

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Umum Responden

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui pengaruh ketersediaan sarana wisata, citra destinasi dan promosi terhadap kepuasan wisatawan berkunjung pada objek wisata pulau Angso Duo di kota Pariaman. Untuk itu dibutuhkan data primer yang diperoleh dari hasil penyebaran kuisisioner kepada para wisatawan yang mengunjungi objek wisata Pulau Angso Duo di kota Pariaman. Jumlah kuisisioner yang disebarakan kepada para wisatawan yaitu sebanyak 138 kuisisioner dan dari hasil penyebaran kuisisioner yang telah disebarakan, 100% kuisisioner berhasil dikembalikan dan dapat dibuat sebuah tabulasi untuk hasil penelitian.

Berdasarkan hasil dari tabulasi data, dapat dikelompokkan identitas responden yang bersedia untuk mengisi kuisisioner didalam penelitian ini, berikut penjelasannya untuk masing-masing deskripsi responden yang akan dibahas dibawah ini.

4.1.1 Identitas Responden Berdasarkan Daerah Asal

Pada hasil tabulasi data yang dilakukan, maka dikelompokkan responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini berdasarkan daerah asal. Berikut ini akan ditampilkan tabel mengenai karakteristik responden berdasarkan daerah asal pada tabel 4.1 yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.1
Identitas Responden Berdasarkan Daerah Asal

| Daerah Asal | Frequency | Percent |
|----------------|-----------|---------|
| Pariaman | 47 | 34,1 |
| Padang | 26 | 18,8 |
| Bukittinggi | 5 | 3,6 |
| Padang Panjang | 7 | 5,1 |
| Payakumbuh | 8 | 5,8 |
| Pekanbaru | 9 | 6,5 |
| Jakarta | 6 | 4,3 |
| Maninjau | 4 | 2,9 |
| Jambi | 6 | 4,3 |
| Medan | 7 | 5,1 |
| Lubuk Basung | 3 | 2,2 |
| Lubuk Alung | 4 | 2,9 |
| Solok | 6 | 4,3 |
| Total | 138 | 100,0 |

Sumber: Lampiran 3, 2019

Berdasarkan tabel diatas, dikelompokkan responden berdasarkan daerah asal. Dapat dilihat bahwa wisatawan yang mengunjungi Pulau Angso Duo di kota Pariaman didominasi oleh wisatawan yang berasal dari kota Pariaman itu sendiri yaitu sebanyak 34%. Sedangkan untuk wisatawan terbanyak dari luar kota pariaman didominasi oleh kota Padang sebanyak 18,8 %. Dan untuk kota lainnya didapat persentase secara merata yaitu kisaran 2% hingga 6% yang mengunjungi wisata pulau Angso Duo di kota Pariaman.

4.1.2 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Hasil dari tabulasi data yang dilakukan, maka dikelompokkan responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini berdasarkan jenis kelamin yang ditampilkan pada tabel 4.2 yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.2
Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

| Jenis Kelamin | Frekuensi | Persentase (%) |
|---------------|------------|----------------|
| Laki-laki | 75 | 54,3 |
| Perempuan | 63 | 47,7 |
| Total | 138 | 100,0 |

Sumber: Lampiran 3, 2019

Berdasarkan dari pengelompokkan responden menurut jenis kelamin, maka didapatkan hasil bahwa wisatawan yang mengunjungi Pulau Angso Duo di kota Pariaman pada umumnya yaitu berjenis kelamin laki-laki, dapat dibuktikan dari persentase untuk jenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 54,3%, dan untuk wisatawan yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 47,7%. Hal ini terjadi dikarenakan jenis kelamin laki-laki lebih tertarik untuk mengunjungi wisata yang menantang dan di alam terbuka dibanding perempuan.

4.1.3 Identitas Responden Berdasarkan Umur

Dari hasil tabulasi data yang dilakukan, maka dikelompokkan identitas responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini berdasarkan umur. Berikut ini akan ditampilkan tabel mengenai identitas responden berdasarkan umur pada tabel 4.3 yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.3
Identitas Responden Berdasarkan Umur

| Umur | Frekuensi (Orang) | Persentase (%) |
|---------------------|-------------------|----------------|
| 17 Tahun – 22 Tahun | 46 | 33,3 |
| 23 Tahun – 28 Tahun | 53 | 38,4 |
| 29 Tahun – 34 Tahun | 20 | 14,5 |
| 35 Tahun – 40 Tahun | 6 | 4,3 |
| >40 Tahun | 13 | 9,4 |
| Total | 138 | 100,0 |

Sumber: Lampiran 3, 2019

Berdasarkan dari pengelompokkan responden berdasarkan umur, maka didapatkan hasil bahwa responden yang paling banyak mengunjungi Pulau Angso Duo di kota Pariaman berumur antara 23-28 tahun yaitu sebesar 38,4%. Dan untuk persentase umur paling sedikit antara 35-40 tahun yaitu sebesar 4,3%. Hal ini terjadi karena kisaran umur 23-28 merupakan wisatawan muda yang memiliki pikiran independen dan punya jiwa petualang. Mereka aktif mencari pengalaman yang berbeda dan selalu ingin merasakan pengalaman menjelajahi tempat baru.

