

**PENGARUH DAYA TARIK, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG
(Studi Kasus : Wisata Kemit *Forest Education* Desa Karanggedang
Kecamatan Sidareja Kabupaten Cilacap)**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:
NANIK FAUZIAH
NIM. 1917201299

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO
2023**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nanik Fauziah
NIM : 1917201299
Jenjang : S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Daya Tarik, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung (Studi Kasus : Wisata Kemit *Forest Education* Desa Karanggedang Kecamatan Sidareja Kabupaten Cilacap)

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 17 Mei 2023

Saya yang menyatakan,



METERAI
TEMPEL
10000
88AAKX396204588

Nanik Fauziah

NIM. 1917201299

PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH DAYA TARIK, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG
(STUDI KASUS : WISATA KEMIT FOREST EDUCATION DESA
KARANGGEDANG KECAMATAN SIDAREJA KABUPATEN CILACAP)**

Yang disusun oleh Saudara **Nanik Fauziah NIM 1917201299** Program Studi **Ekonomi Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Rabu** tanggal **14 Juni 2023** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I
NIP. 19851112 200912 2 007

Sekretaris Sidang/Penguji

Ayu Kholifah, S.H.I., M.H.
NIP. 19911224 202012 2 014

Pembimbing/Penguji

Siti Ma'sumah, S.E., M.Si., CRA., CRP., CIAP
NIDN. 2010038303

Purwokerto, 23 Juni 2023

Mengetahui/Mengesahkan

Dekan



Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.

NIP. 19730921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada
Yth: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto
di-
Purwokerto.

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

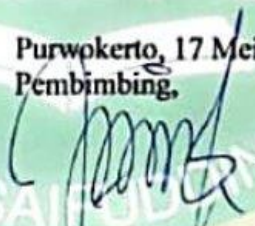
Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudari Nanik Fauziah NIM 1917201299 yang berjudul :

**PENGARUH DAYA TARIK, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG
(Studi Kasus : Wisata Kemit Forest Education Desa Karanggedang
Kecamatan Sidareja Kabupaten Cilacap)**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syariah (S.E.).

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Purwokerto, 17 Mei 2023
Pembimbing,


Siti Ma'sumah, S.E., M.Si., CRA., CRP., CIA
NIP/ NIDN. 2010038303

**PENGARUH DAYA TARIK, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG
(Studi Kasus : Wisata Kemit *Forest Education* Desa Karanggedang
Kecamatan Sidareja Kabupaten Cilacap)**

**NANIK FAUZIAH
NIM. 1917201299**

E-mail: nanikziah01@gmail.com

Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRAK

Kemajuan dari industri pariwisata dapat mempengaruhi daya tarik wisatawan yang berkunjung ke suatu daerah. Pemerintah memberikan perhatian yang tinggi terhadap perkembangan pariwisata dengan alasan sektor pariwisata sendiri dapat meningkatkan penerimaan devisa negara. Oleh karena itu, perlu adanya strategi pengembangan pariwisata agar tetap diminati oleh wisatawan dan pada akhirnya wisatawan akan tertarik, sehingga merasa puas atas objek wisata yang telah disediakan. Kepuasan ini yang dapat menjadi kunci utama dari suksesnya atau banyaknya wisatawan yang datang berkunjung. Variabel yang diambil peneliti adalah daya tarik, harga, dan kualitas pelayanan. Daya tarik dapat menjadi tantangan bagi perusahaan untuk lebih mengembangkan objek wisata. Harga harus dibentuk melalui persepsi yang baik bagi pengunjung agar dapat menjadi minat beli dan kepuasan pengunjung dalam membeli suatu produk. Kualitas pelayanan dapat menjadi salah satu hal yang penting untuk diperhatikan dalam suatu usaha karena tanpa adanya kualitas pelayanan yang bagus, maka usaha tersebut tidak akan berkembang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh daya tarik, harga, dan kualitas pelayanan baik secara parsial maupun simultan di Wisata Kemit *Forest Education* Desa Karanggedang Kecamatan Sidareja Kabupaten Cilacap.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, dengan jumlah sampel sebanyak 75 responden di Wisata Kemit *Forest Education*. Teknik pengambilan sampel menggunakan *nonprobability sampling* dengan menggunakan tipe *incidental sampling*. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu regresi linear berganda. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel daya tarik secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung Wisata Kemit *Forest Education*, sedangkan variabel harga dan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung Wisata Kemit *Forest Education*. Kemudian secara simultan daya tarik, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung Wisata Kemit *Forest Education*.

Kata Kunci: Daya Tarik, Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pengunjung

**THE INFLUENCE OF ATTRACTION, PRICE, AND SERVICE QUALITY
ON VISITOR SATISFACTION**
(Case Study: Kemit Forest Education Tourism, Karanggedang Village,
Sidareja District, Cilacap Regency)

NANIK FAUZIAH
NIM. 1917201299

Email: nanikziah01@gmail.com

*Islamic Economics Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business
State Islamic University Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto*

ABSTRACT

The progress of the tourism industry can affect the attractiveness of tourists visiting an area. The government pays high attention to tourism development on the grounds that the tourism sector itself can increase the country's foreign exchange earnings. Therefore, it is necessary to have a tourism development strategy so that it remains in demand by tourists and in the end tourists will be interested, so that they feel satisfied with the tourist objects that have been provided. This satisfaction can be the main key to success or the number of tourists who come to visit. Attractiveness can be a challenge for companies to further develop tourist attractions. Prices must be formed through good perceptions for visitors so that they can become buying interest and visitor satisfaction in buying a product. Service quality can be one of the most important things to consider in a business because without good service quality, the business will not develop. The variables taken by the researcher are attractiveness, price, and quality of service. This study aims to determine the effect of attractiveness, price, and service quality both partially and simultaneously at Kemit Forest Education Tourism, Karanggedang Village, Sidareja District, Cilacap Regency.

This study used quantitative research methods, with a total sample of 75 respondents at Wisata Kemit Forest Education. The sampling technique uses nonprobability sampling using incidental sampling type. The data analysis used in this study is multiple linear regression. Data collection techniques using a questionnaire.

The results showed that the attractiveness variable partially did not affect visitor satisfaction at Kemit Forest Education Tourism, while the price and service quality variables partially affected visitor satisfaction at Kemit Forest Education Tourism. Then simultaneously attractiveness, price, and quality of service to visitor satisfaction Kemit Forest Education Tourism.

Keywords: Attractiveness, Price, Service Quality, and Visitor Satisfaction

PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam penelitian skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor : 158/1987 dan Nomor : 0543b/U/1987.

1. Konsonan tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	Ša	Š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥ	<u>H</u>	ha (dengan garis di bawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	ze (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Šad	<u>S</u>	es (dengan garis di bawah)
ض	d'ad	<u>D</u>	de (dengan garis dibawah)
ط	Ṭa	<u>Ṭ</u>	te (dengan garis di bawah)
ظ	Ža	Ž	zet (dengan garis di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	'el
م	Mim	M	'em
ن	Nun	N	'en
و	Waw	W	W
ه	ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	ya'	Y	Ye

2. Konsonan rangkap karena *syaddah* ditulis rangkap

عدة	Ditulis	'iddah
-----	---------	--------

3. *Ta' marbutah* di akhir kata bila dimatikan ditulis h

حكمة	Ditulis	<i>ḥikmah</i>
جزية	Ditulis	<i>jizyah</i>

(Ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, salat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

- a. Bila diikuti dengan kata sandang “*al*” serta bacaan ke dua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرامة الاولياء	Ditulis	<i>karamah al-auliya'</i>
----------------	---------	---------------------------

- b. Bila *ta' marbutah* hidup atau dengan harakat, *fathah* atau *kasrah* atau *dammah* ditulis dengan t.

زكاة الفطر	ditulis	<i>zakat al-fitr</i>
------------	---------	----------------------

4. Vokal pendek

◌َ	<i>Fathah</i>	ditulis	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	ditulis	I
◌ُ	<i>Dammah</i>	ditulis	U

5. Vokal panjang

1.	Fathah + alif	ditulis	<i>ā</i>
	جاهلية	ditulis	<i>jāhiliyyah</i>
2.	Fathah + ya' mati	ditulis	<i>ā</i>
	تنسى	ditulis	<i>tansā</i>
3.	Kasrah + ya' mati	ditulis	<i>ī</i>
	كريم	ditulis	<i>karīm</i>

4.	Dammah + wawu mati	ditulis	ū
	فروض	ditulis	<i>furūḍ</i>

6. Vokal rangkap

1.	Fathah + ya' mati	ditulis	Ai
	بينكم	ditulis	Bainakum
2.	Fathah + wawu mati	ditulis	Au
	قول	ditulis	Qaul

7. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata yang dipisah apostrof

أنتم	ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	ditulis	<i>u'iddat</i>

8. Kata sandang alif + lam

a. Bila diikuti huruf *qomariyyah*

القياس	ditulis	<i>al-Qiyas</i>
القرآن	ditulis	<i>al-Qur'añ</i>

b. Bila diikuti huruf *syamsiyah* diikuti dengan menggunakan harus *syamsiyah* yang mengikutinya, serta menggunakan huruf *l* (el)-nya.

السماء	ditulis	<i>as-Sama'</i>
الشمس	ditulis	<i>asy-Syams</i>

9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذوئ الفروض	Ditulis	<i>zawī al-furūḍ</i>
اهل السنة	Ditulis	<i>ahl as-Sunnah</i>

MOTTO

“Where there is a will, there must be a way”

Dimana ada kemauan, disitu pasti ada jalan.



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji syukur atas limpahan rahmat, ridho, serta karunia dari Allah SWT., sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Daya Tarik, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung (Studi Kasus : Wisata Kemit *Forest Education* Desa Karanggedang Kecamatan Sidareja Kabupaten Cilacap)” sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini tidak mungkin terselesaikan dengan baik tanpa adanya doa, dukungan, bimbingan, arahan, dan bantuan dari berbagai pihak secara moral maupun materil. Oleh karena itu, dengan ketulusan hati dan penuh rasa syukur pada kesempatan ini penulis mempersembahkan skripsi ini dan mengucapkan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Moh. Roqib, M.Ag., selaku Rektor UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Fauzi, M.Ag., selaku Wakil Rektor I UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag., selaku Wakil Rektor II UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Prof. Sulkhan Chakim, M.Ag., selaku Wakil Rektor III UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Dr. Ahmad Dahlan, M.S.I., selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. Dr. Atabik, M.Ag., selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

8. Iin Solikhin, M.Ag., selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
9. Yoiz Sofwa Shafrani SP, M.Si., selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
10. H. Slamet Akhmadi, M.S.I., selaku Sekretaris Jurusan ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
11. Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
12. Siti Ma'sumah, S.E., M.Si., CRA., CRP., CIAP., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan pengetahuan, ilmu, bimbingan, arahan, motivasi, dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
13. Segenap dosen, staff, tata usaha, dan civitas akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
14. Para pengunjung Wisata Kemit *Forest Education* yang telah bersedia menjadi responden dalam penelitian ini.
15. Kedua orang tua tercinta, Bapak Muhasyim dan Ibu Parinah yang selalu memberikan motivasi dan dukungan baik moril, materil, dan doa yang tidak pernah putus selama penyusunan skripsi.
16. Kakak tersayang Mba Tuti dan Mas Eko yang telah memberikan dukungan, adik-adik tersayang Una dan Iban yang senantiasa memberikan semangat, serta keponakan tersayang Anin yang telah memberikan keceriaan dalam kehidupan penulis.
17. Terimakasih Aa telah memberikan pelajaran hidup yang berarti, tempat berbagi keluh kesah yang senantiasa memberikan dukungan, semangat, serta nasihat selama penyusunan skripsi.

18. Sahabat-sahabat seperantauan Miskah, Faza, Zuzu, Reres, Rara, dan Wiwin yang selalu memberikan motivasi dan dukungan dalam setiap keadaan.
19. Keluarga Besar Pondok Pesantren Insan Kamil Tanjung Abi Misbah dan Umi Elya serta teman –teman santri Intan, Hani, Caca, Felina, Atgeeta, Nanda, Nafi, Lidya yang selalu menemani dan memberikan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
20. Teman-teman seperjuangan Ekonomi Syariah C Angkatan 2019 yang telah kebersamai selama di bangku perkuliahan. Semoga kita menjadi orang-orang yang sukses.
21. Keluarga KMPS FEBI dan Genbi Purwokerto yang telah memberikan kesempatan berproses di dunia organisasi dan pengalaman yang mengesankan.
22. Serta pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
23. Untuk diri sendiri, terimakasih sudah kuat dan bertahan sampai saat ini.

Semoga Allah SWT memberikan karunia dan nikmat-Nya kepada kita semua. Penulis menyadari bahwa penelitian tidak sempurna dan masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis memohon maaf dan mengharapkan kritik serta saran yang membangun dari semua pihak sehingga skripsi ini dapat lebih baik. Semoga dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan pembaca pada umumnya.

Purwokerto, 17 Mei 2023

Penyusun



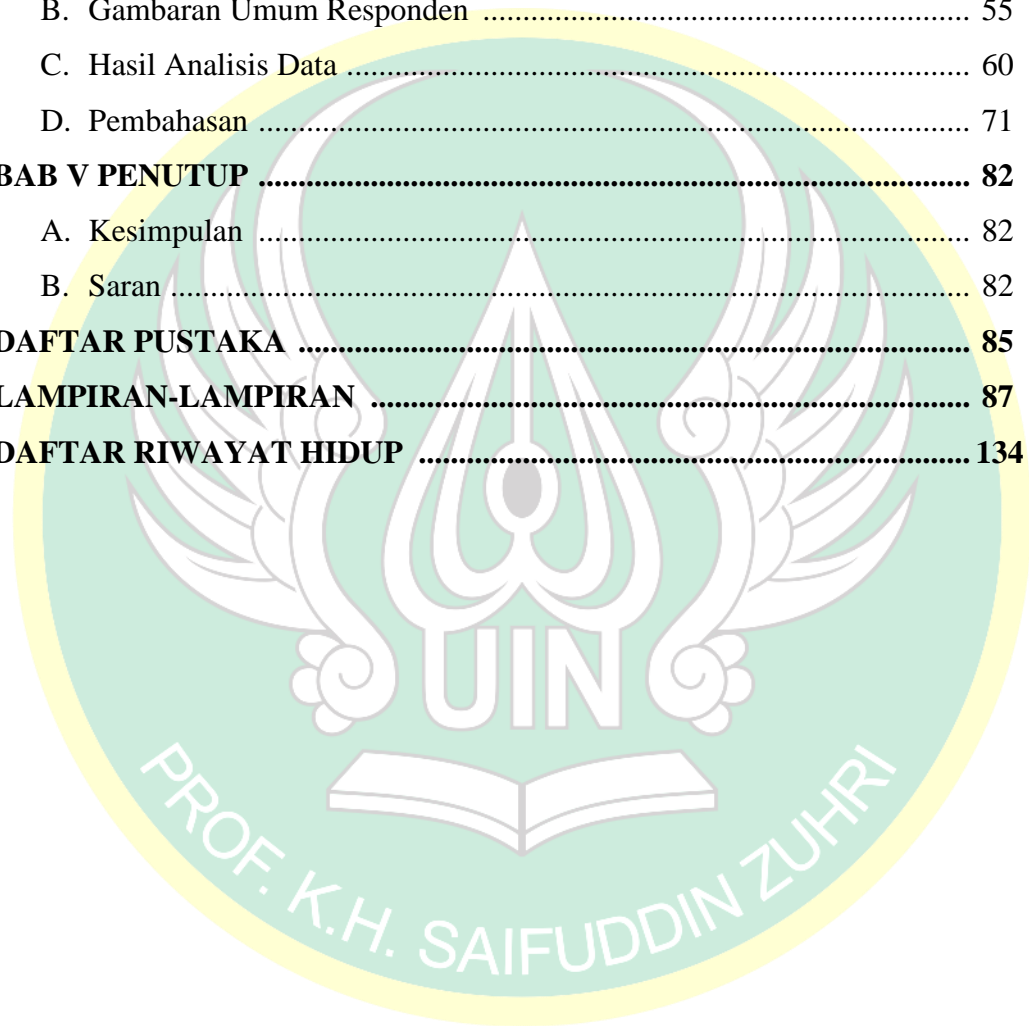
Nanik Fauziah

NIM. 1917201299

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA	vii
MOTTO	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
D. Kajian Pustaka	11
E. Sistematika Pembahasan	14
BAB II LANDASAN TEORI	16
A. Kerangka Teori	16
B. Landasan Teologis	30
C. Kerangka Penelitian	37
D. Hipotesis	38
BAB III METODE PENELITIAN	42
A. Jenis Penelitian	42
B. Tempat dan Waktu Penelitian	42

C. Populasi dan Sampel Penelitian	42
D. Variabel dan Indikator Penelitian	44
E. Pengumpulan Data Penelitian	45
F. Analisis Data Penelitian	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	52
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	52
B. Gambaran Umum Responden	55
C. Hasil Analisis Data	60
D. Pembahasan	71
BAB V PENUTUP	82
A. Kesimpulan	82
B. Saran	82
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN-LAMPIRAN	87
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	134

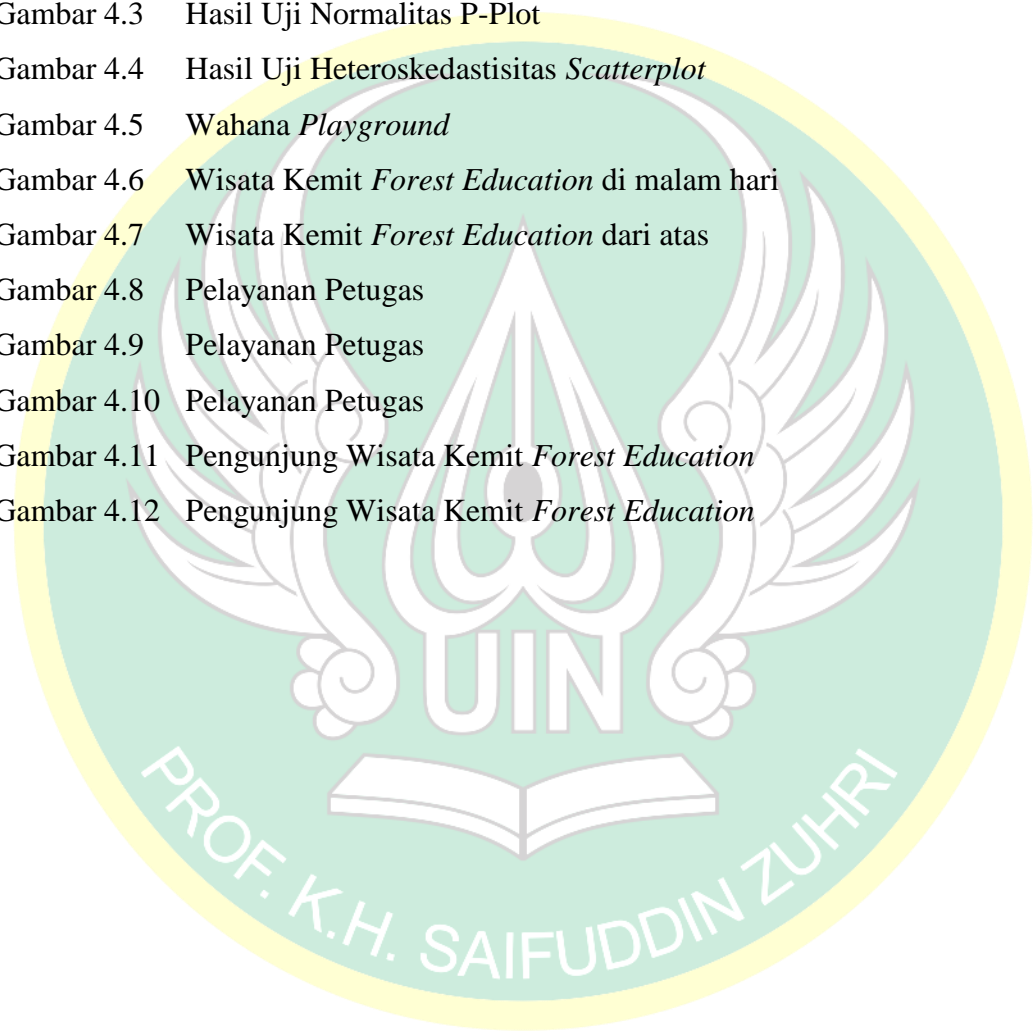


DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Jumlah Kunjungan Wisata Kemit <i>Forest Education</i>
Tabel 2.1	Perbedaan dan Hasil Penelitian Terdahulu
Tabel 3.1	Indikator Penelitian
Tabel 4.1	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin
Tabel 4.2	Karakteristik Responden berdasarkan Usia
Tabel 4.3	Karakteristik Responden berdasarkan Daerah Asal
Tabel 4.4	Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan
Tabel 4.5	Karakteristik Responden berdasarkan Jumlah Berkunjung
Tabel 4.6	Karakteristik Responden berdasarkan Kunjungan
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Variabel Daya Tarik
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Variabel Harga
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pengunjung
Tabel 4.11	Hasil Uji Reabilitas
Tabel 4.12	Hasil Uji Multikolinieritas
Tabel 4.13	Hasil Uji Heteroskedastisitas
Tabel 4.14	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda
Tabel 4.15	Hasil Uji Simultan (Uji F)
Tabel 4.16	Hasil Uji Koefisien Determinasi
Tabel 4.17	Nilai Koefisien Korelasi

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 4.1 Struktur Manajemen Kemit *Forest Education*
- Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Histogram
- Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas P-Plot
- Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas *Scatterplot*
- Gambar 4.5 Wahana *Playground*
- Gambar 4.6 Wisata Kemit *Forest Education* di malam hari
- Gambar 4.7 Wisata Kemit *Forest Education* dari atas
- Gambar 4.8 Pelayanan Petugas
- Gambar 4.9 Pelayanan Petugas
- Gambar 4.10 Pelayanan Petugas
- Gambar 4.11 Pengunjung Wisata Kemit *Forest Education*
- Gambar 4.12 Pengunjung Wisata Kemit *Forest Education*



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Identitas Responden
- Lampiran 3 Data Penelitian
 - Lampiran 3.1 Hasil Tabulasi Data Variabel Daya Tarik (X1)
 - Lampiran 3.2 Hasil Tabulasi Data Variabel Harga (X2)
 - Lampiran 3.3 Hasil Tabulasi Data Variabel Kualitas Pelayanan (X3)
 - Lampiran 3.4 Hasil Tabulasi Data Variabel Kepuasan Pengunjung (Y)
- Lampiran 4 Tabel Output SPSS
 - Lampiran 4.1 Hasil Uji Validitas
 - Lampiran 4.2 Hasil Uji Reliabilitas
 - Lampiran 4.3 Hasil Uji Normalitas
 - Lampiran 4.4 Hasil Uji Multikolinieritas
 - Lampiran 4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas
 - Lampiran 4.6 Hasil Uji Regresi Linear Berganda
- Lampiran 5 Surat Izin Observasi
- Lampiran 6 Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal
- Lampiran 7 Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif
- Lampiran 8 Blangko Bimbingan Skripsi
- Lampiran 9 Sertifikat BTA PPI
- Lampiran 10 Sertifikat Pengembangan Bahasa Inggris
- Lampiran 11 Sertifikat Pengembangan Bahasa Arab
- Lampiran 12 Sertifikat Aplikom
- Lampiran 13 Sertifikat Kuliah Kerja Nyata (KKN)
- Lampiran 14 Sertifikat Praktek Bisnis Mahasiswa (PBM)
- Lampiran 15 Sertifikat Praktek Pengalaman Lapangan (PPL)
- Lampiran 16 Daftar Riwayat Hidup



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perekonomian Indonesia termasuk ke dalam salah satu kondisi berkembang yang banyak sekali pergantian strategi dalam tujuan meningkatkan perkembangannya, mulai dari sektor perindustrian, pertanian, perikanan, bahkan dalam sektor pariwisata. Letak geografis Indonesia yang strategis karena berada pada posisi silang perdagangan dunia yaitu terletak diantara dua Benua (Benua Asia dan Australia) dan dua Samudera (Samudera Hindia dan Samudera Pasifik), dapat menjadi potensi yang cukup besar di berbagai aspek. Seperti budaya yang bermacam-macam hingga banyaknya tempat pariwisata yang dapat menjadi keistimewaan Indonesia untuk menjadi salah satu tujuan destinasi pariwisata dunia. Mulai dari pegunungan, pantai, sungai, hutan, bahkan berbagai wisata bersejarah yang dapat dijadikan sarana penunjang pendidikan.

Kemajuan dari industri pariwisata bisa menjadi suatu fenomena sangat menarik yang dapat mempengaruhi daya tarik wisatawan yang berkunjung ke suatu daerah. Pariwisata sudah menjadi industri terbesar dan memperlihatkan pertumbuhan yang konsisten dari tahun ke tahun. Terbukti dalam Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat jumlah pergerakan wisatawan mancanegara (wisman) ke Indonesia pada Juni 2022 mencapai 345,44 ribu kunjungan. Angka tersebut naik tajam hamper 2.000 persen atau 1.973,96 persen dibandingkan dengan Juni 2021. Dari Januari hingga Juni 2022 jumlah kunjungan wisman ke Indonesia melalui pintu masuk utaman mencapai 743,21 ribu. Angka tersebut meningkat 929,66 persen dibandingkan dengan jumlah kunjungan wisman pada periode yang sama 2021.

Pemerintah memberikan perhatian yang tinggi terhadap perkembangan pariwisata dengan alasan sektor pariwisata sendiri dapat meningkatkan penerimaan devisa negara. Hal ini terbukti pada tahun 2022,

Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif mencatat, pendapatan devisa dari sektor pariwisata mencapai US\$ 4,26 miliar. Nilai tersebut telah melonjak hingga 769,39% dibandingkan pada tahun sebelumnya yang hanya sebesar US\$ 0,49 miliar. Dalam perkembangannya tersebut industri pariwisata menunjukkan perkembangan yang cukup tinggi, sehingga tingkat persaingan untuk mendatangkan pengunjung maupun wisatawan akan semakin sulit, sejalan dengan hal tersebut, akan menjadi tantangan bagi industri yang bergerak di bidang pariwisata untuk lebih memperhatikan kepuasan pengunjung karena dunia pariwisata saat ini dihadapkan pada pengunjung yang semakin berpengetahuan, dan menuntut pelayanan prima. Oleh karena itu, agar tetap diminati oleh wisatawan dan pada akhirnya wisatawan akan tertarik, sehingga merasa puas atas objek wisata yang telah disediakan. Sehingga akan berpengaruh terhadap laba dari pendapatan tempat wisata tersebut.

