

**PENGARUH DAYA TARIK WISATA DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI DENGAN  
KEPUASAN PENGUNJUNG SEBAGAI VARIABEL  
*INTERVENING*  
(Studi Kasus Pengunjung Wisata Kuliner Cemoro Kandang)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna  
Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi**



**Oleh :**

**SYAHRINA MAISAROH**

**NIM. 19.52.11.194**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID  
SURAKARTA  
2023**

**PENGARUH DAYA TARIK WISATA DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI DENGAN KEPUASAN  
PENGUNJUNG SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*  
(Studi Kasus Pengunjung Wisata Kuliner Cemoro Kandang)**

**SKRIPSI**

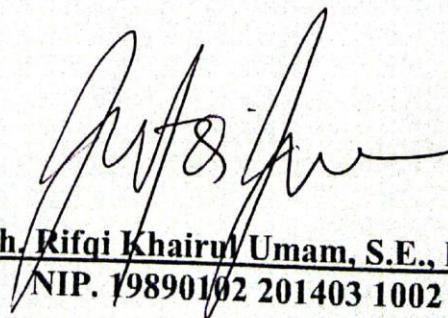
**Diajukan Kepada  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Dalam Bidang Ilmu Manajemen Bisnis  
Syariah**

**Oleh :**

**SYAHRINA MAISAROH  
NIM. 19.52.11.194**

Sukoharjo, 17 April 2023

Disetujui dan disahkan oleh ;  
Dosen Pembimbing Skripsi



**Moh. Rifqi Khairul Umam, S.E., M.M.  
NIP. 19890102 201403 1002**

## SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

*Assalamu 'alaikum Wr.Wb.*

Yang bertanda tangan dibawah ini:

NAMA : SYAHRINA MAISAROH  
NIM : 19.52.11.194  
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN BISNIS SYARIAH  
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Menyatakan bahwa penelitian skripsi berjudul “Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus Pengunjung Wisata Kuliner Cemoro Kandang)”

Benar-benar bukan merupakan plagiasi dan belum pernah diteliti sebelumnya. Apabila di kemudian hari diketahui bahwa skripsi ini merupakan plagiasi, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

*Wassalamu 'alaikum Wr.Wb.*

Sukoharjo, April 2023



## SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

*Assalamu'alaikum Wr.Wb.*

Yang bertanda tangan dibawah ini :

NAMA : SYAHRINA MAISAROH

NIM : 19.52.11.194

PROGRAM STUDI : MANAJEMEN BISNIS SYARIAH

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Terkait penelitian saya yang berjudul “Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Dengan Kepuasan Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus Pengunjung Wisata Kuliner Cemoro Kandang)”

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya benar – benar melakukan penelitian dan pengambilan data dari responden wisatawan kuliner Cemoro Kandang Tawangmangu. Jika di kemudian hari skripsi ini menggunakan data yang tidak sesuai dengan kenyataan sebenarnya, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

Sukoharjo, April 2023

  
  
Syahrina Maisaroh

Moh. Rifqi Umam, S.E., M.M.  
Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Univertas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

### NOTA DINAS

Hal : Skripsi  
Sdr : Syahrina Maisaroh

Kepada Yang Terhormat  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta  
Di Surakarta

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa setelah menelaah dan mengadakan perbaikan seperlunya, kami memutuskan bahwa skripsi saudara Syahrina Maisaroh. NIM : 195211194 yang berjudul : Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus Pengunjung Wisata Kuliner Cemoro Kandang) ”

Sudah dapat dimunaqasahkan sebagai salah satu syarat memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang ilmu Managemen Bisnis Syariah. Oleh karena itu kami mohon agar skripsi tersebut segera dimunaqasahkan dalam waktu dekat.

Demikian, atas dikabulkannya permohonan ini disampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Sukoharjo, April 2023  
Dosen Pembimbing Skripsi



Moh. Rifqi Khaerul Umam, S.E., M.M  
NIP : 19890102 201403 1002

**PENGESAHAN**

**PENGARUH DAYA TARIK WISATA DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI DENGAN  
KEPUASAN PENGUNJUNG SEBAGAI  
VARIABEL *INTERVENING*  
(Studi Kasus Pengunjung Wisata Kuliner Cemoro Kandang Tawangmangu)**


Oleh:

**SYAHRINA MAISAROH**  
**NIM. 19.52.11.194**

Telah dinyatakan lulus dalam ujian munaqosah  
pada hari Rabu tanggal 3 Mei 2023 M / 12 Syawal 1444 H dan dinyatakan  
telah memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Dewan Penguji :

Penguji I (Merangkap Ketua Sidang)  
Kisti Nur Aliyah, S.Si., M.E.  
NIP.19910121 202012 2 014



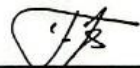
---

Penguji II  
Zulfanita Dien Rizqiana, S.STAT., M.Si.  
NIP.19940121 202012 2 019



---


Penguji III  
Suryati, S. Pd., M.E.K.  
NIP.19900903 202012 2 013



---

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta



  
Dr. M. Rahmawan Arifin, M.Si.  
NIP. 19720304 200112 1 004

## **MOTTO**

Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan

(Q.S Al-Insyirah ayat 5)

Jangan lelah menahan lelahnya belajar daripada menanggung

pedihnya kebodohan

(Imam Syafi'i)

Ilmu itu bukan yang dihafal, tetapi yang memberi manfaat

(Imam Syafi'i)

Percayalah bahwa rencana Allah lebih indah

(Syahrina Maisaroh)

## **PERSEMBAHAN**

Alhamdulillah..

Ungkapan syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya serta ridho-Nya, skripsi ini merupakan bagian dari salah satu ibadah saya kepada Allah SWT, karena hanya kepada Allah SWT saya menyembah dan meminta pertolongan, sekaligus skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Bapak Sartono dan Almh.Ibu Suwartini, orang tua saya tercinta yang telah membesarkan saya dengan penuh cinta kasih sayang, membimbing dengan penuh kesabaran dan selalu mendoakan saya agar dapat mencapai cita-cita yang saya inginkan.
2. Adik saya tersayang, Zuraida Lila Fauziah dan Ghany Yazid Khairy yang selalu memberikan dukungan.
3. Nenek saya tersayang, Ibu Hj. Supartini S.Pd.,M.Pd yang selalu memberikan dukungan kepada saya dan membiayai kuliah saya sampai selesai.
4. Bapak ibu kedua saya, Bapak Ngadimin dan Ibu Sariyanti yang senantiasa memberikan semangat dan dukungan kepada saya.
5. Calon saya, Hasan Asykari yang selalu memberikan semangat, dukungan dan selalu meluangkan waktunya dalam proses penyelesaian skripsi saya.
6. Keluarga besar saya dan senantiasa memberikan dukungan semangat dan selalu mendoakan saya.
7. Sahabat terdekat saya, Afriska Eka Wulaningrum dan Annisa Berlian Setyafany yang selalu memberikan dukungan dan semangat dalam proses penyelesaian skripsi saya.
8. Alamamater UIN Raden Mas Said Surakarta, tempatku menimba ilmu sebagai bekal hidup.



## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr.Wb.*

Segala puji dan syukur bagi Allah S.W.T yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Kualitas Pelayanan Di Wisata Kuliner Cemoro Kandang Tawangmangu Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai *Variabel Intervening* (studi kasus pengunjung Cemoro Kandang Tawangmangu)”. Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata 1 (S1) Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta. Penulis menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Prof Dr. Mudofir, S.Ag., M.Pd, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
2. Dr. M. Rahmawan Arifin, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Khairul Imam, S.H.I., M.Si selaku ketua Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Zakky Fahma Auliya, S.E., M.M selaku Koordinator Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

5. Asep Maulana Rohimat, S.H.I.,M.S.I selaku Dosen Pembimbing Akademik Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
6. Moh. Rifqi Khairul Umam, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan banyak perhatian dan bimbingan selama penulis menyelesaikan skripsi.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
8. Saya mengucapkan terima kasih kepada Ibu dan Bapaku, sahabat - sahabatku dan teman - temanku angkatan 2019 yang telah memberikan dukungan berupa semangat dan doa dalam menyelesaikan studi dan penulisan skripsi ini di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta.

Terhadap semuanya tiada kiranya penulis dapat membalasnya, hanya doa serta puji syukur kepada Allah S.W.T, semoga memberikan balasan kebaikan kepada semuanya.

Aamiin

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Sukoharjo, April 2023

Penulis

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis signifikansi pengaruh daya tarik wisata dan kualitas pelayanan terhadap minat Berkunjung Kembali Wisatawan dengan Kepuasan Pengunjung sebagai Variabel *Intervening*, selain itu untuk mengetahui variabel yang dominan Jenis penelitian ini adalah survei yang dilakukan pada wilayah Surakarta. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan sampel sebanyak 96 responden yang pernah berkunjung ke wisata kuliner Cemoro Kandang Tawangmangu. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan yaitu Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linier, Uji T, Uji F (ketepatan model), dan Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ), Analisis Jalur dan Analisis Sobel. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa daya tarik wisata dan kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan dengan kepuasan pengunjung sebagai Variabel *Intervening*. Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) pada persamaan 1 adalah sebesar 0,282 dan pada persamaan 2 adalah sebesar 0,153. Hal ini berarti bahwa pengaruh yang diberikan oleh variabel daya wisata dan kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali.

**Kata kunci:** daya tarik wisata, kualitas pelayanan, dan minat Berkunjung Kembali.

## **ABSTACT**

*The purpose of this study was to analyze the significance of the influence of tourist attraction and service quality on tourists' intention to return with visitor satisfaction as an intervening variable, in addition to knowing the dominant variable. This type of research was a survey conducted in the Surakarta area. The sampling technique used a purposive sampling technique with a sample of 96 respondents who had visited the Cemoro Kandang Tawangmangu culinary tour. Data collection techniques using a questionnaire. The data analysis technique used is the Classical Assumption Test, Multiple Linear Regression Analysis, T test, F test (model accuracy), and Coefficient of Determination Test (R<sup>2</sup>), analysis path and analysis sobel. The results of this study indicate that tourist attraction and quality of service to tourists return to play with visitor satisfaction as Intervening Variables. The result of the Coefficient of Determination (R<sup>2</sup>) one is 0,282 and The result of the Coefficient of Determination (R<sup>2</sup>) two is 0.153 this means that the influence exerted by the tourism power variable.*

**Keywords:** *tourist attraction, service quality, and intention to return*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING.....</b>	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME .....</b>	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN PENELITIAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>NOTA DINAS.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>PENGESAHAN.....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>x</b>
<b><i>ABSTRACT</i> .....</b>	<b><i>xi</i></b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1-6
1.2 Identifikasi Masalah .....	6
1.3 Rumusan Masalah .....	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	7

1.5 Batasan Penelitian .....	8
1.6 Sistematika Penelitian .....	9
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>11</b>
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Minat Berkunjung Kembali .....	11
2.1.1.1 Pengertian Minat Berkunjung Kembali .....	11
2.1.1.2 Faktor-Faktor Minat Berkunjung Kembali .....	12
2.1.1.3 Indikator Minat Berkunjung Kembali .....	12
2.1.2 Daya Tarik Wisata .....	12
2.1.2.1 Pengertian Daya Tarik Wisata .....	12
2.1.2.2 Faktor-Faktor Daya Tarik Wisata .....	13
2.1.2.3 Indikator Daya Tarik Wisata.....	14
2.1.3 Kualitas Pelayanan.....	15
2.1.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	15
2.1.3.2 Karakteristik Kualitas Pelayanan .....	16
2.1.3.3 Indikator Kualitas Pelayanan .....	17
2.1.4 Kepuasan Pengunjung.....	18
2.1.4.1 Pengertian Kepuasan Pengunjung.....	18
2.1.4.2 Faktor-Faktor Kepuasan Pengunjung.....	19
2.1.4.3 Indikator Kepuasan Pengunjung .....	20
2.2 <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB) .....	20
2.3 Penelitian yang Relevan.....	22

