

**PENGARUH DAYA TARIK WISATA DAN FASILITAS  
TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DENGAN KUALITAS  
PELAYANAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA  
OBYEK WISATA SANGGALURI PARK PURBALINGGA**



**SKRIPSI**

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

Disusun Oleh:

**NUR HOFIFAH**

**NIM. 1917201088**

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

**2023**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nur Hofifah

NIM : 1917201088

Jenjang : S.I

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Syariah

Prodi : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan dengan Kualitas Pelayanan sebagai Variabel Moderasi Pada Obyek Wisata Sanggaluri *Park* Purbalingga.

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

Purwokerto, 25 Juni 2023

Saya yang menyatakan



10000  
METERAI  
TEMPEL  
D5E05AIXX46B65710

Nur Hofifah

NIM. 1917201088



**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 WISATA DAN FASILITAS TERHADAP  
KEPUASAN WISATAWAN DENGAN KUALITAS PELAYANAN SEBAGAI  
VARIABEL MODERASI PADA OBYEK WISATA SANGGALURI PARK  
PURBALINGGA**

Yang disusun oleh Saudara **Nur Hofifah NIM 1917201088** Program Studi **Ekonomi Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Rabu** tanggal **12 Juli 2023** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., Ak.  
NIP. 19920613 201801 2 001

Sekretaris Sidang/Penguji

Sarpini, M.E.Sy.  
NIP. 19830404 201801 2 001

Pembimbing/Penguji

Ida PW, S.E., Ak., M.Si., C.A.  
NIDN. 2004118203

Purwokerto, 21 Juli 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 Universitas Islam Negeri Prof.  
K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

di- Purwokerto

*Assalamu'alaikum Wr.Wb.*

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudara Nur Hofifah NIM 1917201088 yang berjudul :

**Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Fasilitas terhadap Kepuasan Wisatawan dengan Kualitas Pelayanan sebagai Variabel Moderasi pada Obyek Wisata Sanggaluri Park Purbalingga**

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

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

Purwokerto, 25 Juni 2023

Pembimbing



Ida PW, S.E., Ak., M.Si., CA.

NIDN. 2004118201

**PENGARUH DAYA TARIK WISATA DAN FASILITAS TERHADAP  
KEPUASAN WISATAWAN DENGAN KUALITAS PELAYANAN  
SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA OBYEK WISATA  
SANGGALURI PARK PURBALINGGA**

**Oleh: Nur Hofifah  
NIM. 1917201088**

E-mail : [nurhofifah451@gmail.com](mailto:nurhofifah451@gmail.com)

Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

**ABSTRAK**

Pariwisata merupakan aspek di bidang ekonomi yang turut mendorong kemajuan ekonomi di suatu negara. Hal ini dilihat dengan banyaknya obyek wisata yang dibangun sehingga persaingan bisnis juga semakin nyata adanya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah daya tarik wisata dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan serta untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan mampu memoderasi pengaruh daya tarik wisata dan fasilitas terhadap kepuasan wisatawan pada Obyek Wisata Sanggaluri *Park* Purbalingga.

Jenis penelitian ini adalah *field research* dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Data penelitian ini merupakan data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner dengan teknik *non probability sampling* dengan hasil sampel sebanyak 100 responden yang diperoleh dari perhitungan rumus *Unknow Population* dari populasi yang tidak diketahui jumlahnya. Teknik analisis data menggunakan uji *rank spearman*, uji *Moderated Regression Analisis (MRA)* dan regresi ordinal.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari daya tarik wisata terhadap kepuasan wisatawan pada obyek wisata sanggaluri *park* purbalingga; (2) Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari fasilitas terhadap kepuasan wisatawan pada obyek wisata sanggaluri *park* purbalingga; (3) Kualitas pelayanan memoderasi secara signifikan pengaruh daya tarik wisata terhadap kepuasan wisatawan pada obyek wisata sanggaluri *park* purbalingga; (4) Kualitas pelayanan memoderasi secara signifikan pengaruh fasilitas terhadap kepuasan wisatawan pada obyek wisata sanggaluri *park* purbalingga.

Kata kunci : pariwisata, daya tarik wisata, fasilitas, kualitas pelayanan, kepuasan wisatawan.

**THE INFLUENCE OF TOURISM ATTRACTION AND FACILITIES ON  
TOURIST SATISFACTION WITH SERVICE QUALITY AS A  
MODERATION VARIABLE IN SANGGALURI PARK PURBALINGGA  
TOURISM OBJECT**

**By: Nur Hofifah  
NIM. 1917201088**

E-mail: [nurhofifah451@gmail.com](mailto:nurhofifah451@gmail.com)

Departement of Islamic Economics, Faculty of Islamic Economics and Business  
State Islamic Universitas Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

**ABSTRACT**

Tourism has high potential to increase Indonesia's economic growth. Tourism is an aspect in the economic sector that contributes to economic progress in a country. This can be seen from the number of tourist objects that have been built so that business competition is also increasingly real. The purpose of this research is to find out whether tourist attraction and facilities affect tourist satisfaction and to find out whether service quality is able to moderate the influence of tourist attraction and facilities variables on tourist satisfaction at Sanggaluri Park Purbalingga Tourism Object.

This type of research is field research using quantitative research methods. The research data is primary data collected through questionnaires with non-probability sampling technique with a sample of 100 respondents obtained from the calculation of the Unknow Population formula. Data analysis techniques used Spearman's rank test, Moderated Regression Analysis (MRA) test and ordinal regression.

The results of this study indicate that (1) there is a positive and significant effect of tourist attraction on tourist satisfaction at the Sanggaluri Park Purbalingga tourism object; (2) There is a positive and significant effect of the facilities on tourist satisfaction at the Sanggaluri Park Purbalingga tourism object; (3) Service quality significantly moderates the effect of tourist attraction on tourist satisfaction at the Sanggaluri Park Purbalingga tourism object; (4) Service quality significantly moderates the effect of facilities on tourist satisfaction at the Sanggaluri Park Purbalingga tourism object.

Keywords: tourism, tourist attraction, facilities, service quality, tourist 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: 0543 b/U/1987.

### 1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	<i>Alif</i>	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	<i>ba'</i>	B	Be
ت	<i>ta'</i>	T	Te
ث	<i>sa</i>	ṡ	es (dengan titik di atas)
ج	<i>Jim</i>	J	Je
ح	<i>ḥa</i>	H	haa (dengan titik di atas)
خ	<i>kha'</i>	Kh	ka dan ha
د	<i>Dal</i>	D	De
ذ	<i>Ḍal</i>	Ḍ	zet (dengan titik di atas)
ر	<i>ra'</i>	R	Er
ز	<i>Za</i>	Z	Zet
س	<i>Sin</i>	S	Es
ش	<i>Shin</i>	Sy	es dan ye
ص	<i>ṣad</i>	S	Es (dengan titik di bawah)
ض	<i>ḍ'ad</i>	D	De (dengan titik di bawah)
ط	<i>ṭa</i>	T	Te (dengan titik di bawah)
ظ	<i>ẓa</i>	Z	Zet (dengan titik dibawah)
ع	<i>'ain</i>	'	Koma terbalik ke atas
غ	<i>Gain</i>	G	Ge
ف	<i>fa'</i>	F	Ef
ق	<i>Qaf</i>	Q	Qi
ك	<i>Kaf</i>	K	Ka
ل	<i>Lam</i>	L	'el



م	<i>Mim</i>	M	'em
ن	<i>Nun</i>	N	'en
و	<i>Waw</i>	W	W
هـ	<i>ha'</i>	H	Ha
ء	<i>hamzah</i>	'	Apostrof
ي	<i>ya'</i>	Y	Ye

## 2. Konsonan Rangkap karena syaddah ditulis rangkap

عده	Ditulis	'iddah
-----	---------	--------

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

حكمة	Ditulis	Hikmah	جزية	Ditulis	Jizyah
------	---------	--------	------	---------	--------

(Ketentuan ini tidak dapat 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>Karâmah al-auliyâ'</i>
----------------	---------	---------------------------

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

زكاة الفطر	Ditulis	<i>Zakât al-fitr</i>
------------	---------	----------------------

## 4. Vokal pendek

َ	Fathah	A
ِ	Kasrah	I
ُ	Dammah	U



### 5. Vokal Panjang

1.	Fathah + alif	Ditulis	A
	جاهلية	Ditulis	Jâhiliyah
2.	Fathah + ya' mati	Ditulis	A
	تنس	Ditulis	Tansa
3.	Kasrah + ya' mati	Ditulis	I
	كريم	Ditulis	Karîm
4.	Dammah + wawu mati	Ditulis	U
	فروض	Ditulis	Furûd

### 6. Vokal Rangkap

1.	Fathah + ya' mati	Ditulis	Ai
	بينكم	Ditulis	Bainikum
2.	Fathah + wawu mati	Ditulis	Au
	قول	Ditulis	Qaul

### 7. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan apostrof

النتم	Ditulis	a'antum
اعدت	Ditulis	u'iddat

### 8. Kata sandang alif + lam

a. Bila diikuti huruf qomariyyah

القياس	Ditulis	al-qiyâs
--------	---------	----------

b. Bila diikuti huruf syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf syamsiyyah yang mengikutinya, serta menggunakan huruf I (el)-nya.

السماء	Ditulis	As-sama'
--------	---------	----------

### 9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya

ذوئ الفروض	Ditulis	Zawi al-furûd
------------	---------	---------------

## MOTTO

*“Inna ma’al ‘usri yusrao, faidzaa faroghta fanshob, wa ilaa robbika farghob”*

“Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan, maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan) tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain), dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap”

QS. Al-Insyirah: 6-8



## PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati dan rasa syukur kepada Allah SWT, karya ini saya persembahkan kepada :

1. Untuk kedua orang tua saya, Bapak Ach Mustolik dan Ibu Murtinah yang telah mendidik, merawat, memberikan doa, berjuang dan rela berkorban, selalu memberikan semangat, motivasi, dan limpahan kasih sayang yang tiada hentinya sehingga penulis bisa sampai di titik ini.
2. Untuk kakak-kakak dan saudara saya, Ikhsanuddin, Resti Romadhani, Fatma Defi Nur Hikmah, Adib Rofiki, Ismi Alisa Asri Nur Riski, dan keponakan Arsila Farzana Humaira yang selalu memberikan doa, dukungan, semangat dan bantuan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.



## KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Fasilitas terhadap Kepuasan Wisatawan dengan Kualitas Pelayanan sebagai Variabel Moderasi pada Obyek Wisata Sanggaluri *Park* Purbalingga”. Penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan, arahan, dukungan serta bantuan dari berbagai pihak, skripsi ini tidak dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu dengan setulus hati penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Moh. Roqib, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Dr. H. Jamal Abdul Aziz., M.Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I., selaku Koord. Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Ida Puspitarini W, S.E., Ak., M.Si., CA., selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu dengan sabar memberikan bimbingan, arahan, dukungan dan saran selama penyusunan skripsi.
5. Segenap Dosen dan Staff Administrasi Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
7. Segenap guru dan ustadz/ustadzah saya yang telah memberikan bimbingan ilmu dan memberikan doa kepada saya, semoga Allah membalas kebaikan beliau.



8. Pihak pengelola wisata sanggaluri park, Bapak Bambang Adi, S.E selaku *Manager* beserta semua karyawan yang telah membantu penulis dalam menyusun skripsi.
9. Teman-teman Ekonomi Syariah-F 2019 semoga tercapai semua cita-cita kalian dan semangat dalam mencapai kesuksesan.
10. Teman-teman yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu namanya yang selalu bersedia membantu dan menerima segala keluh kesah saya.
11. Seluruh responden penelitian skripsi saya, wisatawan Sanggaluri park Purbalingga.
12. Saudara saya Ismi Alisa Asri Nur Riski yang turut mendampingi saya saat penelitian.
13. *Last but not least, I wanna thank me, for believing in me, for doing all this hard work, for never quitting, for just being me at all times, big love myself.*

Tanpa adanya bantuan dari Anda semua, proses penyelesaian skripsi ini tentu tidak berjalan dengan lancar. Peneliti mengharapkan kritik dan saran terkait skripsi ini agar dapat memperbaiki karya tulis kedepannya. Peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Aamiin.

Purwokerto, 25 Juni 2023

Penulis



Nur Hofifah

NIM. 1917201088

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
PERNYATAAN KEASLIAN .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
ABSTRAK .....	v
ABSTRACT .....	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA .....	vii
MOTTO .....	x
PERSEMBAHAN.....	xi
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI .....	xiii
DAFTAR TABEL .....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	8
C. Batasan Masalah .....	8
D. Rumusan Masalah .....	8
E. Tujuan Penelitian .....	9
F. Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>11</b>
A. <i>Grand Theory</i> .....	11
B. Kerangka Teori .....	12
C. Landasan Teologis .....	20
D. Hubungan Antar Variabel.....	22
E. Kajian Pustaka .....	24
F. Kerangka Konseptual.....	26
G. Hipotesis Penelitian .....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>30</b>
A. Jenis Penelitian .....	30
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	30
C. Populasi dan Sampel Penelitian.....	30
D. Sumber Data .....	32

E. Subyek dan Obyek Penelitian .....	32
F. Variabel Penelitian dan Indikator Penelitian .....	33
G. Pengumpulan Data Penelitian .....	34
H. Teknik Analisis Data .....	35
<b>BAB IV PEMBAHASAN.....</b>	<b>40</b>
A. Gambaran Umum Tempat Penelitian .....	40
B. Karakteristik Responden .....	42
C. Analisis Hasil Penelitian .....	45
D. Pembahasan Hasil Penelitian .....	54
E. Keterbatasan Penelitian .....	59
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>60</b>
A. Kesimpulan .....	60
B. Saran .....	61
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	
<b>PENUTUP</b>	



## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Data Kontribusi Pariwisata terhadap PDB Tahun 2019-2021,	1
Tabel 2 Jumlah Pengunjung Sanggaluri <i>Park</i> Tahun 2019-2022,	3
Tabel 3 Penelitian Terdahulu,	24
Tabel 4 Hasil Indikator Peneliti,	31
Tabel 5 Pedoman Interpretasi Nilai Koefisien Korelasi,	38
Tabel 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin,	42
Tabel 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia,	43
Tabel 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan,	43
Tabel 9 Karakteristik Responden Berdasarkan Banyaknya Kunjungan,	44
Tabel 10 Validitas Variabel Daya Tarik Wisata,	45
Tabel 11 Validitas Variabel Fasilitas,	45
Tabel 12 Validitas Variabel Kualitas Pelayanan,	46
Tabel 13 Validitas Variabel Kepuasan Wisatawan,	46
Tabel 14 Hasil Uji Reliabilitas,	47
Tabel 15 Hasil Uji Rank Spearman,	48
Tabel 16 Hasil Uji MRA Tahap 1,	50
Tabel 17 Hasil Uji MRA Tahap 2,	51
Tabel 18 Hasil Uji Regresi Ordinal <i>Case Processing Summary</i> ,	51
Tabel 19 Hasil Uji Regresi Ordinal <i>Model Fitting Information</i> ,	52
Tabel 20 Hasil Uji Regresi Ordinal <i>Goodnes of Fit</i> ,	53
Tabel 21 Hasil Uji Regresi Ordinal <i>Pseudo og Square</i> ,	53
Tabel 22 Hasil Uji Regresi Ordinal <i>Parameter Estimates</i> ,	54



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Bagan *Theory Planned of Behaviour*, 11

Gambar 2 Kerangka Konseptual, 27

Gambar 3 Wisata Sanggaluri *Park Purbalingga*, 41

Gambar 4 Logo Sanggaluri *Park Purbalingga*, 41



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Data Tabulasi Responden

Lampiran 3 Hasil Uji Validitas

Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas

Lampiran 5 Hasil Uji Rank Spearman

Lampiran 6 Hasil Uji MRA

Lampiran 7 Hasil Uji Regresi Ordinal

Lampiran 8 Dokumentasi

Lampiran 9 Gambar Wahana Wisata Sanggaluri *Park* Purbalingga

Lampiran 10 Gambar Fasilitas Wisata Sanggaluri *Park* Purbalingga

Lampiran 11 Surat Izin Observasi dari Tempat Penelitian

Lampiran 12 Daftar Riwayat Hidup



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Tidak dipungkiri pariwisata merupakan salah satu aspek di bidang perekonomian yang akan terus mengalami kemajuan. Sejalan dengan hal tersebut banyak obyek wisata yang sengaja dibangun atau dengan mengelola sumber daya alam yang ada. Perkembangan selalu digencarkan dengan berbagai macam model obyek wisata, baik obyek wisata edukasi, kuliner, religi, cagar alam, dan lain sebagainya. Hal inilah tentu akan ikut mendorong kemajuan ekonomi di Negara Indonesia.

**Tabel 1**

**Kontribusi Pariwisata Terhadap PDB Indonesia Tahun 2019-2021**

No.	Tahun	Prosentase
1	2019	4,7 %
2	2020	4,1 %
3	2021	2,4 %

*Sumber: Data diolah, 2022*

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa terdapat kontribusi pariwisata terhadap PDB Indonesia tahun 2019 sebesar 4,7%, kemudian penurunan drastis terjadi di tahun 2020 dengan prosentase menunjukkan angka 4.1%, penurunan yang terjadi dalam hal ini dipengaruhi oleh adanya covid-19 (Amaliyah, 2022). Selanjutnya di tahun 2021 kembali terjadi penurunan drastis sehingga prosentase hanya sebesar 2,4% (Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi, 2022).

Kabupaten Purbalingga menjadi salah satu kabupaten di Provinsi Jawa Tengah yang terbilang cukup bagus dalam hal meningkatkan industri pariwisata dalam pemanfaatan Daerah Tujuan Wisata (DTW). Hal ini dibuktikan dengan diperolehnya gelar *Travel Club Tourism 4 Award (TCTA)* pada tahun 2013 untuk kategori *The Most Improved* (mengalami peningkatan pada setiap tahunnya).

Purbalingga menjadi satu-satunya kabupaten di Jawa Tengah yang mendapat penghargaan kategori ini (Sari, 2021).

Banyak sekali obyek wisata di kabupaten Purbalingga diantaranya Sanggaluri Park Purbalingga, Obyek Wisata Air Bojongsari, Aquarium Purbasari Pancuran Mas, Bumi Perkemahan Munjuluhur, Golaga, Situ Tirta Marta Karangcegak, Taman Bendungan Slinga, Masjid Cheng Ho, D'las Limbah Asri Serang, Kebun Stroberi, The Flower Garden Kutabawa, Ben Dina Hills, Curug Nini, Curug Silintang, Curug Sumba, Gardu Pandang, dan lain sebagainya.

Salah satu wisata di Purbalingga yang menarik untuk diteliti yaitu Wisata Sanggaluri *Park* Purbalingga. Sanggaluri *Park* Purbalingga merupakan wisata rekreasi dan edukasi keluarga yang terletak di Jalan Raya Taman *Reptile*, Dusun II, Kecamatan Kutasari, Kabupaten Purbalingga. Diresmikan pada tanggal 13 Agustus 2007 dengan nama obyek wisata *Reptil Insect Park*. Dalam pengembangannya seiring berjalannya waktu, pada tahun 2008 diresmikannya museum uang. Selanjutnya pada tahun 2009 tepatnya di bulan September dibangun wahana baru yaitu wahana museum IPTEK, kemudian dibangun wahana museum wayang dan artefak pada bulan Desember.

Masyarakat umum banyak yang masih menyebutnya sebagai wisata *reptile*, selain memang mudah untuk menyebutnya, wisata ini adalah wisata di Purbalingga yang berlabel edukasi dengan menjual eksotisme *reptile* yang bermacam-macam ukuran dan jenis mulai dari yang jinak sampai yang buas sehingga menjadikannya sebuah ciri khas serta menyajikan beberapa jenis Museum edukasi yang menarik. Selain Sanggaluri Park terdapat wisata yang berlabel edukasi yaitu Aquarium Purbasari Pancuran Mas akan tetapi fokus dari obyek wisata ini terbatas pada edukasi macam-macam Aquarium Air Tawar dengan Satwa “Bongsor” dan berbagai ikan jenis ikan serta hewan-hewan seperti burung dan rusa (Wawancara dengan Pak Bambang Adi selaku *Manager* Sanggaluri *Park* Purbalingga 7 Januari 2023).