Berbagai tempat wisata pasti memiliki keunggulan dari potensi wisata untuk menarik wisatawan agar berkunjung ke objek wisata tersebut. Sebagai contoh di Kabupaten Cilacap, Jawa Tengah yang mempunyai berbagai macam kekayaan alam yang potensial untuk dikembangkan. Salah satu ikon wisata yang ada di Cilacap yaitu wisata Kemit *Forest Education* yang terletak di Desa Karanggedang, Kecamatan Sidareja.

Kemit *Forest Education* adalah salah satu tempat wisata kekinian dan *instagramable* yang menyuguhkan suasana hutan pinus dengan udara yang masih sangat segar. Dalam hal ini, sesuai dengan konsep wisata yang berbasis keluarga dan mengedukasi. Bentuk dari nilai-nilai edukasinya adalah Kemit *Forest Education* setiap setahun sekali mengadakan kegiatan *astrocamp*, yang mana kegiatannya adalah menginap bersama yang di dalamnya terdapat edukasi terkait dengan ilmu astronomi. Jadi, pengunjung yang mengikuti kegiatan tersebut akan melakukan observasi tentang subjek langit yang nampak, rasi bintang, gugusan galaksi bima sakti, dan bentuk-bentuk bulan yang mana sebagai bentuk kerjasama dengan Universitas Ahmad Dahlan. Kegiatan edukasi lainnya seperti

outbond di alam terbuka yang dapat meningkatkan keberanian dalam bertindak maupun berpendapat dan membentuk pola pikir yang kreatif. Selain itu, dalam kegiatan *outbond* ini juga dapat meningkatkan kecerdasan emosional dan spiritual dalam berinteraksi. Hal ini, yang dapat dijadikan sebagai suatu wisata yang berbeda dengan wisata lainnya. Kemit *Forest Education* juga telah berhasil meraih sertifikat SNI CHSE 9042:2021 dari Kemenparekraf RI dimana yang dinilai dalam sertifikasi ini adalah Kebersihan (*Cleanliness*), Kesehatan (*Health*), Keamanan (*Safety*), dan Kelestarian Lingkungan (*Environment*). Dengan diraihnya sertifikasi ini, saat ini Kemit *Forest Education* menjadi satu-satunya destinasi wisata di Kabupaten Cilacap yang berpredikat tersertifikasi SNI CHSE 9042:2021. Di dalam objek wisata ini juga menyediakan berbagai spot foto yang kece mulai dari ayun gantung, gardu pandang, *sky bike* (sepeda udara), *selfie deck*, *café geong*, *de' lounge* (sarang burung), *playground*, saung *activity*, rumah *habbit*, *property* payung di langit-langit dan masih banyak yang lainnya. Tempat wisata ini cocok sekali untuk pengunjung yang memiliki hobi fotografi ataupun suka berfoto/*selfie* dan membagikannya ke *social media*. Selain banyaknya spot foto yang keren dan pemandangan alam, Kemit *Forest Education* juga menyediakan wahana edukasi untuk anak-anak dan perpustakaan umum.

Tempat wisata ini awalnya adalah hutan produksi pinus yang kemudian dijadikan sebagai hutan wisata. Berdirinya Kemit *Forest Education* merupakan kerjasama antara Lembaga Masyarakat Desa Hutan (LMDH) Giri Mulya dengan perhutani pada tahun 2016. Seiring berjalannya waktu, ternyata *profit* dari wisata lebih sedikit daripada hasil dari hutan produksi. Oleh karena itu, hadirilah CV Masterbee Indonesia sebagai pengembang atau investor. Pada tahun 2017 dari CV Masterbee mencoba menawarkan daya tarik dalam berbagai bentuk wahana. Maka, pada saat itu muncul perjanjian *tripartid* yang meliputi unsur perhutani, LMDH, dan CV Masterbee Indonesia yang masih berjalan hingga saat ini.

Hadirnya CV Masterbee Indonesia dapat meningkatkan jumlah pengunjung yang signifikan (Andriwiguna, 2022).

Wisatawan yang datang berkunjung dapat berasal dari daerah sendiri maupun dari luar daerah, hal ini dapat menunjukkan bahwa pengunjung merasa tertarik dan puas pada wisata Kemit *Forest Education*. Kepuasan ini yang dapat menjadi kunci utama dari suksesnya atau banyaknya wisatawan yang datang berkunjung. Indikator dari kepuasan pengunjung dapat dilihat dari kesesuaian harapan, minat untuk berkunjung atau datang kembali, dan kemauan merekomendasikan. Kepuasan pengunjung dapat diwujudkan berdasarkan daya tarik wisata, harga yang sesuai, serta kualitas pelayanan yang ramah dan baik (Indrasari, 2019).

Untuk dapat menarik dan memberikan kepuasan pengunjung, tentunya sebuah objek wisata juga harus memiliki daya tarik wisata yang dapat dinikmati serta bervariasi. Hal ini yang akan menjadi tantangan bagi perusahaan untuk lebih mengembangkan objek wisata tersebut. Daya tarik wisata menurut UU No. 10 Tahun 2009 adalah segala sesuatu yang memiliki karakteristik yang berbeda, keindahan, dan nilai keberagaman seperti budaya, kekayaan alam, maupun buatan manusia yang dapat dijadikan kunjungan wisatawan.

Wisata Kemit *Forest Education* menggunakan seni budaya lokal daerah setempat seperti lengger, ebeg, bahkan upacara adat sedekah bumi untuk menarik pengunjung. Selain itu, wisata ini juga menawarkan keindahan alam yang sejuk dan asri karena lokasinya yang berada di atas bukit, serta fasilitas wisata berupa berbagai macam wahana yang disediakan. Wisata Kemit *Forest Education* memiliki daya tarik tersendiri bagi pengunjung dalam meningkatkan jumlah pengunjung. Dilihat dari Wisata Kemit *Forest Education* yang selalu menawarkan hal baru seperti sekarang yang membuka jam operasional di malam hari. Hal tersebut yang dapat menjadi daya tarik bagi seseorang untuk melakukan kunjungan ke Wisata Kemit *Forest Education*.

Harga merupakan salah satu faktor dari kepuasan pengunjung. Setiap orang yang akan mengunjungi wisata pasti mempertimbangkan harga selama berlibur. Menurut Indrasari harga seringkali digunakan sebagai indikator nilai jika harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa (Indrasari, 2019). Berdasarkan observasi pra-penelitian yang dilakukan oleh peneliti, harga tiket masuk yang disediakan sebesar Rp. 7.000 dan tiket bonus 3 wahana sebesar Rp. 6.000, belum termasuk dengan harga tambahan jika menginginkan wahana lain. Harga tiket masuk yang ditawarkan oleh pihak pengelola Wisata Kemit *Forest Education* terbilang cukup murah disbanding dengan objek wisata lainnya yang terletak di Cilacap, tetapi jika ditambah dengan harga wahana dapat menjadi mahal.

Pada umumnya pengunjung akan menyadari bahwa dengan kualitas yang didapatkan, harusnya sesuai dengan harga yang diberikan. Oleh karena itu, Kemit *Forest Education* perlu membentuk persepsi yang baik bagi para pengunjung. Persepsi harga merupakan cara pengunjung melihat harga sebagai suatu nilai yang bisa dianggap suatu produk yang mahal, murah, dan adil. Hal tersebut yang menjadi minat beli dan kepuasan pengunjung dalam membeli suatu produk. Jadi, sepadan atau tidak suatu produk tersebut diberi harga sangat penting agar dapat diterima pengunjung.

Kualitas pelayanan (*Service Quality*) adalah salah satu konsep layanan yang dapat diandalkan untuk dapat bertahan di antara persaingan yang ketat. Kualitas pelayanan menjadi salah satu hal yang penting untuk diperhatikan dalam suatu usaha. Tanpa adanya kualitas pelayanan yang bagus dari suatu usaha, maka usaha tersebut tidak akan berkembang karena dari pihak pengelola itu sendiri tidak bisa mengambil hati pengunjung. Kualitas dapat diartikan sebagai penilaian subjektif dari pengunjung atau konsumen. Dalam Wisata Kemit *Forest Education* kualitas pelayanan dapat dilihat dari pelayanan petugas/karyawan yang ada di wisata tersebut. Dengan demikian, baik tidaknya kualitas pelayanan

dapat dilihat dari persepsi pengunjung bukan dari persepsi atau sudut pandang pengelola. Adanya kualitas pelayanan yang bagus maka akan dapat meningkatkan kepuasan bagi pengunjung.

Kepuasan pengunjung dapat menjadi suatu prioritas dalam penelitian yang dilakukan ini, karena adanya kepuasan dari pengunjung dapat meningkatkan jumlah pengunjung yang datang ke wisata Kemit *Forest Education* dan dapat membuat perusahaan semakin maju. Oleh karena itu, daya tarik wisata, harga dan kualitas pelayanan harus terus ditingkatkan dan diperbaiki. Perusahaan atau pemilik wisata harus memperhatikan beberapa poin yang dianggap sering menjadi sorotan pengunjung, supaya pengunjung merasa senang dan puas sehingga dapat meningkatkan jumlah pengunjung yang datang (Fitroh, 2018).

Tabel 1.1 Data Jumlah Kunjungan Wisata Kemit *Forest Education*

Bulan	2017	2018	2019	2020	2021
Januari	4.611	30.150	13.039	10.632	5.254
Februari	4.069	13.297	11.945	6.587	5.147
Maret	2.885	7.094	5.375	5.417	4.368
April	3.996	6.749	3.651	5.114	4.532
Mei	3.146	5.758	7.235	5.321	3.572
Juni	5.694	38.525	6.810	5.102	3.652
Juli	7.624	14.508	6.230	5.241	3.274
Agustus	3.426	7.624	5.249	4.365	2.471
September	10.883	7.818	5.687	4.356	2.574
Oktober	20.335	5.075	5.214	4.621	2.314

November	20.127	5.010	4.002	5.821	3.624
Desember	33.911	13.047	4.124	9.184	2.383
Total	120.707	154.655	80.702	71.761	43.165

Sumber : Arsip Data Pengunjung Kemit Forest Education

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa Kemit *Forest Education* mengalami kenaikan jumlah pengunjung dari tahun 2017 dengan total pengunjung sebanyak 120.707 naik menjadi 154.655 pada tahun 2018. Pada tahun 2019 Kemit *Forest Education* terdampak Pandemi Covid-19 yang menyebabkan penurunan jumlah pengunjung. Selain itu, dengan berkembangnya seluruh industri pariwisata yang ada di daerah Cilacap menyebabkan semakin banyak pula pariwisata alternatif untuk wisatawan berwisata dan akan berdampak pula yaitu semakin banyak juga wisatawan yang berpindah dari objek wisata satu ke objek wisata yang lainnya. Oleh karena itu, industri pariwisata semakin memiliki tantangan yang besar untuk memperbanyak dan mempertahankan jumlah pengunjung setiap tahunnya. Kepuasan wisatawan pada saat melakukan wisata ini akan menciptakan persepsi positif di masa yang akan datang terhadap jasa pariwisata sehingga dampaknya pada peningkatan jumlah pengunjung, permintaan jasa, jumlah pengeluaran oleh wisatawan, serta kinerja objek wisata (Afifah Berliana, 2022).

Berdasarkan penurunan jumlah pengunjung tersebut Kemit *Forest Education* dapat *survive* atau dapat bertahan di tengah pandemi dan berkembangnya industry pariwisata yang ada di daerah Cilacap yaitu dengan tetap buka jam operasional dengan mematuhi protokol kesehatan tanpa melakukan PHK (Pemutusan Hubungan Kerja) bagi petugas/karyawan dari Kemit *Forest Education*. Untuk mengatasi masalah pandemi tersebut, objek wisata Kemit *Forest Education* melakukan inovasi baru dengan menambah jam operasional di malam hari dengan menyuguhkan beberapa keindahan yang mampu memberi rasa nyaman

seperti *sunset view*, *landscape* pemandangan Cilacap Barat, *lighting thematic*, suasana *romantic*, *Camping/BBQ*, wahana malam hari, *live acoustic*, dan ngopi/ngemil/makan. Dengan adanya penambahan jam operasional tersebut dapat dijadikan daya tarik untuk meningkatkan jumlah pengunjung kembali.

Untuk menentukan tingkat kepuasan konsumen (pengunjung), terdapat beberapa faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga, dan biaya (Indrasari, 2019). Penelitian yang dilakukan oleh Andi Muhammad Irfan dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Fasilitas yang diberikan Kenari *Waterpark* Bontang terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan dapat diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, namun variabel harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Anty Ayu Ariesty dengan judul Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Harga terhadap Kepuasan Pengunjung dapat diketahui bahwa variabel daya tarik wisata dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung. Berdasarkan penelitian terdahulu tersebut pada penelitian Andi, variabel harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, namun pada penelitian Anty, variabel yang sama yaitu harga dapat berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung. Sehingga adanya *gap* penelitian atau perbedaan penelitian, yang membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian.

Untuk itu alasan saya melakukan penelitian ini yaitu untuk mengukur besarnya pengaruh daya tarik, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung yang telah datang ke objek wisata Kemit *Forest Education*. Sehingga kami akan menemukan dimana letak kelebihan dan kekurangan yang dimiliki oleh usaha tersebut yang dapat menjadi bahan evaluasi ataupun dapat menemukan ide-ide kreatif yang baru untuk mengembangkan objek wisata tersebut. Selain itu, penelitian ini dapat dijadikan sebagai pengukuran tingkat kepuasan pengunjung,

karena di wisata Kemit *Forest Education* sendiri belum menyediakan survey tentang kepuasan pengunjung.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian terdahulu yang berbeda. Apakah pengunjung benar-benar merasa puas dengan daya tarik, harga, dan kualitas pelayanan yang ada di wisata Kemit *Forest Education* setelah melakukan kunjungan. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih dalam tentang **“Pengaruh Daya Tarik, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung (Studi Kasus : Wisata Kemit *Forest Education* Desa Karanggedang Kecamatan Sidareja Kabupaten Cilacap”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah Daya Tarik secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Pengunjung wisata Kemit *Forest Education*?
2. Apakah Harga secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Pengunjung wisata Kemit *Forest Education*?
3. Apakah Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Pengunjung wisata Kemit *Forest Education*?
4. Apakah Daya Tarik, Harga, dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pengunjung wisata Kemit *Forest Education*?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian
 - a. Untuk menguji pengaruh daya tarik terhadap kepuasan pengunjung dalam berwisata ke Kemit *Forest Education*.
 - b. Untuk menguji pengaruh harga terhadap kepuasan pengunjung dalam berwisata ke Kemit *Forest Education*.
 - c. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung dalam berwisata ke Kemit *Forest Education*.

- d. Untuk menguji pengaruh daya tarik, harga, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan pengunjung dalam berwisata ke Kemit *Forest Education*.

2. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi dan sumber informasi pengetahuan bagi orang yang ingin melakukan penelitian lebih dalam, khususnya pada bidang pariwisata, ekonomi, dan bisnis islam. Bagi pembaca maupun pihak lain, penelitian ini dapat dijadikan sebagai *literature* dari sumber informasi penulisan dan riset yang akan datang.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Pengelola

Untuk memberi masukan kepada pihak pengelola Wisata Kemit *Forest Education* untuk terus mengembangkan fasilitas, mempertahankan dan meningkatkan kualitas agar menambah kepuasan pengunjung untuk meningkatkan daya tarik wisatawan.

2) Bagi Pemerintah Daerah

Sebagai pertimbangan yang dijadikan bahan evaluasi bagi pemerintah daerah yaitu dalam penambahan fasilitas yang belum tersedia agar menunjang kualitas wisata yang lebih baik.

3) Bagi Peneliti

Untuk menambah pengetahuan dan pengalaman peneliti mengenai kepuasan pengunjung berdasarkan faktor kualitas pelayanan, yang teorinya dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

D. Kajian Pustaka

Untuk mendukung penelitian ini, maka akan ditunjukkan penelitian-penelitian terdahulu sesuai dengan topic yang relevan dengan penelitian penulis. Berikut beberapa hasil dari penelitian terdahulu yang akan dijadikan acuan untuk meneliti hal yang akan dikaji.

Tabel 2.1 Perbedaan dan Hasil Penelitian

No	Nama, judul, dan tahun	Hasil Penelitian	Perbedaan
1.	Andi Muhammad Irfan Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Fasilitas yang diberikan Kenari <i>Waterpark</i> Bontang terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (2018)	Hasil dari penelitian ini adalah secara parsial variabel kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan namun variabel harga tidak berpengaruh signifikan, secara simultan terhadap kepuasan pelanggan kenari <i>waterpark</i> . Bontang dengan nilai probabilitas signifikansi sebesar sebesar 0,000.	Perbedaannya adalah dalam analisis data. Pada penelitian yang dilakukan oleh Andi menggunakan analisis kuantitatif dan kualitatif, sedangkan dalam penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif.
2.	Rizki Amalia Fitroh Pengaruh Kualitas	Hasil dari penelitian ini adalah variabel kualitas pelayanan dan public relations secara	Perbedaannya adalah pada fokus penelitian. Fokus penelitian yang dilakukan oleh Rizki

	Pelayanan dan Public Relations terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar (Dalam Perspektif Ekonomi Syariah) (2018)	simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung.	Amalia Fitroh adalah kualitas pelayanan dan public relations. Sedangkan dalam penelitian ini fokus dalam daya tarik, harga, dan kualitas pelayanan.
3.	Siti Rokayah Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Wisata Religi Keislaman di CV. Mutiara Wisata Cirebon (2019)	Hasil dari penelitian ini adalah bahwa besarnya variabel pelayanan terhadap variabel kepuasan pelanggan dapat dilihat dari besarnya korelasi seluruh pernyataan variabel.	Perbedaannya adalah lokasi penelitian dan fokus penelitiannya. Pada penelitian yang dilakukan Siti Rokayah dilakukan di CV Mutiara Wisata Cirebon. Sedangkan lokasi pada penelitian ini dilakukan di objek wisata Kemit <i>Forest Education</i> .
4.	Anty Ayu	Hasil dari penelitian	Pada penelitian yang

	Ariesty Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Harga terhadap Kepuasan Pengunjung (2019)	ini menunjukkan bahwa daya tarik dan harga secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung.	dilakukan oleh Anty menggunakan teknik pengambilan sampel <i>Purposive Sampling</i> , sedangkan dalam penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel insidental.
5.	Agesti Dwi Wulandari Implementasi Pariwisata Syariah Berdasarkan Keramahan Masyarakat Sine, Fasilitas, dan Daya Tarik Wisata untuk Meningkatkan Kepuasan Konsumen di Pantai Sine pada mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung (2021)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel keramahan masyarakat sine dan fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan variabel daya tarik wisata berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Selanjutnya ketiga variabel secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Pantai Sine Tulungagung.	Pada penelitian yang dilakukan oleh Agesti Dwi Wulandari menggunakan metode penelitian dengan uji asumsi klasik, uji normalitas data, uji regresi linear berganda, uji hipotesis, dan uji koefisien determinasi. Sedangkan dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas.
6.	Nurul Hidayah	Hasil dari penelitian	Perbedaan terdapat pada

	Kontribusi Wisata Alam Kemit <i>Forest</i> <i>Education</i> bagi Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Perspektif Ekonomi Islam (2021)	ini adalah bahwa masyarakat Desa Karanggedang mendapatkan penghasilan tambahan dari usaha membuka <i>took</i> kelontong dan warung makan di sekitar wisata kemit <i>Forest</i> <i>Education</i> sehingga secara signifikan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.	jenis penelitian. Pada penelitian yang dilakukan oleh Nurul menggunakan penelitian lapangan sedangkan dalam penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif.
--	--	---	---

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan digunakan untuk mempermudah pembaca dalam melihat bagian-bagian secara rinci. Adapun sistematika pembahasan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Berisi penelitian terdahulu, kajian teori, landasan teologis, kerangka penelitian, dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Berisi jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel penelitian, variabel dan indikator penelitian, pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Berisi hasil penelitian dan pembahasan beserta analisis data dalam penelitian.

BAB V PENUTUP

Berisi kesimpulan terkait hasil dari penelitian yang telah dilakukan dan saran dari peneliti.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Pariwisata

a. Pengertian Pariwisata

Dalam Undang-Undang Kepariwisataan No. 10 tahun 2009, pariwisata dapat diartikan yaitu berbagai macam kegiatan wisata dan didukung dengan berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh pengusaha, masyarakat, pemerintah, dan pemerintah daerah (Utama, 2014). Menurut arti katanya, pariwisata berasal dari bahasa Sansekerta yang terdiri dari dua kata yaitu kata *Pari* yang berarti penuh, semua, atau seluruh dan kata *Wisata* yang berarti perjalanan (Utama, 2014). Menurut Yoeti, syarat perjalanan pariwisata yaitu apabila : (1) Perjalanan dilakukan dari suatu tempat ke tempat yang lain, diluar tempat kediaman tersebut biasa tinggal; (2) Tujuan perjalanan semata-mata untuk bersenang-senang, dan tidak mencari nafkah di tempat atau Negara yang dikunjunginya; (3) Semata-mata sebagai konsumen di tempat yang dikunjungi (Yoeti, 1985). Jadi definisi pariwisata adalah salah satu dari industry baru yang mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi dengan cepat dalam hal kesempatan kerja, pendapatan, taraf hidup, dan dalam hal mengaktifkan sektor produksi lain di dalam Negara penerima wisatawan.

b. Jenis-jenis Pariwisata

Menurut Pendit Pariwisata dapat dibedakan berdasarkan motif wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat (pendit, 1994). Jenis-jenis pariwisata tersebut adalah sebagai berikut :

1) Wisata Budaya

Yaitu 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 istiadat mereka, cara hidup mereka, budaya dan seni mereka.

2) Wisata Maritim atau Bahari

Yaitu jenis wisata yang dikaitkan dengan kegiatan olahraga di air, seperti di danau, pantai, teluk, atau laut seperti memancing, berlayar, menyelam sambil melakukan pemotretan, kompetisi berselancar, balapan mendayung, melihat-lihat taman laut dengan pemandangan indah di bawah permukaan air serta berbagai rekreasi perairan yang banyak dilakukan di daerah-daerah atau Negara-negara maritim.

3) Wisata Cagar Alam

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

4) Wisata Konvensi

Yaitu wisata yang dekat dengan wisata politik dengan menyediakan fasilitas bangunan dengan ruangan-ruangan tempat bersidang bagi para peserta suatu konferensi, musyawarah atau pertemuan lainnya baik yang bersifat nasional ataupun internasional.

5) Wisata Pertanian

Yaitu pengorganisasian perjalanan yang dilakukan ke proyek-proyek pertanian, perkebunan, lading pembibitan dan sebagainya dimana wisatawan rombongan dapat mengadakan kunjungan dan peninjauan untuk tujuan studi maupun melihat-lihat keliling sambil menikmati segarnya tanaman .

6) Wisata Ziarah

Yaitu wisata yang dikaitkan dengan agama, sejarah, adat istiadat dan kepercayaan umat atau kelompok dalam masyarakat.

2. Daya Tarik

a. Pengertian Daya Tarik

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

Pendit mengartikan daya tarik sebagai segala sesuatu yang menarik dan bernilai untuk dikunjungi dan dilihat (pendit, 1994). Menurut Yoeti daya tarik wisata adalah istilah yang bisasa digunakan sebagai segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi seseorang untuk mengunjungi daerah atau wisata tertentu (Yoeti, 1985). Jadi, dapat disimpulkan bahwa daya tarik adalah adalah segala sesuatu yang dapat menarik baik dari segi keindahan maupun keunikan untuk dapat dijadikan sebagai tujuan wisata bagi yang ingin berkunjung ke daerah objek wisata tertentu.

b. Jenis-jenis Daya Tarik

Daya tarik dalam sebuah wisata merupakan suatu motivasi bagi wisatawan untuk melakukan kunjungan wisata (Witt, 1994).

Menurutnya destinasi wisata dikelompokkan menjadi empat daya tarik yaitu :

- 1) Daya tarik wisata alam (*Natural attraction*), daya tarik ini meliputi pemandangan alam berupa daratan dan lautan.
- 2) Daya tarik wisata bangunan dan arsitektur (*Building attraction*), daya tarik ini meliputi bangunan dan arsitektur bersejarah, bangunan dan arsitektur modern, penginggalan arkeologi dan monument.

- 3) Daya tarik wisata budaya (*Cultural attraction*), daya tarik ini meliputi museum, musik, festival budaya, kampung budaya, dan tarian tradisional.
- 4) Daya tarik wisata yang dikelola khusus (*Managed visitor attraction*), daya tarik ini meliputi sebuah kawasan yang dikelola oleh pemerintah atau pihak swasta seperti taman hiburan, taman kota, dan kebun binatang.

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

1) Daya Tarik Wisata Alam

Daya tarik wisata alam merupakan daya tarik yang berasal dari sumber daya alam yang memiliki potensi bagi pengunjung baik dalam segi alami maupun setelah ada usaha budi daya. Potensi wisata alam ini dibagi menjadi empat kawasan, yaitu :

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

2) Daya Tarik Wisata Sosial Budaya

Daya tarik sosial budaya merupakan daya tarik yang dapat dimanfaatkan dan dikembangkan sebagai objek. Daya tarik ini meliputi peninggalan sejarah, museum, upacara adat, kerajinan, dan seni pertunjukkan.

3) Daya Tarik Wisata Minat Khusus

Daya tarik wisata minat khusus merupakan salah satu jenis wisata yang baru dikembangkan di Indonesia. Daya tarik ini lebih mementingkan kepada wisatawan yang memiliki

motivasi khusus seperti memiliki keahlian. Contoh dari daya tarik ini meliputi mendaki gunung, tujuan pengobatan, berburu, arung jeram, dan agrowisata.

Objek atau daya tarik wisata dapat dibedakan menjadi tiga, yaitu :

- 1) Objek Wisata Alam : meliputi pantai, laut, gunung, flora, fauna, danau, cagar alam, hutan lindung, dan pemandangan alam.
- 2) Objek Wisata Budaya : meliputi tari tradisional, pakaian adat, perkawinan adat, upacara kelahiran, upacara sedekah laut, upacara turun ke sawah, bangunan bersejarah, cagar budaya, peninggalan tradisional, kain tenun tradisional, pertunjukann tradisional, festival budaya, tekstil lokal, adat-istiadat lokal, dan museum.
- 3) Objek Wisata Buatan : permainan (layang-layang), ketangkasan (naik kuda), sarana dan fasilitas olahraga, hiburan (lawak akrobatik), taman rekreasi, pusat-pusat perbelanjaan dan taman nasional (Utama, 2014).

c. Indikator Daya Tarik

Menurut Utama, suatu objek daya tarik wisata pada prinsipnya harus memenuhi tiga persyaratan, yaitu :

- 1) *Something to see* (ada yang dilihat), maksudnya adalah daya tarik yang dapat dilihat oleh pengunjung dan memiliki atraksi wisata yang dapat dijadikan sebagai “*entertainments*” jika orang datang berkunjung.
- 2) *Something to do* (ada yang dilakukan), maksudnya adalah daya tarik harus ada yang dapat dikerjakan berupa berbagai macam fasilitas rekreasi dan wahana yang dapat digunakan oleh pengunjung untuk beraktivitas seperti kesenian, olahraga, maupun kegiatan lain yang dapat menarik pengunjung.
- 3) *Something to buy* (ada yang dibeli), maksudnya adalah suatu wisata harus menyediakan barang-barang atau cinderamata

seperti contohnya kerajinan dari rakyat setempat yang dapat dibeli oleh pengunjung untuk dijadikan oleh-oleh dan dibawa pulang ke rumah masing-masing.