2.4 Kerangka Penelitian .....	25
2.5 Pengembangan Hipotesis .....	26
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	33
3.2 Waktu dan Wilayah Penelitian .....	33
3.3 Populasi dan Sampel .....	33
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	36
3.5 Data dan Sumber Data.....	36
3.6 Variabel Penelitian .....	37
3.7 Definisi Operasional Variabel .....	37
3.8 Teknik Pengumpulan Data .....	40
3.9 Analisis Deskriptif .....	41
3.9 Analisis Data .....	43
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>50</b>
4.1 Gambaran Umum .....	50
4.2 Karakteristik Responden .....	51
4.3 Hasil .....	57
4.3.1 Analisis Statistik Deskriptif .....	57
4.3.2 Uji Statistik Deskriptif .....	67
4.3.3 Uji Validitas .....	64
4.3.4 Uji Relibilitas .....	68
4.3.5 Uji Asumsi Klasik.....	70

4.3.5.1 Uji Normalitas .....	71
4.3.5.2 Uji Multikoleniaritas .....	71
4.3.5.3 Uji Heteroskedastisitas .....	73
4.3.5.4 Uji Autokorelasi .....	73
4.3.7 Ketetapan Model .....	75
4.3.6.1.1 Determinasi ( $R^2$ ).....	75
4.3.6.1.2 Uji Kelayakan Model (Uji F) .....	75
4.3.6.1.3 Uji Parsial (Uji T) .....	77
4.3.8 Analisis Jalur.....	80
4.3.9 Uji Pengaruh Tidak Langsung .....	83
4.4 Hasil Pembahasan .....	86
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>93</b>
5.1 Kesimpulan .....	93
5.2 Saran.....	93
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>95</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Jumlah Wisatawan di Karanganyar tahun 2019 dan tahun 2020.....	3
Tabel II.3 Penelitian yang Relevan.....	22
Tabel III.4 Definisi Operasional Variabel.....	39
Tabel III.5 Kriteria Analisis Deskriptif.....	57
Tabel IV.12 Kriteria Analisis Deskriptif X1.....	58
Tabel IV.13 Kriteria Analisis Deskriptif X2.....	60
Tabel IV.14 Kriteria Analisis Deskriptif Y.....	63
Tabel IV.15 Kriteria Analisis Deskriptif Z.....	65
Tabel IV.16 Uji Statistik Deskriptif.....	67
Tabel IV.17 Uji Validitas .....	69
Tabel IV.18 Uji Reliabilitas .....	70
Tabel IV.19 Uji Normalitas .....	71
Tabel IV.20 Uji Multikolinearitas.....	71
Tabel IV.21 Uji Heteroskedastisitas.....	73
Tabel IV.22 Ketetapan Model.....	75
Tabel IV.23 Uji Kelayakan Model (Uji F).....	75
Tabel IV.25 Uji Determinasi ( $R^2$ ).....	76
Tabel IV.24 Uji Kausalitas (Uji T) .....	77
Tabel IV.26 Uji Regresi.....	79
Tabel IV.27 Analisis Jalur.....	80

Tabel IV.28 Model Analisis Jalur.....	80
Tabel IV.29 Uji Pengaruh Tidak Langsung.....	81

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar II.III Kerangka Penelitian.....	28
Gambar IV.VI Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat.....	52
Gambar IV.VII Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
Gambar IV.VIII Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	54
Gambar IV.IX Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	55
Gambar IV.X Karakteristik Responden Berdasarkan Rekomendasi Berkunjung....	56
Gambar IV.XI Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah/Tidaknya.....	58
Gambar IV.XII Hasil Analisis Regresi 1.....	81
Gambar IV.XIII Hasil Analisis Regresi 2.....	83

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 :Jadwal Penelitian.....	100
Lampiran 2 :Dokumentasi.....	102
Lampiran 3: Identitas Responden .....	103
Lampiran 4 : Tabel Tabulasi Data Responden.....	110
Lampiran 5 : Surat Izin Penyebaran Kuesionerr.....	115
Lampiran 6 : Kuesioner .....	116
Lampiran 6 : Daftar Riwayat Hidup .....	120
Lampiran 7 : Bukti Pengecekan Plagiasi.....	121

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Indonesia memiliki potensi dalam memberikan modal besar disektor pariwisata dan diharapkan dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi Indonesia dengan membawa pengaruh besar dalam membangun perekonomian. Dampak secara langsung yang ditimbulkan dalam pariwisata yaitu penyerapan tenaga kerja dengan membuka lapangan pekerjaan dan adapun dampak tidak langsung berupa perkembangan kegiatan (Widjayanto, 2019). Pariwisata berpotensi besar dalam meningkatkan perekonomian karena dapat berkontribusi dalam kemajuan suatu usaha dan juga dapat membuka lapangan pekerjaan. Perusahaan atau pelaku usaha pariwisata memperhatikan pemasaran pariwisata dengan mempromosikan produk jasa maupun kualitas pelayanan di destinasi tersebut (Dita & Zaini, 2022).

Jawa tengah ialah provinsi yang memiliki banyak potensi, salah satunya dibidang pariwisata yang dapat dikembangkan. Faktor yang mempegaruhi dalam pengembangan pariwisata yaitu regulasi. Peraturan Menteri dalam Negeri Nomor 33 Tahun 2009 tentang pengembangan pariwisata di suatu daerah mendorong pemerintah untuk dapat mengembangkan pariwisata tersebut. Peraturan tersebut memaparkan bahwa pariwisata potensi yang dapat dikembangkan (Dewa et al., 2018)

Karanganyar berada di wilayah ujung timur provinsi Jawa Tengah. Karanganyar terletak di Lereng Gunung Lawu yang berjarak 20 Km dari Solo.

Karanganyar memiliki keindahan alam dengan hawa yang sejuk dan kaya akan peninggalan berupa keanekaragaman seni budaya tradisional yang unik dan menarik untuk dapat dinikmati (Mubarokah & Dewi, 2018). Karanganyar memiliki potensi wisata untuk dikembangkan dengan mengembangkan potensi wisata tersebut akan membantu perekonomian daerah tersebut dan terutama juga dapat mengurangi angka pengangguran masyarakat sekitar.

**Tabel I.1**

**Jumlah Penurunan Pengunjung Wisatawan di Kabupaten Karanganyar Tahun 2019 sampai Tahun 2020**

<b>No</b>	<b>Nama Kab/Kota</b>	<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Wisatawan yang Berkunjung</b>
1	Karanganyar	2019	831.066
2	Karanganyar	2020	334.276

Sumber : Buku Pariwisata Jawa Tengah Tahun 2019 dan Tahun 2020

Berdasarkan tabel diatas, terdapat adanya penurunan jumlah wisatawan yang berkunjung di Kabupaten Karanganyar. Hal tersebut terbukti dalam Buku Pariwisata Jawa Tengah tahun 2019 dan tahun 2020. Dari data tersebut ada permasalahan penurunan jumlah kunjungan wisatawan pada tahun 2019 dan tahun 2020 yang berkunjung di Kabupaten Karanganyar. Penurunan jumlah pengunjung wisatawan di Kabupaten Karanganyar juga mempengaruhi minat berkunjung kembali wisatawan yang berkunjung di Kabupaten Karanganyar.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh penelitian terdahulu. Berdasarkan hasil penelitian (Saputro et al., 2020) dan penelitian (Riyadi & Nurmahdi, 2022)

memperoleh kesimpulan adanya hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali. Namun berbeda pada penelitian (Dita & Zaini, 2022) yang mengambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan. Berdasarkan penelitian (Dirgantara, 2013) mengatakan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Penelitian (Dewi et al., 2022) mengatakan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kepuasan pengunjung dan minat berkunjung kembali. Penelitian (Purnami et al., 2019) menyimpulkan adanya pengaruh positif dan signifikan kualitas layanan dan kepuasan pengunjung terhadap minat berkunjung ulang. Penelitian (Aliyah, 2017) yang menyatakan adanya pengaruh positif dan signifikan antara daya tarik wisata dan minat berkunjung kembali. Berbeda dalam penelitian (Saputro et al., 2020) yang menyimpulkan adanya pengaruh positif tetapi tidak signifikan antara daya tarik terhadap minat berkunjung kembali.

Daya tarik wisata dapat memicu seseorang untuk mengunjungi suatu tempat tertentu dengan motivasi bagi wisatawan dalam kunjungan dalam wisata tersebut. (Aliyah, 2017). Menurut Tjiptono (2011) Kualitas pelayanan yaitu hal yang diharapkan pengunjung terhadap sesuatu dalam memenuhi harapan pengunjung. Menurut Tjiptono & Chandra (2011) Kualitas pelayanan mempunyai lima prinsip dimensi yaitu reliabilitas, kepastian atau jaminan, empati, nyata (Saputro et al., 2020). Kepuasan konsumen sebagai evaluasi yang hasilnya sama atau melebihi harapan wisatawan. Kepuasan memiliki indikator yaitu harapan yang sesuai dengan

ekspektasi, minat untuk mengunjungi kembali dan kesediaan seseorang untuk merekomendasikan kepada orang lain. Terciptanya kepuasan pengunjung akan memunculkan minat seseorang dalam mengunjungi kembali. Minat berkunjung kembali diartikan kesediaan seseorang untuk mengunjungi kembali yang dipengaruhi faktor salah satunya mendapatkan kualitas pelayanan yang baik dan memperoleh kepuasan sehingga menjadikan wisatawan untuk berkunjung kembali (Dewi et al., 2022). Minat berkunjung kembali muncul sebagai tanggapan terhadap suatu objek yang menunjukkan keinginan konsumen dalam melakukan kunjungan ulang (Widjayanto, 2019). Minat berkunjung kembali diartikan sebagai kesediaan seseorang untuk mengunjungi kembali suatu tempat tertentu dengan tujuan yang sama (Dewi et al., 2022). Moore (2012) mengemukakan faktor yang dapat mempengaruhi minat berkunjung kembali (Azman & Elsandra, 2020) : rasa puas yang ditimbulkan wisatawan saat berkunjung, alasan dalam memilih tujuan wisata yang ingin dikunjungi, Rasa cinta wisatawan terhadap destinasi tersebut.

Cemoro Kandang adalah wilayah yang berbatasan langsung dengan Magetan, Jawa Timur yang berada diketinggian 1.800 Mpdl. Dengan pemandangan yang indah banyak pepohonan yang hijau menjulang tinggi. Disepanjang jalan Cemoro Kandang Tawangmangu terdapat banyak wisata kulier untuk bisa dinikmati. Favorit para pengujung jajaran adalah menyeduh kopi hangat sambil menikmati pemandangan alam. Dilengkapi fasilitas seperti tempat sholat, kamar mandi dan berbagai tempat foto yang bagus menjadikan wisatawan minat untuk berkunjung



kembali di wisata kuliner Cemoro Kandang Tawangmangu. Banyaknya pilihan menu juga menarik wisatawan untuk berwisata disana dan mereka rela menghabiskan waktu libur dengan menikmati makanan dan minuman sambil menikmati pemandangan alam yang sangat indah ditambah dengan suasana sejuk dapat menambah kepuasan pengunjung dalam berwisata (Parlindungan, 2022).

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan penulis diatas, studi ini membahas tentang “Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus Pengunjung Wisata Kuliner Cemoro Kandang)”

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dapat diidentifikasi permasalahan yaitu terjadinya penurunan jumlah pengunjung di wisata kuliner Cemoro Kandang Tawangmangu Karanganyar.

## **1.3 Rumusan Masalah**

Dari beberapa uraian yang penulis kemukakan pada bagian latar belakang tersebut, penulis merumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali di Wisata Kuliner Cemoro Kandang Tawangmangu?
2. Apakah daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung di Wisata Kuliner Cemoro Kandang Tawangmangu ?

