

P E R N Y A T A A N

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang penuh diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diajukan dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Padang, 21 Agustus 2018

Penulis

Tio Zeliver

PENGARUH FASILITAS DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG WATERBOOM SAWAHLUNTO

Tio Zeliver¹, Dahliana Kamener², Lindawati³
Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Bung Hatta

**Email : tiozeliver@gmail.com dahlianakamener@ymail.com
linda@yahoo.co.id**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Fasilitas dan Lokasi terhadap Kepuasan Pengunjung Waterboom Sawahlunto. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel independen yaitu Fasilitas dan lokasi sedangkan untuk variabel dependennya yaitu Kepuasan.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari Kuesioner. Sampel yang digunakan didalam penelitian ini sebanyak 138 pengunjung dengan teknik penarikan sampel yaitu purposive sampling. Analisis data yang digunakan didalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini yaitu Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan dan Lokasi juga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan.

Kata Kunci: *Fasilitas, Lokasi, Kepuasan*

***THE INFLUENCE OF FACILITIES AND LOCATION ON THE
SATISFICATION OF THE VISITOR WATERBOOM SAWAHLUNTO***

Tio Zeliver¹, Dahliana Kamener², Lindawati³

Department of Management, Faculty of Economics, Bung Hatta University

**Email: tiozeliver@gmail.com dahlianakamener@ymail.com
linda@yahoo.co.id**

ABSTACT

This study aims to determine the effect of Facilities and Location on the Satisfication of the visitor Waterboom Sawahlunto. The variables used in this study are independent variables namely Fascilities adn Location while for the dependent variable, the Satisfication.

The data used in this study is a primary data obtained from the quistionaire The sample used in this study were 138 visitor using technique on samples of purposive sampling. Data analysis used in this study is multiple linear regression analysis.

The results obtained from this study are that the Fascilities has significantly to the satisfication and Location as well have a significant effect on the satisfication.

Keywords: Facilities, Location, Satisfication.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum.wr.wb

Puji syukur alhamdulillah penulis panjatkan terlebih dahulu kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan anugerah-Nya Sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan laporan tugas akhir dengan judul **“PENGARUH FASILITAS DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG WATERBOOM SAWAHLUNTO”**.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan akademis dalam rangka menempuh ujian sarjana dan memperoleh gelar sarjana pada Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta Padang.

Dalam penulisan skripsi ini penulis banyak mendapat bantuan dan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua dan seluruh keluarga besar, yang telah membantu penulis secara moril maupun materil. Dan tidak lupa juga penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua saya bapak Zulheri dan ibu Erlita Susila Spd dan adik saya Bebintang M.T yang telah memberikan segalanya untuk saya dan gelar ini khusus saya persembahkan untuk keluarga saya tercinta.
2. Ibu Dr. Listiana Sri Mulatsih, SE., MM. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta Padang.
3. Bapak Drs. Meihendri, M.Si., Ak selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta Padang.
4. Ibu Lindawati, SE, M.Si Selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta Padang.
5. Bapak purbo jatmiko selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta Padang.
6. Ibu Hj. Dahliana Kamener BS, MBA selaku pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga serta pikirannya dalam

memberikan bimbingan baik berupa ilmu, petunjuk maupun saran-saran atau pendapat yang sangat penulis butuhkan dalam penulisan ini.

7. Ibu Lindawati SE, MSi selaku pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga serta pikirannya dalam memberikan bimbingan baik berupa ilmu, petunjuk maupun saran-saran atau pendapat yang sangat penulis butuhkan dalam penulisan ini.
8. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi yang telah memberikan ilmu pengetahuan semasa perkuliahan dan para Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta yang telah memberikan bantuan dan kelancaran penyusunan skripsi ini.
9. Sahabat – sahabat Ogi Saputra SM.,Par, Anita Citra Yeni, Anggun Mustika S.E, Sri Mayyona S.E, Genta Stevand, Aldio Bejok Aviano dan tim, Ariati Arleni, Penny Anggraini, Mhd Aqso dan bapak Drs. Syahrial Syarif S.Pd, beserta yang lainnya yang telah bersama-sama membantu daam suka maupun duka selama perkuliahan, semoga semua yang kita perbuat menjadi kenangan dan pengajaran dimasa yang akan datang.

Penulis menyadari bahwa skripsi yang penulis buat masih jauh kesempurnaan, sehingga banyak terdapat kekurangan. Untuk itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak, demi kesempurnaan penulis pada masa yang akan datang. Semoga skripsi ini berguna bagi kita semua, terima kasih.

Padang, 21 Agustus 2018

Tio Zeliver

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	9
2.1. Pemasaran Jasa Pariwisata	9
2.2. Kepuasan	10
2.2.1. Pengertian Kepuasan	10
2.2.2. Pentingnya Kepuasan.....	11
2.2.3. Faktor – faktor yang mempengaruhi Kepuasan	11
2.3. Fasilitas	12
2.3.1. Pengertian Fasilitas	12
2.3.2. Bagian-nagian pada Fasilitas.....	13
2.4. Lokasi.....	14
2.4.1. Pengertian Lokasi.....	14
2.4.2. Faktor – faktor yang diperhatikan dalam pemilihan Lokasi	15
2.5. Pengembangan Hipotesis	15
2.5.1. Pengaruh Fasilitas	15
2.5.2. Pengaruh Lokasi.....	16
2.6. Kerangka Konseptual	18
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	19
3.1. Objek Penelitian	19
3.2. Populasi dan Sampel	19

3.2.1.	Populasi	19
3.2.2.	Sampel.....	19
3.2.3.	Teknik Penarikan Sampel	20
3.3.	Jenis dan Sumber Data	21
3.3.1.	Jenis Data	21
3.3.2.	Sumber Data.....	21
3.4.	Teknik Pengumpulan Data.....	21
3.5.	Definisi Operasional.....	22
3.5.1.	Variabel Dependen	22
3.5.2.	Variabel Independen	22
3.5.2.1.	Fasilitas	22
3.5.2.2.	Lokasi.....	23
3.6.	Skala Pengukuran Variabel	23
3.7.	Pengujian Instrumen Penelitian.....	24
3.7.1.	Uji Validitas	24
3.7.2.	Uji Reliabilitas	24
3.8.	Metode Analisa Data.....	25
3.8.1.	Analisis Deskriptif	25
3.8.2.	Analisa Inferensial	26
3.8.2.1.	Uji Normalitas.....	26
3.8.3.	Uji Asumsi Klasik	26
3.8.3.1.	Uji Multikolinearitas	26
3.8.3.2.	Uji Heteroskedastisitas.....	27
3.8.4.	Analisis Regresi Linier Berganda.....	27
3.8.5.	Uji Kelayakan Model (F)	28
3.8.6.	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	29
3.8.7.	Uji T	29

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	31
4.1. Deskriptif Umum Responden.....	31
4.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	31
4.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	32
4.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan terakhir	33
4.1.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	34
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan pendapatan Sebulan.....	35
4.2. Uji Validitas dan Reliabilitas	36
4.2.1. Uji Validitas.....	36
4.2.2. Uji Reliabilitas.....	39
4.3. Deskripsi Variabel Penelitian.....	40
4.4. Analisa Inferensial	43
4.4.1. Uji Normalitas	43
4.5. Uji Asumsi Klasik	45
4.5.1. Uji Multikolinearitas	45
4.5.2. Uji Heteroskedastisitas	46
4.6. Pembahasan Analisis Regresi Linier Berganda	47
4.7. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	48
4.7. Uji Kelayakan Model (F)	49
4.9. Uji Hipotesis (Uji t-Statistik)	49
4.10. Pembahasan.....	50
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	52
5.1. Kesimpulan	52
5.2. Saran.....	52
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang penelitian

Semua sektor industri bisnis pada zaman modern seperti yang diharapkan pada atmosfer persaingan yang kompetitif. Tidak terkecuali bisnis yang bergerak dibidang pariwisata yang juga merasakan atmosfer tersebut (Sulistiyana, 2015). Industri pariwisata menghasilkan produk dan jasa yang ditunjukkan secara khusus untuk memenuhi kebutuhan wisatawan (Zaenuri, 2012). Payangan (2014) menyatakan bahwa upaya dalam membuat standar kualitas produk atau jasa disesuaikan dengan standar yang diharapkan wisatawan agar dapat menciptakan kepuasan wisatawan.

Menciptakan kepuasan wisatawan merupakan suatu pekerjaan yang cukup sulit apabila tidak memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan kecewa ataupun senang yang dirasakan oleh seseorang, yang timbul akibat membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk terhadap ekspektasi pembeli (Kotler, 2009). Kepuasan atau ketidakpuasan wisatawan adalah respon terhadap evaluasi ketidaksesuaian atau diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian, kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (outcome) tidak memenuhi harapan (Tjiptono 2012).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Sulistiyana (2015) menyatakan bahwa tidak jarang wisatawan berkunjung ke suatu tempat karena tertarik dan merasa puas dengan kemudahan-kemudahan yang bisa diperoleh melalui fasilitas sehingga menimbulkan perasaan puas pada wisatawan. Fasilitas adalah salah satu hal yang penting untuk membuat para wisatawan puas sehingga dapat mengembangkan pariwisata (Payangan, 2014).

Fasilitas merupakan segala sesuatu yang sengaja disediakan oleh penyedia jasa untuk dipakai serta dinikmati oleh konsumen yang bertujuan untuk memberikan tingkat kepuasan yang maksimal (Kotler, 2009). Hal ini juga didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Aprilia (2017) yang menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan mengunjungi pantai Balekambang kabupaten Malang.

Agar perjalanan wisata ke daerah tujuan wisata dapat terpuaskan, maka diperlukan pengemasan produk pariwisata sesuai dengan kebutuhan dan keinginan wisatawan. Dalam pemasaran biasanya dihadapkan kepada masalah bauran pemasaran yang salah satunya adalah lokasi (Kotler, 2009). Serta dengan lokasi yang strategis dan mudah dijangkau akan lebih menguntungkan perusahaan, karena mood dan respon pengunjung di pengaruhi signifikan salah satunya dengan lokasi. Mood dan respon inilah yang nantinya bisa memunculkan kepuasan atau ketidakpuasan (Tjiptono, 2012).