3. Harga

a. Pengertian Harga

Harga merupakan suatu nilai yang dapat dinyatakan dengan rupiah. Namun, dalam situasi yang berbeda harga diartikan sebagai jumlah yang harus dibayarkan oleh pembeli. Dalam hal ini harga merupakan cara bagi seorang penjual untuk membedakan penawarannya dari para pesaing. Sehingga penetapan harga dapat dipertimbangkan sebagai bagian dari fungsi diferensiasi barang dalam pemasaran (Indrasari, 2019). Menurut Kotler dan Armstrong harga dapat didefinisikan sebagai besarnya uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat yang dirasakan setelah menggunakan produk atau jasa tersebut (Armstrong, 2010). Basu mengartikan harga sebagai sejumlah uang atau produk yang dibutuhkan untuk mendapatkan barang beserta pelayanannya (Basu, 2010).

Kesalahan dalam menentukan harga dapat menimbulkan berbagai konsekuensi dan dampak, tindakan penentuan harga yang melanggar etika dapat menyebabkan pelaku usaha tidak disukai pembeli. Bahkan pembeli dapat melakukan suatu reaksi yang dapat menjatuhkan nama baik penjual.

Jadi dapat disimpulkan bahwa harga adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh seseorang konsumen atau pengunjung untuk dapat dirasakan manfaatnya beserta pelayanannya. Tingkat harga yang ditetapkan akan mempengaruhi jumlah pengunjung atau konsumen, secara tidak langsung harga juga mempengaruhi biaya yang ditimbulkan dalam kaitannya dengan efisiensi produk. Oleh karena itu, penetapan harga mempengaruhi pendapatan total dan

biaya total, maka keputusan dan strategi penetapan harga memegang peranan yang penting dalam setiap perusahaan.

b. Peranan Harga

Menurut Kotler dan Amstrong harga memiliki dua peranan penting dalam proses pengambilan keputusan, yaitu :

- 1) Peranan Alokasi, merupakan kegunaan harga dalam membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh nilai tertinggi atau manfaat yang diharapkan berdasarkan daya beli.
- 2) Peranan Informasi, merupakan kegunaan harga dalam mengajarkan pembeli mengenai beberapa faktor produk seperti halnya kualitas. Hal ini dapat berguna dalam keadaan dimana pembeli mengalami kesulitan untuk menilai faktor produk atau manfaatnya (Amstrong, 2012).

c. Metode Penetapan Harga

Secara garis besar metode penetapan harga dapat dikelompokkan menjadi empat kategori utama (Philip Kotler, 2012).

1) Metode Penetapan Harga Berbasis

Faktor penentu harga dalam metode ini yaitu aspek permintaan sebagai suatu metode yang menekankan pada faktor-faktor yang mempengaruhi minat dan referensi dari konsumen dari faktor-faktor seperti biaya, laba dan persaingan. Permintaan konsumen sendiri didasarkan pada berbagai pertimbangan.

2) Metode Penetapan Harga Berbasis Biaya

Faktor penentu harga pada metode ini adalah aspek penawaran yang ditentukan berdasarkan biaya produksi dan pemasaran ditambah dengan jumlah tertentu sehingga dapat menutupi biaya-biaya langsung, biaya *overhead*, dan laba.

3) Metode Penetapan Harga Berbasis Laba

Metode ini berusaha untuk menyeimbangkan biaya dan pendapatan dalam penetapan harganya. Metode ini terdiri dari target harga keuntungan, target pengembalian atas harga jual, dan target pengembalian atas harga investasi.

4) Metode Penetapan Harga Berbasis Persaingan

Metode ini terdiri dari harga di atas pada atau di bawah harga pasar, harga kerugian pemimpin, dan harga penawaran yang disegel.

d. Tujuan Penetapan Harga

Menurut Swastha, tujuan dalam penetapan harga yaitu sebagai berikut :

- 1) Mendapatkan keuntungan maksimum. Semakin besar daya beli konsumen, semakin besar pula kemungkinan penjual untuk mendapatkan tingkat harga yang lebih tinggi.
- 2) Mendapatkan pengembalian investasi yang ditargetkan atau pengembalian pada penjualan bersih. Harga yang dapat dicapai dalam penjualan dimaksudkan untuk investasi secara berangsur. Dana yang dipakai untuk mengembalikan investasi hanya bisa diambil dari laba perusahaan dan laba hanya bisa diperoleh apabila harga jual lebih besar dari jumlah biaya sebelumnya.
- 3) Mencegah atau mengurangi persaingan yang dapat dilakukan melalui kebijakan harga. Hal tersebut dapat diketahui apabila para penjual menawarkan barang dengan harga yang sama.
- 4) Mempertahankan dan memperbaiki *market share*. Bagi perusahaan kecil yang masih memiliki kemampuan terbatas, biasanya penentuan harga ditunjukkan untuk sekedar mempertahankan *market share*. Perbaikan *market share* kurang diutamakan apabila persaingan sangat ketat (Basu Swastha, 2014).

e. Indikator Harga

Menurut Kotler dan Amstrong, terdapat empat ukuran yang mencirikan harga yaitu sebagai berikut :

1) Keterjangkauan harga

Konsumen dapat menjangkau harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Ada beberapa jenis produk atau jasa dalam satu merek dengan harga yang berbeda pula dari yang termurah sampai termahal.

2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk atau jasa

Harga sering dijadikan sebagai indikator kualitas bagi konsumen yang sering memilih harga yang lebih tinggi diantara dua barang karena mereka melihat adanya perbedaan kualitas. Apabila harga lebih tinggi, orang cenderung beranggapan bahwa kualitasnya juga lebih baik.

3) Daya saing harga

Konsumen sering membandingkan harga, dalam hal ini mahal murahnya sangat dipertimbangkan oleh konsumen pada saat akan menggunakan jasa tersebut.

4) Kesesuaian harga dengan manfaat

Konsumen akan memutuskan menggunakan jasa jika manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkannya. Jika konsumen merasakan manfaat produk lebih kecil dari uang yang dikeluarkan maka konsumen akan beranggapan bahwa produk tersebut mahal dan konsumen akan berpikir dua kali untuk melakukan pembelian ulang.

4. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas dapat diartikan sebagai suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan jasa, manusia, produk, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Indrasari

mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan (Indrasari, 2019). Menurut Kotler dan Amstrong, kualitas pelayanan merupakan keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung. Produk jasa yang berkualitas mempunyai peranan penting untuk membentuk kepuasan konsumen. Semakin berkualitas produk atau jasa yang diberikan, maka kepuasan yang dirasakan oleh konsumen akan semakin tinggi. Jika kepuasan konsumen tinggi, akan menimbulkan keuntungan bagi perusahaan tersebut. Salah satu cara utama mempertahankan sebuah perusahaan jasa adalah memberikan jasa dengan kualitas pelayanan yang lebih tinggi dari pesaing secara konsisten dan memenuhi harapan konsumen (Amstrong, 2012).

Kualitas pelayanan atau *customer service* dapat dibedakan ke dalam dua kriteria yaitu jenis kualitas pelayanan yang baik dan kualitas pelayanan yang buruk. Kualitas pelayanan ini bukanlah suatu hal yang baku atau permanen, melainkan fleksibel dan dapat dirubah. Perubahan ini tentunya untuk meningkatkan kualitas pelayanan agar lebih baik lagi dengan diperlukan beberapa hal untuk menunjang prosesnya. Contohnya survey atau observasi kepada konsumen yang di dalamnya terdapat saran, masukan, pendapat, maupun *feedback* tentang pelayanan yang telah diberikan (Indrasari, 2019).

Jadi, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat atau ukuran keunggulan yang dapat dirasakan seseorang terhadap suatu jasa dari perbandingan antara kinerja dan harapan yang dirasakan konsumen setelah mendapatkan jasa tersebut.

b. Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Indrasari, terdapat beberapa dimensi atau indikator dari kualitas pelayanan yaitu sebagai berikut (Indrasari, 2019):

1) *Tangibles* (berwujud)

Yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana-prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.

2) *Reliability* (Keandalan)

Yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara tepat dan terpercaya. Kinerja yang disediakan harus sesuai dengan harapan pengunjung, meliputi waktu, pelayanan yang sama untuk semua pengunjung tanpa melakukan kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.

3) *Responsiveness* (Ketanggapan)

Yaitu suatu kebijakan yang dilakukan oleh perusahaan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pengunjung dengan menyampaikan informasi yang jelas.

4) *Assurance* (Jaminan atau Kepastian)

Yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pengunjung kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa aspek seperti komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sopan santun.

5) *Emphaty* (Empati)

Yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pengunjung dengan berupaya memahami keinginan pengunjung. Suatu

perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pengunjung.

5. Kepuasan Pengunjung

a. Pengertian Kepuasan pengunjung

Indrasari menyatakan bahwa kepuasan konsumen atau pengunjung adalah suatu tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk atau jasa yang dirasakan dengan harapannya (Indrasari, 2019). Perbandingan antara jasa dan harapan yang didapatkan pengunjung akan menghasilkan perasaan puas atau tidak puas. Kepuasan pengunjung ini sangat tergantung pada persepsi dan harapan pengunjung itu sendiri. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan pengunjung ketika melakukan pembelian suatu barang atau jasa adalah kebutuhan dan keinginan yang dirasakan oleh pengunjung tersebut pada saat melakukan pembelian barang atau jasa, pengalaman masa lalu, periklanan, serta pengalaman teman-teman yang telah menggunakan barang atau jasa tersebut.

Memuaskan kebutuhan pengunjung adalah keinginan setiap perusahaan karena termasuk factor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan. Selain itu dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Pengunjung yang puas terhadap produk atau jasa pelayanan cenderung akan membeli kembaliproduk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali di kemudian hari. Kepuasan dapat tercapai ketika kualitas memenuhi dan melebihi harapan, keinginan, dan kebutuhan pengunjung. Sebaliknya, jika kualitas tidak memenuhi maka kepuasan tidak akan tercapai. Pengunjung yang tidak puas terhadap barang atau jasa yang telah dinikmatinya akan mencari perusahaan lain yang mampu memuaskan harapannya (Indrasari, 2019).

Jadi, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pengunjung adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan jasa

atau kinerja dari sebuah produk yang dirasakan dengan yang diharapkan.

b. Faktor-faktor Kepuasan Pengunjung

Dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen atau pengunjung terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu (Indrasari, 2019) :

1) Kualitas Produk

Konsumen akan merasa puas jika hasil penilaian mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

2) Kualitas Pelayanan

Konsumen atau pengunjung akan merasa puas jika mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang tepat sesuai dengan harapannya.

3) Emosional

Konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia, jika menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial yang membuat konsumen menjadi puas terhadap merek tertentu.

4) Harga

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

5) Biaya

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

c. Metode Pengukuran Kepuasan Pengunjung

1) Sistem keluhan dan saran

Organisasi yang berpusat pada pelanggan (*customer centered*) memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran dan keluhan. Informasi yang didapatkan ini dapat dijadikan ide-ide cemerlang bagi perusahaan dan memungkinkannya untuk bereaksi secara tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul.

2) *Ghost shopping*

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pembeli potensial, kemudian melaporkan beberapa temuannya mengenai kelemahan dan kekuatan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu para *ghost shopper* juga dapat mengamati cara penanganan setiap keluhan.

3) *Lost customer analysis*

Perusahaan semestinya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau telah berpindah hati agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi. Yang penting dilakukan yaitu *exit interview*, pemantauan *customer loss rate*, peningkatan *customer loss rate* dengan menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggannya.

4) Survey kepuasan pelanggan

Kepuasan pelanggan dapat dilakukan dengan penelitian survey, baik melalui pos, telepon, maupun wawancara langsung. Perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan

tanda positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya (Indrasari, 2019).

d. Indikator Kepuasan Pengunjung

Pada umumnya program ke[uasan memiliki beberapa indikator, yaitu sebagai berikut (Indrasari, 2019) :

- 1) Kesesuaian harapan
- 2) Minat berkunjung kembali
- 3) Kesiediaan merekomendasikan

B. Landasan Teologis

Secara etimologis, *theology* berasal dari kata Yunani yang terdiri dari kata *theos* yang berarti Tuhan atau Dewa dan *logos* yang berarti pengetahuan. Dengan demikian, *theology* dapat didefinisikan sebagai Ilmu Ketuhanan atau *science of god*. Teologi adalah ilmu yang mengutamakan pemahaman masalah Tuhan dengan pendekatan logis dari ilmu dasar tauhid yang bersama-sama dengan syariat membentuk tujuan-tujuan keagamaan tertentu (Ahmad, 2003).

a. Pariwisata

Pariwisata dikenal dalam istilah bahasa arab dengan kata “*al-Siyahah, al-Rihlah, dan as-Safar*”. Berarti suatu aktivitas atau kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh manusia baik secara perorangan maupun kelompok di dalam wilayah Negara sendiri maupun Negara lain dengan menggunakan kemudahan jasa dan faktor penunjang lainnya yang diadakan oleh pihak pemerintah maupun masyarakat dalam rangka memenuhi keinginan pengunjung dengan tujuan tertentu (Arifin, 2015).

Wisata adalah suatu kegiatan berpergian dengan tujuan menikmati suasana yang berbeda dengan suasana sehari-hari, dapat diartikan juga dengan menginginkan adanya kebebasan yang menyenangkan diri sendiri atau keluarganya. Secara umum, tujuan wisata adalah menghilangkan lelahnya pikiran, kejenuhan, mencari inspirasi, mencari kesenangan ataupun mencari suasana baru

(Widyarini, 2020). Berwisata termasuk saran yang sebaiknya dilakukan oleh kaum muslim, hal ini dapat dilihat pada Hadist berikut :
Hadis Abdu al-Rozzaq

عَنْ مُعْمَرٍ عَنِ ابْنِ طَاوُؤُسٍ عَنْ أَبِيهِ قَالَ : عُمَرُ : سَافِرُوا تَصِحُّوا وَتُرْزَقُوا

Artinya : *“Dari Ma’mar, dari Thawus dari ayahnya, berkata : bahwa Umar berkata : Berpergianlah, kalian akan sehat dan mendapat rezeki.”*

Dari kutipan Hadis di atas dapat dilihat bahwa salah satu tujuan dari berwisata adalah untuk menghilangkan lelahnya pikiran agar pikiran kita kembali sehat. Berdasarkan Hadis tersebut menunjukkan bahwa melakukan perjalanan (wisata) adalah sesuatu yang dianjurkan dalam Islam. Seruan Islam untuk melakukan perjalanan pariwisata lebih luas dari tujuan yang saat ini dikatakan dalam dunia pariwisata. Dalam Islam dikenal dengan istilah hijrah, haji, ziarah, perdagangan, dan mencari ilmu pengetahuan yang merupakan salah satu faktor dimana menjadi alasan Islam mendorong umatnya untuk melakukan perjalanan atau pariwisata (Arifin, 2015).

b. Daya Tarik Pengunjung

Menurut Fatwa DSN Mul, daya tarik wisata sebagai suatu keunikan wisata yang dikunjungi untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi dalam jangka waktu sementara. Berwisata termasuk saran yang sebaiknya dilakukan oleh kaum muslim, hal ini dapat dilihat pada ayat Al-Quran sebagai berikut :

Q.S. Nuh (71) : 19-20

وَاللَّهُ جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ بِسَاطًا

لِتَسْلُكُوا مِنْهَا سُبُلًا فِجَا جَا

Artinya : *“19. Dan Allah menjadikan bumi untukmu sebagai hamparan. 20. Agar kamu dapat pergi kian kemari di jalan-jalan yang luas.”*

Berdasarkan ayat di atas dapat dijelaskan bahwa Allah SWT. telah menyiapkan hamparan (alam yang indah) yang bisa dijadikan daya tarik untuk berwisata. Hamparan atau alam yang indah disini dapat juga diartikan sebagai suatu daya tarik yang meliputi keindahan alam. Dengan adanya daya tarik akan menyebabkan pengunjung untuk datang berwisata.

c. Harga

Islam tidak pernah memberi batasan tentang penentuan harga, hal ini terbukti dengan adanya hadis Rasulullah SAW. yang berkaitan dengan penetapan harga yaitu sebagai berikut :

Riwayat dari anas bin Malik

يَارَسُولَ اللَّهِ عَلَا السَّعْرُ فَسَعَّرْنَا، فَقَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ : إِنَّ اللَّهَ هُوَ الْمُسَعِّرُ، الْقَائِضُ الْبَاسِطُ الرَّزْقُ وَإِنِّي لَا زُجُوءَ أَنْ أَلْقَى اللَّهَ وَلَيْسَ أَحَدٌ مِنْكُمْ يُطَا لِيَنِي بِمَظْلَمَةٍ فِي دَمٍ وَلَا مَالٍ

Artinya : *“Orang-orang mengatakan, “Wahai Rasulullah SAW., harga telah mahal, maka patoklah harga untuk kami”. Rasulullah SAW., bersabda, “Sesungguhnya Allahlah yang mematok harga. Dia yang menyempitkan rezeki dan sesungguhnya melapangkan rezeki, dan sesungguhnya saya mengharapkan bertemu Allah SWT., dalam kondisi tidak seorangpun dari kamu yang menuntut kepadaku karena sesuatu tindak kezdaliman berkenaan dengan darah dan harta.”*

Berdasarkan hadis di atas dapat dijadikan dalil bagi pengharaman pematokan harga, kemudian melarang untuk menambah ataupun mengurangi harga tersebut. Hal ini dapat disimpulkan bahwa harga harus sesuai dengan manfaat yang didapatkan.

d. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan tentunya tidaklah hanya bertujuan untuk memberikan kepuasan semata. Sebagai seorang muslim dalam memberikan pelayanan haruslah berdasarkan pada nilai-nilai syariah guna mewujudkan nilai ketaqwaan sekaligus nilai syariah guna mewujudkan nilai keimanannya dalam rangka

menjalankan misi syariat Islam. Tentunya hal tersebut dilakukan tidaklah hanya berorientasi pada komitmen materi semata, namun sebagai bagian dari nilai ibadah.

Dalam pandangan Islam, yang dijadikan tolak ukur untuk menilai kualitas pelayanan terhadap konsumen atau pengunjung yaitu standarisasi syariah. Islam mensyariatkan kepada manusia agar selalu terikat dengan hukum agama dalam menjalankan setiap aktivitas ataupun kebebasan beribadah (Aziz, 2017).

1) Keandalan (*Reliability*)

Kemampuan menyampaikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan sejak pertama kali. Hal ini akan menimbulkan kepercayaan. Sebagai seorang muslim, telah ada contoh teladan yang dapat dijadikan pedoman dalam menjalankan aktivitas perniagaan atau muamalah.

Q.S. Al-Ahsab : 21

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا

Artinya : “*Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri tauladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan dia banyak menyebut Allah.*

Dalam ayat di atas menjelaskan bahwa profesionalitas Nabi Muhammad pada waktu berniaga maupun aktivitas kehidupan lainnya, maka nabi dipercaya oleh semua orang dan mendapat gelar “Al-Amin” yaitu yang dapat dipercaya. Sebagai umat Nabi SAW., kita harus mencontoh sikap dan perilakunya yang baik agar kita mendapatkan hasil yang baik pula.

2) Daya Tanggap (*Responsive*)

Kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap, yakni motivasi para karyawan dalam memecahkan masalah yang dihadapi pelanggan dalam menggunakan jasa. Daya

tanggap juga dapat disebut dengan amanah (tanggungjawab) dalam melaksanakan tugas dan kewajiban.

Q.S. An-Nisa : 58

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

Artinya : *“Sungguh Allah menyuruhmu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya dan apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia hendaknya kamu menetapkannya dengan adil. Sungguh Allah sebaik-baik yang memberi pengajaran kepadamu. Sungguh Allah Maha Mendengar, Maha Melihat.”*

Dalam ayat di atas menjelaskan bahwa dengan melaksanakan tugas sebagai karyawan untuk melakukan pelayanan kepada pengunjung, kita harus melakukannya dengan cara yang tanggungjawab, tanggap, dan harus adil dalam artian tidak membedakan antara pengunjung lainnya.

3) Jaminan (*Assurance*)

Dalam melayani pengunjung selalu memperhatikan etika berkomunikasi dan tidak berbicara bohong. Allah SWT., telah mengingatkan tentang etika berdagang dalam ayat sebagai berikut :

Q.S. Asy-Syuara : 181-182

أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ
وَزِنُوا بِالْقِسْطِاسِ الْمُسْتَقِيمِ

Artinya : *“Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu merugikan orang lain. Dan timbanglah dengan timbangan yang benar.”*

Dalam ayat di atas menjelaskan bahwa dalam etika berdagang kita harus memperhatikan beberapa sikap yaitu dengan bersikap adil dan tidak merugikan orang lain. Karena dalam jaminan ini mencakup pengetahuan, kesopanan, kompetensi, dan sifat yang harus dimiliki para petugas seperti dapat dipercaya, bebas dari bahaya, resiko maupun keraguan. Sehingga perusahaan

tetap mendapat kepercayaan dari konsumen, dan tidak melanggar syariat Islam.

4) Perhatian (*Emphaty*)

Meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan pribadi para pelanggan yaitu sikap karyawan yang menunjukkan perhatian yang tulus dalam melayani pengunjung. Perhatian yang diberikan haruslah dilandasi dengan aspek keimanan dalam rangka mengikuti seruan Allah untuk selalu berbuat baik kepada orang lain.

Q.S. An-Nahl : 90

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَايَ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

Artinya : “*Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi bantuan kepada kerabat dan Dia melarang (melakukan) perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pengajaran.*”

Ayat di atas menjelaskan bahwa dalam melayani pengunjung kita harus berlaku adil dalam memberikan perhatian agar pengunjung merasa puas.

5) Bukti Fisik (*Tangible*)

Meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi. Sisi penampilan fisik para karyawan dalam hal berbusana.

Q.S. Al-A'raf : 26

يُنَبِّئُ عَادَ قَدْ أَنْزَلْنَا عَلَيْكُمْ لِبَاسًا يُؤْرِي سَوْءَاتِكُمْ وَرِيشًا ۗ وَلِبَاسُ التَّقْوَىٰ ذَٰلِكَ خَيْرٌ ۗ

ذَٰلِكَ مِنْ آيَاتِ اللَّهِ لَعَلَّهُمْ يَذَكَّرُونَ

Artinya : *“Wahai anak cucu Adam! Sesungguhnya kami telah menyediakan pakaian untuk menutupi auratmu dan untuk perhiasan bagimu. Tetapi, pakaian takwa itulah yang lebih baik. Demikianlah sebagian tanda-tanda kekuasaan Allah, mudah-mudahan mereka ingat.”*

Ayat di atas menjelaskan bahwa kita sebagai petugas harus memperhatikan penampilan. Jika kita berpenampilan dengan rapih, maka pengunjung akan melihat dengan senang hati.

e. Kepuasan Pengunjung

Kepuasan adalah keadaan emosional seseorang baik kebahagiaan maupun kesedihan. Kebahagiaan karena mereka mendapatkan sesuatu dari upaya maksimal yang telah mereka kerjakan. Allah menegaskan kepada umat manusia sebagai berikut :

Q.S. Ad-Dhuha : 5

وَلَسَوْفَ يُعْطِيكَ رَبُّكَ فَتَرْضَىٰ

Artinya : *“Dan kelak Tuhanmu pasti memberikan karunia-Nya kepadamu, lalu (hati) kamu menjadi puas.”*

Ayat di atas menjelaskan bahwa karunia yang akan kita peroleh di masa mendatang akan lebih baik dari apa yang diperoleh saat ini.

Kepuasan pengunjung dalam Islam adalah tingkat perbandingan antara harapan terhadap suatu produk baik barang maupun jasa, yang seharusnya sesuai dalam syariat Islam dengan kenyataan yang diterima (Veithzal Rivai Zainal, 2017). Berikut ini terdapat ayat Al-Quran yang berkaitan dengan kepuasan pengunjung sebagai berikut :

Q.S. Ali Imran : 159

فَمَا رَحْمَةً مِّنَ اللَّهِ لَئِنَّكَ فَتَوَلَّيْتَ فَطَاءَ غَلِيظَ الْقَلْبِ لَأَنْفَضُوهُ مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ

وَأَسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya : *“Maka disebabkan rahmat Allah-lah kamu berlakulemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian*

apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah SW. Sesungguhnya Allah SWT., menyukai orang-orang yang bertawakal kepada-Nya.

Ayat di atas menjelaskan bahwa Rasulullah SAW., bersifat lemah lembut yang disebabkan oleh rahmat Allah SWT. Sebagai pengunjung jika pelayanan dengan lemah lembut dan menghormati pengunjung, maka pengunjungpun akan merasa puas dan kemungkinan kembali lagi.

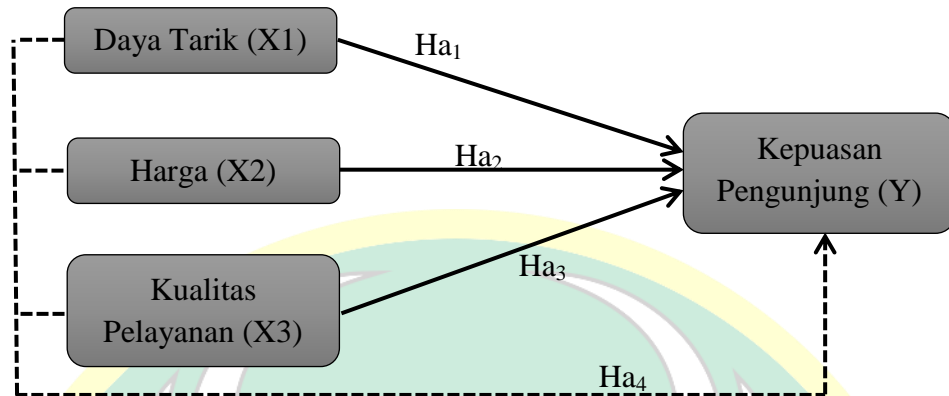
Pada dasarnya, manusia tidak akan puas. Islam melalui Al-Quran pada Q.S. Ali Imran : 159 telah memberikan pedoman kepada mukmin (perilaku usaha) agar berlemah lembut (memuaskan) kepada orang lain dan sekeliling kita.