4.1.4 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan

Dari hasil tabulasi data yang dilakukan, maka dikelompokkan responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini berdasarkan pekerjaan. Berikut ini akan ditampilkan tabel mengenai karakteristik responden berdasarkan pekerjaan pada tabel 4.4 yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.4
Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan

| Pekerjaan | Frekuensi (Orang) | Persentase (%) |
|---------------------------|--------------------------|-----------------------|
| Pelajar/Mahasiswa | 77 | 55,8 |
| Pegawai Negri Sipil (PNS) | 12 | 8,7 |
| BUMN | 5 | 3,6 |
| Pegawai Swasta | 12 | 8,7 |
| Wiraswasta | 14 | 10,1 |
| Lain-lain | 18 | 13,0 |
| Total | 138 | 100,0 |

Sumber: Lampiran 3, 2019

Berdasarkan pengelompokkan data responden berdasarkan pekerjaan didapatkan hasil bahwa wisatawan yang mengunjungi Pulau Angso Duo di kota

Pariaman lebih banyak sebagai pelajar/mahasiswa yaitu sebesar 55,8%. Hal ini dikarenakan pelajar/mahasiswa selalu ingin melakukan pengalaman baru dan lebih aktif mencari pengalaman. Kunjungan paling sedikit berdasarkan pekerjaan oleh BUMN, terjadi karena padatnya aktivitas pekerjaan sehingga kurangnya waktu untuk berwisata ke pulau Angso duo.

4.1.5 Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan

Dari hasil tabulasi data yang dilakukan, maka dikelompokkan responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini berdasarkan pendapatan. Berikut ini akan ditampilkan tabel mengenai karakteristik responden berdasarkan pendekatan pada tabel 4.5 yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.5
Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan

| Pendapatan | Frekuensi (Orang) | Persentase (%) |
|-----------------------------|--------------------------|-----------------------|
| < Rp 1.000.000 | 52 | 37,7 |
| Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000 | 41 | 29,7 |
| Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000 | 17 | 12,3 |
| Rp 3.000.000 – Rp 4.000.000 | 21 | 15,2 |
| > Rp 4.000.000 | 7 | 5,1 |
| Total | 138 | 100,0 |

Sumber: Lampiran 3, 2019

Berdasarkan pengelompokan data responden berdasarkan pendapatan didapatkan hasil bahwa, wisatawan yang mengunjungi Pulau Angso Duo di kota Pariaman memiliki pendapatan < Rp 1.000.000 dengan persentase sebesar 37,7%. Hal ini sesuai dengan persentase kunjungan paling banyak yang didominasi oleh wisatawan muda. Karena wisatawan muda pada umumnya belum memiliki penghasilan yang cukup.

4.1.6 Identitas Responden Berdasarkan Informasi Destinasi Wisata

Dari hasil tabulasi data yang dilakukan, maka dikelompokkan responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini berdasarkan informasi destinasi wisata. Berikut ini akan ditampilkan tabel mengenai karakteristik responden berdasarkan informasi destinasi wisata pada tabel 4.6 yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.6
Identitas Responden Berdasarkan Informasi Destinasi Wisata

| Informasi | Frekuensi (Orang) | Persentase (%) |
|------------------------|--------------------------|-----------------------|
| Media Sosial | 61 | 44,2 |
| Media Cetak/Elektronik | 10 | 7,2 |
| Keluarga/Teman | 60 | 43,5 |
| Iklan | 0 | 0 |
| Lain-lain | 7 | 5,1 |
| Total | 138 | 100,0 |

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan pengelompokan data responden berdasarkan informasi didapatkan hasil bahwa wisatawan yang mengunjungi Pulau Angso Duo di kota Pariaman lebih banyak mendapatkan informasi melalui keluarga/teman yaitu sebesar 43,5%. Hal ini terjadi karena gaya kaum muda dalam memilih destinasi wisata begitu dipengaruhi oleh rekomendasi yang berasal dari *social platform* baik secara personal maupun interpersonal.

