

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian

Kepulauan Karimunjawa terdiri dari 27 gugusan pulau yang telah ditetapkan didalam Undang-undang No. 20 Tahun 1992. Dengan bergulirnya paradigma otonomi yang telah diatur didalam Undang-undang No. 32 Tahun 2003, pengembangan dan pemanfaatan Krimunjawa sebagai tujuan wisata kini dilakukan oleh pemerintah Kabupaten Jepara. Oleh karena itu didalam struktur organisasi pemanfaatan dan pengelolaan wilayah kepulauan Karimunjawa perlu adanya sinkronisasi antara program pengelolaan yang dilakukan oleh balai kepulauan Kariunjawa dibawah koordinasi kepala balaikepulauan dengan program pengembangan dan pemanfaatan yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Jepara dibawah koordinasi Bupati dan Camat sebagai kepala wilayah.

Kepulauan Laut Karimunjawa merupakan salah satu kawasan wisata unggulan di tingkat internasional maupun regional. Kawasan wisata ini mempunyai keindahan alan bawah laut yang masih perawa atau alami dan sangat menakjubkan yang berisikan aneka jrnng karang yang paling lengkap. 27 pulau yang ada dikepulauan karimunjawa laksana surga bagi para wisatawan yang berkunjung.

Kelompok ekosistem flora yang terdiri dari hutan mangrove (oadang lamun), hutan daratan rendah, hutan pantai dan terumbu karang menjadikan kawasan wisata ini begitu mempesona. Karimunjawa juga memiliki kekayaan

fauna yang bervariasi, ada kera ekor panjang, rusa, maupun fauna akuatik yang terdiri dari 133 general akuatik, 242 jenis ikan hias dan 2 jenis penyu yang hidup dalam ekosistem Taman Laut Nasional Karimunjawa.

Beberapa obyek destinasi wisata yang ada di kepulauan Karimunjawa yang memiliki keindahan kehidupan bawah laut dan keindahan alam. Yang menakjubkan adalah sebagai berikut:

1. Pulau Menjangan Besar
2. Pulau Menjangan Kecil
3. Pantai Tanjung Gelam
4. Pulau Menyawakan
5. Pulau Cemara
6. Pulau Kohim
7. Perkampungan Suku Bugis
8. *Trail* Wisata Legon Lele

4.2. Deskripsi Responden

Deskripsi responden ini menggambarkan tentang keadaan yang berkaitan dengan responden maupun pelanggan berdasarkan pada jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendidikan terakhir, asal tempat tinggal dan informasi yang didapatkan. Jumlah responden yang ada dalam penelitian ini adalah 96 responden. Di bawah ini merupakan rincian yang berkenaan dengan penyebaran yang dilakukan di beberapa obyek wisata di Karimunjawa serta tingkat pengembalian dan total kuesioner yang diolah.

Tabel 4. 1 Tabel Pengiriman dan Pengambalian Kuesioner

Keterangan	Jumlah
Kuesioner yang disebar	110
Kuesioner yang kembali	99
Kuesioner yang digunakan	96
Kuesioner yang tidak kembali	11
Tingkat pengembalian kuesioner (99/110x100%)	90%
Total kuesioner yang diolah	96

Sumber : Data Primer yang diolah 2018

Tabel 4.1 dapat diketahui bahwa kuesioner yang disebar di lapangan sebanyak 110 kuesioner dan jumlah kuesioner yang kembali sebanyak 99 kuesioner, dengan tingkat pengembalian sebesar 90%. Sehingga jumlah kuesioner yang dapat diolah sebanyak 96, sedangkan data yang tidak dapat diolah dikarenakan kuesioner tidak dikembalikan kepada peneliti adalah sebesar 14 kuesioner.

4.2.1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Lokasi yang digunakan sebagai tujuan penelitian merupakan sebuah lokasi yang digunakan wisatawan untuk bermain atau menikmati wisata, sehingga memungkinkan responden yang datang dan diteliti oleh penulis sangat bervariasi dalam bentuk kelaminnya. Komposisi responden menurut jenis kelamin disajikan penulis pada tabel 4.2 berikut ini:

Tabel 4. 2 Tabel Jumlah Responden Menurut Jenis Kelamin

		Jenis Kelamin	
		Frequency	Persen
Valid	Laki-Laki	63	65,63
	Perempuan	33	34,38
	Total	96	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa responden terbanyak adalah laki-laki yaitu sebanyak 63 orang (65,63%) sedangkan responden perempuan sebanyak 33 orang (34,38%). Hal ini dikarenakan laki-laki seringkali lebih aktif dibanding perempuan.

4.2.2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Dengan variatifnya responden pengunjung tempat wisata di kepulauan karimunjawa, maka akan memungkinkan responden yang datang akan bervariasi berdasarkan umur. Di sisi konsumen suatu produk, umur seringkali menjadi penentu atau tindakan atas keputusan atau perilaku berkaitan dengan suatu produk barang dan jasa. Tabulasi umur responden yang datang ke kepulauan karimunjawa dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4. 3 Tabel Jumlah Responden Menurut Umur

		Umur	
		Frequency	Persen
Valid	20-29 Tahun	53	55,21
	30-39 Tahun	37	38,54
	40-49 Tahun	1	1,042
	>50 Tahun	5	5,208
	Total	96	100

Sumber : Data Primer yang diolah, 2018

Dapat dilihat dari tabel 4.3 bahwa untuk umur responden yang terbanyak adalah yang berumur 20-29 tahun yaitu sebanyak 53 orang (53,21%), diikuti dengan responden yang berumur 30-39 tahun (38,54%). Hal ini disebabkan karena pada umur tersebut biasanya seseorang memiliki keinginan untuk meluangkan waktunya untuk berlibur dengan mengunjungi suatu lokasi wisata.