Pada hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Bailia (2014) yang menyatakan bahwa pemilihan lokasi yang strategis dan mudah dijangkau oleh konsumen merupakan faktor penentu terhadap kepuasan konsumen. Namun, ada

juga peneliti terdahulu yang menyatakan bahwa lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan (Manampiring dkk, 2016)

Sumatera Barat memiliki banyak destinasi wisata yang dapat meningkatkan pendapatan suatu daerah, objek wisata Sumatera Barat telah dikenal oleh wisatawan mancanegara sehingga Sumatera Barat harus lebih mengembangkan potensi wisata yang ada di Sumatera Barat.

Sumatera Barat memiliki salah satu kota yang saat ini dikenal sebagai kota Cagar Budaya Dunia, yaitu Kota Sawahlunto. Kota Sawahlunto adalah kota tambang yang berbudaya atau dikenal sebagai Kota Kualu. Saat ini Kota Sawahlunto berkembang menjadi Kota Wisata Tua Multi Etnik, sehingga menjadi salah satu kota tua terbaik di Indonesia. Di kota yang didirikan pada tahun 1888 ini, banyak berdiri bangunan – bangunan tua peninggalan Belanda. Sebagian besar wisata kota Sawahlunto telah ditetapkan sebagai Cagar Budaya oleh pemerintah dalam rangka mendorong Pariwisata dan mencanangkan Sawahlunto menjadi “Kota Wisata Tambang yang Berbudaya”

Diantara beberapa macam objek wisata di Kota Sawahlunto terdapat salah satu objek Wisata Air Buatan yang dinamakan dengan Waterboom Kota Sawahlunto. Waterboom Sawahlunto merupakan objek wisata air pertama di Sumatera Barat. Dahulunya, Waterboom Sawahlunto merupakan sebuah kolam pemandian umum yang telah ada sejak dahulunya, sehingga memiliki nilai sejarah yang cukup tinggi. Sejak dibuka pada 1 Januari 2007, wahana air ini seperti magnet bagi masyarakat Sumatera Barat umumnya di Sawahlunto khususnya.

Waterboom Sawahlunto memiliki beberapa fasilitas yang dapat dinikmati oleh para wisatawan seperti 3 kolam yang dilengkapi dengan seluncuran untuk wahana bermain anak - anak, kemudian 2 kolam untuk remaja dan 2 kolam yang dikhususkan untuk orang dewasa yang dilengkapi dengan seluncuran ular sanca. Waterboom Sawahlunto memiliki 19 karyawan yang terdiri dari satu orang manager, kemudian 6 orang karyawan yang bertugas menjaga kolam, 2 pada bagian taman, 2 pada bagian wahana, 2 pada bagian mekanik, dan 6 orang bertugas pada bagian kantor.

Waterboom Sawahlunto juga memiliki fasilitas untuk jaminan keselamatan para wisatawan yaitu Jasa Raharja sebagai jaminan asuransi seperti terjadi kecelakaan yang mengakibatkan meninggal ataupun cacat maka asuransi yang diberikan Waterboom Sawahlunto seharusnya membuat pengunjung merasa puas dengan fasilitas yang diberikan pihak Waterboom Sawahlunto.

Waterboom Sawahlunto berada di tepi jalan Lintas Sumatera Muaro Kalaban, Silungkang, Sawahlunto, West Sumatera 27435, yang artinya taman hiburan ini terletak di suatu lokasi yang sangat strategis dengan akses yang mudah dijangkau. Waterboom Sawahlunto buka setiap hari dari jam 08:30 sampai dengan jam 16:00 dengan harga tiket masuk pada hari biasa Rp 15.000,- sedangkan pada hari libur 20.000. dan terkadang pada hari-hari libur tertentu harga tiket masuk sampai dengan harga Rp 30.000,-

Berikut jumlah pengunjung Waterboom Sawahlunto 6 tahun terakhir, serta perbandingannya dengan Mifan Waterpark Padang Panjang :

Tabel 1.1**Jumlah pengunjung Waterboom Sawahlunto dan perbandingannya dengan Mifan Waterpark Padang Panjang Tahun 2012-2017**

NO	Kunjungan Wisata Tahun	Objek Wisata		Market Share	
		Waterboom Sawahlunto (Orang)	Mifan Waterpark Padang Panjang (Orang)	Waterboom Sawahlunto	Mifan Waterpark Padang Panjang
1	2012	149.954	252.000	0,37	0,62
2	2013	159.646	378.000	0,29	0,70
3	2014	118.339	472.500	0,19	0,79
4	2015	99.211	543.375	0,15	0,84
5	2016	112.853	652.505	0,14	0,85
6	2017	107.922	698.322	0,13	0,86
		12.465.416	49.937.450	21,16	77,66

Sumber : Waterboom Sawahlunto dan Mifan Waterpark Padang Panjang

Pada tabel 1.1 dapat dilihat bahwa objek wisata waterboom Sawahlunto menduduki posisi kedua sedangkan posisi pertama diduduki oleh Mifan Waterpark Padang Panjang, dapat dilihat dari market share kunjungan Mifan Waterpark Padang Panjang lebih banyak yaitu totalnya mencapai 77,66 dalam 6 tahun terakhir serta terus terjadi peningkatan dalam setiap tahunnya. Sedangkan dibandingkan dengan jumlah kunjungan Waterboom Sawahlunto yang market sharenya hanya 21,16 dan juga terjadi fluktuasi dari tahun ketahun. Hal ini tentu merupakan hal yang negatif karena jumlah wisatawan yang pada awalnya tinggi lalu kemudian mengalami penurunan terus menerus walaupun kenaikan juga

pernah terjadi namun kecenderungan turun lebih sering. Hal ini jelas menandakan kurangnya tingkat kepuasan pengunjung di Waterboom Sawahlunto. Kebijakan pemberian fasilitas dan lokasi belum mampu menciptakan kepuasan pengunjung secara baik.

Berikut merupakan survei awal yang dilakukan terhadap 30 orang yang mengunjungi Waterboom Sawahlunto

Tabel 1.2
Tabel Survei Awal Terhadap 30 orang responden di Waterboom Sawahlunto

Nomor	Pernyataan	Setuju	%	Tidak Setuju	%
1	Fasilitas yang lengkap dan wahana yang menarik membuat saya puas pada saat mengunjungi Waterboom Sawahlunto	14	46,6	16	53,3
2	Lokasi yang strategis membuat saya mudah untuk mengunjungi Waterboom Sawahlunto	28	93,3	2	6,6
3	Saya merasa puas saat berkunjung ke Waterboom Sawahlunto dikarenakan semua aspek didalamnya sesuai dengan harapan	12	40	18	60
4	Saya ingin melakukan pengunjungan kembali ke Waterboom Sawahlunto	14	46,6	16	53,3
5	kualitas yang fasilitas yang disediakan oleh Waterboom memiliki kualitas yang bagus	13	43,3	17	56,6
6	Saya bersedia merokemendasikan, karena saya merasa puas berkunjung ke Waterboom Sawahlunto	11	36,6	19	63,3

Sumber : Surrvei Awal

Berdasarkan tabel 1.2 diatas merupakan survei awal kepada 30 orang terhadap kepuasan pengunjung Waterboom Sawahlunto yang artinya masih

banyak terdapat pengunjung yang merasa tidak puas selama berkunjung di Waterboom Saawahlunto. Hal ini ditandai dengan 53% pengunjung yang merasa tidak puas dengan fasilitas yang ada di Waterboom Sawahlunto. Serta 56,6% responden yang tidak setuju dengan pernyataan fasilitas di Waterboom memiliki kualitas yang bagus. Terdapat 60% pengunjung yang merasa tidak puas selama berkunjung ke Waterboom Sawahlunto dan hanya 46,6% yang ingin melakukan pengunjungan kembali. Tapi 93,3% terdapat pengunjung yang merasa puas karena lokasi ke Waterboom Sawahlunto memiliki akses yang mudah untuk dikunjungi namun, hanya 36,6% pengunjung yang bersedia untuk merekomendasikan tentang Waterboom Sawahlunto. Hal inilah yang menandakan bahwa tingkat kepuasan wisatawan masih rendah. Oleh sebab itu perlu adanya upaya dari pengelola untuk menciptakan kepuasan wisatawan sehingga tingkat kunjungan wisatawan pun akan meningkat.

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah yang terjadi di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti dan mengidentifikasi adanya pengaruh dari *fasilitas dan lokasi* akan mempengaruhi *kepuasan*. Oleh karena itu agar penelitian ini menjadi lebih fokus, maka penulis mengambil judul **“Pengaruh Fasilitas dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pengunjung Waterboom Sawahlunto”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pengunjung Waterboom Sawahlunto ?
2. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap kepuasan pengunjung Waterboom Sawahlunto ?

1.3 Tujuan penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisa pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pengunjung Waterboom Sawahlunto
2. Untuk menganalisa pengaruh lokasi terhadap kepuasan pengunjung Waterboom Sawahlunto

1.4 Manfaat Penelitian

1. Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat di jadikan sebagai bahan kajian penelitian selanjutnya, dan memberikan sumbangan pemikiran bagi perkembangan ilmu ekonomi manajemen khususnya manajemen pemasaran.

2. Pemerintah Daerah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dipakai sebagai bahan pertimbangan dan masukan bagi pengelola Waterboom Sawahlunto dalam pengembangan jasa pariwisata sehingga kepuasan orang yang berkunjung dapat terwujud dan jumlah kunjungan pun akan meningkat.

BAB II

KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1. Pemasaran Jasa Pariwisata

Pemasaran adalah suatu proses perencanaan dan pelaksanaan pemikiran, penetapan harga, promosi, serta penyaluran gagasan, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memenuhi sasaran-sasaran individu dan organisasi (Kotler, 2009). Jasa sebagai setiap tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun (Lupiyoadi, 2013)

Secara konseptual, pemasaran jasa pariwisata mempunyai makna yang lebih dalam dan luas dari pada sekedar menjual barang. Pemasaran jasa pariwisata adalah suatu sistem dan koordinasi yang harus dilaksanakan sebagai kebijaksanaan bagi perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam bidang kepariwisataan, apakah usaha swasta atau pemerintah, baik dalam ruang lingkup lokal, regional, nasional dan internasional untuk mencapai kepuasan optimal atau kebutuhan-kebutuhan wisatawan dan grup lain disamping untuk mencapai keuntungan yang wajar. (Payangan, 2014)

Ada empat aspek yang harus diperhatikan dalam penawaran pariwisata, seperti adanya daya tarik untuk menarik wisatawan berupa alam maupun masyarakat dan budayanya, transportasi agar wisatawan dengan mudah mencapai

tujuan ke tempat wisata, fasilitas dan kelembagaan agar wisatawan dapat merasakan keamanan dan terlindungi (Ariyanto, 2005)

Berbagai barang dan jasa yang harus disediakan oleh daerah tujuan wisata menjadi enam, yaitu : (1) *Transportation*, (2) *Travel Service*, (3) *Accommodation*, (4) *Food Service*, (5) *Activities and attractions*, dan (6) *Retail goods*. (Pitana, 2005)

2.2. Kepuasan

2.2.1. Pengertian Kepuasan

Kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan kecewa ataupun senang yang dirasakan oleh seseorang, yang timbul akibat membandingkan kinerja yang dihasilkan produk terhadap ekspektasi pembeli (Kotler, 2009). Kepuasan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan (Tjiptono, 2012).