3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali di Wisata Kuliner Cemoro Kandang Tawangmangu?
4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung di Wisata Kuliner Cemoro Kandang Tawangmangu?
5. Apakah kepuasan pengunjung berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali di Wisata Kuliner Cemoro Kandang Tawangmangu?
6. Apakah daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali melalui kepuasan pengunjung di Wisata Kuliner Cemoro Kandang Tawangmangu ?
7. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali melalui kepuasan pengunjung di Wisata Kuliner Cemoro Kandang Tawangmangu?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh daya tarik wisata terhadap minat berkunjung kembali
2. Untuk menganalisis pengaruh daya tarik wisata terhadap kepuasan pengunjung
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali

4. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung
5. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan pengunjung terhadap minat berkunjung kembali
6. Untuk menganalisis daya tarik wisata berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali melalui kepuasan pengunjung
7. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali melalui kepuasan pengunjung

### **1.5 Batasan Penelitian**

Berdasarkan diuraikan penulis diatas, maka penelitian ini dibatasi agar lebih fokus dan mempermudah dalam proses penelitian dengan keterbatasan biaya dan waktu sehingga penelitian ini hanya dibatasi pada Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus Pengunjung Wisata Kuliner Cemoro Kandang) ”.

### **1.6 Sistematika Penelitian**

Sistematika penulisan yang meliputi gambaran umum mengenai bab penelitian secara garis besar, antara lain :

## **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini terdiri dari beberapa sub bab meliputi latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah dan sistematika penelitian.

## **BAB II KAJIAN PUSTAKA**

Pada bab ini menjelaskan tentang landasan teori yang digunakan dalam penelitian, penelitian terdahulu yang relevan, kerangka dalam penelitian dan hipotesis dalam penelitian.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab ini menguraikan tentang jenis penelitian, waktu penelitian dan tempat penelitian, populasi dan sampel dalam penelitian ini, teknik yang digunakan dalam pengambilan data, pemaparan data yang memuat informasi tentang lokasi yang menjadi objek penelitian, penyajian data serta analisis data.

## **BAB IV PENELITIAN**

Pada bab ini memaparkan tentang hasil dari penelitian yang telah dilakukan dengan menjelaskan deskripsi secara umum dalam objek penelitian berupa pemaparan data yang memuat informasi tentang lokasi yang menjadi objek penelitian, penyajian data dan analisis data.

## **BAB V PENUTUP**

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian dan saran yang berhubungan dengan penelitian selanjutnya dengan konsep secara garis besar sama.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### **2.1.1 Minat Berkunjung Kembali**

###### **2.1.1.1 Pengertian Minat Berkunjung Kembali**

Minat berarti sesuatu berhubungan dengan sikap sehingga berperan penting dalam pengambilan suatu keputusan. Minat berkunjung kembali merupakan suatu tanggapan seseorang terhadap sesuatu yang dicerminkan dalam perilaku berupa keinginan untuk melakukan kunjungan kembali (Widjayanto, 2019).

Minat berkunjung kembali dapat diartikan sebagai perilaku yang tercipta dari wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat tertentu (Dewi et al., 2022). Sehingga peneliti menyimpulkan minat berkunjung kembali merupakan kesediaan seseorang dengan perasaan senang untuk mengunjungi kembali wisata tersebut.

###### **2.1.1.2 Faktor Minat Berkunjung Kembali**

Moore (2012) mengemukakan faktor yang dapat menentukan minat berkunjung kembali wisatawan ke suatu wisata ialah (Azman & Elsandra, 2020) :

1. Kepuasan pengunjung dalam melakukan kunjungan.
2. Motivasi dalam memilih tujuan wisata yang dikunjungi oleh pengunjung.

3. Kecintaan dalam destinasi dapat diukur dengan jumlah wisatawan yang berkunjung kembali.

### **2.1.1.3 Indikator Minat Berkunjung Kembali**

Ada beberapa indikator yang mempengaruhi minat berkunjung kembali antara lain (Cronin & Taylor, 1992) :

1. Rencana seseorang mengunjungi kembali suatu tempat.
2. Minat referensi kunjungan.
3. Preferensi kunjungan.

### **2.1.2. Daya Tarik Wisata**

#### **2.1.2.1 Pengertian Daya Tarik Wisata**

Daya tarik wisata ialah suatu hal yang memiliki keindahan sehingga memperoleh perhatian wisatawan terhadap suatu daerah (Zen et al., 2017). Daya tarik wisata diartikan sebagai hal yang menarik untuk dapat dinikmati dan dikunjungi oleh wisatawan (Soleh, 2017).

Menurut Yoeti (1996) daya tarik wisata memiliki nilai keindahan yang berupa beraneka ragam kekayaan alam atau budaya (Firawan & Suryawan, 2016). Daya tarik wisata diartikan sesuatu yang memiliki nilai untuk dinikmati keindahannya dalam berwisata (Zaenuri, 2012). Sehingga penelitian ini menyimpulkan bahwa daya tarik wisata ialah hal yang memiliki nilai keindahan untuk dapat menarik wisatawan.

### **2.1.2.2 Faktor yang Mempengaruhi Daya Tarik Wisata**

Menurut Suwontoro (2001) mengemukakan sesuatu yang dapat mempengaruhi daya tarik wisata (Soleh, 2017) :

- 1 Adanya keindahan alam.
- 2 Objek yang mampu menimbulkan rasa senang dan nyaman.
- 3 Akses dalam mempermudah pengunjung.
- 4 Sarana dan prasarana pendukung dalam melayani wisatawan.

### **2.1.2.3 Indikator Daya Tarik Wisata**

Menurut spillane dalam karya Nuraeni (2013) menyatakan ada lima indikator dalam objek wisata (Zen et al., 2017) :

1. Hal yang menarik perhatian pengunjung untuk mengunjungi destinasi tempat tersebut.
2. Fasilitas yang digunakan.
3. Transportasi yang diperlukan pengunjung.
4. Kesiediaan dalam menyambut pengunjung yang datang.

## **2.3.1 Kualitas Pelayanan**

### **2.3.1.1 Pengertian Kualitas Pelayanan**

Menurut Tjiptono (2006) kualitas pelayanan ialah suatu keadaan dinamis yang dapat memenuhi ataupun melebihi harapan konsumen. Pelayanan serangkaian kegiatan yang dilakukan untuk melayani seseorang (Chaniago, 2020).

Kualitas pelayanan merupakan sesuatu yang menunjukkan kemampuan untuk memuaskan kebutuhan pelanggan. Kualitas pelayanan berupa penilaian pelanggan atas keunggulan pelayanan yang didapatkan ditempat tersebut (Widjayanto, 2019). Sehingga penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu penilaian terkait pemenuhan harapan pelanggan dalam pelayanan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen.

### **2.3.1.2 Karakteristik Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan terdapat empat karakteristik antara lain yaitu (Widjayanto, 2019) :

1. *People-Processing Service* artinya sesuatu yang perlukan seseorang berupa jasa.
2. *Possession-Processing Service* maksudnya sesuatu hal yang berhubungan dengan barang.
3. *Mental-Stimulus Processing Service* menjelaskan sesuatu yang dilakukan seseorang berupa suatu penilaian.



4. *Information Processing Service* menjelaskan bahwa jasa yang ditunjukkan untuk asset yang tidak berwujud seperti informasi.

#### **2.1.4.3 Indikator Kualitas Pelayanan**

Parasuraman et al (1998), Wong and Sohal (2003) menyebutkan bahwa ada lima dimensi kuat yaitu (Chaniago, 2020) :

1. Bukti langsung (*tangibles*)

Keahlian perusahaan dalam menunjukan kemampuan kepada konsumen.

2. Reabilitas (*reliability*)

Kemampuan dalam bersikap sopan kepada pengunjung dan memberikan pelayanan disajikan dengan segera.

3. Jaminan (*assurance*)

Pengetahuan suatu perusahaan dalam memunculkan rasa percaya pada konsumen.

4. Empati (*empaty*)

Kemudahan dalam komunikasi yang baik, memberikan perhatian yang baik kepada pelanggan.

## **2.1.4 Kepuasan Pengunjung**

### **2.1.4.1 Pengertian Kepuasan Pengunjung**

Kepuasan pengunjung ialah penilaian seseorang sesuai dengan harapan pengunjung. Apabila kinerja sesuai bahkan lebih maka pengunjung akan merasakan kepuasan dan begitu juga sebaliknya apabila pengunjung merasakan ketidakpuasan maka pengunjung akan merasa kecewa (Dewi et al., 2022).

Kepuasan pengunjung ialah suatu tanggapan pengunjung berupa evaluasi terhadap suatu fasilitas yang dirasakan pengunjung. Zulian (2013) keputusan pengunjung merupakan hasil yang dirasakan pengunjung (Bhudiharty, 2019). Memaparkan faktor pendorong kepuasan pengunjung meliputi : kualitas pelayanan, harga, dan kemudahan akses (Nuraeni, 2018).

Sehingga dapat disimpulkan dalam penelitian ini bahwa kepuasan pengunjung merupakan perilaku pengunjung mengenai penilaian pengunjung tentang evaluasi terhadap suatu fasilitas yang ada dengan penilaian sesuai bahkan melampaui batas.

### **2.1.4.2 Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pengunjung**

Ali Hasan (2015) Faktor yang menentukan kepuasan pengunjung antara lain (Nuraeni, 2018) :

1. Kualitas Pelayanan yang berkaitan dengan keramahan, kenyamanan terhadap permintaan dan keluhan pengunjung.

2. Harga yang berkaitan dengan penilaian kepuasan pengunjung.

#### **2.1.4.3 Indikator Kepuasan Pengunjung**

Tingkat kepuasan konsumen terhadap indikator yang harus diperhatikan adalah (Kotler, 2001) :

1. Kualitas Pelayanan

Apabila pengunjung mendapatkan pelayanan yang baik sehingga pengunjung juga merasakan kepuasan.

2. Kualitas Produk

Pengunjung mendapatkan suatu barang atau produk yang sesuai dengan ekspektasi mereka maka akan merasa senang.

3. Emosional

Pengunjung akan merasa bangga mengunjungi tempat tersebut apabila sesuai dengan harapan apa yang mereka inginkan.

#### **2.2 Theory of Planned Behavior**

*Theory planned behavior* diartikan sebagai sikap seseorang terhadap perilaku atas rasa setuju suatu individu terhadap apa yang menjadi tanggapannya, baik positif ataupun negatif (Ajzen, 1991). *Theory planned behavior* baik digunakan dalam mendeskripsikan perilaku yang membutuhkan perencanaan. Sikap dan perilaku cenderung dalam menganggapi pada suatu objek (Ajzen, 1991). Pandangan tentang

peristiwa dipengaruhi oleh suatu keyakinan akibat dari tingkah laku yang dilakukan dan memiliki dampak langsung (Ajzen, 1991).

Kaitanya *Theory planned behavior* dalam penelitian ini adalah daya tarik wisata dan kualitas pelayanan pada wisata kuliner di sekitar Cemoro Kandang Tawangmangu yang dapat berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali melalui kepuasan pengunjung. Efek yang diharapkan adalah suatu keputusan mengenai tindakan untuk berkunjung ulang di wisata kuliner.