4.2.3. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan seringkali mempengaruhi perilaku seseorang dalam menentukan keputusan. Selain pendidikan pada umumnya juga memcerminkan satu bentuk perilaku pembelian tertentu terhadap suatu produk. Tabulasi responden mengenai pendidikan disajikan sebagai berikut:

Tabel 4. 4 Tabel Jumlah Responden Menurut Pendidikan

		Umur	
		Frequency	Percent
Valid	SMP/Sederajat	0	0
	SMA/Sederajat	27	28,13
	Diploma	6	6,25
	S1	63	65,63
	S2	0	0
	Total	96	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Tabel 4.4 menunjukkan pendidikan responden sebagian besar adalah Sarjana (S1) yaitu sebanyak 63 orang (65,63%), diikuti oleh responden yang berpendidikan SMA/Sederajat yaitu sebanyak 27 orang (28,13%). Hal ini memberikan penjelasan bahwa pengunjung potensial kepulauan karimunjawa adalah kalangan orang berpendidikan Sarjana (S1).

4.2.4. Deskripsi Responden Berdasarkan Asal Tempat Tinggal

Lokasi tujuan wisata bisa menjadi salah satu faktor penentu keputusan seseorang untuk berkunjung ke daerah obyek wisata. Tabulasi responden mengenai asal tempat tinggal disajikan berikut ini:

Tabel 4. 5 Tabel Responden Menurut Asal Tempat Tinggal

		Umur	
		Frequency	Persen
Valid	Jepara	19	19,79
	Luar Jepara	77	80,21
	Total	96	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Merujuk kepada tabel 4.5 menunjukkan responden dalam penelitian ini berasal dari luar kota Jepara yaitu sebanyak 77 orang (80,21%), diikuti oleh responden yang berasal dari Jepara sebanyak 19 orang (19,79%). Hal ini memberikan penjelasan bahwa kebanyakan pengunjung yang melakukan kunjungan wisata ke kepulauan Karimunjawa pada saat penelitian ini dilakukan berasal dari luar Kota Jepara.

4.3. Deskripsi Variabel

Setelah mengetahui karakteristik dari responden, maka tahap selanjutnya adalah hasil dari olahan data primer yakni berdasarkan jawaban responden dari kuesioner yang telah dibagikan mengenai Kepuasan pelanggan yang berkunjung ke kepulauan karimunjawa. Kemudian variabel yang digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan yang berkunjung ke kepulauan karimunjawa (variabel dependen) adalah daya tarik wisata, fasilitas wisata dan *experiential marketing* yaitu variabel independen.

4.3.1. Variabel Daya Tarik Wisata (X1)

Variabel daya tarik wisata dalam penelitian ini di ukur dengan menggunakan 5 (lima) buah pertanyaan. Masing masing pertanyaan menggunakan skala penilaian antara 1 sampai 5. Hasil tanggapan yang diberikan responden

terhadap pertanyaan yang berkaitan dengan daya tarik wisata dapat dilihat pada tabel 4.6.

Tabel 4. 6 Tabel Tanggapan Responden Terhadap Variabel Daya Tarik Wisata

Tanggapan	Pertanyaan									
	X11		X12		X13		X14		X15	
SS	43	44,8	18	18,8	25	26	26	27,1	17	17,7
S	49	51	56	58,3	46	47,9	53	55,2	48	50
N	2	2,08	20	20,8	20	20,8	17	17,7	27	28,1
TS	1	1,04	1	1,04	5	5,21	0	0	4	4,17
STS	1	1,04	1	1,04	0	0	0	0	0	0

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel diatas diketahui berkaitan dengan pertanyaan pertama (X11) dengan jawaban setuju (S) yaitu sejumlah 49 responden (51%). Hal ini menunjukkan bahwa pada umumnya responden menyatakan bahwa setuju dengan keindahan panorama alam di kepulauan karimunjawa yang sangat indah. Berdasarkan tabel 4.6 diatas, berkaitan dengan pertanyaan kedua (X12) dengan jawaban setuju (S) yaitu sejumlah 56 responden (58,3%). Hal ini menunjukkan bahwa pada umumnya responden menyatakan bahwa setuju dengan atraksi wisata di kepulauan karimunjawa sangat menyenangkan.

Berdasarkan tabel 4.6 diketahui bahwa berkaitan dengan pertanyaan ketiga (X13) dengan jawaban setuju (S) yaitu sejumlah 46 responden (47,9%). Hal ini menunjukkan bahwa pada umumnya responden menyatakan bahwa setuju dengan konsidi pantai di kepulauan karimunjawa sangat terjaga. Berdasarkan tabel 4.6 berkaitan dengan pertanyaan keempat (X14) dengan jawaban setuju (S) yaitu sejumlah 53 responden (55,2%). Hal ini menunjukkan bahwa pada umumnya responden menyatakan bahwa setuju dengan keanekaragaman jenis satwa laut di kepulauan karimunjawa sangat beranekaragam.

Berdasarkan tabel diatas diketahui berkaitan dengan pertanyaan kelima (X15) dengan jawaban setuju (S) yaitu sejumlah 48 responden (50%). Hal ini menunjukkan bahwa pada umumnya responden menyatakan bahwa setuju dengan kondisi lingkungan di kepulauan karimunjawa sangat terjaga.

