

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA DAN METODE ANALISIS**

#### **2.1 Dasar Teori**

Dasar teori dalam penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan wisatawan ini meliputi daya tarik wisata, fasilitas wisata, dan kepuasan wisatawan.

##### **2.1.1 Pengertian Pariwisata**

Secara etimologi, kata pariwisata berasal dari Bahasa Sanskerta yang terdiri dari dua suku kata, yaitu *pari* berarti berkeliling, berputar-putar, berkali-kali, dari dan ke. Dan kata *wisata* berarti berpergian, perjalanan, yang bersinonim dengan kata *travel*. Dengan demikian pengertian pariwisata yaitu perjalanan berkeliling ataupun perjalanan yang dilakukan berkali-kali, berputar-putar dari suatu tempat ke tempat lain ataupun suatu perjalanan yang sempurna.

Pengertian pariwisata diatas belum memberikan pengertian yang jelas dan tidak mempunyai ketentuan mengenai batasan-batasan dari pengertian pariwisata tersebut. Oleh karena itu, secara umum pariwisata berhubungan erat dengan perjalanan wisata, yaitu sebagai suatu perubahan tempat tinggal sementara seseorang di luar tempat tinggalnya karena suatu alasan dan bukan untuk melakukan kegiatan yang menghasilkan upah. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa perjalanan wisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau lebih dengan tujuan antara lain untuk mendapatkan kenikmatan dan memenuhi hasrat ingin mengetahui sesuatu. Dapat juga karena kepentingan yang berhubungan dengan kegiatan olahraga untuk kesehatan, konvensi, keagamaan, dan keperluan usaha yang lainnya (Suwanto, 1997:3).

##### **2.1.2 Jenis-Jenis Pariwisata**

A. J. Burkart dan S. Malik dalam bukunya yang berjudul *Tourism, Past, Present, and Future*, berbunyi "Pariwisata berarti perpindahan orang untuk sementara dan dalam jangka waktu pendek ke tujuan-tujuan di luar tempat di mana mereka biasanya hidup dan bekerja, dan kegiatan-kegiatan mereka selama tinggal di tempat tujuan itu".

Menurut Spilane (1987: 21) dalam arti luas pariwisata adalah perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian, mengetahui sesuatu, mendapatkan kenikmatan kebahagiaan, dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu.

Jenis pariwisata menurut James J. Spillane (1987:29-31) berdasarkan motif tujuan perjalanan dapat dibedakan menjadi beberapa jenis pariwisata khusus, yaitu:

a. Pariwisata untuk menikmati perjalanan (*Pleasure Tourism*)

Jenis pariwisata ini dilakukan oleh seseorang yang meninggalkan tempat tinggalnya untuk berlibur sementara waktu untuk mencari udara segar dan baru, untuk mengendorkan ketegangan syaraf, untuk menghilangkan stres di saat melakukan rutinitas yang padat, dll.

b. Pariwisata untuk berekreasi (*Recreation Tourism*)

Jenis pariwisata ini dilakukan oleh orang yang menghendaki pemanfaatan hari-hari libur untuk istirahat, untuk memulihkan kembali kesegaran jasmani dan rohani, yang akan menyegarkan keletihan dan kelelahan.

c. Pariwisata untuk kebudayaan (*Cultural Tourism*)

Jenis pariwisata ini dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang yang menyukai sebuah kebudayaan yang dimiliki di setiap daerah untuk mengetahui berbagai adat istiadat, mempelajari tentang masyarakat setempat, dll.

d. Pariwisata untuk olahraga (*Sports Tourism*)

Pariwisata ini dapat dibagi lagi menjadi dua kategori:

1) *Big sports events*, yaitu peristiwa olahraga besar seperti Olympiade Games, kejuaraan ski dunia, kejuaraan tinju dunia, dan lain-lain yang menarik perhatian bagi penonton atau penggemarnya.

2) *Sporting tourism of the Practitioners*, yaitu pariwisata olahraga bagi mereka yang ingin berlatih dan mempraktikkan sendiri seperti pendakian gunung, olahraga naik kuda, berburu, memancing dan lain-lain.

e. Pariwisata untuk urusan usaha dagang (*Business Tourism*)

Perjalanan pariwisata ini adalah bentuk profesional travel atau perjalanan karena ada kaitannya dengan pekerjaan atau jabatan yang tidak memberikan kepada seseorang untuk memilih tujuan maupun waktu perjalanan.

f. Pariwisata untuk berkonvensi (*Convention Tourism*)

Pariwisata ini banyak diminati oleh negara-negara karena ketika diadakan suatu konvensi atau pertemuan maka akan banyak peserta yang hadir untuk tinggal dalam jangka waktu tertentu dinegara yang mengadakan konvensi.

Sedangkan jenis-jenis wisata menurut James J. Spillane berdasarkan lokasi yang dikunjungi:

1. Wisata alam, yaitu perjalanan yang memanfaatkan potensi sumber daya alam dan lingkungannya sebagai objek tujuan wisata.

2. Wisata bahari, yaitu wisata menikmati keindahan laut. Wisata Bahari Indonesia memiliki setidaknya 90 lebih objek kawasan wisata bahari menawarkan sebanyak 20 jenis atraksi berbasis marine pada program Visit Indonesia Year 2011. Sebanyak 20 jenis atraksi yang ditawarkan dalam wisata bahari adalah 11 obyek berupa diving, 5 obyek untuk surfing, selancar angin 2 objek, dan sebanyak 2 objek lainnya memancing.
3. Wisata sejarah, yaitu berkunjung ke tempat peninggalan sejarah seperti: museum, prasasti, candi, dll. Wisata sejarah sangat berkaitan erat dengan pengelolaan pusaka (*heritage*) sebagai warisan kebudayaan masa lalu atau peninggalan alam.
4. Wisata religi, yaitu perjalanan mengunjungi tempat khusus bagi umat beragama.
5. Wisata budaya, yaitu berwisata dengan tujuan mengenali adat dan budaya daerah setempat. Atau kebiasaan yang dilakukan oleh masyarakat di suatu daerah.
6. Wisata pendidikan, merupakan program wisata yang dipadukan dengan program pendidikan di dalamnya.
7. Wisata kuliner, yaitu mengunjungi tempat di mana tersedia makanan.

Wisata alam adalah suatu kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati gejala keunikan alam di Taman Nasional, Taman Hutan Raya, Taman Wisata Alam, Taman Buru, Hutan Lindung, dan Hutan Produksi (Direktorat Wisata Alam dan Pemanfaatan Jasa Lingkungan, 2002).