Meskipun ayat ini awalnya perintah Allah kepada nabi Muhammad SAW., untuk bersikap lemah lembut kepada musuh-musuhnya. Dalam hal ini perilaku tersebut dapat pula diterapkan untuk menghadapi berbagai persoalan lainnya termasuk dalam melayani konsumen atau pengunjung (Aziz, 2017).

Dalam ilmu ekonomi Islam, kepuasan seorang muslim disebut dengan qana'ah. Yaitu cerminan kepuasan seseorang baik secara lahiriyah maupun batiniyah. Kepuasan dalam Islam mendorong seorang konsumen atau pengunjung muslim bersikap adil. Kepuasan dalam Islam berkaitan dengan keimanan yang melahirkan rasa syukur.

C. Kerangka Penelitian

Berdasarkan hal-hal yang telah diuraikan maka Pengaruh Daya Tarik, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan pengunjung (Studi Kasus : Wisata Kemit *Forest Education* Desa Karanggedang Kecamatan Sidareja Kabupaten Cilacap) dapat digambarkan pada kerangka konseptual sebagai berikut :



D. Hipotesis

Hipotesis merupakan pernyataan atau dugaan yang bersifat sementara terhadap suatu masalah dalam penelitian, dimana kebenarannya masih lemah sehingga harus diuji secara empiris. Dalam pengujian hipotesis, keputusan yang diambil mengandung ketidakpastian yang nantinya akan menghasilkan suatu keputusan, yaitu keputusan menerima atau menolak hipotesis tersebut (Hasan, 2006).

Suatu hipotesis dapat dikatakan ditolak apabila fakta yang diperoleh menyangkal dan dapat dikatakan diterima apabila faktanya membenarkan. Kesimpulan sementara penelitian ini yaitu :

1. Pengaruh Daya Tarik terhadap Kepuasan Pengunjung

Teori yang dikemukakan oleh Zaenuri menyatakan bahwa daya tarik adalah sesuatu yang khas dan berbeda yang dapat mempengaruhi dan menjadi tujuan dari pengunjung untuk dapat merasakan kepuasan dengan apa yang diharapkan oleh pengunjung (Zaenuri, 2012). Kepuasan itu sendiri pada dasarnya muncul berdasarkan perasaan senang atau kecewa yang berasal dari perbandingan antara harapan dengan hasil dari suatu produk yang dirasakan. Adanya daya tarik yang ditawarkan oleh wisata yang meliputi pertunjukan seni daerah, adat istiadat, maupun keindahan alam dapat menjadi suatu kepuasan

seorang pengunjung. Jadi dapat disimpulkan bahwa daya tarik dapat berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung. Menurut Wulandari dalam penelitiannya yang berjudul Implementasi Pariwisata Syariah Berdasarkan Keramahan Masyarakat Sine, Fasilitas, dan Daya Tarik Wisata untuk Meningkatkan Kepuasan Konsumen di Pantai Sine pada mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung memberikan hasil bahwa daya tarik wisata berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Wulandari, 2021). Berdasarkan kajian teori dan penelitian terdahulu maka perumusan hipotesis pertama (H_{a1}) yang diajukan adalah :

H_{o1} : Daya tarik secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung.

H_{a1} : Daya tarik secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung.

2. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pengunjung

Irawan mengemukakan bahwa harga adalah salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pengunjung (Irawan, 2003). Beberapa pengunjung pastinya akan mempertimbangkan besarnya harga dengan manfaat atau sesuatu yang dapat dinikmatinya. Produk atau jasa yang mempunyai kualitas yang sama tetapi harga yang relative murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pengunjung. Jadi dapat disimpulkan bahwa harga memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengunjung, semakin terjangkau harga, maka akan membuat pengunjung merasa puas atas jasa atau produk yang ditawarkan. Menurut Ariesty dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Harga terhadap Kepuasan Pengunjung memberikan hasil bahwa harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung (Ariesty, 2019). Berdasarkan kajian teori dan penelitian terdahulu maka perumusan hipotesis kedua (H_{a2}) yang diajukan adalah :

H₀₂ : Harga secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung.

H_a₂ : Harga secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung

Kualitas pelayanan atau *service quality* memiliki lima elemen utama yang dapat dijadikan sebagai indikator dari kualitas pelayanan seperti *reliability*, *assurance*, *tangible*, *empaty*, dan *responsiveness*. *Reliability* dapat diartikan sebagai kemampuan dalam memberikan pelayanan secara akurat kepada pengunjung. *Assurance* merujuk pada kemampuan untuk menghasilkan kepercayaan di mata pengunjung dalam melayani melalui keramahan. Dalam Kemit *Forest Education* ini terdapat program asuransi yang disediakan. *Tangible* ini mengacu pada segala yang mempengaruhi kualitas pelayanan kepada pengunjung. Seperti fasilitas untuk pengunjung, penampilan fisik dari fasilitas, dekorasi wisata, dan sebagainya. *Emphaty* ini mengacu pada perhatian perusahaan kepada pengunjung. Praktiknya yaitu dengan cara mendengarkan pengunjung, membantu pengunjung dalam menemukan solusi, memahami apa yang dicemaskan pengunjung, tidak meninggalkan pelanggan pelanggan, dan sebagainya. *Responsiveness* merujuk pada bentuk tindakan dalam merespons pengunjung dengan tepat waktu. Bila kelima elemen ini terpenuhi, maka pengunjung akan memperoleh *customer satisfaction* atau yang biasa disebut dengan kepuasan pengunjung. Menurut Irfan dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Fasilitas yang diberikan Kenari *Waterpark* Bontang terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan memberikan hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan pealnggan (Irfan, 2018). Berdasarkan kajian teori dan penelitian terdahulu maka perumusan hipotesis ketiga (H_a₃) yang diajukan adalah :

Ho₃ : Kualitas pelayanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung.

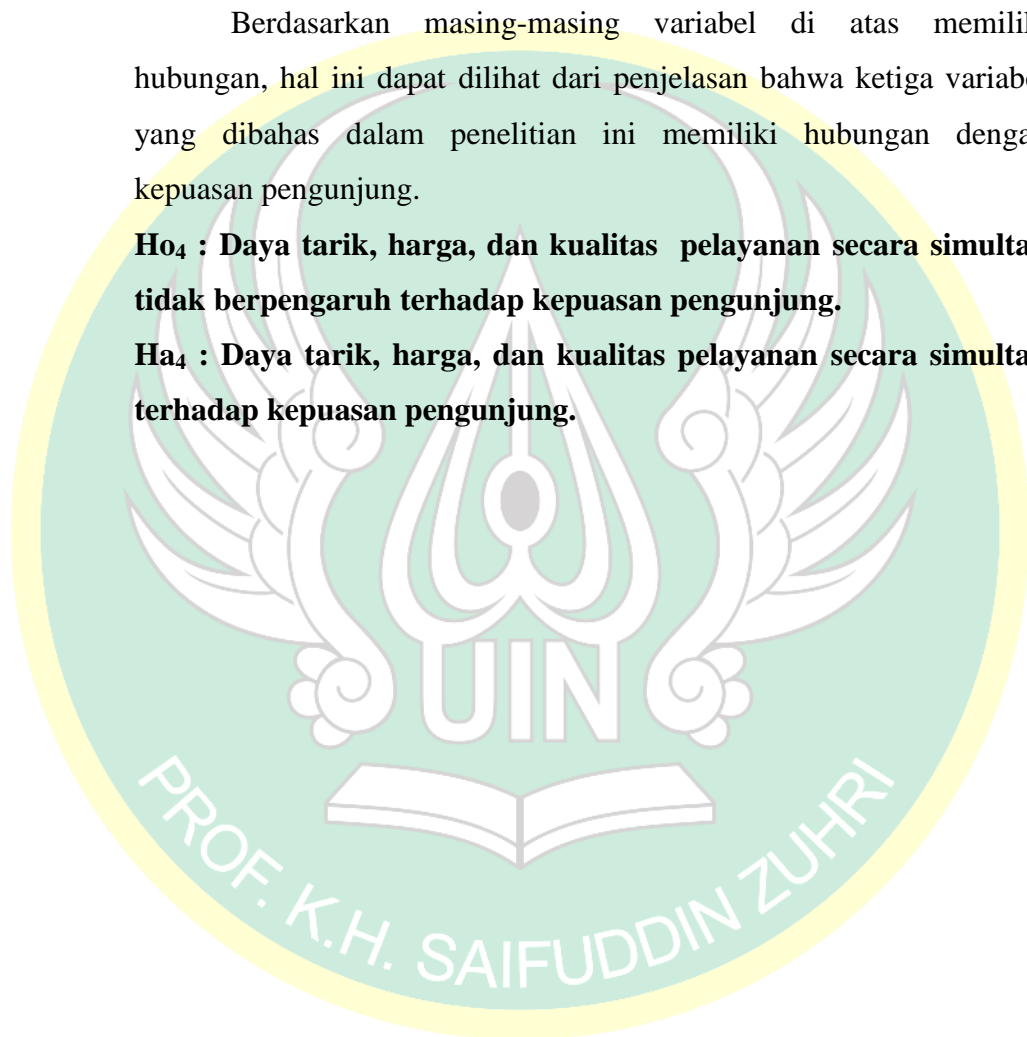
Ha₃ : Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung.

4. Pengaruh Daya Tarik, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung

Berdasarkan masing-masing variabel di atas memiliki hubungan, hal ini dapat dilihat dari penjelasan bahwa ketiga variabel yang dibahas dalam penelitian ini memiliki hubungan dengan kepuasan pengunjung.

Ho₄ : Daya tarik, harga, dan kualitas pelayanan secara simultan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung.

Ha₄ : Daya tarik, harga, dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pengunjung.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang data atau informasinya berupa angka-angka dianalisis menggunakan uji statistik, mulai dari pengumpulan data, validasi data, dan sebagainya (Sugiyono, 2017). Pendekatan pada penelitian ini melalui kuesioner, dokumentasi, dan wawancara. Dimana informasi yang dikumpulkan dengan cara mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Kuesioner disebarikan kepada pengunjung yang datang ke objek wisata Kemit *Forest Education* yang kami pilih sebagai sampel.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Tempat penelitian merupakan tempat dimana peneliti mengumpulkan informasi mengenai data yang dibutuhkan. Tempat penelitian ini dilakukan di objek wisata Kemit *Forest Education* Desa Karanggedang Kecamatan Sidareja Kabupaten Cilacap.

2. Waktu Penelitian

Pembatasan waktu ditentukan oleh peneliti agar waktu yang dimanfaatkan dapat efisien dan efektif. Peneliti harusnya selalu berpegang pada tujuan, masalah, dan jadwal yang telah dirancang sebelumnya (Moleong, 2017). Dalam hal ini peneliti mengambil waktu selama 3 bulan dimulai sejak penelitian ini disetujui.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Menurut Sugiyono, populasi merupakan suatu wilayah yang terdiri dari obyek/subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu. Populasi diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017). Populasi adalah

sekumpulan bagian yang berbentuk peristiwa, hal, ataupun orang yang mempunyai karakteristik sama dan dijadikan pusat penelitian. Dalam penelitian ini yang dijadikan subyek populasi yaitu pengunjung yang datang ke wisata Kemit *Forest Education* yang berjumlah 262 orang diambil dari data rata-rata pengunjung setiap harinya.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang diharapkan mampu mewakili populasi penelitian. Dalam menentukan sampel yang diambil dalam penelitian, peneliti menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan menggunakan tipe *incidental sampling*. *Nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang/kesempatan sama besar bagi setiap elemen (anggota) populasi yang dipilih menjadi anggota sampel. *Incidental sampling* adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, jika yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2017).

Untuk lebih meyakinkan dalam pengambilan sampel, peneliti menggunakan rumus slovin dalam menentukan jumlah sampel yang akan diambil.

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

Keterangan :

n= Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Persentase kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan

Pengambilan sampel yang dipilih oleh peneliti adalah 10% sebagai nilai e.

Berdasarkan rumus slovin maka untuk menentukan besarnya sampel dapat dihitung sebagai berikut :

$$n = \frac{262}{1 + 262(0,1)^2} = \frac{262}{1 + 2,62} = \frac{262}{3,62} = 72,37$$

Jadi, sampel penelitian yang diambil untuk penelitian ini adalah minimal sebanyak 72,37 atau dibulatkan menjadi minimal 73 orang.

D. Variabel dan Indikator Penelitian

1. Variabel Penelitian

Variabel pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Variabel bebas (X)

Variabel bebas atau yang biasa disebut dengan variabel independen adalah variabel yang menjadi sebab terjadinya perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel bebas yang digunakan pada penelitian ini adalah daya tarik (X1), harga (X2), dan kualitas pelayanan (X3).

b. Variabel terikat (Y)

Variabel terikat atau yang biasa disebut dengan variabel dependen adalah variabel yang menjadi akibat dari adanya variabel bebas atau variabel yang dipengaruhi. Variabel terikat pada penelitian ini adalah kepuasan pengunjung.

2. Indikator Penelitian

Tabel 3.1 Indikator Penelitian

No.	Variabel	Indikator
1.	Daya Tarik (X1)	1. Wisata yang dapat dinikmati 2. Daya tarik yang dapat dilihat 3. Sesuatu yang dapat dibeli (Utama, 2014)
2.	Harga (X2)	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan manfaat

		(Indrasari, 2019)
3.	Kualitas Pelayanan (X3)	1. <i>Reliability</i> 2. <i>Assurance</i> 3. <i>Tangible</i> 4. <i>Empathy</i> 5. <i>Responsiveness</i> (Indrasari, 2019)
4.	Kepuasan Pengunjung (Y)	1. Kesesuaian harapan 2. Minat berkunjung kembali 3. Kesiediaan merekomendasikan (Indrasari, 2019)

E. Pengumpulan Data Penelitian

Untuk menghasilkan data penelitian yang baik dan mendapat data yang akurat, maka penulis menggunakan :

1. Sumber Data

a. Sumber Primer

Sumber primer merupakan sumber data yang diperoleh secara langsung kepada pengumpul data (Sugiyono, 2017). Sumber data primer ini diperoleh dari penyebaran kuesioner yang nantinya akan diisi oleh pengunjung Kemit *Forest Education*.

b. Sumber Sekunder

Sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, seperti lewat dokumen atau orang lain (Sugiyono, 2017). Sumber data sekunder yang ada pada penelitian ini diperoleh dari dokumen, buku, jurnal, ataupun artikel dari internet.

2. Teknik Pengumpulan Data

a. Kuesioner

Kuesioner adalah proses pengumpulan data atau informasi dengan memberikan atau menyebar daftar pernyataan atau

pertanyaan kepada responden. Kuesioner yang digunakan dalam bentuk *semantic differential* yaitu skala yang mengukur sikap, tersusun dalam satu garis kontinum dimana jawaban yang sangat positif terletak di bagian kanan garis, dan jawaban yang sangat negative terletak di bagian kiri garis, atau sebaliknya (Sugiyono, 2017). Data yang diperoleh melalui pengukuran dengan skala *semantic differential* adalah data interval. Berikut merupakan contoh penggunaan skala *semantic differential* :

Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Sangat Setuju
---------------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	---------------

b. Dokumentasi

Menurut Sugiyono dokumen adalah catatan peristiwa yang sudah berlalu atau telah terjadi. Dokumen dapat dinyatakan dalam bentuk gambar, tulisan, atau karya dari seseorang (Sugiyono, 2017). Jenis dokumentasi yang penulis gunakan yaitu untuk mencari data atau informasi dalam bentuk dokumen atau arsip yang berkaitan dengan objek yang diteliti.

c. Wawancara

Menurut Sugiyono wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti yang ingin melakukan studi pendahuluan yang bertujuan menemukan permasalahan dan mengetahui hal-hal yang lebih mendalam dari responden (Sugiyono, 2017). Dalam hal ini peneliti melakukan wawancara kepada pengelola Kemit *Forest Education*.

F. Analisis Data Penelitian

1. Uji Instrumen Pengumpulan Data

a. Uji Validitas

Validitas berasal dari kata *validity* yang dapat diartikan sebagai ketepatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya sebuah kuesioner. Kuesioner dapat dinyatakan valid jika pernyataan atau pertanyaan yang ditentukan mampu menjelaskan hal yang akan diukur dari sebuah koesioner tersebut (Warto, 2012).

Suatu kuesioner dapat dikatakan valid jika kuesioner tersebut menghasilkan pengukuran yang tepat dan akurat sesuai dengan maksud yang diharapkan kuesioner tersebut. Dan suatu kuesioner yang tidak relevan dengan tujuan dilakukannya pengukuran maka kuesioner tersebut tidak valid atau memiliki validitas yang rendah. Ciri-ciri penilaian pada uji validitas ini yaitu sebagai berikut :

- Jika r hitung $>$ r tabel, maka data dinyatakan valid, sedangkan
- Jika r hitung \leq r tabel, maka data dinyatakan tidak valid.
- Jika probabilitasnya $\geq \alpha$ (0,05) item tersebut tidak valid.
- Jika probabilitasnya $<$ α (0,05) item tersebut valid.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah tingkat ketetapan suatu alat ukur dalam mengukur suatu gejala. Reliabilitas menunjukkan seberapa jauh hasil pengukuran yang relative konsisten apabila pengukuran dilakukan berulang kali. Penelitian dapat dinyatakan reliabel apabila menghasilkan hasil yang tetap untuk pengukuran yang sama. Dan tidak dinyatakan reliabel jika pengukuran yang dilakukan secara berulang memberikan hasil yang berbeda. Kriteria variable dapat diambil berdasarkan nilai Cronbach alpha yaitu $>$ 0.60. Selain itu, untuk mengetahui apakah instrument yang di uji reliable atau tidak, dilakukan dengan membandingkan nilai r .tot dengan r_{tabel} pada $n - 2$; α 0,05 yaitu sebagai berikut :

- Jika $r_{\text{tot}} > r_{\text{tabel}}$ berarti instrument reliable.
- Jika $r_{\text{tot}} \leq r_{\text{tabel}}$ berarti instrument tidak reliable.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji normal atau tidak nilai residual yang telah distandarisasi pada model regresi. Model regresi yang baik perlu memiliki nilai residu yang berdistribusi normal atau mendekati normal. Untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak dapat diketahui dengan menggambarkan penyebaran data melalui sebuah grafik. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, maka model regresi memenuhi normalitas (Umar, 2013). Dalam penelitian ini, uji normalitas menggunakan histogram dan *normal probability plots*. Kriteria uji normalitas menggunakan histogram yaitu jika garis berbentuk melengkung membentuk gunung dan terlihat sempurna dengan kaki yang simetris, maka dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian berdistribusi normal. Kriteria uji *normal probability plots* yaitu jika titik-titik mengikuti garis diagonal dari titik 0 dan tidak melebar terlalu jauh, maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi yang terbentuk ada korelasi yang sempurna atau tinggi diantara variabel bebas atau tidak. Model regresi dapat dikatakan terdapat gejala multikolinieritas jika dalam model regresi yang terbentuk terdapat korelasi tinggi diantara variabel bebas. Untuk mengujinya yaitu dengan membandingkan nilai *tolerance*

yang didapat dari perhitungan regresi berganda, jika terjadi gejala multikolinieritas apabila nilai *tolerance* < 0,1 (Gozali, 2011).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji adanya ketidaksamaan varians dan residual dalam sebuah model regresi. Jika varian variabel pada model regresi tidak sama (konstan) maka disebut heteroskedastisitas, sebaliknya jika pada variabel model regresi memiliki nilai sama maka disebut homokedastisitas. Dalam model regresi yang diharapkan adalah homokedastisitas atau tidak ada gejala heteroskedastisitas. Untuk mengetahui data terjadi masalah heteroskedastisitas atau tidak dapat diuji dengan menggunakan uji *scatterplot* dan uji *White* (Gozali, 2011).

3. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah analisis dengan jumlah variabel bebas (independen) lebih dari satu (Modul Praktikum Ekonometrika, 2021). Penelitian ini memiliki tiga variabel bebas, yaitu daya tarik (X1), harga (X2), dan kualitas pelayanan (X3).

Kesimpulan dapat dihasilkan berdasarkan hasil analisis apakah variabel bebas yang diuji memiliki pengaruh terhadap variabel terikatnya. Untuk mengetahui pengaruhnya dapat digunakan berdasarkan pada nilai t hitung yang dibandingkan dengan t table atau dengan membandingkan nilai *significant (p-value)* dengan tingkat *tolerance*. Adapun persamaan regresi linear berganda dapat disusun sebagai berikut :

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

Keterangan :

Y = Kepuasan Pengunjung

- α = Konstanta
 β_1 = Koefisien Regresi dari Daya Tarik
 β_2 = Koefisien Regresi dari Harga
 β_3 = Koefisien Regresi dari Kualitas Pelayanan
 X_1 = Daya Tarik
 X_2 = Harga
 X_3 = Kualitas Pelayanan
 ε = *Standard Error*

4. Uji Hipotesis

a. Uji Serempak (Uji F)

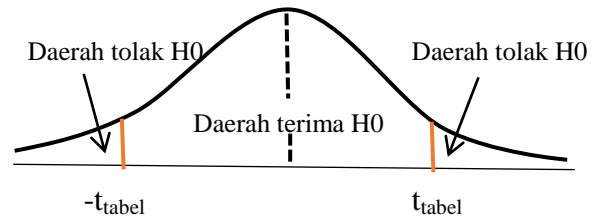
Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersamaan mempengaruhi variabel dependen. Ketentuan dari pengambilan keputusan pada uji hipotesis ini adalah sebagai berikut :

- Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak
- Jika nilai $Sig < 0.05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- Jika nilai $Sig \geq 0.05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

b. Uji Parsial (Uji t)

Uji ini digunakan untuk menguji masing-masing variabel independen secara individual terhadap variabel dependen dan juga dapat digunakan untuk menguji variabel independen mana yang paling mempengaruhi variabel dependen. Kriteria uji t dua arah adalah sebagai berikut :

- H_0 diterima atau H_a ditolak jika : $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$
- H_0 ditolak atau H_a diterima jika : $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $t_{hitung} < -t_{tabel}$



c. Uji Koefisien Determinasi (Uji *Adjusted R Square*)

Koefisien determinasi merupakan suatu ukuran yang menunjukkan seberapa jauh kemampuan model dalam menerapkan variasi variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini menggunakan uji determinasi berupa Uji *Adjusted R Square*.



BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Singkat Kemit *Forest Education*

Wisata Kemit *Forest Education* didirikan sejak Januari Tahun 2017 dengan inisiasi dari masyarakat dan Perum Perhutani dalam hal ini yaitu Lembaga Masyarakat Desa Hutan (LMDH) dan Perum Perhutani KPH Banyumas Barat serta didukung oleh CV. Masterbee. Kemit *Forest Education* ditetapkan sebagai wisata rintisan di Perum Perhutani pada tanggal 29 Maret 2018 berdasarkan SK Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Tengah Nomor 247/KPTS/Divre Jateng/2018 (Company Profile of Kemit Forest, 2022).

Nama Kemit *Forest Education* mengacu pada nama sebuah bukit yang sudah ada yaitu bukit Kemit yang berada di kawasan hutan yang dikelola oleh Perum Perhutani dengan bentang alam berupa hutan pinus dengan usia yang cukup dewasa, dimana pengelolaannya berpedoman pada kelestarian hutan dan lingkungan. Kemit *Forest Education* merupakan tempat dengan ekosistem dan masyarakat yang masih memegang teguh budaya serta upaya kelestarian alam dengan pekerjaan utama di bidang agraris (Company Profile of Kemit Forest, 2022).

Tempat wisata ini awalnya adalah hutan produksi pinus yang kemudian dijadikan sebagai hutan wisata. Berdirinya Kemit *Forest Education* merupakan kerjasama antara Lembaga Masyarakat Desa Hutan (LMDH) Giri Mulya dengan perhutani pada tahun 2016. Seiring berjalannya waktu, ternyata *profit* dari wisata lebih sedikit daripada hasil dari hutan produksi. Oleh karena itu, hadirilah CV Masterbee Indonesia sebagai pengembang atau investor. Pada tahun 2017 dari CV Masterbee mencoba menawarkan daya tarik dalam berbagai bentuk wahana. Maka, pada saat itu muncul perjanjian *tripartid* yang meliputi unsur perhutani, LMDH, dan CV Masterbee Indonesia yang masih

berjalan hingga saat ini. Hadirnya CV Masterbee Indonesia dapat meningkatkan jumlah pengunjung yang signifikan (Andriwiguna, 2022).

Kemit *Forest Education* berlokasi di Kawasan Hutan Perum Perhutani KPH Banyumas Barat Petak 18 RPH Sidareja dengan luas obyek 5.00 Ha. Secara administrasi berada di Jl. Sirkaya Desa Karanggedang Kecamatan Sidareja Kabupaten Cilacap Jawa Tengah. Wisata Kemit *Forest Education* dapat dikatakan sebagai wisata edukasi untuk wisatawan seperti *astrocamp* dan beberapa wahana lainnya dengan tetap berpedoman pada nilai-nilai kebermanfaatan alam, lingkungan sosial masyarakat, dan pendidikan. CV. Masterbee turut serta membangun pariwisata berbasis *Community Base Tourism* (CBT) sejak tahun 2017 bersama LMBH Giri Mulya, CV. Masterbee Pemerintah Desa Karanggedang, dan Perum Perhutani (Company Profile of Kemit Forest, 2022).

Wisata Kemit *Forest Education* bergerak dalam bidang daya tarik wisata berupa keindahan alam yang dipadukan dengan keindahan buatan manusia. Wisata Kemit *Forest Education* mengusung prinsip segitiga wisata ramah serta berpedoman pada CBT dan kolaboratif manajemen dalam pembangunannya. Wisata Kemit *Forest Education* difokuskan untuk memenuhi minat terdalam wisatawan akan keindahan bentang alam dengan segala fenomena estetika dan daya tarik buatan yang menarik dan unik, serta edukasi mengenai kehiatan sosial budaya masyarakat yang tergambar dalam sistem adat istiadat, pola kebudayaan, kearifan lokal, serta ketertarikan wisatawan akan kehidupan masyarakat pedesaan yang agraris (Company Profile of Kemit Forest, 2022).

Produk wisata Kemit *Forest Education* terbagi menjadi 2 hal utama yaitu Wisata aktif dan wisata pasif. Wisata aktif berupa wahana buatan manusia serta program edukasi (*Outbond*). Kemit *Forest Education* memiliki 20 wahan aktif, antara lain : *Skybridge*, Rumah

Hobbit, De Lounge, Camphouse, Sarang Burung, Sepeda Udara, Trampolin, Playground, Panah, Paint ball, Kereta anak, dan lain-lain.