Kegagalan untuk memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen diasumsikan sebagai ketidakpuasan dengan layanan produk atau jasa, karena pada dasarnya kepuasan dan ketidakpuasan konsumen atas produk atau jasa yang akan berpengaruh pada pola perilaku selanjutnya (Lupiyoadi, 2013). Apabila konsumen merasa puas, mereka akan menunjukkan besarnya kemungkinan kembali membeli produk atau jasa yang sama, pelanggan yang puas juga cenderung akan memberikan referensi yang baik atas produk atau jasa yang telah mereka gunakan kepada orang lain (Sulistiyana, 2015).

2.2.2. Pentingnya Kepuasan

Kepuasan wisatawan merupakan salah satu unsur utama dalam upaya untuk mempertahankan wisatawan yang telah ada ataupun untuk menarik wisatawan yang baru. Kepuasan sangat krusial bagi kalangan bisnis, pemerintah dan konsumen. (Tjiptono, 2012)

Bagi bisnis, kepuasan dipandang sebagai salah satu dimensi kinerja pasar. Peningkatan kepuasan konsumen berpotensi mengarah pada pertumbuhan penjualan jangka panjang dan jangka pendek serta pangsa pasar sebagai hasil pembelian ulang.

Bagi pemerintah, konsep kepuasan/ketidakpuasan konsumen dapat mengidentifikasi dan mengisolasi produk dan industri yang membutuhkan tindakan pemerintah dalam rangka meningkatkan kesejahteraan konsumen.

Bagi konsumen, konsep kepuasan konsumen bermanfaat dalam memberikan informasi lebih jelas tentang seberapa puas atau tidak puasnya konsumen lain terhadap produk atau jasa tertentu.

2.2.3. Faktor – faktor yang Mempengaruhi Kepuasan

Faktor-faktor yang harus diperhatikan untuk mempengaruhi kepuasan salah satunya adalah fasilitas dan lokasi. Fasilitas merupakan segala sesuatu yang sengaja disediakan oleh penyedia jasa yang bertujuan untuk memberikan tingkat kepuasan yang maksimal. Agar perjalanan wisata ke daerah tujuan wisata dapat terpenuhi, maka diperlukan pengemasan produk pariwisata sesuai dengan kebutuhan dan keinginan wisatawan. Dalam pemasaran biasanya dihadapkan

kepada masalah bauran pemasaran yang salah satunya adalah lokasi (Kotler, 2009). Indikator kepuasan menurut Tjiptono (2012) ada 3 indikator yaitu, kesesuaian harapan yaitu, minat berkunjung kembali dan kesediaan merekomendasikan.

Ada empat metode untuk mengukur kepuasan, yang pertama memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggan untuk menyampaikan saran, pendapat dan keluhan mereka. Yang kedua, memperkerjakan beberapa orang untuk berperan sebagai pengunjung (*ghost shopping*), ketiga menghubungi para pelanggan yang berhenti membeli agar dapat memahami mengapa hal itu bisa terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan/penyempurnaan selanjutnya (*lost customer analysis*), dan terakhir dengan cara melakukan survei kepuasan pelanggan baik dengan survey melalui pos maupun wawancara pribadi (Kotler, 2009).

2.3. Fasilitas

2.3.1 Pengertian Fasilitas

Dalam pariwisata tamu atau wisatawan harus diberikan kemudahan dalam melaksanakan aktivitas seperti penyediaan perlengkapan fisik sehingga kebutuhan pengunjung dapat terpenuhi selama melakukan aktivitas berwisata (Sulistiyono, 2011). Karena Fasilitas merupakan segala sesuatu yang sengaja disediakan oleh penyedia jasa untuk dipakai serta dinikmati oleh konsumen yang bertujuan memberikan tingkat kepuasan maksimal (Kotler 2009).

Ketika fasilitas wisata dapat memberikan kepuasan maksimal kepada para pengunjung, akan menjadi dasar yang baik untuk mereka untuk menceritakan hal-hal positif kepada orang lain dengan kata lain terciptanya kepuasan pada pengunjung itu sendiri (Wulandari dan Wahyuati, 2017). Fasilitas merupakan sarana dan prasarana yang mendukung operasional objek wisata untuk mengakomodasi segala kebutuhan wisatawan, tidak secara langsung mendorong pertumbuhan tetapi berkembang pada saat yang sama atau sesudah atraksi berkembang (Spillane, 1994)

2.3.2 Faktor-faktor yang diperhatikan dalam fasilitas

Faktor-faktor yang diperhatikan dalam fasilitas yaitu yang pertama harus adanya kebersihan, kelengkapan dan kerapian fasilitas yang ditawarkan. Kondisi dan fungsi fasilitas yang ditawarkan berfungsi dengan baik, kemudahan menggunakan fasilitas, kelengkapan alat yang digunakan harus sesuai dengan spesifikasinya (Arianto, 2005)

Fasilitas di kelompokkan menjadi 3 bagian yaitu fasilitas utama, fasilitas pendukung dan fasilitas penunjang (Spillane, 1994). fasilitas utama adalah fasilitas yang sangat dibutuhkan pengunjung pada saat berada disuatu objek wisata. Contohnya pada Waterboom Sawahlunto yang menjadi fasilitas utamanya yaitu 3 kolam renang yang dilengkapi dengan seluncuran untuk wahana bermain anak-anak, kemudian 2 kolam untuk remaja dan 2 kolam untuk dewasa yang dilengkapi dengan seluncuran ular sanca.

Fasilitas pendukung pada Waterboom Sawahlunto yaitu seperti area bermain anak-anak, kantin (*foocourt*), toilet, area piknik, pintu utama (*main gate*), dan lahan parkir. Sedangkan pada fasilitas penunjang meliputi papan penunjuk arah, toko cinderamata (*souvenir shop*), pusat informasi, mushola, klinik pelayanan pengunjung, tempat pembuangan sampah, dan kursi untuk beristirahat. Fasilitas pendukung adalah sarana yang pada proporsinya sebagai pelengkap fasilitas utama sehingga wisatawan merasa akan lebih betah (Spillane, 1994)

2.4. Lokasi

2.4.1 Pengertian Lokasi

Place (tempat) atau lokasi, yaitu berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan atau dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran (Kotler dan Armstrong, 2008). Pilihan lokasi merupakan faktor penentu dalam usaha menarik pelanggan. Perusahaan menggunakan aneka ragam metode untuk menentukan lokasi, “Salah satu kunci menuju sukses adalah lokasi, lokasi dimulai dengan memilih komunitas”. Keputusan ini sangat bergantung pada potensi pertumbuhan ekonomis dan stabilitas, persaingan, iklim politik, dan sebagiannya (Kotler, 2009).

Lokasi sangat penting dalam industri ini karena lokasi merupakan faktor pertimbangan konsumen dalam memilih toko atau penyedia jasa yang mereka inginkan, pemilihan lokasi penting karena bisa menciptakan keunggulan kompetitif yang mapan, dan pemilihan lokasi sangat beresiko (Kotler dan Armstrong, 2008)

2.4.2 Faktor-faktor yang dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi

Pemilihan lokasi fisik memerlukan pertimbangan cermat terhadap beberapa faktor-faktor seperti akses dimana lokasi yang dilalui mudah dijangkau sarana transportasi umum, visibilitas yaitu lokasi yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal, banyak orang yang berlalu lalang bisa memberikan peluang besar untuk terjadinya *impluse buying*, yaitu keputusan pembelian yang terjadi secara spontan atau tanpa perencanaan, dan kepadatan serta kemacetan bisa menjadi hambatan, tempat parkir yang luas dan nyaman, ekspansi atau tersedianya tempat yang cukup luas untuk perluasan usaha dikemudian hari, lingkungan mendukung jasa yang ditawarkan, kompetisi atau daerah tersebut telah terdapat usaha sejenis atau tidak dan peraturan pemerintah yang berisi ketentuan untuk mengatur lokasi dari sebuah usaha-usaha tertentu (Tjiptono, 2012).

Berdasarkan uraian ringkas diatas dapat disimpulkan Dalam menentukan lokasi sebuah usaha, perlu dipertimbangkan apakah di jalan atau daerah tersebut telah terdapat banyak usaha yang sejenis atau tidak

2.5. Pengembangan Hipotesis

2.5.1. Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan

Dengan adanya fasilitas-fasilitas juga diharapkan dapat membuat para wisatawan merasa lebih nyaman dan tinggal lebih lama serta dapat memberikan kesan yang baik terhadap daya tarik yang dikunjunginya (Zaenuri, 2012)

Penulisan ini juga berpedoman pada peneliti terdahulu yaitu pada hasil penelitian Rosita dkk (2016) menunjukkan bahwa fasilitas wisata dinilai baik oleh

pengunjung Taman Margasatwa Ragunan Jakarta, karena pada hasil penelitian ini dinyatakan bahwa fasilitas wisata yang dimiliki TMR memiliki kualitas baik sehingga memberikan kontribusi yang positif terhadap kepuasan pengunjung TMR Jakarta.

Penulisan ini juga melihat dari peneliti terdahulu yaitu Sulistiyana dkk (2015) mengatakan bahwa fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Museum Satwa karena fasilitas yang membuat konsumen puas adalah fasilitas yang lengkap dengan kondisi bersih dan juga terawat

Penelitian yang dilakukan oleh Aprilia dkk (2017) menunjukkan bahwa variabel fasilitas mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan wisatawan karena fasilitas yang terdapat pada suatu destinasi harus dapat menciptakan kepuasan wisatawan.