Wisata alam mempunyai prinsip sebagai berikut (Rahardjo, 2000):

1. Kontak dengan alam
2. Pengalaman yang bermanfaat secara pribadi maupun sosial.
3. Wisata alam bukan mass tourism
4. Mencari tantangan fisik dan mental
5. Interaksi dengan masyarakat dan belajar budaya setempat
6. Adaptive dengan kondisi akomodasi pedesaan
7. Toleran terhadap ketidaknyamanan
8. Partisipasi aktif
9. Pengalaman lebih utama dibanding kenyamanan.

### **2.1.3 Wisatawan**

Kata "wisatawan" berasal dari kata wisata dan wan. Wisata berarti perjalanan yang dapat disamakan dengan kata *travel* dalam bahasa Inggris. Jadi, orang melakukan

perjalanan wisata sama artinya dengan *traveller*. Dalam bahasa Indonesia kata *wan* merupakan kata akhir untuk menyatakan orang dengan profesinya, keahliannya, keadaannya, jabatannya, dan kedudukan seseorang (Irawan, 2010:12).

Menurut Nyoman S. Pendit dalam buku yang berjudul “Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana”, wisatawan meliputi:

- 1) Orang-orang yang sedang melakukan perjalanan untuk bersenang-senang, untuk keperluan pribadi, untuk keperluan kesehatan dan sebagainya.
- 2) Orang-orang yang sedang melakukan perjalanan untuk maksud menghadiri pertemuan, konferensi, musyawarah atau didalam hubungan sebagai utusan berbagai badan organisasi (ilmu pengetahuan, administrasi diplomatika, olahraga, keagamaan dan sebagainya).
- 3) Orang-orang yang sedang mengadakan perjalanan dengan maksud bisnis.
- 4) Pejabat pemerintah dan orang-orang militer beserta keluarganya yang diposisikan di suatu Negara lain hendaknya jangan di masukkan dalam kategori ini, tetapi apabila mereka mengadakan perjalanan ke Negara lain, maka hal ini dapat digolongkan sebagai wisatawan.

#### **2.1.4 Daya Tarik Wisata**

Pengertian daya tarik wisata menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan. Daya tarik wisata adalah sesuatu yang memiliki daya tarik untuk dilihat dan dinikmati yang layak dijual ke pasar wisata (Zaenuri, 2012). Daya tarik wisata dapat berupa objek wisata dan atraksi wisata. Objek wisata merupakan daya tarik wisata yang bersifat statis dan nyata serta tanpa perlu ada persiapan terlebih dahulu untuk menikmatinya (Yoeti, 1985). Sedangkan atraksi wisata merupakan daya tarik wisata yang dapat dilihat lewat pertunjukan dan membutuhkan persiapan bahkan memerlukan pengorbanan untuk menikmatinya (Zaenuri, 2012).

Daya tarik produk (Tjiptono, 1997) merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan pedagang/penjual untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Daya tarik produk dibentuk oleh delapan pernyataan seperti harga produk, kelebihan produk, reputasi perusahaan, ketersediaan produk pendukung, aksesori dan jasa, baik buruknya review mengenai produk, kompleksitas produk, keuntungan relative dan level standarisasi. Jadi, dapat dikatakan bahwa mutu produk menentukan keadaan dan keberadaan suatu produk. Apabila mutu dari suatu produk itu jelek maka daya tarik suatu

produk tersebut akan rendah, hal ini dikarenakan daya tarik merupakan sesuatu yang amat penting bagi produk. Produk wisata merupakan sebuah paket yang tidak hanya tentang keindahan atau eksotisme suatu tempat wisata, tapi dalam arti yang lebih luas. produk wisata mencakup daya tarik, fasilitas dalam saat berwisata, dan juga akses menuju tempat wisata tersebut.

Menurut Basiya dan Rozak (2012), daya tarik tempat tujuan wisata merupakan motivasi utama bagi pengunjung untuk melakukan kunjungan wisata. Menurutnya destinasi wisata dikelompokkan menjadi empat daya tarik, yaitu:

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

Konsumen akan mempersepsikan produk sebagai produk berkualitas tergantung pada sikap individu konsumen, harapan dan pengalaman, serta manfaat yang diperoleh dari pembelian (Swarbrooke dan Horner, 1999). Menurut Koskela (2002), kualitas adalah persepsi pelanggan terhadap evaluasi atribut produk, kinerja atribut, dan upaya meningkatkan fasilitas-fasilitas yang digunakan untuk mencapai pelanggan yang baik pada berbagai situasi. Keputusan konsumen didasarkan pada persepsi bukan pada kualitas secara realitas.

Minfang dan Hanyu (2014), mengkategorikan merek yang sebagai asosiasi dari sebuah produk ke dalam faktor intrinsik yang dapat berpengaruh langsung terhadap kepuasan pengunjung yang nantinya akan meningkatkan minat berkunjung ulang para pengunjung. Serta mengkategorikan merek, kualitas, harga dan kesan tujuan wisata ke dalam faktor instrinsik, sementara garansi dan resiko termasuk ke dalam faktor ekstrinsik. Harga merupakan faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam membeli suatu produk/jasa yang diinginkan (Kotler dan Armstrong, 2003). Harga adalah sebuah nilai/uang

yang dapat ditukar dengan produk atau jasa untuk mendapatkan suatu keuntungan dari produk/jasa tersebut. Bentuk aksi yang perlu diwujudkan, antara lain:

- a. Harga yang ditentukan sesuai dengan kualitas pelayanan yang diberikan.
- b. Kesesuaian tingkat harga yang terjangkau oleh daya beli masyarakat.
- c. Perbandingan harga yang mampu bersaing dengan tempat wisata lain.
- d. Harga sesuai dengan manfaat dan nilai yang diperoleh pengunjung.

Suwantoro (2000: 56), menyatakan bahwa aksesibilitas merupakan salah satu aspek penting yang mendukung kemajuan pariwisata, karena menyangkut pengembangan lintas sektoral. Tanpa dihubungkan dengan jaringan transportasi tidak mungkin sesuatu obyek wisata mendapat kunjungan wisatawan. Obyek wisata merupakan akhir perjalanan wisata dan harus memenuhi syarat aksesibilitas, artinya objek wisata harus mudah dicapai dan dengan sendirinya juga mudah ditemukan. Soekadijo (2003: 107), mengungkapkan persyaratan aksesibilitas terdiri dari akses informasi dimana fasilitas harus mudah ditemukan dan mudah dicapai, harus memiliki akses kondisi jalan yang dapat dilalui dan sampai ke tempat obyek wisata serta harus ada akhir tempat suatu perjalanan.