2. Visi dan Misi *Kemit Forest Education*

a. Visi

“Menjadi Daya Tarik Wisata yang Unggul dan Beredukasi Lingkungan”

Pernyataan Visi :

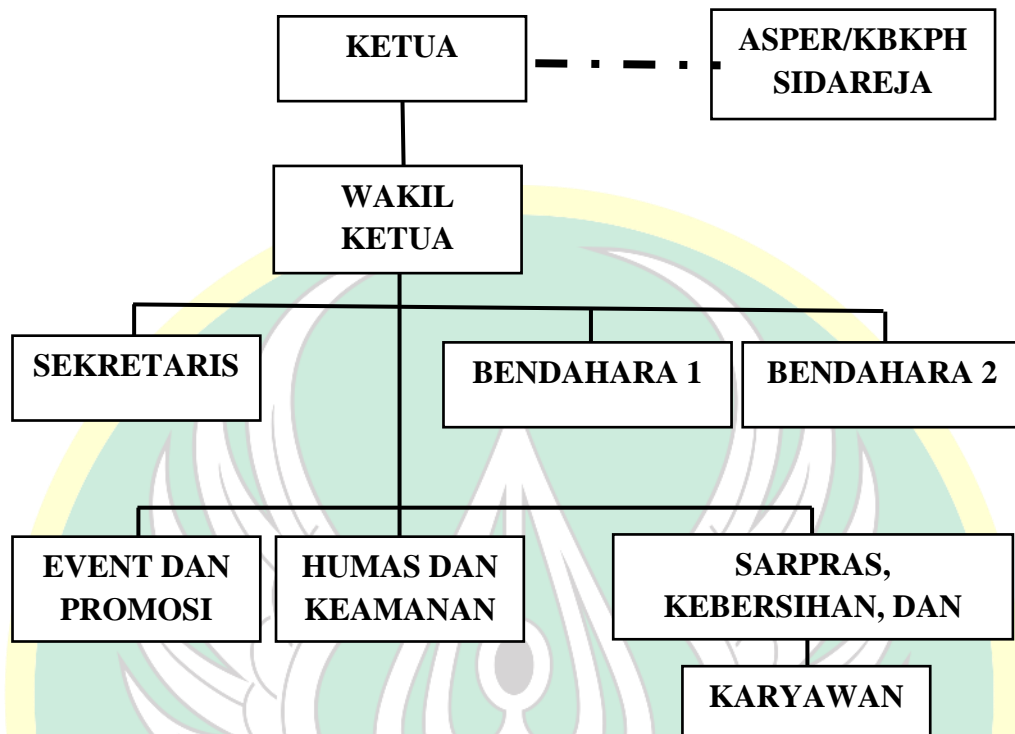
Pesona alam *Kemit Forest Education* dan kearifan lokal masyarakatnya merupakan sumberdaya pariwisata Indonesia yang dimanfaatkan guna meningkatkan ekonomi masyarakat dan pelaku wisata, serta untuk memenuhi kebutuhan pendidikan, pengalaman dan sensasi terdalam wisatawan dengan tetap melestarikan kearifan lokal dan alam untuk dipergunakan oleh generasi mendatang. Pariwisata yang melahirkan kebaikan yang berkesinambungan pada alam, masyarakat, dan *stakeholder*.

b. Misi

- 1) Memberikan edukasi kepada wisatawan tentang wisata alam berbaris lingkungan dan masyarakat dengan profesionali dan komitmen dalam pelayanan.
- 2) Menjadi pengelola wisata dengan prinsip berbaris lingkungan dan masyarakat.
- 3) Ikut serta terlibat membangun dan mengembangkan tingkat ekonomi masyarakat sekitar dengan prinsip manajemen kolaborasi serta pemberdayaan masyarakat lokal.

3. Struktur Manajemen Kemit *Forest Education*

Gambar 4.1 Struktur Manajemen Kemit *Forest Education*



Sumber : Data Sekunder 2022

Gambar 4.1 menggambarkan bagaimana pola hubungan struktural yang ada di Wisata Kemit *Forest Education*. Struktur manajemen ini disusun untuk menggambarkan fungsi-fungsi, atau bagian-bagian atau jabatan-jabatan dalam Wisata Kemit *Forest Education* dan menunjukkan garis intruksi yang resmi termasuk di dalamnya terdapat tugas, wewenang, dan tanggungjawab.

B. Gambaran Umum Responden

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah dibagikan kepada responden yaitu pengunjung Kemit *Forest Education*, yang dilaksanakan pada tanggal 25 Desember 2022 s/d 31 Desember 2022, maka dapat diambil beberapa gambaran tentang karakteristik responden yang diteliti. Adapun karakteristik responden sebagai berikut :

1. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

		Jenis Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	15	20.0	20.0	20.0
	Perempuan	60	80.0	80.0	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Sumber data diolah SPSS 22 (2022)

Tabel 4.1 menunjukkan data responden tersebut bahwa responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 15 orang dengan jumlah presentase sebesar 20%, dan responden perempuan sebanyak 60 orang dengan jumlah presentase sebesar 80%. Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa jumlah responden dalam penelitian ini banyaknya responden berjenis kelamin perempuan lebih banyak daripada laki-laki.

2. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 18	15	20.0	20.0	20.0
	19-24	45	60.0	60.0	80.0
	> 25	15	20.0	20.0	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Sumber data diolah SPSS 22 (2023)

Tabel 4.2 menunjukkan data responden bahwa responden beumur kurang dari 18 tahun sebanyak 15 orang dengan jumlah presentase sebesar 20%, responden berumur 19-24 tahun sebanyak 45 dengan jumlah presentase sebesar 60%, dan responden berumur lebih dari 25 tahun sebanyak 15 dengan jumlah presentase sebesar 20%. Jadi, dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini mayoritas

responden yang berkunjung ke wisata Kemit *Forest Education* yaitu berumur 19-24 tahun.

3. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Daerah Asal

Tabel 4.3 Karakteristik Responden berdasarkan Daerah Asal

Daerah Asal		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Karanggedang	2	2.7	2.7	2.7
	Sidareja	14	18.7	18.7	21.3
	Gandrungmangu	16	21.3	21.3	42.7
	Kedungreja	2	2.7	2.7	45.3
	Patimuan	1	1.3	1.3	46.7
	Cipari	1	1.3	1.3	48.0
	Majenang	3	4.0	4.0	52.0
	Karangpucung	1	1.3	1.3	53.3
	Cimanggu	1	1.3	1.3	54.7
	Kawunganten	9	12.0	12.0	66.7
	Cilacap	20	26.7	26.7	93.3
	Banyumas	2	2.7	2.7	96.0
	Purbalingga	1	1.3	1.3	97.3
	Pemalang	1	1.3	1.3	98.7
	Klaten	1	1.3	1.3	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Sumber data diolah SPSS 22 (2023)

Tabel 4.3 menunjukkan data responden berdasarkan daerah asal yaitu dari desa wisata sendiri yaitu Desa Karanggedang sebanyak 2 orang (2,7%). Responden yang berasal dari Kecamatan wisata yaitu Sidareja sebanyak 14 orang (18,7%), selain itu berasal dari kecamatan lainnya yang berada di Kabupaten Cilacap meliputi Gandrungmangu sebanyak 16 orang (21,3%), Kedungreja sebanyak 2 orang (2,7%), Patimuan, Cipari, Karangpucung, dan Cimanggu sebanyak 1 orang (1,3%), Majenang sebanyak 3 orang (4%), dan Kawunganten sebanyak (12%). Responden yang berasal dari Kabupaten Wisata yaitu Cilacap sebanyak 20 orang (26,7%), selain itu yang berasal dari Kabupaten

lainnya meliputi Banyumas sebanyak 2 orang (2,7%), Purbalingga, Pemalang, dan Klaten sebanyak 1 orang (1,3%). Jadi, dapat disimpulkan berdasarkan data tersebut bahwa responden yang berkunjung ke Wisata Kemit *Forest Education* mayoritas berasal dari Cilacap.

4. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.4 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Pelajar	14	18.7	18.7	18.7
Mahasiswa	31	41.3	41.3	60.0
Wiraswasta	5	6.7	6.7	66.7
PNS/POLRI/TNI	7	9.3	9.3	76.0
Karyawan	7	9.3	9.3	85.3
Tani	1	1.3	1.3	86.7
Pekerja	2	2.7	2.7	89.3
Buruh Swasta	2	2.7	2.7	92.0
Perawat	1	1.3	1.3	93.3
Guru	2	2.7	2.7	96.0
IRT	3	4.0	4.0	100.0
Total	75	100.0	100.0	

Sumber data diolah SPSS 22 (2023)

Tabel 4.4 menunjukkan data responden yang berstatus sebagai pelajar sebanyak 14 orang (18,7%), Mahasiswa/i sebanyak 31 orang (41,3%), Wiraswasta sebanyak 5 orang (6,7%), PNS/POLRI/TNI sebanyak 7 orang (9,3%), selain itu responden yang berstatus lainnya meliputi Karyawan sebanyak 7 orang (9,3%), Tani sebanyak 1 orang (1,3%), Pekerja sebanyak 2 orang (2,7%), Buruh swasta sebanyak 2 orang (2,7%), Perawat sebanyak 1 orang (1,3%), Guru sebanyak 2 orang (2,7%), dan IRT sebanyak 3 orang (4%). Jadi, dapat disimpulkan berdasarkan data tersebut bahwa mayoritas pengunjung Kemit *Forest Education* berstatus sebagai Mahasiswa/i.

5. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Banyaknya Jumlah Berkunjung

Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Berkunjung

		Banyaknya Jumlah Kunjungan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Kali	16	21.3	21.3	21.3
	2 Kali	14	18.7	18.7	40.0
	Lebih dari 2 kali	45	60.0	60.0	100.0
Total		75	100.0	100.0	

Sumber data diolah SPSS 22 (2023)

Tabel 4.6 menunjukkan bahwa banyaknya jumlah pengunjung, yaitu responden yang berkunjung sebanyak 1 kali sebanyak 16 orang dengan presentase 21,3%, responden yang berkunjung sebanyak 2 kali sebanyak 14 orang dengan presentase 18,7%, sedangkan responden yang berkunjung lebih dari 2 kali sebanyak 45 orang dengan presentase 60%. Berdasarkan data tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa mayoritas pengunjung Kemit *Forest Education* telah berkunjung lebih dari 2 kali.

6. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Kunjungan

Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan kunjungan

		Kunjungan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sendiri	2	2.7	2.7	2.7
	Kerabat/teman	44	58.7	58.7	61.3
	Keluarga	29	38.7	38.7	100.0
Total		75	100.0	100.0	

Sumber data diolah SPSS 22 (2023)

Tabel 4.6 menunjukkan bahwa responden yang berkunjung sendiri sebanyak 2 orang (2,7%), responden yang berkunjung bersama

Kerabat/teman sebanyak 44 orang (58,7%), dan responden yang berkunjung bersama Keluarga sebanyak 29 orang (38,7%). Jadi, dapat disimpulkan berdasarkan data tersebut bahwa responden yang mengunjungi Kemit *Forest Education* mayoritas berkunjung bersama kerabat/teman.

C. Hasil Analisis Data

1. Uji Instrumen Pengumpulan Data

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya semua item pernyataan kuesioner. Setiap item kuesioner memiliki nilai r hitung yang akan dibandingkan dengan r tabel untuk menghasilkan kesimpulan valid atau tidak valid. Nilai r tabel diperoleh dengan rumus $df = n-2$ dengan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$ uji dua arah. Jika nilai n sebanyak 75 sampel, maka $df = n-2 = 75-2 = 73$ dan didapatkan nilai r tabel yaitu 0,227. Nilai r hitung diperoleh menggunakan *software* SPSS versi 22 yaitu dengan melakukan analisis korelasi *bivariate* pada setiap item pernyataan kuesioner. Kriteria pengambilan keputusan uji validitas yaitu jika nilai r hitung $>$ r tabel maka item pernyataan dapat dikatakan valid. Begitu juga sebaliknya, jika nilai r hitung $<$ r tabel maka item pernyataan dikatakan tidak valid (Warto, 2012).

1) Uji Validitas Variabel Daya Tarik

Variabel Daya Tarik yang terdiri dari sepuluh item pernyataan setelah diuji validitas menunjukkan hasil sebagai berikut :

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Daya Tarik

No. Item	r_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
X1.1	0,776	0,227	VALID
X1.2	0,757		
X1.3	0,760		
X1.4	0,767		
X1.5	0,490		
X1.6	0,818		

X1.7	0,704		
X1.8	0,812		
X1.9	0,843		
X1.10	0,855		

Sumber data diolah SPSS 22 (2023)

Berdasarkan Tabel 4.7 di atas dapat diketahui bahwa sepuluh item pernyataan semuanya menunjukkan hasil r hitung $>$ r tabel, maka dapat disimpulkan instrumen penelitian variabel daya tarik yaitu valid.

2) Uji Validitas Variabel Harga

Variabel Harga yang terdiri dari sepuluh item pernyataan setelah diuji validitas menunjukkan hasil sebagai berikut :

Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Harga

No. Item	r hitung	R tabel	Keterangan
X2.1	0,895	0,227	VALID
X2.2	0,917		
X2.3	0,919		
X2.4	0,917		
X2.5	0,846		
X2.6	0,897		
X2.7	0,762		
X2.8	0,842		
X2.9	0,913		
X2.10	0,866		

Sumber data diolah SPSS 22 (2023)

Berdasarkan Tabel 4.8 di atas dapat diketahui bahwa sepuluh item pernyataan semuanya menunjukkan hasil r hitung $>$ r tabel, maka dapat disimpulkan instrumen penelitian variabel harga yaitu valid.

3) Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

Variabel Kualitas Pelayanan yang terdiri dari sepuluh item pernyataan setelah diuji validitas menunjukkan hasil sebagai berikut :

Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas pelayanan

No. Item	Rhitung	Rtabel	Keterangan
X3.1	0,873	0,227	VALID
X3.2	0,885		
X3.3	0,874		
X3.4	0,899		
X3.5	0,836		
X3.6	0,822		
X3.7	0,875		
X3.8	0,865		
X3.9	0,854		
X3.10	0,907		

Sumber data diolah SPSS 22 (2023)

Berdasarkan Tabel 4.9 di atas dapat diketahui bahwa sepuluh item pernyataan semuanya menunjukkan hasil r hitung > r tabel, maka dapat disimpulkan instrumen penelitian variabel kualitas pelayanan yaitu valid.

4) Uji Validitas Variabel Kepuasan Pengunjung

Variabel Kepuasan Pengunjung yang terdiri dari sepuluh item pernyataan setelah diuji validitas menunjukkan hasil sebagai berikut :

Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pengunjung

No. Item	Rhitung	Rtabel	Keterangan
Y.1	0,949	0,227	VALID
Y.2	0,924		
Y.3	0,934		
Y.4	0,907		
Y.5	0,910		
Y.6	0,897		
Y.7	0,918		
Y.8	0,908		
Y.9	0,915		
Y.10	0,859		

Sumber data diolah SPSS 22 (2023)

Berdasarkan Tabel 4.10 di atas dapat diketahui bahwa sepuluh item pernyataan semuanya menunjukkan hasil r hitung

> r tabel, maka dapat disimpulkan instrumen penelitian variabel kepuasan pengunjung yaitu valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur tingkat ketetapan suatu instrumen. Penelitian ini dapat diambil berdasarkan rumus *Cronbach's alpha* menggunakan SPSS. Keputusan dapat diambil jika nilai *Cronbach's alpha* > 0,60 maka dikatakan reliabel (Warto, 2012). Berikut ini hasil dari uji reliabilitas terhadap kuesioner masing-masing variabel :

Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Batas	Keterangan
Daya Tarik (X1)	0,917	0,60	Reliabel
Harga (X2)	0,965		
Kualitas Pelayanan (X3)	0,962		
Kepuasan Pengunjung (Y)	0,977		

Sumber data diolah SPSS 22 (2023)

Berdasarkan tabel 4.11 di atas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's alpha* pada masing-masing variabel yaitu Daya Tarik (X1), Harga (X2), Kualitas Pelayanan (X3), dan Kepuasan Pengunjung (Y) lebih besar dari 0,60. Maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel tersebut dapat dikatakan reliabel.

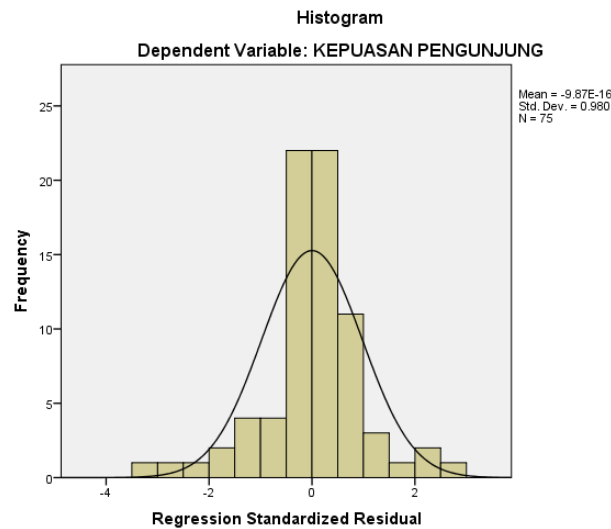
2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk menguji penyebaran data apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak normal. Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak dapat diketahui dengan menggambarkan penyebaran data melalui sebuah grafik. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, maka model regresi memenuhi normalitas (Umar, 2013). Dalam penelitian ini, uji normalitas

menggunakan histogram dan *normal probability plots*. Berikut hasil dari uji normalitas dalam gambar 4.2 dan 4.3.

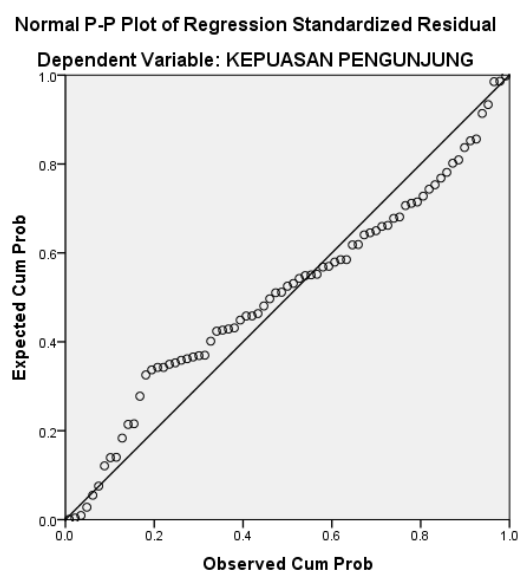
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas



Sumber data diolah SPSS 22 (2023)

Pada tabel histogram di atas memperlihatkan bahwa garis melengkung membentuk gunung dan terlihat sempurna dengan kaki yang simetris, maka dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian berdistribusi normal.

Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas



Sumber data diolah SPSS 22 (2023)

Pada gambar 4.3 memperlihatkan bahwa titik-titik mengikuti garis diagonal dari titik 0 dan tidak melebar terlalu jauh, maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinieritas digunakan untuk mengidentifikasi apakah dalam model regresi yang terbentuk ada korelasi yang sempurna atau tinggi diantara variabel bebas atau tidak. Keputusan dapat diambil jika variabel bebas menunjukkan bahwa nilai VIF < 10 dan nilai *tolerance* > 0,1 maka dapat dikatakan bebas dari gejala multikolinieritas (Gozali, 2011).

Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-2.349	5.013		-.469	.641		
DAYA TARIK	.251	.134	.192	1.878	.065	.204	4.891
HARGA	.381	.090	.407	4.236	.000	.233	4.290
KUALITAS PELAYANAN	.419	.110	.371	3.799	.000	.225	4.435

a. Dependent Variable: KEPUASAN PENGUNJUNG

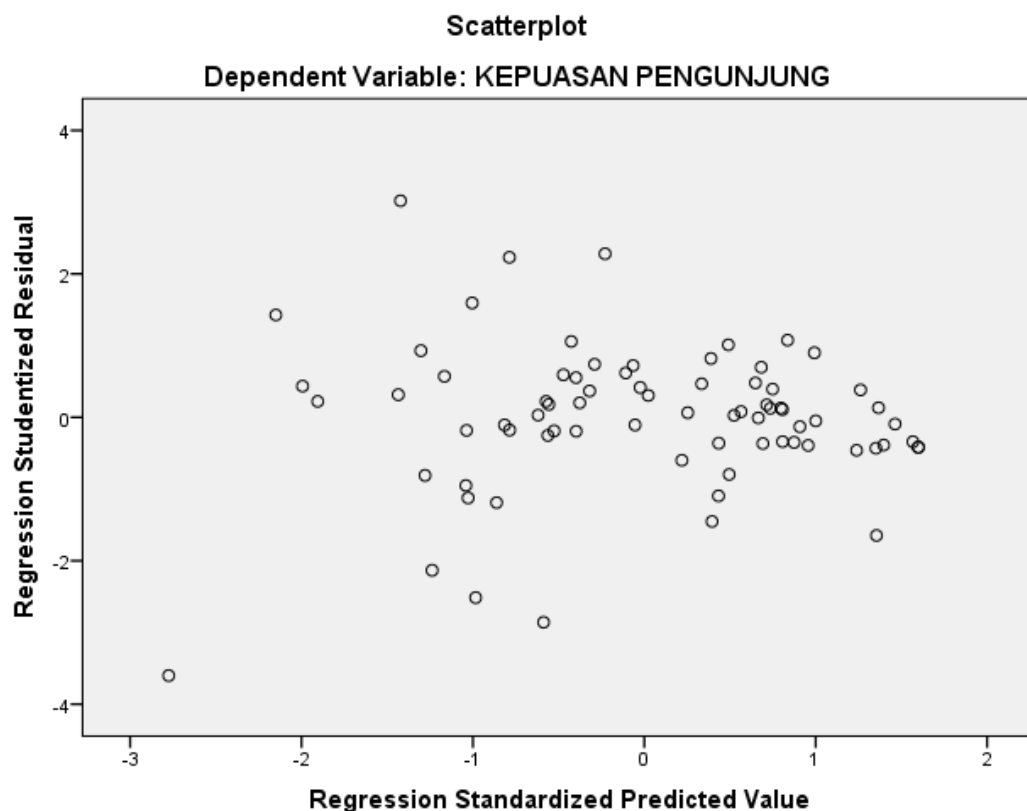
Sumber data diolah SPSS 22 (2023)

Berdasarkan tabel 4.12 menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai nilai VIF < 10, yaitu variabel daya tarik (X1) sebesar 4,891, harga (X2) sebesar 4,290, dan kualitas pelayanan (X3) sebesar 4,435. Semua variabel memiliki nilai *tolerance* > 0,1 yaitu variabel daya tarik (X1) sebesar 0,204, harga (X2) sebesar 0,233, dan kualitas pelayanan (X3) sebesar 0,225. Maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel tersebut bebas dari gejala multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji adanya ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain dalam sebuah model regresi. Untuk mengetahui data terjadi masalah heteroskedastisitas atau tidak dapat diuji dengan menggunakan uji *Scatterplot* dan uji *white*, yaitu dengan cara meregres residual kuadrat (U^2) dengan variabel independen, variabel independen kuadrat dan perkalian (interaksi) variabel independen. Pengambilan keputusan dalam uji *White* yaitu jika C^2 hitung $<$ C^2 tabel maka tidak terjadi gejala atau terbebas uji heteroskedastisitas (Gozali, 2011).

Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas *Scatterplot*



Sumber data diolah SPSS 22 (2023)

Berdasarkan hasil gambar 4.4 di atas dapat ditarik kesimpulan yaitu jika titik-titik menyebar secara acak di atas atau di bawah angka 0 pada sumbu *Regression Studentized Residual*, maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Tabel 4.13 Hasil Uji White

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.753 ^a	.567	.508	63.90359

a. Predictors: (Constant), X2X3, DAYA TARIK, KUALITAS PELAYANAN, HARGA, X2_Kuadrat, X1_Kuadrat, X3_Kuadrat, X1X2, X1X3

b. Dependent Variable: U2t

Sumber data diolah SPSS 22 (2023)

Pengambilan keputusan dalam uji *White* yaitu jika C^2 hitung $< C^2$ tabel maka tidak terjadi gejala atau terbebas uji heteroskedastisitas. C^2 hitung didapatkan melalui rumus $n \times R$ *Square* = $74 \times 0,567 = 42,525$. C^2 tabel diperoleh dari $df = n - 1 = 75 - 1 = 74$ dan didapatkan dalam tabel *Chi-Square* yaitu 95,08147. Berdasarkan tabel 4.13 diketahui bahwa nilai C^2 hitung ($42,525 < C^2$ tabel ($95,08147$)), jadi dapat disimpulkan pada model regresi yang terbentuk dinyatakan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

3. Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda adalah analisis dengan jumlah variabel bebas (independen) lebih dari satu (Modul Praktikum Ekonometrika, 2021). Dalam penelitian ini, uji regresi linear berganda digunakan untuk menguji pengaruh Daya Tarik (X1), Harga (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3) terhadap Kepuasan Pengunjung (Y). adapun hasil uji regresi linear berganda dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-2.349	5.013		-.469	.641
DAYA TARIK	.251	.134	.192	1.878	.065
HARGA	.381	.090	.407	4.236	.000
KUALITAS PELAYANAN	.419	.110	.371	3.799	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN PENGUNJUNG

Sumber data diolah SPSS 22 (2023)

Berdasarkan tabel 4.14 di atas dapat dilihat nilai konstanta (nilai α) sebesar -2,349 dan untuk daya Tarik (nilai β) sebesar 0,251 sementara Harga (nilai β) sebesar 0,381 serta Kualitas pelayanan (nilai β) sebesar 0,419. Sehingga dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = -2,349 + 0,251X_1 + 0,381X_2 + 0,419X_3 + e$$

Persamaan regresi diatas menunjukkan hubungan antara variabel dependen secara parsial, persamaan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

- Y = Nilai Konstanta Kepuasan Pengunjung (Y) sebesar -2,349 yang menyatakan jika variabel Daya Tarik, Harga, dan Kualitas Pelayanan sama dengan nol atau tetap, maka Kepuasan pengunjung akan rendah.
- β_1 = Koefisien X1 sebesar 0,251 berarti bahwa setiap terjadi peningkatan variabel X1 (Daya Tarik) sebesar 1 satuan maka Kepuasan Pengunjung meningkat sebesar 0,251 satuan dengan asumsi bahwa variabel lainnya yaitu Harga dan Kualitas Pelayanan bernilai 0 atau tetap.
- β_2 = Koefisien X2 sebesar 0,381 berarti bahwa setiap terjadi peningkatan variabel X2 (Harga) sebesar 1 satuan maka Kepuasan

Pengunjung meningkat sebesar 0,381 satuan dengan asumsi bahwa variabel lainnya yaitu daya tarik dan Kualitas Pelayanan bernilai 0 atau tetap.