Sanggaluri sendiri merupakan dua kata bahasa Jawa yang memiliki makna. Berasal dari kata “*sanggar*” yang bermakna tempat dan “*luru*” yang dapat diartikan sebagai mencari, kemudian “*i*” itu ilmu. Dari namanya sudah dapat



dipahami konsep pembangunan wisata ini yaitu sebagai tempat rekreasi sekaligus sarana edukasi yang santai.

**Tabel 2**  
**Data Pengunjung Sanggaluri 2019-2021**

No	Tahun	Pengunjung
1.	2018	201.813
2.	2019	231.954
3.	2020	80.501
4.	2021	20.693
5.	2022	116.838

*Sumber: Admin Sanggaluri Park Purbalingga*

Berdasarkan tabel di atas, bahwa terjadi inkonsistensi jumlah kunjungan sepanjang 5 tahun terakhir. Tahun 2019 jumlah kunjungan mengalami peningkatan kemudian di tahun selanjutnya terjadi penurunan di setiap tahunnya sampai tahun 2021, hal ini disebabkan adanya covid-19. Mulai dari adanya rasa takut masyarakat sehingga banyak sekali yang sudah tidak tertarik lagi untuk berwisata selain itu terdapat juga kebijakan pemerintah yaitu PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat di Indonesia). Hal yang bisa dilakukan oleh pihak pengelola setelah adanya covid-19 yaitu dengan membangun mentalitas karyawan untuk segera pulih kembali dengan melakukan pelayanan yang maksimal, gencar melakukan perawatan wahana dan perbaikan. Kemudian terjadi peningkatan kembali jumlah kunjungan pada tahun 2022 setelah meredanya covid-19 yang melanda Indonesia.

Seiring berkembangnya waktu dengan banyaknya obyek wisata yang berkembang maka persaingan bisnis di usaha pariwisata juga semakin nyata adanya. Wisata dituntut untuk melakukan inovasi dengan selalu mempertahankan ciri khas wisata yang ada. Hal yang menjadi faktor keberlangsungan sebuah bisnis pariwisata yaitu kepuasan pengunjung wisata atau wisatawan. Kepuasan wisatawan pada saat melakukan wisata akan menciptakan persepsi positif dimasa

yang akan datang terhadap wisata sehingga dampaknya pada peningkatan jumlah kunjungan, permintaan jasa, serta kinerja objek wisata (Berliana, 2022). Prinsip terpenting adalah keseimbangan antara harapan dan seberapa puas pelanggan dengan layanan tersebut. Artinya kepuasan mengacu pada perbandingan kinerja dengan harapan. Jika kinerja tampaknya melebihi harapan, pelanggan akan merasa puas atau senang dan sebaliknya pelanggan akan merasa kecewa saat tidak sesuai dengan harapan mereka (Suwena, 2017). Kepuasan wisatawan menjadi hal paling utama yang terus dijaga dengan melalui pengembangan dalam faktor daya tarik wisata, fasilitas, dan kualitas pelayanan.

Para wisatawan dalam memilih obyek wisata yang akan dikunjungi tentu berpikir kritis terlebih dahulu dengan banyak pertimbangan sehingga tidak menimbulkan rasa kekecewaan ketika pulang, melainkan hasil akhir yaitu rasa puas. Dalam Undang-undang No. 10 pasal 1 tentang Kepariwisata dijelaskan bahwa daya tarik wisata merupakan setiap apapun yang menjadi tujuan untuk berkunjung oleh wisatawan karena memiliki sifat unik, indah, dan bernilai baik kekayaan-kekayaan alam di bumi, budaya, ataupun yang sengaja dibuat oleh manusia (Apriliyanti, 2020). Sanggaluri Park mempunyai wahana yang terkenal dengan wahana kampung *reptile* dengan berbagai macam hewan *reptile* seperti ular yang ukurannya beragam, landak, kura-kura, dan lain sebagainya. Selain itu Sanggaluri *Park* menyediakan berbagai macam wahana edukasi dan bermain anak diantaranya museum uang, museum wayang dan artefak, museum serangga, miniatur ka'bah untuk manasik haji, rumah prestasi, rumah boneka, kolam renang, trampolin, istana balon, taman lalu lintas. Dari berbagai macam wahana yang disajikan wisatawan dapat menikmati wisata sekaligus untuk belajar (*gambar daya tarik wisata dapat dilihat pada lampiran 9*).

Fasilitas sesuai yang dikemukakan Kotler (2009) adalah segala sesuatu yang sengaja disediakan untuk pelanggan menggunakannya dan menikmatinya serta memberikan tingkat kepuasan yang baik (Yohana, 2020). Fasilitas di wisata Sanggaluri *Park* cukup lengkap dimana terdapat fasilitas umum keagamaan dan kesehatan diantaranya halaman parkir yang luas, ruang informasi, P3K, warung makan, toilet di setiap sudut, musholla, outing room, ATM, penunjuk arah, tempat

sampah, jalan, jembatan, tempat duduk, dan lain sebagainya (*gambar fasilitas dapat dilihat pada lampiran 10*).

Selain faktor daya tarik wisata dan fasilitas terdapat variabel yang dimungkinkan dapat mempengaruhi daya tarik wisata dan fasilitas yaitu variabel moderasi. Variabel moderasi yaitu variabel yang dapat berpengaruh (memperkuat atau memperlemah) hubungan antara variabel independen dengan dependen (Sugiyono, 2021). Dalam hal ini dalam melakukan penelitian kembali peneliti menambah variabel kualitas pelayanan yang dijadikan variabel moderasi untuk mendapatkan hasil yang lebih baik. Shandy W.P. dkk (2014:2) menyatakan kualitas pelayanan merupakan berbagai bentuk tindakan sebagai usaha memenuhi harapan pengunjung yang dilakukan oleh perusahaan. Untuk dapat bertahan dan mendapatkan kepercayaan wisatawan perusahaan atau objek wisata yang harus menjadi kunci utama dan keharusan objek wisata yaitu kualitas pelayanan (Berliana, 2022). Menurut Imah dari Sumbang mengatakan bahwa kualitas pelayanan di Sanggaluri Park sudah baik, pegawai yang ramah, dan setiap wahana terdapat penjagaan (*Wawancara Dengan Ibu Imah Selaku Pengunjung Wisata Sanggaluri Park 7 Januari 2023*). Kemudian menurut Irjan dan Kamsini mengatakan terkait kualitas pelayanan di Sanggaluri Park baik dan pegawai yang ramah (*Wawancara Dengan Pak Irjan dan Ibu Kamsini Selaku Pengunjung Wisata Sanggaluri Park 7 Januari 2023*).

Masalah kualitas pelayanan sangat penting dalam memasarkan suatu produk atau jasa agar dapat diterima dengan baik di pasar. Perusahaan dalam hal ini harus menawarkan pelayanan yang dapat diterima dan dapat dirasakan sesuai dengan harapan, bahkan lebih dari yang diharapkan sehingga tercipta kualitas pelayanan yang baik. Kualitas pelayanan yang lebih baik melebihi harapan tentu akan meningkatkan kepuasan (Utomo, 2019). Sanggaluri Park sudah mengupayakan pelayanan yang sebaik mungkin dengan wisatawan dilayani penuh dengan ramah dan melakukan yang terbaik mulai dari parkir, pembelian tiket, penjagaan di berbagai wahana, serta melakukan pengawasan terhadap wisatawan yang berkunjung.



Penelitian mengenai pariwisata sebelumnya dilakukan oleh Handayani (2019) dengan tempat penelitian di *Bangka Botanical Garden* (BBG) hanya saja peneliti tidak menggunakan variabel *aksesibilitas* pada penelitian ini. Hasil penelitiannya adalah fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Selanjutnya variabel daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Variabel fasilitas, aksesibilitas, dan daya tarik wisata secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Hal ini membuktikan variabel fasilitas, aksesibilitas, dan daya tarik wisata secara serentak berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan.

Sementara itu terdapat penelitian lain yang dilakukan oleh Marpaung (2019) mengenai pengaruh daya tarik, kualitas pelayanan, fasilitas, dan keselamatan dengan kepuasan sebagai variabel intervening terhadap minat kunjungan ulang. Hasil penelitian mengemukakan bahwa daya tarik berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Apriliyanti (2020) yaitu daya tarik wisata berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Kawatu (2020) juga memperoleh hasil penelitian yang sama yaitu daya tarik secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan. Kemudian pengujian variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Selain itu penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Priyanto (2018) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Selanjutnya fasilitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Penelitian ini juga diperkuat oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Sudarwan (2021) dan Fajrin (2021) yaitu fasilitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

Teori Perilaku Rencanaan (*Theory of Planned of Behaviour*) merupakan pengembangan lebih lanjut dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang digagas oleh Ajzen (1991). TRA mengartikan bahwa perilaku (*behaviour*) dilakukan karena individu atas dasar niat atau keinginan untuk melakukannya (Dewi, 2018). Seseorang yang mempunyai niat yaitu seorang yang sudah siap untuk membentuk



perilaku tertentu. Menurut *Theory Planned of Behavior* (TPB), niat seseorang menggambarkan keinginan seseorang untuk mencoba membentuk suatu perilaku tertentu. Niat seseorang dipengaruhi oleh perilaku yang terbagi menjadi tiga bagian, yaitu *Personal Attitude* (PA), *Subjective Norm* (SN) and *Perceived Control* (PBC). *Personal Attitude* (PA) adalah sikap yang menentukan akibat dari suatu perilaku tersebut dengan menilai apakah perilaku tersebut telah mengarah ke arah positif atau negatif. *Subjective Norm* (SN) adalah persepsi setiap orang untuk menilai apakah orang lain di lingkungan sekitarnya setuju atau tidak setuju dengan suatu tindakan perilaku itu. *Perceived Behavioral Control* (PBC) adalah keyakinan seseorang dalam mengendalikan suatu perilaku tertentu tentang betapa mudah atau sulitnya untuk menampilkan perilaku tersebut (Zoel, 2020).

Kaitan *Theory of Planned Behaviour* (TPB) dengan penelitian ini adalah suatu industri pariwisata tentu harus memperhatikan serta memelihara daya tarik wisata, fasilitas, dan kualitas pelayanan yang diberikan kepada wisatawan, terutama dalam menciptakan kepuasan bagi wisatawan. Dalam hal ini dengan cara menyajikan produk wisata yang efisien dalam pengembangannya, dalam menciptakan daya tarik, fasilitas, dan kualitas pelayanan yang lebih baik untuk para wisatawan. Hal ini dilakukan agar suatu wisata dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung dengan memperhatikan daya tarik, fasilitas, dan kualitas pelayanan sehingga wisatawan menilai wisata yang positif dan termotivasi untuk berkunjung serta berbagi informasi kepada orang lain.

Peneliti memilih variabel daya tarik wisata, fasilitas, dan kualitas pelayanan dikarenakan dalam menciptakan kepuasan wisatawan dapat dilakukan dengan membangun daya tarik wisata yang baik. Daya tarik wisata merupakan elemen terkuat dalam sistem pariwisata (Handayani, 2019). Hal ini daya tarik wisata menjadi pull faktor yang mempengaruhi wisatawan, semakin baik daya tarik wisata yang dibangun maka akan menciptakan kepuasan wisatawan dengan mempertahankan ciri khas yang ada serta selalu melakukan pengembangan dan perawatan. Selain daya tarik wisata dalam menciptakan kepuasan wisatawan dengan menyediakan fasilitas yang memadai. Fasilitas wisata yang dimaksud disini lebih kearah penyediaan sarana dan prasarana bangunan fisik karena

fasilitas memegang peranan penting dalam meningkatkan kepuasan wisatawan yang datang mengunjungi destinasi wisata (Marpaung, 2019). Selanjutnya kualitas pelayanan juga turut menjadi faktor penentu kepuasan wisatawan. Jika kualitas layanan yang diterima konsumen melebihi harapannya, maka yang didapatpun konsumen akan puas. Sebaliknya, jika kualitas layanan yang diberikan tidak memenuhi harapan konsumen, maka yang didapatpun konsumen kecewa (Intan, 2021).

Dari beberapa uraian diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan dengan Kualitas Pelayanan Sebagai Variabel Moderasi Pada Obyek Wisata Sanggaluri *Park Purbalingga*”**.

#### **B. Identifikasi Masalah**

Inkonsistensi jumlah kunjungan wisatawan pada obyek wisata Sanggaluri *Park Purbalingga*.

#### **C. Batasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah disebutkan, maka diperlukan adanya pembatasan masalah yang menjadi ruang lingkup pada penelitian ini. Peneliti hanya berfokus pada pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Wisatawan.

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan adanya latar belakang yang telah diuraikan, maka munculah rumusan masalah antara lain:

1. Apakah daya tarik wisata berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan pada obyek wisata Sanggaluri *Park Purbalingga*?
2. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan pada obyek wisata Sanggaluri *Park Purbalingga*?
3. Apakah kualitas pelayanan memoderasi pengaruh antara daya tarik wisata terhadap kepuasan wisatawan pada obyek wisata Sanggaluri *Park Purbalingga*?
4. Apakah kualitas pelayanan memoderasi pengaruh antara fasilitas terhadap kepuasan wisatawan pada obyek wisata Sanggaluri *Park Purbalingga*?

## E. Tujuan dan Manfaat penelitian

Menurut uraian rumusan masalah yang sudah disebutkan diatas, maka tujuan dan manfaat dalam penelitian ini adalah:

### 1. Tujuan

- a. Untuk mengetahui pengaruh daya tarik wisata terhadap kepuasan wisatawan pada obyek wisata Sanggaluri *Park* Purbalingga.
- b. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan wisatawan pada obyek wisata Sanggaluri *Park* Purbalingga.
- c. Untuk mengetahui kualitas pelayanan memoderasi pengaruh antara daya tarik wisata terhadap kepuasan wisatawan pada obyek wisata Sanggaluri *Park* Purbalingga.
- d. Untuk mengetahui kualitas pelayanan memoderasi pengaruh antara fasilitas terhadap kepuasan wisatawan pada obyek wisata Sanggaluri *Park* Purbalingga.

### 2. Manfaat

#### a. Teoritis

- 1) Dapat menambah bahan referensi keilmuan penelitian selanjutnya mengenai pengaruh daya tarik wisata dan fasilitas terhadap kepuasan wisatawan dengan fasilitas pelayanan sebagai variabel moderasi pada obyek wisata Sanggaluri *Park* Purbalingga.
- 2) Sebagai sarana untuk menerapkan ilmu yang telah diperoleh dan menambah wawasan mengenai industri pariwisata pada obyek wisata Sanggaluri *Park* Purbalingga.

#### b. Manfaat praktis

##### 1) Bagi Peneliti

Untuk menambah pengetahuan tentang pengaruh daya tarik wisata dan fasilitas terhadap kepuasan wisatawan dengan kualitas pelayanan sebagai variabel moderasi di obyek wisata Sanggaluri *Park* Purbalingga.

##### 2) Bagi Pengelola Wisata

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan pijakan untuk membantu pengelola wisata sebagai penyedia wisata dalam mempertahankan kelebihan dan memperbaiki kekurangan yang ada.

3) Bagi Masyarakat

Melalui adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah keilmuan tentang industri wisata dan teknologi saat ini.



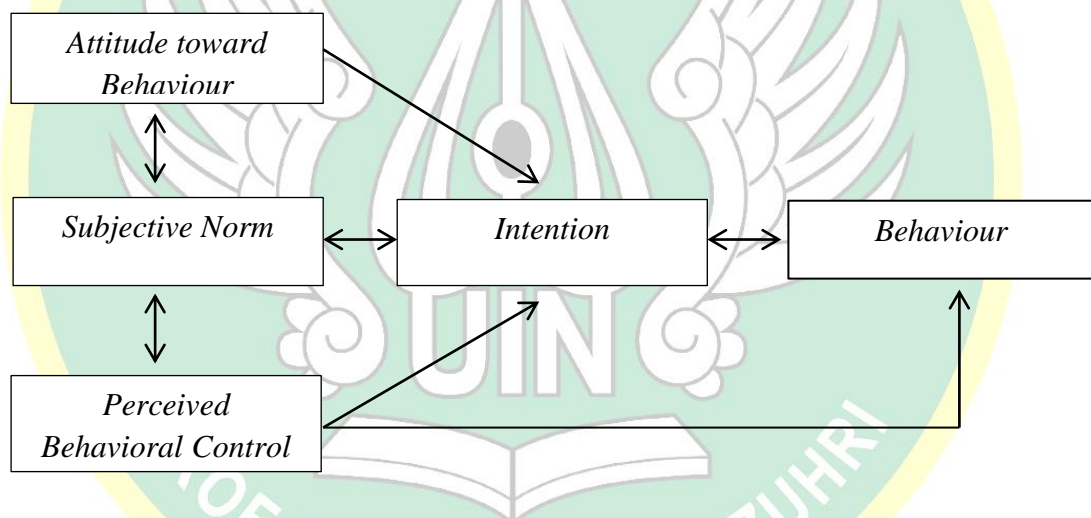


## BAB II LANDASAN TEORI

### A. *Grand Theory*

Ajzen (1991) mengemukakan teori perilaku direncanakan merupakan teori yang dapat digunakan untuk memprediksi apakah seseorang akan melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku. Teori perilaku direncanakan ini menggunakan tiga konstruk sebagai anteseden dari intensi, yaitu sikap kita terhadap perilaku tersebut, norma subjektif, dan perasaan kita mengenai kemampuan mengontrol segala sesuatu yang mempengaruhi apabila hendak melakukan perilaku tersebut. Teori ini dapat digambarkan melalui bagan di bawah ini (Mahyarni, 2013):

**Gambar 1**  
**Bagan Theory Planned of Behaviour**



#### 1. Sikap

Ajzen (2005) mengemukakan bahwa sikap terhadap perilaku ini ditentukan oleh keyakinan yang diperoleh mengenai konsekuensi dari suatu perilaku atau disebut juga *behavioral beliefs*. *Belief* berkaitan dengan penilaian-penilaian subjektif seseorang terhadap dunia sekitarnya, pemahaman mengenai diri dan lingkungannya. Bagaimana cara mengetahui *belief*, dalam teori perilaku direncanakan ini, Ajzen menyatakan bahwa *belief* dapat diungkapkan dengan cara menghubungkan suatu perilaku yang akan kita prediksi dengan berbagai manfaat atau kerugian yang mungkin diperoleh

apabila kita melakukan atau tidak melakukan perilaku itu. Keyakinan ini dapat memperkuat sikap terhadap perilaku berdasarkan evaluasi dari data yang diperoleh bahwa perilaku itu dapat memberikan keuntungan bagi pelakunya.

## 2. Norma Subjektif

Norma subjektif adalah perasaan atau dugaan-dugaan seseorang terhadap harapan-harapan dari orang-orang yang ada di dalam kehidupannya tentang dilakukan atau tidak dilakukannya perilaku tertentu, karena perasaan ini sifatnya subjektif maka dimensi ini disebut norma subjektif (*subjective norm*). Hubungan sikap terhadap perilaku sangat menentukan, maka norma subjektif juga dipengaruhi oleh keyakinan, bedanya adalah apabila hubungan sikap terhadap perilaku merupakan fungsi dari keyakinan terhadap perilaku yang akan dilakukan (*behavioral belief*) maka norma subjektif adalah fungsi dari keyakinan seseorang yang diperoleh atas pandangan orang-orang lain yang berhubungan dengannya (*normative belief*).