Dari penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, artinya semakin baik fasilitas suatu objek wisata maka semakin baik tingkat kepuasan wisatawan rasakan, sebaliknya semakin kurang baiknya fasilitas suatu objek wisata maka semakin rendah pula tingkat kepuasan yang wisatawan rasakan. Oleh sebab itu maka dalam penelitian ini diusulkan hipotesis sebagai berikut :

H1 : Fasilitas berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pengunjung

Waterboom Sawahlunto

2.5.2. Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan

Lokasi sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan (Tjiptono, 2012). Semakin baik Lokasi maka semakin tinggi tingkat kepuasan pengunjung.

Penulisan ini berpedoman pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Loredah dkk (2016) hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Stove Syndicate Cafe di Semarang. Berdasarkan penelitian ini membuktikan bahwa Stove Syndicate Cafe sudah memilih lokasi yang strategis yaitu dekat dengan tempat tinggal konsumen yang sebagian besar adalah mahasiswa. Hal ini membuktikan bahwa lokasi yang mudah dijangkau konsumen akan menimbulkan kepuasan pada konsumen.

Berdasarkan penelitian Bailia dkk (2014) menunjukkan bahwa Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada warung makan Lamongan di Kota Manado. Dalam penelitian ini konsumen menilai bahwa warung makan Lamongan di Kota Manado memiliki Lokasi yang strategis dan mudah dijangkau kendaraan dan ketersediaan lokasi yang dapat menjangkau konsumen sehingga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

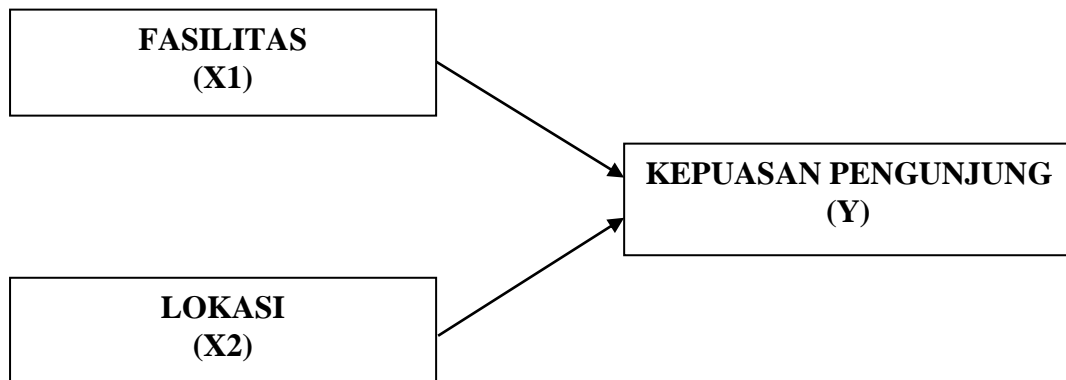
Hal ini diperkuat dengan hasil penelitian oleh Fachtur dan Yuniati (2014) yang menemukan bahwa Lokasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Auto 2000 Sungkono Surabaya karena pada hasil penelitian ini naik turunnya kepuasan pelanggan Auto 2000 Sungkono Surabaya tergantung pada seberapa strategis lokasi Auto 2000 Sungkono Surabaya.

Dari penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, artinya semakin baik Lokasi suatu objek maka semakin baik tingkat kepuasan pengunjung, sebaliknya semakin kurang baiknya Lokasi yang diberikan di suatu objek maka semakin rendah pula tingkat kepuasan pengunjung. Oleh sebab itu maka dalam penelitian ini diusulkan hipotesis sebagai berikut :

H2 : Lokasi berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pengunjung Waterboom Sawahlunto

2.6. Kerangka Konseptual

**Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran**



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah tempat wisata Waterboom Sawahlunto.

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2004). Populasi dalam penelitian ini adalah semua pengunjung yang berkunjung ke Waterboom Sawahlunto

3.2.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2004). Pengambilan jumlah sampel dilakukan dengan pertimbangan bahwa populasi yang ada cukup besar, sehingga tidak memungkinkan untuk diteliti seluruh populasi yang ada. Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang mewakili populasi tersebut (Sugiyono, 2011). Penelitian ini tergolong pada *non probability sampling* karena memiliki populasi yang tidak diketahui. Kemudian rumus dalam menghitung ukuran sampel

yang akan digunakan pada penelitian ini dengan menggunakan rumus Cochran (1963) sebagai berikut :

$$n_o = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

Dimana :

n_o = Ukuran sampel

Z^2 = Abscissa kurva normal yang memotong area sisi (tails), atau 1-tingkat kepercayaan 95%, maka Z sebesar 1,96

e = Tingkat ketetapan yang diinginkan = 100% - 95% = 5% atau (0,05)

p = Proporsi yang diestimasi suatu atribut yang ada dalam suatu populasi = 10% atau 0,1

q = 1- p = 1- 0,1 = 0,9

Berdasarkan pada rumus tersebut ,maka perhitungan untuk jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned} n_o &= \frac{Z^2 pq}{e^2} \\ n_o &= \frac{(1.96)^2 (0.1)(0.9)}{(0.05)^2} \\ &= 138 \text{ Responden} \end{aligned}$$

Maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 138 Responden.

3.2.3. Teknik Penarikan Sampel

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *non probability sampling*, dengan jenis *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2004). Kriteria yang digunakan ditentukan secara bebas oleh peneliti. Adapun kriteria sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Pengunjung yang mengunjungi Waterboom Sawahlunto dengan usia 17 tahun keatas.

3.3. Jenis dan Sumber Data

3.3.1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan adalah data primer. Data primer merupakan data yang penulis dapatkan langsung dari para pengunjung yang pernah berkunjung ke Waterboom Sawahlunto

3.3.2. Sumber Data

Data dan informasi yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah data yang bersumber pada penyebaran kuesioner yang penulis sebarkan kepada 138 responden yang pernah berkunjung ke Waterboom Sawahlunto

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Untuk melakukan pengumpulan data maka penulis melakukan pengambilan data secara langsung dengan metode lapangan (*field research*) yaitu berupa penyebaran kuesioner pada pengunjung Waterboom Sawahlunto.

3.5. Definisi Operasional

3.5.1. Variabel Dependen

Kepuasan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (outcome) tidak memenuhi harapan (Tjiptono, 2012). Indikator kepuasan menurut Tjiptono (2012) ada 3 indikator yaitu, kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali dan kesediaan merekomendasikan

3.5.2. Variabel Independen

Variabel independen atau variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah :

3.5.2.1. Fasilitas (X1)

Destinasi wisata yang bagus harus mampu menyediakan fasilitas wisata yang sesuai dengan kebutuhan pengunjung untuk memberikan kemudahan dan memenuhi kebutuhan mereka selama berkunjung. Fasilitas merupakan segala sesuatu yang sengaja disediakan oleh penyedia jasa untuk dipakai serta dinikmati oleh konsumen yang bertujuan memberikan tingkat kepuasan maksimal (Kotler, 2009). Fasilitas di kelompokkan menjadi 3 bagian yaitu fasilitas utama, fasilitas pendukung dan fasilitas penunjang (Spillane, 1994).

3.5.2.2 Lokasi

Place (tempat) atau lokasi, yaitu berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan atau dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran (Kotler dan Armstrong, 2008). Indikator yang digunakan untuk mengukur lokasi menurut Tjiptono (2012) yaitu, lokasi yang mudah dijangkau, kondisi jalan menuju lokasi, waktu yang ditempuh menuju lokasi, petunjuk yang jelas menuju lokasi, banyaknya orang yang lalu lalang yang bisa memberikan *impluse buying*, tempat parkir yang luas dan aman serta kebersihan dan kenyamanan lingkungan objek wisata.

3.6. Skala Pengukuran Variabel

Untuk mendapatkan hasil yang memadai dari penelitian ini, penulis menyebarkan kuesioner kepada responden. Pengukuran data dalam penelitian ini adalah angket daftar pertanyaan yang disusun berdasarkan kisi-kisi dalam bentuk skala *likert* (skala lima tingkat). Daftar pernyataan yang disusun mengikuti model skala *likert* 1 sampai dengan 5, yang terdiri dari (Sugiyono, 2004) :

- | | |
|------------------------|----------------|
| 1. Sangat Tidak Setuju | diberi bobot 1 |
| 2. Tidak Setuju | diberi bobot 2 |
| 3. Cukup Setuju | diberi bobot 3 |
| 4. Setuju | diberi bobot 4 |
| 5. Sangat Setuju | diberi bobot 5 |

3.7. Pengujian Instrumen Penelitian

3.7.1. Uji Validitas

Teknik dalam pengukuran validitas dalam penelitian ini dengan *Confirmatory Factor Analysis (CFA)*, karena menggunakan proses *Structural Equation Modelling (SEM)*. *CFA* berfungsi untuk menguji apakah suatu konstruk mempunyai unidimensionalitas atau apakah indikator-indikator pertanyaan yang digunakan dapat mengkonfirmasi sebuah konstruk atau variabel. Untuk pengujian *CFA*, *Kaiser Mayer Olkin (KMO)* dan *Barlett's test of sphericity* untuk korelasi antar variabel yang diinginkan adalah diatas 0,5 dan tingkat signifikansi penelitian adalah dibawah 0,05 (Ghozali, 2009).

3.7.2. Uji Reliabilitas

Uji realibilitas adalah suatu 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. *reliability is the consistency and stability of the measuring instrument*. Secara umum definisi tersebut dapat diartikan bahwa reliabilitas merupakan konsistensi dan stabilitas dari pengukuran instrumen. Untuk mengetahui reliabilitas masing masing variabel penelitian digunakan nilai *croanbach`s alpha* minimal 0,60 (Sekaran, 2006).