- d. β_3 = Koefisien X_2 sebesar 0,419 berarti bahwa setiap terjadi peningkatan variabel X_3 (Kualitas Pelayanan) sebesar 1 satuan maka Kepuasan Pengunjung meningkat sebesar 0,419 satuan dengan asumsi bahwa variabel lainnya yaitu Daya Tarik dan Harga bernilai 0 atau tetap.

4. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji ini digunakan untuk menguji pengaruh secara parsial masing-masing variabel independen secara individual terhadap variabel dependen. Uji parsial ini menggunakan kriteria dua arah dengan signifikansi sebesar 0,05. Adapun tabel output uji t terdapat pada tabel 4.14.

1) Pengaruh Daya Tarik terhadap Kepuasan Pengunjung

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Nilai t hitung variabel daya tarik sebesar $1,878 < \text{Nilai } t \text{ tabel } (\alpha = 5\%/2, df = n-k)$ sebesar 1,993 serta nilai signifikansi (sig.) sebesar $0,065 > \alpha 0,05$ artinya **hipotesis pertama** menyatakan bahwa Daya Tarik secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Pengunjung **ditolak**.

2) Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pengunjung

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Nilai t hitung variabel harga sebesar $4,236 > \text{Nilai } t \text{ tabel } (\alpha = 5\%/2, df = n-k)$ sebesar 1,993 serta nilai signifikansi (sig.) sebesar $0,000 < \alpha 0,05$ artinya **hipotesis kedua** Harga secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Pengunjung **diterima**.

3) Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Nilai t hitung variabel kualitas pelayanan sebesar $3,799 >$ Nilai t tabel ($\alpha = 5\%/2$, $df = n-k$) sebesar 1,993 serta nilai signifikansi (sig.) sebesar $0,000 <$ alpha 0,05 artinya **hipotesis ketiga** Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Pengunjung **diterima**.

b. Uji Serempak (Uji F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersamaan mempengaruhi variabel dependen. Uji simultan ini menunjukkan kriteria pengujian dengan signifikansi sebesar 0,05.

Tabel 4.15 Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	18381.614	3	6127.205	131.480	.000 ^b
	Residual	3308.733	71	46.602		
	Total	21690.347	74			

a. Dependent Variable: KEPUASAN PENGUNJUNG

b. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAYA TARIK

Sumber data diolah SPSS 22 (2023)

Berdasarkan tabel 4.15 menunjukkan bahwa nilai Nilai F hitung sebesar $131,480 >$ Nilai F tabel ($df1 = k-1$, $df2 = n-k$) sebesar 2,734 serta Nilai Signifikan sebesar $0,000 <$ 0,05 artinya **hipotesis keempat** Daya Tarik, Harga, dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pengunjung **diterima**.

c. Uji Koefisien Determinasi (Uji *Adjusted R Square*)

Koefisien determinasi merupakan suatu ukuran yang menunjukkan seberapa jauh kemampuan model dalam menerapkan

variasi variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini menggunakan uji determinasi berupa Uji *Adjusted R Square*.

Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.921 ^a	.847	.841	6.827

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAYA TARIK

Sumber data diolah SPSS 22 (2023)

Tabel 4.17 Nilai Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

Berdasarkan tabel 4.16 hasil pengujian regresi linear berganda menunjukkan bahwa Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,841 dan termasuk kategori sangat kuat dilihat dari tabel 4.17 artinya variabel Daya Tarik, Harga, dan Kualitas Pelayanan dapat mempengaruhi variabel Kepuasan pengunjung sebesar 84,1%, sedangkan sisanya sebesar 15,9% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini. Misalnya kualitas produk, biaya, dan emosional (Indrasari, 2019).

D. Pembahasan

1. Pengaruh Daya Tarik terhadap Kepuasan Pengunjung

Teori yang dikemukakan oleh Zaenuri menyatakan bahwa daya tarik adalah sesuatu yang khas dan berbeda yang dapat mempengaruhi dan menjadi tujuan dari pengunjung untuk dapat merasakan kepuasan dengan apa yang diharapkan oleh pengunjung (Zaenuri, 2012). Kepuasan itu sendiri pada dasarnya muncul berdasarkan perasaan

senang atau kecewa yang berasal dari perbandingan antara harapan dengan hasil dari suatu produk yang dirasakan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik memiliki nilai t hitung sebesar $1,878 < t$ tabel $1,993$ serta nilai signifikansi (sig.) sebesar $0,065 > \alpha$ $0,05$ artinya **hipotesis pertama** menyatakan bahwa daya tarik secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung **ditolak**.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa pengunjung sudah mengetahui adanya daya tarik wisata yang disediakan, namun pengunjung tidak mengambil kepuasan berdasarkan daya tarik yang berarti Wisata Kemit *Forest Education* belum memenuhi harapan sebagian besar pengunjung dalam memberikan daya tarik wisata yang menarik. Hal ini didukung dengan hasil pertanyaan terbuka dari responden yang merasa kurang puas terhadap daya tarik yang disediakan seperti kurangnya perawatan wahana karena masih ada wahana yang sudah tidak layak dipakai untuk segera diganti atau diperbaiki, pengunjung merasa bosan karena kurangnya wahana yang baru dan harus membayar di setiap wahana. Tetapi beberapa pengunjung tidak hanya melihat objek wisata melalui penampilan fisik atau fasilitas seperti wahana yang disediakan, melainkan dapat dilihat dari suasana dan lingkungan yang menyenangkan bagi pengunjung dan keindahan alam yang masih asri.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ariesty dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Harga terhadap Kepuasan Pengunjung yang menyatakan bahwa daya tarik memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung (Ariesty, 2019). Namun, hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Berliana dkk dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Daya Tarik Wisata, Citra Destinasi, dan Harga terhadap Kepuasan Pengunjung Objek Wisata Puncak Mas Lampung yang menyatakan

bahwa secara parsial daya tarik wisata tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung (Afifah Berliana, 2022).

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan mengukur persepsi pengunjung mengenai daya tarik wisata di Kemit *Forest Education* dan pengaruhnya terhadap kepuasan pengunjung yang dapat dikaitkan dengan Q.S. Nuh (71) : 19-20 sebagai berikut :

وَاللَّهُ جَعَلَ لَكُمْ الْأَرْضَ بِسَاطًا

لِتَسْلُكُوا مِنْهَا سُبُلًا فِجَاجًا

Artinya : “19. Dan Allah menjadikan bumi untukmu sebagai hamparan. 20. Agar kamu dapat pergi kian kemari di jalan-jalan yang luas.”

Berdasarkan ayat di atas dapat dijelaskan bahwa Allah SWT. telah menyiapkan hamparan (alam yang indah) yang bisa dijadikan daya tarik untuk berwisata. Hamparan atau alam yang indah disini dapat juga diartikan sebagai suatu daya tarik yang meliputi keindahan alam. Jadi, pengunjung belum mengambil kepuasan dari daya tarik berdasarkan wahana, namun pengunjung dapat mengambil kepuasan berdasarkan keindahan alam yang disediakan. Dengan demikian, adanya daya tarik akan menyebabkan pengunjung untuk datang berwisata.

Gambar 4.5 Wahana Playground



Gambar 4.6 Wisata Kemit *Forest Education* di malam hari



Gambar 4.7 Wisata Kemit *Forest Education* dari atas



Berdasarkan gambar di atas terlihat bahwa daya tarik yang disediakan yaitu oleh keindahan alam yang masih asri, tenang, dan nyaman untuk dinikmati.

2. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pengunjung

Irawan mengemukakan bahwa harga adalah salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pengunjung (Irawan, 2003). Beberapa pengunjung pastinya akan mempertimbangkan besarnya harga dengan manfaat atau sesuatu yang dapat dinikmatinya. Produk atau jasa yang mempunyai kualitas yang sama tetapi harga yang

relative murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pengunjung.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga memiliki nilai t hitung sebesar $4,236 > t$ tabel sebesar $1,993$ serta nilai signifikansi (sig.) sebesar $0,000 < \alpha 0,05$ artinya **hipotesis kedua** menyatakan bahwa harga secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung **diterima**.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa pengunjung Wisata Kemit *Forest Education* merasakan kepuasan karena harga yang diberikan terjangkau, harga yang sesuai dengan kualitas, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat yang dapat dirasakan. Hal ini didukung dengan hasil jawaban responden yang setuju dengan pernyataan pada kuesioner penelitian.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ariesty dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Harga terhadap Kepuasan Pengunjung yang menyatakan bahwa harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung (Ariesty, 2019).

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan mengukur persepsi pengunjung mengenai harga di Wisata Kemit *Forest Education* dan pengaruhnya terhadap kepuasan pengunjung yang dapat dikaitkan dengan hadis Rasulullah SAW., dalam riwayat dari Anas bin Malik yaitu sebagai berikut :

يَارَسُولَ اللَّهِ غَالَا السَّعْرُ فَسَعَّرْنَا، فَقَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: إِنَّ اللَّهَ هُوَ الْمُسَعِّرُ، الْقَابِضُ الْبَاسِطُ

الرِّزْقُ وَإِنِّي لَا رَجُؤَ أَنْ أَلْقَى اللَّهَ وَلَيْسَ أَحَدٌ مِنْكُمْ يُطَا لِبْنِي بِمَظْلَمَةٍ فِي دَمٍ وَلَا مَالٍ

Artinya : “Orang-orang mengatakan, “Wahai Rasulullah SAW., harga telah mahal, maka patoklah harga untuk kami”. Rasulullah SAW., bersabda, “Sesungguhnya Allahlah yang yang mematok harga. Dia yang menyempitkan rezeki dan sesungguhnya melapangkan rezeki, dan sesungguhnya saya mengharapkan bertemu Allah SWT., dalam kondisi

tidak seorangpun dari kamu yang menuntut kepadaku karena sesuatu tindak kezdaliman berkenaan dengan darah dan harta.”

Berdasarkan hadis di atas dapat dijadikan dalil bagi pengharaman pematokan harga, kemudian melarang untuk menambah ataupun mengurangi harga tersebut. Hal ini dapat disimpulkan bahwa harga harus sesuai dengan manfaat yang didapatkan. Dengan demikian, pengunjung akan merasa puas karena harga yang disediakan sesuai dengan harapan dan manfaat yang didapatkan.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung

Kualitas dapat diartikan sebagai suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan jasa, manusia, produk, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Indrasari mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan (Indrasari, 2019). Kualitas pelayanan atau *service quality* memiliki lima elemen utama yang dapat dijadikan sebagai indikator dari kualitas pelayanan seperti *reliability*, *assurance*, *tangible*, *empaty*, dan *responsiveness*. Bila kelima elemen ini terpenuhi, maka pengunjung akan memperoleh *customer satisfaction* atau yang biasa disebut dengan kepuasan pengunjung.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki nilai t hitung sebesar $3,799 > t$ tabel $1,993$ serta nilai signifikansi (sig.) sebesar $0,000 < \alpha 0,05$ artinya **hipotesis ketiga** menyatakan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung **diterima**.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh Wisata Kemit *Forest Education* sudah memberikan kepuasan kepada pengunjung. Pelayanan yang diberikan meliputi pelayanan petugas/karyawan yang ada di wisata tersebut seperti kemampuan dalam memberikan pelayanan secara akurat kepada pengunjung, kemampuan menghasilkan kepercayaan di mata

pengunjung dalam melayani melalui keramahan khususnya saat menikmati wahana, perhatian karyawan kepada pengunjung. Hal ini dapat didukung dengan jawaban hasil pertanyaan terbuka dari responden yaitu dalam penyediaan tempat yang nyaman khususnya untuk berkumpul bersama keluarga, pelayanan yang ramah dan sopan, papan informasi yang jelas, pelayanan yang cepat tanggap saat ada keluhan dari pengunjung, cara mendengarkan pengunjung, membantu pengunjung menemukan solusi, memahami apa yang dicemaskan pengunjung, dan tidak meninggalkan pengunjung.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Irfan dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Fasilitas yang diberikan Kenari *Waterpark* Bontang terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan memberikan hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan (Irfan, 2018).

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan mengukur persepsi pengunjung mengenai kualitas pelayanan di Wisata Kemit *Forest Education* dan pengaruhnya terhadap kepuasan pengunjung yang dapat dikaitkan dengan Q.S. An-Nahl : 90 sebagai berikut :

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

Artinya : “*Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi bantuan kepada kerabat dan Dia melarang (melakukan) perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pengajaran.*”

Ayat di atas menjelaskan bahwa dalam melaksanakan tugas sebagai karyawan untuk melayani pengunjung kita harus melakukannya dengan cara yang baik, tanggungjawab, tanggap, dan harus berlaku adil dalam memberikan perhatian dalam artian tidak membedakan antara pengunjung lainnya agar pengunjung merasa puas.

Dengan demikian, kualitas pelayanan yang diberikan oleh wisata Kemit *Forest Education* telah memberikan kepuasan bagi pengunjung.

Gambar 4.8 Pelayanan Petugas



Gambar 4.9 Pelayanan Petugas



Gambar 4.10 Pelayanan Petugas



Berdasarkan Gambar 4.8 dan Gambar 4.9 terlihat bahwa pelayanan yang diberikan petugas kepada pengunjung yang akan menikmati wahana. Pada Gambar 4.10 terlihat bahwa pelayanan petugas dalam memberikan cek Rapid Antigen pada saat Pandemi Covid-19.

4. Pengaruh Daya Tarik, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan daya tarik, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung. Dapat dilihat pada tabel perhitungan anova bahwa nilai F hitung sebesar $131,480 >$ Nilai F tabel sebesar $2,734$ serta Nilai Signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ artinya **hipotesis keempat** menyatakan bahwa daya tarik, harga, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung, maka dapat disimpulkan hipotesis keempat **diterima**.

Dalam hal ini berarti responden datang berkunjung berdasarkan daya tarik yang disediakan baik itu daya tarik dari segi wahana yang dapat dinikmati, keindahan alam yang dapat dilihat, maupun aneka makanan dan minuman yang dapat dibeli. Harga yang telah disediakan juga sudah terjangkau, daya saing harga, sesuai dengan kualitas pelayanan, dan manfaat yang didapatkan. Kualitas pelayanan yang meliputi keandalan, daya tanggap, jaminan, perhatian, dan bukti fisik juga sudah terpenuhi. Hal ini dapat didukung dengan jawaban pertanyaan terbuka responden yang datang untuk berkunjung sudah merasa puas oleh Wisata Kemit *Forest Education* yaitu suasana alam yang indah, sejuk, asri, keunikan wisata, banyak spot foto yang menarik, fasilitas yang disediakan sudah lengkap seperti musholla, kamar mandi, tempat berteduh, harga tiket yang terjangkau, dan pelayanan yang baik.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan mengukur persepsi pengunjung mengenai daya tarik, harga, dan kualitas

pelayanan di Wisata Kemit *Forest Education* serta pengaruhnya terhadap kepuasan pengunjung yang dapat dikaitkan dengan Q.S Ali Imran : 159 sebagai berikut :

Q.S. Ali Imran : 159

فِيمَا رَحِمَهُ مِنَ اللَّهِ لَئِنْ كُنْتُمْ فَظًّا غَلِيظًا أَلْقَبْنَا الْقُلُوبَ لَأَنْفَضُوا مِنْ حَوْلِكَ فَأَعْفُ عَنْهُمْ

وَأَسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya : *“Maka disebabkan rahmat Allah-lah kamu berlakulemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah SW. Sesungguhnya Allah SWT., menyukai orang-orang yang bertawakal kepada-Nya.*

Ayat di atas menjelaskan bahwa Rasulullah SAW., bersifat lemah lembut yang disebabkan oleh rahmat Allah SWT. Sebagai pengunjung jika pelayanan dengan lemah lembut dan menghormati pengunjung, maka pengunjungpun akan merasa puas dan kemungkinan kembali lagi.

Pada dasarnya, manusia tidak akan puas. Islam melalui Al-Quran pada Q.S. Ali Imran : 159 telah memberikan pedoman kepada mukmin (perilaku usaha) agar berlemah lembut (memuaskan) kepada orang lain dan sekeliling kita.

Meskipun ayat ini awalnya perintah Allah kepada nabi Muhammad SAW., untuk bersikap lemah lembut kepada musuh-musuhnya. Dalam hal ini perilaku tersebut dapat pula diterapkan untuk menghadapi berbagai persoalan lainnya termasuk dalam melayani konsumen atau pengunjung. Dalam ilmu ekonomi Islam, kepuasan seorang muslim disebut dengan qana'ah. Yaitu cerminan kepuasan seseorang baik secara lahiriyah maupun batiniyah. Kepuasan dalam Islam mendorong seorang konsumen atau pengunjung muslim bersikap

adil. Kepuasan dalam Islam berkaitan dengan keimanan yang melahirkan rasa syukur.

Kemudian untuk mengetahui seberapa besar pengaruh daya tarik, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung, maka perlu melihat nilai koefisien determinasi berupa nilai *Adjusted R Square*. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,841 (84,1%) artinya variabel Daya Tarik, Harga, dan Kualitas Pelayanan dapat mempengaruhi variabel Kepuasan pengunjung sebesar 84,1%, sedangkan sisanya sebesar 15,9% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini. Variabel bebas dalam penelitian ini memiliki kontribusi sebesar 84,1% terhadap variabel terikat. Hal tersebut tentunya tidak terlepas dari adanya kepuasan pengunjung yang sudah datang untuk berkunjung di Wisata Kemit *Forest Education*.

Gambar 4.11 Pengunjung Wisata Kemit *Forest Education*



Gambar 4.12 Pengunjung Wisata Kemit *Forest Education*



Berdasarkan gambar di atas dapat dilihat bahwa pengunjung merasa puas atas daya tarik, harga, dan kualitas pelayanan yang disediakan oleh Wisata Kemit *Forest Education*.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh dari daya tarik, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung pada pengunjung Wisata Kemit *Forest Education*. Berdasarkan rumusan masalah dan hipotesis yang telah diajukan, didapatkan hasil analisis data serta pembahasan pada BAB IV, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari hasil hipotesis pertama dapat disimpulkan bahwa daya tarik secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung Wisata Kemit *Forest Education*.
2. Dari hasil hipotesis kedua dapat disimpulkan bahwa Harga secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung Wisata Kemit *Forest Education*.
3. Dari hasil hipotesis ketiga dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung Wisata Kemit *Forest Education*.
4. Dari hasil hipotesis keempat dapat disimpulkan bahwa Daya tarik, harga, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung Wisata Kemit *Forest Education*.

B. Saran

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

1. Sebaiknya untuk menciptakan kepuasan pengunjung, pihak Wisata kemit *Forest Education* memperhatikan aspek harga dan kualitas pelayanan yang diberikan, karena berdasarkan penelitian yang telah dilakukan kedua aspek tersebut mempengaruhi terbentuknya kepuasan dari pengunjung. Sedangkan untuk aspek daya tarik juga tetap harus diperhatikan, namun berdasarkan penelitian yang telah dilakukan

aspek daya tarik tidak mempengaruhi terbentuknya kepuasan pengunjung.

2. Diharapkan pihak pengelola Wisata Kemit *Forest Education* lebih sering lagi dalam menawarkan potongan harga untuk meningkatkan daya saing harga, agar dapat menciptakan rasa kepuasan yang lebih tinggi bagi pengunjung Wisata Kemit *Forest Education*.
3. Diharapkan pihak pengelola Wisata Kemit *Forest Education* dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan agar dapat menciptakan rasa kepuasan yang tinggi bagi pengunjung Wisata Kemit *Forest Education*.
4. Diharapkan pihak pengelola Wisata Kemit *Forest Education* untuk memperluas tempat ibadah atau musholla karena dalam keadaan tertentu harus mengantri lama dan agar pengunjung merasa nyaman untuk beristirahat, parker area dan kamar mandi yang lebih memadai, dan memperbanyak tempat berteduh karena saat hujan pengunjung mencari tempat untuk berteduh. Selain itu, untuk wahana yang kurang layak untuk segera diganti atau diperbaiki agar pengunjung kembali tertarik dan menambah berbagai wahana yang baru agar pengunjung tidak merasa bosan.
5. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai pengukuran tingkat kepuasan pengunjung, karena di Wisata Kemit *Forest Education* sendiri belum menyediakan survey tentang kepuasan pengunjung. Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat dijadikan masukan atau saran bagi pengelola Kemit *Forest Education* agar dapat menjadi objek wisata yang lebih baik dan diminati oleh wisatawan yang datang untuk berkunjung.
6. Hasil dari penelitian ini masih terbatas pada variabel daya tarik, harga, kualitas pelayanan, dan kepuasan pengunjung. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan variabel lain yang masih memiliki hubungan dengan variabel yang sudah ada dalam penelitian ini, khususnya variabel-variabel yang dapat memiliki potensi

mempengaruhi kepuasan pengunjung. Kemudian dapat dianalisis lebih dalam bagaimana variabel lainnya yang memiliki pengaruh pada kepuasan pengunjung.



DAFTAR PUSTAKA

- Afifah Berliana, D. K. (2022, September). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Daya Tarik Wisata, Citra Destinasi, dan Harga terhadap Kepuasan Pengunjung Objek Wisata Puncak Mas Lampung. *Jurnal Kompetitif Bisnis*, 1(8), 552-561.
- Ahmad. (2003). *Pengantar Teologi Islam*. Pustaka al-Husna.
- Amstrong, K. d. (2012).
- Andriwiguna, A. (2022, July 11). Sejarah Kemit Forest Education. (N. Fauziah, Interviewer)
- Ariesty, A. A. (2019). Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Harga terhadap Kepuasan Pengunjung. *SKRIPSI*.
- Arifin, J. (2015). Wawasan Al-Quran dan Sunnah tentang Pariwisata. *An-Nur*, 4(2), 147.
- Armstrong, P. K. (2010). *Principle of Marketing* (13 Edition ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Aziz, F. A. (2017). *Manajemen dalam Perspektif Islam*. Majenang: Pustaka El-Bayan.
- Basu Swastha, T. H. (2014). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Penerbit BPF.
- Basu, S. (2010). *Manajemen Penjualan : Pelaksanaan Penjualan*. Yogyakarta.
- Company Profile of Kemit Forest*. (2022, Desember 29).
- Fitroh, R. A. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Public Relations Terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar (Dalam Persepektif Ekonomi Syariah)*. Tulungagung: IAIN TULUNGAGUNG.
- Gozali. (2011).
- Hasan, I. (2006). *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Irawan, H. (2003). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

- Irfan, A. M. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Fasilitas yang Diberikan kenari Waterpark Bontang terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan. *AL-INFAQ : Jurnal Ekonomi Islam*, 9(2), 82.
- Modul Praktikum Ekonometrika*. (2021). Purwokerto.
- Moleong. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Patel, C. R. (2010). IBM SPSS Exact.
- Pendit, N. S. (1994). *Ilmu Pariwisata: sebuah Pengantar Perdana* (Cetakan Keempat ed.). Jakarta: PT Pradnya Paramita.
- Philip Kotler, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran* (Ketiga belas ed., Vol. 2). (B. S. MM, Trans.) Penerbit Erlangga.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Umar, H. (2013). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi Kedua*. Jakarta: Rajawali Press.
- Utama, I. G. (2014). *Pengantar Industri Pariwisata*. Yogyakarta: deepublish.
- Veithzal Rivai Zainal, d. (2017). *Islamic Marketing Management*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Warto, A. I. (2012). *Analisis Data Kuantitatif*. Purwokerto: Penerbit STAIN Press.
- Widyarini. (2020). Pemasaran Wisata Halal di Indonesia Pasca Covid-19. *Az Zarka'*, 12(1), 212-213.
- Witt. (1994).
- Wulandari, A. D. (2021). *Implementasi Pariwisata Syariah Berdasarkan Keramahan Masyarakat Sine, Fasilitas, dan Daya Tarik Wisata untuk Meningkatkan Kepuasan Konsumen di Pantai Sine pada Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung*. Tulungagung: IAIN Tulungagung.
- Yoeti, O. A. (1985). *Pemasaran Pariwisata* (Cetakan pertama ed.). Bandung: Angkasa.
- Zaenuri, M. (2012). *Perencanaan Strategis Kepariwisata Daerah : Konsep dan Aplikasi*. Yogyakarta: e-Gov Publishing.



LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

KUESIONER PENELITIAN

**PENGARUH DAYA TARIK, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG**

(Studi Kasus : Wisata Kemit *Forest Education* Desa Karanggedang Kecamatan
Sidareja Kabupaten Cilacap)

Assalamualaikum Wr.Wb.

Dengan hormat, berkenaan dengan penelitian dalam rangka menyelesaikan tugas akhir untuk meraih gelar (S1), saya :

Nama : Nanik Fauziah
NIM : 1917201299
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas : UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Sehubungan dengan penelitian yang saya lakukan, saya meminta kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/I untuk berpartisipasi mengisi identitas dan jawaban dari seluruh pernyataan yang ada pada kuesioner penelitian ini. Semua informasi yang diterima sebagai hasil kuesioner ini bersifat rahasia dan hanya akan digunakan untuk kepentingan akademis penelitian.

Kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/I merupakan bantuan yang sangat besar bagi terlaksananya penelitian ini. Saya mengucapkan terimakasih untuk segala bentuk pertisipasinya, kurang lebihnya saya mohon maaf.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

Hormat saya,



Nanik Fauziah

NIM. 1917201299

I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama :
Jenis Kelamin :
Usia :
Daerah Asal :
Pekerjaan : Pelajar Mahasiswa/I Wiraswasta
PNS/POLRI/TNI Lainnya :

Sudah berapa kali mengunjungi Kemit *Forest Education*?

1x 2x Lebih dari 2x

Datang bersama siapa ketika mengunjungi Kemit *Forest Education*?

Sendiri Kerabat Keluarga

II. DAFTAR PERNYATAAN

Berikut ini merupakan pernyataan yang menggambarkan persepsi dan sikap Saudara setelah mengunjungi Kemit *Forest Education*. Saudara diminta untuk memberikan tanggapan terhadap pernyataan di bawah ini sesuai dengan apa yang saudara rasakan.