## 3. Persepsi kontrol perilaku atau *perceived behavioral control*

Persepsi kontrol perilaku atau disebut juga dengan kontrol perilaku adalah perasaan seseorang mengenai mudah atau sulitnya mewujudkan suatu perilaku tertentu (Ajzen, 2005). Ajzen menjelaskan tentang perasaan yang berkaitan dengan perilaku kontrol dengan cara membedakannya dengan *locus of control* atau pusat kendali yang dikemukakan oleh keyakinan seseorang yang relatif stabil dalam segala situasi. Persepsi kontrol perilaku dapat berubah tergantung situasi dan jenis perilaku yang akan dilakukan. Pusat kendali berkaitan dengan keyakinan individu bahwa keberhasilannya melakukan segala sesuatu tergantung pada usahanya.

## **B. Kerangka Teori**

### **1. Pariwisata**

Menurut arti katanya, pariwisata berasal dari bahasa Sanskerta yang terdiri dari dua kata yaitu kata *Pari* dan kata *Wisata*. Kata *Pari* berarti penuh, seluruh, atau semua dan kata *wisata* berarti perjalanan. Menurut Yoeti

(2003), syarat suatu perjalanan disebut sebagai perjalanan pariwisata apabila (Utama, 2014: 21):

- a. Perjalanan dilakukan dari suatu tempat ke tempat yang lain, di luar tempat kediaman orang tersebut biasa tinggal.
- b. Tujuan perjalanan semata-mata untuk bersenang-senang, dan tidak mencari nafkah di tempat atau negara yang dikunjungi.
- c. Semata-mata sebagai konsumen di tempat yang dikunjungi.

Robinson dalam Pitana dan Putu (2005:40) mengemukakan bahwa pariwisata berkembang karena adanya gerakan manusia di dalam mencari sesuatu yang belum diketahuinya, menjelajahi wilayah yang baru, mencari perubahan suasana, atau untuk mendapatkan perjalanan baru. *Institute of Tourism in Britain* (sekarang *Tourism Society in Britain*), dalam Kusmayadi & Sugiarto (2000:4-5), di tahun 1976 mendefinisikan pariwisata sebagai kepergian orang-orang untuk sementara waktu ke tempat tujuan di luar tempat tinggal dan tempat bekerja sehari-hari, ini mencakup kepergian untuk berbagai maksud, termasuk kunjungan sehari-hari atau darmawisata. Bergeraknya (bepergiannya) orang-orang tersebut dapat dilukiskan dengan banyak orang yang meninggalkan tempat kediaman atau rumah untuk sementara waktu ke tempat lain dengan tujuan sebagai seorang konsumen dan sama sekali tanpa tujuan mencari nafkah. hal yang sangat menonjol dari batasan-batasan yang dikemukakan tentang pariwisata ialah (Saragih, 2021: 32):

- a. Perjalanan itu dilakukan untuk sementara waktu
- b. Perjalanan itu dilakukan dari suatu ke tempat lain
- c. Perjalanan itu harus dikaitkan dengan pertamasyaan atau reaksi.
- d. Orang yang melakukan perjalanan tersebut tidak mencari nafkah di tempat yang dikunjungi dan semata-mata sebagai konsumen di tempat tersebut.

## 2. Jenis-Jenis Pariwisata

Jenis-jenis pariwisata dalam Kusumanegara (2003) dapat diuraikan sebagai berikut (Saragih, 2021: 33):

- a. Pariwisata Etnik (*Ethnic Tourism*), yaitu perjalanan untuk mengamati perwujudan kebudayaan dan gaya hidup masyarakat yang menarik.
- b. Pariwisata Budaya (*Culture Tourism*), yaitu perjalanan untuk meresapi atau untuk mengalami gaya hidup yang telah hilang dari ingatan manusia.
- c. Pariwisata Rekreasi (*Recreation Tourism*), yaitu kegiatan pariwisata yang berkisar pada olahraga, menghilangkan ketegangan dan melakukan kontak social dengan suasana santai.
- d. Pariwisata Alam (*Eco Tourism*), yaitu perjalanan kesuatu tempat yang relative masih asli atau belum tercemar, dengan tujuan untuk mempelajari, mengagumi, menikmati pemandangan, tumbuhan, dan binatang liar serta perwujudan budaya yang ada atau pernah ada di tempat tersebut.
- e. Pariwisata Kota (*City Tourism*), yaitu perjalanan dalam suatu kota untuk menikmati pemandangan, tumbuhan dan binatang liar serta perwujudan budaya yang ada atau pernah ada di tempat tersebut.
- f. *Rersort City*, yaitu kota atau perkampungan yang mempunyai tumpuan kehidupan pada persediaan sarana atau prasarana wisata yaitu penginapan, restoran, olahraga, hiburan dan persediaan tamasya lainnya.
- g. Pariwisata Agro (*Agro Tourism* yang terdiri dari *Rural Tourism* atau *Farm Tourism*) yaitu merupakan perjalanan untuk meresapi dan mempelajari kegiatan pertanian, perkebunan, peternakan, kehutanan. Jenis wisata ini bertujuan mengajak wisatawan memikirkan alam dan kelestariannya.

### 3. Kepuasan Wisatawan

#### a. Pengertian Kepuasan Wisatawan

Kepuasan memainkan peranan penting dalam perencanaan pemasaran produk dan jasa. Berhubungan dengan pariwisata kepuasan wisatawan menjadi hal penting untuk keberhasilan pemasaran destinasi pariwisata karena kepuasanlah yang berpengaruh langsung terhadap keputusan wisatawan untuk menikmati produk serta jasa dan keputusan untuk datang kembali juga dipengaruhi oleh kepuasan wisatawan (Utama, 2014: 136).



Kepuasan wisatawan adalah pendapat dari wisatawan mengenai ukuran seberapa kualitasnya sebuah destinasi. Ukuran yang dimaksud didalamnya yaitu anggapan wisatawan atas kualitas atau hasil yang diperoleh dari suatu destinasi wisata, contohnya pelayanan dari pihak pengelola wisata, tetapi bukan hanya dari hasil akhir pengalaman. Kepuasan dapat diukur melalui tiga item yaitu yang pertama berkaitan dengan apakah wisatawan senang atau tidak dengan keputusannya untuk mengunjungi sebuah obyek wisata, yang kedua adalah perasaan yakin bahwa memilih destinasi yang dikunjungi adalah sesuatu yang tepat, dan terakhir adalah secara menyeluruh seberapa tingkatan kepuasan wisatawan selama melakukan perjalanan ke sebuah obyek wisata (Aprilianti, 2020).

Ada beberapa tingkatan yang mungkin dialami wisatawan antara lain (Kiswantoro, 2019):

- 1) Perasaan kecewa bagi pelanggan apabila kinerja yang diberikan tidak sesuai harapan.
- 2) Perasaan puas bagi pelanggan apabila kinerja yang diberikan sesuai dengan apa yang diharapkan.
- 3) Perasaan senang bahkan sangat puas apabila kinerja yang diberikan melebihi apa yang diharapkan oleh pelanggan.

Menurut Tjiptono (2014:101), yang menjadi dimensi pembentuk kepuasan pengunjung itu terdiri dari tiga komponen antara lain (Budhiarty, 2019):

- 1) Kesesuaian Harapan

Kesesuaian harapan adalah seberapa tingkatan antara kesesuaian harapan pengunjung mengenai kinerja fasilitas dibandingkan dengan apa yang pengunjung rasakan, meliputi:

- a) Fasilitas yang didapatkan sesuai dengan harapan pengunjung.
- b) Pelayanan yang dilakukan pengelola wisata sesuai harapan pengunjung.

## 2) Minat Berkunjung Kembali

Minat berkunjung kembali adalah tingkat kepuasan yang mendorong pengunjung untuk berkunjung kembali di lain waktu, meliputi:

- a) Tertarik kembali mengunjungi karena mereka puas atas pelayanan yang diberi penyedia jasa.
- b) Tertarik mengunjungi kembali karena memadainya fasilitas yang ada didalamnya.

## 3) Kesiediaan untuk Merekomendasikan

Kesiediaan untuk merekomendasikan kepada kerabat atau keluarga atas semua fasilitas yang dirasakan, antara lain meliputi:

- a) Merekomendasikan kepada kerabat atau keluarga untuk membeli fasilitas yang dihasilkan suatu obyek wisata karena pelayanan yang memuaskan.
- b) Merekomendasikan kepada kerabat atau keluarga karena fasilitas yang sesuai dengan harapan.

## 4. Daya Tarik Wisata

### a. Pengertian Daya Tarik Wisata

Nyoman dalam bukunya yang berjudul Ilmu Pariwisata pada tahun 1994, menyatakan bahwa daya tarik wisata bisa berperan sebagai segala sesuatu yang menarik dan mempunyai nilai untuk dikunjungi dan dilihat (Mardiana, 2021). Daya tarik wisata memiliki kekuatan tersendiri sebagai komponen produk pariwisata karena dapat memunculkan motivasi bagi wisatawan dan menarik wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata, hal demikian terlebih terjadi di destinasi pariwisata yang memiliki sangat beragam dan bervariasi daya tarik wisata (Isdarmanto, 2017: 15).

## b. Macam-Macam Daya Tarik Wisata

Obyek atau Daya Tarik Wisata dapat dibedakan menjadi tiga:

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

## c. Komponen Daya Tarik Wisata

Terdapat beberapa indikator daya tarik wisata yang mesti dapat dipenuhi untuk menjadi daya tarik wisata pada Tujuan wisata, yaitu (Widodo, 2022) :

### 1) Daya tarik yang dapat disaksikan (*What to see*)

Hal ini mengisyaratkan bahwa pada daerah harus ada sesuatu yang menjadikan daya tarik wisata, atau suatu daerah mestinya mempunyai daya tarik yang khusus dan atraksi budaya yang dapat dijadikan sebagai hiburan bagi wisatawan. Apa yang disaksikan dapat terdiri dari pemandangan alam, kegiatan, kesenian dan atraksi wisata.

### 2) Aktivitas wisata yang dapat dilakukan (*What to do*)

Hal ini menunjukkan bahwa daya tarik wisata harus memiliki sesuatu yang menarik yang bisa dilakukan oleh para pengunjung, sehingga membuat pengunjung betah untuk tinggal lebih lama di daya tarik wisata tersebut.

### 3) Sesuatu yang dapat dibeli (*What to buy*)

Hal ini mengisyaratkan bahwa tempat tujuan wisata semestinya menyediakan beberapa fasilitas penunjang untuk berbelanja terutama

barang souvenir dan kerajinan rakyat yang bisa berfungsi sebagai oleh-oleh untuk dibawa pulang ke tempat asal wisatawan.

## 5. Fasilitas Wisata

### a. Pengertian Fasilitas (*Amenitas*)

Fasilitas adalah pelayanan yang diberikan oleh pihak objek wisata dalam menunjang kegiatan wisatawan yang mengunjungi suatu objek wisata (Irawan, 2021). Pengertian lain menyebutkan fasilitas adalah segala fasilitas pendukung yang bisa memenuhi kebutuhan dan keinginan wisatawan selama berada di destinasi. *Amenitas* berkaitan dengan ketersediaan sarana akomodasi untuk menginap serta restoran atau warung untuk makan dan minum. Kebutuhan lain yang mungkin juga diinginkan dan diperlukan oleh wisatawan, seperti toilet umum, rest area, tempat parkir, klinik kesehatan, dan sarana ibadah sebaiknya juga tersedia di sebuah destinasi. Tentu saja fasilitas-fasilitas tersebut juga perlu melihat dan mengkaji situasi dan kondisi dari destinasi sendiri dan kebutuhan wisatawan. Tidak semua amenitas harus berdekatan dan berada di daerah utama destinasi. Destinasi alam dan peninggalan bersejarah sebaiknya agak berjauhan dari *amenitas* yang bersifat komersial, seperti hotel, restoran dan rest area (Isdarmanto, 2017: 15).

### b. Komponen Fasilitas Obyek Wisata

Menurut Akrom (2014) komponen dari fasilitas obyek wisata adalah (Kiswanto, 2019):

#### 1) *Tangible Product* (produk yang nyata)

*Tangible product* (produk yang nyata) diantaranya adalah fasilitas yang mungkin berpengaruh dalam kelangsungan keberadaan dan pengembangan infrastruktur atau fasilitas pariwisata yang dapat melayani kebutuhan para wisatawan selama dalam perjalanan. Contohnya adalah jaringan jalan, fasilitas pelabuhan (udara, laut, darat), jaringan listrik, komunikasi, air bersih dan lain-lain. Pendirian produk wisata adalah segala usaha yang mampu memberi pelayanan yang baik untuk wisatawan. contohnya, segala bentuk jasa dalam



pariwisata seperti agen perjalanan, biro perjalanan, konsultan informasi wisata, dan agen perjalanan insentif. Di bidang sarana usaha pariwisata seperti fasilitas akomodasi, fasilitas kuliner, dan transportasi wisata.

2) *Intangible Product* (produk yang tidak nyata)

Pelayanan yang dimaksud adalah sumber daya manusia yang berkecimpung pada pariwisata serta pemahaman teknis dalam melakukan pelayanan kepada wisatawan. Dan sapta pesona yang didalamnya terdiri atas 7K yaitu keamanan, ketertiban, kebersihan, keindahan, kesejukan, keramahan, dan ketentraman dengan keseluruhan dilakukan secara maksimal.

## 6. Kualitas Pelayanan

### a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan menurut Tjiptono dan Chandra (2011) menyatakan secara sederhana yaitu suatu ukuran tingkat pelayanan apakah sudah baik dan mampu memenuhi harapan pelanggan, dalam hal kualitas pelayanan berarti kebutuhan dan keinginan pengunjung sepenuhnya ditentukan oleh perusahaan itu sendiri (Priyanto, 2018).

### b. Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler (2007) dimensi kualitas pelayanan yaitu sebagai berikut (Dewa, 2018):

- 1) *Tangibles* yang meliputi tampilan fisik dan kelengkapan indikator.
- 2) *Reliability* yaitu keandalan atau kemampuan untuk memberi pelayanan yang dijanjikan dengan memuaskan.
- 3) *Responsiveness* yaitu. daya tanggap atau kesiapan seorang pegawai dalam membantu dan memberikan pelayanan untuk pelanggan dengan cepat dan tanggap.
- 4) *Assurance* yaitu keterampilan dan pengetahuan mengenai seorang karyawan dalam melayani semua konsumen.
- 5) *Emphaty*, meliputi berkomunikasi yang baik dengan mudah, perhatian dan memahami setiap kebutuhan pelanggan.

### C. Landasan Teologis

Dalam Islam berwisata atau melakukan perjalanan adalah hal yang diperbolehkan. Hal ini dibuktikan dengan adanya ayat Al-Qur'an yang membahasnya. Dalam bahasa Arab wisata disebut dengan “*Rihlah*” yang artinya perjalanan. Selain itu disebut juga dengan “*Safara*” (سافر) dan “*Sara*” (سار) (Syahriza, 2014). Salah satu ayat yang menerangkan tentang berwisata yaitu terdapat dalam Surat Al-‘Ankabut: 20 yang berbunyi:

قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ بَدَأَ الْخَلْقَ ثُمَّ اللَّهُ يُنشِئُ النَّشْأَةَ الْآخِرَةَ إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ

Artinya: “*Katakanlah: "Berjalanlah di (muka) bumi, Maka perhatikanlah bagaimana Allah menciptakan (manusia) dari permulaannya, kemudian Allah menjadikannya sekali lagi. Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu".*”.

Ketika Allah menyebut “berjalanlah di muka bumi”, itu artinya Allah mengingatkan kita kepada alam ini, sehingga ada wisata alam. Banyak hal di alam ini yang dapat dijadikan objek wisata, karena Allah menciptakan alam ini dengan kekhasan yang berbeda-beda. Dan dapat dipahami bahwa safar atau wisata itu untuk merenungi keindahan ciptaan Allah Ta’ala, menikmati indahnya alam nan agung sebagai pendorong jiwa manusia untuk menguatkan keimanan terhadap keesaan Allah dan memotivasi menunaikan kewajiban hidup.

Dalam kualitas pelayanan seorang penyedia jasa harus betul-betul memperlakukan pelanggan dengan sebaik mungkin. Seperti yang sudah dicontohkan oleh Rasulullah tentang bagaimana sikap yang benar ketika berinteraksi dengan orang lain. Hal ini terdapat dalam QS. Ali-‘Imran: ayat 159 yang berbunyi:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۗ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ ۗ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ ۚ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya: “*Maka berkat rahmat Allah engkau (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu. Karena itu maafkanlah mereka dan mohonkanlah ampunan untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian, apabila*

*engkau telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sungguh, Allah mencintai orang yang bertawakal”.*

Ayat di atas menjelaskan bahwasannya ayat tersebut ditujukan kepada Rasulullah, mengingatkan atas karunia yang telah diberikan kepadanya dan kepada orang-orang yang beriman, tatkala Allah menjadikan hati beliau lembut kepada umatnya yang mengikuti perintah dan meninggalkan larangannya serta menjadikan beliau bertutur kata baik kepada mereka (Syahrial, 2021). Selain itu Thorik G dan Utus H (2006: 77) menjelaskan bahwa pelayanan yang berkualitas bukan hanya mengantar atau melayani melainkan juga mengerti, memahami, dan merasakan. Dengan demikian maka penyampaian akan sampai pada *heart share* dan memperkokoh posisi di dalam *mind share* konsumen (Sunardi, 2018).

Berkaitan dengan penyediaan layanan konsumen, Islam telah mengatur bagaimana cara untuk menghasilkan kepuasan yang berkualitas bagi pengunjungnya, dimana dasar bangunan tersebut bersumber dari Al-qur'an dan hadist. Kepuasan dalam Al-Qur'an termaktub dalam Q.S At-Taubah: 59 yang berbunyi:

وَلَوْ أَنَّهُمْ رَضُوا مَا آتَاهُمُ اللَّهُ وَرَسُولُهُ وَقَالُوا حَسْبُنَا اللَّهُ سَيُؤْتِينَا اللَّهُ مِنْ فَضْلِهِ وَرَسُولُهُ إِنَّا إِلَى اللَّهِ رَاغِبُونَ

Artinya: *“Apabila seumpama mereka berpuas terhadap apa yang diberikan. Allah dan Rasul-Nya kepada mereka, dan berkata : cukuplah Allah akan memberikan kepada kami sebagian dari karunia-Nya dan demikian (pula) Rasul-Nya, sungguh kami adalah orang-orang yang hanya kepada Allah selalu berharap”.*

Dalam ekonomi Islam kepuasan dikenal dengan istilah masalah dengan pengertian terpenuhi kebutuhan baik fisik maupun spiritual. Kepuasan merupakan suatu akibat terpenuhinya suatu keinginan, sedangkan masalah merupakan suatu akibat atas terpenuhinya suatu kebutuhan atau fitrah. Terpenuhinya suatu kebutuhan juga akan memberikan kepuasan terutama jika kebutuhan tersebut disadari dan diinginkan. Menurut pendapat Qardhawi (1997), sebagai pedoman untuk mengetahui tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen, maka sebuah perusahaan barang maupun jasa harus melihat kinerja perusahaannya yang

berkaitan dengan sifat jujur, amanah, dan benar. Seorang muslim untuk mencapai tingkat kepuasan harus mempertimbangkan beberapa hal yaitu barang yang dikonsumsi adalah halal, baik secara dzatnya maupun cara memperolehnya, tidak bersifat *israf* (royal) atau *tabzir* (sia-sia). Oleh karena itu kepuasan seorang muslim tidak didasarkan banyak sedikitnya barang yang dikonsumsi, tetapi didasarkan atas seberapa besar nilai ibadah yang didapat dari yang dikonsumsi (Putra, 2019).