3.8. Metode Analisa Data

Dalam melakukan pengujian statistik, maka penulis melakukan pengujian daya yang di gunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan tahapan pengujian meliputi :

3.8.1. Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2004) analisa deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Analisa deskriptif dilakukan dengan menghitung rata-rata (*mean*), nilai tengah (*median*), nilai yang sering muncul (*modus*) dan standar deviasi untuk mengetahui sebaran data dan tingkat pencapaian. Teknik analisis yang digunakan adalah dengan menghitung Tingkat Capaian Responden (TCR) dari masing-masing variabel yang digunakan, rumus yang digunakan :

$$TCR = \frac{Rs}{n} \times 100\%$$

Keterangan :

TCR : Tingkat Capaian Responden

Rs : Rata-rata skor jawaban responden

n : Nilai skor jawaban

Dengan kriteria interpretasi skor Total Capaian Responden didasarkan :

No	Angka	Keterangan
1	0% - 20%	Sangat Lemah
2	21% - 40%	Lemah
3	41% - 60%	Cukup
4	61% - 80%	Kuat
5	81% - 100%	Sangat Kuat

Sumber : Riduwan (2012)

3.8.2. Analisa Inferensial

3.8.2.1. Uji Normalitas

Tujuan dari uji normalitas adalah untuk menentukan apakah variabel terdistribusi normal atau tidak. Seperti diketahui bahwa uji T dan F mengasumsi bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid. Untuk mengetahui pola distribusi dari variabel yang digunakan dalam penelitian ini, maka digunakan bantuan uji *non parametric bon sample kolmogrov smirnov test*, dimana apabila nilai signifikan variabel penelitian lebih besar dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa variabel pengganggu atau residual terdistribusi secara normal (Ghozali, 2009).

3.8.3. Uji Asumsi Klasik

3.8.3.1. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dimaksudkan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (*independent*). Model regresi yang baik adalah tidak terjadi korelasi yang tinggi antar sesama variabel bebas. Cara menentukan ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi dilihat dari nilai *variance inflation* (VIF). Nilai cut-off yang umum dipakai untuk

menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai tolerance lebih kecil dari 0,10 atau nilai VIF lebih besar dari 10 (Ghozali, 2009).

3.8.3.2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain (Ghozali, 2009). Model regresi yang baik adalah tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. Alat uji yang digunakan untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas yaitu dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada *scatterplot* yang menunjukkan hubungan antara *Regression Studentised Residual* dengan *Regression Standardized Predicted Value*. Dasar pengambilan keputusan berkaitan dengan gambar tersebut adalah :

- a. Jika titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur seperti (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.8.4. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat yaitu antara fasilitas (X1) dan lokasi (X2) terhadap variabel kepuasan (Y). Perhitungan analisa regresi yang digunakan pada penelitian ini menggunakan persamaan regresi linier berganda (Ghozali, 2009).

Dalam penelitian ini analisis linier berganda dapat disusun dalam fungsi atau persamaan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Kepuasan

a = Konstanta

b1 = Koefisien untuk fasilitas

b2 = Koefisien untuk lokasi

X₁ = Fasilitas

X₂ = Lokasi

e = Variabel pengganggu

3.8.5. Uji Kelayakan Model (F)

Uji F adalah bagian uji statistik yang digunakan untuk membuktikan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara serentak. Nilai F_{tabel} diperoleh dari tabel F dengan menggunakan *level of significant* sebesar 5% dan *degree offreedom* adalah n-k. Jika F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} dapat disimpulkan ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen, dalam arti variabel independen mampu mempengaruhi variabel dependen. Secara umum Gujarati (2001) merumuskan uji F-statistik sebagai berikut :

$$F = \frac{R^2 / K}{(1 - R^2) / (n - k)}$$

Dimana :

R = koefisien determinasi

n = jumlah tahun sampel

k = jumlah variabel bebas

Kriteria pengujian :

- a. Bila nilai signifikan $< \alpha$, maka H_0 diterima yang berarti bahwa semua variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b. Bila nilai signifikansi $> \alpha$, maka H_0 ditolak yang berarti bahwa semua variabel independen secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

3.8.6. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi adalah suatu nilai yang menunjukkan besarnya perubahan yang terjadi yang diakibatkan oleh variabel lainnya. Koefisien determinasi dinyatakan dalam R^2 . Koefisien determinasi (R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dalam *output* SPSS, koefisien determinasi terletak pada tabel model *Summary* dan tertulis *Adjusted R^2* yang terkecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen (Ghozali, 2009).

3.8.7. Uji T

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Pengujian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel fasilitas dan lokasi

terhadap variabel kepuasan secara terpisah atau parsial. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel Coefficients.

Dalam melakukan estimasi data maka digunakan tingkat toleransi kesalahan sebesar 5%. Kriteria pengujian dengan melihat nilai signifikan sebagai berikut (Ghozali, 2009) :

- a. Jika nilai signifikansi $< \alpha$, maka keputusannya adalah H_0 ditolak dan H_a diterima maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen secara parsial.
- b. Jika nilai signifikansi $> \alpha$, maka keputusannya adalah H_0 diterima dan H_a ditolak maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen secara parsial.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskriptif Umum Responden

Sesuai dengan perumusan masalah dan hipotesis penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh fasilitas dan lokasi terhadap kepuasan pengunjung Waterboom Sawahlunto, maka dilakukan proses penyebaran kuisioner penelitian kepada 138 orang pengunjung yang mengunjungi Waterboom Sawahlunto, dari penyebaran kuisioner yang telah dilakukan 100% kuisioner berhasil dikembalikan dan dapat dibuat sebuah tabulasi hasil penelitian.

Berdasarkan hasil pentabulasian data dapat dikelompokkan karakteristik responden yang berpartisipasi didalam penelitian ini meliputi karakteristik berdasarkan jenis kelamin, umur, pendidikan terakhir, pekerjaan dan penghasilan pengunjung yang mengunjungi Waterboom Sawahlunto, seperti yang terlihat pada di bawah ini :

4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Setelah dilakukan tabulasi data, maka dapat dikelompokkan responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini sesuai dengan jenis kelamin yang dimiliki masing-masing responden. Berikut ringkasan klarifikasi responden berdasarkan jenis kelamin seperti yang terlihat pada tabel 4.1 berikut ini :

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi (Orang)	Presentase (%)
Pria	72	52,2
Wanita	66	47,8
Total	138	100

Sumber : data primer diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.1 ditemukan bahwa lebih sedikit responden pria yang mengunjungi Waterboom Sawahlumto yaitu sebanyak 72 orang atau (52,2%) dari total keseluruhan responden, dan sisanya yang berjenis kelamin wanita sebanyak 66 orang atau (47,8%) dari total keseluruhan responden, pria lebih cenderung mengunjungi Waterboom Sawahlumto

4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Setelah dilakukan tabulasi data, maka dapat dikelompokkan responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini sesuai dengan umur masing-masing responden. Berikut ringkasan klarifikasi responden berdasarkan umur seperti yang terlihat pada tabel 4.2 berikut ini :

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Umur	Frekuensi (orang)	Presentase (%)
17-22 tahun	38	27,5
23-28 tahun	47	34,1
29-34 tahun	26	18,8
35-40 tahun	16	11,6
>40 tahun	11	8,0
Total	138	100

Sumber : data primer diolah 2018

Dari tabel 4.2 dapat dilihat bahwa konsumen terbanyak adalah responden yang berusia 23-28 tahun berjumlah 47 orang atau 34,1% dari total keseluruhan responden, kemudian konsumen terbanyak ke dua yaitu konsumen yang berusia 17-22 tahun yang berjumlah 38 orang atau 27,5% dari total keseluruhan responden, kemudian konsumen terbanyak ke tiga yaitu konsumen yang berusia 29-34 tahun yang berjumlah 26 orang atau 18,8% dari total keseluruhan responden, yang ke empat berusia 35-40 tahun dengan jumlah 16 orang atau 11,6% dan yang paling sedikit sekali yaitu yang berusia >40 tahun yang

berjumlah 11 orang atau 8,0% dari total keseluruhan responden. Hal ini menyatakan bahwa konsumen yang paling banyak mengunjungi Waterboom Sawahlunto yaitu yang berumur 23-28 tahun berjumlah 47 orang.

4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Melalui proses tabulasi data, responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini dapat dikelompokkan berdasarkan pendidikan terakhir masing-masing responden, seperti yang terlihat pada tabel 4.3 berikut ini :

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Status Pekerjaan	Frekuensi (orang)	Presentase (%)
SMA / sederajat	62	44,9
Diploma	16	11,6
Sarjana (S1)	46	33,3
Sarjana (S2)	7	5,1
Lain-lainnya	7	5,1
Total	138	100

Sumber : data primer diolah, 2018

Berdasarkan table 4.3 ditemukan bahwa responden yang mengunjungi Waterboom Sawahl;umto yang merupakan SMA/sederajat sebanyak 62 orang atau 44,9% dari total keseluruhan responden, Diploma sebanyak 16 orang atau 11,6% dari total keseluruhan responden, Sarjana (S1) sebanyak 46 orang atau 33,3% dari total seluruh responden, Sarjana (S2) sebanyak 7 orang atau 5,1% dari total keseluruhan responden, dan Lain-lainnya sebanyak 7 orang atau 5,1% dari total seluruh responden. Hal ini mengidentifikasi bahwa pendidikan terakhir pengunjung yang mengunjungi Waterboom Sawahlunto adalah pelajar SMA/sederajat sebanyak 62 orang.

4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Melalui proses tabulasi data, responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini dapat dikelompokkan berdasarkan pekerjaan masing-masing responden, seperti yang terlihat pada tabel 4.4 berikut ini :

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Status Pekerjaan	Frekuensi (orang)	Presentase (%)
Pelajar/mahasiswa	39	28,3
Pegawai Negeri	18	13,0
Pegawai swasta	16	11,6
Wiraswasta	28	20,3
Angkatan/TNI/POLRI	5	3,6
Ibu Rumah Tangga	15	10,9
Lainnya	17	12,3
Total	138	100

Sumber : data primer diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.4 ditemukan bahwa responden yang mengunjungi Waterboom Sawahlunto yang merupakan pelaja/mahasiswa sebanyak 39 orang atau 28,3% dari total keseluruhan responden, Wiraswasta sebanyak 28 orang atau 20,3% dari total keseluruhan responden, Pegawai Negeri sebanyak 18 orang atau 13,0% dari total seluruh responden, Pegawai Swasta sebanyak 16 orang atau 11,6% dari total keseluruhan responden, angkatan/TNI/POLRI sebanyak 5 orang atau 3,6% dari total seluruh responden, ibu rumah tangga sebanyak 15 orang atau 10,9% dari total seluruh responden, dan yang lainnya sebanyak 17 orang atau 12,3% Hal ini mengidentifikasi bahwa pengunjung yang mengunjungi Waterboom Sawahlumto dominannya pelajar/mahasiswa.