4.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

4.2.1 Uji Validitas

a. Pengujian Validitas Variabel Kepuasan Pengunjung (Y)

Berdasarkan uji validitas yang dilakukan, diperoleh deskripsi data mengenai uji validitas variabel kepuasan pengunjung seperti yang terlihat pada Tabel 4.7 Berikut ini :

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pengunjung (Y)

| No | Kode Item | KMO – MSA | Faktor Loading | Keterangan |
|----|-----------------------|-----------|----------------|------------|
| 1 | Kepuasan Pengunjung 1 | 0,742 | 0,622 | Valid |
| 2 | Kepuasan Pengunjung 2 | | 0,681 | Valid |
| 3 | Kepuasan Pengunjung 3 | | 0,700 | Valid |
| 4 | Kepuasan Pengunjung 4 | | 0,639 | Valid |

Sumber :Data Primer diolah 2019, Lampiran 4

Berdasarkan Tabel 4.7 diperoleh nilai *Kaiser Meyer Measure Of Sampling Adequacy* (KMO-MSA) dari variabel kepuasan pengunjung sebesar 0,742 lebih besar dari 0,5 ini memberikan arti bahwa keseluruhan dari item-item pernyataan kepuasan pelanggan dinyatakan cukup. Dan untuk nilai validnya ditentukan dengan memperhatikan nilai muatan faktor loading lebih besar dari 0.50. Dari item KP1, KP2, KP3, dan KP4 pernyataan variabel kepuasan pelanggan dinyatakan valid karena memiliki *factor loading* lebih besar dari 0,50.

b. Pengujian Validitas Variabel Sarana Wisata (X_1)

Berdasarkan uji validitas yang dilakukan, diperoleh deskripsi data mengenai uji validitas variabel sarana wisata seperti terlihat di Tabel 4.8 berikut ini :

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Variabel Sarana Wisata (X_1)

| No | Kode Item | KMO – MSA | Faktor Loading | Keterangan |
|----|-----------------|-----------|----------------|------------|
| 1 | Sarana Wisata 1 | 0,704 | 0,683 | Valid |
| 2 | Sarana Wisata 2 | | 0,815 | Valid |
| 3 | Sarana Wisata 3 | | 0,811 | Valid |

Sumber :Data Primer diolah 2019, Lampiran 4

Berdasarkan Tabel 4.8 diperoleh nilai *Kaiser Meyer Measure Of Sampling Adequacy* (KMO-MSA) dari variabel lokasi sebesar 0,704 lebih besar dari 0,5 ini memberikan arti bahwa keseluruhan dari item-item pernyataan sarana wisata dinyatakan cukup. Dan untuk nilai validnya ditentukan dengan memperhatikan nilai muatan faktor loading lebih besar dari 0.50. Dari item SW1, SW2 dan SW3 pernyataan variabel sarana wisata dinyatakan valid karena memiliki *factor loading* lebih besar dari 0,50.

c. Pengujian Validitas Variabel Citra Destinasi (X_2)

Berdasarkan uji validitas yang dilakukan, diperoleh deskripsi data mengenai uji validitas variabel citra destinasi seperti terlihat di Tabel 4.9 berikut ini:

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas Variabel Citra Destinasi (X_2)

| No | Kode Item | KMO – MSA | Faktor Loading | Keterangan |
|----|-------------------|-----------|----------------|------------|
| 1 | Citra Destinasi 1 | 0.785 | 0,625 | Valid |
| 2 | Citra Destinasi 2 | | 0,583 | Valid |
| 3 | Citra Destinasi 5 | | 0,547 | Valid |
| 4 | Citra Destinasi 6 | | 0,689 | Valid |
| 5 | Citra Destinasi 7 | | 0,771 | Valid |
| 6 | Citra Destinasi 8 | | 0,540 | Valid |

Sumber :Data Primer diolah 2019, Lampiran 4

Berdasarkan Tabel 4.9 diperoleh nilai *Kaiser Meyer Measure Of Sampling Adequacy* (KMO-MSA) dari variabel kepuasan pelanggan sebesar 0,785 lebih besar dari 0,5 ini memberikan arti bahwa keseluruhan dari item-item pernyataan citra destinasi dinyatakan cukup. Dan untuk nilai validnya ditentukan dengan memperhatikan nilai muatan faktor loading lebih besar dari 0.50. Dari item CD1, CD2, CD3, CD4, CD5, CD6, CD7, CD8 dan CD9 pernyataan variabel citra destinasi dinyatakan item CD1, CD2, CD5,CD6, CD7 dan CD8 dinyatakan valid karena memiliki *factor loading* lebih besar dari 0,50, sementara item CD3, CD4 dan CD9 dinyatakan tidak valid dikarenakan memiliki nilai *factor loading* lebih kecil dari 0,50. Selanjutnya item yang tidak valid dibuang. Ini memberikan arti bahwa keseluruhan dari item-item pernyataan citra destinasi valid untuk diuji.