4.3.2. Variabel Fasilitas Wisata (X2)

Variabel fasilitas wisata dalam penelitian ini di ukur menggunakan 5 (lima) pertanyaan. Jawaban untuk masing-masing pertanyaan menggunakan skala penilaian 1 sampai dengan 5. Berikut ini adalah hasil jawaban yang diberikan responden terhadap pertanyaan tentang fasilitas wisata dapat dilihat pada tabel 4.7.

Tabel 4. 7 Tabel Tanggapan Responden Terhadap Variabel Fasilitas Wisata

Tanggapan	Pertanyaan									
	X21		X22		X23		X24		X25	
SS	25	26	21	21,9	25	26	14	14,6	28	29,2
S	43	44,8	49	51	53	55,2	40	41,7	47	49
N	19	19,8	19	19,8	15	15,6	32	33,3	17	17,7
TS	6	6,25	6	6,25	3	3,13	7	7,29	4	4,17
STS	3	3,13	1	1,04	0	0	3	3,13	0	0

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Dari tabel 4.7 diketahui bahwa berkaitan dengan pertanyaan pertama (X21) dengan jawaban setuju (S) yaitu sejumlah 43 responden (44,8%). Hal ini menunjukkan bahwa pada umumnya responden menyatakan bahwa setuju dengan tersedianya prasarana perhubungan seperti pelabuhan, jalan menuju lokasi wisata, tempat berjalan kaki memadai sehingga tidak menghambat pengunjung untuk menikmati wahana untuk menuju lokasi wisata yang diinginkan.

Berdasarkan tabel diatas 4.7 berkaitan dengan pertanyaan kedua (X22) dengan jawaban setuju (S) yaitu sejumlah 49 responden (51%). Hal ini

menunjukkan bahwa pada umumnya responden menyatakan bahwa setuju dengan terdapat prasarana umum yang dapat digunakan oleh wisatawan seperti perbankan, toilet, musholla dll. Berdasarkan tabel 4.7 diatas diketahui berkaitan dengan pertanyaan ketiga (X23) dengan jawaban setuju (S) yaitu sejumlah 53 responden (55,2%). Hal ini menunjukkan bahwa pada umumnya responden menyatakan bahwa setuju dengan terdapat sarana ketersediaan makanan dan minuman yang mudah di jangkau oleh wisatawan pengunjung kepulauan Karimunjawa.

Berdasarkan tabel diatas diketahui berkaitan dengan pertanyaan keempat (X14) dengan jawaban setuju (S) yaitu sejumlah 40 responden (41,7%). Hal ini menunjukkan bahwa pada umumnya responden menyatakan bahwa setuju dengan terdapat toko atau *art shops* yang tersedia Karimunjawa. Berdasarkan tabel diatas diketahui berkaitan dengan pertanyaan kelima (X15) dengan jawaban setuju (S) yaitu sejumlah 47 responden (49%). Hal ini menunjukkan bahwa pada umumnya responden menyatakan bahwa setuju dengan fasilitas sarana dan prasarana yang disediakan pengelola wisata Kepulauan Karimunjawa sangat berguna bagi pengunjung wisata.

4.3.3. Variabel Experiential marketing (X3)

Variabel *experiential marketing* dalam penelitian ini di ukur dengan menggunakan 5 (lima) pertanyaan. Masing-masing pertanyaan menggunakan skala penilaian antara 1 sampai dengan 5. Hasil jawaban yang diberikan responden terhadap pertanyaan yang berkaitan dengan *experiential marketing* dapat dilihat pada tabel 4.8

Tabel 4. 8 Tabel Tanggapan Responden Terhadap Variabel Experiential marketing

Tanggapan	Pertanyaan									
	X31		X32		X33		X34		X35	
SS	40	41,7	42	43,8	54	56,3	16	16,7	28	29,2
S	45	46,9	42	43,8	34	35,4	58	60,4	42	43,8
N	8	8,33	12	12,5	8	8,33	19	19,8	23	24
TS	2	2,08	0	0	0	0	3	3,13	1	1,04
STS	1	1,04	0	0	0	0	0	0	2	2,08

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel diatas diketahui berkaitan dengan pertanyaan pertama (X31) dengan jawaban setuju (S) yaitu sejumlah 45 responden (46,9%). Hal ini menunjukkan bahwa pada umumnya responden menyatakan bahwa setuju dengan kepulauan Karimunjawa menawarkan pemandangan yang indah, suara deru ombak pantai, kesejukan udara, suasana malam yang dingin dan masakan khas yang sangat enak.

Berdasarkan tabel 4.8 diketahui berkaitan dengan pertanyaan kedua (X32) dengan jawaban sangat setuju (SS) dan setuju (S) yaitu sejumlah 42 responden (43,8%). Hal ini menunjukkan bahwa pada umumnya responden menyatakan bahwa sangat setuju dan setuju dengan kepulauan Karimunjawa memberikan saya perasaan senang, nyaman dan gembira.

Berdasarkan tabel 4.8 diatas diketahui berkaitan dengan pertanyaan ketiga (X33) dengan jawaban sangat setuju (SS) yaitu sejumlah 54 responden (56,3%). Hal ini menunjukkan bahwa pada umumnya responden menyatakan bahwa sangat setuju dengan keindahan alam Kepulauan Karimunjawa membuat saya berfikir di Indonesia mempunyai daya tarik wisata alam yang sangat mempesona dan memiliki potensi yang sangat besar yang belum saya kunjungi.