4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Sebulan

Berdasarkan Tabulasi data maka dapat dikelompokkan responden yang berpartisipasi dalam Penelitian ini sesuai dengan pendapatan sebulan terlihat pada tabel 4.5 berikut ini :

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan atau Uang saku

Pendapatan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
< Rp. 1.000.000	57	41,3
Rp. 1.000.000 - Rp. 1.500.000	20	14,5
Rp. 1.500.000 - Rp. 2.000.000	15	10,9
Rp 2.000.000 - 3.000.000	29	21,0
> Rp 3.000.000	17	12,3
Total	138	100

Sumber : data primer diolah 2018

Berdasarkan pengelompokan responden menurut penghasilan atau uang saku responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini memiliki lima kelompok yaitu pendapatan sebesar < Rp 1.000.000 sebesar 57 orang atau 41,3%, Rp 1.000.000 – 1.500.000 sebanyak 20 orang atau 14,5%, Rp 1.500.000 – Rp 2.000.000 sebanyak 15 orang atau 10,9%, Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000 sebanyak 29 orang atau 21,0% sedangkan yang berpendapatan > Rp 3.000.000 sebanyak 17 orang atau 12,3% Dapat dinyatakan bahwa pengunjung yang mengunjungi Waterboom Sawahlunto dominan yang memiliki pendapatan < Rp. 1.000.000

4.2. Uji Validitas dan Reliabilitas Data

4.2.1. Uji Validitas

Pengukuran validitas dalam penelitian ini dengan *Confirmatory Factor Analysis (CFA)*, karena menggunakan proses *Structural Equation Modelling (SEM)*. *CFA* berfungsi untuk menguji apakah suatu konstruk mempunyai unidimensionalitas atau apakah indikator-indikator pertanyaan yang digunakan dapat mengkonfirmasi sebuah konstruk atau variabel. Untuk pengujian *CFA*, *Kaiser Mayer Olkin (KMO)* dan *Barlett's test of sphericity* untuk korelasi antar variabel yang diinginkan adalah diatas 0,5 dan tingkat signifikansi penelitian adalah dibawah 0,05 setelah syarat tersebut terpenuhi maka validnya item pernyataan ditentukan uji *CFA* dengan standar nilai $\geq 0,40$ (Ghozali, 2009).

a. Pengujian Validitas Variabel Kepuasan (Y)

Berdasarkan uji validitas yang dilakukan, diperoleh deskripsi data mengenai uji validitas variabel kepuasan seperti yang terlihat pada Tabel 4.6 berikut ini :

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Kepuasan (Y)

No	Kode Item	KMO – MSA	Faktor Loading	Keterangan
1	KP 1		0.888	Valid
2	KP 2	0,702	0.824	Valid
3	KP 3		0.860	Valid

Sumber: Data Primer diolah 2018

Berdasarkan Tabel 4.6, diperoleh nilai *Kaiser Meyer Olkin Measure Of Sampling Adequacy (KMO – MSA)* dari variabel kepuasan sebesar 0,702 lebih besar dari 0,5 ini memberikan arti bahwa keseluruhan dari item item pernyataan

kepuasan valid untuk diuji, Oleh sebab itu item pernyataan kuesioner kepuasan dapat dijadikan acuan penelitian selanjutnya.

b. Pengujian Validitas Variabel Fasilitas

Berdasarkan uji validitas yang dilakukan, diperoleh deskripsi data mengenai uji validitas variabel fasilitas seperti yang terlihat pada Tabel 4.7 berikut ini :

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas Fasilitas (X1)

No	Kode Item	KMO – MSA	Faktor Loading	Keterangan
1	FA 1		0,695	Valid
2	FA 2		0,849	Valid
3	FA 3		0,812	Valid
4	FA 4		0,821	Valid
5	FA 5		0,711	Valid
6	FA 6		0,688	Valid
7	FA 7	0,791	0,292	Valid
8	FA 8		0,607 dan 409	Tidak Valid / Ambigu
9	FA 9		0,760	Valid
10	FA 10		0,718	Valid
11	FA 11		0,737	Valid
12	FA 12		0,687	Valid
13	FA 13		0,546	Valid

Sumber: Data Primer diolah 2018

Berdasarkan Tabel 4.7, diperoleh nilai *Kaiser Meyer Olkin Measure Of Sampling Adequacy* (KMO – MSA) dari variabel fasilitas sebesar 0,791 lebih besar dari 0,5 ini memberikan arti bahwa keseluruhan dari item item pernyataan fasilitas valid untuk diuji, namun dari 13 item pernyataan variabel fasilitas terdapat 1 item pernyataan dinyatakan tidak valid atau ambigu karena memiliki dua nilai *factor loading*, untuk itu satu item pernyataan tersebut tidak diikutsertakan dalam pengujian selanjutnya. Sedangkan untuk 12 item pernyataan yang tersisa dinyatakan valid karena memiliki nilai *factor loading* lebih besar dari 0,40. Oleh sebab itu item pernyataan kuesioner fasilitas yang valid dapat dijadikan acuan penelitian selanjutnya.

c. Pengujian Validitas Variabel Lokasi (X2)

Berdasarkan uji validitas yang dilakukan, diperoleh deskripsi data mengenai uji validitas variabel lokasi seperti yang terlihat pada Tabel 4.7 berikut ini :

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Lokasi (X2)

No	Kode Item	KMO – MSA	Faktor Loading	Keterangan
1	L 1	0.841	0.677	Valid
2	L 2		0.784	Valid
3	L 3		0.722	Valid
4	L 4		0.708	Valid
5	L 5		0.743	Valid
6	L 6		0.729	Valid

Sumber: Data Primer diolah 2018

Berdasarkan Tabel 4.8, diperoleh nilai *Kaiser Meyer Olkin Measure Of Sampling Adequacy* (KMO – MSA) dari variabel lokasi sebesar 0,841 lebih besar dari 0,5 ini memberikan arti bahwa keseluruhan dari item item pernyataan lokasi valid untuk diuji dan dari 7 item pernyataan variabel lokasi dinyatakan valid karena memiliki *factor loading* lebih besar dari 0,40. Sehingga seluruh item pernyataan yang valid dapat terus digunakan kedalam tahapan pengolahan data selanjutnya.

4.2.2. Uji Reliabilitas

Uji realibilitas 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 (Sekaran, 2006).

Tabel 4.9
Hasil Uji Reabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Cut Off</i>	Keterangan
Kepuasan (Y)	0.818	0,60	<i>Reliable</i>
Fasilitas (X1)	0.782	0,60	<i>Reliable</i>
Lokasi (X2)	0.832	0,60	<i>Reliable</i>

Sumber: Data Primer diolah 2018

Berdasarkan tabel 4.9, 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, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam penelitian yaitu kepuasan, fasilitas dan lokasi adalah reliabel atau handal. Dengan kata lain semua instrumen 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).

a. Distribusi Frekuensi Kepuasan

Berdasarkan data yang diperoleh dari pengunjung yang berkunjung di Waterboom Sawahlunto, diperoleh deskripsi data mengenai kepuasan secara umum seperti yang terlihat pada tabel 4.10 berikut ini:

Tabel 4.10
Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan

No	Item Indikator	Jawaban Responden										N	Mean	TCR	KET
		STS		TS		CS		S		SS					
		Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%				
1	Kunjungan sesuai harapan	2	1,4	7	5,1	21	15,2	78	56,5	30	21,7	138	3,92	78,4	Cukup Baik
2	Bernminat berkunjung kembali	0	0,0	5	3,6	23	16,7	70	50,7	40	29,0	138	4,05	81	Sangat Baik

3	Merekomendasikan ke orang lain	3	2,2	11	8,0	30	21,7	66	47,8	28	20,3	138	3,76	75,2	Cukup Baik
Rerata Kepuasan													3,91	78,2	Cukup Baik

Sumber: Data Primer diolah 2018

Berdasarkan tabel 4.10, diperoleh informasi bahwa 79,7% pengunjung yang berniat untuk berkunjung kembali ke Waterboom Sawahlunto dengan berbagai alasan tertentu. Tapi, masih ada 10,2% orang yang enggan untuk merekomendasikan Waterboom Sawahlunto ke orang lain. Maka dari itu di peroleh skor rata-rata dari variabel kepuasan adalah sebesar 3,91 dengan tingkat capaian responden 78,2% dan termasuk dalam kategori cukup baik, hal ini berarti tingkat kepuasan pengunjung yang berkunjung ke Waterboom Sawahlunto cukup baik atau cukup puas

b. Distribusi Frekuensi Fasilitas

Berdasarkan data yang diperoleh dari pengunjung yang berkunjung ke Waterboom Sawahlunto, diperoleh deskripsi data mengenai fasilitas secara umum seperti yang terlihat pada tabel 4.11 berikut ini:

Tabel 4.11
Distribusi Frekuensi Variabel Fasilitas

No	Item Indikator	Jawaban Responden										N	Mean	TCR	KET
		STS		TS		CS		S		SS					
		Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%				
1	Kebersihan kolam renang	7	5,1	8	5,8	34	24,6	51	37,0	38	27,5	138	3,76	75,2	Cukup baik
2	Area bermain anak-anak yang bersih	9	6,5	10	7,2	29	21,0	51	37,0	39	28,3	138	3,73	74,6	Cukup baik
3	Kantin yang bersih dan	5	3,6	18	13,0	34	24,6	62	44,9	19	13,8	138	3,52	70,4	Cukup

	higienis																		baik											
4	Toilet yang terawat dan rapi	9	6,5	14	10,1	38	27,5	48	34,8	29	21,0	138	3,54	70,8					Cukup baik											
5	Kebersihan area piknik	6	4,3	15	10,9	35	25,4	63	45,7	19	13,8	138	3,54	70,8					Cukup baik											
6	Pintu utama sesuai spesifikasi	5	3,6	12	8,7	20	14,5	67	48,6	34	24,6	138	3,82	76,4					Cukup baik											
7	Papan penunjuk arah mudah dibaca	0	0,0	12	8,7	27	19,6	68	49,3	31	22,5	138	3,86	77,2					Cukup baik											
9	Pusat informasi bisa digunakan dengan baik	3	2,2	11	8,0	25	18,1	63	45,7	36	26,1	138	3,86	77,2					Cukup baik											
10	Mushola terawat dan bersih	3	2,2	12	8,7	34	24,6	57	41,3	32	23,2	138	3,75	75					Cukup baik											
11	Peralatan klinik perawatan lengkap	2	1,4	17	12,3	34	24,6	62	44,9	23	16,7	138	3,63	72,6					Cukup baik											
12	Tempat pembuangan sampah mudah dijangkau	3	2,2	11	8,0	39	28,3	62	44,9	23	16,7	138	3,66	73,2					Cukup baik											
13	Kursi untuk beristirahat berfungsi baik	4	2,9	14	10,1	28	20,3	64	46,4	28	20,3	138	3,71	74,2					Cukup baik											
Rerata Fasilitas																														Cukup Baik
													3,69	73,9																