d. Pengujian Validitas Variabel Promosi (X_3)

Berdasarkan uji validitas yang dilakukan, diperoleh deskripsi data mengenai uji validitas variabel promosi seperti terlihat di Tabel 4.10 berikut ini :

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X_3)

| No | Kode Item | KMO – MSA | Faktor Loading | Keterangan |
|----|-----------|-----------|----------------|------------|
| 1 | Promosi 1 | 0,626 | 0,605 | Valid |
| 2 | Promosi 2 | | 0,818 | Valid |

Sumber :Data Primer diolah 2019, Lampiran 4

Berdasarkan Tabel 4.8 diperoleh nilai *Kaiser Meyer Measure Of Sampling Adequacy* (KMO-MSA) dari variabel lokasi sebesar 0,626 lebih besar dari 0,5 ini memberikan arti bahwa keseluruhan dari item-item pernyataan promosi cukup untuk diuji. Dari item PR1, PR2, dan PR3 pernyataan variabel citra destinasi dinyatakan

item PR1, dan PR2 dinyatakan valid karena memiliki *factor loading* lebih besar dari 0,50, sementara item PR3 dinyatakan tidak valid dikarenakan memiliki nilai *factor loading* lebih kecil dari 0,50. Selanjutnya item PR3, yang tidak valid dibuang. Ini memberikan arti bahwa keseluruhan dari item-item pernyataan citra destinasi valid untuk diuji.

4.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji yang menunjukkan sejauh mana pengukuran itu dapat memberikan hasil yang relatif tidak beda dilakukan pengulangan pengukuran terhadap subyek yang sama. Uji ini hanya dapat dilakukan pada pernyataan-pernyataan yang valid saja. Untuk mengetahui reliabilitas masing-masing variabel penelitian digunakan nilai *cronbach's alpha* minimal 0,60 (Ghozali, 2005). Untuk mengetahui uji reliabilitas dapat dilihat pada Tabel 4.11 Berikut ini :

Tabel 4.11
Hasil Uji Reliabilitas

| Variabel | Cronbach's Alpha | Cut off | Keterangan |
|---------------------------|------------------|---------|-----------------|
| Kepuasan Pengunjung (Y) | 0,753 | 0,60 | <i>Reliable</i> |
| Sarana Wisata (X_1) | 0,812 | 0,60 | <i>Reliable</i> |
| Citra Destinasi (X_2) | 0,795 | 0,60 | <i>Reliable</i> |
| Promosi (X_3) | 0,662 | 0,60 | <i>Reliable</i> |

Sumber : Data Primer diolah 2019, Lampiran 4

Berdasarkan Tabel 4.11 merupakan hasil uji reliabilitas dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk semua variabel penelitian memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60 (Ghozali, 2005) sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam penelitian yaitu kepuasan pengunjung, sarana wisata, citra destinasi, dan promosi adalah reliabel atau handal. Dengan kata lain semua

instrument pernyataan yang digunakan memiliki kestabilan dan konsistensi dalam mengukur masing-masing variabel penelitian, sehingga semua variabel yang digunakan dalam penelitian dapat terus digunakan kedalam tahapan pengolahan data selanjutnya.

4.3 Deskripsi Variabel Penelitian

Penelitian deskripsi variabel diukur dengan menggunakan distribusi frekuensi jawaban responden pada setiap item pernyataan dengan melalui perhitungan tingkat capaian responden (TCR).

e. Distribusi Frekuensi Kepuasan Pengunjung

Berdasarkan data yang diperoleh dari Pengunjung Angso Duo di kota Pariaman, diperoleh deskripsi data mengenai kepuasan Pengunjung secara umum seperti yang terlihat pada Tabel 4.12 berikut ini:

Tabel 4.12
Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Pengunjung

| Item Indikator | Jawaban Responden | | | | | | | | | | N | Mean | TCR (%) | KET |
|-----------------------|-------------------|-----|----|------|----|------|----|------|----|-----|-----|-------------|-------------|-------------------|
| | STS | | TS | | AS | | S | | SS | | | | | |
| | Fi | % | Fi | % | Fi | % | Fi | % | Fi | % | | | | |
| Kepuasan Pengunjung 1 | 0 | 0 | 20 | 14.5 | 72 | 52.2 | 42 | 30.4 | 4 | 2.9 | 138 | 3.22 | 64.4 | Kurang puas |
| Kepuasan Pengunjung 2 | 1 | 0.7 | 10 | 7.7 | 64 | 46.4 | 57 | 41.3 | 6 | 4.3 | 138 | 3.05 | 68.2 | Cukup puas |
| Kepuasan Pengunjung 3 | 0 | 0 | 18 | 13.0 | 79 | 57.2 | 39 | 28.3 | 2 | 1.4 | 138 | 3.18 | 63.6 | Kurang puas |
| Kepuasan Pengunjung 4 | 1 | 0.7 | 12 | 8.7 | 48 | 34.8 | 66 | 47.8 | 11 | 8.0 | 138 | 3.54 | 70.8 | Cukup puas |
| Rata-Rata | | | | | | | | | | | | 3.33 | 66.7 | Cukup Puas |

Sumber: Data Primer diolah 2019, Lampiran 5

Berdasarkan data pada Tabel 4.12 di atas terlihat bahwa skor rata-rata untuk variabel kepuasan pengunjung adalah sebesar 3.33 dengan tingkat capaian responden sebesar 66.7%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel

kepuasan pengunjung masuk ke dalam kategori cukup puas. Namun pada item pernyataan kepuasan pengunjung 1 dan 3 yang menyatakan pelayanan yang diberikan sesuai harapan pengunjung serta biaya yang dikeluarkan sesuai dengan manfaat yang didapat responden masih mengkategorikan kurang puas.

f. Distribusi Frekuensi Sarana Wisata

Berdasarkan data yang diperoleh dari Pengunjung Pulau Angso Duo di kota Pariaman, diperoleh deskripsi data mengenai sarana wisata secara umum seperti yang terlihat pada Tabel 4.13 berikut ini:

Tabel 4.13
Distribusi Frekuensi Variabel Sarana Wisata

| Item Indikator | Jawaban Responden | | | | | | | | | | N | Mean | TCR (%) | KET |
|------------------|-------------------|---|----|------|----|------|----|------|----|------|-----|-------------|-------------|--------------------|
| | STS | | TS | | AS | | S | | SS | | | | | |
| | Fi | % | Fi | % | Fi | % | Fi | % | Fi | % | | | | |
| Sarana Wisata 1 | 0 | 0 | 19 | 13.8 | 81 | 58.7 | 29 | 21.0 | 9 | 13.8 | 138 | 3.20 | 64 | Kurang Puas |
| Sarana Wisata 2 | 0 | 0 | 27 | 19.6 | 67 | 48.6 | 37 | 26.8 | 7 | 5.1 | 138 | 3.17 | 63 | Kurang Puas |
| Sarana Wisata 3 | 0 | 0 | 21 | 15.2 | 64 | 46.4 | 37 | 26.8 | 7 | 5.1 | 138 | 3.24 | 67 | Cukup Puas |
| Rata-Rata | | | | | | | | | | | | 3.24 | 64.6 | Kurang Puas |

Sumber: Data Primer diolah 2019, Lampiran 5

Berdasarkan data pada Tabel 4.13 di atas terlihat bahwa skor rata-rata untuk variabel sarana wisata adalah sebesar 3.24 dengan tingkat capaian responden sebesar 64.6%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel sarana wisata masuk ke dalam kategori kurang puas. Namun pada item pernyataan sarana wisata3 yang menyatakan terpenuhinya kebutuhan akan kelengkapan sarana prasarana yang ada di pulau Angso Duo responden mengkategorikan cukup puas.

g. Distribusi Frekuensi Citra Destinasi

Berdasarkan data yang diperoleh dari Pengunjung Pulau Angso Duo di kota Pariaman, diperoleh deskripsi data mengenai citra destinasi secara umum seperti yang terlihat pada Tabel 4.14 berikut ini :