Berdasarkan tabel 4.8 diatas berkaitan dengan pertanyaan keempat (X34) dengan jawaban setuju (S) yaitu sejumlah 58 responden (60,4%). Hal ini menunjukkan bahwa pada umumnya responden menyatakan bahwa setuju dengan penggunaan beberapa fasilitas yang disediakan di Kepulauan Karimunjawa

Berdasarkan tabel 4.8 diatas berkaitan dengan pertanyaan kelima (X35) dengan jawaban setuju (S) yaitu sejumlah 42 responden (43,8%). Hal ini menunjukkan bahwa pada umumnya responden menyatakan bahwa setuju dengan pengalaman yang dirasakan waktu berkunjung ke Kepulauan Karimunjawa sangat memuaskan karena dapat menikmati makanan khas dan mengenal budaya dan lingkungan sosial.

4.3.4. Variabel Kepuasan pelanggan (Y)

Variabel Y dalam penelitian ini adalah variabel kepuasan pelanggan, variabel ini di ukur dengan menggunakan 5 (lima) pertanyaan. Masing masing pertanyaan menggunakan penilaian skala antara 1 sampai 5. Berikut hasil tanggapan dari responden terhadap pertanyaan yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan dapat dilihat pada tabel 4.9.

Tabel 4. 9 Tabel Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan

Tanggapan	Pertanyaan									
	Y11		Y12		Y13		Y14		Y15	
SS	37	38,5	24	25	17	17,7	31	32,3	29	30,2
S	42	43,8	48	50	54	56,3	61	63,5	53	55,2
N	15	15,6	20	20,8	21	21,9	4	4,17	14	14,6
TS	2	2,08	2	2,08	3	3,13	0	0	0	0
STS	0	0	2	2,08	1	1,04	0	0	0	0

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.9 diatas diketahui berkaitan dengan pertanyaan pertama (Y11) dengan jawaban setuju (S) yaitu sejumlah 42 responden (43,8%). Hal ini

menunjukkan bahwa pada umumnya responden menyatakan bahwa setuju dengan pengorbanan waktu yang dibayarkan sesuai dengan manfaat yang anda terima..

Berdasarkan tabel 4.9 diketahui berkaitan dengan pertanyaan kedua (Y12) dengan jawaban setuju (S) yaitu sejumlah 48 responden (50%). Hal ini menunjukkan bahwa pada umumnya responden menyatakan bahwa setuju dengan pengorbanan biaya yang anda bayarkan sesuai dengan manfaat yang anda terima.

Berdasarkan tabel 4.9 diatas berkaitan dengan pertanyaan ketiga (Y13) dengan jawaban setuju (S) yaitu sejumlah 54 responden (56,3%). Hal ini menunjukkan bahwa pada umumnya responden menyatakan bahwa setuju dengan tersedianya fasilitas modern, dan pelayanan sesuai yang dijanjikan, respon yang cepat saat wisatawan mengalami kesulitan, membuat pelanggan merasa aman dan memprioritaskan pelanggan..

Berdasarkan tabel 4.9 diatas diketahui berkaitan dengan pertanyaan keempat (Y14) dengan jawaban setuju (S) yaitu sejumlah 61 responden (63,5%). Hal ini menunjukkan bahwa pada umumnya responden menyatakan bahwa setuju dengan didapatkannya pengalaman baru setelah melakukan rekreasi yang ditawarkan obyek wisata Kepulauan Karimunjawa. Berdasarkan tabel 4.9 diatas diketahui berkaitan dengan pertanyaan kelima (Y15) dengan jawaban setuju (S) yaitu sejumlah 53 responden (55,2%). Hal ini menunjukkan bahwa pada umumnya responden menyatakan bahwa setuju dengan persaan puas terhadap keseluruhan kemudahan yang didapatkan di obyek wisata yang ada di Kepulauan Karimunjawa terkait dengan biaya, kemudahan, rasa nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk dan pelayanan.

4.4. Analisis Data

4.4.1. Uji Validitas

Uji ini digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner tergantung dalam melakukan pencarian tujuan saat dilakukannya sebuah pengukuran, dapat diukur dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk *Degree Of Freedom* (Df) = $n - 2$, maka n merupakan jumlah sampel. Jika r_{hitung} lebih besar dari $> r_{tabel}$ dan nilai positif maka dikatakan valid (Gozali, 2016). Pada penelitian yang digunakan ini memiliki jumlah sampel (n) 96 dan besarnya (Df) $96 - 2 = 94$ dengan α 0,1 di dapat r_{tabel} 0,1689. Nilai r_{hitung} dapat dilihat berdasarkan tampilan output *Chronbach Alpha* yakni pada kolom *Corrected Item - Total Correlation*.

Hasil analisis uji validitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.10 sebagai berikut :

Tabel 4. 10 Tabel Hasil Uji Validitas

Variabel	Pertanyaan	r_{hitung}	\gg	r_{tabel}	keterangan
Daya Tarik Wisata (X1)	X11	0,413	>	0,1689	Valid
	X12	0,635	>	0,1689	Valid
	X13	0,619	>	0,1689	Valid
	X14	0,504	>	0,1689	Valid
	X15	0,553	>	0,1689	Valid
Fasilitas Wisata (X2)	X21	0,646	>	0,1689	Valid
	X22	0,701	>	0,1689	Valid
	X23	0,716	>	0,1689	Valid
	X24	0,587	>	0,1689	Valid
	X25	0,641	>	0,1689	Valid
Experiential Marketing (X3)	X31	0,552	>	0,1689	Valid
	X32	0,571	>	0,1689	Valid
	X33	0,567	>	0,1689	Valid
	X34	0,675	>	0,1689	Valid
	X35	0,653	>	0,1689	Valid

Variabel	Pertanyaan	r hitung	><	r tabel	keterangan
Kepuasan Pelanggan (Y1)	Y11	0,450	>	0,1689	Valid
	Y12	0,409	>	0,1689	Valid
	Y13	0,541	>	0,1689	Valid
	Y14	0,418	>	0,1689	Valid
	Y15	0,412	>	0,1689	Valid

Sumber : SPSS V.24, 2018

Berdasarkan tabel 4.10 diatas menunjukkan masing-masing pada setiap indicator pertanyaan penelitian yang digunakan memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$ yaitu 0,1689, maka disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan yang digunakan di penelitian ini dikatakan valid. Sehingga dapat digunakan sebagai analisis di dalam penelitian ini.