Sumber: Data Primer diolah 2018

Berdasarkan tabel 4.11 diperoleh informasi bahwa 78% pengunjung bisa menggunakan fasilitas papan penunjuk arah yang disediakan Waterboom Sawahlunto dengan mudah. Tapi, pada fasilitas yang lain masih ada 23% pengunjung yang berpendapat bahwa Waterboom Sawahlunto memiliki kantin yang kurang bersih dan higienis. Namun, skor rata-rata dari variabel fasilitas adalah sebesar 3,69 dengan tingkat capaian responden 73,9% dan termasuk dalam kategori cukup baik, hal ini berarti fasilitas Waterboom Sawahlunto cukup baik.

c. Distribusi Frekuensi Lokasi

Berdasarkan data yang diperoleh dari pengunjung Waterboom Sawahlunto, diperoleh deskripsi data mengenai lokasi secara umum seperti yang terlihat pada tabel 4.12 berikut ini:

Tabel 4.12
Distribusi Frekuensi Variabel Lokasi

No	Item Indikator	Jawaban Responden										N	Mean	TCR	KET
		STS		TS		CS		S		SS					
		Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%				
1	Terletak di arus lalu lintas yang padat	3	2,2	9	6,5	24	17,4	81	58,7	21	15,2	138	3,78	75,6	Cukup baik
2	Terletak di lokasi yang strategis	3	2,2	3	2,2	37	26,8	72	52,2	23	16,7	138	3,79	75,8	Cukup baik
3	Lokasi mudah dijangkau	1	7	3	2,2	39	28,3	65	47,1	30	21,7	138	3,87	77,4	Cukup baik
4	Memiliki parkir luas dan aman	3	2,2	11	8,0	35	25,4	63	45,7	26	18,8	138	3,71	74,2	Cukup baik
5	Lingkungan yang nyaman dan bersih	2	1,4	10	7,2	33	23,9	66	47,8	27	19,6	138	3,77	75,4	Cukup baik
6	Tidak membutuhkan waktu yang lama ke lokasi	1	7	7	5,1	23	16,7	78	56,5	29	21,0	138	3,92	78,4	Cukup baik
7	Tersedianya petunjuk yang jelas saat menuju lokasi	4	2,9	6	4,3	27	19,6	77	55,8	24	17,4	138	3,80	76	Cukup baik
Rerata Lokasi												3,80	76,1	Cukup Baik	

Sumber: Data Primer diolah 2018

Berdasarkan tabel 4.12 Berdasarkan tabel 4.12, diperoleh informasi bahwa 77,5% pengunjung tidak membutuhkan waktu yang lama untuk datang ke lokasi Waterboom Sawahlunto. Tapi, 12,1% pengunjung merasakan bahwa

Waterboom Sawahlunto tidak memiliki parkir yang luas dan aman. Namun dalam keseluruhan dapat diperoleh skor rata-rata dari variabel lokasi adalah sebesar 3,80 dengan tingkat capaian responden 76,1% dan termasuk dalam kategori cukup baik.

4.4. Analisa Inferensial

4.4.1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menentukan apakah variabel terdistribusi normal atau tidak. Seperti diketahui bahwa uji T dan F mengasumsi bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid. Untuk mengetahui pola distribusi dari variabel yang digunakan dalam penelitian ini, maka digunakan bantuan uji *non parametric One Sample Kolmogrov Smirnov Test*, dimana apabila nilai signifikan variabel penelitian lebih besar dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa variabel pengganggu atau residual terdistribusi secara normal (Ghozali, 2009).

Setelah dilakukan pengujian terhadap data yang digunakan dalam penelitian ini maka ditemukan hasil pengujian normalitas seperti yang terlihat pada tabel 4.13 berikut ini :

Tabel 4.13
Hasil Uji Normalitas

Variabel	<i>Asymp. sig (2-tailed)</i>	<i>Alpha</i>	Keterangan
Kepuasan (Y)	0.000	0,05	Tidak Normal
Fasilitas (X1)	0.348	0,05	Normal
Lokasi (X2)	0.162	0,05	Normal

Sumber: Data Primer diolah 2018

Berdasarkan Tabel 4.13 di atas terlihat variabel penelitian kepuasan belum menghasilkan nilai *Asymp. Sig* yang besar dari 0,05 dengan demikian nilai *Asymp. Sig* tersebut harus dinormalkan, penormalan nilai *Asymp. Sig* tersebut terlihat pada Tabel 4.13 sebagai berikut:

Tabel 4.14
Hasil Pengujian Setelah di Normalkan

<i>Asymp. Sig (2-tailed)</i>	Keterangan
0.063	Normal

Sumber : data primer diolah

Setelah dilakukan penormalan data *Asymp. Sig (2-tailed)* menghasilkan nilai yang besar dari 0,05 yaitu sebesar 0.063 dan dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel penelitian yang digunakan berdistribusi normal, oleh sebab itu tahapan pengolahan dapat segera dilanjutkan.

4.5. Uji Asumsi Klasik

4.5.1. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dimaksudkan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (*independent*). Model regresi yang baik adalah tidak terjadi korelasi yang tinggi antar sesama variabel bebas. Cara menentukan ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi dilihat dari nilai *variance inflation faktor* (VIF). Nilai cut-off yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *tolerance* lebih kecil dari 0,10 atau nilai VIF lebih besar dari 10 (Ghozali, 2009).

Dalam analisis ini dapat dilihat nilai *variance inflation factor* dan angka *tolerance*, seperti yang terlihat pada tabel 4.15 berikut ini :

Tabel 4.15
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Fasilitas (X1)	0.993	1.007	Tidak Multikolinieritas
Lokasi (X2)	0.993	1.007	Tidak Multikolinieritas

Sumber: Data Primer diolah 2018

Dari hasil analisis terdapat dua variabel bebas (*independent*) dalam penelitian ini dimana nilai VIF-nya lebih besar dari 10 dan nilai *tolerance* lebih kecil dari 0,10. Ini berarti tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas tersebut. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel (*independent*) berupa fasilitas dan lokasi tidak saling mengganggu atau mempengaruhi sehingga memenuhi persyaratan asumsi klasik tentang multikolinieritas dan dapat digunakan kedalam tahapan pengolahan data selanjutnya.

4.5.2. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu persamaan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual dari suatu pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika varians berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Regresi yang baik adalah homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan uji *gletser*, uji *gletser* ini dilakukan dengan cara *meregres* variabel bebas terhadap nilai residualnya yang telah *unstandardized*. Bila nilai signifikannya lebih besar dari 0,05 berarti tidak terdapat gejala heteroskedastisitas (Ghozali, 2009).

Dari uji heteroskedastisitas yang dilakukan terhadap penelitian ini, diperoleh hasil seperti yang terlihat pada tabel 4.16 berikut ini :

Tabel 4.16
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Nilai Signifikan	Alpha	Keterangan
Fasilitas (X1)	0.062	0.05	Tidak Heteroskedastisitas
Lokasi (X2)	0.341	0.05	Tidak Heteroskedastisitas

Sumber: Data Primer diolah 2018

Berdasarkan tabel 4.16 yang merupakan hasil analisis gejala heteroskedastisitas ditunjukkan koefisien regresi dari masing-masing variabel bebas terdapat nilai absolut residual. Jika nilai probabilitas lebih besar dari nilai *Alpha* atau ($\text{Sig} > 0,05$), maka dipastikan hasil uji tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Berdasarkan data diatas didapat nilai signifikan variabel fasilitas $0,062 > 0,05$ maka dapat dikatakan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Dan untuk variabel lokasi nilai signifikannya sebesar $0.341 > 0,05$ maka dapat dikatakan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Sehingga kedua variabel bebas memenuhi persyaratan asumsi klasik tentang heteroskedastisitas dan dapat digunakan kedalam tahapan pengolahan data selanjutnya.

4.6. Pembahasan Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat yaitu fasilitas (X1), dan lokasi (X2) terhadap variabel kepuasan (Y). Perhitungan analisa regresi yang digunakan pada penelitian ini menggunakan persamaan regresi linier berganda (Ghozali, 2009).

Dari hasil pengolahan data yang telah dilakukan diperoleh ringkasan hasil pengujian seperti seperti yang terlihat pada tabel 4.17 dibawah ini :

Tabel 4.17
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel Terikat	Variabel Bebas	Koefisien Regresi	Signifikansi	α	Keterangan	Keputusan Hipotesis
Kepuasan (Y)	Konstanta	1,545	-	-	-	
	Fasilitas (X1)	0.345	0.062	0,05	Signifikan	Diterima
	Lokasi (X2)	0.286	0,341	0,05	Signifikan	Diterima
F Hitung		10,395	0.000			
R Square			0.133			

Sumber: Data Primer diolah 2018

Dari hasil analisis data untuk mengetahui pengaruh fasilitas, dan lokasi terhadap kepuasan pengunjung Waterboom sawahlunto, diperoleh nilai koefisien regresi linier berganda dan interpretasi sebagai berikut :

$$Y = 1,454 + 0.345 X_1 + 0.286 X_2$$

Dari persamaan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa :

- a. Konstanta sebesar 1,545 yang menyatakan bahwa jika tidak ada variabel fasilitas dan lokasi maka kepuasan pengunjung Waterboom Sawahlunto sebesar nilai konstanta yang dihasilkan 1,545.
- b. Koefisien regresi variabel fasilitas sebesar 0,345 yang menyatakan bahwa semakin baik fasilitas maka kepuasan pengunjung di Waterboom Sawahlunto akan meningkat sebesar 34,5% dengan asumsi faktor selain dari variabel fasilitas dianggap konstan atau tetap.
- c. Koefisien regresi variabel lokasi sebesar 0,286 yang menyatakan bahwa semakin baik lokasi maka kepuasan pengunjung Waterboom Sawahlunto

akan meningkat sebesar 28,6% dengan asumsi faktor selain dari variabel lokasi dianggap konstan atau tetap.