Akses kondisi jalan menuju obyek wisata, dan jalan akses itu harus berhubungan dengan prasarana umum. Kondisi jalan umum dan jalan akses menentukan aksesibilitas suatu obyek wisata. Aksesibilitas ini merupakan syarat yang sangat penting untuk obyek wisata. Aksesibilitas adalah dapat menentukan kenyamanan atau kemudahan pencapaian lokasi dan hubungannya satu sama lain, mudah atau sulitnya lokasi tersebut dicapai melalui transportasi. Bentuk aksi yang perlu diwujudkan, antara lain:

- a. Mudah ditemukan dan dicapai.
- b. Kondisi jalan menuju obyek wisata yang baik.
- c. Memiliki papan petunjuk arah yang jelas.

Salah satu aspek mendasar bagi keberhasilan pembangunan kepariwisataan adalah dapat diciptakannya lingkungan dan suasana kondusif yang mendorong tumbuh dan berkembangnya kegiatan kepariwisataan di suatu tempat. Iklim atau lingkungan kondusif tersebut terutama dikaitkan dengan perwujudan Sadar Wisata dan Sapta Pesona yang dikembangkan secara konsisten di kalangan masyarakat yang tinggal di sekitar destinasi pariwisata. Sadar wisata digambarkan sebagai bentuk kesadaran masyarakat untuk berperan aktif dalam menyadari peran dan tanggung jawabnya sebagai tuan rumah yang baik namun menyadari hak dan kebutuhannya untuk menjadi pelaku wisata ke suatu daerah tujuan wisata. Sapta pesona merupakan tujuh unsur pesona yang harus diwujudkan bagi terciptanya lingkungan yang kondusif dan ideal bagi berkembangnya

kegiatan kepariwisataan di suatu tempat yang mendorong tumbuhnya minat wisatawan untuk berkunjung. Ketujuh unsur Sapta Pesona yang dimaksud di atas adalah sebagai berikut:

1) Keamanan Destinasi

Suatu kondisi lingkungan di destinasi pariwisata atau daerah tujuan wisata yang memberikan rasa tenang, bebas dari rasa takut dan kecemasan bagi wisatawan dalam melakukan perjalanan atau kunjungan ke daerah tersebut. Bentuk aksi yang perlu diwujudkan, antara lain:

- a. Sikap tidak mengganggu kenyamanan wisatawan dalam kunjungannya.
- b. Menolong dan melindungi wisatawan.
- c. Menunjukkan rasa bersahabat terhadap wisatawan.
- d. Memelihara keamanan lingkungan.
- e. Membantu memberi informasi kepada wisatawan.
- f. Menjaga lingkungan yang bebas dari bahaya penyakit menular.
- g. Meminimalkan resiko kecelakaan dalam penggunaan fasilitas publik.

2) Ketertiban Destinasi

Suatu kondisi lingkungan dan pelayanan di destinasi pariwisata atau daerah tujuan wisata yang mencerminkan sikap disiplin yang tinggi serta kualitas fisik dan layanan yang konsisten dan teratur serta efisien sehingga memberikan rasa nyaman dan kepastian bagi wisatawan dalam melakukan perjalanan atau kunjungan ke daerah tersebut. Bentuk aksi yang perlu diwujudkan, antara lain:

- a. Mewujudkan budaya antri.
- b. Memelihara lingkungan dengan mentaati peraturan yang berlaku.
- c. Disiplin waktu/tepat waktu.
- d. Serba teratur, rapi dan lancar.

3) Kebersihan Destinasi

Suatu kondisi lingkungan serta kualitas produk dan pelayanan di destinasi pariwisata atau daerah tujuan wisata yang mencerminkan keadaan yang sehat/higienis sehingga memberikan rasa nyaman dan senang bagi wisatawan dalam melakukan perjalanan atau kunjungan ke daerah tersebut. Bentuk aksi yang perlu diwujudkan, antara lain:

- a. Tidak membuang sampah/limbah sembarangan.
- b. Menjaga kebersihan lingkungan objek dan daya tarik wisata serta sarana prasarana pendukungnya.

- c. Menjaga lingkungan yang bebas dari polusi udara (akibat asap kendaraan, rokok atau bau lainnya).
- d. Menyiapkan sajian makanan dan minuman yang higienis.
- e. Menyiapkan perlengkapan penyajian makanan dan minuman yang bersih.
- f. Pakaian dan penampilan petugas bersih dan rapi.

4) Kesejukan Destinasi

Suatu kondisi lingkungan di destinasi pariwisata atau daerah tujuan wisata yang mencerminkan keadaan yang sejuk dan teduh yang akan memberikan perasaan nyaman dan “betah” bagi wisatawan dalam melakukan perjalanan atau kunjungan ke daerah tersebut. Bentuk aksi yang perlu diwujudkan, antara lain:

- a. Melaksanakan penghijauan dengan menanam pohon.
- b. Memelihara penghijauan di objek dan daya tarik wisata serta jalur wisata.
- c. Menjaga kondisi sejuk dalam area publik/ fasilitas umum, hotel, penginapan, restoran dan sarana prasarana dan komponen/fasilitas kepariwisataan lainnya.

5) Keindahan Destinasi

Suatu kondisi lingkungan di destinasi pariwisata atau daerah tujuan wisata yang mencerminkan keadaan yang indah dan menarik yang akan memberikan rasa kagum dan kesan yang mendalam bagi wisatawan dalam melakukan perjalanan atau kunjungan ke daerah tersebut, sehingga mewujudkan potensi kunjungan ulang serta mendorong promosi ke pasar wisatawan yang lebih luas. Bentuk aksi yang perlu diwujudkan, antara lain:

- a. Menjaga objek dan daya tarik wisata dalam tatanan yang estetik, alami dan harmoni.
- b. Menjaga lingkungan dan tempat tinggal secara teratur dan serasi serta menjaga karakter kelokalan.
- c. Menjaga keindahan vegetasi, tanaman hias dan peneduh sebagai elemen estetika lingkungan yang bersifat alami.

6) Keramahan Destinasi

Suatu kondisi lingkungan yang bersumber dari sikap masyarakat di destinasi pariwisata atau daerah tujuan wisata yang mencerminkan suasana yang akrab, terbuka dan penerimaan yang tinggi yang akan memberikan perasaan nyaman, perasaan diterima dan “betah” (seperti di rumah sendiri) bagi wisatawan dalam melakukan perjalanan atau kunjungan ke daerah tersebut. Bentuk aksi yang perlu diwujudkan, antara lain:



- a. Bersikap sebagai tuan rumah yang baik dan rela serta selalu siap membantu wisatawan.
- b. Memberi informasi tentang adat istiadat secara sopan.
- c. Menunjukkan sikap menghargai dan toleransi terhadap wisatawan.
- d. Menampilkan senyum yang tulus.