#### **D. Hubungan Antar Variabel**

##### **1. Pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan**

Daya tarik wisata merupakan setiap apapun yang menjadi tujuan untuk berkunjung oleh wisatawan karena memiliki sifat unik, indah, dan bernilai baik kekayaan-kekayaan alam di bumi, budaya, ataupun yang sengaja dibuat oleh manusia (Apriliyanti, 2020). Hal ini daya tarik wisata adalah unsur terkuat dalam sistem pariwisata. Jika dibandingkan dengan unsur-unsur lain pembentuk produk pariwisata, daya tarik wisata merupakan pull faktor bagi wisatawan dalam mempengaruhi pengambilan keputusan mengunjungi suatu destinasi pariwisata (Handayani, 2019). Zaenuri dalam Aprilia (2017:16-21) menyatakan bahwa daya tarik wisata merupakan suatu yang menjadi pilihan wisatawan dan unik serta bisa memberikan kepuasan sesuai apa yang diinginkan wisatawan. Jika pengunjung merasa daya tarik pada objek wisata sesuai dengan yang diharapkan maka akan terciptanya kepuasan pengunjung. Untuk menarik minat wisatawan berkunjung Industri pariwisata harus selalu mengembangkan potensi daya tarik yang dimiliki (Berliana, 2022).

##### **2. Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Wisatawan**

Fasilitas merupakan suatu jasa pelayanan yang disediakan oleh suatu objek wisata untuk menunjang atau mendukung aktivitas-aktivitas wisatawan yang berkunjung di suatu objek wisata. Apabila suatu objek wisata memiliki fasilitas yang memadai serta memenuhi standar pelayanan dan dapat memuaskan pengunjung maka dapat menarik wisatawan lebih banyak lagi melalui kesan-kesan baik dari pengunjung sebelumnya (Fajrin, 2021). Ketersediaan fasilitas di suatu objek wisata sangat penting untuk memenuhi



kebutuhan wisatawan selama berada di objek wisata tersebut, fasilitas sangat berpengaruh dengan bagaimana wisatawan memandang objek wisata tersebut. Ketika semua fasilitas sudah disediakan dengan baik, hal ini tentunya membuat wisatawan nyaman dan puas telah berkunjung ke objek wisata tersebut (Wulandari, 2022).

### **3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Wisatawan**

Tjipto dan Chandra (2011:164) menyatakan kualitas pelayanan merupakan sebagai cara untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan serta ketepatan dalam penyampaiannya untuk mengimbangi keinginan konsumen yang mempengaruhi produk, jasa, manusia, proses, serta lingkungan yang bersifat dinamis. Sehingga kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai upaya mengimbangi harapan bahkan melebihi harapan yang dimiliki wisatawan dengan penyampaian dan pemenuh kebutuhan yang ada serta apa yang menjadi keinginan konsumen secara tepat dan tercipta kepuasan (Berliana, 2022). Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Dalam hal ini pelanggan dalam pariwisata yaitu seorang wisatawan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan tersebut memungkinkan perusahaan untuk selalu memahami dengan seksama harapan-harapan para pelanggan (Azliyansyah, 2020).

## E. Kajian Pustaka

**Tabel 3**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Fasilitas, <i>Aksesibilitas</i> dan Daya Tarik Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan (Handayani, 2019)	Variabel fasilitas, <i>aksesibilitas</i> dan daya tarik wisata secara serentak mempunyai pengaruh yang positif serta signifikan terhadap kepuasan wisatawan.	Variabel independen berupa fasilitas dan daya tarik. Metode penelitian kuantitatif.	Variabel independen <i>aksesibiitas</i> . Perbedaan lain terletak pada penggunaan variabel moderasi pada penelitian saat ini
2.	Pengaruh daya tarik wisata, citra destinasi dan sarana wisata terhadap kepuasan wisatawan citra niaga sebagai pusat cerminan budaya khas kota samarinda. (Apriliyanti, 2020).	Variabel Daya tarik wisata, dan Citra destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Sarana wisata berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan wisatawan.	Variabel independen daya tarik wisata. Metode penelitian kuantitatif.	Variabel dependen citra destinasi. Perbedaan lain terletak pada penggunaan variabel moderasi pada penelitian saat ini

3.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas (Studi di Ciater Spa Resort). (Priyanto, 2018).	Terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan secara signifikan.	Variabel independen berupa kepuasan wisatawan.	Terdapat variabel dependent (Y2) berupa loyalitas wisatawan. Perbedaan lain terletak pada penggunaan kualitas pelayanan dijadikan variabel moderasi pada penelitian saat ini.
4.	Pengaruh Fasilitas dan Lokasi terhadap Kepuasan dan Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Candi Muara Takus Kecamatan XIII Kota Kampar Kabupaten Kampar. (Fajrin, 2021)	Terdapat pengaruh fasilitas terhadap kepuasan secara signifikan. Terdapat pengaruh lokasi terhadap kepuasan secara signifikan.	Variabel independen berupa fasilitas. Metode penelitian pendekatan kuantitatif.	Variabel independen lokasi. Variabel dependen minat berkunjung ulang. Adanya penggunaan variabel moderasi berupa kualitas pelayanan pada penelitian saat ini.
5.	Pengaruh Promosi Wisata dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Obyek Wisata Istana	Adanya pengaruh positif dan signifikan antara variabel promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan.	Variabel berupa kualitas pelayanan. Metode penelitian pendekatan kuantitatif.	Lokasi penelitian dilakukan di obyek wisata Istana Maimun Medan sedangkan peneliti di Sanggaluri Park

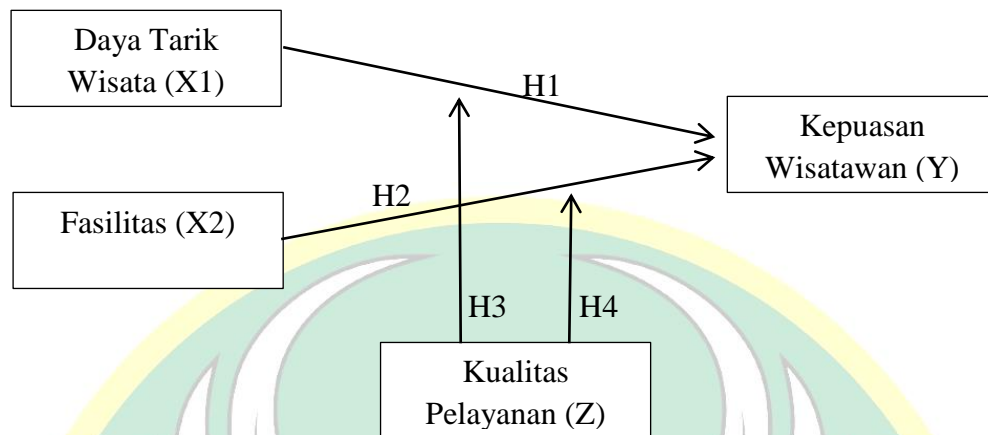
	Maimun Medan (Azliansyah, 2020)			Purbalingga. Penggunaan variabel kualitas pelayanan dijadikan variabel moderasi.
6.	Pengaruh Daya Tarik, Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Keamanan dengan Kepuasan Wisatawan Variabel Intervening terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan. (Marpaung, 2019)	Kepuasan wisatawan berpengaruh secara tidak langsung dalam mendorong daya tarik, kualitas pelayanan, dan fasilitas terhadap minat kunjungan ulang.	Variabel independen berupa daya tarik, kualitas pelayanan.	Variabel independen keselamatan dan variabel kepuasan sebagai variabel intervening. Variabel dependen minat kunjungan ulang. Adanya variabel kualitas pelayanan sebagai variabel moderasi pada penelitian yang sedang dilakukan.

#### F. Kerangka Konseptual

Berdasarkan uraian diatas maka pengaruh daya tarik wisata dan fasilitas terhadap kepuasan wisatawan dengan kualitas pelayanan sebagai variabel moderasi pada Obyek Wisata Sanggaluri *Park* Purbalingga dapat digambarkan dalam kerangka konseptual sebagai berikut:



**Gambar 2**  
**Kerangka Konseptual**



### G. Hipotesis

Berdasarkan kajian pustaka dan penelitian terdahulu, peneliti dapat merumuskan hipotesis yaitu:

#### 1. Pengaruh Daya Tarik terhadap Kepuasan Wisatawan

Daya tarik tempat tujuan wisata merupakan motivasi utama bagi wisatawan untuk melakukan kunjungan wisata. Semakin banyak inovasi-inovasi yang dikembangkan di daerah tujuan wisata maka semakin kuat daya tarik yang akan dihasilkan oleh tempat wisata tersebut. Daya tarik wisata merupakan atribut jasa pariwisata yang sering digunakan sebagai indikator dalam menentukan kualitas pariwisata. Daya tarik wisata yang dinikmati oleh wisatawan secara otomatis akan menimbulkan kepuasan bagi pengunjung dan akan merespon secara positif setiap layanan jasa yang dinikmati dan dirasakan baik individu maupun kelompok masyarakat. Begitu pula sebaliknya, jika daya tarik wisata tidak dinikmati dan dirasakan oleh wisatawan maka akan berdampak pada kepuasan serta minat kunjungan wisatawan akan menurun (Apriliyanti, 2020). Penelitian yang dilakukan oleh Handayani (2019) menyatakan bahwa daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Penelitian yang dilakukan oleh Apriliyanti (2020) menyatakan bahwa daya tarik wisata secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Dari beberapa uraian hasil

penelitian tersebut menunjukkan bahwa daya tarik wisata dapat meningkatkan kepuasan wisatawan.

**Ha1 : Daya tarik wisata berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan.**

## **2. Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Wisatawan**

Fasilitas adalah sumber daya alam maupun sumber daya buatan yang dimana dibutuhkan oleh wisatawan yang menjadi tujuan mereka berwisata. Serta kelengkapan tempat sebagai pendukung atau nilai tambah suatu obyek wisata untuk meningkatkan nilai kepuasan wisatawan yang datang ke obyek wisata (Kiswanto, 2019). Penelitian yang dilakukan oleh Fajirin (2021) menyatakan bahwa fasilitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Penelitian yang dilakukan oleh Susmiyati (2019) fasilitas secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Dari beberapa uraian hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa fasilitas dapat meningkatkan kepuasan wisatawan.

**Ha2 : Fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan.**

## **3. Pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan dengan Kualitas Pelayanan Sebagai Variabel Moderasi**

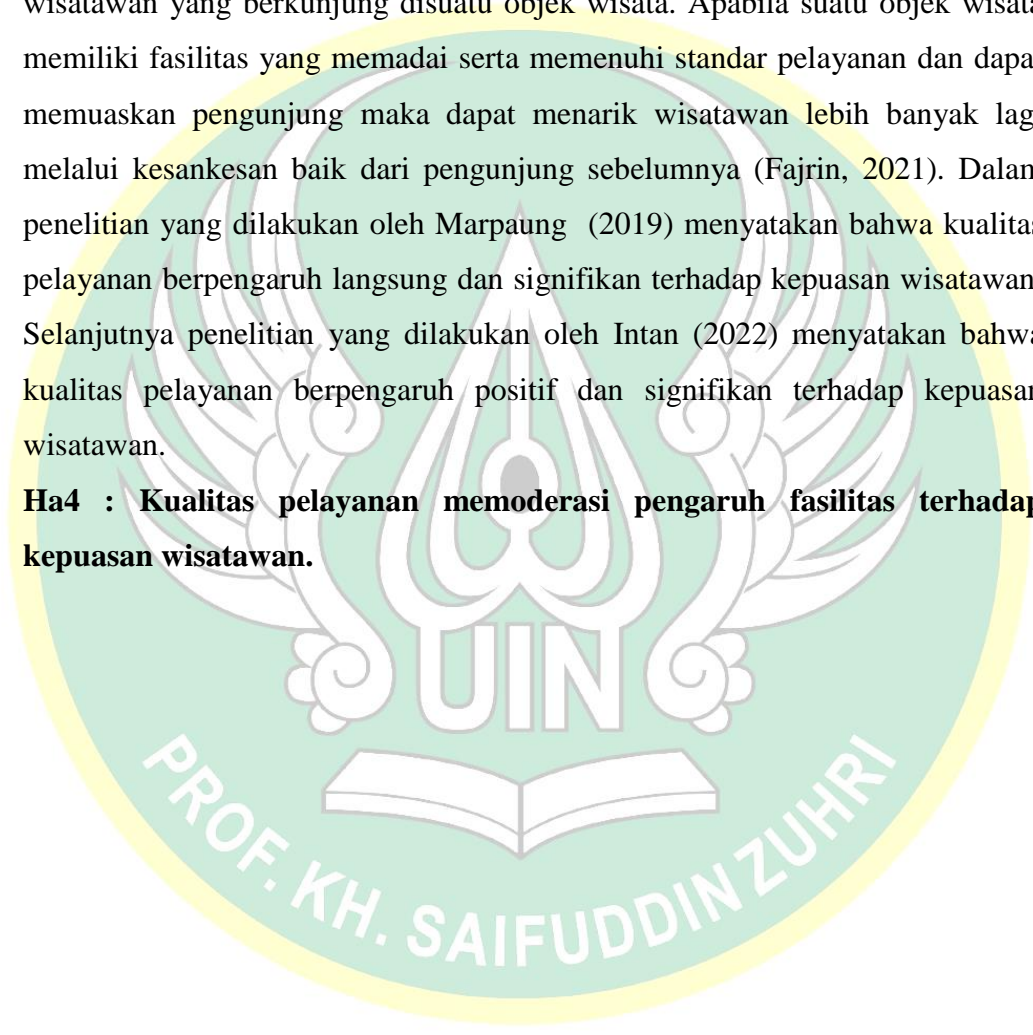
Kualitas pelayanan merupakan sebagai cara untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan serta ketepatan dalam penyampaianya untuk mengimbangi keinginan konsumen yang mempengaruhi produk, jasa, manusia, proses, serta lingkungan yang bersifat dinamis. Dalam hal ini kualitas pelayanan di sebuah obyek wisata tentu akan turut menjadi penyeimbang dan perantara adanya daya tarik wisata untuk mudah dinikmati oleh wisatawan dengan terpenuhinya kebutuhan dan keinginannya sehingga tercipta kepuasan wisatawan (Berliana, 2022). Dalam penelitian yang dilakukan oleh Priyanto (2018) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Azliansyah (2020) menyatakan bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

**Ha3 : Kualitas pelayanan memoderasi pengaruh daya tarik wisata terhadap kepuasan wisatawan.**

**4. Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Wisatawan dengan Kualitas Pelayanan Sebagai Variabel Moderasi**

Fasilitas berkaitan erat dengan jasa pelayanan yang disediakan oleh suatu objek wisata untuk menunjang atau mendukung aktivitas-aktivitas wisatawan yang berkunjung disuatu objek wisata. Apabila suatu objek wisata memiliki fasilitas yang memadai serta memenuhi standar pelayanan dan dapat memuaskan pengunjung maka dapat menarik wisatawan lebih banyak lagi melalui kesankesan baik dari pengunjung sebelumnya (Fajrin, 2021). Dalam penelitian yang dilakukan oleh Marpaung (2019) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh langsung dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Intan (2022) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

**Ha4 : Kualitas pelayanan memoderasi pengaruh fasilitas terhadap kepuasan wisatawan.**



## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### A. Jenis Penelitian

Dengan permasalahan yang telah dijabarkan oleh peneliti di atas, jenis penelitian ini adalah *field research* dengan metode kuantitatif. *Field research* adalah penelitian yang dilakukan di suatu tempat atau lokasi yang dipilih untuk meneliti atau menyelidiki sesuatu yang terjadi di tempat tersebut (Fathoni, 2006). Metode kuantitatif yaitu sebuah metode dalam penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data dalam metode ini dengan menggunakan instrumen penelitian, analisis data yang bersifat kuantitatif/statistik yang bertujuan guna menguji hipotesis yang sudah ditetapkan (Sugiyono, 2019).

#### B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di obyek wisata Sanggaluri *Park* Purbalingga. Waktu penelitian dilaksanakan mulai 20 Desember 2022 – 10 Januari 2023. Peneliti memilih obyek wisata ini karena Sanggaluri *Park* mempunyai daya tarik wisata tersendiri dengan konsep rekreasi serta edukasi dan dilengkapi fasilitas wisata yang memadai.

#### C. Populasi dan Sampel Penelitian

##### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh wisatawan yang berkunjung di obyek wisata Sanggaluri *Park* dalam kurun waktu yang sudah ditentukan oleh peneliti dengan jumlah populasi yang tidak diketahui jumlahnya.

##### 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tertentu (Sugiyono, 2019). Sampel pada penelitian ini yaitu



sebagian wisatawan yang berkunjung ke obyek wisata Sanggaluri *Park* Purbalingga. Pengambilan sampel dilakukan dengan mempertimbangkan bahwa tidak mungkin untuk meneliti seluruh populasi karena jumlah populasi yang ada tidak diketahui jumlahnya, maka dari itu dibentuklah perwakilan populasi.

Teknik pengumpulan jumlah sampel pada penelitian ini menggunakan rumus *Unknown Population* yang artinya jumlah populasi tidak diketahui (Duli, 2019).

$$N = \left\{ \frac{\left(\frac{Za}{2}\right) \cdot \sigma}{e} \right\}^2$$

Keterangan:

N = Jumlah sampel

Za/2 = Tingkat kepercayaan 95% = 1,96

$\sigma$  = Standar deviasi = 0,25

e = Tingkat kesalahan dalam penelitian ini 5%

$$N = \left\{ \frac{\left(\frac{Za}{2}\right) \cdot \sigma}{e} \right\}^2$$

$$N = \left\{ \frac{\left(\frac{1,96}{2}\right) \cdot 0,25}{5\%} \right\}^2$$

N = 96,4 dibulatkan menjadi 100 responden.

Sesuai dengan hasil perhitungan rumus di atas maka kesimpulan yang bisa ditarik yaitu jumlah sampel untuk penelitian ini dibulatkan menjadi 100 wisatawan yang mengunjungi Sanggaluri *Park* Purbalingga.

Adapun teknik sampling dengan menggunakan teknik *nonprobability sampling*. Teknik ini dapat diartikan dengan teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2021). Sedangkan metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *sampling purposive*. *Sampling purposive* adalah salah satu teknik dalam menentukan sampel dengan pertimbangan tertentu

(Sugiyono, 2021). Sampel dalam penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung ke obyek wisata sanggaluri *Park* Purbalingga.

Adapun kriteria yang ditentukan oleh peneliti diantaranya:

- a. Responden yang sudah berumur 17 tahun ke atas dengan asumsi bahwa responden tersebut sudah cukup dewasa dan mengerti serta dapat memahami serta memberi pendapat dengan baik terhadap masing-masing pertanyaan dalam kuesioner penelitian (Sya'ban, 2021).
- b. Responden yang sudah pernah mengunjungi wisata Sanggaluri *Park* Purbalingga minimal 1 kali.
- c. Wisatawan yang berkenan untuk mengisi kuisisioner dengan lengkap.

#### **D. Sumber Data**

##### **1. Data Primer**

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari responden melalui wawancara terhadap informan yang telah peneliti tentukan. Dalam penelitian ini yaitu hasil kuesioner yang diperoleh dari jawaban responden yang berkenan untuk menjadi sampel dari penelitian.

##### **2. Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung melainkan data yang diperoleh dari pihak lain. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari pengelola obyek wisata Sanggaluri Park Purbalingga, buku, jurnal, skripsi, dan bacaan-bacaan lain yang masih berkaitan dengan penelitian.

#### **E. Subyek dan Obyek Penelitian**

##### **1. Subyek**

Subyek penelitian adalah subyek yang dituju oleh peneliti untuk diteliti. Subyek penelitian juga bisa merupakan tempat dimana obyek (variabel) berada atau melekat (Anshori, 2009). Subyek penelitian ini adalah wisatawan obyek wisata Sanggaluri *Park* Purbalingga.

## 2. Obyek

Obyek penelitian adalah sesuatu yang dikenai penelitian atau sesuatu yang diteliti (Anshori, 2009). Obyek dalam penelitian ini adalah daya tarik wisata, fasilitas, kualitas pelayanan, dan kepuasan wisatawan pada obyek wisata Sanggaluri *Park* Purbalingga.