4.7. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji ini dilakukan untuk melihat berapa proporsi dari variabel independent bisa menjelaskan variabel dependent (Gujarati, 2001). Berdasarkan proses estimasi data yang telah dilakukan maka diperoleh ringkasan hasil pengujian seperti yang terlihat pada tabel 4.17, maka dapat dijelaskan dari pengolahan data primer yang dilakukan pada tabel *Model Summary* diperoleh hasil penelitian R Square sebesar 0.133 ini berarti 13,3% dari kepuasan pengunjung Waterboom Sawahlunto dipengaruhi oleh variabel fasilitas, dan lokasi sedangkan sisanya 86,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

4.8. Uji Kelayakan Model (F)

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 4.17, diperoleh hasil penelitian bahwa nilai uji kelayakan model (uji statistik F) menghasilkan tingkat signifikansi 0,000 karena probabilitasnya signifikansi jauh lebih kecil dari sig kecil dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa variabel fasilitas dan lokasi secara bersama-sama mempengaruhi kepuasan pengunjung Waterboom Sawahlunto.

4.9. Uji Hipotesis (Uji t-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 4.17, dengan melihat tabel tersebut, maka akan diketahui pengaruh setiap variabel bebas terhadap variabel terikat sebagai berikut:

1. Berdasarkan pengujian hipotesis pertama fasilitas terhadap kepuasan memiliki nilai signifikansi sebesar 0.062, nilai signifikansi tersebut kecil dari alpha 0,05. Hal ini dapat diartikan bahwa fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Waterboom Sawahlunto. Dengan demikian hipotesis pertama yang menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung Waterboom Sawahlunto dapat diterima dengan tingkat kepercayaan 95%.
2. Berdasarkan pengujian hipotesis kedua bahwa lokasi terhadap kepuasan memiliki nilai signifikansi sebesar 0.341, nilai signifikansi tersebut kecil dari alpha 0,05. Hal ini dapat diartikan bahwa fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Waterboom Sawahlunto. Dengan demikian hipotesis kedua yang menyatakan bahwa lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung Waterboom Sawahlunto dapat diterima dengan tingkat kepercayaan 95%.

4.10. Pembahasan

4.10.1. Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan pengunjung Waterboom Sawahlunto

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama dapat disimpulkan bahwa fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung Waterboom Sawahlunto. Hal ini menjelaskan bahwa fasilitas yang baik yaitu fasilitas lengkap dan terawat menjadi salah satu pertimbangan pengunjung untuk berkunjung ke Waterboom Sawahlunto dan fasilitas yang baik tersebut juga akan membuat pengunjung merasa puas, semakin baik fasilitas yang diberikan maka semakin tinggi tingkat kepuasan pengunjung yang dirasakan..

Hasil penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan oleh Rosita dkk (2012), yang menunjukkan bahwa fasilitas dinilai baik oleh pengunjung Taman Marga Satwa Ragunan. Dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sulistiyana dkk (2015) mengatakan fasilitas yang bersih dan terawat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Museum Satwa. Kemudian dipertegas lagi oleh penelitian yang dilakukan oleh Aprilia dkk (2017) bahwa fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan karena fasilitas yang terdapat pada suatu objek harus dapat menciptakan kepuasan.

4.10.2. Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Pengunjung Waterboom Sawahlunto

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kedua dapat disimpulkan bahwa lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung Waterboom

Sawahlunto. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa lokasi yang mudah dijangkau dan strategis merupakan faktor penentu terhadap kepuasan pengunjung.

Hasil penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan oleh Loredah dkk (2016) yang membuktikan bahwa lokasi yang mudah dijangkau konsumen akan menimbulkan kepuasan pada pelanggan Stove Syndicate Cafe. Dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Bailia dkk (2014) mengatakan lokasi yang mudah dijangkau berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada warung makan Lamongan di Kota Manado. Kemudian dipertegas lagi oleh penelitian yang dilakukan oleh Fachtur dan Yuniati dkk (2014) bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Auto 2000 Sungkono Surabaya tergantung pada seberapa strategis lokasi Auto Sungkono Surabaya.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh fasilitas dan lokasi terhadap kepuasan pengunjung Waterboom Sawahlunto yang telah dilakukan, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Waterboom Sawahlunto
2. Lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Waterboom Sawahlunto

5.2 Keterbatasan Penelitian

Hasil penelitian yang ditemukan dalam proses pengujian hipotesis belum sempurna, adanya beberapa keterbatasan dalam pembuatan penelitian ini mempengaruhi hasil yang di temukan yaitu :

1. Penelitian ini hanya menganalisis fasilitas dan lokasi disarankan peneliti berikutnya agar dapat menambah variabel lainnya yang dapat menjelaskan lebih mendalam tentang kepuasan.
2. Masih sedikit jumlah responden yang dijadikan sampel sehingga hasil yang ditemukan dalam penelitian ini memiliki tingkat kekurangan yang lemah.

5.3 Saran

1. Berdasarkan hasil penelitian, fasilitas di Waterboom Sawahlunto sudah dikatakan cukup baik karena kecukupan fasilitas. Namun, kebersihan

fasilitas juga harus diperhatikan dan ditingkatkan karena masih ada beberapa pengunjung yang tidak setuju dengan pernyataan tentang kebersihan pada kantin yang disediakan Waterboom Sawahlunto.

2. Lokasi di Waterboom Sawahlunto dinilai sudah cukup baik oleh pengunjung di karenakan terutama karena lokasi mudah di jangkau, terletak di arus lalu lintas yang padat, lingkungan yang bersih dan tersedianya petunjuk yang lengkap, namun Waterboom Sawahlunto seharusnya juga meningkatkan area parkir agar lebih luas dan aman.
3. Peneliti yang akan datang disarankan untuk menambah responden yang akan digunakan dan menambah beberapa variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini karena akan lebih menambah pengaruh kepuasan, saran ini sangat penting dilakukan untuk terus berusaha meningkatkan akurasi hasil peneliti yang akan di peroleh peneliti selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprilia R Eka, Sunarti, dan Erdiana, P, (2017). Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Fasilitas Layanan Terhadap Kepuasan Wisatawan di Pantai Balekembang Kabupaten Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 51 No.2
- Ariyanto. (2005). *Ekonomi Pariwisata*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Balia T, F, Jefri, Agus, S, S, dan Sjendry, S, R, Loindong (2014). Pengaruh Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung – warung Makan Lamongan di Kota Manadp.*Jurna EMBA* 2(3) 1768-1780
- Cochran, W. G. (1963). *Sampling technique 2nd Edition*. New york: Jhon Wiley and sons
- Fachtur, R, dan Tri, Y.,(2014) Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan pelanggan Auto 2000 Sungkono Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 3(11)
- Ghozali, Imam. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Gujarati, Damodar. (2001). *Ekonometrik Dasar*. Jakarta : Erlangga
- Kotler, P., & Amstrong, G (2008), *Prinsip-prinsip Pemasaram* (12th ed) Jakarta Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin, Lane. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Tiga Belas. Diterjemahkan oleh Bob Sabran. Jakarta : Erlangga
- Loredah, P, N, Ari, P, dan Wahyu ,H,. (2016) Pengaruh Kualitas pelayanan, Keragaman Produk dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Stove Syndicate Cafe di Semarang. *Dieponegoro Jurnal of Social And Political Of Sciense*. Hal 1-11
- Lupiyoadi, Rambat. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.

- Manampiring S Andreas, Willem J. A. F. Tumbuan dan Rudy S. Weans. Analisis Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kartu Kredit PT. Bank Mandiri TBK. Manado. *Jurnal EMBA* 4(2) Hal. 164-176
- Payangan, Otto.R. (2014). *Pemasaran Jasa Pariwisata*. Bandung: IPB Press.
- Pitana, I, Gde., dan IK. S. Diarta. (2009). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Riduwan. (2012). *Dasar-dasar Statitiska*. Bandung : Alfabeta
- Rosita, Sri, M., & Woro, HW (2016). Prinsip-prinsip Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Taman Margasatwa Ragunan Jakarta. *Jurnal Manajemen Resort dan Leisure*. 13(1), 61-72
- Sekaran, Uma. (2006). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Erlangga.
- Spillane, J. J. (1994). *Pariwisata Indonesia. Siasat Ekonomi dan Rekayasa Kebudayaan*. Kanisius: Yogyakarta
- Sugiyono. (2004). *Metode Penelitian Administrasi*, Cetakan ke-22. Bandung: Alfabeta
- Sulastiyono, A. (2011). *Manajemen Penyelenggaraan Hotel Seri Manajemen Usaha Jasa Sarana Pariwisata dan Akomodasi*. Cetakan ketujuh. Alfabeta. Bandung
- Sulistiyana T, Rezky, Djahur Hamid (2015). Pengaruh Fasilitas Wisata dan Harga Terhadap Kepuasan (Studi Pada Museum Satwa). *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol.25(1)
- Tjiptono, Fandy. (2012). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. CV Andi Offset, Yogyakarta.
- Wulandary V, dan Wahyuati A, (2017). Pengaruh Fasilitas, Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Ilmu Riset Pemasaran* 6(3)
- Zaenuri, Muhammad (2012). *Perencanaan Strategis Kepariwisatawan Daerah: konsep dan aplikasi*. Jogjakarta: e-Gov Publishing.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

IDENTITAS



Nama : Tio Zeliver
Tempat, Tanggal lahir : Tanjung Ampalu, 03 Agustus 1995
JenisKelamin : Pria
Agama : Islam
Status : BelumMenikah
Pendidikan Terakhir : SI Manajemen Universitas

Bung Hatta

Alamat : Tanjung Ampalu, Sijunjung

RIWAYAT PENDIDIKAN

Tamat

- Taman Kanak-Kanak : Tk Jihad Padang Panjang
- SekolahDasar : SD Negeri 09 Koto VII, Tanjung Ampalu 2007
- SekolahMenengahPertama : SMP Negri 2 Sijunjung 2010
- SekolahMenengahAtas : SMA Negeri 2 Sijunjung TamatTahun 2013
- PerguruanTinggi : S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta Tahun 2018

ORGANISASI

- Remaja Mesjid Nurul Huda Tanjung Ampalu