### 2.3 Penelitian yang Relevan

**Tabel 2.1**  
**Penelitian yang Relevan**

No	Nama, Tahun, Judul	Variabel	Metode / Analisis	Hasil Penelitian
1.	Wahyu Eko Saputra & Sukimin, 2020	Variabel Independen: X1: Daya Tarik Wisata X2: Harga X3: Kualitas Pelayanan Variabel Dependen: Y1: Minat Berkunjung Ulang	Metode kuantitatif dengan analisis data menggunakan regresi linier berganda	Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas terhadap minat berkunjung ulang

		Y2: Kepuasan Konsumen		
2.	Sugeng Riyadi, 2022	Variabel Independent: Y: Citra Destinasi X2: Kualitas Layanan Variable Dependent: Y1: Keputusan Kunjungan Ulang Y2: Minat Kunjungan Ulang	Penelitian ini menggunakan teknik <i>purposive sampling</i>	Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap minat kunjung ulang
3.	Riri Febriadita & Muh Zaini, 2022	Variabel Independen: X1: Atraksi X2: Aksesibilitas X3: Amenitas X4: Kualitas Pelayanan Variabel Dependen:	Uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, dan uji linier berganda	Kualitas Pelayanan tidak mempengaruhi secara signifikan terhadap minat kunjung ulang

		Y: Minat Kunjung Ulang		
4.	Wara Dirgantara, 2016	Variabel Independen : X1: Kualitas Pelayanan Variabel Dependen : Y1: Kepuasan pengunjung	Penelitian ini menggunakan teknik non probability sampling	Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung
5.	Malsi Ratna Dewi, Siti Soeliha, dan Ediyanto, 2012	Variabel Independen: X1: Citra Destinasi X2:Minat Berkunjung Kembali Variabel Dependen: Y1:Kepuasan Pengunjung	Analisis data dalam penelitian ini menggunakan structural equation model-partial least square.	Kepuasan pengunjung berpengaruh positif dan siginifikan terhadap minat berkunjung kembali

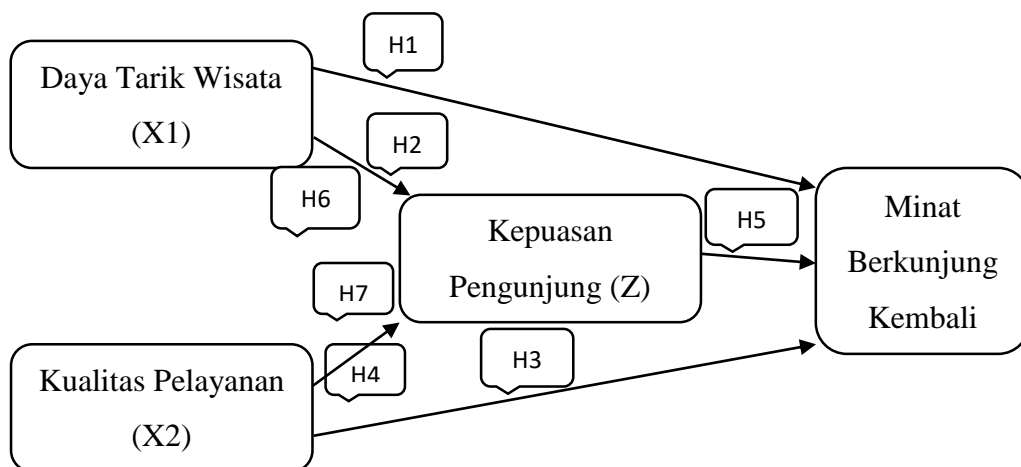
6.	Ni Nyoman Alit Purnami, Iga, Oka Surya Wardani, I Ketut Suamba, 2019	Variabel Independen: X1:Kualitas Layanan Variabel Dependen: Y1: Kepuasan Pengunjung	Dalam penelitian ini menggunakan metode accidental sampling	Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung dan kepuasan pengunjung terhadap minat berkunjung ulang
7	Syahrina Maisaroh,2023	Variabel Independent : X1: Daya Tarik Wisata X2: Kualitas Pelayanan Variabel Dependent : Minat Berkunjung Kembali Variabel <i>Intervening</i> : Kepuasan Pengunjung	Dalam penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik, analisis jalur dan uji sobel	Pengaruh positif dan signifikan antara daya tarik wisata dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung, Pengaruh positif dan signifikan daya tarik wisata terhadap minat berkunjung kembali, tidak berpengaruh

				kepuasan terhadap minat berkunjung kembali.
--	--	--	--	---

## 2.4 Kerangka Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian dan hasil penelitian terdahulu, maka untuk menjelaskan hubungan antar variabel penelitian dapat dijelaskan dengan menggunakan kerangka penelitian yang ditunjukkan pada gambar dibawah ini :

**Gambar II.III**  
**Kerangka Penelitian**



Sumber : Penulis, 2023



Adapun daya tarik wisata (x1) dan kualitas pelayanan (x2) terhadap minat berkunjung kembali (y) dengan kepuasan pengunjung sebagai variabel *intervening* (z). Berikut variabel dalam mengukur seberapa pengaruhnya terhadap minat berkunjung kembali.

**1. Minat Berkunjung Kembali**

- a. Rencana Untuk Berkunjung Kembali Tempat Tersebut.
- b. Minat Referensi Kunjungan
- c. Preferensi Kunjungan

**2. Daya Tarik Wisata**

- a. *Attraction*
- b. Fasilitas
- c. *Transportation*
- d. Hospitality (keramahan)

**3. Kualitas Pelayanan**

- a. Bukti langsung
- b. Reabilitas
- c. Jaminan
- d. Empati

**4. Kepuasan Pengunjung**

- a. Kualitas Layanan
- b. Kualitas Produk

c. Emosional

## **2.5 Pengembangan Hipotesis**

Berdasarkan variabel yang telah ditentukan maka penulis menduga beberapa hipotesis dalam penelitian ini, sebagai berikut :

### **2.5.1 Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Kembali**

Daya tarik wisata merupakan sesuatu yang menarik perhatian wisatawan terhadap suatu daerah tujuan wisata tersebut (Zen et al., 2017). Daya tarik wisata diartikan sebagai sesuatu yang menarik untuk dapat dilihat dan dikunjungi oleh wisatawan (Soleh, 2017). Berdasarkan penelitian terdahulu (Saputro et al., 2020) yang menyatakan bahwa adanya pengaruh dan signifikan antara daya tarik wisata terhadap minat berkunjung kembali.

Hipotesis 1 (H1) : Terdapat pengaruh signifikan daya tarik wisata terhadap minat berkunjung kembali

### **2.5.2 Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung**

Menurut Yoeti (1996) daya tarik wisata memiliki nilai keindahan yang berupa beraneka ragam sumber daya alam atau budaya (Firawan & Suryawan, 2016). Daya tarik wisata diartikan sesuatu yang memiliki keunikan untuk dinikmati keindahannya dalam berwisata (Zaenuri, 2012). Memaparkan faktor pendorong kepuasan pengunjung meliputi : kualitas pelayanan, harga, dan kemudahan akses (Nuraeni, 2018).

Berdasarkan penelitian terdahulu (R & Rozak, 2012) yang menyatakan adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

Hipotesis 2 (H2) : Terdapat pengaruh signifikan daya tarik terhadap kepuasan pengunjung.

### **2.5.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali**

Menurut Tjiptono (2006) kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang memenuhi ataupun melebihi harapan konsumen. Pelayanan serangkaian kegiatan yang dilakukan untuk melayani seseorang (Chaniago, 2020). Berdasarkan penelitian terdahulu yang ditulis oleh (Saputro et al., 2020) dalam penelitiannya menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali.

Hipotesis 3 (H3): Terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali

### **2.5.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung**

Kualitas pelayanan merupakan sesuatu yang menunjukkan kemampuan untuk memuaskan kebutuhan pelanggan. Kualitas pelayanan berupa penilaian pelanggan atas keunggulan pelayanan yang didapatkan ditempat tersebut (Widjayanto, 2019). Berdasarkan penelitian terdahulu (Dirgantara, 2013) yang menyatakan dalam hasil

penelitiannya bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

Hipotesis 4 (H4) : Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung

### **2.5.5 Pengaruh kepuasan pengunjung terhadap minat berkunjung kembali**

Kepuasan pengunjung ialah penilaian seseorang yang sesuai dengan harapan pengunjung. Apabila hasilnya sesuai bahkan lebih maka pengunjung akan merasa puas dan begitu juga sebaliknya apabila pengunjung merasa tidak puas pengunjung akan merasa kecewa (Dewi et al., 2022). Berdasarkan penelitian terdahulu (Dewi et al., 2022) yang menyatakan adanya pengaruh positif dan signifikan kepuasan pengunjung terhadap minat berkunjung kembali.

Hipotesis 5 (H5) : Terdapat pengaruh positif dan signifikan kepuasan pengunjung terhadap minat berkunjung kembali.

### **2.5.6 Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Kembali Melalui Kepuasan Pengunjung**

Daya tarik wisata diartikan sebagai sesuatu yang menarik untuk dilihat dan dikunjungi oleh pengunjung (Soleh, 2017). Menurut Tjiptono (2006) menyatakan kualitas merupakan keadaan dinamis yang memenuhi atau melebihi ekspektasi konsumen. (Chaniago, 2020). Berdasarkan penelitian terdahulu (Subakti, 2018) yang menyatakan

bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan antara daya tarik dan kualitas terhadap minat berkunjung ulang.

Hipotesis 6 (H6) : Terdapat pengaruh positif dan signifikan daya tarik terhadap minat berkunjung kembali melalui kepuasan pengunjung.

### **2.5.7 Pengaruh Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Minat Berkunjung Kembali di Melalui Kepuasan Pengunjung**

Menurut Tjiptono (2006) menyatakan kualitas merupakan keadaan dinamis yang memenuhi atau melebihi ekspektasi konsumen (Chaniago, 2020). Berdasarkan penelitian terdahulu (Sulastri et al., 2018) yang menyatakan adanya pengaruh positif dan signifikan antara daya tarik dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung.

Hipotesis 7 (H7) : Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali melalui kepuasan pengunjung.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis data yang berupa statistika dengan berbentuk angka yang memiliki tujuan pengujian hipotesis yang telah dibuat (Sugiyono, 2013).

#### **3.2 Tempat dan Waktu Penelitian**

Waktu dalam penelitian untuk penyusunan proposal laporan penelitian yang diperkirakan April 2023 sampai selesai. Penelitian ini dilakukan pengunjung wisata kuliner disekitar Cemoro Kandang Tawangmangu.

#### **3.3 Populasi dan Sampel**

Waktu yang digunakan untuk penyusunan proposal sehingga terlaksana laporan penelitian yang diperkirakan April 2023 sampai selesai. Penelitian ini dilakukan pengunjung wisata kuliner disekitar Cemoro Kandang Tawangmangu.

##### **3.3.1. Populasi**

Populasi merupakan sebuah tempat yang terdiri atas objek dan subjek yang mempunyai kualitas dan ciri khas tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian dapat ditarik kesimpulanya (Sugiyono, 2013). Populasi dalam

penelitian ini adalah pengunjung yang berkunjung di wisata kuliner Cemoro Kandang Tawangmangu.

### 3.3.2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi tersebut (Sugiyono, 2013). Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah pengunjung yang pernah berkunjung di wisata kuliner Cemoro Kandang Tawangmangu dengan domisili Surakarta. Sedangkan kriteria responden yang digunakan yaitu sebagai berikut :

- a. Laki-laki maupun Perempuan
- b. Berusia 17-50 Tahun
- c. Pernah mengunjungi wisata kuliner Cemoro Kandang Tawangmangu
- d. Berdomisili Surakarta

Karena jumlah populasi yang dijumpai tidak pasti, maka penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2 + P ( 1- P )}{d^2}$$

keterangan :

$n$  = jumlah sampel

$Z$  = skor  $Z$  pada kepercayaan 95% =1,96

$P$  = maksimal estimasi = 0,5

$d = \text{alpha atau sampling error } 10\% = 0,1$

$$n = \frac{1,96^2 + 0,5 (1-0,5)}{0,1^2}$$

$$= 96,04$$

Sehingga sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 96 responden.

### 3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik sampling merupakan teknik penelitian dalam pengambilan sampel. Teknik sampling dalam metode kuantitatif dapat dikelompokkan menjadi 2 yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*. *Probability sampling* adalah teknik yang memberikan peluang yang sama untuk dipilih menjadi sampel. *Non probability sampling* adalah suatu teknik yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama untuk dipilih menjadi sampel. Teknik sampel penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Teknik ini penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2013). Maksud dalam penelitian ini adalah pengunjung wisata kuliner di sekitar Cemoro Kandang Tawangmangu.

### 3.5 Data dan Sumber Data

Data primer ialah data yang diambil secara langsung dari narasumber melalui wawancara ataupun survei secara langsung. Data sekunder dalam penelitian ini adalah berupa informasi mengenai pengunjung yang berkunjung di wisata kuliner disekitar



Cemoro Kandang Tawangmangu Karanganyar baik bersumber dari artikel, jurnal maupun internet.