## 3. Variabel dan Indikator Penelitian

### 1. Variabel

Variabel penelitian secara teoritis dapat diartikan sebagai atribut seseorang, atau objek yang mempunyai variasi antara satu orang dengan orang yang lain atau satu objek tertentu dengan objek lain (Sugiyono, 2021). Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yang akan diteliti yaitu sebagai berikut:

- a) Variabel Independen (variabel bebas), dalam statistik penelitian biasanya disebut dengan variabel X. Dalam penelitian ini terdapat 2 variabel independen yaitu daya tarik wisata (X1) dan fasilitas (X2).
- b) Variabel dependen (variabel terikat), dalam statistik penelitian biasanya disebut dengan variabel Y. Dalam penelitian ini terdapat 1 variabel dependen berupa kepuasan wisatawan (Y).
- c) Variabel moderasi (*moderating*), dalam statistik penelitian biasa disebut dengan Z. Dalam penelitian ini terdapat variabel moderasi berupa kualitas pelayanan.

### 2. Indikator Penelitian

**Tabel 4**

#### **Hasil Indikator Peneliti**

No	Variabel	Indikator
1.	Daya Tarik Wisata (X1)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Daya tarik wisata yang dapat disaksikan (<i>What to see</i>)</li> <li>- Aktivitas wisata yang dapat dilakukan (<i>What to do</i>)</li> <li>- Sesuatu yang dapat dibeli (<i>What</i></li> </ul>

		<i>to buy</i> )  (Widodo, 2022)
2.	Fasilitas (X2)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Tangible Product</i> (Produk yang nyata)</li> <li>- <i>Intangible Product</i> (Produk yang tidak nyata)</li> </ul> (Kiswantoro: 2019)
3.	Kepuasan Wisatawan (Y)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kesesuaian Harapan</li> <li>- Minat Berkunjung Kembali</li> <li>- Kesiediaan Merekomendasikan</li> </ul> (Budhaharty: 2019)
4.	Kualitas Pelayanan (Z)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bukti Fisik</li> <li>- Keandalan</li> <li>- Daya Tanggap</li> <li>- Jaminan</li> <li>- Empati</li> </ul> (Dewa: 2018)

#### 4. Pengumpulan Data Penelitian

##### 1. Observasi

Observasi menurut Sutrisno Hadi (1986) adalah suatu proses yang kompleks, tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dalam hal ini hal yang terpenting dalam observasi adalah proses pengamatan dan ingatan (Sugiyono, 2021). Peneliti melakukan observasi dengan mendatangi langsung obyek wisata Sanggaluri *Park* Purbalingga.

##### 2. Wawancara (*Interview*)

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data ketika peneliti ingin melakukan penelitian pendahuluan untuk menemukan masalah yang akan diteliti, ketika ingin mempelajari lebih mendalam dari narasumber, dan ketika jumlah narasumber sedikit atau kecil (Sugiyono, 2019). Wawancara yang dilakukan oleh peneliti yaitu dengan metode terstruktur dengan mewawancarai Pak Bambang Adi selaku *Manager* Sanggaluri *Park* guna mendapatkan data sejarah berdirinya obyek wisata,



beberapa pengunjung, jumlah wisatawan, dan data lain yang berkaitan dengan penelitian.

### 3. Dokumentasi

Data yang didokumentasikan terkait dengan sejarah wisata Sanggaluri *Park*, wahana wisata, fasilitas wisata, susunan organisasi, jumlah pengunjung, dan data lain yang masih berkaitan dengan penelitian.

### 4. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2019). Kuesioner pada penelitian ini ditujukan kepada wisatawan yang mengunjungi obyek wisata Sanggaluri *Park* Purbalingga.

Skala yang digunakan adalah skala ordinal atau skala urutan. Sedangkan kuesioner pada penelitian ini menggunakan skala likert. Kuesioner akan dibagikan kepada 100 responden yang merupakan wisatawan Sanggaluri *Park* Purbalingga. Peneliti memilih kuisisioner karena cocok dengan penelitian ini yang memiliki responden dengan jumlah banyak dan tersebar di berbagai wilayah. Pertanyaan dibuat dalam bentuk kuesioner online melalui google formulir dengan menggunakan likert 1-5 yang masing-masing merupakan pendapat dari responden yaitu sebagai berikut:

- 1) Sangat setuju : Skor 5
- 2) Setuju : Skor 4
- 3) Kurang setuju : Skor 3
- 4) Tidak setuju : Skor 2
- 5) Sangat tidak setuju : Skor 1

## 5. Teknik Analisis Data

### a. Uji Persyaratan Analisis

#### 1) Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang ditujukan untuk mengetahui sejauh mana validitas data yang sudah diperoleh dalam penyebaran

kuesioner. Dalam penelitian ini alat ukur uji validitas dengan menggunakan korelasi *product moment pearson's*. Korelasi *product moment pearson's* adalah dengan cara mengkorelasikan tiap pertanyaan dengan skor total yang diperoleh, kemudian hasilnya dibandingkan dengan angka kritis taraf signifikan 5% dengan menggunakan rumus (Sa'ban, 2022).

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

Keterangan :

$r_{xy}$  : koefisien korelasi produk momen

X : Nilai total jawaban dari masing-masing responden

Y : Total butir dari jawaban responden

x : Jumlah skor butir

y : Jumlah skor total

N : Jumlah sampel

Dengan menggunakan 2 sisi taraf signifikan ( $\alpha$ ) = 5% pada pengujian ini. Adapun kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

- a) Apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , dapat diketahui bahwa variabel tersebut valid.
- b) Apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka dapat diketahui bahwa variabel dikatakan tidak valid.

## 2) Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah suatu pengujian yang mengukur keandalan suatu alat ukur terhadap objek yang diukur. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan rumus *Cronbach Alpha* atau dalam SPSS disebut dengan nilai *cronbach alpha*. Nilai *cronbach Alpha* dirumuskan dalam bentuk persamaan berikut ini :

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

untuk mengetahui hasil uji reliabilitas biasanya dilakukan dengan menginterpretasikan nilai *cronbach alpha*. Dimana apabila nilai

*cronbach alpha* >0,7 maka data penelitian memiliki keandalan yang cukup kuat, apabila *cronbach alpha* >0,6 dapat disimpulkan bahwa keandalan suatu data telah mencukupi, sedangkan apabila nilai *cronbach alpha* <0,6 maka dapat disimpulkan bahwa data penelitian belum dapat diandalkan untuk menjelaskan hasil penelitian. Dengan kata lain semakin tinggi nilai *cronbach alpha* maka data penelitian akan semakin dapat diandalkan (Sa'ban, 2021).

#### b. Uji Hipotesis

Uji hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan uji *Rank Spearman*, MRA, dan *Regresi Ordinal*. Uji *Rank Spearman* dan *Regresi Ordinal* digunakan karena data dalam penelitian ini merupakan data ordinal.

##### a. Uji *Rank Spearman*

Uji ini digunakan untuk mengetahui hubungan antar variabel jika data yang digunakan sekurang-kurangnya memiliki skala ordinal. Analisis korelasi rank spearman ini merupakan jenis analisis korelasi yang didasarkan pada rangking yang banyak digunakan. Dasar pemikiran analisis korelasi ini adalah dengan rangking nilai pada variabel yang lain maka kedua variabel tersebut saling berkorelasi. Jika rangking nilai-nilai pada suatu variabel sama persis dengan variabel lainnya maka kedua variabel tersebut memiliki korelasi sempurna (sebesar 1) (Sulasih, 2021).

Rumus dari uji korelasi rank spearman dapat dilihat pada uraian dibawah ini (Suliyato, 2011):

$$r_s = \frac{6 \sum di^2}{n(n^2-1)}$$

Keterangan

$r_s$  = Koefisien Korelasi Rank Spearman

N = Banyaknya sampel

$di$  = Selisih antar ranking dari variabel

Menurut Sugiyono (2002) aturan untuk memberikan pemahaman koefisien korelasi dapat dijelaskan melalui tabel di bawah ini :

**Tabel 5**  
**Pedoman Interpretasi 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

*Sumber : Sa'ban, 2022*

b. MRA

*Moderated Regression Analysis* biasa disebut juga uji interaksi. Uji interaksi dilakukan dengan mengalikan variabel yang dihipotesiskan dengan variabel moderasi dengan variabel bebas. Jika variabel hasil perkalian antara variabel bebas dengan variabel yang dihipotesiskan sebagai variabel moderasi signifikan maka dapat disimpulkan bahwa variabel yang dihipotesiskan sebagai variabel moderasi benar-benar memoderasi hubungan antara variabel bebas dengan variabel tergantung (Suliyanto, 2011: 2012):

Pengambilan keputusan uji MRA dapat dilihat dari nilai signifikansi. Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut mampu mempengaruhi variabel independen terhadap variabel dependen (Suliyanto, 2011: 2012).

c. Regresi Ordinal

Dalam penelitian ini model analisis yang digunakan yaitu analisis regresi ordinal. Analisis regresi ordinal merupakan analisis regresi yang digunakan apabila data yang dianalisis memiliki skala



pengukuran minimal ordinal. Tujuan analisis regresi yang lain yaitu guna mendapatkan model terbaik dan sederhana yang menggambarkan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Persamaan matematika menurut Ghozali (2006) dalam melakukan analisis regresi ordinal yaitu sebagai berikut (Abiati, 2021):

$$\text{logit}(p_1) = \log \frac{p_1}{1-p_1} = \alpha + \beta^1 X$$

$$\text{logit}(p_1+p_2) = \log \frac{p_1+p_2}{1-p_1-p_2} = \alpha + \beta^1 X$$

$$\text{logit}(p_1+p_2+\dots+p_k) = \log \frac{p_1+p_2+\dots+p_k}{1-p_1-p_2-\dots-p_k} = \alpha + \beta^1 X$$

Keterangan:

$p_1$  = Probabilitas rendah

$p_1+p_2$  = Probabilitas sedang

$p_1+p_2+p_3$  = Probabilitas tinggi



## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Tempat Penelitian

##### 1. Sejarah Singkat Sanggaluri *Park* Purbalingga

Obyek wisata Sanggaluri *Park* Purbalingga merupakan wisata rekreasi dan edukasi keluarga yang terletak di Jalan Raya Taman *Reptile*, Dusun II, Kecamatan Kutasari, Kabupaten Purbalingga. Sanggaluri *Park* merupakan milik dari Pemerintah Daerah (PEMDA) kabupaten Purbalingga. Namun dalam pengelolaannya di kelola oleh Perusahaan Umum Daerah (PERUMDA) OWABONG. Diresmikan pada tanggal 13 Agustus 2007 dengan nama obyek wisata *Reptil Insect Park*. Dalam pengembangannya seiring berjalannya waktu, pada tahun 2008 diresmikannya museum uang. Selanjutnya pada tahun 2009 tepatnya di bulan September dibangun wahana baru yaitu wahana museum IPTEK, kemudian dibangun wahana museum wayang dan artefak pada bulan Desember. Tujuan dari dibangunnya Sanggaluri *Park* ingin menjadikan tempat ini menjadi pusat kegiatan outbound di Purbalingga, dan menjadikan sebagai destinasi wisata edukasi unggulan yang ada di Purbalingga.

Sebelum menjadi Sanggaluri *Park* wisata ini dinamakan dengan Taman *Reptile Insect Park* dan kemudian di tahun 2010 diubah menjadi *Sanggaluri Park* dimana yang berarti tempat untuk mencari ilmu. Masyarakat umum banyak yang masih menyebutnya sebagai wisata *reptile*, selain memang mudah untuk menyebutnya, wisata ini adalah wisata di Purbalingga yang berlabel edukasi dengan menjual eksotisme *reptile* yang bermacam-macam ukuran dan jenis mulai dari yang jinak sampai yang buas sehingga menjadikannya sebuah ciri khas serta menyajikan beberapa jenis Museum edukasi yang menarik (*Wawancara* dengan Pak Bambang Adi selaku *Manager* Sanggaluri *Park* Purbalingga 7 Januari 2023).

2. Lokasi Wisata Sanggaluri *Park* Purbalingga

**Gambar 3**

**Wisata Sanggaluri *Park* Purbalingga**



*Sumber: dokumentasi pribadi, 2023*

Obyek wisata Sanggaluri *Park* Purbalingga terletak di Jalan Raya Taman *Reptile*, Dusun II, Kecamatan Kutasari, Kabupaten Purbalingga. Berikut ini batas-batas wilayah Sanggaluri *Park* Purbalingga:

3. Logo Wisata Sanggluri *Park* Purbalingga

**Gambar 4**

**Logo Wisata Sanggaluri *Park* Purbalingga**



*Sumber: dokumentasi pribadi, 2023.*

Sanggaluri memiliki logo berupa burung Rangkong, burung ini merupakan burung cerdas asli Indonesia, dan diatas kepalanya memakai topi

wisuda atau toga. Memiliki filosofi bahwa Sanggaluri Park adalah tempat wisata rekreasi sekaligus wahana edukasi yang diharapkan bisa memberikan wawasan kepada wisatawan yang mengunjungi tempat ini, terutama anak-anak supaya menjadi anak yang cerdas.

Sanggaluri *Park* ingin menjadikan tempat ini menjadi pusat kegiatan outbound di Purbalingga, dan menjadikan sebagai destinasi wisata edukasi unggulan yang ada di Purbalingga. Untuk itu, pihak pengelola senantiasa menyempurnakan pelayanan yang diberikan baik dari segi fasilitas maupun SDM yang melayani konsumen.

## B. Karakteristik Responden

Dalam melakukan penelitian ini respondennya adalah keseluruhan dari wisatawan Sanggaluri *Park* Purbalingga. Hasil penelitian yang sudah disebarakan kepada 100 responden melalui *google form* sudah diperoleh gambaran karakteristik sebagai berikut:

### 1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Responden yang sesuai dengan jenis kelamin pada penelitian ini memperoleh hasil antara lain:

**Tabel 6**

**Karakteristik responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Prosentase
1	Laki-laki	42	42%
2	Perempuan	58	58%
	Jumlah	100	100%

*Sumber: Data Kuesioner Penelitian*

Pada tabel di atas menunjukkan jumlah responden penelitian berjenis kelamin laki-laki jumlahnya yaitu 42 orang dan skala presentasinya sebesar 42%, kemudian untuk responden perempuan jumlahnya adalah 58 orang dengan skala presentase sebesar 58%. Sesuai dengan tabel tersebut dapat



diambil kesimpulan yaitu sebagian besar responden dalam penelitian ini berjenis kelamin perempuan.

## 2. Responden Berdasarkan Usia

Responden yang sesuai dengan usia pada penelitian ini memperoleh hasil antara lain :

**Tabel 7**  
**Data Responden Berdasarkan Usia**

No	Usia	Jumlah	Prosentase
1	17-25	54	54%
2	26-34	39	39%
3	35-50	5	5%
4	>50	2	2%
	Jumlah	100	100%

*Sumber: Data Kuesioner Penelitian*

Pada tabel di atas menunjukkan usia dari responden terdiri dari usia 17-25 tahun jumlahnya adalah 54 responden (54%), usia 26-34 tahun jumlahnya adalah 39 responden (39%), usia 35-50 tahun jumlahnya adalah 5 responden (5%), dan usia >50 tahun jumlahnya adalah 2 responden (2%). Kesimpulannya adalah responden dalam penelitian ini sesuai dengan usia sebagian besar berusia 17-25 tahun.

## 3. Responden Berdasarkan Pekerjaan

Responden yang sesuai dengan pekerjaan pada penelitian ini memperoleh hasil antara lain:

**Tabel 8**  
**Data Responden Berdasarkan Pekerjaan**

No	Pekerjaan	Jumlah	Prosentase
1	Pelajar/Mahasiswa	44	44%
2	Pengusaha	4	4%

3	Pegawai Negeri	12	12%
4	Ibu Rumah Tangga	18	18%
5	Lainnya	22	22%
	Jumlah	100	100%

*Sumber: Data Kuisisioner Penelitian*

Pada tabel di atas menjelaskan responden yang bekerja menjadi pelajar/mahasiswa berjumlah 44 responden dengan prosentase sebesar 44%, bekerja menjadi pengusaha berjumlah 4 responden dengan prosentase sebesar 4%, bekerja sebagai Pegawai Negeri berjumlah 12 responden dengan prosentase sebesar 12%, bekerja sebagai Ibu Rumah Tangga berjumlah 18 responden dengan prosentase sebesar 18%, dan lainnya berjumlah 22 responden dengan prosentase sebesar 22%.

#### 4. Responden Berdasarkan Banyaknya Kunjungan

Responden yang sesuai dengan banyaknya jumlah kunjungan adalah sebagai berikut:

**Tabel 9**

**Data Responden Berdasarkan Banyaknya Kunjungan**

No	Kali Kunjungan	Jumlah	Prosentase
1.	1 kali	38	38%
2.	2 kali	56	56%
3.	> 3 kali	6	6%

*Sumber: Data Kuesioner Penelitian*

Berdasarkan Tabel di atas menjelaskan bahwa responden yang sudah berkunjung sebanyak 1 kali yaitu 38 responden dengan prosentase sebesar 38%, kemudian responden yang berkunjung 2 kali sebanyak 56 responden dengan prosentase sebesar 56%, dan yang sudah berkunjung >3 kali sebanyak 6 responden dengan prosentase sebesar 6%.

### C. Analisis Hasil Penelitian

#### 1. Uji Keabsahan Data

##### a. Uji Validitas

Pengujian Validitas pada penelitian ini memperoleh hasil sebagai berikut:

##### 1) Variabel Daya Tarik Wisata (X1)

**Tabel 10**

**Validitas Variabel Daya Tarik Wisata**

No. Item	Nilai rhitung	Nilai rtabel	Keterangan
X1.1	0,747	0,196	Valid
X1.2	0,774	0,196	Valid
X1.3	0,659	0,196	Valid
X1.4	0,746	0,196	Valid
X1.5	0,712	0,196	Valid
X1.6	0,755	0,196	Valid

*Sumber: Pengolahan Peneliti terhadap Data Primer Menggunakan IBM SPSS Statistics 23*

##### 2) Variabel Fasilitas (X2)

**Tabel 11**

**Validitas Variabel Fasilitas**

No. Item	Nilai rhitung	Nilai rtabel	Keterangan
X2.1	0,696	0,196	Valid
X2.2	0,738	0,196	Valid
X2.3	0,852	0,196	Valid
X2.4	0,821	0,196	Valid
X2.5	0,824	0,196	Valid

X2.6	0,792	0,196	Valid
------	-------	-------	-------

Sumber: Pengolahan Peneliti terhadap Data Primer Menggunakan  
IBM SPSS Statistics 23

3) Variabel Kualitas Pelayanan (Z)

**Tabel 12**

**Validitas Variabel Kualitas Pelayanan**

No. Item	Nilai rhitung	Nilai rtabel	Keterangan
Z.1	0,761	0,196	Valid
Z.2	0,740	0,196	Valid
Z.3	0,839	0,196	Valid
Z.4	0,818	0,196	Valid
Z.5	0,824	0,196	Valid
Z.6	0,775	0,196	Valid
Z.7	0,808	0,196	Valid
Z.8	0,889	0,196	Valid
Z.9	0,834	0,196	Valid
Z.10	0,826	0,196	Valid

Sumber: Pengolahan Peneliti terhadap Data Primer Menggunakan  
IBM SPSS Statistics 23

4) Variabel Kepuasan Wisatawan (Y)

**Tabel 13**

**Validitas variabel Kepuasan Wisatawan**

No. Item	Nilai rhitung	Nilai rtabel	Keterangan
Y.1	0,814	0,196	Valid
Y.2	0,870	0,196	Valid



Y.3	0,885	0,196	Valid
Y.4	0,901	0,196	Valid
Y.5	0,865	0,196	Valid
Y.6	0,857	0,196	Valid

Sumber: Pengolahan Peneliti terhadap Data Primer Menggunakan  
IBM SPSS Statistics 23

Pada tabel diatas dapat diketahui bahwa pada variabel daya tarik wisata terdapat 6 butir pertanyaan, variabel fasilitas terdapat 6 pertanyaan, variabel kualitas pelayanan 10 pertanyaan, dan kepuasan wisatawan 6 pertanyaan. Masing-masing variabel dalam melakukan uji validitas ini dan memberikan hasil yaitu rhitung lebih besar dari rtabel ( $r_{hitung} > 0,196$ ). Dan kesimpulannya adalah semua poin angket yang digunakan dalam variabel penelitian pada Obyek Wisata Sanggaluri Park dinyatakan valid. Maka, dalam melanjutkan penelitian ini dapat menggunakan kuesioner tersebut untuk digunakan pada analisis berikutnya.

b. Uji Reliabilitas

Peneliti melakukan uji reliabilitas menggunakan koefisien *Cronbach Alpha*. Jika nilai *cronbach alpha*  $> 0,6$  dapat disimpulkan bahwa reliabilitas data cukup baik, akan tetapi jika nilai *cronbach alpha*  $< 0,6$  maka data penelitian belum dikatakan reliabel.