4.4.2. Uji Reliabilitas

Uji reabilitas digunakan untuk mengukur kehandalan kuesioner yang merupakan sebuah indikator dalam suatu variabel. Dapat dikatakan Reliabel atau handal jika jawaban dari responden terhadap pertanyaan konsisten dan stabil. Suatu variabel dikatakan Reliabel jika nilai *Chronbach Alpha* $> 0,60$. Hasil analisis Uji Reabilitas dapat dilihat dalam tabel 4.11 sebagai berikut :

Tabel 4. 11 Tabel Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	><	Nilai Standar	Keterangan
Daya Tarik Wisata (X1)	0,682	>	0,60	Reliabel
Fasilitas Wisata (X2)	0,815	>	0,60	Reliabel
<i>Experiential marketing</i> (X3)	0,743	>	0,60	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y1)	0,717	>	0,60	Reliabel

Sumber : SPSS V.24, 2018

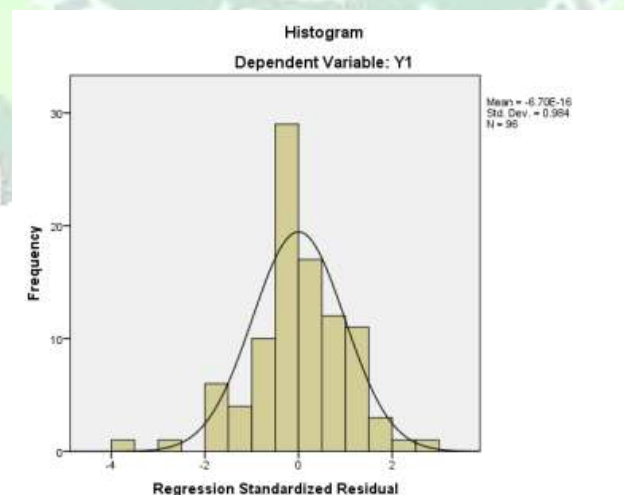
Berdasarkan hasil uji dari tabel Realiabilitas menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai *Chronbach Alpha* lebih dari 0,60 maka dapat diambil kesimpulan indikator yang berada didalam kuesioner ini dikatakan Reliabel atau handal.

4.4.3. Uji Asumsi Klasik

4.4.3.1. Uji Normalitas

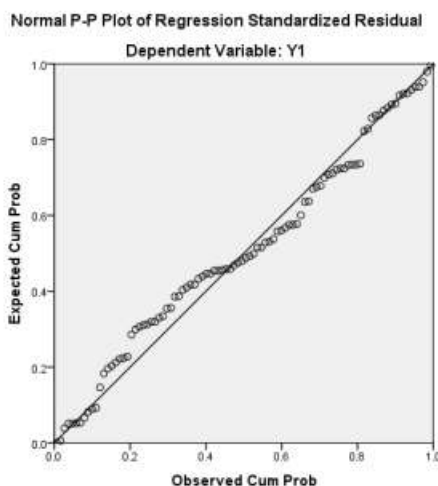
Digunakan untuk menguji kaitanya pada model residual regresi, variabel pengganggu atau (Residual) memiliki hasil normal. Pengujian dengan menggunakan grafik *Normal Probability Plot*. Data yang menunjukkan normal adalah data yang membentuk titik-titik yang menyebar tidak jauh dari garis diagonal yang nantinya membandingkan pada data yang sudah diobservasi dengan data yang mendekati distribusi normal. Selain grafik histogram dalam melihat uji normalitas, juga dapat melihat pada normal *Probability Plot*, jadi perbandingan antara distribusi komulatif dengan distribusi normal. Jadi pada distribusi normal akan membentuk suatu garis lurus satu diagonal dan plotting pada data residual yang akan dibandingkan dengan garis diagonal. Terlihat dalam hasil pengujian normalitas dengan menggunakan SPSS Versi 24 pada gambar 4.1 dan gambar 4.2 sebagai berikut:

Gambar 4. 1 Histogram



Sumber : SPSS V.24, 2018

Gambar 4. 2 Normal P-P Plot



Sumber : SPSS V.24, 2018

Dengan melihat tampilan gambar 4.1 dan gambar 4.2 dapat disimpulkan bahwa model analisis regresi dinyatakan memenuhi asumsi normalitas.

4.4.3.2. Uji Multikolonieritas

Pengujian Multikolonieritas dilakukan penulis dengan menggunakan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*). Suatu variabel menunjukkan gejala Multikolonieritas bisa dilihat dari nilai VIF yang tinggi pada variabel bebas suatu model regresi. Nilai VIF dari variabel bebas pada model regresi bisa dilihat dari tabel 4.12.