#### 7) Kenangan Destinasi

Suatu bentuk pengalaman yang berkesan di destinasi pariwisata atau daerah tujuan wisata yang akan memberikan rasa senang dan kenangan indah yang membekas bagi wisatawan dalam melakukan perjalanan atau kunjungan ke daerah tersebut. Bentuk aksi yang perlu diwujudkan, antara lain:

- a. Menggali dan mengangkat keunikan budaya lokal.
- b. Menyajikan makanan dan minuman khas lokal yang bersih, sehat dan menarik.
- c. Menyediakan cinderamata yang menarik, unik/khas serta mudah dibawa.

Dalam pembangunan kepariwisataan, elemen-elemen daya tarik tempat tujuan wisata merupakan pilihan pengunjung dan yang mendorong bagi pengunjung untuk melakukan kunjungan wisata. Wisatawan akan mempersepsikan produk berkualitas tergantung pada sikap individu konsumen, harapan dan pengalaman, serta manfaat yang diperoleh dari pembelian produk wisata.

#### **2.1.5 Kepuasan Wisatawan**

Menurut Kotler (2006:70), kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkannya. Jika kinerja suatu produk memenuhi atau melebihi ekspektasi dari pelanggan maka akan tercipta rasa puas dan sangat puas pada diri pelanggan. Jika kinerja produk berada dibawah harapan, maka seorang pelanggan akan merasa tidak puas.

Menurut Giese, dkk. menyimpulkan bahwa terdapat tiga komponen utama dalam definisi kepuasan pelanggan yaitu pertama kepuasan konsumen merupakan tanggapan emosional dan kognitif; kedua tanggapan lebih difokuskan pada ekspektasi, produk, konsumsi dan pengalaman; ketiga tanggapan terjadi setelah konsumsi, setelah pemilihan dan didasarkan pada akumulasi pengalaman.

Menurut Fandy Tjiptono (1999), ada dua model kepuasan pelanggan yaitu:

##### 1. Model Kognitif

Penilaian pelanggan berdasarkan pada perbedaan antara suatukumpulan dari kombinasi atribut yang dipandang ideal untuk individu dan persepsinya tentang kombinasi dari atribut yang sebenarnya. Dengan kata lain penilaian berdasarkan

perbedaan yang ideal dengan yang aktual. Apabila yang ideal sama dengan persepsinya maka pelanggan akan puas, sebaliknya apabila perbedaan antara yang ideal dan yang aktual semakin besar maka konsumen semakin tidak puas. Berdasarkan model ini maka kepuasan pelanggan dapat dicapai dengan dua cara, yaitu:

- a. Mengubah penawaran perusahaan sehingga sesuai dengan yang ideal.
- b. Meyakinkan pelanggan bahwa yang ideal tidak sesuai dengan kenyataan yang sebenarnya.

## 2. Model Afektif

Model Afektif mengatakan bahwa penilaian pelanggan individual terhadap suatu produk tidak semata-mata berdasarkan perhitungan regional saja tetapi juga berdasarkan pada tingkat aspirasi, perilaku belajar (*learning behavior*), emosi perasaan spesifik (kepuasan, keengganan), suasana hati (*mood*) dan lain-lain.

Gunderson dkk (1996) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah penilaian evaluative paska konsumsi berkaitan dengan kualitas produk atau jasa. Kepuasan konsumen didefinisikan sebagai kepuasan menyeluruh (*overall satisfaction*) yaitu tanggapan secara menyeluruh tentang seberapa puas dan tidak puas terhadap total atribut produk atau jasa. Menurut Davis dan Kevin W (1995), menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, kepercayaan, kemudian ketahanan pelanggan dan pada akhirnya mendatangkan profit.

Menurut Basiya dan Rozak (2012), terdapat hubungan yang positif antara kepuasan pelanggan, perilaku paska pembelian dan kinerja bisnis. Pelanggan yang merasa puas dalam pembeliannya akan berpengaruh positif terhadap perilaku paska pembelian, artinya bahwa konsumen yang merasakan terpenuhi tingkat harapan sebelum pembelian dengan kinerja hasil yang dirasakan setelah pembelian akan meningkatkan komitmen pembelian seperti antara lain minat membeli kembali, persentase jumlah pembelian, jumlah merek yang dibeli, dsb.

Persepsi kualitas destinasi wisata yang dirasakan oleh pengunjung selama dan setelah mengunjungi destinasi wisata merupakan kualitas pariwisata dan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung. Seperti dikemukakan oleh Oliver (1993), bahwa kualitas jasa merupakan anteseden bagi kepuasan pelanggan, terlepas apakah kedua konstruk tersebut diukur pada pengalaman spesifik maupun sepanjang waktu.

## 2.2 Variabel Penelitian

Variabel penelitian disajikan menjadi tiga bagian, yaitu identifikasi variabel penelitian, definisi operasional variabel, dan pengukuran variabel.

### 2.2.1 Identifikasi Variabel Penelitian

Salah satu komponen penelitian yang mempunyai peran penting adalah variabel penelitian. Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang digunakan sebagai titik perhatian suatu penelitian yang nantinya dapat ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2004). Identifikasi variabel merupakan bagian dari langkah penelitian yang dilakukan peneliti dalam menentukan variabel-variabel.