### 3.6 Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dikaji sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian dapat diambil kesimpulanya (Sugiyono, 2013).

#### 1. Variabel bebas (*independent*)

Variabel ini merupakan variabel yang menjadi sebab berubahnya atau timbulnya variabel *dependent* (terikat) (Sugiyono, 2013). Variabel bebas (*independent*) dalam penelitian ini yaitu Daya tarik wisata (X1) dan kualitas pelayanan (X2).

#### 2. Variabel terikat (*dependent*)

Variabel *dependent* (terikat) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2013). Variabel terikat (*dependent*) dalam penelitian ini yaitu minat berkunjung kembali (Y).

#### 3. Variabel *intervening*

Variabel *intervening* merupakan variabel penyalur antara yang terletak diantara variabel *dependent* dan *independent* (Sugiyono, 2013). Variabel antara (*intervening*) dalam penelitian ini yaitu kepuasan pengunjung (Z).

### 3.7 Definisi Operasional Variabel

**Tabel 3.1**  
**Definisi Operasional Variabel**

No	Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator
1	Minat Berkunjung Kembali (Y)	Minat berkunjung kembali yaitu kesediaan seseorang dengan perasaan senang untuk mengunjungi kembali dengan tujuan yang sama (Cronin & Taylor, 1992).	Indikator yang dapat mempengaruhi minat berkunjung kembali antara lain (Cronin & Taylor, 1992):  1. Rencana mengunjungi kembali  2. Minat referensi kunjungan  3. Minat preferensi kunjungan
2	Daya Tarik Wisata (X1)	Daya tarik wisata ialah salah satu hal yang menarik untuk dilihat oleh wisatawan (Soleh, 2017).	Indikator penting dalam objek wisata yaitu (Zen et al., 2017) :  <i>1. Attraction</i>  2. Fasilitas  3. Transportation

			4. <i>Hospitality</i> atau keramahan
3	Kualitas Pelayanan (X2)	Kualitas pelayanan merupakan suatu penilaian terkait pemenuhan harapan pelanggan dalam pelayanan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen (Chaniago, 2020).	Menurut Parasuraman et al (1998), Wong and Sohal (2003) menyebutkan bahwa ada lima dimensi kuat yaitu (Chaniago, 2020).: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bukti langsung</li> <li>2. Reabilitas</li> <li>3. Jaminan</li> <li>4. Empati</li> </ol>
4	Kepuasan Pengunjung (Z)	Kepuasan pengunjung merupakan perilaku pengunjung mengenai penilaian pengunjung tentang evaluasi terhadap suatu fasilitas yang ada dengan penilaian sesuai bahkan	Kotler (2001) meningkatkan kepuasan konsumen terdapat beberapa indikator kepuasan adalah (Kotler, 2001): <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kualitas Pelayanan</li> <li>2. Kualitas Produk</li> <li>3. Emosional</li> </ol>

		melampaui batas (Kotler, 2001).	
--	--	------------------------------------	--

### 3.8 Teknik Pengumpulan data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan berupa angket atau kuesioner yaitu dengan menyebarkan sejumlah pertanyaan tertulis melalui kuesioner tersebut digunakan untuk memperoleh informasi dari. Adapun metode pengukuran kuesioner dengan menggunakan skala *Likert*.

Metode pengukuran skala *Likert* berfungsi untuk mengukur pendapat, sikap dan persepsi seseorang tentang suatu kejadian (Sugiyono, 2013). Melalui skala *Likert* ini, variabel diuraikan menjadi indikator sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan (Sugiyono, 2013).

### 3.9 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif berfungsi untuk mengetahui karakteristik responden serta penjelasan dari masing-masing hasil kuesioner berdasarkan variabel penelitian yang terdiri dari daya tarik wisata, kualitas pelayanan, minat berkunjung kembali dan kepuasan pengunjung. Pilihan jawaban pernyataan dalam kuesioner penelitian ini meliputi sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Adapun dalam menentukan kelas interval diperoleh dengan perhitungan sebagai berikut :

$$\text{Interval} = \frac{\text{Nilai Maksimum} - \text{Nilai Minimum}}{\text{Kelas Interval}}$$

$$\text{Interval} = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Dengan rentang skala 0,8 maka skors dapat dikelompokkan sebagai berikut :

**Tabel III.3**  
**Kriteria Analisis Deskriptif**

Skala Data	Rentang Kategori Skor	Penafsiran
1	1,00 – 1,79	Sangat Tidak Baik
2	1,80 – 2,59	Tidak Baik
3	2,60 – 3,39	Cukup
4	3,40 – 4,19	Baik
5	4,20 – 5,00	Sangat Baik

Sumber : Muhidin dan Abdurahman, 2017

### 3.10 Analisis Data

#### 3.10.1 Uji Validitas

Validitas merupakan analisis yang digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya kuesioner dengan software SPSS menggunakan analisis *Pearson Correlation* yang tingkat signifikansinya 0,05. Apabila *p-value* < 0,05 maka kuesioner tersebut dinyatakan valid dan sebaliknya jika *p-value* ≥ 0,05 maka, kuesioner tersebut dinyatakan tidak valid (Gozali, 2011).

#### 3.10.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas ini menggunakan uji *Cronbach's Alpha* > 0,60 maka hasilnya tidak reliable dan begitu juga sebaliknya apabila *Cronbach's Alpha* ≤ 0,60 maka hasilnya reliable (Gozali, 2011).

### 3.11 Uji Asumsi Klasik

#### 3.11.1 Uji Normalitas

Uji normalitas berfungsi untuk mengetahui apakah sampel data berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas ini menggunakan SPSS dengan uji *Kolmogrow Smirnov*. Kriteria keputusan  $p\text{-value} \geq 0,05$  maka dapat dinyatakan sebaran data terdistribusi normal. Sebaliknya jika  $p\text{-value} < 0,05$  maka dinyatakan sebaran data dikatakan tidak normal (Gozali, 2011).

#### 3.11.2 Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas untuk menguji adanya hubungan yang sempurna ataupun mendekati linier antar variabel bebas. Sebagai prasyarat model regresi harus mempunyai nilai *tolerance*  $> 0,10$  dan nilai VIF  $< 10,00$  maka tidak terjadi multikolinearitas, sebaliknya apabila nilai *tolerance*  $< 0,10$  dan nilai VIF  $10,00$  maka terjadi multikolinearitas (Gozali, 2011).

#### 3.11.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain. (Gozali, 2011). Kriteria keputusan apabila  $p\text{-value} \geq 0,05$  maka tidak akan terjadi heteroskedastisitas sebaliknya apabila  $p\text{-value} < 0,05$  maka terjadi heteroskedastisitas.

### 3.12 Analisis Jalur

Analisis jalur digunakan menentukan pola hubungan antar tiga atau lebih variabel dan tidak dapat digunakan untuk mengkonfirmasi atau menoleh hipotesis kausalitas imajinier (Gozali, 2013). Berdasarkan pemaparan diatas maka dalam analisis jalur terdapat dua persamaan yaitu:

$$Z = \alpha_1 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \epsilon_1$$

$$Y = \alpha_2 + \beta_3 X_1 + \beta_4 X_2 + \epsilon_2$$

Keterangan :

Y = Minat Berkunjung Kembali

X1 = Daya Tarik Wisata

X2 = Kualitas Pelayanan

Z = Kepuasan Pengunjung

A = Konstanta

b<sub>1</sub>-b<sub>2</sub> = Koefisien Regresi

ε<sub>1-2</sub> = Pengganggu

### 3.12.1 Ketetapan Model

#### 3.12.1.3 Uji Determinasi (Uji $R^2$ )

Uji Determinasi (Uji  $R^2$ ) digunakan untuk kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel *independent*. Uji Determinasi bernilai nol artinya tidak ada hubungan antara variabel *independent* dengan variabel *dependent*. Sedangkan nilai Uji Determinasi satu berarti adanya kecocokan sempurna dari ketetapan model (Gozali, 2013).

#### 3.12.1.1 Uji Kelayakan Model (Uji F)

Uji Kelayakan Model (Uji F) digunakan untuk mengetahui variabel independent secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependent dengan menggunakan SPSS. Kriteria pengambilan keputusan apabila p-value  $> 0,05$  (tidak berpengaruh), sebaliknya apabila  $< 0,05$  (berpengaruh).

#### 3.12.1.2 Uji Parsial (Uji T)

Uji Parsial (Uji T) pada dasarnya digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Gozali, 2013). Pengujian hipotesis dalam penelitian ini mengenai daya tarik wisata, kualitas pelayanan, minat berkunjung kembali dan kepuasan pengunjung. Kriteria signifikan  $> 0,05$  maka hipotesis ditolak dan apabila angka probabilitas signifikan  $< 0,05$  maka hipotesis diterima.



### 3.13 Uji Pengaruh Tidak Langsung

Uji Sobel digunakan untuk mengetahui variabel *intervening* akan mempengaruhi antar variabel bebas dan variabel terikat yang berdistribusi normal (Ghozali, 2018). Untuk menghitung nilai dari signifikansi variabel pengaruh *intervening*, menggunakan uji Sobel adalah sebagai berikut:

$$S_{ab} = \sqrt{b^2 S_a^2 + a^2 S_b^2 + 2SaSb}$$

Dengan keterangan:

$S_{ab}$  = besar standart error pengaruh tidak langsung

$S_a$  = standart error koefisien a

$S_b$  = standart error koefisien b

a = jalur variabel bebas (X) dengan variabel *intervening* (Z)

b = jalur variabel *intervening* (Z) dengan variabel terikat (Y)

Untuk menguji signifikansi pengaruh tidak langsung dengan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{ab}{S_{ab}}$$

Dengan keterangan:

t = t hitung

a = jalur variabel bebas (X) dengan variabel *intervening* (Z)

b = jalur variabel *intervening* (Z) dengan variabel terikat (Y)

$S_{ab}$  = besar standart error pengaruh tidak langsung

Apabila nilai  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel maka dapat disimpulkan terjadi pengaruh mediasi dan jika  $t$  hitung  $<$   $t$  tabel maka tidak terjadi pengaruh mediasi.

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum**

Penelitian dilakukan dengan penyebaran kuesioner secara offline yang dilakukan kepada responden dengan mendatangi responden yang pernah berkunjung di wisata kuliner cemoro kandang tawangmangu untuk mendapatkan responden.

Penyebaran kuesioner dilakukan 96 responden yang dipilih berdasarkan kriteria sampel yang telah ditentukan terlebih dahulu. Adapun dalam penyebaran kuesioner dengan pertanyaan sebanyak 16 butir pertanyaan dengan skala *Likert* yang digunakan yaitu 1-5. Pengisian kuesioner dengan cara mengisi identitas responden terlebih dahulu dan kemudian berlanjut ke 16 butir soal pernyataan yang harus diisi yaitu variabel Daya Tarik Wisata (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Minat Berkunjung Kembali (Y) dan Kepuasan Pengunjung (Z) dengan masing-masing pertanyaan 4. Penelitian ini dilakukan mulai dari akhir bulan April 2023.

#### **4.2 Karakteristik Responden**

Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang berasal dari kota Surakarta (Banjarsari, Jebres, Laweyan, Pasar Kliwon dan Serengan) yang pernah berkunjung diwisata kuliner Cemoro Kandang Tawangmangu. Jumlah responden yang digunakan sebanyak 96 responden.