**Tabel 14**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Daya Tarik Wisata	0,824	Reliabel
Fasilitas	0,874	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,943	Reliabel
Kepuasan Wisatawan	0,933	Reliabel

*Sumber: Pengolahan Peneliti terhadap Data Primer Menggunakan IBM SPSS Statistics 23*

Pada tabel di atas dapat dijelaskan nilai *cronbach's alpha* pada variabel Daya Tarik Wisata yaitu 0,824, variabel Fasilitas yaitu 0,874, variabel kualitas pelayanan yaitu 0,943 dan variabel kepuasan wisatawan yaitu 0,933. Hal ini berarti semua item dalam variabel daya tarik wisata, fasilitas, kualitas pelayanan, dan kepuasan wisatawan dikatakan reliabel. Nilai tersebut mempunyai nilai yang lebih tinggi dibanding dengan *cronbach's alpha* dan dapat dikatakan  $> 0,60$ . Jadi kesimpulannya adalah keseluruhan dari bagian penelitian dinyatakan reliabel oleh sebab itu mampu mendapatkan data yang konstan.

## 2. Pengujian Hipotesis

### a. Uji Rank Spearman

Kekuatan dan arah korelasi akan memiliki arti apabila hubungan antar variabel tersebut signifikan. Disebut ada hubungan yang signifikan apabila nilai sig. (2-tailed)  $< 0.05$ . Apabila nilai sig. (2-tailed)  $> 0.05$  maka hubungan antar variabel tidak signifikan atau tidak berarti.

Hasil dari uji rank spearman pada penelitian ini dapat dijelaskan melalui tabel yang ada di bawah ini :

**Tabel 15**

### Hasil Uji Rank Spearman

			X1	X2	Z	Y
Spearman's rho	X1	Correlation Coefficient	1.000	.687**	.762**	.687**
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.000
		N	100	100	100	100
	X2	Correlation Coefficient	.687**	1.000	.772**	.721**
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.000
		N	100	100	100	100
	Z	Correlation Coefficient	.762**	.772**	1.000	.822**

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.000
	N	100	100	100	100
Y	Correlation Coefficient	.687**	.721**	.822**	1.000
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.
	N	100	100	100	100

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

*Sumber: Pengolahan Peneliti terhadap Data Primer Menggunakan IBM SPSS Statistics 23*

Pada hasil uji korelasi *rank spearman* hubungan daya tarik wisata terhadap kepuasan wisatawan terdapat 3 nilai yang tertera, yaitu 0.687, 0.000, dan Nilai 100. Dapat diketahui bahwa Nilai 100 merupakan jumlah sampel (N) penelitian sebanyak 100 responden. Tingkat keeratan hubungan antara kedua variabel tersebut adalah 0,687 atau 68,7%. Hal ini mengindikasikan adanya korelasi yang kuat antara daya tarik wisata (X1) dengan kepuasan wisatawan (Y). Angka tersebut bernilai positif oleh sebab itu mempunyai hubungan yang searah sehingga semakin tinggi daya tarik wisata (X1) semakin tinggi pula kepuasan wisatawan (Y), dan semakin rendah daya tarik wisata (X1) semakin rendah pula kepuasan wisatawan (Y). Kemudian dalam tabel menunjukkan nilai sig. (2-tailed) variabel daya tarik wisata (X1) yaitu  $0,000 < 0,05$  dan dapat diartikan terdapat hubungan yang signifikan antara daya tarik wisata (X1) dengan kepuasan wisatawan (Y).

Pada hasil uji korelasi *rank spearman* di atas hubungan fasilitas dengan kepuasan wisatawan terdapat 3 nilai yang tertera, yaitu 0.721, 0.000, dan Nilai 100. Dapat diketahui bahwa Nilai 100 merupakan jumlah sampel (N) penelitian sebanyak 100 responden. Tingkat keeratan hubungan antara kedua variabel tersebut adalah 0,721 atau 72,1%. Hal ini membuktikan terdapat korelasi yang kuat antara fasilitas (X2) dengan kepuasan wisatawan (Y). Angka tersebut bernilai positif oleh sebab itu mempunyai hubungan yang searah, sehingga semakin tinggi fasilitas (X2) semakin tinggi pula kepuasan wisatawan (Y), dan semakin rendah fasilitas (X2) semakin rendah pula kepuasan wisatawan (Y). Kemudian nilai sig. (2-tailed) variabel fasilitas (X2) adalah  $0,000 < 0,05$ , dan dapat diartikan

terdapat hubungan yang signifikan antara fasilitas (X2) dengan kepuasan wisatawan (Y).

b. Uji MRA (*Moderated Regression Analysis*)

- 1) Uji MRA Tahap 1 yaitu untuk menguji variabel kualitas pelayanan sebagai variabel pemoderasi mampu memoderasi pengaruh daya tarik wisata terhadap kepuasan wisatawan.

**Tabel 16**  
**Hasil SPSS Uji MRA Tahap 1**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.390	.269		-1.450	.150
X1	-.664	.209	-.517	-3.177	.002
Z	.434	.287	.876	6.424	.032
X1.Z	.823	.106	1.267	7.780	.000

a. Dependent Variable: Y

*Sumber: Pengolahan Peneliti terhadap Data Primer Menggunakan IBM SPSS Statistics 23*

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan dapat berperan sebagai variabel pemoderasi yang mampu memoderasi pengaruh daya tarik wisata dengan kepuasan wisatawan. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai signifikansi interaksi X1.Z yang kurang dari 0,05 yaitu sebesar 0,000. Beta yang dihasilkan dari pengaruh interaksi X1.Z terhadap Y hasilnya adalah positif (1,267), yang berarti bahwa moderasi dari Z memperkuat pengaruh dari X1 terhadap Y. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memoderasi secara signifikan pengaruh daya tarik wisata terhadap kepuasan wisatawan.

- 2) Uji MRA Tahap 2 yaitu untuk menguji variabel kualitas pelayanan sebagai variabel pemoderasi mampu memoderasi pengaruh fasilitas terhadap kepuasan wisatawan.

**Tabel 17**



## Hasil Uji MRA Tahap 2

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)					
X2	-.336	.252		-1.336	.185
	-.884	.210	-.824	-3.147	.002
Z	.421	.210	.364	2.005	.048
X2.Z	.282	.110	.466	2.568	.012

a. Dependent Variable: Y

*Sumber: Pengolahan Peneliti terhadap Data Primer  
Menggunakan IBM SPSS Statistics 23*

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan dapat berperan sebagai variabel pemoderasi yang mampu memoderasi pengaruh fasilitas dengan kepuasan wisatawan. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai signifikansi interaksi X1.Z yang kurang dari 0,05 yaitu sebesar 0,012. Beta yang dihasilkan dari pengaruh interaksi X1.Z terhadap Y hasilnya adalah positif (0,466), yang berarti bahwa moderasi dari Z memperkuat pengaruh dari X1 terhadap Y. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memoderasi secara signifikan pengaruh fasilitas terhadap kepuasan wisatawan.

c. Uji Regresi Ordinal

**Tabel 18**

### Hasil Uji Regresi Ordinal

#### Case Processing Summary

		N	Marginal Percentage
Y	Rendah	19	19.0%
	Sedang	48	48.0%
	Tinggi	33	33.0%
X1	Rendah	6	6.0%
	Sedang	60	60.0%
	Tinggi	34	34.0%
X2	Rendah	17	17.0%
	Sedang	56	56.0%
	Tinggi	27	27.0%
Valid		100	100.0%
Missing		0	
Total		100	

*Sumber: Pengolahan Peneliti terhadap Data Primer  
Menggunakan IBM SPSS Statistics 23*

Pada tabel di atas menunjukkan banyaknya data yang diolah berjumlah 100 data dan diketahui bahwa terdapat nilai 0 missing dan 100% valid dan dapat diartikan semua data tersebut dapat terolah karena tidak ada yang masuk ke dalam kategori *missing*. Dapat dilihat pada variabel Kepuasan Wisatawan (Y) dengan kategori rendah berjumlah 19 orang atau 19.0%, dalam kategori sedang berjumlah 49 orang atau 49.0%, dalam kategori tinggi berjumlah 33 orang atau 33.0%. Sedangkan pada variabel Daya Tarik Wisata (X1) kategori rendah berjumlah 6 orang atau 6.0%, kategori sedang berjumlah 60 orang atau 60.0%, dan kategori tinggi berjumlah 34.0%. Selanjutnya pada variabel Fasilitas (X2) kategori rendah berjumlah 17 orang atau 17,0%, kategori sedang berjumlah 56 orang atau 56.0%, dan kategori tinggi berjumlah 27 orang atau 27.0%.

**Tabel 19**  
**Hasil Uji Regresi Ordinal**  
**Model Fitting Information**

Model	-2 Log Likelihood	Chi-Square	Df	Sig.
Intercept Only	98.223			
Final	22.521	75.702	4	.000

Link function: Logit.

*Sumber: Pengolahan Peneliti terhadap Data Primer  
Menggunakan IBM SPSS Statistics 23*

Pada tabel di atas memperoleh keterangan apakah model regresi ordinal yang digunakan signifikan atau tidak. Sesuai pada keputusan tersebut, yaitu apabila nilai signifikansi  $>$  alpha (0,5) maka model tidak signifikan dan apabila nilai signifikansi  $<$  alpha (0,05) maka modelnya signifikan.

Nilai -2 log likelihood awal (*intercept only*) tidak menggunakan variabel independen adalah 98,223. Di sisi lain, dengan memasukan variabel independen nilai -2 log likelihood akhir (*final*) variabel independen berubah menjadi 22,521. Transformasi penurunan pada nilai

ini adalah dari 75,705 yang merupakan nilai *chi-square* dengan taraf signifikansi 0,000 oleh sebab itu model regresi ordinal yang digunakan adalah signifikan dan layak digunakan pada model variabel independennya (*final model*).

**Tabel 20**  
**Hasil Uji Regresi Ordinal**  
**Goodness-of-Fit**

	Chi-Square	Df	Sig.
Pearson	2.117	8	.977
Deviance	2.983	8	.935

Link function: Logit.

*Sumber: Pengolahan Peneliti terhadap Data Primer Menggunakan IBM SPSS Statistics 23*

Berdasarkan tabel di atas memperoleh keterangan pengujian terkait seberapa cocok model dengan data. Sesuai pada pengambilan keputusan yaitu apabila nilai signifikansi  $>$  alpha (0,05) maka model signifikan dan apabila nilai signifikansi  $<$  alpha (0,05) maka model tidak signifikan.

Pada tabel juga menunjukkan nilai *Pearson* adalah 2,117 dengan tingkat signifikansi 0,977 dan nilai *Deviance* adalah 2,983 dengan tingkat signifikansi 0,935. Kedua nilai signifikansi  $>$  0,05 karena data yang dihasilkan sesuai dengan perkiraan model regresi ordinal yang digunakan dan kesimpulannya adalah model tersebut tepat digunakan.

**Tabel 21**  
**Hasil Uji Regresi Ordinal**  
**Pseudo R-Square**

Cox and Snell	.531
Nagelkerke	.608
McFadden	.366

Link function: Logit.

*Sumber: Pengolahan Peneliti terhadap Data Primer Menggunakan IBM SPSS Statistics 23*

Pada tabel di atas memperoleh keterangan terkait bagaimana variabel independen dapat mempengaruhi variabel dependen. Besarnya nilai ini dapat diketahui di *Nagelkerke* yang memperoleh nilai maksimum yaitu 0,608. Nilai ini menjelaskan variabel independen yang berupa daya tarik wisata (X1) dan fasilitas (X2) dapat menjelaskan variabel kepuasan

wisatawan (Y) yang nilainya adalah 60,8%. Kemudian sisanya adalah 39,2% yang dipengaruhi variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

**Tabel 22**  
**Hasil Uji Regresi Ordinal**  
**Parameter Estimates**

	Estimate	Std. Error	Wald	Df	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
Threshold [Y = 1]	-6.019	.856	49.423	1	.000	-7.696	-4.341
[Y = 2]	-2.176	.600	13.138	1	.000	-3.352	-.999
Location [X1=1]	-3.024	1.204	6.305	1	.012	-5.385	-.664
[X1=2]	-2.337	.624	14.042	1	.000	-3.559	-1.115
[X1=3]	0 <sup>a</sup>	.	.	0	.	.	.
[X2=1]	-4.121	.934	19.461	1	.000	-5.952	-2.290
[X2=2]	-2.061	.675	9.338	1	.002	-3.383	-.739
[X2=3]	0 <sup>a</sup>	.	.	0	.	.	.

Link function: Logit.

a. This parameter is set to zero because it is redundant.

*Sumber: Pengolahan Peneliti terhadap Data Primer Menggunakan IBM SPSS Statistics 23*

Pada tabel di atas menjelaskan setiap efek dari koefisien regresi. Apabila nilai signifikansi  $>$  alpha (0.05) maka model tidak signifikan dan apabila nilai signifikansi  $<$  alpha (0,05) maka model signifikan. Dengan menggunakan tabel tersebut, dapat dijelaskan nilai signifikansi variabel daya tarik wisata (X1) adalah  $<$  0,05, dan berarti variabel daya tarik wisata (X1) berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan (Y). Semakin besar daya tarik wisata, semakin besar dampak kepuasan wisatawan. Kemudian, nilai signifikansi variabel fasilitas (X2) adalah  $<$  0,05, yang berarti variabel fasilitas (X2) berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan (Y). Semakin besar fasilitas, semakin besar dampak sebuah kepuasan wisatawan.

#### **D. Pembahasan Hasil Penelitian**

##### **1. Pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan**

Setelah dilakukan sebuah perhitungan antara variabel bebas yaitu daya tarik wisata terhadap variabel terikat yaitu kepuasan wisatawan, hasil



pengujian *Rank Spearman* dengan menggunakan komputer IBM SPSS *Statistics 23* menunjukkan bahwa koefisien korelasi variabel Daya Tarik wisata dengan Kepuasan Wisatawan sebesar 0.687 dengan nilai sig. (*2tailed*) sebesar 0,000. Oleh karena itu, penelitian ini membuktikan bahwa nilai signifikansi  $0,000 < \alpha (0,05)$ , itu artinya terdapat hubungan antara Daya Tarik Wisata dengan Kepuasan Wisatawan pada Obyek Wisata Sanggaluri *Park Purbalingga*.

Kemudian koefisien korelasi menunjukkan tingkat hubungan yang kuat antara daya tarik wisata (X1) dengan kepuasan wisatawan (Y) yaitu bernilai positif oleh sebab itu mempunyai hubungan yang searah sehingga semakin tinggi daya tarik wisata (X1) semakin tinggi pula kepuasan wisatawan (Y), dan semakin rendah daya tarik wisata (X1) semakin rendah pula kepuasan wisatawan (Y).

Selanjutnya sesuai dengan hasil perhitungan regresi ordinal yaitu pada perhitungan bagian *parameter estimates*, menjelaskan pengaruh masing-masing koefisien regresi, apakah signifikan atau tidak. Dengan ketentuan apabila nilai pada kolom sig.  $< \alpha (0,05)$  itu artinya signifikan. Terlihat bahwa pada kolom sig. tabel 22 bahwa nilai sig. pada *location* seluruhnya menunjukkan angka 0,000 dan 0,001. Nilai sig tersebut  $< 0,05$ , berarti variabel daya tarik wisata memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan wisatawan. Kesimpulan dalam penelitian ini yaitu terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara daya tarik wisata dengan kepuasan wisatawan pada obyek wisata Sanggaluri *Park Purbalingga Purbalingga* ( $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima).

Berdasarkan teori yang digunakan yaitu *Theory of Planned Behaviour* (Teori Perilaku Terencana) suatu perusahaan harus memperhatikan sebuah daya tarik wisata yang diberikan kepada seorang konsumen dalam hal ini yaitu wisatawan, terutama dalam menciptakan sebuah kepuasan wisatawan. Hal ini dilakukan supaya produk yang dipasarkan laku kepada seorang konsumen yang nantinya konsumen tersebut akan membangun sebuah rasa

kepercayaan dan membuat konsumen lebih termotivasi untuk melakukan pembelian setelahnya (Sa'ban, 2022).

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ester Apriliyanti (2020) dalam jurnalnya yang berjudul "Pengaruh Daya Tarik Wisata, Citra Destinasi, dan Sarana Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Citra Niaga Sebagai Pusat Cerminan Budaya Khas Kota Samarinda". Dalam penelitian ini menunjukkan hasil penelitian yaitu ada pengaruh dan signifikan variabel daya tarik wisata dengan variabel kepuasan wisatawan. Selain itu terdapat pula penelitian yang dilakukan oleh Kawatu (2020) dalam jurnalnya yang berjudul "Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Niat Kunjungan Ulang Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Tempat Wisata Bukit Kasih Kanonang". Dalam penelitian ini menunjukkan hasil penelitian yaitu ada pengaruh positif dan signifikan variabel daya tarik wisata dengan variabel kepuasan wisatawan.

## 2. Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Wisatawan

Setelah dilakukan sebuah perhitungan antara variabel bebas Fasilitas terhadap Kepuasan Wisatawan, hasil pengujian *Rank Spearman* dengan menggunakan komputer IBM SPSS *Statistics 23* menunjukkan bahwa koefisien korelasi variabel Fasilitas dengan Kepuasan Wisatawan sebesar 0.721 dengan nilai sig. (*2tailed*) sebesar 0,000. Oleh karena itu, penelitian ini membuktikan bahwa nilai signifikansi  $0,000 < \alpha (0,05)$ , itu artinya terdapat hubungan antara Fasilitas dengan Kepuasan Wisatawan pada Obyek Wisata Sanggaluri *Park Purbalingga*.

Kemudian koefisien korelasi menunjukkan tingkat hubungan yang kuat antara fasilitas (X2) dengan kepuasan wisatawan (Y). Angka tersebut bernilai positif oleh sebab itu mempunyai hubungan yang searah sehingga semakin tinggi fasilitas (X2) semakin tinggi pula kepuasan wisatawan (Y), dan semakin rendah fasilitas (X2) semakin rendah pula kepuasan wisatawan (Y).

Selanjutnya sesuai dengan hasil perhitungan regresi ordinal yaitu pada perhitungan bagian *parameter estimates*, menjelaskan pengaruh masing-

masing koefisien regresi, apakah signifikan atau tidak. Dengan ketentuan apabila nilai pada kolom sig.  $< \alpha$  (0,05) itu artinya signifikan. Terlihat bahwa pada kolom sig. tabel 22 bahwa nilai sig. pada *location* seluruhnya menunjukkan angka 0,000 dan 0,001. Nilai sig tersebut  $< 0,05$ , berarti variabel daya tarik wisata memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan wisatawan. Kesimpulan dalam penelitian ini yaitu terdapat pengaruh positif dan signifikan antara daya tarik wisata dengan kepuasan wisatawan pada obyek wisata Sanggaluri Park Purbalingga Purbalingga ( $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima).

Berdasarkan teori yang ada bahwa ketersediaan fasilitas di suatu objek wisata sangat penting untuk memenuhi kebutuhan wisatawan selama berada di objek wisata tersebut, fasilitas sangat berpengaruh dengan bagaimana wisatawan memadam objek wisata tersebut. Ketika semua fasilitas sudah disediakan dengan baik, hal ini tentunya membuat wisatawan nyaman dan puas telah berkunjung ke objek wisata tersebut (Wulandari, 2022).