**Tabel II. 1**  
**Sintesis Variabel**

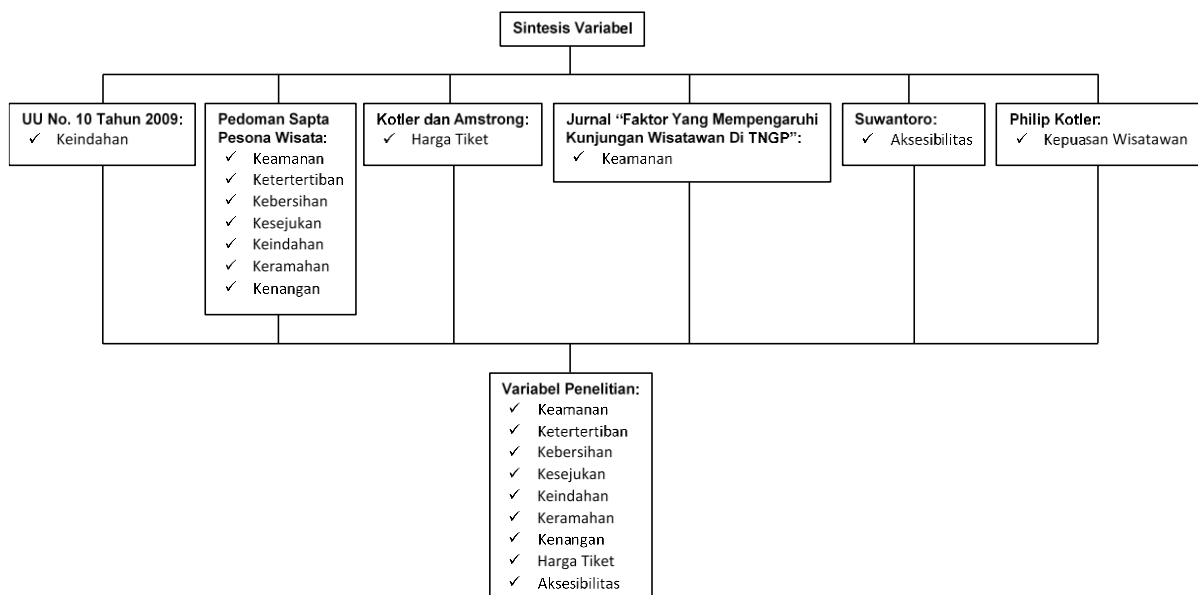
Teori	Keterangan	Variabel	Penjelasan
UU Nomor 10 Tahun 2009. Dalam pengertian Daya Tarik Wisata	- Sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.	a. Keunikan <b>b. Keindahan</b>	Variabel keunikan tidak masuk dalam variabel penelitian karena tidak diketahui indikator dalam penilaian keunikan wisata. Variabel keindahan digunakan dalam penelitian.
Pedoman Sapta Pesona Wisata	- Memberikan rasa tenang, bebas dari rasa takut dan kecemasan bagi wisatawan. - Sikap disiplin yang tinggi, kualitas fisik, dan layanan yang konsisten, teratur, dan efisien sehingga memberikan rasa nyaman bagi wisatawan. - Kualitas produk dan pelayanan yang sehat/higienis sehingga memberikan rasa nyaman dan senang bagi wisatawan. - Keadaan yang indah dan menarik memberikan rasa kagum dan kesan yang mendalam bagi wisatawan. - Suasana yang akrab, terbuka dan penerimaan yang tinggi yang memberikan perasaan nyaman bagi wisatawan.	<b>a. Aman</b> <b>b. Tertib</b> <b>c. Bersih</b> <b>d. Sejuk</b> <b>e. Indah</b> <b>f. Ramah</b> <b>g. Kenangan</b>	Semua variabel digunakan dalam penelitian.

Teori	Keterangan	Variabel	Penjelasan
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pengalaman berkesan yang akan memberikan rasa senang dan kenangan indah yang membekas bagi wisatawan.</li> </ul>		
Tjiptono, 2004	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen.</li> </ul>	Kualitas Pelayanan	<p>Memiliki indikator yang meliputi:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kemampuan</li> <li>• Kecekatan</li> <li>• Perhatian petugas.</li> <li>• <b>Keramahan</b></li> </ul> <p>Alasan: Kualitas pelayanan diberikan perusahaan dengan keunggulan dalam rangka memenuhi kebutuhan pelayanan demi memenuhi harapan.</p>
Kotler dan Armstrong, 2003	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nilai/uang yang dapat ditukar dengan produk atau jasa untuk mendapatkan suatu keuntungan dari produk/jasa tersebut.</li> <li>- Harga merupakan faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam membeli suatu produk/jasa yang diinginkan.</li> </ul>	<b>Harga Tiket</b>	<p>Harga tiket yang terjangkau dengan didukung fasilitas dan pelayanan wisata yang memadai dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung.</p> <p>Selain itu, harga tiket yang terjangkau dapat menjadi strategi perusahaan untuk memenangkan persaingan dengan obyek wisata lain.</p>
Mursid, 2003	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bidang kegiatan pemasaran dan komunikasi yang dilaksanakan pihak perusahaan kepada pembeli atau konsumen yang memuat pemberitaan, membujuk, dan mempengaruhi segala kegiatan untuk meningkatkan penjualan.</li> </ul>	Promosi	<p>Tidak digunakan dalam penelitian ini karena promosi bersangkutan dengan internal perusahaan.</p>

Teori	Keterangan	Variabel	Penjelasan
Jurnal: Faktor Yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan di Taman Nasional Gede Pangrango	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sikap dan perilaku dalam memberikan jasa pelayanan, pemanduan, dan informasi kepada wisatawan dengan indikator keramahan, kecepatan, kesesuaian informasi yang diberikan, dan kualitas pemandu wisata dalam menerangkan obyek tersebut.</li> <li>- Pernyataan wisatawan tentang fasilitas yang mendukung kelancaran aktivitas wisatawan selama berada di daerah/lokasi obyek wisata, dengan indikator ketersediaan dan kelayakan.</li> <li>- Potensi ODTWA yang berbasis pengembangan pariwisata alam yang bertumpu pada potensi utama sumber daya alam.</li> <li>- Tingkat gangguan keamanan di suatu obyek wisata alam yang mempengaruhi ketenangan dan kenyamanan wisatawan selama berada di obyek wisata alam.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Pelayanan</li> <li>b. Sarana Prasarana</li> <li>c. Obyek dan Daya Tarik Wisata Alam</li> <li><b>d. Keamanan</b></li> </ul>	Pelayanan memiliki indikator yang meliputi: <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Keramahan</b></li> <li>• Kecepatan</li> <li>• Kesesuaian informasi</li> <li>• Pemandu wisata.</li> </ul> Sarana prasarana memiliki indikator yang meliputi: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ketersediaan</li> <li>• Kelayakan</li> </ul> <b>Keamanan:</b> Berupa ketenangan dan kenyamanan wisatawan selama berada di obyek wisata alam.
Suwanto (2000: 56)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tanpa dihubungkan dengan jaringan transportasi tidak mungkin sesuatu obyek wisata mendapat kunjungan wisatawan.</li> </ul>	<b>Aksesibilitas</b>	Aksesibilitas berkaitan dengan penilaian wisatawan terhadap mudah atau tidaknya perjalanan yang ditempuh wisatawan menuju obyek wisata.
Philip Kotler (2006:70)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan antara kinerja produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkannya.</li> </ul>	<b>Kepuasan Wisatawan</b>	Memberikan penilaian terhadap perasaan puas atau kecewa pada wisatawan.