Tabel 4.14
Distribusi Frekuensi Variabel Fasilitas

| Item Indikator | Jawaban Responden | | | | | | | | | | N | Mean | TCR (%) | KET |
|-------------------|-------------------|-----|----|------|----|------|----|------|----|-----|-----|-------------|-------------|-------------------|
| | STS | | TS | | AS | | S | | SS | | | | | |
| | Fi | % | Fi | % | Fi | % | Fi | % | Fi | % | | | | |
| Citra Destinasi 1 | 0 | 0 | 10 | 7.2 | 58 | 42.0 | 60 | 43.5 | 10 | 7.2 | 138 | 3.51 | 70.2 | Cukup Puas |
| Citra Destinasi 2 | 1 | 0.7 | 12 | 8.7 | 52 | 37.7 | 64 | 46.4 | 9 | 6.5 | 138 | 3.49 | 69.8 | Cukup Puas |
| Citra Destinasi 5 | 0 | 0 | 11 | 8.0 | 66 | 47.8 | 53 | 38.4 | 8 | 5.8 | 138 | 3.42 | 68.4 | Cukup Puas |
| Citra Destinasi 6 | 0 | 0 | 22 | 15.9 | 69 | 50.0 | 42 | 30.4 | 5 | 3.6 | 138 | 3.22 | 64.4 | Kurang Puas |
| Citra Destinasi 7 | 1 | 0.7 | 29 | 21.0 | 67 | 48.6 | 35 | 25.4 | 6 | 4.3 | 138 | 3.12 | 62.4 | Kurang Puas |
| Citra Destinasi 8 | 1 | 0.7 | 12 | 8.7 | 50 | 36.2 | 68 | 49.3 | 7 | 5.1 | 138 | 3.49 | 69.8 | Cukup Puas |
| Rata-Rata | | | | | | | | | | | | 3.37 | 67.5 | Cukup Puas |

Sumber: Data Primer diolah 2019, Lampiran 5

Berdasarkan data pada Tabel 4.14 di atas terlihat bahwa skor rata-rata untuk variabel citra destinasi adalah sebesar 3.37 dengan tingkat capaian responden sebesar 67.5%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel citra destinasi masuk ke dalam kategori cukup puas. Namun pada item citra destinasi 6 dan 7 yang menyatakan mudahnya akses yang didapat untuk mencapai objek wisata serta objek wisata dapat memberi ketenangan pikiran, responden masih mengategorikan kurang puas.

h. Distribusi Frekuensi Promosi

Berdasarkan data yang diperoleh dari Pengunjung Pulau Angso Duo di kota Pariaman, diperoleh deskripsi data mengenai promosi secara umum seperti yang terlihat pada Tabel 4.15 berikut ini:

Tabel 4.15
Distribusi Frekuensi Variabel Promosi

| Item Indikator | Jawaban Responden | | | | | | | | | | N | Mean | TCR (%) | KET |
|------------------|-------------------|-----|----|------|----|------|----|------|----|-----|-----|-------------|-------------|--------------------|
| | STS | | TS | | AS | | S | | SS | | | | | |
| | Fi | % | Fi | % | Fi | % | Fi | % | Fi | % | | | | |
| Promosi 1 | 1 | 0.7 | 25 | 18.1 | 73 | 52.9 | 38 | 27.5 | 1 | 0.7 | 138 | 3.09 | 61.8 | Kurang Puas |
| Promosi 2 | 0 | 0 | 31 | 22.5 | 64 | 46.4 | 41 | 29.7 | 2 | 1.4 | 138 | 3.10 | 62 | Kurang Puas |
| Rata-Rata | | | | | | | | | | | | 3.09 | 61.9 | Kurang Puas |

Sumber: Data Primer diolah 2019, Lampiran 5

Berdasarkan data pada Tabel 4.15 di atas terlihat bahwa skor rata-rata untuk variabel promosi adalah sebesar 3.09 dengan tingkat capaian responden sebesar 61.9%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel promosi masuk ke dalam kategori kurang puas. Hal ini sesuai dengan tiap item pernyataan promosi yang mengatakan jangkauan promosi yang dilakukan pengelola angso duo luas dan kualitas penyanggaan wisata angso duo memuaskan responden memilih kurang puas.

4.4 Uji Asumsi Klasik

4.5.1 Uji Normalitas

Untuk melakukan uji normalitas digunakan Uji *Kolmogorov Smirnov* (KS) dimana apabila nilai signifikan variabel penelitian lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel pengganggu atau residual terdistribusi secara normal

(Ghozali, 2012). Hasil uji normalitas dengan menggunakan *Kolmogorov Smirnov* (KS) dapat dilihat pada Tabel 4.16 berikut :

Tabel 4.16
Rangkuman Uji Normalitas Variabel Penelitian

| No | Variabel | Signifikan | Keterangan |
|----|-----------------------------------|------------|--------------|
| 1 | Kepuasan Pengunjung (Y) | 0.088 | Normal |
| 2 | Sarana Wisata (X ₁) | 0,054 | Normal |
| 3 | Citra Destinasi (X ₂) | 0.351 | Normal |
| 3 | Promosi (X ₃) | 0,000 | Tidak Normal |

Sumber : Data Primer diolah 2019, Lampiran 6

Berdasarkan hasil uji normalitas diatas, dapat dilihat bahwa dari ke 4 variabel terdapat 1 variabel tidak normal yaitu variabel promosi memiliki nilai signifikan lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan untuk variabel yang tidak normal harus dinormalkan terlebih dahulu.