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Andes Rahmat Fajrin (2021) dalam jurnalnya yang berjudul “Pengaruh Fasilitas dan Lokasi terhadap Kepuasan dan Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Candi Muara Takus Kecamatan XIII Koto Kampar Kabupaten Kampar”. Dalam penelitiannya menunjukkan hasil penelitian yaitu adanya pengaruh dan signifikan antara variabel fasilitas dengan kepuasan wisatawan. Selain itu terdapat pula penelitian yang dilakukan oleh Arviana Wulandari (2022) dalam jurnalnya yang berjudul “Pengaruh Fasilitas Wisata, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Kabupaten Pesisir Selatan”. Dalam penelitiannya menunjukkan hasil penelitian yaitu adanya pengaruh positif dan signifikan antara variabel fasilitas wisata dengan kepuasan wisatawan.

### 3. Kualitas Pelayanan memoderasi pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan

Pada tabel 16 dijelaskan bahwa hasil analisis dengan menggunakan uji *Moderated Regression Analysis* (MRA) yaitu kualitas pelayanan berperan



sebagai variabel pemoderasi yang mampu memoderasi pengaruh daya tarik wisata terhadap kepuasan wisatawan. Hal ini terbukti dengan diperolehnya nilai signifikansi interaksi kualitas pelayanan kurang dari  $\alpha$  yaitu  $0,000 < 0,05$ . Dalam penelitian ini hanya melihat signifikansi, tidak melihat apakah arah hubungannya positif atau negatif. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima yaitu kualitas pelayanan memoderasi secara signifikan pengaruh daya tarik wisata terhadap kepuasan wisatawan. Temuan ini memberikan bukti bahwa variabel kualitas pelayanan benar-benar menunjukkan perannya sebagai variabel moderasi atau moderating.

Menurut Tjipto dan Chandra (2011:164) dalam Berliana (2022) menyatakan kualitas pelayanan merupakan sebagai cara untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan serta ketepatan dalam penyampaiannya untuk mengimbangi keinginan konsumen yang mempengaruhi produk, jasa, manusia, proses, serta lingkungan yang bersifat dinamis. Dalam hal ini kualitas pelayanan di sebuah obyek wisata tentu akan turut menjadi penyeimbang dan perantara adanya daya tarik wisata untuk mudah dinikmati oleh wisatawan dengan terpenuhinya kebutuhan dan keinginannya sehingga tercipta kepuasan wisatawan.

#### 4. Kualitas Pelayanan memoderasi pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Wisatawan

Pada tabel 17 dijelaskan bahwa hasil analisis dengan menggunakan uji *Moderated Regression Analysis* (MRA) yaitu kualitas pelayanan berperan sebagai variabel pemoderasi yang mampu memoderasi pengaruh fasilitas terhadap kepuasan wisatawan. Hal ini terbukti dengan diperolehnya nilai signifikansi interaksi kualitas pelayanan kurang dari  $\alpha$  yaitu  $0,012 < 0,05$ . Dalam penelitian ini hanya melihat signifikansi, tidak melihat apakah arah hubungannya positif atau negatif. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_4$  diterima yaitu kualitas pelayanan memoderasi secara signifikan pengaruh daya tarik wisata terhadap kepuasan wisatawan. Temuan ini memberikan bukti bahwa variabel kualitas pelayanan benar-benar menunjukkan perannya sebagai variabel moderasi atau moderating.



Berdasarkan teori yang ada bahwa kepuasan pengunjung berkaitan erat dengan mutu. Mutu mempunyai dampak langsung pada prestasi fasilitas dan dengan demikian juga dengan kepuasan pengunjung. Kepuasan pengunjung tergantung pada anggapan kinerja fasilitas dalam menyerahkan nilai relatif terhadap harapan pengunjung. Kuncinya adalah memenuhi harapan pengunjung dengan prestasi perusahaan. Perusahaan yang cerdas mempunyai tujuan membuat pengunjung merasa sangat puas dengan menjanjikan pelayanan yang baik dan memberikan lebih baik dari yang dijanjikan (Budiharty, 2019). Dalam hal ini dapat dipahami bahwa perusahaan dalam menciptakan kepuasan tentu memperhatikan prestasi fasilitasnya, semakin baik fasilitas maka berdampak langsung pada kepuasan dengan menjanjikan kualitas pelayanan dan memberikannya melebihi apa yang dijanjikan.

#### **E. Keterbatasan Penelitian**

Terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini yang tidak dapat peneliti lakukan selama menyusun penelitian. Keterbatasan dari penelitian tersebut meliputi :

1. Hasil penelitian menjelaskan terdapat variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan wisatawan yaitu bukan hanya variabel daya tarik wisata dan fasilitas. Hal ini dapat diketahui dari besarnya nilai *Nagelkerke* yaitu 0,608 atau 60,8%. Kemudian sisanya adalah 39,2% dipengaruhi oleh variabel lain dan dalam penelitian ini tidak dimasukan variabelnya.
2. Jawaban yang diberikan oleh responden tidak diketahui secara keseluruhan atau garis besarnya saja mengenai daya tarik wisata, fasilitas, kualitas pelayanan, dan kepuasan wisatawan karena peneliti menggunakan skala *likert* dalam melaksanakan penelitian ini. Kemudian, dalam melakukan penyebaran kuesioner yaitu menggunakan *google forms* sehingga jawaban yang diberikan oleh responden tidak diketahui secara pasti.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh daya tarik wisata dan fasilitas terhadap kepuasan wisatawan dengan kualitas pelayanan sebagai variabel moderasi pada obyek wisata Sanggaluri *Park* Purbalingga, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari daya tarik wisata (X1) terhadap kepuasan wisatawan (Y).

Berdasarkan hasil pengujian korelasi *Rank Spearman* menunjukkan bahwa nilai sig. (*2-tailed*) variabel daya tarik wisata (X1) sebesar  $0,000 < 0,05$  maka dapat disimpulkan H1 diterima dan H0 ditolak. Nilai koefisien regresi sebesar 0,687 yang memiliki nilai positif menunjukkan hubungan yang kuat, sehingga semakin tinggi daya tarik wisata maka kepuasan wisatawan juga akan meningkat. Kemudian pada hasil regresi ordinal pada bagian *Parameter Estimates*, nilai signifikansi pada variabel daya tarik wisata (X1) seluruhnya  $< 0,05$  yang artinya, variabel daya tarik wisata (X1) berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan (Y).

2. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari fasilitas (X2) terhadap Kepuasan wisatawan (Y).

Berdasarkan hasil pengujian korelasi *Rank Spearman* menunjukkan bahwa nilai sig. (*2-tailed*) variabel fasilitas (X2) sebesar  $0,000 < 0,05$  maka dapat disimpulkan H2 diterima dan H0 ditolak. Nilai koefisien regresi sebesar 0,721 yang memiliki nilai positif menunjukkan hubungan yang kuat, sehingga semakin tinggi fasilitas maka kepuasan wisatawan juga akan meningkat. Kemudian pada hasil regresi ordinal pada bagian *Parameter Estimates*, nilai signifikansi pada variabel fasilitas (X2) seluruhnya  $< 0,05$  yang artinya, variabel daya fasilitas (X2) berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan (Y).

3. Kualitas pelayanan memoderasi secara signifikan pengaruh daya tarik wisata (X1) terhadap kepuasan wisatawan (Y).

Hasil analisis dengan menggunakan uji *Moderated Regression Analysis* (MRA) yaitu diperoleh nilai signifikansi interaksi kualitas pelayanan kurang dari  $\alpha$  yaitu  $0,000 < 0,05$ . Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H3 diterima yaitu kualitas pelayanan memoderasi secara signifikan pengaruh daya tarik wisata terhadap kepuasan wisatawan. Temuan ini memberikan bukti bahwa variabel kualitas pelayanan benar-benar menunjukkan perannya sebagai variabel moderasi atau moderating.

4. Kualitas pelayanan memoderasi secara signifikan pengaruh fasilitas (X2) terhadap kepuasan wisatawan (Y).

Hasil analisis dengan menggunakan uji *Moderated Regression Analysis* (MRA) yaitu diperoleh nilai signifikansi X2Z yang kurang dari 0,05 yaitu sebesar 0,012. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H4 diterima yaitu kualitas pelayanan memoderasi secara signifikan pengaruh daya tarik wisata terhadap kepuasan wisatawan. Temuan ini memberikan bukti bahwa variabel kualitas pelayanan benar-benar menunjukkan perannya sebagai variabel moderasi atau moderating.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan diatas, selanjutnya dapat diusulkan saran yang diharapkan dapat bermanfaat. Saran tersebut diantaranya :

1. Kepada Obyek Wisata Sanggaluri *Park* adalah agar perusahaan tetap mempertahankan daya tarik wisata dan fasilitas dengan gencar melakukan pembaharuan dan perbaikan, serta terus meningkatkan kualitas pelayanan sebaik mungkin untuk meningkatkan sebuah kepuasan wisatawan. Hal ini karena daya tarik wisata dan fasilitas sangat berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan serta dengan adanya kualitas pelayanan yang baik juga turut memperkuat terciptanya kepuasan wisatawan. Selain itu dengan segala potensi yang ada peneliti berharap kepada Sanggaluri *Park* untuk lebih memperhatikan strategi dalam pengelolaanya agar bisa dikenal lebih luas lagi untuk bisa menjadi pariwisata go internasional.

2. Kepada Pemerintah adalah untuk selalu mendukung Obyek Wisata Sanggaluri *Park* supaya dapat bertumbuh ke arah yang lebih baik lagi sehingga dapat meningkatkan perekonomian Indonesia.
3. Peneliti selanjutnya, diharapkan kepada peneliti untuk dapat menambah variabel independen lainnya seperti harga tiket, promosi, ataupun yang lainnya.





## DAFTAR PUSTAKA

- Abiati, M.K. 2021. “Pengaruh Gaya Kepemimpinan dan Lingkungan Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan pada Shushu Milkshake Purwokerto”, *Skripsi*. Purwokerto: IAIN Purwokerto.
- Ainiyah, Nurul. 2022. “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian dengan Citra Merek Sebagai Variabel Moderasi”, *Skripsi*. Surabaya: UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Amaliyah, Rizki. 2022. “Sektor Pariwisata, Pengangguran dan Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia” dalam *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, Vol.18, NO.1.
- Anita, Yeni. 2019. “Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam”, *Skripsi*. Riau: UIN SUSKA Riau.
- Anshori, Muslich dan Sri Iswati. 2009. *Buku Ajar Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Surabaya : URAI (AUP).
- Aprilia, Yohana Clarissa, dkk. 2020. “Pengaruh Aksesibilitas Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan Ke Broken Beach dan Angel’s Billabong”, dalam *Jurnal IPTA*, Vol. 8, No. 1.
- Apriliyanti, Ester, dkk. 2020. ”Pengaruh Daya Tarik Wisata, Citra Destinasi dan Sarana Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Citra Niaga Sebagai Pusat Cerminan Budaya Khas Kota Samarinda”, dalam *Jurnal Manajemen*, Vol. 12, No. 1.
- Azliyansyah, Teuku, dkk. 2020 “Pengaruh Promosi Wisata dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Obyek Wisata Istana Maemun Medan”, dalam *Jurnal POINTEGRITA*, Vol.4, No.1.
- Berliana, Afifah. 2022. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Daya Tarik Wisata, Citra Destinasi, dan Harga Terhadap Kepuasan Pengunjung Obyek Wisata Puncak Mas Lampung”, dalam *Jurnal Kompetitif Bisnis*, Vol.1, No.8.
- Budhiharty, Susi. 2019. “Analisis Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pengunjung Objek Wisata Famehouse Lembang”, dalam *Jurnal Management dan Accounting Expose*, Vol.2, No.1.
- Dewa, Chriswardana Bayu. 2018. “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Penjualan Jasa Grabcar Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Wisatawan di Yogyakarta)”, dalam *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Akademi Bina Sarana Informatika*, Vol.16, No.1.

- Duli, Nikolaus. 2019. *Metodologi penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Deepublish (CV. Budi Utama).
- Fajrin, Andes Ahmad, dkk. 2021. "Pengaruh Fasilitas dan Lokasi Terhadap Kepuasan dan Minat Berkunjung Kembali wisatawan Candi Muara Takus Kecamatan XIII Kota Kampar Kabupaten Kampar", dalam *Jurnal Ekonomi KIAT*, Vol. 32, No.1.
- Handayani, Sri, dkk. 2019. "Fasilitas, Aksesibilitas, dan Daya Tarik Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan", dalam *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, Vol. 20, No. 2.
- Farhan, Muhammad Shaquel. 2021. "Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pengunjung di Objek Wisata Ngalau Indah Kota Payukumbuh", dalam *Jurnal Pendidikan Tambusai*, Vol. 5, No. 3.
- Fathoni, Abdurrahman. 2006. *Metodologi Penelitian dan Penyusunan Skripsi*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Intan, D.K, dkk. 2021. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Agrowisata Sapi Perah Barastagi", dalam *Jurnal AGRIFOR*, Vol.20, No.2.
- Isdarmanto. 2017. *Dasar-Dasar Kepariwisata dan Pengelolaan Destinasi Wisata*. Yogyakarta: Gerbang Media Aksara dan STiPrAm Yogyakarta.
- Kawatu, V.S, dkk. 2020. "Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Kunjungan Ulang dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Tempat wisata Bukit Kasih Kanonang", dalam *Jurnal Penelitian Manajemen*, Vol.8, No.3.
- PANRB, 2022. "Hingga Oktober 2022, Jumlah Wisman Indonesia Capai 3,92 juta orang", <https://www.menpan.go.id/site/berita-terkini/berita-daerah/hingga-oktober-2022-jumlah-wisman-ke-indonesia-capai-3-92-juta-orang>, diakses pada 10 Juni 2023 pukul 12.50 WIB.
- Mahyarni. 2013. "*Theory Of Reasoned Action Dan Theory Of Planned Behavior* (Sebuah Kajian Historis Tentang Perilaku)", dalam *Jurnal El-Riyasah*, Vol.4, No.1.
- Mardiana. 2021. "Pengaruh Daya Tarik dan Fasilitas Layanan Terhadap Kepuasan Wisatawan di Pantai Gading Mataram", *Skripsi*. Mataram: Universitas Muhammadiyah Mataram.
- Marpaung, Budiman. 2019. "Pengaruh Daya Tarik, Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Keselamatan dengan Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Intervening Terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan", dalam *Jurnal Penelitian Manajemen*, Vol. 1, No. 2.

- Purbo, Albert Prayugo. 2020. "Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan Air Terjun Sipiso-Piso Kabupaten Karo", *Skripsi*. Medan: Universitas Negeri Medan.
- Putra, Ade Tri. 2019. "Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Peraturan Umum Instalasi Listrik PT Konsuil Perdana Indonesia Wilayah Bengkulu", *Skripsi*. Bengkulu: IAIN Bengkulu.
- Rachmaulida, Finanda. 2017. "*Electronic Word of Mouth* dan Aplikasi *Theory of Planned Behaviour* dalam Identifikasi Niat Berkunjung (Survei pada Pengunjung yang Menggunakan Instagram di Kampung Wisata warna Warni Jodipan, Kota Malang)", dalam *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol.48, No.1.
- Sa'ban, L.N. 2022. "Pengaruh *Brand Image* dan *Product Quality* terhadap Customer Satisfaction pada Usaha Batik Rajasa Mas Cilacap", *Skripsi*. Purwokerto: UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
- Sari, D.K, dkk. 2021. "Penataan dan Pengembangan Taman Reptil dengan Pendekatan Arsitektur Ekologis di Purbalingga", dalam *Jurnal ReTII*. Fakultas Teknik, Universitas Wijayakusuma Purwokerto. Dapat diunduh dari: <https://journal.itny.ac.id/index.php/ReTII/article/view/2661>.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2021. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sulasih. 2021. *Modul Praktikum Ekonometrika*. IAIN Purwokerto.
- Suliyanto. 2011. *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Sunardi dan Handayani. 2018. "Kualitas Pelayanan dalam Islam dan Kepercayaan terhadap Lembaga Amil Zakat Infaq Sedekah Rumah Yatim Arrohman Indonesia", dalam *Jurnal Islaminomics*, Vol.1, No.1.
- Susmiyati. 2019. "Pengaruh Layanan, Fasilitas, dan Harga Terhadap Kepuasan Wisatawan di Pantai Slopeng Kabupaten Sumenep", *Artikel Skripsi*. Sumenep: Universitas Wiraraja Raja.
- Suwena, I Ketut dan I Gusti Ngurah Widyatama. 2017. *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Denpasar: Pustaka Larasan.
- Syahrial, Murah. 2021. "Kualitas Pelayanan dalam Islam (Perspektif Al-Qur'an dan Hadist)" dalam *Jurnal Indratech*, Vol.2, No.2.



- Tengkere, Ellen Grace. 2017. "Tingkat kepuasan Pengunjung Terhadap Kualitas Pelayanan Daerah wisata Puncak Temboan Tomohon", dalam *Jurnal Agri-Sosial Ekonomi Unsrat*, Vol. 13. No. 1.
- Utama, I Gusti Bagus Rai. 2014. *Pengantar Industri Pariwisata*. Yogyakarta: Deepublish (CV. Budi Utama).
- Utomo, Tanto Pratondo, dkk. 2019. "Analisis Kualitas Pelayanan dan Strategi Pengembangan Wisata Edukasi Sentulfresh Indonesia", dalam *Jurnal Operations Excellence*, Vol.11, No.1.
- Widodo, dkk. 2022. "Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan Coban Putri Kota Batu, Malang", dalam *Jurnal TESLA*, Vo.2, No.2.
- Wulandari, dkk. 2022. "Pengaruh fasilitas wisata, kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan wisatawan di Kabupaten Pesisir Selatan", dalam *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, Vol.4, No.11.
- Zoel, Hutabarat. 2020. "Pengaruh *Theory Of Planned Behaviour* Terhadap Entrepreneurial Intention Mahasiswa di Tangerang", dalam *Jurnal Ultima Management*, Vol. 12, No. 2.





LAMPIRAN-LAMPIRAN



Lampiran 1

### **Kuesioner Penelitian**

Kepada Yth

Wisatawan Obyek Wisata Sanggaluri *Park Purbalingga*

di Purbalingga

*Assalamualaikum wr.wb*

Berkaitan dengan penelitian skripsi saya,

Nama : Nur Hofifah

NIM : 1917201088

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Syariah

Maka saya bermaksud memohon partisipasi Sdr/i untuk berkenan menjadi responden penelitian saya yang berjudul “Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Fasilitas terhadap Kepuasan Wisatawan dengan Kualitas Pelayanan sebagai Variabel Moderasi pada Obyek Wisata Sanggaluri *Park Purbalingga*”.

Mengingat sangat pentingnya jawaban dari kuisisioner ini serta demi objektivitas penelitian, maka saya mohon Sdr/i berkenan mengisi kuisisioner sesuai pendapat Sdr/i. Berilah pendapat secara bebas sesuai jawaban yang sudah tersedia. Perlu kami sampaikan bahwa tujuan pengisian kuisisioner ini adalah semata-mata hanya untuk kepentingan penelitian akademis dan tidak ada tendensi lain, sehingga kerahasiaan akan terjamin sepenuhnya.

*Wassalamu"alaikum wr.wb.*

**KUESIONER PENGARUH DAYA TARIK WISATA DAN FASILITAS  
TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DENGAN KUALITAS  
PELAYANAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA OBYEK  
WISATA SANGGALURI PARK PURBALINGGA**

Oleh: Nur Hofifah

**UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto, Jurusan Ekonomi dan  
Keuangan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**A. IDENTITAS RESPONDEN**

Nama : .....

Umur : .....Tahun

Jenis Kelamin : Laki-laki/Perempuan (coret yang tidak  
perlu)

Pekerjaan : .....