Sumber: Penyusun, 2018

Berdasarkan tabel sintesis variabel diatas, dapat diringkas dengan bagan sintesis variabel dibawah ini:



**Gambar II. 1**  
**Bagan Sintesis Variabel Penelitian**

Terdapat sembilan variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu keamanan destinasi, ketertiban destinasi, kebersihan destinasi, kesejukan destinasi, keindahan destinasi, keramahan destinasi, kenangan destinasi, harga tiket destinasi, dan aksesibilitas.

### 2.2.2 Definisi Operasional Variabel

Menurut Koentjaraningrat, definisi operasional adalah suatu definisi yang disarankan pada karakteristik yang dapat diobservasi dari apa yang sedang didefinisikan atau “mengubah konsep-konsep yang berupa konstruk dengan kata-kata yang menggambarkan perilaku atau gejala yang dapat diamati, dapat diuji dan ditentukan keberannya oleh orang lain”. Dengan kata lain definisi operasional variabel berisi tentang konseptual, indikator yang digunakan, alat ukur yang digunakan dan penilaian alat ukur.

Dalam penelitian ini, variabel yang dioperasionalkan adalah variabel-variabel yang termasuk dalam hipotesis yang telah dirumuskan. Agar memudahkan dalam melakukan penelitian, maka perlu definisi operasional variabel-variabel yang akan diteliti sebagai berikut:

- a. Keamanan Destinasi, adalah suatu kondisi lingkungan di destinasi wisata yang memberikan rasa tenang, bebas dari rasa takut dan kecemasan bagi wisatawan dalam melakukan perjalanan atau kunjungan ke daerah tersebut.

- b. Ketertiban Destinasi, adalah suatu kondisi lingkungan dan pelayanan di destinasi wisata yang mencerminkan sikap disiplin yang tinggi serta kualitas fisik dan layanan yang konsisten dan teratur serta efisien sehingga memberikan rasa nyaman dan kepastian bagi wisatawan dalam melakukan perjalanan atau kunjungan ke daerah tersebut
- c. Kebersihan Destinasi, adalah suatu kondisi lingkungan serta kualitas produk dan pelayanan di destinasi wisata yang mencerminkan keadaan yang sehat/higienis sehingga memberikan rasa nyaman dan senang bagi wisatawan dalam melakukan perjalanan atau kunjungan ke daerah tersebut.
- d. Kesejukan Destinasi, adalah suatu kondisi lingkungan di destinasi wisata yang mencerminkan keadaan yang sejuk dan teduh yang akan memberikan perasaan nyaman dan “betah” bagi wisatawan dalam melakukan perjalanan atau kunjungan ke daerah tersebut.
- e. Keindahan Destinasi, adalah suatu kondisi lingkungan di destinasi wisata yang mencerminkan keadaan yang indah dan menarik yang akan memberikan rasa kagum dan kesan yang mendalam bagi wisatawan dalam melakukan perjalanan atau kunjungan ke daerah tersebut, sehingga mewujudkan potensi kunjungan ulang serta mendorong promosi ke pasar wisatawan yang lebih luas.
- f. Keramahan Destinasi, adalah suatu kondisi lingkungan yang bersumber dari sikap masyarakat di destinasi wisata yang mencerminkan suasana yang akrab, terbuka dan penerimaan yang tinggi yang akan memberikan perasaan nyaman, perasaan diterima dan “betah” (seperti di rumah sendiri) bagi wisatawan dalam melakukan perjalanan atau kunjungan ke daerah tersebut.
- g. Kenangan Destinasi, adalah suatu bentuk pengalaman yang berkesan di destinasi wisata yang akan memberikan rasa senang dan kenangan indah yang membekas bagi wisatawan dalam melakukan perjalanan atau kunjungan ke daerah tersebut.
- h. Harga Tiket Destinasi, adalah sebuah nilai/uang yang dapat ditukar dengan produk atau jasa untuk mendapatkan suatu keuntungan dari produk/jasa tersebut. Harga merupakan faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam membeli suatu produk/jasa yang diinginkan.
- i. Aksesibilitas Destinasi, adalah suatu ukuran kenyamanan atau kemudahan pencapaian lokasi dan hubungannya satu sama lain, mudah atau sulitnya lokasi tersebut dicapai melalui transportasi.

- j. Kepuasan Wisatawan, adalah perasaan yang dirasakan wisatawan setelah mengunjungi destinasi serta keinginan untuk berkunjung kembali serta merekomendasikan kepada wisatawan lain untuk berkunjung ke destinasi.

**Tabel II. 2**  
**Operasioanlisasi Variabel**

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala Ukur
Keamanan Destinasi	Kondisi lingkungan destinasi wisata yang memberikan rasa tenang, bebas dari rasa takut dan kecemasan.	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Bebas dari bahaya penyakit menular.</li> <li>b. Bebas dari tindak kejahatan, kekerasan dan ancaman.</li> <li>c. Meminimalkan resiko kecelakaan dalam penggunaan fasilitas wisata.</li> </ul>	Interval
Ketertiban Destinasi	Kondisi lingkungan dan pelayanan destinasi wisata yang mencerminkan sikap disiplin yang tinggi serta kualitas fisik dan layanan yang konsisten dan teratur serta efisien.	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Mentaati tata tertib yang berlaku.</li> <li>b. Mewujudkan budaya antri.</li> <li>c. Serba teratur, rapi, dan lancar.</li> </ul>	Interval
Kebersihan Destinasi	Kondisi lingkungan destinasi wisata yang mencerminkan keadaan sehat dan higienis.	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Bebas dari limbah/sampah yang dibuang sembarangan.</li> <li>b. Bebas dari polusi udara (asap rokok, asap kendaraan, atau bau lainnya).</li> <li>c. Pakaian dan penampilan petugas bersih dan rapi.</li> </ul>	Interval
Kesejukan Destinasi	Kondisi lingkungan destinasi wisata yang mencerminkan keadaan sejuk dan teduh.	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Melaksanakan penghijauan dengan menanam pohon.</li> <li>b. Memelihara kelestarian lingkungan dan penghijauan.</li> <li>c. Kondisi sejuk di semua area wisata.</li> </ul>	Interval
Keindahan Destinasi	Kondisi lingkungan destinasi wisata yang mencerminkan keadaan indah dan menarik wisatawan.	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Menata lingkungan wisata secara teratur, tertib dan serasi.</li> <li>b. Keindahan alam menarik yang membuat rasa kagum.</li> <li>c. Menjaga keindahan vegetasi, tanaman hias dan peneduh.</li> </ul>	Interval



Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala Ukur
Keramahan Destinasi	Kondisi lingkungan destinasi wisata yang bersumber dari sikap petugas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Bersikap baik dan selalu siap membantu.</li> <li>b. Memberikan informasi dengan sopan.</li> <li>c. Menampilkan senyum yang tulus.</li> </ul>	Interval
Kenangan Destinasi	Bentuk pengalaman berkesan wisatawan di destinasi wisata.	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Menyediakan akomodasi yang nyaman.</li> <li>b. Makanan dan minuman khas daerah yang lezat dengan penyajian yang menarik.</li> <li>c. Cinderamata yang menarik, unik, mudah dibawa dengan harga terjangkau.</li> </ul>	Interval
Harga Tiket Destinasi	Sebuah nilai/uang yang dapat ditukar dengan produk atau jasa di destinasi wisata untuk mendapatkan suatu keuntungan.	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Harga tiket yang ditentukan sesuai dengan kualitas pelayanan yang diberikan.</li> <li>b. Harga tiket mampu bersaing dengan tempat wisata lain.</li> <li>c. Harga tiket sesuai dengan manfaat dan nilai yang diperoleh wisatawan.</li> </ul>	Interval
Aksesibilitas	Keadaan lingkungan destinasi wisata yang mudah dicapai dan mudah ditemukan.	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Mudah ditemukan dan dicapai.</li> <li>b. Kondisi jalan menuju obyek wisata yang baik.</li> <li>c. Memiliki papan petunjuk arah yang jelas.</li> </ul>	Interval
Kepuasan Wisatawan	Perasaan yang dirasakan wisatawan setelah berkunjung ke destinasi wisata.	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Merasa puas setelah berkunjung ke obyek wisata ini.</li> <li>b. Keinginan wisatawan untuk berkunjung kembali.</li> <li>c. Memberikan rekomendasi kepada wisatawan lain untuk berkunjung ke destinasi.</li> </ul>	Interval

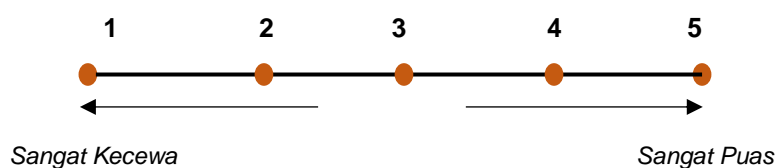
Sumber: Penyusun, 2018

### 2.2.3 Pengukuran Instrumen

Pengukuran variabel dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Skala likert merupakan alat untuk mengukur sikap, pendapatan dan persepsi seseorang atau sekelompok orang terhadap terhadap suatu objek atau fenomena tertentu. Skala likert yang digunakan dalam penelitian ini memiliki bentuk pernyataan positif. Dengan skala

likert, variabel yang akan diukur dapat dijabarkan sebagai salah satu tolak ukur dalam menyusun instrumen berupa pertanyaan atau pernyataan yang perlu dijawab oleh responden. Pilihan terhadap masing-masing jawaban untuk tanggapan responden atas variabel keamanan, ketertiban, kebersihan, kesejukan, keindahan, keramahan, kenangan, harga tiket, aksesibilitas dan kepuasan wisatawan akan diberi skor oleh responden wisatawan.

**Gambar II. 2**  
**Skala Likert Pernyataan Positif**



Untuk menilai sikap atau perilaku responden (wisatawan) yang diperoleh dari kuesioner dapat dinyatakan dengan skala interval. Dalam penelitian ini, terdapat sembilan variabel. Masing-masing variabel tersebut memiliki tiga indikator. Dalam satu indikator memiliki nilai minimal 1 sehingga dalam satu variabel memiliki nilai minimal 3. Sedangkan, satu indikator memiliki nilai maksimal 5 yang berarti dalam satu variabel memiliki nilai maksimal 15. Intinya, pada satu variabel memiliki nilai terkecil 3 dan nilai tertinggi 15 yang mana dapat dimanfaatkan sebagai skala ukur interval. Berikut dijelaskan skala interval yang diterapkan pada penelitian ini:

**Tabel II. 3**  
**Skala Ukur Interval**

Interval	Keterangan
3 – 6	Sangat Kecewa
7 - 9	Kecewa
10 – 12	Puas
13 - 15	Sangat Puas

Sumber: Penyusun, 2018

### 2.3 Metode Penelitian

Metode penelitian adalah suatu tata cara yang digunakan dalam sebuah penelitian agar dapat mengumpulkan data dan informasi. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini dijelaskan dalam tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, dan metode analisis data.

### 2.3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

a. Tempat Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Kawasan Wisata Umbul Sidomukti, Desa Sidomukti, Kecamatan Bandungan, Kabupaten Semarang. Dalam rangka penyusunan Proyek Akhir untuk meraih gelar Diploma Perencanaan Wilayah dan Kota Universitas Diponegoro, dan lokasi ini berdekatan dengan lokasi penulis sehingga memudahkan bagi penulis.

b. Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini berlangsung selama kurang lebih 2 bulan, mulai bulan Juni sampai dengan bulan Juli 2018.

### 2.3.2 Populasi dan Sampel

Populasi dan sampel dalam penelitian ini.

a. Populasi

Menurut Sugiyono (2010:80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang berkualitas dan mempunyai karakteristik tertentu yang telah ditetapkan sebagai penelitian untuk lebih dipelajari dan dapat ditarik kesimpulan.

Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung ke obyek wisata Umbul Sidomukti. Maka, jumlah populasi dalam penelitian ini adalah tidak terbatas (*infinite*) karena jumlah populasi yang pernah berkunjung ke Umbul Sidomukti ataupun yang akan berkunjung ke Umbul Sidomukti belum diketahui. Target populasi dalam penelitian ini adalah 76.661 orang per tahun.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang diharapkan mampu mewakili populasi dalam penelitian. Dengan jumlah populasi yang diketahui, maka teknik yang digunakan dalam menentukan sampel adalah dengan menggunakan teknik Solvin.

Rumus:

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

Keterangan:

n = sampel

N = jumlah populasi

e = perkiraan tingkat kesalahan (0,1)

Dengan menggunakan Rumus Solvin tersebut, maka dapat diketahui perhitungan sampel penelitian ini sebesar:

$$n = \frac{76.661}{1 + 76.661(0,1)^2}$$

$$= 99,86 \text{ responden} \rightarrow 100 \text{ responden}$$

Untuk memperoleh data dalam penelitian ini, diambil sampel sebanyak 100 orang wisatawan. Metode pengambilan sampel menggunakan *quota sampling*, dengan kelompok usia 16 - 60 tahun. *Quota sampling (non probability sampling)* merupakan metode penetapan sampel dengan menentukan quota terlebih dahulu pada masing-masing kelompok. Pemilihan responden dengan kelompok usia 16 - 60 tahun dikarenakan dapat memberikan pendapat yang obyektif dalam pengisian kuesioner.