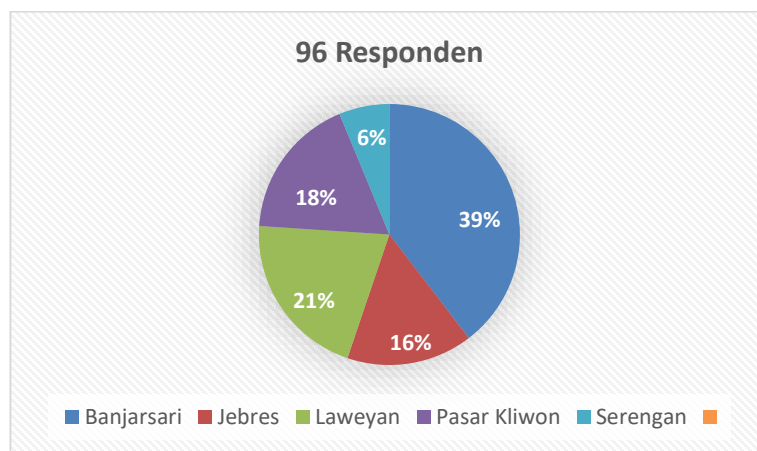
Dibawah ditampilkan karakteristik responden penelitian:

## 1. Analisis Kriteria Responden

### a. Alamat

Analisis deskriptif berdasarkan alamat responden dalam hal ini peneliti mengklasifikasikan responden berdasarkan alamat yaitu dikota Surakarta (Banjarsari, Jebres, Laweyan, Pasar Kliwon dan Serengan). Berikut ini gambar tentang Alamat dari responden :

**Gambar IV.I**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat/Domisili**



Sumber: Data Primer yang Diolah, 2023

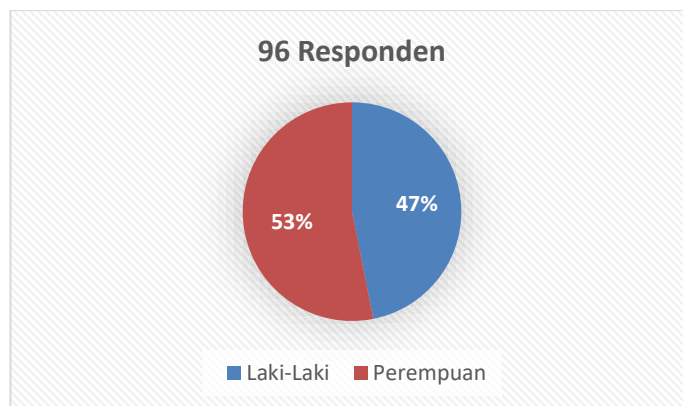
Berdasarkan dari gambar diatas alamat berdomisili wilayah Surakarta dalam penelitian ini untuk Kecamatan Banjarsari sebanyak 38 responden dengan banyak presentase 39%, Kecamatan Jebres sebanyak 15 responden dengan presentase 16%, Kecamatan Laweyan sebanyak 20 responden dengan presentase 21%, Kecamatan Pasar Kliwon sebanyak 17 responden dengan

banyak presentase 18%, Kecamatan Serengan sebanyak 6 responden dengan presentase 6%, Jumlah tersebut menunjukkan bahwa responden paling banyak berasal dari daerah Banjarsari yaitu 38 responden dengan presentase 39%.

### **b. Jenis Kelamin**

Analisis deskriptif berdasarkan jenis kelamin diklasifikasikan menjadi 2 yaitu laki-laki dan perempuan. Berikut ini gambar tentang jenis kelamin dari responden.

**Gambar IV.VII**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**



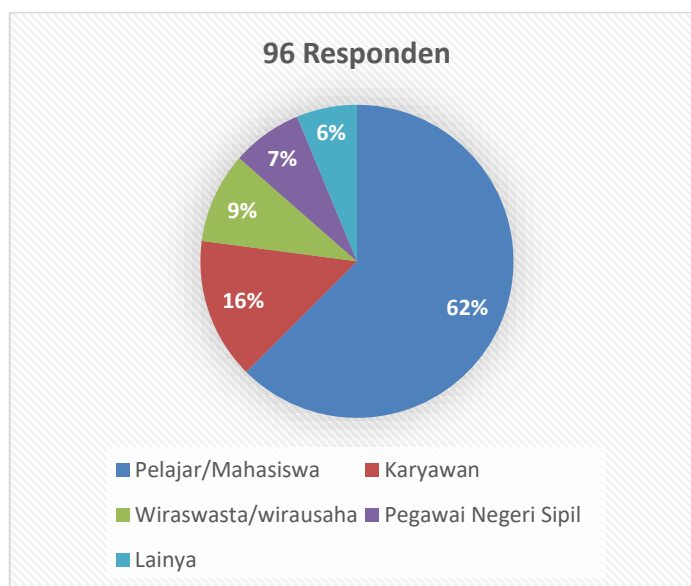
Sumber: Data Primer yang Diolah, 2023

Berdasarkan dari gambar diatas diketahui bahwa responden yang dibutuhkan oleh peneliti adalah berjenis kelamin laki-laki sebanyak 45 responden dengan besarnya presentase 47% dan jenis kelamin perempuan sebanyak 51 responden yang memiliki presentase 53%.

### c. Pekerjaan

Analisis deskriptif berdasarkan pekerjaan dalam hal ini peneliti membagi 5 kategori menurut pekerjaan dalam penelitian ini yaitu Pelajar/Mahasiswa, Karyawan Swasta, Wiraswasta/Wirausaha, Pegawai Negeri Sipil, dan Lainnya. Berikut gambar analisis deskriptif berdasarkan pekerjaan responden:

**Gambar IV.VIII**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**



Sumber: Data Primer yang Diolah,2023

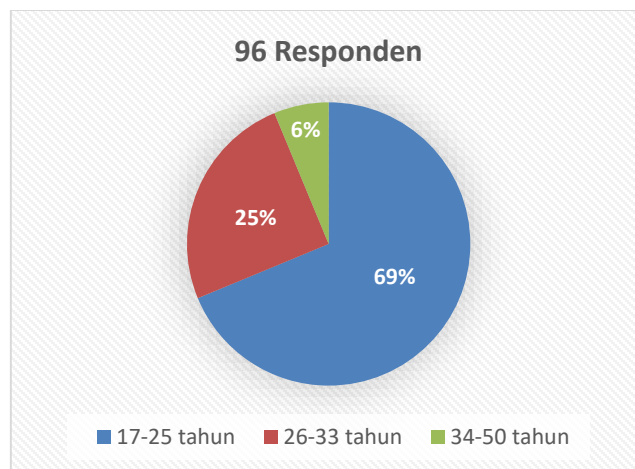
Berdasarkan pekerjaan responden, dapat disimpulkan bahwa responden paling banyak adalah pelajar/mahasiswa yaitu sebanyak 60 responden dengan presentase 62%, karyawan swasta sebanyak 14 responden dengan presentase 16%, wiraswasta/wirausaha sebanyak 9 responden dengan besarnya presentase 9%, pegawai negeri sipil sebanyak 7 responden dengan presesntase 7% dan yang terakhir yaitu lainnya sebanyak 6 responden dengan presesntase 6%.

Sehingga diperoleh hasil terbanyak yaitu pelajar/mahasiswa yaitu sebanyak 60 responden dengan presentase 62%.

#### d. Usia

Analisis deskriptif berdasarkan usia dalam hal ini peneliti membagi 3 kategori menurut usia responden dalam penelitian ini yaitu 17-25 tahun, 26-33 tahun dan 34-50 tahun. Berikut gambar analisis deskriptif responden berdasarkan usia:

**Gambar IV.IX**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**



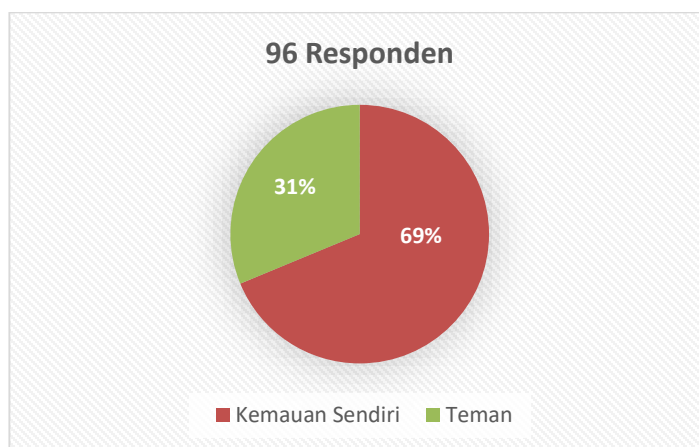
Sumber: Data Primer yang Diolah,2023

Hasil menunjukkan bahwa responden yang berusia 17-25 tahun sebanyak 66 responden dengan besarnya presentase 69%, usia 26-33 tahun sebanyak 24 responden dengan presentase 24% dan untuk usia 34-50 sebanyak 6 responden dengan presesntase 6%. Sehingga diperoleh terbanyak usia 17-25 dengan presentase 69%.

e. **Rekomendasi berkunjung**

Analisis deskriptif berdasarkan rekomendasi berkunjung dalam hal ini peneliti membagi 2 kategori menurut rekomendasi berkunjung responden dalam penelitian ini yaitu berdasarkan kemauan sendiri dan teman. Berikut gambar analisis deskriptif responden berdasarkan rekomendasi berkunjung:

**Gambar IV.X**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Rekomendasi Berkunjung**



Sumber: Data Primer yang Diolah, 2023

Hasil menunjukkan bahwa responden dengan rekomendasi berkunjung atas kemauan sendiri sebanyak 66 responden dengan presentase 69%, sedangkan untuk rekomendasi teman sebanyak 30 responden dengan presentase 31 %. Sehingga diperoleh bahwa paling banyak yaitu dengan rekomendasi Kemauan Sendiri sebanyak 66 responden dengan presentase 69%.



#### **f. Pernah Berkunjung di Wisata Kuliner Cemoro Kandang Tawangmangu**

Analisis deskriptif berdasarkan pernah/tidaknya responden mengunjungi yang diteliti. Dalam hal ini peneliti mengkasifikasikan responden berdasarkan pernah berkunjung yang diteliti. Berikut gambar tentang pernah tidaknya responden mengunjungi wisata kuliner Cemoro Kandang Tawangmangu:

**Gambar IV.XI**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah/Tidak Mengunjungi**



Sumber: Data Primer yang Diolah, 2023

Berdasarkan dari tabel diatas diketahui bahwa responden pernah mengunjungi wisata kuliner cemoro kandang tawangmangu sebanyak 96 responden dengan presesntase 100% sedangkan untuk responden yang tidak pernah berkunjung sebanyak 0 responden dengan presentase 0 %. Sehingga diperoleh terbanyak pernah mengunjungi wisata kuliner cemoro kandang tawangmangu sebanyak 96 responden dengan presesntase 100%.

### 4.3 Hasil

#### 4.3.1. Analisis Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Statistik deskripsi juga menggambarkan tentang hasil tabulasi data responden mengenai variabel penelitian yaitu daya tarik wisata dan kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali dengan kepuasan pengunjung sebagai variabel *intervening* sebagai berikut:

1. Tanggapan responden mengenai daya tarik wisata (X1)

**Tabel IV.13**  
**Kriteria Analisis Deskriptif X1**

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS	N	Skore	Mean	Ket
		1	2	3	4	5				
1.	Objek Wisata Cemoro Kandang Tawangmangu memiliki pemandangan keindahan alam	0	0	3	10	83	96	464	4,8333	SB
2.	Tersedianya tempat ibadah, toilet yang memadai di wisata kuliner Cemoro Kandang	0	0	6	11	79	96	457	4,7604	SB

	Tawangmangu										
3.	Akses jalan dan adanya parkir yang memadai di wisata kuliner Cemoro Kandang Tawangmangu	1	2	8	31	54	96	423	4,4062	SB	
4.	Kenyamanan dan keramahan dalam pelayanan di di wisata kuliner Cemoro Kandang Tawangmangu	0	0	12	29	55	96	427	4,4479	SB	
<b>Rata-Rata Total Variabel X1</b>									<b>4,6119</b>	<b>SB</b>	

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan tabel data menunjukkan hasil dari total rata-rata pada Daya Tarik Wisata yaitu 4,61 dengan rata-rata jawaban paling tinggi dari responden

ditunjukkan pada item pernyataan “Objek Wisata Cemoro Kandang Tawangmangu memiliki pemandangan keindahan alam” yakni dengan nilai rata-rata 4,83. Sedangkan nilai rata-rata terendah responden terdapat pada item pernyataan “Akses jalan dan adanya parkir yang memadai diwisata kuliner Cemoro Kandang Tawangmangu” dengan nilai rata-rata 4,40. Berdasarkan data distribusi responden diatas melalui variabel independen daya tarik wisata memiliki nilai rata-rata 4,61 dengan hasil yang berkesimpulan secara umum responden memiliki respon sangat baik.