Tabel 4. 12 Tebel Pengujian Multikolonieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.721	1.767		3.237	.002		
	X1	.346	.107	.340	3.246	.002	.558	1.792
	X2	.112	.076	.148	1.479	.142	.615	1.626
	X3	.266	.104	.278	2.551	.012	.515	1.944

a. Dependent Variable: Y1

Sumber : SPSS V.24, 2018

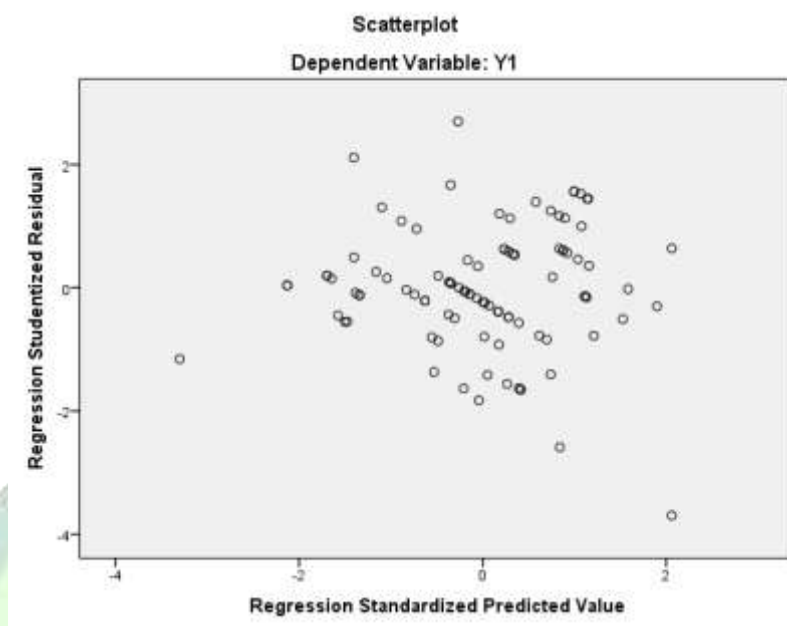
Berdasarkan tabel 4.12 maka dapat diambil kesimpulan bahwa variabel daya tarik wisata (X1), fasilitas wisata (X2) dan *experiential marketing* (X3) memiliki masing masing nilai toleran X1 (0,558), X2 (0,615), X3 (0,515). Maka menunjukkan ke tiga variabel tersebut memiliki angka toleran mendekati 1 . Kemudian dari hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai VIF dari variabel X1 (1,792), X2 (1,626) dan X3 (1,944) memiliki nilai yang lebih kecil dari 10 itu artinya di antara variabel variabel tidak terjadi multikolonieritas.

4.4.3.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi yang terjadi ketidaksamaan varian residual antara satu dengan yang lain. Jika varian residual dari pengamatan satu ke pengamatan yang lain tetap maka disebut Homokedastisitas. Dan jika pengamatan varian berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah jika tidak ada terjadi Heteroskedastisitas.

Untuk mengetahui ada tidaknya gejala Heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan grafik Heteroskedastisitas antara nilai prediksi variabel dengan variabel independen. Dari gambar *scatterplots* yang telah di uji dibawah ini menunjukkan titik-titik menyebar secara acak baik diatas atau dibawah nilai 0 dan sumbu Y, hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala Heteroskedastisitas pada model regresi ini. Sehingga model regresi ini layak untuk digunakan dalam melakukan pengujian. Untuk melihat jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat dilihat pada gambar 4.3 berikut .

Gambar 4. 3 Pengujian Heterokedastisitas



Sumber : SPSS V.24, 2018

4.4.4. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan untuk membuktikan hipotesis mengenai pengaruh variabel daya tarik wisata, fasilitas wisata dan *experiential marketing* secara parsial maupun bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan. Perhitungan statistik dalam analisis regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan bantuan program komputer *SPSS for windows* versi 24. Hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS selengkapnya ada pada lampiran dan dijelaskan pada tabel 4.13 berikut ini:

Tabel 4. 13 Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.721	1.767		3.237	.002		
	X1	.346	.107	.340	3.246	.002	.558	1.792
	X2	.112	.076	.148	1.479	.142	.615	1.626
	X3	.266	.104	.278	2.551	.012	.515	1.944

a. Dependent Variable: Y1

Sumber : SPSS V.24, 2018

Model persamaan regresi yang dapat dituliskan dari hasil tersebut dalam bentuk persamaan regresi adalah sebagai berikut :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 0,340X_1 + 0,148X_2 + 0,278X_3$$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

- Koefisien regresi daya tarik wisata mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.
- Koefisien regresi fasilitas wisata mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.
- Koefisien regresi *experiential marketing* mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil dari koefisien regresi berganda diatas yang telah dijelaskan pada uraian diatas selanjutnya akan dilakukan pengujian hipotesis yang dilakukan secara parsial maupun simultan.

4.4.5. Uji Hipotesis

4.4.5.1. Uji F (Uji Signifikan Simultan)

Hasil perhitungan regresi secara bersama-sama diperoleh pada tabel 4.14 berikut ini:

Tabel 4. 14 Hasil Analisis Regresi Secara Bersama-sama

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	257.240	3	85.747	23.743	.000 ^b
	Residual	332.249	92	3.611		
	Total	589.490	95			
a. Dependent Variable: Y1						
b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1						

Sumber : SPSS V.24, 2018

Pengujian pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya dilakukan dengan menggunakan Uji F atau Uji Signifikan Simultan. Hasil perhitungan statistik menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} adalah sebesar 23,743 dengan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan nilai signifikansi di bawah dari 0,05 menunjukkan bahwa secara bersama sama daya tarik wisata, fasilitas wisata dan *experiential marketing* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

4.4.5.2. Uji T (Uji Signifikan Parsial)

Untuk menguji keberartian model regresi untuk masing masing variabel secara parsial dapat diperoleh dengan menggunakan Uji T atau Uji Signifikan Parsial. Berikut ini akan dijelaskan pengujian masing-masing variabel secara parsial berdasarkan hasil uji tabel .