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

Keterangan :

Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Sangat Setuju
---------------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	---------------

	Jawaban :
12.	Hal apa saja yang membuat kecewa setelah mengunjungi Wisata Kemit <i>Forest Education</i> ? Jawaban :



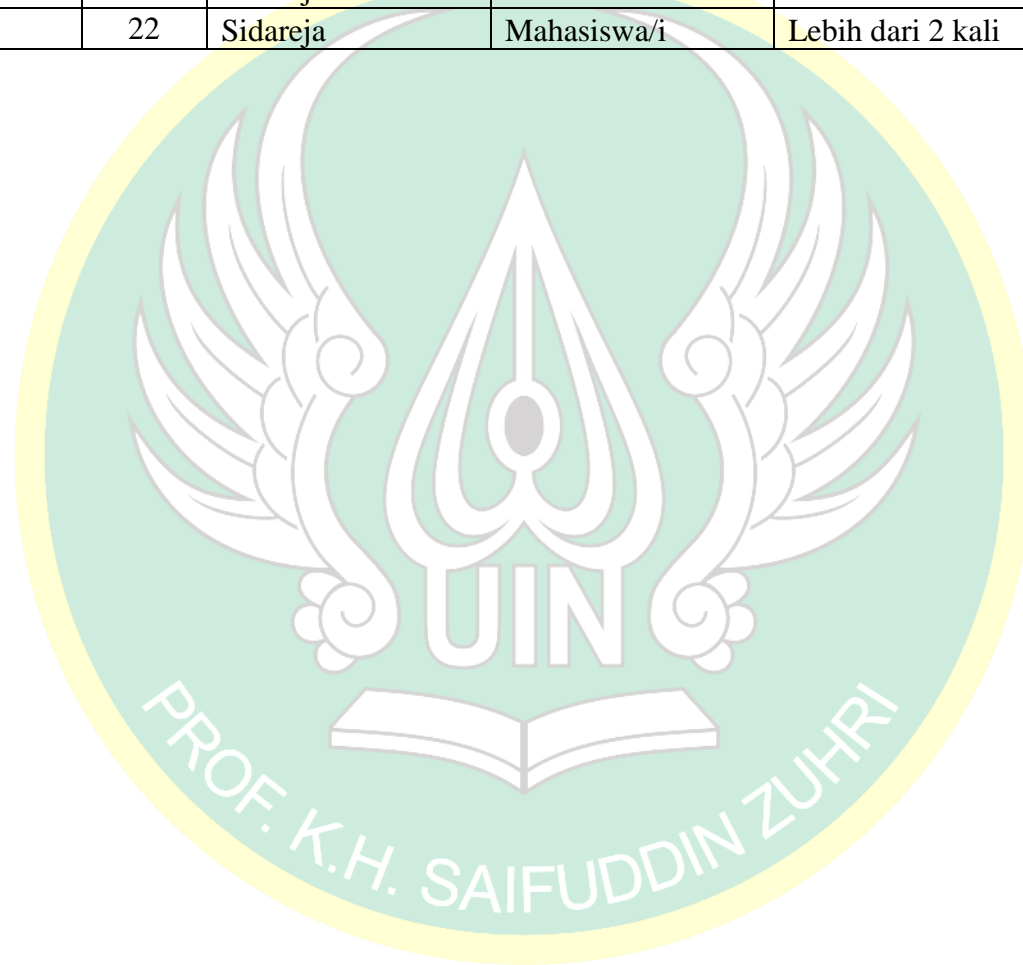
Lampiran 2 Identitas Responden

No. Responden	Jenis Kelamin	Usia	Daerah Asal	Pekerjaan	Jumlah Kunjungan	Bentuk Kunjungan
1	Perempuan	20	Cilacap	Mahasiswa/i	1 Kali	Keluarga
2	Perempuan	21	Banyumas	Mahasiswa/i	1 Kali	Kerabat/teman
3	Perempuan	27	Cilacap	Karyawan	Lebih dari 2 kali	Keluarga
4	Perempuan	21	Cilacap	Mahasiswa/i	Lebih dari 2 kali	Kerabat/teman
5	Perempuan	19	Cilacap	Karyawan	Lebih dari 2 kali	Kerabat/teman
6	Laki-laki	21	Cilacap	Mahasiswa/i	Lebih dari 2 kali	Kerabat/teman
7	Perempuan	22	Banyumas	Mahasiswa/i	1 Kali	Kerabat/teman
8	Perempuan	15	Patimuan	Pelajar	Lebih dari 2 kali	Kerabat/teman
9	Laki-laki	21	Cilacap	Mahasiswa/i	Lebih dari 2 kali	Kerabat/teman
10	Perempuan	43	Gandrungmangu	Tani	1 Kali	Keluarga
11	Laki-laki	17	Gandrungmangu	Pelajar	1 Kali	Kerabat/teman
12	Perempuan	21	Kedungreja	Mahasiswa/i	Lebih dari 2 kali	Kerabat/teman
13	Perempuan	22	Cilacap	Mahasiswa/i	Lebih dari 2 kali	Sendiri
14	Perempuan	21	Sidareja	Mahasiswa/i	Lebih dari 2 kali	Keluarga
15	Perempuan	19	Gandrungmangu	Karyawan	Lebih dari 2 kali	Kerabat/teman
16	Perempuan	21	Cilacap	Mahasiswa/i	Lebih dari 2 kali	Kerabat/teman
17	Perempuan	21	Karanggedang	Pekerja	Lebih dari 2 kali	Kerabat/teman
18	Perempuan	22	Cipari	Mahasiswa/i	Lebih dari 2 kali	Keluarga
19	Perempuan	21	Gandrungmangu	Wiraswasta	Lebih dari 2 kali	Kerabat/teman
20	Perempuan	21	Cilacap	Mahasiswa/i	Lebih dari 2 kali	Kerabat/teman
21	Laki-laki	21	Sidareja	Buruh swasta	Lebih dari 2 kali	Kerabat/teman
22	Laki-laki	21	Sidareja	Mahasiswa/i	2 Kali	Kerabat/teman

23	Perempuan	22	Karangpucung	Mahasiswa/i	Lebih dari 2 kali	Keluarga
24	Perempuan	21	Cilacap	Mahasiswa/i	Lebih dari 2 kali	Keluarga
25	Laki-laki	22	Gandrungmangu	Buruh swasta	Lebih dari 2 kali	Keluarga
26	Perempuan	20	Sidareja	Mahasiswa/i	Lebih dari 2 kali	Kerabat/teman
27	Perempuan	19	Cilacap	Karyawan	1 Kali	Kerabat/teman
28	Perempuan	20	Cilacap	Wiraswasta	Lebih dari 2 kali	Kerabat/teman
29	Perempuan	22	Klaten	Perawat	2 Kali	Kerabat/teman
30	Perempuan	21	Karanggedang	Wiraswasta	Lebih dari 2 kali	Kerabat/teman
31	Laki-laki	22	Sidareja	Mahasiswa/i	Lebih dari 2 kali	Kerabat/teman
32	Perempuan	22	Gandrungmangu	Pekerja	Lebih dari 2 kali	Kerabat/teman
33	Perempuan	21	Cilacap	Mahasiswa/i	2 Kali	Keluarga
34	Laki-laki	42	Gandrungmangu	PNS/POLRI/TNI	Lebih dari 2 kali	Keluarga
35	Perempuan	41	Kawunganten	PNS/POLRI/TNI	1 Kali	Kerabat/teman
36	Perempuan	16	Kawunganten	Pelajar	Lebih dari 2 kali	Keluarga
37	Perempuan	22	Kawunganten	Wiraswasta	2 Kali	Kerabat/teman
38	Perempuan	20	Cilacap	Mahasiswa/i	Lebih dari 2 kali	Kerabat/teman
39	Perempuan	45	Kawunganten	PNS/POLRI/TNI	Lebih dari 2 kali	Kerabat/teman
40	Perempuan	13	Gandrungmangu	Pelajar	Lebih dari 2 kali	Keluarga
41	Laki-laki	49	Gandrungmangu	PNS/POLRI/TNI	2 Kali	Keluarga
42	Perempuan	45	Gandrungmangu	IRT	1 Kali	Keluarga
43	Laki-laki	20	Cilacap	Mahasiswa/i	1 Kali	Keluarga
44	Perempuan	45	Pemalang	Guru	2 Kali	Kerabat/teman
45	Perempuan	36	Kedungreja	Guru	2 Kali	Kerabat/teman
46	Perempuan	29	Majenang	PNS/POLRI/TNI	Lebih dari 2 kali	Kerabat/teman
47	Perempuan	52	Kawunganten	PNS/POLRI/TNI	2 Kali	Keluarga

48	Perempuan	15	Sidareja	Pelajar	1 Kali	Kerabat/teman
49	Perempuan	14	Gandrungmangu	Pelajar	Lebih dari 2 kali	Kerabat/teman
50	Perempuan	18	Cilacap	Pelajar	Lebih dari 2 kali	Kerabat/teman
51	Perempuan	18	Kawunganten	Mahasiswa/i	2 kali	Keluarga
52	Perempuan	22	Cilacap	Mahasiswa/i	2 kali	Keluarga
53	Perempuan	29	Kawunganten	IRT	2 Kali	Keluarga
54	Perempuan	14	Gandrungmangu	Pelajar	Lebih dari 2 kali	Kerabat/teman
55	Perempuan	16	Cimanggung	Pelajar	1 Kali	Kerabat/teman
56	Perempuan	36	Sidareja	IRT	Lebih dari 2 kali	Keluarga
57	Perempuan	16	Kawunganten	Pelajar	Lebih dari 2 kali	Keluarga
58	Laki-laki	22	Sidareja	Mahasiswa/i	Lebih dari 2 kali	Keluarga
59	Laki-laki	22	Cilacap	Mahasiswa/i	2 kali	Kerabat/teman
60	Laki-laki	22	Cilacap	Mahasiswa/i	Lebih dari 2 kali	Kerabat/teman
61	Perempuan	15	Kawunganten	Pelajar	2 kali	Keluarga
62	Perempuan	16	Majenang	Pelajar	1 kali	Kerabat/teman
63	Perempuan	16	Majenang	Pelajar	1 kali	Kerabat/teman
64	Perempuan	41	Sidareja	Wiraswasta	Lebih dari 2 kali	Keluarga
65	Perempuan	17	Cilacap	Pelajar	1 kali	Keluarga
66	Perempuan	21	Sidareja	Mahasiswa/i	Lebih dari 2 kali	Sendiri
67	Perempuan	20	Purbalingga	Mahasiswa/i	1 kali	Kerabat/teman
68	Perempuan	21	Sidareja	Mahasiswa/i	Lebih dari 2 kali	Keluarga
69	Perempuan	23	Gandrungmangu	Karyawan	Lebih dari 2 kali	Keluarga
70	Laki-laki	27	Gandrungmangu	PNS/POLRI/TNI	1 kali	Keluarga
71	Perempuan	22	Sidareja	Karyawan	Lebih dari 2 kali	Keluarga
72	Perempuan	22	Gandrungmangu	Karyawan	Lebih dari 2 kali	Kerabat/teman

73	Perempuan	21	Gandrungmangu	Mahasiswa/i	Lebih dari 2 kali	Kerabat/teman
74	Perempuan	20	Sidareja	Mahasiswa/i	2 Kali	Kerabat/teman
75	Laki-laki	22	Sidareja	Mahasiswa/i	Lebih dari 2 kali	Kerabat/teman



Lampiran 3 Data Penelitian

HASIL KUESIONER PERTANYAAN TERBUKA

Daya Tarik :

1. Faktor-faktor apa saja yang membuat Saudara tertarik untuk mengunjungi Wisata Kemit *Forest Education* ?

Jawaban Responden :

- Lokasi dekat dari rumah, mudah dijangkau, dan cocok untuk menghabiskan waktu bersama teman/keluarga
- Selain pemandangan yang indah kemit forest juga terjaga kebersihannya dan tumbuhan yang hijau membuat udaranya sejuk dan nyaman, musik akustik yang enak didengar
- Karena dingin, adem, banyak spot foto, dan ada live musik, apalagi kalo pas live musik ada dia, pokoknya good deh
- Selalu memberikan inovasi yang baru
- Pemandangan kota Sidareja dan sekitarnya dari kemit

Harga :

2. Berapa rata-rata harga/biaya yang dikeluarkan dalam mengunjungi Wisata Kemit *Forest Education*?

Jawaban Responden :

Rp. 10.000 – Rp. 250.000

Kualitas Pelayanan :

3. Pelayanan mana yang masih perlu diperbaiki oleh Wisata Kemit *Forest Education*?

Jawaban Responden :

- Sebaiknya sarana prasarana wahana yang sudah tidak layak pakai segera diganti

- Tempat ibadah diperluas karena dalam keadaan tertentu harus antri lama, tempat berteduh diperbanyak karena ketika hujan pengunjung mencari tempat untuk berteduh
- Tempat parkir, senyum saat melayani pengunjung, papan informasi, dan kamar mandi
- Wahana perlu di tambah kembali, kamar mandi dan musola yang lebih memadai, agar pengunjung lebih nyaman untuk istirahat
- belum ada warung di dalam obyek wisata

Kepuasan Pengunjung :

4. Faktor-faktor apa saja yang membuat Saudara merasa puas setelah mengunjungi Wisata Kemit *Forest Education*?

Jawaban Responden :

- Banyak spot foto yang menarik, fasilitas lengkap, dengan harga tiket yang terjangkau bisa menikmati suasana alam yang indah sepuasnya
 - HTM murah, suasana yang asri
 - Pelayanan, banyaknya wahana yang disediakan, tempat wisata yang masih asri dan bersih
 - Pelayanan yang baik, tempat wahana yang tidak membosankan, lingkungan yang ramah
 - Faktor kebersihan tempat wisata, spot foto yang banyak
 - Pelayanannya ramah, pemandangan dan kualitas wahana sesuai dengan ekspektasi
 - Harga tiket yang terjangkau, bisa untuk tempat healing karena tenang
5. Hal apa saja yang membuat kecewa setelah mengunjungi Wisata Kemit *Forest Education*?

Jawaban Responden :

- Harga tiket untuk wahan tertentu kadang-kadang terlalu tinggi
- Kurang spot foto dengan tema monokrom
- Faktor alam seperti hujan, tidak mendapatkan spot terbaik karena cuaca, fasilitas parkir masih kurang memadai
- Kebersihan dan tempat istirahat yang kurang memadai

- Setiap spot foto bayar
- kalau hujan tidak ada tempat untuk berteduh
- sebaiknya lebih ditata kembali biar kelihatan rapih

TABULASI

Lampiran 3.1 Hasil Tabulasi Data Variabel Daya Tarik (X1)

No.	DAYA TARIK (X1)										Total X1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	
1	10	10	10	10	8	10	10	10	10	10	98
2	9	8	9	8	8	8	9	8	8	8	83
3	9	10	10	8	6	8	9	10	10	10	90
4	8	9	7	5	8	7	9	9	5	5	72
5	8	9	9	7	10	8	9	9	8	8	85
6	8	7	10	9	7	10	10	9	9	9	88
7	9	8	8	8	9	9	8	9	9	9	86
8	5	9	7	6	9	10	6	8	4	6	70
9	10	9	8	7	10	9	9	10	7	8	87
10	9	5	6	1	6	8	9	8	3	5	60
11	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	100
12	6	8	7	4	3	5	8	7	6	6	60
13	7	7	8	7	8	7	7	6	6	6	69
14	8	8	9	7	7	7	8	8	7	7	76
15	9	10	10	10	9	10	10	10	9	10	97
16	5	4	6	3	8	5	8	4	3	3	49
17	10	10	10	8	10	10	10	10	9	9	96
18	9	5	10	10	7	10	8	8	8	7	82
19	10	10	10	8	5	9	10	10	8	8	88
20	3	6	5	7	8	3	8	2	4	3	49
21	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	90
22	6	6	6	6	6	6	7	8	6	6	63
23	7	9	9	10	8	8	8	8	8	9	84
24	9	10	8	3	9	8	10	8	7	7	79
25	8	8	6	5	8	6	5	6	9	8	69
26	10	10	10	10	10	10	10	10	7	7	94
27	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	100
28	8	9	8	9	9	9	9	8	7	7	83
29	8	10	10	5	4	8	8	8	6	6	73
30	10	10	10	8	10	8	10	9	9	9	93

31	9	9	9	10	9	10	9	9	9	7	90
32	8	8	9	7	10	8	9	8	7	7	81
33	7	7	8	8	9	9	10	9	10	10	87
34	7	8	7	6	7	7	8	7	7	7	71
35	7	7	7	7	5	7	5	6	6	6	63
36	3	8	10	6	10	8	10	8	6	8	77
37	7	7	8	7	7	7	8	7	6	6	70
38	9	10	10	9	10	8	9	8	10	10	93
39	7	7	7	8	8	7	6	7	6	6	69
40	8	9	10	5	7	8	10	9	6	6	78
41	8	9	9	8	8	9	9	8	9	10	87
42	9	10	10	7	10	10	10	10	8	8	92
43	7	9	8	7	9	7	7	8	10	9	81
44	6	8	7	7	10	8	8	8	6	6	74
45	6	7	8	7	9	7	9	7	7	8	75
46	6	7	7	5	7	6	7	7	5	5	62
47	5	5	8	3	9	4	9	4	5	3	55
48	7	5	8	5	9	5	7	5	5	4	60
49	7	10	10	9	9	9	9	9	7	8	87
50	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	80
51	7	8	8	7	8	6	7	6	6	7	70
52	7	7	8	4	9	6	8	5	6	7	67
53	4	6	4	2	9	8	7	9	2	6	57
54	8	10	10	10	10	8	6	8	7	9	86
55	8	8	9	7	9	8	8	8	7	8	80
56	10	10	9	8	10	10	10	10	10	10	97
57	7	8	7	2	5	8	6	7	4	4	58
58	5	6	7	8	9	5	6	8	8	4	66
59	5	7	5	5	9	6	6	9	7	6	65
60	5	7	6	5	9	6	6	9	7	6	66
61	7	7	8	5	5	6	5	5	4	4	56
62	5	9	7	5	5	8	7	7	7	7	67
63	6	6	10	5	6	9	7	7	7	2	65
64	10	10	9	9	10	9	10	10	10	9	96
65	6	6	7	5	7	5	6	5	4	4	55
66	6	7	7	7	8	8	8	8	8	8	75
67	7	8	9	8	7	8	8	8	8	8	79
68	8	9	10	6	6	8	7	8	7	7	76
69	7	6	8	8	7	9	10	9	10	9	83
70	7	8	8	8	9	9	9	9	9	9	85
71	5	6	6	6	6	7	7	6	6	8	63

72	9	9	9	7	8	10	10	10	9	8	89
73	8	8	9	8	10	10	9	9	9	7	87
74	6	6	6	8	7	7	7	6	6	6	65
75	8	7	9	9	9	9	9	8	9	9	86

Lampiran 3.2 Hasil Tabulasi Data Variabel Harga (X2)

No.	HARGA (X2)										Total X2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	
1	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	100
2	9	8	8	9	9	8	8	9	9	9	86
3	10	9	10	9	9	10	6	10	8	10	91
4	8	4	7	6	6	8	6	8	8	9	70
5	9	7	8	8	8	9	8	9	9	8	83
6	8	8	7	9	8	9	9	9	9	9	85
7	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	90
8	9	8	8	8	7	6	6	7	8	10	77
9	10	7	7	8	7	10	8	8	9	8	82
10	8	9	8	8	7	8	2	8	8	8	74
11	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	100
12	7	7	7	7	7	6	3	6	7	7	64
13	9	7	7	7	8	8	6	7	7	7	73
14	6	6	6	7	6	7	7	7	7	7	66
15	10	9	10	8	9	9	3	1	9	10	78
16	6	2	5	4	5	3	2	2	5	6	40
17	10	10	10	10	10	9	9	10	10	9	97
18	10	7	10	9	8	10	7	8	9	8	86
19	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	100
20	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	11
21	9	8	8	8	8	8	8	8	8	8	81
22	6	5	7	6	6	7	6	8	7	5	63
23	8	7	9	9	8	9	6	7	8	7	78
24	10	8	9	8	9	9	3	8	8	9	81
25	8	8	7	8	6	6	7	8	8	8	74
26	8	8	8	9	10	9	9	9	10	10	90
27	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	100
28	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	90
29	5	5	5	8	8	8	5	6	6	6	62
30	10	10	9	9	9	8	8	10	10	10	93
31	10	9	9	9	9	9	8	9	8	9	89
32	8	8	8	8	8	9	8	9	8	8	82
33	8	7	8	8	9	9	7	8	8	8	80
34	6	6	6	7	7	7	6	7	7	7	66

35	5	5	5	5	6	5	10	7	7	5	60
36	3	6	5	6	2	10	10	10	10	10	72
37	7	7	7	7	7	7	6	7	7	6	68
38	9	9	9	9	10	10	10	10	9	10	95
39	7	7	7	7	8	7	7	7	7	7	71
40	9	7	8	8	7	7	9	9	8	10	82
41	10	8	9	10	9	9	7	8	9	10	89
42	9	7	8	8	8	10	9	8	9	10	86
43	10	10	10	8	8	10	9	8	8	9	90
44	9	7	7	7	7	7	7	7	7	7	72
45	9	9	7	7	7	7	7	8	8	8	77
46	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	60
47	2	3	3	4	4	3	3	4	4	4	34
48	6	5	5	5	4	5	5	4	4	5	48
49	9	9	9	8	9	9	8	9	9	9	88
50	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	70
51	8	6	6	6	6	8	6	7	8	8	69
52	4	4	4	3	3	5	3	3	4	5	38
53	5	2	2	3	3	4	6	7	8	9	49
54	9	9	8	9	8	9	8	9	9	8	86
55	8	8	7	7	8	8	7	7	8	8	76
56	10	10	10	10	8	10	10	10	10	10	98
57	6	7	6	4	6	4	3	6	6	6	54
58	5	5	6	5	7	4	6	4	6	5	53
59	6	6	4	9	9	6	9	4	6	6	65
60	6	4	9	9	6	9	9	3	7	4	66
61	6	4	4	4	5	5	4	6	7	6	51
62	7	7	6	7	7	8	8	7	6	8	71
63	4	3	3	6	6	6	3	4	3	3	41
64	10	10	10	10	9	10	10	10	10	10	99
65	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	43
66	6	7	7	7	6	7	8	7	7	7	69
67	5	5	6	6	6	6	3	7	6	7	57
68	3	3	3	5	4	5	1	3	5	5	37
69	6	5	7	6	5	6	6	7	7	7	62
70	7	8	8	8	7	7	7	9	10	10	81
71	7	7	7	7	6	6	8	8	7	7	70
72	9	8	8	8	9	9	9	8	10	10	88
73	8	8	9	9	8	8	8	10	10	10	88
74	7	7	5	8	8	7	7	7	6	6	68
75	7	8	9	8	7	9	10	10	10	8	86

39	7	7	7	6	5	6	6	7	7	7	65
40	7	5	6	9	10	10	9	9	9	8	82
41	10	9	8	9	10	9	9	8	8	8	88
42	10	10	10	10	8	9	10	9	10	9	95
43	8	8	7	10	10	9	8	8	9	9	86
44	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	80
45	9	9	9	9	8	8	8	8	8	8	84
46	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	60
47	6	5	2	3	6	7	5	5	5	2	46
48	5	6	7	7	8	7	6	6	6	5	63
49	9	9	8	9	10	10	9	8	9	9	90
50	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	80
51	7	7	7	7	6	8	7	7	7	7	70
52	6	6	7	7	6	7	7	7	7	7	67
53	9	9	7	7	8	6	7	6	7	9	75
54	9	9	9	8	9	9	8	9	9	7	86
55	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	90
56	10	10	10	10	10	9	10	9	9	9	96
57	6	7	6	7	3	3	8	7	9	7	63
58	3	5	6	4	4	7	5	7	5	3	49
59	4	4	6	5	7	5	8	6	4	5	54
60	4	4	2	6	4	8	8	4	7	5	52
61	7	7	8	8	7	5	7	8	8	8	73
62	8	8	8	9	6	6	8	6	8	7	74
63	6	7	5	6	8	4	5	4	9	7	61
64	9	9	10	10	10	9	10	9	9	9	94
65	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	47
66	8	8	9	8	9	8	8	8	8	7	81
67	7	6	8	7	7	8	6	6	8	7	70
68	6	6	7	6	8	6	6	6	7	7	65
69	6	7	6	8	8	8	8	8	9	8	76
70	8	9	9	9	9	8	8	7	7	7	81
71	6	6	6	8	7	7	6	6	8	6	66
72	8	6	7	7	7	7	8	8	8	6	72
73	8	7	7	7	7	9	8	9	8	7	77
74	7	6	6	6	8	8	7	7	7	7	69
75	8	9	9	9	10	8	8	8	9	9	87

39	7	8	7	6	6	7	7	7	7	6	68
40	8	8	9	9	8	8	9	9	8	10	86
41	9	8	8	10	9	9	8	9	9	9	88
42	9	10	9	9	9	8	9	10	10	10	93
43	9	9	9	10	10	9	9	9	9	10	93
44	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	80
45	7	7	7	8	8	8	8	8	8	8	77
46	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	60
47	5	5	5	5	7	4	5	6	5	6	53
48	5	6	5	4	4	4	5	5	7	7	52
49	10	10	9	10	10	9	10	10	10	10	98
50	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	80
51	8	8	8	7	8	7	8	8	8	8	78
52	7	6	6	6	5	6	7	6	7	7	63
53	5	5	6	4	5	5	4	3	4	5	46
54	8	9	9	10	9	9	9	9	8	8	88
55	8	8	8	7	7	8	9	9	9	9	82
56	10	10	9	9	10	10	10	10	10	9	97
57	5	8	7	5	6	6	7	6	7	6	63
58	6	5	7	5	6	7	5	5	4	7	57
59	6	7	5	8	4	2	3	9	3	7	54
60	4	7	4	8	8	2	3	9	3	7	55
61	8	7	6	7	7	7	7	8	7	8	72
62	8	7	8	8	8	6	8	8	7	7	75
63	8	6	7	7	7	8	9	7	8	8	75
64	9	9	10	10	10	9	10	10	9	10	96
65	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
66	8	8	8	8	7	7	7	7	8	8	76
67	7	7	8	7	7	7	7	6	7	7	70
68	6	6	5	5	3	4	4	4	4	4	45
69	9	10	10	10	9	7	8	8	9	9	89
70	8	8	6	6	7	9	9	7	7	7	74
71	6	6	6	8	8	7	6	8	7	6	68
72	8	8	10	10	10	9	7	9	9	9	89
73	9	9	8	10	10	9	9	9	10	9	92
74	8	8	7	7	7	6	6	6	8	7	70
75	9	9	9	8	8	10	7	8	9	9	86

Lampiran 4 Tabel Output SPSS

Lampiran 4.1

HASIL UJI VALIDITAS

Hasil Uji Validitas Variabel Daya Tarik (X1)