Sudah berapa kali kunjungan : .....kali

**B. PETUNJUK PENGISIAN**

1. Bacalah sejumlah pernyataan dibawah ini dengan teliti
2. Mohon kuesioner diisi dengan lengkap dari seluruh pertanyaan yang ada
3. Berikan tanda checklist (  $\checkmark$  ) pada salah satu pilihan jawaban yang tersedia sesuai dengan pendapat anda alami pada komponen-komponen variabel
4. Diharapkan untuk tidak menjawab lebih dari satu pilihan jawaban
5. Terdapat 5 alternatif pengisian jawaban, yaitu :

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

N : Netral

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

### VARIABEL DAYA TARIK WISATA (X1)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Sanggaluri menyajikan berbagai macam hewan reptil yang menarik untuk dilihat					
2	Museum yang bervariasi dan wahana edukasi lainnya yang menarik untuk dikunjungi					
3	Terdapat paket edukasi seperti outbond dan manasik haji yang dapat mengedukasi wisatawan					
4	Berinteraksi dengan hewan satwa menjadi daya tarik utama wisata Sanggaluri <i>Park</i>					
5	Tersedianya tempat kuliner yang dapat dinikmati oleh wisatawan					
6	Terdapat berbagai macam stand penjualan souvenir di depan halaman parkir Sanggaluri yang cukup menarik					

### VARIABEL FASILITAS WISATA (X2)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Sanggaluri <i>Park</i> memiliki fasilitas yang memadai					
2	Fasilitas dapat dinikmati oleh semua wisatawan					
3	Fasilitas seperti area bermain anak, interaksi langsung dengan					



	satwa, kuliner sangat menarik dan banyak jumlahnya.					
4	Wisatawan yang ingin menikmati fasilitas wisata terjaga keamanannya oleh pengelola					
5	Tersedianya air bersih di Sanggaluri <i>Park</i>					
6	Fasilitas di Sanggaluri <i>Park</i> dapat berfungsi dengan baik					

### VARIABEL KUALITAS PELAYANAN (Z)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Fasilitas fisik gedung yang baik dan memiliki daya tarik					
2	Kesediaan parkir yang memadai					
3	Informasi yang disampaikan mudah dimengerti					
4	Pelayanan yang sama untuk semua wisatawan					
5	Kesedian dan kemampuan karyawan untuk membantu para wisatawan dan merespons permintaan wisatawan					
6	Wisatawan mendapatkan tiket masuk secara mudah dan cepat					
7	Jaminan keamanan wisatawan selama dalam kawasan obyek wisata					
8	kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh para karyawan					
9	sikap yang tulus oleh karyawan dalam menangani pengunjung					

10	Waktu pengoperasian obyek wisata nyaman bagi wisatawan					
----	--	--	--	--	--	--

**VARIABEL KEPUASAN WISATAWAN (Y)**

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya merasa puas setelah mengunjungi wisata Sanggaluri Park Purbalingga					
2	Daya tarik wisata, fasilitas, dan pelayanannya sesuai dengan apa yang saya harapkan.					
3	Saya akan berkunjung kembali ke Sanggaluri Park dilain hari.					
4	Saya akan mengajak teman, keluarga, dan kerabat untuk berkunjung ke Sangaluri Park.					
5	Saya akan merekomendasikan Sanggaluri Park kepada calon pengunjung setelah saya berkunjung.					
6	Saya akan membagikan informasi positif kepada keluarga, teman, dan kerabat-kerabat setelah saya berkunjung					

Lampiran 2

Tabulasi Data Responden

No	Daya Tarik Wisata						X1	Fasilitas						X2	Kualitas Pelayanan										Z	Kepuasan Wisatawan						Y
	1	2	3	4	5	6		1	2	3	4	5	6		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		1	2	3	4	5	6	
1	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	44	4	4	4	5	5	5	27
2	5	4	4	5	4	4	26	4	5	4	4	4	4	25	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49	4	4	5	5	5	5	28
3	5	4	4	5	5	5	28	3	4	5	5	4	5	26	4	5	5	5	3	5	5	4	4	5	45	5	4	4	5	4	5	27
4	5	3	4	5	5	4	26	5	5	4	4	4	3	25	4	5	4	5	5	4	3	5	5	5	45	5	4	5	5	4	5	28
5	4	4	5	4	4	4	25	3	3	3	3	3	3	18	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	34	3	3	3	3	3	3	18
6	4	4	3	4	4	4	23	4	4	4	4	4	4	24	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39	3	3	2	3	3	3	17
7	4	4	4	5	4	4	25	4	4	4	4	5	5	26	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41	4	4	4	4	4	4	24
8	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	5	5	5	5	30
9	5	5	5	5	5	5	30	4	5	4	5	4	5	27	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49	5	5	5	5	5	5	30
10	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	3	3	3	3	3	3	18
11	4	5	5	5	5	5	29	5	5	4	5	5	5	29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	4	4	4	4	4	5	25
12	4	4	4	4	4	4	24	4	4	3	3	3	3	20	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	3	3	18
13	4	4	4	4	3	4	23	4	5	3	4	4	4	24	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	42	4	3	3	4	4	4	22
14	5	4	5	4	3	4	25	5	5	4	5	5	4	28	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39	4	4	4	4	3	4	23
15		4	4	3	4	3	22	4	5	5	3	4	3	24	3	3	4	4	4	5	4	3	3	4	37	4	4	3	3	4	4	22
16	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	5	5	5	5	30
17	5	5	3	4	4	4	25	3	4	4	4	4	3	22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	4	24
18	4	4	5	5	3	4	25	4	5	5	5	5	4	28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	4	4	5	5	5	5	28
19	5	5	5	4	4	4	27	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	4	24
20	5	5	5	5	5	5	30	4	5	5	5	5	5	29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	4	5	5	4	28

21	4	4	4	4	4	3	23	3	4	4	3	4	3	21	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	34	3	3	3	3	3	4	19
22	5	4	5	4	4	5	27	4	4	5	5	5	4	27	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	46	4	4	4	4	4	4	24
23	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	31	3	3	3	3	3	3	18
24	4	4	5	4	4	4	25	4	3	3	2	5	5	22	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49	5	5	5	5	5	5	30	
25	5	5	5	4	4	4	27	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	5	5	5	5	30	
26	4	4	4	4	4	4	24	5	4	4	4	5	4	26	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	38	3	4	4	5	3	5	24
27	5	4	4	4	4	4	25	3	4	4	4	4	3	22	3	4	4	5	5	4	3	4	4	4	40	4	3	4	4	3	4	22
28	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	5	5	5	5	30
29	4	3	4	4	2	5	22	4	5	4	4	4	3	24	3	4	4	3	4	4	4	4	4	38	4	3	3	4	4	4	22	
30	4	4	4	4	4	4	24	3	4	3	3	3	3	19	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	34	3	3	3	3	2	2	16
31	5	5	4	5	5	4	28	5	3	5	5	5	5	28	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49	5	5	5	5	5	5	30
32	4	3	4	3	4	3	21	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	3	4	3	3	3	3	19
33	5	5	1	5	5	1	22	3	5	5	5	5	5	28	5	5	5	3	5	5	5	4	4	3	44	4	5	4	4	5	5	27
34	5	5	3	4	3	3	23	5	5	4	3	4	3	24	3	5	5	5	4	5	3	4	3	3	40	5	4	4	4	4	4	25
35	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	5	5	5	5	30
36	4	4	4	4	4	3	23	3	2	3	4	3	3	18	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	38	3	3	3	3	3	4	19
37	3	3	3	4	4	2	19	4	3	4	2	4	3	20	3	4	4	3	2	4	3	3	4	3	33	3	3	4	3	4	3	20
38	3	3	4	4	3	3	20	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	3	3	18
39	5	5	5	4	4	4	27	4	4	4	4	5	4	25	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41	4	4	4	4	4	5	25
40	2	3	4	3	2	2	16	3	3	2	3	3	3	17	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	31	3	3	3	3	3	3	18
41	5	4	4	4	4	4	25	4	5	4	4	5	4	26	4	4	5	4	3	4	4	4	3	4	39	4	4	3	3	3	3	20
42	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49	5	5	5	5	5	5	30
43	5	3	4	3	4	4	23	5	4	3	5	3	4	24	3	5	4	5	3	5	4	4	4	5	42	3	4	5	4	4	5	25
44	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	33	3	3	3	3	3	3	18
45	4	4	4	5	4	4	25	3	4	4	4	4	4	23	3	5	4	4	4	5	4	4	4	4	41	4	4	5	5	5	5	28





71	3	3	3	3	4	3	19	4	3	3	3	4	3	20	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	31	3	3	4	4	3	5	22
72	5	5	5	5	5	5	30	4	4	5	4	5	4	26	4	4	4	4	4	5	5	4	5	43	4	4	5	5	4	5	27			
73	3	4	5	4	4	4	24	4	5	4	4	4	4	25	4	5	4	4	4	5	4	4	4	42	4	4	3	5	4	4	24			
74	4	4	4	3	4	4	23	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	3	3	3	3	3	19				
75	4	4	4	3	4	4	23	3	4	4	4	3	4	22	3	4	4	4	4	4	4	3	3	37	3	4	4	4	4	4	23			
76	4	5	5	3	4	3	24	5	4	4	4	4	4	25	4	5	5	4	4	3	4	3	3	4	39	5	4	3	4	3	5	24		
77	4	3	5	4	3	3	22	4	3	4	4	4	4	23	4	4	4	4	3	4	3	4	4	38	4	3	4	4	3	4	22			
78	4	4	4	3	4	3	22	4	5	4	4	4	5	26	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	36	5	3	4	4	4	4	24		
79	4	4	3	4	4	3	22	4	4	4	3	4	4	23	3	3	3	3	3	3	3	4	4	33	4	3	4	3	4	4	22			
80	5	4	4	5	4	4	26	3	4	4	4	4	4	23	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41	4	4	4	4	4	4	24			
81	4	4	4	4	5	4	25	3	5	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	3	4	4	4	23			
82	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	5	5	5	5	30			
83	4	3	2	4	4	4	21	4	4	4	4	4	3	23	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39	4	4	4	4	4	4	24			
84	4	3	4	3	3	3	20	4	4	4	4	4	3	23	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	37	4	4	4	4	3	4	23		
85	3	4	4	3	3	4	21	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	3	3	3	4	37	4	4	4	4	3	4	23			
86	5	3	3	3	5	5	24	5	3	5	3	3	3	22	3	3	5	5	5	5	5	5	5	46	4	4	3	3	3	4	21			
87	4	4	5	4	4	4	26	4	4	4	4	4	3	23	3	3	3	4	4	4	4	4	4	44	4	4	4	4	4	4	24			
88	5	5	5	4	4	5	28	4	4	4	4	4	4	24	5	4	5	4	4	4	5	5	4	44	4	5	4	4	5	4	26			
89	4	4	4	4	4	4	24	3	4	4	5	5	5	26	5	5	5	5	4	4	4	5	5	47	4	4	4	4	4	4	24			
90	4	5	5	5	5	5	29	4	4	5	5	4	4	26	4	4	4	4	4	5	5	4	4	42	5	4	4	5	4	5	27			
91	5	4	5	5	5	4	28	5	5	5	4	5	4	28	4	4	5	5	4	5	4	4	5	45	4	4	4	5	4	5	26			
92	4	4	4	4	5	5	26	5	4	5	5	4	4	27	4	5	4	4	5	5	5	4	4	44	5	5	5	5	4	4	28			
93	5	5	5	4	5	4	28	5	4	5	4	5	5	28	5	4	5	4	4	4	5	4	5	45	4	4	4	4	5	5	26			
94	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	4	5	5	5	5	4	5	5	5	48	5	5	5	4	5	4	28			
95	3	4	4	4	4	4	23	4	3	3	3	3	4	20	4	4	4	5	4	4	4	4	4	40	4	3	3	4	3	4	21			

96	4	4	4	5	5	5	27	5	5	5	5	5	5	30	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	47	4	4	4	4	4	4	24
97	5	5	5	4	4	4	27	4	5	5	5	4	4	27	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	45	4	4	4	5	5	5	27	
98	5	5	5	5	4	4	28	4	5	5	5	4	5	28	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	45	5	5	5	5	5	5	30	
99	4	4	5	5	4	4	26	4	5	4	4	4	5	26	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	47	4	4	4	4	4	4	24	
100	4	4	5	4	5	5	27	5	5	4	4	5	5	28	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	47	5	4	5	4	5	5	28	







X2.2	Pearson Correlation	.410**	1	.577**	.521**	.539**	.436**	.738**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.502**	.577**	1	.659**	.630**	.512**	.825**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.423**	.521**	.659**	1	.545**	.662**	.821**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.537**	.539**	.630**	.545**	1	.654**	.824**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	.438**	.436**	.512**	.662**	.654**	1	.795**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.696**	.738**	.825**	.821**	.824**	.795**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

### 3. Variabel Kualitas Pelayanan (Z)

#### Correlations

	Z.1	Z.2	Z.3	Z.4	Z.5	Z.6	Z.7	Z.8	Z.9	Z.10	Total
Z.1 Pearson Correlation	1	.572**	.640**	.534**	.563**	.416**	.600**	.638**	.636**	.571**	.761**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Z.2 Pearson Correlation	.572**	1	.640**	.631**	.580**	.590**	.450**	.570**	.525**	.480**	.740**
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Z.3 Pearson Correlation	.640**	.640**	1	.751**	.604**	.608**	.700**	.662**	.616**	.580**	.839**
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Z.4 Pearson Correlation	.534**	.631**	.751**	1	.629**	.579**	.543**	.690**	.618**	.652**	.818**



Y.2	Pearson Correlation	.725**	1	.727**	.723**	.728**	.632**	.870**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y.3	Pearson Correlation	.643**	.727**	1	.771**	.722**	.719**	.885**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y.4	Pearson Correlation	.667**	.723**	.771**	1	.719**	.789**	.901**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y.5	Pearson Correlation	.612**	.728**	.722**	.719**	1	.694**	.865**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y.6	Pearson Correlation	.607**	.632**	.719**	.789**	.694**	1	.857**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.814**	.870**	.885**	.901**	.865**	.857**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

#### Lampiran 4

#### Hasil Uji Reliabilitas

##### 1) Daya Tarik Wisata (X1)

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.824	6

##### 2) Fasilitas (X2)

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.874	6

3) Kualitas Pelayanan (Z)

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.943	10

4) Kepuasan wisatawan (Y)

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.933	6

Lampiran 5

**Hasil Uji Rank Spearman**

**Correlations**

			X1	X2	Z	Y
Spearman's rho	X1	Correlation Coefficient	1.000	.687**	.762**	.687**
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.000
		N	100	100	100	100
	X2	Correlation Coefficient	.687**	1.000	.772**	.721**
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.000
		N	100	100	100	100
	Z	Correlation Coefficient	.762**	.772**	1.000	.822**
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.000
		N	100	100	100	100
	Y	Correlation Coefficient	.687**	.721**	.822**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.
		N	100	100	100	100

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

Lampiran 6

**Hasil Uji MRA Tahap 1**

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.390	.269		-1.450	.150
X1	-.664	.209	-.517	-3.177	.002
Z	.434	.287	.876	6.424	.032



X1.Z	.823	.106	1.267	7.780	.000
------	------	------	-------	-------	------

a. Dependent Variable: Y

## Hasil Uji MRA Tahap 2

### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.336	.252		-1.336	.185
X2	-.884	.210	-.824	-3.147	.002
Z	.421	.210	.364	2.005	.048
X2.Z	.282	.110	.466	2.568	.012

a. Dependent Variable: Y

Lampiran 7

## Hasil Uji Regresi Ordinal

### Case Processing Summary

	N	Marginal Percentage
RY	19	19.0%
2	48	48.0%
3	33	33.0%
RX1	6	6.0%
2	60	60.0%
3	34	34.0%
RX2	17	17.0%
2	56	56.0%
3	27	27.0%
Valid	100	100.0%
Missing	0	
Total	100	

### Model Fitting Information

Model	-2 Log Likelihood	Chi-Square	Df	Sig.
Intercept Only	98.223			
Final	22.521	75.702	4	.000

Link function: Logit.

**Goodness-of-Fit**

	Chi-Square	Df	Sig.
Pearson	2.117	8	.977
Deviance	2.983	8	.935

Link function: Logit.

**Pseudo R-Square**

Cox and Snell	.531
Nagelkerke	.608
McFadden	.366

Link function: Logit.

**Parameter Estimates**

	Estimate	Std. Error	Wald	df	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
Threshold [Y = 1]	-6.019	.856	49.423	1	.000	-7.696	-4.341
[Y = 2]	-2.176	.600	13.138	1	.000	-3.352	-.999
Location [X1=1]	-3.024	1.204	6.305	1	.012	-5.385	-.664
[X1=2]	-2.337	.624	14.042	1	.000	-3.559	-1.115
[X1=3]	0 <sup>a</sup>	.	.	0	.	.	.
[X2=1]	-4.121	.934	19.461	1	.000	-5.952	-2.290
[X2=2]	-2.061	.675	9.338	1	.002	-3.383	-.739
[X2=3]	0 <sup>a</sup>	.	.	0	.	.	.

Link function: Logit.

a. This parameter is set to zero because it is redundant.

Lampiran 8

**Dokumentasi**





Lapiran 9

### Wahana di Sanggauri Park Purbalingga

**Kampung Reptile**

**Rumah Prestasi**

**Museum Uang**





**Miniatur Ka'bah**



**Museum Wayang dan Artefak**



**Wahana Profesi**



**Kolam Renang**



**Taman Lalu Lintas**



**Rumah Boneka**



**Istana Balon**



**Trampolin Raksasa**



**Kolam Terapi Ikan**



Lampiran 10

**Fasilitas di Sanggaluri Park Purbalingga**

**P3K**



**Gazebo**



**Mushola**



**Toilet**



**Ruang Informasi**



**Tempat Parkir**





**Tempat Kuliner**



**Fitting Room**



**ATM**



**Loket Tiket**



**Penunjuk Arah**



**Tempat Sampah**



Lampiran 11

**SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN RISET**

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Yang bertanda tangan di bawah ini *Manager Sanggaluri Park Purbalingga* menerangkan bahwa:

Nama : Nur Hofifah  
NIM : 1917201088  
Program Studi : Ekonomi Syariah

Benar-benar telah melaksanakan penelitian pada tanggal 20 Desember 2022-10 Januari 2023 dengan judul:

Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Fasilitas terhadap Kepuasan Wisatawan dengan Kualitas Pelayanan sebagai Variabel Moderasi pada Obyek Wisata Sanggaluri Park Purbalingga.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar digunakan sebagaimana mestinya.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Bojongsari, 20 Juni 2023

Mengetahui

*Manager Sanggaluri Park*

  
**BAMBANG ADHANTO, S.E.**

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Nur Hofifah
2. NIM : 1917201088
3. Tempat/Tanggal Lahir : Purbalingga, 29 Agustus 2001
4. Alamat Rumah : Dusun Dukuh Rejeh RT 16 RW 08,  
Desa Pagedangan, Kecamatan Bojongsari, Kabupaten Purbalingga.
5. Nama Orang Tua  
Nama Ayah : Ach. Mustolik  
Nama Ibu : Murtinah

### B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
  - a. TK/PAUD : RA Diponegoro Pagedangan
  - b. SD/MI, tahun lulus : MI Ma'Arif Nu Nurul Ikhlas  
Pagedangan, tahun lulus 2013
  - c. SMP/Mts, tahun lulus : SMP N 1 Bojongsari, tahun lulus  
2016
  - d. SMA/SMK, tahun lulus : SMK Kyai Mojo Jombang, tahun  
lulus 2019
  - e. S-1, tahun masuk : UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri  
Purwokerto, tahun masuk 2019
2. Pendidikan Non Formal
  - a. PP Kyai Mojo Tambak Beras Jombang
  - b. PPM El-Fira Purwanegara, Purwokerto Utara

### C. Pengalaman Organisasi

1. Pengurus PP Kyai Mojo Tambak Beras Jombang Periode 2017-2018
2. Pengurus PPM El-Fira Purwanegara, Purwokerto Utara Periode 2020-  
2021