. Hal ini menunjukkan bahwa minat berkunjung ulang wisatawan disebabkan karena pelayanan yang diberikan oleh pemandu wisata kepada wisatawan di objek wisata Nias Selatan.

Hal ini terlihat dari tanggapan wisatawan pada Tabel 4.9 menyatakan setuju dan sangat setuju bahwa wisatawan merasa bahwa objek wisata Nias Selatan memiliki reputasi yang baik. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan puas dengan pelayanan yang diberikan sehingga ingin mengunjungi kembali objek wisata Nias Selatan.

Kondisi seperti ini menguntungkan pihak pengelola objek wisata Nias Selatan karena wisatawan memiliki pandangan yang positif tentang objek wisata Nias Selatan.

f. Pengaruh Fasilitas Wisata Terhadap Minat Berkunjung Ulang Pada Objek Wisata Nias Selatan

Hasil penelitian yang diperoleh fasilitas tidak berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang. Hal ini menunjukkan bahwa fasilitas tidak berpengaruh nyata dalam meningkatkan minat berkunjung ulang. Maksudnya adalah minat berkunjung ulang wisatawan bukan karena fasilitas yang ada di objek wisata Nias Selatan sudah memenuhi kebutuhan pribadi wisatawan, namun wisatawan terfokus pada daya tarik dan pelayanan yang ada pada objek wisata Nias Selatan meskipun fasilitas yang ada cukup memadai.

Program yang diadakan oleh pariwisata Nias Selatan salah satunya adalah *Nias Open* setiap tahunnya. Program ini banyak meningkatkan minat berkunjung ulang wisatawan karena wisatawan ingin berpartisipasi dalam program tersebut, meskipun wisatawan mengerti bahwa fasilitas yang ada cukup memadai.

g. Pengaruh Kepuasan Wisatawan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Pada Objek Wisata Nias Selatan

Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa variabel kepuasan wisatawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung ulang pada objek wisata Nias Selatan. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan wisatawan berpengaruh nyata meningkatkan minat berkunjung ulang.

Melalui jawaban wisatawan 54,2% menyatakan setuju bahwa wisatawan memiliki perasaan puas berwisata di objek wisata Nias Selatan. Hal ini juga didukung dari jawaban wisatawan 53,4% menyatakan setuju untuk berkunjung ulang pada objek wisata Nias Selatan karena wisatawan merasa puas berwisata di objek wisata Nias Selatan. Hal ini berarti, wisatawan ingin mengulangi kepuasan yang mereka terima sebelumnya berdasarkan pengalaman pada masa lampau.

Kesimpulan dan Saran

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh daya tarik wisata, pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan wisatawan dan dampaknya

terhadap minat berkunjung ulang. Hasil penelitian ini memberikan kesimpulan bahwa daya tarik wisata, pelayanan dan fasilitas memiliki pengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Jika daya tarik, pelayanan dan fasilitas meningkat maka *kepuasan* wisatawan juga meningkat. Daya tarik wisata, pelayanan memiliki pengaruh terhadap minat berkunjung ulang. Jika daya tarik dan pelayanan meningkat maka minat berkunjung juga meningkat. Sedangkan fasilitas tidak memiliki pengaruh terhadap minat berkunjung ulang, hal ini berarti jika fasilitas meningkat maka tidak akan berdampak terhadap minat berkunjung ulang. Secara parsial daya tarik wisata dan pelayanan memiliki pengaruh terhadap minat berkunjung ulang, sedangkan fasilitas secara parsial tidak memiliki pengaruh terhadap minat berkunjung ulang.

B. Saran

1. Variabel daya tarik wisata mempengaruhi kepuasan wisatawan dan minat berkunjung ulang wisatawan pada objek wisata Nias Selatan, upaya yang dapat dilakukan dengan pengembangan yakni penataan dan mengelola objek wisata sehingga dapat menarik wisatawan untuk berkunjung ulang.
2. Variabel pelayanan mempengaruhi kepuasan dan minat berkunjung ulang wisatawan, maka sebaiknya pihak pengelola meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan sehingga wisatawan merasa puas.
3. Variabel fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan dan tidak berpengaruh terhadap minat

berkunjung ulang. Upaya yang dilakukan oleh pihak pengelola adalah meningkatkan kualitas fasilitas yang sudah ada dan mencukupi fasilitas yang kurang memadai sehingga wisatawan yang berkunjung terfasilitasi dengan baik pada saat berkunjung ulang pada objek wisata Nias Selatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Direktorat Konservasi Kawasan dan Jenis Ikan. 2008. *Data Kawasan Konservasi*. Jakarta : Kementerian Kelautan dan Perikanan.
- Hardiyati, R. 2010. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Penginapan (Villa) Agrowisata Kebun Teh Pagilaran*. Semarang: Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Kirom, N. R, Sudarmiatin, dan Putra, I. W. J. A. 2016. *Faktor-Faktor Penentu Daya Tarik Budaya dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Wisatawan*. Semarang, Jurnal Pendidikan.
- Kompas, 2016. *Tujuh Masalah di Nias yang Jadi Kendala Wisatawan*. Diunduh tanggal 24 Maret 2017.
<http://travel.kompas.com/read/2016/06/03/130300527/7.Masalah.di.Nias.yang.Jadi.Kendala.Wisatawan>.
- Kotler, P. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- [Pendit, N. S. 2006. Ilmu Pariwisata Pengantar Perdana. Jakarta : Pradnya Paramita](#)
- Sammeng, A.M. 2001. *Cakrawala Pariwisata*. Jakarta : Balai Pustaka
- Sidharta, T. 2008. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Kembali Konsumen*. Surakarta: Tesis Universitas Sebelas Maret.
- Sopyan, I. W. 2015. *Anteseden Minat Berkunjung Ulang*. Semarang: Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Suwantoro, G. 2004. *Dasar – Dasar Pariwisata*. Jakarta: Andi Publisher.



International Journal of

Sciences: Basic and Applied Research

Print & Online

Published by:



Visit: www.gssrr.org

ISSN 2307-4531 (Print & Online)