		Correlations										
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	.625**	.653**	.480**	.208	.641**	.539**	.622**	.594**	.573**	.776**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.073	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
X1.2	Pearson Correlation	.625**	1	.613**	.458**	.262*	.578**	.441**	.654**	.537**	.633**	.757**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.023	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
X1.3	Pearson Correlation	.653**	.613**	1	.582**	.198	.617**	.582**	.501**	.585**	.513**	.760**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.088	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
X1.4	Pearson Correlation	.480**	.458**	.582**	1	.381**	.545**	.370**	.463**	.726**	.660**	.767**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.001	.000	.001	.000	.000	.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
X1.5	Pearson Correlation	.208	.262*	.198	.381**	1	.283*	.371**	.319**	.336**	.363**	.490**
	Sig. (2-tailed)	.073	.023	.088	.001		.014	.001	.005	.003	.001	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
X1.6	Pearson Correlation	.641**	.578**	.617**	.545**	.283*	1	.570**	.799**	.575**	.645**	.818**
	Sig. (2-tailed)											
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.014		.000	.000	.000	.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
X1.7	Pearson Correlation	.539**	.441**	.582**	.370**	.371**	.570**	1	.564**	.502**	.533**	.704**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.001	.000		.000	.000	.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
X1.8	Pearson Correlation	.622**	.654**	.501**	.463**	.319**	.799**	.564**	1	.622**	.666**	.812**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.005	.000	.000		.000	.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
X1.9	Pearson Correlation	.594**	.537**	.585**	.726**	.336**	.575**	.502**	.622**	1	.809**	.843**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.003	.000	.000	.000		.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
X1.10	Pearson Correlation	.573**	.633**	.513**	.660**	.363**	.645**	.533**	.666**	.809**	1	.855**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000		.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
TOTAL	Pearson Correlation	.776**	.757**	.760**	.767**	.490**	.818**	.704**	.812**	.843**	.855**	1
L	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75

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

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



Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X2)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	.849**	.876**	.807**	.825**	.773**	.531**	.653**	.766**	.783**	.895**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
X2.2	Pearson Correlation	.849**	1	.864**	.839**	.813**	.767**	.612**	.741**	.782**	.770**	.917**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
X2.3	Pearson Correlation	.876**	.864**	1	.852**	.795**	.822**	.574**	.666**	.799**	.740**	.909**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
X2.4	Pearson Correlation	.807**	.839**	.852**	1	.869**	.857**	.672**	.686**	.772**	.704**	.917**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
X2.5	Pearson Correlation	.825**	.813**	.795**	.869**	1	.730**	.540**	.581**	.665**	.634**	.846**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
X2.6	Pearson Correlation	.773**	.767**	.822**	.857**	.730**	1	.665**	.714**	.804**	.737**	.897**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
X2.7	Pearson Correlation	.531**	.612**	.574**	.672**	.540**	.665**	1	.717**	.711**	.582**	.762**

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
X2.8	Pearson Correlation	.653**	.741**	.666**	.686**	.581**	.714**	.717**	1	.817**	.764**	.842**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
X2.9	Pearson Correlation	.766**	.782**	.799**	.772**	.665**	.804**	.711**	.817**	1	.895**	.913**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
X2.10	Pearson Correlation	.783**	.770**	.740**	.704**	.634**	.737**	.582**	.764**	.895**	1	.866**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
TOTAL	Pearson Correlation	.895**	.917**	.909**	.917**	.846**	.897**	.762**	.842**	.913**	.866**	1
L	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75

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



Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X3)

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.10	TOTAL
X3.1	Pearson Correlation	1	.835**	.777**	.840**	.614**	.668**	.696**	.710**	.747**	.719**	.873**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
X3.2	Pearson Correlation	.835**	1	.814**	.763**	.708**	.676**	.731**	.670**	.695**	.788**	.885**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
X3.3	Pearson Correlation	.777**	.814**	1	.804**	.658**	.628**	.701**	.743**	.685**	.785**	.874**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
X3.4	Pearson Correlation	.840**	.763**	.804**	1	.657**	.675**	.771**	.712**	.840**	.784**	.899**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
X3.5	Pearson Correlation	.614**	.708**	.658**	.657**	1	.740**	.718**	.682**	.640**	.768**	.836**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
X3.6	Pearson Correlation	.668**	.676**	.628**	.675**	.740**	1	.714**	.745**	.599**	.660**	.822**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
X3.7	Pearson Correlation	.696**	.731**	.701**	.771**	.718**	.714**	1	.770**	.711**	.822**	.875**

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
X3.8	Pearson Correlation	.710**	.670**	.743**	.712**	.682**	.745**	.770**	1	.754**	.752**	.865**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
X3.9	Pearson Correlation	.747**	.695**	.685**	.840**	.640**	.599**	.711**	.754**	1	.815**	.854**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
X3.10	Pearson Correlation	.719**	.788**	.785**	.784**	.768**	.660**	.822**	.752**	.815**	1	.907**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
TOTAL	Pearson Correlation	.873**	.885**	.874**	.899**	.836**	.822**	.875**	.865**	.854**	.907**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75

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



Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pengunjung (Y)

Correlations

	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	TOTAL
Y.1 Pearson Correlation	1	.892**	.896**	.848**	.821**	.845**	.899**	.817**	.861**	.779**	.949**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Y.2 Pearson Correlation	.892**	1	.871**	.842**	.807**	.767**	.808**	.841**	.837**	.787**	.924**
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Y.3 Pearson Correlation	.896**	.871**	1	.820**	.813**	.835**	.860**	.787**	.854**	.791**	.934**
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Y.4 Pearson Correlation	.848**	.842**	.820**	1	.912**	.753**	.746**	.896**	.714**	.729**	.907**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Y.5 Pearson Correlation	.821**	.807**	.813**	.912**	1	.842**	.779**	.851**	.749**	.696**	.910**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Y.6 Pearson Correlation	.845**	.767**	.835**	.753**	.842**	1	.845**	.727**	.848**	.687**	.897**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Y.7 Pearson Correlation	.899**	.808**	.860**	.746**	.779**	.845**	1	.784**	.885**	.758**	.918**

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Y.8	Pearson Correlation	.817**	.841**	.787**	.896**	.851**	.727**	.784**	1	.772**	.822**	.908**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Y.9	Pearson Correlation	.861**	.837**	.854**	.714**	.749**	.848**	.885**	.772**	1	.834**	.915**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Y.10	Pearson Correlation	.779**	.787**	.791**	.729**	.696**	.687**	.758**	.822**	.834**	1	.859**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
TO TA L	Pearson Correlation	.949**	.924**	.934**	.907**	.910**	.897**	.918**	.908**	.915**	.859**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75

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



Lampiran 4.2

HASIL UJI RELIABILITAS

Uji Reliabilitas Variabel Daya Tarik (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.917	10

Uji Reliabilitas Variabel Harga (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.965	10

Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.962	10

Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan pengunjung (Y)

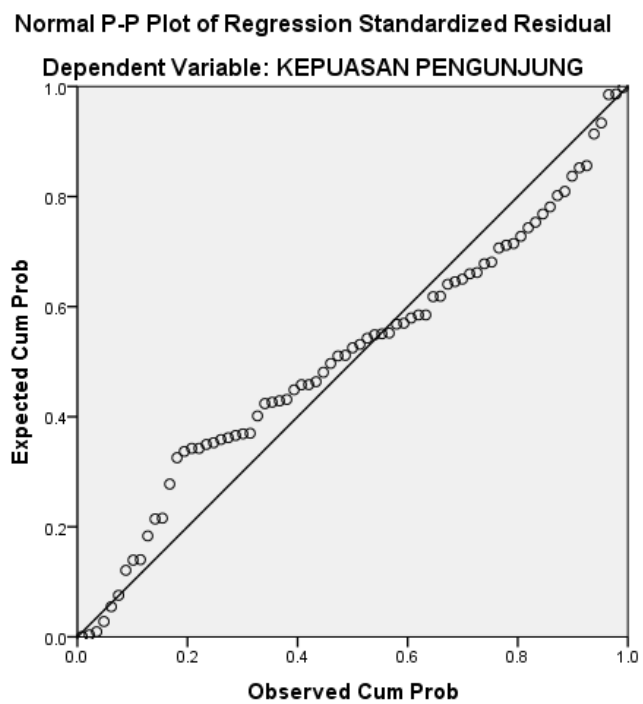
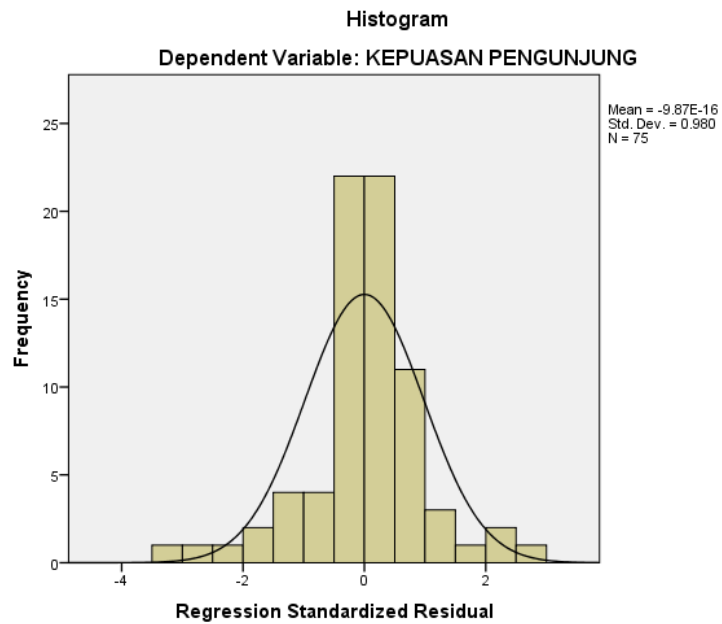
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.977	10



Lampiran 4.3

HASIL UJI NORMALITAS



Lampiran 4.4

HASIL UJI MULTIKOLINEARITAS

Coefficients^a

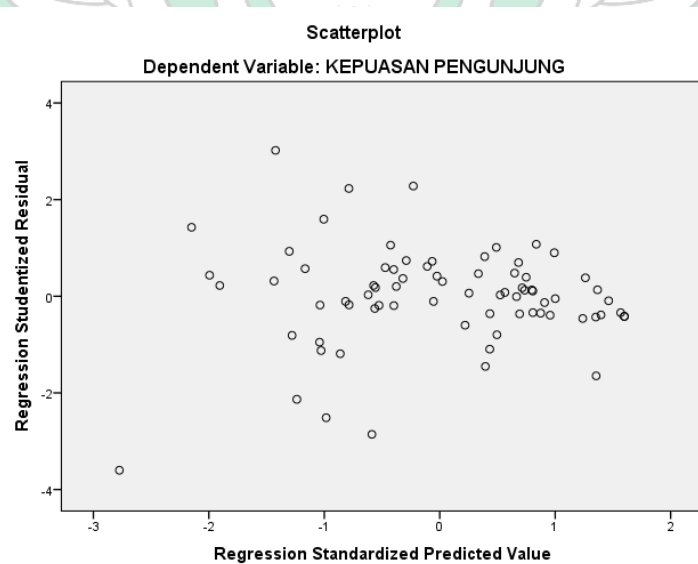
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-2.349	5.013		-.469	.641		
DAYA TARIK	.251	.134	.192	1.878	.065	.204	4.891
HARGA	.381	.090	.407	4.236	.000	.233	4.290
KUALITAS PELAYANAN	.419	.110	.371	3.799	.000	.225	4.435

a. Dependent Variable: KEPUASAN PENGUNJUNG

Lampiran 4.5

HASIL UJI HETEROSKEDASTISITAS

Uji Heteroskedastisitas *Scatterplot*



Uji White

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.753 ^a	.567	.508	63.90359

a. Predictors: (Constant), X2X3, DAYA TARIK, KUALITAS PELAYANAN, HARGA, X2_Kuadrat, X1_Kuadrat, X3_Kuadrat, X1X2, X1X3

b. Dependent Variable: U2t

Lampiran 4.6

Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-2.349	5.013		-.469	.641
DAYA TARIK	.251	.134	.192	1.878	.065
HARGA	.381	.090	.407	4.236	.000
KUALITAS PELAYANAN	.419	.110	.371	3.799	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN PENGUNJUNG

Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	18381.614	3	6127.205	131.480	.000 ^b
	Residual	3308.733	71	46.602		
	Total	21690.347	74			

a. Dependent Variable: KEPUASAN PENGUNJUNG

b. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAYA TARIK

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.921 ^a	.847	.841	6.827

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAYA TARIK

Lampiran 5 Surat Izin Observasi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

Nomor : 2336/Un.19/FEBI.J.ES/PP.009/7/2022

Purwokerto, 8 Juli 2022

Lamp. : -

Hal : **Permohonan Izin Observasi Pendahuluan**

Kepada Yth.
Pengelola Kemit *Forest Education*
Di
Cilacap

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka pengumpulan data guna penyusunan Proposal Skripsi yang berjudul Pengaruh Daya Tarik, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung (Studi Kasus : Wisata Kemit *Forest Education* Desa Karanggedang Kecamatan Sidareja Kabupaten Cilacap)

Maka kami mohon Bapak/Ibu berkenan memberikan izin observasi kepada mahasiswa/i kami:

1. Nama : Nanik Fauziah
2. NIM : 1917201299
3. Semester / Program Studi : VI / Ekonomi Syariah
4. Tahun Akademik : 2022 / 2023
5. Alamat : Desa Sidaurip Rt 03 Rw 05 Kec. Gandrungmangu Kab. Cilacap

Adapun observasi tersebut akan dilaksanakan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Obyek yang diobservasi : Pengaruh Daya Tarik, Harga, dan Kualitas Pelayanan
2. Tempat/ Lokasi : Wisata Kemit *Forest Education*
3. Waktu Observasi : 8 Juli s/d Agustus

Demikian permohonan ini kami buat, atas izin dan perkenan Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



Koordinator Prodi Ekonomi Syariah

Dr. Laela Hilyatin, S.E., M.S.I.
NIP. 19851112 200912 2 007

- Tembusan Yth.
1. Wakil Dekan I
 2. Kasubbag Akademik
 3. Arsip



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

Nomor : 4386/Un.19/FEBI.J.ES/PP.009/12/2022

Purwokerto, 22 Desember 2022

Lamp. : -

Hal : **Permohonan Izin Riset Individual**

Kepada Yth.
Pengelola Kemit *Forest Education*
Di
Cilacap

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka pengumpulan data guna penyusunan skripsi, maka kami mohon Bapak/Ibu berkenan memberikan izin riset (penelitian) kepada mahasiswa/i kami:

1. Nama : Nanik Fauziah
2. NIM : 1917201299
3. Semester / Program Studi : VII / Ekonomi Syariah
4. Tahun Akademik : 2022 / 2023
5. Alamat : Desa Sidaurip Rt 03 Rw 05 Kec. Gandrungmangu Kab. Cilacap
6. Judul Skripsi : Pengaruh Daya Tarik, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung (Studi Kasus : Wisata Kemit *Forest Education* Desa Karanggedang Kecamatan Sidareja Kabupaten Cilacap)

Adapun observasi tersebut akan dilaksanakan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Obyek : Pengaruh Daya Tarik, Harga, dan Kualitas Pelayanan
2. Tempat/ Lokasi : Wisata Kemit *Forest Education*
3. Waktu Penelitian : 25 Desember 2022 s/d Januari 2023
4. Metode Penelitian : Kuesioner, Dokumentasi, dan Wawancara

Demikian permohonan ini kami buat, atas izin dan perkenan Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.



Coord. Prodi Ekonomi Syariah

Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I.
NIP. 19851112 200912 2 007

Tembusan Yth.

1. Wakil Dekan I
2. Kasubbag Akademik
3. Arsip

Lampiran 6 Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS SEMINAR PROPOSAL
Nomor: 4132/Un.19/FEBI.J.ES/PP.009/11/2022

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Profesi Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama :

Nama : Nanik Fauziah
NIM : 1917201299
Program Studi : Ekonomi Syariah
Pembimbing Skripsi : Siti Ma'sumah, M.Si.
Judul : Pengaruh Daya Tarik, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung (Studi Kasus : Wisata Kemit Forest Education, Desa Karanggedang, Kecamatan Sidareja, Kabupaten Cilacap)

Pada tanggal 24 November 2022 telah melaksanakan seminar proposal dan dinyatakan **LULUS**, dengan perubahan proposal/ hasil proposal sebagaimana tercantum pada berita acara seminar.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk melakukan riset penulisan skripsi.

Purwokerto, 28 November 2022
Koord. Prodi Ekonomi Syariah



Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I
NIP. 19851112 200912 2 007

Lampiran 7 Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS UJIAN KOMPREHENSIF

Nomor: 1315/Un.19/FEBIJ.ES/PP.009/3/2023

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama:

Nama : Nanik Fauziah
NIM : 1917201299
Program Studi : Ekonomi Syariah

Pada tanggal 30 Maret 2023 telah melaksanakan ujian komprehensif dan dinyatakan LULUS, dengan nilai : **86 / A**

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat mendaftar ujian munaqasyah.

Dibuat di Purwokerto
Tanggal **30 Maret 2023**
Koord. Prodi Ekonomi Syariah



Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I
NIP. 19851112 200912 2 007



Lampiran 8 Blangko Bimbingan Skripsi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
 Telp: 0281-635624 Fax: 0281-636553 Website: iain.purwokerto.ac.id

BLANGKO/KARTU BIMBINGAN

Nama : Nanik Fauziah
 NIM : 1917201299
 Prodi/semester : Ekonomi Syariah @
 Dosen Pembimbing : Siti Ma'umah, M.Si
 Judul Skripsi : PENGARUH DAYA TARIK, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPuasan PENGUNJUNG
 (Studi Kasus : Wisata Kemit Forest Education Desa Karanggedang Kecamatan Sidareja Kabupaten Cilacap)

No	Hari, Tanggal Bimbingan	Materi Bimbingan*)	Tanda Tangan**)	
			Pembimbing	Mahasiswa
1.	Senin, 4 Juli 2022	Letter kelolaang masalah, kerpian Pustaka	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
2.	Selasa, 11 Oktober 2022	Kerangka berpikir, hipotesis, Metopen, kuestioner	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
3.	Jumat, 14 Oktober 2022	Cek Plagiarisme, ACC Seminar Proposal	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
4.	Rabu, 26 Oktober 2022	Latan tanya jawab seminar proposal	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
5.	Rabu, 15 Maret 2023	Uji Asumsi klasik dan sumber rujukan	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
6.	Senin, 27 Maret 2023	Uji Normalitas	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
7.	Senin, 8 Mei 2023	Kependulian, Uji Fegru, t-tail dan pembabunan	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
8.	Rabu, 10 Mei 2023	Abstrak dan melengkapi lampiran	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
9.	Rabu, 17 Mei 2023	Publisk Jurnal	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
10.	Senin, 22 Mei 2023	ACC Minogapah, latlan tanya jawab	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
11.				
12.				

*) diisi pokok-pokok bimbingan;
 **) diisi setiap selesai bimbingan.

Purwokerto, 22 Mei 2023

Pembimbing
[Signature]

Siti Ma'umah, S.E., M.Si., CRA., CRP., CIAP
 NIP/ NIDN. 2010038303

Lampiran 9 Sertifikat BTA PPI


IAIN PURWOKERTO
KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
UPT MA'HAD AL-JAMI'AH
Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto, Jawa Tengah 53126, Telp:0281-639624, 628250 | www.iaipurwokerto.ac.id

SERTIFIKAT
Nomor: In.17/UPT.MAJ/16147/13/2020

Diberikan oleh UPT Ma'had Al-Jami'ah IAIN Purwokerto kepada:

NAMA : NANIK FAUZIAH
NIM : 1917201299

Sebagai tanda yang bersangkutan telah LULUS dalam Ujian Kompetensi Dasar Baca Tulis Al-Qur'an (BTA) dan Pengetahuan Pengamalan Ibadah (PPI) dengan nilai sebagai berikut:

# Tes Tulis	:	98
# Tartil	:	85
# Imla'	:	81
# Praktek	:	84
# Nilai Tahfidz	:	85



Purwokerto, 13 Agt 2020


ValidationCode

SIMA v.1.0 UPT MA'HAD AL-JAMI'AH IAIN PURWOKERTO - page 1/1

Lampiran 10 Sertifikat Pengembangan Bahasa Inggris


IAIN PURWOKERTO
MINISTRY OF RELIGIOUS AFFAIRS
INSTITUTE COLLEGE ON ISLAMIC STUDIES PURWOKERTO
LANGUAGE DEVELOPMENT UNIT
Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto, Central Java Indonesia, www.iainpurwokerto.ac.id

EPTIP CERTIFICATE
(English Proficiency Test of IAIN Purwokerto)
Number: In.17/UPT.Bhs/PP.009/19254/2019

This is to certify that

Name : NANIK FAUZIAH
Date of Birth : CILACAP, October 1st, 2001

Has taken English Proficiency Test of IAIN Purwokerto with paper-based test, organized by Language Development Unit IAIN Purwokerto on July 30th, 2019, with obtained result as follows:

1. Listening Comprehension	: 46
2. Structure and Written Expression	: 42
3. Reading Comprehension	: 47
Obtained Score	: 450



The English Proficiency Test was held in IAIN Purwokerto.

Purwokerto, August 20th, 2019
Head of Language Development Unit,

H. A. Saugid, B.Ed., M.A. ✓
NIP. 19700617 200112 1 001


ValidationCode

Lampiran 11 Sertifikat Pengembangan Bahasa Arab



وزارة الشؤون الدينية
الجامعة الإسلامية الحكومية بوروكرتو
الوحدة لتنمية اللغة

عنوان: شارع جنرال احمد باتي رقم: ٤٠، بوروكرتو ٥٣١٦٣ هاتف ٠٢٨١ - ٦٣٥٦٤٤ www.iainpurwokerto.ac.id

التميز

الرقم: ان.١٧ / UPT.Bhs / PP.٠٠٩ / ١٩٢٥٤ / ٢٠٢٠

منحت الى

الاسم

: نانيك فوزية

المولودة

: بتشيلاتشاب، ١ أكتوبر ٢٠٠١

الذي حصل على



فهم المسموع : ٥٤ :

فهم العبارات والتراكيب : ٥٦ :

فهم المقروء : ٥٨ :

النتيجة : ٥٥٨ :

في اختبارات القدرة على اللغة العربية التي قامت بها الوحدة لتنمية اللغة في التاريخ ١٤
مايو ٢٠٢٠

بوروكرتو، ٦ مايو ٢٠٢٠
رئيس الوحدة لتنمية اللغة،

الحاج أحمد سعيد، الماجستير
رقم التوظيف: ١٩٧٠٠٦١٧٢٠٠١١٢١٠٠١



ValidationCode

SERTIFIKAT

APLIKASI KOMPUTER

KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
UPT TEKNOLOGI INFORMASI DAN PANGKALAN DATA
Alimiat. J. Jend. Ahmad Yani No. 40A Telp. 0281-635624 Website: www.iainpurwokerto.ac.id Purwokerto 53126



IAIN PURWOKERTO

No. IN.17/UPT-TIPD/9085/V/2023

Diberikan Kepada:

NANIK FAUZIAH

NIM: 1917201299

Tempat / Tgl. Lahir: Cilacap, 01 Oktober 2001

Sebagai tanda yang bersangkutan telah menempuh dan **LULUS** Ujian Akhir Komputer pada Institut Agama Islam Negeri Purwokerto Program **Microsoft Office®** yang telah diselenggarakan oleh UPT TIPD IAIN Purwokerto.

SKALA PENILAIAN

SKOR	HURUF
96-100	A
91-95	A-
86-90	B+
81-85	B-
75-80	C

MATERI PENILAIAN

MATERI	NILAI
Microsoft Word	81 / B
Microsoft Excel	81 / B
Microsoft Power Point	81 / B





Purwokerto, 16 Mei 2023
Kepala UPT TIPD



Dr. H. Fajar Hardiyono, S.Si, M.Sc
NIP. 19801215 200501 1 003

Lampiran 13 Sertifikat Kuliah Kerja Nyata (KKN)



 **LPPM**
Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat

Sertifikat

Nomor Sertifikat : 0448/K.LPPM/KKN.50/09/2022

Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM)
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menyatakan bahwa:

Nama Mahasiswa : **NANIK FAUZIAH**
NIM : **1917201299**
Fakultas : **Ekonomi & Bisnis Islam**
Program Studi : **Ekonomi Syariah (ESY)**

Telah mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) Angkatan ke-50 Tahun 2022,
dan dinyatakan **LULUS** dengan nilai **A (91)**.

Certificate Validation

Lampiran 14 Sertifikat Praktek Bisnis Mahasiswa (PBM)



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp. 0281-635624, Fax. 0281-636533, Website: febi.uinsatza.ac.id

Sertifikat

Nomor : 3306/Un.19/D.FEBI/PP.009/10/2022

Berdasarkan Rapat Yudisium Panitia Praktek Program Bisnis Mahasiswa (PBM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa :

Nama : Nanik Fauziah
NIM : 1917201299

Dinyatakan Lulus dengan Nilai **84 (A-)** dalam mengikuti Praktek Bisnis Mahasiswa (PBM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Periode II Tahun 2022.

Mengetahui,

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag
NIP.19730921 200212 1 004


Purwokerto, 3 Oktober 2022

Kepala Laboratorium FEBI



H. Sochimun, Lc., M.Si.
NIP.19691009 200312 1 001

Lampiran 15 Sertifikat Praktek Pengalaman Lapangan (PPL)

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp. 0281-635634 Fax. 0281-636533, Website: febi.unmaizu.ac.id

Sertifikat

Nomor : 1142/Un.19/L-AB.FEBI/PP.009/03/2023



Berdasarkan Rapat Yudisium Panitia Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa :

Nama : Nanik Fauziah
NIM : 1917201299

Telah mengikuti Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Periode I Tahun Ajaran 2023 di :

Galery Phone

Mulai Bulan Januari 2023 sampai dengan Februari 2023 dan dinyatakan Lulus dengan mendapatkan nilai A .
Sertifikat ini diberikan sebagai tanda bukti telah mengikuti Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto dan sebagai syarat mengikuti ujian *Munawafiyah*/Skripsi.

Mengetahui, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	 Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag NIP.19730921/200212 1 004
Purwokerto, 27 Maret 2023	Kepala Laboratorium FEBI  H. Sochimih, Lc., M.Si. NIP.19691009 200312 1 001

Lampiran 16 Daftar Riwayat Hidup

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Nanik Fauziah
2. NIM : 1917201299
3. Tempat/Tanggal Lahir : Cilacap, 01 Oktober 2001
4. Alamat Rumah : Sidaurip RT 03 RW 05 Gandrungmangu
5. Nama Orang Tua
Nama Ayah : Muhasyim, S.Pd.I
Nama Ibu : Parinah

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
 - a. MI Maarif 01 Sidaurip (2007-2013)
 - b. SMP N 1 Gandrungmangu (2013-2016)
 - c. SMA N 1 Sidareja (2016-2019)
 - d. S1 UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto (2019-2023)
2. Pendidikan Non-Formal
 - a. Pondok Pesantren An-Najah Baturaden
 - b. Pondok Pesantren Insan Kamil Tanjung

C. Pengalaman Organisasi

1. Pengurus KMPS FEBI UIN Saizu (2019/2020)
2. Badan Pengurus Harian KMPS FEBI UIN Saizu (2020/2021)
3. Anggota Himpunan Mahasiswa Cilacap (Himaci)
4. Pengurus Genbi Purwokerto (2022/2023)

Purwokerto, 20 Juni 2023

(Nanik Fauziah)