Tabel 4. 15 Hasil Uji T

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.721	1.767		3.237	.002		
	X1	.346	.107	.340	3.246	.002	.558	1.792
	X2	.112	.076	.148	1.479	.142	.615	1.626
	X3	.266	.104	.278	2.551	.012	.515	1.944

a. Dependent Variable: Y1

Sumber : SPSS V.24, 2018

1. Daya Tarik Wisata

Hasil dari pengujian daya tarik wisata diperoleh nilai t untuk variabel daya tarik wisata menunjukkan nilai $t=3,246$ dengan diikuti nilai signifikan sebesar $0.002 < 0,05$. Dengan nilai signifikan dibawah $0,05$ tersebut menunjukkan bahwa daya tarik wisata memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti H_1 diterima. Arah koefisien regresi positif berarti bahwa daya tarik wisata memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Semakin bagus daya tarik wisata yang ada di kepulauan karimunjawa akan semakin bagus pula kepuasan pelanggan, sebaliknya semakin tidak bagus daya tarik wisata maka semakin rendah pula kepuasan pelanggan.

2. Fasilitas Wisata

Hasil dari pengujian fasilitas wisata diperoleh nilai t untuk variabel fasilitas wisata menunjukkan nilai $t=1.479$ dengan diikuti nilai signifikan sebesar $0.142 > 0,05$. Dengan nilai signifikan diatas $0,05$ tersebut menunjukkan bahwa fasilitas wisata memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti H_2 ditolak. Arah koefisien regresi positif berarti bahwa fasilitas wisata tidak memiliki pengaruh dan tidak signifikan terhadap kepuasan

pelanggan. Hal ini berarti pengelola fasilitas di kepulauan karimunjawa harus memperbaiki lagi fasilitas-fasilitas yang ada dikawasan wisata agar semakin bagus supaya kepuasan pelanggan terpenuhi, semakin tidak bagus fasilitas wisata maka semakin rendah pula kepuasan pelanggan dan semakin bagus fasilitas wisata maka akan semakin tinggi kepuasan pelanggan.

3. Experiential marketing

Hasil dari pengujian *experiential marketing* diperoleh nilai t untuk variabel *experiential marketing* menunjukkan nilai $t=2.551$ dengan diikuti nilai signifikan sebesar $0.012 < 0,05$. Dengan nilai signifikan dibawah $0,05$ tersebut menunjukkan bahwa *experiential marketing* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti H_3 diterima. Arah koefisien regresi positif berarti bahwa *experiential marketing* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Semakin bagus *experiential marketing* yang ada di kepulauan karimunjawa akan semakin bagus pula kepuasan pelanggan, sebaliknya semakin tidak bagus *experiential marketing* maka semakin rendah pula kepuasan pelanggan.

4.4.5.3. Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh dalam melakukan pengukuran variabel secara terpisah, apakah ada suatu dampak antara variabel daya tarik wisata (X1), fasilitas wisata (X2) dan *experiential marketing* (X3) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y1) pengunjung kepulauan karimunjawa. Setelah penulis melakukan pengujian dengan SPSS Versi 24 maka diperoleh hasil *output* sebagai berikut:

Tabel 4. 16 Tabel Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.661 ^a	.436	.418	1.90037
a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1				
b. Dependent Variable: Y1				

Sumber : SPSS V.24, 2018

Tabel 4.13 menunjukkan bahwa nilai dari koefisien determinasi adalah sebesar 0,436 (43,6%). Artinya bahwa daya tarik wisata, fasilitas wisata dan *experiential marketing* mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 43,6 %, sedangkan sisanya 56,4 % dipengaruhi oleh variabel lain.

4.5. Pembahasan

Secara umum penelitian ini menunjukkan hasil yang sangat memuaskan. Hasil dari analisis deskriptif menunjukkan bahwa daya tarik, fasilitas wisata dan *experiential marketing* secara umum sudah baik. Hal ini dapat ditunjukkan dari banyaknya tanggapan atas kepuasan yang tinggi dari responden yang berkunjung ke kepulauan karimunjawa terhadap masing-masing variabel penelitian. Hasil tersebut selanjutnya diperoleh bahwa variabel- variabel penelitian memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

4.5.1. Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Kepuasan pelanggan

Dari penelitian yang dilakukan dapat diperoleh hasil bahwa variabel daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di kepulauan karimunjawa. dengan nilai koefisien regresi 0,340. Bisa dilihat juga pada hasil uji statistik yang menunjukkan bahwa nilai T_{hitung} 3,246 lebih besar dari T_{tabel} 1,98609, dengan nilai signifikan 0,002 kurang dari 0,025. Berdasarkan hasil

pengujian tersebut maka H_0 ditolak sehingga sehingga daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di kepulauan karimunjawa. Dari perhitungan diatas dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima.

Daya tarik wisata merupakan bentuk penawaran terhadap kosumen / pembeli jasa pariwisata. Daya tarik wisata jika dikembangkan dengan baik akan mendorong banyak wisatawan untuk mengunjungi lokasi daya tarik wisata yang menarik. Optimalisasi dari semua potensi daya tarik wisata menjadi sangat penting, termasuk juga urgensinya terhadap pengembangan potensi sumber daya lokal dan juga kearifan lokal sebagai bagian dari mata rantai sukses pengembangan perariwisata. Pengukuran daya tarik wisata dilakukan dengan beberapa indikator yaitu keindahan alam, panoraman alam, atraksi wisata, kondisi alam, keanekaragaman jenis stwa dan juga kebersihan lingkungan di sekitar objek wisata kepulauan karimunjawa.