2. Tanggapan responden mengenai Kualitas Pelayanan (X2)

**Tabel IV.13**  
**Kriteria Analisis Deskriptif X2**

No	Pertanyaan	STS	T	N	S	S	N	Skore	Mean	Ket
		1	2	3	4	5				
1.	Objek wisata kuliner emoro Kandang Tawangmangu memiliki lingkungan yang bersih dan nyaman	0	0	22	33	41	96	403	4,1979	B

2.	Objek wisata Cemoro Kandang Tawang mangu menciptakan pelayanan dengan baik dalam melayani konsumen	4	9	27	29	27	<b>96</b>	<b>354</b>	<b>3,6875</b>	<b>B</b>
3.	Objek wisata Cemoro Kandang Tawabg mangu memiliki banyakny a pilihan menu makanan dan minuman yang disajikan dengan baik	7	13	36	22	18	<b>96</b>	<b>319</b>	<b>3,3229</b>	<b>C</b>
4.	Obejk wisata Cemoro Kandang Tawang mangu memiliki cita rasa kuliner	0	0	14	36	46	<b>96</b>	<b>416</b>	<b>4,3333</b>	<b>SB</b>

	yang enak									
<b>Rata-Rata Total Variabel X2</b>									<b>3,8854</b>	<b>B</b>

Sumber : Data Primer, Olah 2023

Berdasarkan tabel data menunjukkan hasil dari total rata-rata pada variabel kualitas pelayanan yaitu 3,88 dengan rata-rata jawaban tertinggi dari responden ditunjukkan pada item pernyataan “Obejk wisata Cemoro Kandang Tawangmangu memiliki cita rasa kuliner yang enak” yakni dengan nilai rata-rata 4,33. Sedangkan nilai rata-rata terendah responden terdapat pada item pernyataan “Objek wisata Cemoro Kandang Tawabgmangu memiliki banyaknya pilihan menu makanan dan minuman yang disajikan dengan baik” memiliki nilai rata-rata 3,32. Berdasarkan data distribusi responden diatas melalui variabel independen kualitas pelayanan memilki nilai rata-rata 3,88 dengan hasil yang berkesimpulan secara umum responden memilki respon yang baik.

## 3. Tanggapan responden mengenai Minat Berkunjung Kembali (Y)

**Tabel IV.14**  
**Kriteria Analisis Deskriptif Y**

No	Pertanyaan	ST	T	N	S	S	N	Skore	Mean	Ket
		1	2	3	4	5				
1.	Saya akan mengunjungi kembali wisata kuliner Cemoro Kandang Tawangaman gu	2	6	27	30	31	96	370	3,8541	B
2.	Saya akan mengajak orang disekitar saya untuk mengunjungi wisata kuliner Cemoro Kandang Tawangaman gu	0	1	21	24	50	96	411	4,2812	SB
3.	Saya merasa senang mengunjungi wisata kuliner Cemoro Kandang Tawangaman gu	0	1	13	28	54	96	423	4,4062	SB

4.	Saya akan mengajak keluarga untuk berlibur menikmati wisata kuliner Cemoro Kandang Tawangamangu	1	2	17	28	48	96	408	4,25	SB
<b>Rata-Rata Total Variabel Y</b>									<b>4,1979</b>	<b>B</b>

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan tabel data diatas menunjukkan hasil dari total rata-rata pada variabel minat berkunjung kembali yaitu 4,19 dengan rata-rata jawaban tertinggi dari responden ditunjukkan pada item pernyataan “Saya merasa senang mengunjungi wisata kuliner Cemoro Kandang Tawangamangu” yakni dengan nilai rata-rata 4,40. Sedangkan nilai rata-rata terendah responden terdapat pada item pernyataan Saya akan mengunjungi kembali 5wisata kuliner Cemoro Kandang Tawangamangu” dengan nilai rata-rata 3,8. Berdasarkan data distribusi responden diatas melalui variabel dependen minat berkunjung kembali memiliki nilai rata-rata 4,19 dengan hasil yang berkesimpulan secara umum responden memiliki respon yang baik.



## 4. Tanggapan responden mengenai kepuasan pengunjung (Z)

**Tabel IV.15**  
**Kriteria Analisis Deskriptif Z**

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS	N	Skore	Mean	Ket
		1	2	3	4	5				
1.	wisatawan merasakan kepuasan dan pelayanan yang diberikan pedagang	0	0	6	32	58	96	436	4,5416	SB
2.	Wisatawan merasakan kepuasan atas makanan dan minuman yang dijual di objek wisata Kuliner Cemoro Kandang Tawangmangu	0	1	17	32	46	96	411	4,2812	SB
3.	Wisatawan merasakan keindahan pemandangan alam disekitar obejk wisata kuliner Cemoro Kandang Tawangm	0	0	17	30	49	96	416	4,3333	SB

4.	Wisatawan merasakan kepuasan yang diberikan saat berkunjung di wisata kuliner Cemoro Kandang Tawangmangu	0	1	7	31	57	96	432	4,5	SB
<b>Rata-Rata Total Variabel Z</b>									<b>4,4140</b>	<b>SB</b>

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan tabel data diatas menunjukkan hasil dari total rata-rata pada variabel kepuasan pengunjung yaitu 4,41 dengan rata-rata jawaban tertinggi dari responden ditunjukkan pada item pernyataan “wisatawan merasakan kepuasan dan pelayanan yang diberikan pedagang” yakni dengan nilai rata-rata 4,54. Sedangkan nilai rata-rata terendah responden terdapat pada item pernyataan “Wisatawan merasakan kepuasan atas makanan dan minuman yang dijual di objek wisata Kuliner Cemoro Kandang Tawangmangu” dengan nilai rata-rata 4,28. Berdasarkan data distribusi responden diatas melalui variabel mediasi kepuasan pengunjung memiliki nilai rata-rata 4,41 dengan hasil yang berkesimpulan secara umum responden memiliki respon yang sangat baik.

### 4.3.2. Uji Statistik Deskriptif

**Tabel IV.16**  
**Kriteria Analisis Deskriptif**

		<b>Daya Tarik Wisata</b>	<b>Kualitas Pelayanan</b>	<b>Minat Berkunjung Kembali</b>	<b>Kepuasan Pengunjung</b>
N	Valid	96	96	96	96
	Missing	0	0	0	0
Mean		18.45	15.53	16.84	17.66
Std. Error of Mean		.197	.289	.275	.242
Median		19.00	16.00	17.00	18.00
Mode		20	17	20	20
Std. Deviation		1.930	2.828	2.696	2.375
Variance		3.724	7.999	7.270	5.638
Range		8	10	10	8
Minimum		12	10	10	12
Maximum		20	20	20	20

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas, disimpulkan bahwa variabel Daya Tarik Wisata (X1) memiliki sampel sebanyak 96 dengan nilai minimum 12 dan nilai maksimum 20 dari jawaban responden. Sedangkan nilai rata-rata (mean) pada variabel ini sebesar 18,5 untuk median 19,00 dan mode 20. Adapun nilai standar deviasinya sebesar 1,930. Kemudian untuk variabel Kualitas Pelayanan (X2) dari 96 sampel diketahui bahwa nilai minimum 10 dan nilai maksimum 20 dari jawaban responden. Sedangkan nilai rata-rata (mean) pada variabel ini sebesar 15,53, untuk median 16,00 dan mode 17. Adapun nilai standar deviasinya sebesar 2,828

Minat Berkunjung Kembali (Y) memiliki sampel sebanyak 96 dengan nilai minimum 10 dan nilai maksimum 20 dari jawaban responden. Sedangkan nilai rata-rata (mean) pada variabel ini sebesar 16,84, untuk median 17,00 dan mode 20. Adapun nilai standar deviasinya sebesar 2,696. Sedangkan variabel Kepuasan Pengunjung (Z) mempunyai sampel sebanyak 96 dengan nilai minimum 12 dan nilai maksimum 20 dari jawaban responden. Sedangkan rata-rata (mean) pada variabel ini sebesar 17,66, untuk median 1800 dan mode 20. Adapun nilai standar deviasinya sebesar 2,375.

#### **4.3.3. Uji Validitas**

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui tingkat kesesuaian dan keakuratan kuesioner dalam mengukur variabel yang diteliti dengan program SPSS versi 28.00 menggunakan analisis *person correlations*. Kriteria pengukuran yaitu apabila  $p\text{-value} < 0,1$  atau  $R_{\text{hitung}} > R_{\text{Tabel}}$  maka pernyataan tersebut dinyatakan valid dengan uji dua arah (*two tailed*). Penelitian ini menggunakan sampel berjumlah 96, maka dapat dihitung besarnya  $df$  (*degree of freedom*) dengan rumus  $(N-2)$ , untuk  $N = 96$ ,  $df = 94$  dengan  $\alpha 0,1$  dan mendapatkan  $r_{\text{tabel}} 0,2006$

Berdasarkan pengolahan dalam penelitian ini, maka hasil validasi pada setiap masing-masing variabel dijelaskan sebagai berikut:

**Tabel IV.17**  
**Uji Validitas Variabel X, Y dan Z**

Variabel	Item Kuesioner	R hitung	R Tabel	Ket
X1 (Daya Tarik Wisata)	x1.1	0,752	0,2006	Valid
	x1.2	0,688	0,2006	
	x1.3	0,780	0,2006	
	x1.4	0,806	0,2006	
X2 Kualitas Pelayanan	x2.1	0,692	0,2006	Valid
	x2.2	0,863	0,2006	
	x2.3	0,819	0,2006	
	x2.4	0,485	0,2006	
Y Minat Berkunjung Kembali	y1	0,714	0,2006	Valid
	y2	0,775	0,2006	
	y3	0,759	0,2006	
	y4	0,780	0,2006	
Z Kepuasan Pengunjung	z1	0,844	0,2006	Valid
	z2	0,820	0,2006	
	z3	0,883	0,2006	
	z4	0,804	0,2006	

#### 4.3.4. Uji Reliabilitas

Intrumen yang digunakan sebagai alat ukur dan dikatakan reliabel apabila memiliki koefisien Cronbach Alpha > 0,60.

**Tabel IV.18**  
**Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	Standar Alpha	Keterangan
X1 (Daya Tarik Wisata)	0,731	0,60	Reliabel
X2 (Kualitas Pelayanan)	0,711	0,60	Reliabel

Y (Minat Berkunjung Kembali)	0,764	0,60	Reliabel
Z (Kepuasan Pengunjung)	0,856	0,60	Reliabel

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan uji tersebut diketahui bahwa semua pernyataan mengenai daya tarik wisata, kualitas pelayanan, minat berkunjung kembali dan kepuasan pengunjung memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60 sehingga dapat dinyatakan reliabel.

#### 4.3.5. Uji Asumsi Klasik

##### 4.3.3.1. Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov*. Jika nilai signifikansi > 0,1, maka dinyatakan normal, sebaliknya apabila nilai signifikansi < 0,1 maka dinyatakan tidak normal.

**Tabel IV.19**  
**Uji Normalitas**

	<i>Unstandardized Residual</i>	<i>Alpha</i>	Keterangan
N	96		
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	0,155	0,1	NORMAL

Sumber : Data primer diolah, 2023

Dari hasil uji *Kolmogorov Smirnov* dapat dijelaskan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini yang dinyatakan data distribusi normal karena nilai signifikansi 0,155 > 0,1.