Tabel 4.17
Hasil Uji Normalitas Setelah Data Dinormalkan

| <i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i> | Keterangan |
|-------------------------------|------------|
| 0,876 | Normal |

Sumber : Data Primer diolah 2019, Lampiran 6

Dari Tabel diatas ke variabel tersebut di normalkan kembali yaitu : variabel kepuasan pengunjung, sarana wisata, citra destinasi, dan promosi. dapat dikatakan memiliki nilai signifikan lebih besar dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel pengganggu atau residual dalam setiap variabel terdistribusi secara normal.

4.5 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat yaitu antara sarana wisata (X₁), citra destinasi

(X2), dan promosi (X3) terhadap variabel kepuasan pengunjung (Y). Perhitungan analisa regresi yang digunakan pada penelitian ini menggunakan persamaan regresi linier berganda (Ghozali, 2012).

Dari hasil pengolahan data yang telah dilakukan diperoleh ringkasan hasil pengujian seperti yang terlihat pada Tabel 4.18 dibawah ini :

Tabel 4.18
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

| Variabel Terikat | Variabel Bebas | Koefisien Regresi | Signifikansi | α | Keterangan | Keputusan Hipotesis |
|-------------------------|----------------------|-------------------|--------------|----------|------------------|---------------------|
| Kepuasan Pengunjung (Y) | Konstanta | 4,654 | - | - | - | |
| | Sarana Wisata (X1) | 0.462 | 0,000 | 0,05 | Signifikan | Diterima |
| | Citra Destinasi (X2) | 0.160 | 0.005 | | Signifikan | Diterima |
| | Promosi (X3) | -0.042 | 0.788 | 0,05 | Tidak Signifikan | Ditolak |
| F Hitung | | 22.660 | 0,000 | | | |
| R Square | 0,322 | | | | | |

Sumber: Data Primer diolah 2019, Lampiran 7

Dari hasil analisis data untuk mengetahui pengaruh sarana wisata, citra destinasi, dan promosi terhadap kepuasan pengunjung pulau Angso Duo di Kota Pariaman, diperoleh nilai koefisien regresi linier berganda dan interpretasi sebagai berikut :

$$Y = 4.654 + 0.462 X_1 + 0.160 X_2 + -0.042 X_3$$

Dari persamaan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa konstanta sebesar 4.654 yang menyatakan bahwa jika tidak ada variabel pengaruh sarana wisata, citra destinasi, dan promosi terhadap kepuasan pengunjung pulau Angso Duo di Kota Pariaman maka nilai tingkat kepuasan 4.654.

4.6 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji ini dilakukan untuk melihat berapa proporsi dari variabel independent bisa menjelaskan variabel dependent (Ghozali, 2012). Berdasarkan proses estimasi data yang telah dilakukan maka diperoleh ringkasan hasil pengujian seperti yang terlihat pada Tabel 4.18, maka dapat dijelaskan dari pengolahan data primer yang dilakukan dapat dilihat pada lampiran 7 pada tabel *Model Summary* diperoleh hasil penelitian Adjusted R Square sebesar 0.322 ini berarti 32.2% dari kepuasan pengunjung Angso Duo dipengaruhi oleh variabel sarana wisata, citra destinasi, dan promosi sedangkan sisanya 67.8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

4.7 Uji Kelayakan Model (F_{test})

Uji F adalah bagian uji statistik yang digunakan untuk membuktikan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara serentak. Dari proses pengolahan data yang telah dilakukan diperoleh ringkasan hasil seperti yang terlihat pada Tabel 4.18 maka dapat dijelaskan dari pengolahan data primer yang dilakukan dapat dilihat pada lampiran 7 pada tabel ANOVA diperoleh hasil penelitian bahwa nilai uji kelayakan model (uji statistik F) menghasilkan tingkat signifikansi 0,000 karena probabilitas signifikannya jauh lebih kecil dari nilai signifikan 0.05, dengan demikian variabel sarana wisata, citra destinasi, dan promosi secara bersama-sama memiliki kelayakan model dalam mempengaruhi kepuasan pengunjung Pulau Angso Duo di kota Pariaman.