Nyoman S. Pedit dalam bukunya "*Ilmu Pariwisata*" tahun 1994 mendefinisikan daya tarik wisata sebagai segala sesuatu yang menarik dan bernilai untuk dikunjungi dan dilihat. A. Yoeti dalam bukunya "*Pengantar Ilmu Pariwisata*" tahun 1985 menyatakan bahwa daya tarik wisata atau "*tourist attraction*", istilah yang lebih sering digunakan, yaitu segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi orang untuk mengunjungi suatu daerah tertentu. Hasil pengujian tersebut membandingkan dengan penelitian terhadulu yang dilakukan oleh (Fatmawati kalobes, 2016) yang berjudul "*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Wisatawan Yang Berkunjung Ke Daerah Wisata*

Kepulauan” yang menyatakan variabel daya tarik wisata tidak berpengaruh dan memiliki hasil signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

4.5.2. Pengaruh Fasilitas Wisata Terhadap Kepuasan pelanggan

Dari penelitian yang dilakukan dapat diperoleh hasil bahwa variabel fasilitas wisata tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di kepulauan karimunjawa. dengan nilai koefisien regresi 0,148. Bisa dilihat juga pada hasil uji statistik yang menunjukkan bahwa nilai T_{hitung} 1,479 lebih kecil dari T_{tabel} 1,98609, dengan nilai signifikan 0,142 lebih besar dari 0,025. Berdasarkan hasil pengujian tersebut maka H_a ditolak dan H_0 diterima sehingga daya tarik wisata tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di kepulauan karimunjawa. Dari hasil perhitungan diatas dapat disimpulkan bahwa H_2 ditolak.

Hasil pengujian tersebut membandingkan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Rezki Teguh Sulidtiyana, Djahmur Hamid, Devi Farah Azizah, 2015) yang berjudul “Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Museum Satwa Malang” dan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Rosita, Sri Marhanah, Woro Hanoun Wahadi, 2016) yang berjudul “Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Taman Margasatwa Ragunan Jakarta” yang menyatakan variabel fasilitas wisata berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan dengan indikator penelitian yang digunakan peneliti.

Indikator penelitian yang digunakan peneliti adalah prasarana perhubungan, prasarana umum, sarana ketersediaan makanan dan minuman, tempat perusahaan pembuatan cinderamata atau *art shops*, dan juga sarana dan prasarana yang

disediakan oleh pengelola pariwisata yang bermanfaat bagi pengunjung yang berkunjung ke kepulauan karimunjawa.

4.5.3. Pengaruh Experiential marketing Terhadap Kepuasan pelanggan

Dari penelitian yang dilakukan dapat diperoleh hasil bahwa variabel *experiential marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di kepulauan karimunjawa. dengan nilai koefisien regresi 0,278. Bisa dilihat juga pada hasil uji statistik yang menunjukkan bahwa nilai T_{hitung} 2,551 lebih besar dari T_{tabel} 1,98609, dengan nilai signifikan 0,012 kurang dari 0,025. Berdasarkan hasil pengujian tersebut maka H_0 ditolak sehingga sehingga daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di kepulauan karimunjawa. Dari perhitungan diatas dapat disimpulkan bahwa H_3 diterima.

Hasil pengujian tersebut sebanding dengan penelitian terhadulu yang dilakukan oleh (Imrotul Khasanah, 2015) yang berjudul “Analsis Pengaruh Nilai Pelanggan, *Experiential marketing* Dan Rasa Percaya Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Pondok Tinggi Magelang” yang menyatakan variabel *experiential marketing* berpengaruh dan memiliki hasil signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Hasil penelitian diatas sejalan dengan indikator yang di gunakan dalam melakukan penelitian ini, 5 indikator-indikator penilaian adalah *sense, fell, think. Act* dan *relate*.

4.5.4. Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas Wisata, Experiential Marketing Terhadap Kepuasan pelanggan

Dari penelitian ini diperoleh hasil bahwa secara simultan variabel daya tarik wisata, fasilitas wisata dan *experiential marketing* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan yang berkunjung di kepulauan karimunjawa. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji statistik F yang menunjukkan nilai F hitung (23,743) lebih besar dari > F tabel (2,70) dan untuk nilai signifikan 0,000 kurang dari 0,025. Berdasarkan perhitungan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima.

Pengukuran beberapa variabel secara bersama-sama membuktikan bahwa variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai pengaruh yang signifikan.

4.6. Ringkasan Penelitian

Berikut ini merupakan hasil ringkasan dalam pengujian variabel-variabel secara parsial dan simultan dapat dilihat pada tabel 4.17 berikut ini:

Tabel 4. 17 Intisar Hasil Penelitian

Hipotesis	Deskripsi	Nilai Sig.	Keterangan
H1	Daya Tarik Wisata berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Kepulauan Karimunjawa	0,002 < 0,025	Ho ditolak Ha diterima
H2	Fasilitas Wisata mempunyai pengaruh tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Kepulauan Karimunjawa	0,142 > 0,025	Ha ditolak Ho diterima
H3	<i>Experiential marketing</i> berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Kepulauan Karimunjawa	0,012 < 0,025	Ho ditolak Ha diterima

H4	Daya Tarik Wisata, Fasilitas Wisata dan <i>Experiential marketing</i> berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan yang berkunjung di Kepulauan Karimunjawa.	$0,000 < 0,025$	Ho ditolak Ha diterima
----	--	-----------------	---------------------------

Sumber : Output SPSS 24, 2018