### 2.3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data dan sumber data terbagi menjadi dua, yaitu:

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang dikumpulkan sendiri diperoleh secara langsung dari responden di lokasi penelitian. Data primer dilakukan dengan cara kuesioner, wawancara kepada responden dan observasi.

**Tabel II. 4**  
**Data Primer Penelitian**

No.	Jenis Data	Sumber
1.	Titik lokasi Obyek Wisata Umbul Sidomukti	Plotting dengan menggunakan aplikasi Navitel Android
2.	Karakteristik Pariwisata	Observasi
3.	Karakteristik Responden	Kuesioner dan Wawancara
4.	Kondisi Obyek Wisata	Observasi

Sumber: Penyusun, 2018

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang sudah jadi dan biasanya dipublikasikan. Data sekunder diperoleh dari studi dokumen dengan mempelajari buku dan jurnal

tentang penelitian sejenis untuk mendukung penelitian. Survei data sekunder pada penelitian ini berupa telaah dokumen dan data Instansi berupa jumlah pariwisata, dan jumlah pengunjung wisata.

#### **2.3.4 Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian. Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data penelitian adalah:

a. Wawancara

Wawancara ini dilakukan dengan melakukan tanya jawab kepada seorang responden dengan bercakap-cakap secara tatap muka. Wawancara dilakukan kepada pihak-pihak yang bersangkutan, yaitu pengelola Umbul Sidomukti.

b. Kuesioner

Menyebarkan daftar pertanyaan kepada wisatawan yang telah ditetapkan menjadi sampel atau responden di obyek wisata Umbul Sidomukti dengan menggunakan jenis kuesioner tertutup.

c. Observasi

Melakukan pengamatan langsung terhadap obyek yang diteliti di lokasi penelitian. Observasi dibutuhkan untuk dapat memahami proses terjadinya wawancara dan hasil wawancara dapat dipahami dalam konteksnya.

d. Studi Dokumen

Pengumpulan informasi dan data yang diperoleh dari buku, internet, atau penelitian serupa yang mempunyai relevansi terhadap penelitian yang dilakukan. Dokumen dapat diperoleh melalui Dinas Pariwisata Kabupaten Semarang.

#### **2.4 Metode Analisis Data**

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis statistik deskriptif. Untuk memperoleh hasil analisis data, kedua metode analisis ini menggunakan alat bantu SPSS (*Statistic Product and Service Solution*).

Dengan menggunakan metode statistik deskriptif digunakan untuk membantu menggambarkan keadaan yang sebenarnya (fakta) dari satu sampel penelitian. Metode analisis statistik deskriptif dapat menyederhanakan atau meringkas kumpulan data hasil kuesioner yang telah diisi responden dalam penelitian. Dalam metode ini disajikan dengan deskriptif frekuensi.

### **2.4.1 Teknik Pengolahan Data**

Teknik pengolahan data untuk penelitian dengan pendekatan kuantitatif adalah suatu proses memperoleh data yang ringkas dengan menggunakan cara-cara tertentu. Pengolahan data kuantitatif sebagai berikut:

1) Editing

Editing adalah proses memeriksa data yang telah berhasil dikumpulkan dari lapangan, karena ada kemungkinan data yang telah masuk tidak memenuhi syarat.

2) Codeing

Codeing adalah kegiatan pemberian kode tertentu pada tiap-tiap data yang termasuk kategori sama. Kode dibuat dalam bentuk angka-angka atau huruf-huruf yang membedakan antara data atau identitas data yang akan di analisis. Misal, jenis kelamin kode 1 = Laki-laki dan 2 = Perempuan.

3) Tabulasi

Tabulasi adalah proses penempatan data ke dalam bentuk tabel yang telah diberi kode sesuai dengan kebutuhan analisis.

4) Penyajian Data

Teknik penyajian data dan analisis menggunakan tabel dan diagram.

### **2.4.2 Analisis Statistika Deskriptif Frekuensi**

Statistika deskriptif merupakan salah satu alat analisis di bidang statistik yang berfungsi mendeskripsikan, mengumpulkan, menyederhanakan, dan menyajikan data sehingga dapat memberikan informasi yang mudah dipahami. Melalui analisis statistika deskriptif, diharapkan dapat memberi gambaran secara rinci setiap variabel penelitian. Penyusunan tabel, diagram maupun grafik termasuk dalam statistik deskriptif.

Dalam penelitian ini, analisis statistik deskriptif yang digunakan adalah statistika tabel distribusi frekuensi. Alat analisis tersebut, membahas tentang penjabaran ukuran statistik deskriptif seperti mean, modus, persentil dan lainnya. Tabel frekuensi di gunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui jumlah data variabel dalam hal ini untuk mengetahui tingkat kepuasan wisatawan Obyek Wisata Umbul Sidomukti.

Berikut ini, analisis yang akan dilakukan dalam penelitian:

- 1) Melakukan input data dari hasil kuesioner dengan responden wisatawan Obyek Wisata Umbul Sidomukti.
- 2) Mengklasifikasikan data karakteristik wisatawan dengan pengkodean sesuai jenis kelamin, umur, pendidikan terakhir, pekerjaan, asal, penghasilan, jumlah kunjungan serta faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan.

- 3) Menganalisis karakteristik pariwisata Umbul Sidomukti. Dalam melakukan analisis tersebut maka perlu mengetahui kriteria pariwisata alam.
- 4) Menganalisis karakteristik wisatawan Obyek Wisata Umbul Sidomukti. Analisis ini dilakukan agar dapat mengetahui komposisi responden (wisatawan). Teknik analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif kuantitatif dengan alat SPSS.
- 5) Analisis tingkat kepuasan wisatawan menggunakan teknik analisis statistika deskriptif frekuensi dengan alat bantu SPSS. Data variabel yang digunakan adalah keamanan destinasi, ketertiban destinasi, kebersihan destinasi, kesejukan destinasi, keindahan destinasi, keramahan destinasi, kenangan destinasi, harga tiket destinasi, dan aksesibilitas. Untuk mengetahui tingkat kepuasan dapat dilihat dari rata-rata setiap satu variabel.