4.8 Uji T-tes Statistik

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Dalam pengujian hipotesis, diasumsikan bahwa tingkat signifikan hipotesis alternatif yang diterima adalah kurang dari 0,05. Dari hasil olahan data yang dilakukan dapat dilihat pada Tabel 4.18 dengan melihat tabel tersebut, maka akan diketahui pengaruh setiap variabel bebas terhadap variabel terikat sebagai berikut:

1. Berdasarkan pengujian hipotesis sarana wisata terhadap kepuasan pengunjung memiliki nilai signifikansi sebesar 0.000, nilai koefisien regresi sarana wisata sebesar 0.462. dengan nilai signifikansi tersebut kecil dari alpha 0,05. Hal ini dapat diartikan bahwa sarana wisata berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Pulau Angso Duo di kota Pariaman. Hipotesis pertama dalam penelitian ini yaitu “sarana wisata berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung Pulau Angso Duo.” diterima.
2. Berdasarkan pengujian hipotesis citra destinasi terhadap kepuasan pengunjung memiliki nilai signifikansi sebesar 0.005, nilai koefisien regresi citra destinasi sebesar 0,160. Dengan nilai signifikansi tersebut kecil dari alpha 0,05. Hal ini dapat diartikan bahwa citra destinasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Pulau Angso Duo di kota Pariaman. Hipotesis kedua dalam penelitian ini yaitu “citra destinasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung Pulau Angso Duo” diterima.
3. Berdasarkan pengujian hipotesis promosi terhadap kepuasan pengunjung memiliki nilai signifikansi sebesar 0.788, dengan ilai koefisien regresi promosi

sebesar -0,042. Nilai signifikansi tersebut besar dari alpha 0,05. Hal ini dapat diartikan bahwa promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Pulau Angso Duo di kota Pariaman. Hipotesis ketiga dalam penelitian ini yaitu “promosi berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung Pulau Angso Duo” ditolak.

4.9 Pembahasan

4.9.1 Pengaruh Sarana Wisata terhadap Kepuasan Pengunjung pulau Angso Duo di kota Pariaman.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama dapat disimpulkan bahwa sarana wisata berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung Pulau Angso Duo di kota Pariaman. Sarana wisata fungsinya adalah memenuhi kebutuhan wisatawan selama tinggal untuk sementara waktu di daerah wisata yang dikunjungi. Namun berdasarkan hasil dari penelitian variabel sarana wisata yang ada dipersepsikan oleh pengunjung pulau Angso Duo di kota Pariaman masih kurang puas, karena masih sulitnya memperoleh sarana prasarana yang ada, dan sarana yang ada dipulau Angso Duo masih belum bervariasi. Sehingga pengunjung belum merasakan kepuasan yang optimal. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Soebiyantoro (2009), yang menunjukkan bahwa ketersediaan sarana wisata berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

4.9.2 Pengaruh Citra Destinasi terhadap Kepuasan Pengunjung pulau Angso Duo di kota Pariaman.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kedua dapat disimpulkan bahwa citra destinasi berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung Pulau Angso Duo

di kota Pariaman. Pengembangan destinasi pariwisata yang cukup baik, tentunya dapat membuat wisatawan merasa puas dan kemudian dapat membuat wisatawan berencana untuk berkunjung kembali atau merekomendasikan destinasi pariwisata terkait ke orang lain. Citra objek wisata pulau Angso Duo yang mengedepankan konsep wisata alam, lingkungan yang tenang dan didukung dengan pengembangan prasarana yang berkualitas, sehingga pengunjung benar-benar merasakan kepuasan dan berniat untuk berkunjung lagi. Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Coban (2012) membuktikan dalam penelitiannya bahwa citra destinasi yang positif akan membuat wisatawan merasa semakin puas.

4.9.3 Pengaruh Promosi terhadap terhadap Kepuasan Pengunjung Pulau Angso Duo di Kota Pariaman.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ketiga dapat disimpulkan bahwa promosi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung pulau Angso Duo di Kota Pariaman. Artinya bahwa pengunjung pulau Angso Duo kurang begitu memperhatikan jangkauan dan kualitas penayangan promosi objek wisata pulau Angso Duo. Kebanyakan pengunjung mengetahui objek wisata Angso Duo melalui rekomendasi keluarga/teman dan media sosial secara personal maupun interpersonal, hal ini artinya masih kurangnya promosi yang dilakukan oleh pemerintah kota pariaman itu sendiri terhadap objek wisata Angso Duo. Promosi yang dilakukan masih belum terlalu intensif sehingga banyak pengunjung yang belum mengetahui informasi yang detail tentang

pulau Angso Duo dan tidak akan berpengaruh pada kepuasan pengunjung. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya Haryanto (2013) yang menunjukkan promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.