#### 4.3.3.2. Uji Multikolinearitas

Uji multikoleniaritas harus mempunyai nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10,00 maka tidak terjadi multikolinearitas, sebaliknya apabila nilai *tolerance* < 0,10 dan VIF > 10,00 maka akan terjadi multikolinearitas.

**Tabel IV.20**  
**Persamaan 1**  
**Uji Multikolinearitas**

<b>Variabel</b>	<b><i>Tolerance</i></b>	<b>VIF</b>	<b>Keterangan</b>
Daya Tarik Wisata	0,971	1,030	Bebas Multikoleniaritas
Kualitas Pelayanan	0,971	1,030	Bebas Multikoleniaritas

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada persamaan 1 dijelaskan bahwa semua variabel memiliki nilai *tolerance* < 0,10 dan nilai VIF < 10,00. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independent. Kemudian hasil uji multikolinearitas pada persamaan 2 ditunjukkan pada tabel berikut :

**Tabel IV.21**  
**Persamaan 2**  
**Uji Multikolinearitas**

<b>Variabel</b>	<b><i>Tolerance</i></b>	<b>VIF</b>	<b>Keterangan</b>
Daya Tarik Wisata	0,912	1,097	Bebas Multikoleniaritas
Kualitas Pelayanan	0,764	1,309	Bebas Multikoleniaritas
Kepuasan Pengunjung	0,718	1,393	Bebas Multikoleniaritas

Sumber : Data Primer Diolah,2023

Berdasarkan hasil pengujian multikolinearitas pada persamaan 2 menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai tolerance  $< 0,10$  dan nilai VIF  $< 10,00$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bebas multikolinearitas antar variabel independent.

#### 4.3.3.3. Uji Heteroskedastisitas

Ada tidaknya heteroskedastisitas diketahui dengan melihat probabilitas masing-masing variable bebas pada derajat kepercayaan 10%. Penelitian ini menggunakan *uji Glejser* dengan kriteria apabila nilai signifikansi  $> 0,1$  maka tidak terjadi heteroskedastisitas, sebaliknya apabila nilai signifikansi  $< 0,1$  maka terjadi heteroskedastisitas.

**Tabel IV.22**  
**Persamaan 1**  
**Uji Heteroskedastisitas**

<b>Variabel</b>	<b>Sig</b>	<b>Alpha</b>	<b>Keterangan</b>
Daya Tarik Wisata	0,111	0,1	Bebas Heteroskedastisitas
Kualitas Pelayanan	0,447	0,1	Bebas Heteroskedastisitas

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas persamaan 1 menunjukkan bahwa variabel bebas memiliki nilai signifikansi  $> 0,1$  sehingga disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas antar variabel independent. Kemudian hasil uji heteroskedastisitas pada persamaan 2 ditunjukkan pada tabel berikut :



**Tabel IV.23**  
**Persamaan 2**  
**Uji Heteroskedastisitas**

<b>Variabel</b>	<b>Sig</b>	<b>Alpha</b>	<b>Keterangan</b>
Daya Tarik Wisata	0,766	0,1	Bebas Heteroskedastisitas
Kualitas Pelayanan	0,250	0,1	Bebas Heteroskedastisitas
Kepuasan Pengunjung	0,878	0,1	Bebas Heteroskedastisitas

Sumber :Data Primer Diolah,2023

Berdasarkan uji heteroskedastisitas persamaan 2 menunjukkan bahwa variabel bebas memiliki nilai signifikansi  $> 0,1$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas antar variabel independent.

#### **4.3.3.4 Auto korelasi**

Dalam penelitian saya ini, uji auto korelasi tidak perlukan karena memang tidak mengandung unsur waktu dalam tabulasi penelitian. Auto korelasi harus dilakukan pada regresi linier dengan adanya runtut waktu.

#### **4.3.6 Uji Ketepatan Model**

##### **1. Uji Determinasi ( $R^2$ )**

Analisis ini digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh yang diberikan variabel bebas variabel dependentnya. Hasil uji koefisien determinasi persamaan 1 ditunjukkan pada tabel berikut:

**Tabel IV.24**  
**Persamaan 1**  
**Uji determinasi**

<b>Model Penelitian</b>	<b><i>R</i></b>	<b><i>R Square</i></b>	<b><i>Adjusted R Square</i></b>	<b><i>Std. Error of the Estimate</i></b>
1	0,531	0,282	0,267	2,033

Sumber : Data Primer Diolah,2023

Berdasarkan tabel diatas *R square* pada persamaan 1 sebesar 0,282, artinya daya tarik wisata dan kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali menjelaskan 28,2 % sedangkan 71,8 % lagi dipengaruhi oleh variabel diluar model. Kemudian hasil analisis persamaan 2 uji determinasi ( $R^2$ ) pada tabel berikut ini :

**Tabel IV.25**  
**Persamaan 2**  
**Uji determinasi**

<b>Model Penelitian</b>	<b><i>R</i></b>	<b><i>R Square</i></b>	<b><i>Adjusted R Square</i></b>	<b><i>Std. Error of the Estimate</i></b>
1	0,391	0,153	0,125	2.522

Sumber : Data Primer Diolah,2023

Berdasarkan tabel diatas *R square* pada persamaan 2 sebesar 0,153 artinya daya tarik wisata dan kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali menjelaskan 15,3 % sedangkan 84,7 % lagi dipengaruhi oleh variabel lain diluar model.

## 2. Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Uji statistik F digunakan mengetahui signifikansi variabel bebas memiliki pengaruh secara bersama terhadap variabel terikat (Gozali, 2013). Hasil uji F dapat dilihat pada tabel dibawah ini,

**Tabel IV.26**  
**Persamaan 1**  
**Uji Signifikansi Simultan (Uji F)**

<b>Model</b>	<i>sum of squares</i>	<b>Df</b>	<i>Mean Square</i>	<b>F</b>	<b>Sig.</b>
Regression	151,190	2	75,595	18,286	< 0,001 <sup>b</sup>
Residual	384,466	93	4,134		
Total	535,656	95			

Sumber : data yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas bahwa hasil pengujian hipotesis secara simultan diperoleh nilai F hitung sebesar  $18.286 > F$  tabel sebesar 3,091 dengan nilai signiffikan  $0,001 < 0,1$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa daya tarik wisata dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pengunjung. Kemudian uji hasul statistic Uji F persamaaan 2 pada tabel berikut :

**Tabel IV.27**  
**Persamaan 2**  
**Uji Signifikansi Simultan (Uji F)**

<b>Model</b>	<i>sum of squares</i>	<b>Df</b>	<i>Mean Square</i>	<b>F</b>	<b>Sig.</b>
Regression	105,391	3	35,130	5,522	0,002 <sup>b</sup>
Residual	585,266	92	6,362		
Total	690,656	95			

Sumber : Data Primer Diolah 2023

Berdasarkan tabel diatas bahwa hasil pengujian hipotesis secara simultan diperoleh nilai F hitung sebesar  $5.522 > F$  tabel sebesar 3,091 dengan nilai signiffikan  $0,002 < 0,1$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa daya tarik wisata, kualitas pelayanan dan kepuasan pengunjung berpengaruh secara simultan terhadap minat berkunjung kembali.

### 3. Uji Parsial (Uji T)

Untuk menguji variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Hasil pengujian hipotesis persamaan 1 ditunjukkan pada tabel berikut:

**Tabel IV.28**  
**Persamaan 1**  
**Uji Hipotesis (Uji T)**

Variabel	T <sub>hitung</sub>	T <sub>tabel</sub>	Sig.
Daya Tarik Wisata (X1)	2,465	1,660	0,016
Kualitas Pelayanan (X2)	5,023	1,660	0,001

Sumber : Data Primer Diolah,2023

1. Daya tarik wisata terhadap kepuasan pengunjung. Dengan nilai tingkat signifikan sebesar  $0,016 < 0,1$  dan nilai thitung  $> T$  tabel  $2,465 > 1,660$ . Jadi daya tarik wisata memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung, sehingga H0 ditolak dan H1 diterima.
2. Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung. Dengan nilai tingkat signifikan sebesar  $0,001 < 0,1$  dan nilai thitung  $> t$  tabel  $5,023 > 1,660$ . Jadi kualitas pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan

pengunjung, sehingga H0 ditolak dan H2 diterima. Kemudian berdasarkan hasil pengujian hipotesis persamaan 2 ditunjukkan pada tabel berikut :

**Tabel IV.29**  
**Persamaan 2**  
**Uji Hipotesis (Uji T)**

<b>Variabel</b>	<b>T<sub>hitung</sub></b>	<b>T<sub>tabel</sub></b>	<b>Sig.</b>
Daya Tarik Wisata (X1)	3,959	1,660	0,001
Kualitas Pelayanan (X2)	0,795	1,660	0,429
Kepuasan Pengunjung (Z)	-1,590	1,660	0,115

Sumber : Data Primer Diolah,2023

1. Daya tarik wisata terhadap minat berkunjung kembali. Dengan nilai tingkat signifikan sebesar  $0,001 < 0,1$  dan nilai t hitung  $< t$  tabel  $3,959 > 1,660$ . Jadi daya tarik wisata berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali, sehingga H0 ditolak dan H3 diterima
2. Kualitas pelayanan terhadap terhadap minat berkunjung kembali. Dengan nilai tingkat signifikan sebesar  $0,429 > 0,1$  dan nilai thitung  $> t$  tabel  $7,95 > 1,660$ . Jadi kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali, sehingga H0 diterima dan H4 ditolak.
3. Kepuasan pengunjung terhadap terhadap minat berkunjung kembali. Dengan nilai tingkat signifikan sebesar  $0,115 > 0,1$  dan nilai thitung  $< t$  tabel  $-1,590 < 1,660$ . Jadi kepuasan pelanggan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali, sehingga H0 diterima dan H5 ditolak.

### 4.3.7 Analisis Jalur

Analisis Jalur digunakan dalam menentukan pola hubungan antara tiga atau lebih variabel. Hasil uji regresi dan analisis jalur dapat dilihat pada tabel berikut:

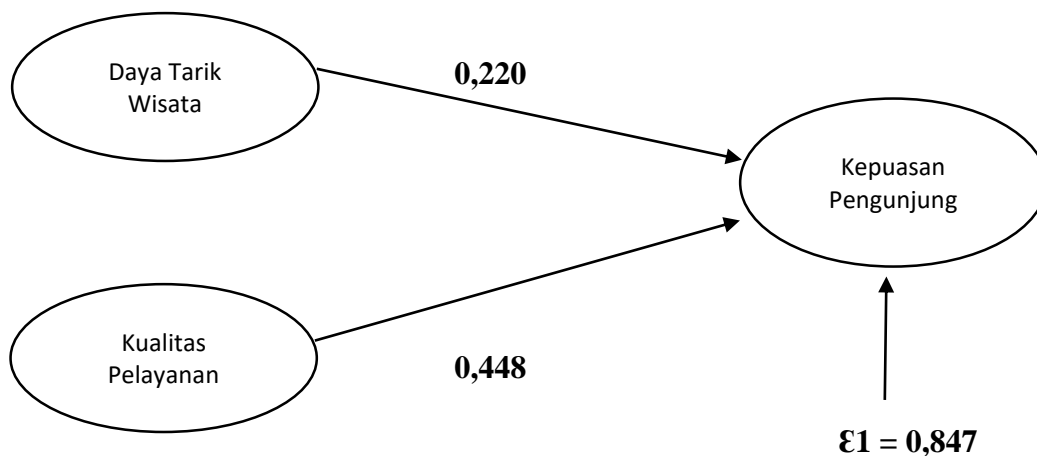
**Tabel IV.30**  
**Persamaan 1**  
**Analisis Regresi**

Variabel	T <sub>hitung</sub>	T <sub>tabel</sub>	Sig.
Daya Tarik Wisata (X1)	2,465	1,660	0,016
Kualitas Pelayanan (X2)	5,023	1,660	0,001

Sumber : Data Primer Diolah,2023

Berdasarkan tabel 4.32 model regresi dapat disusun yaitu :  $Z = 6,829 + (0,270)$  Daya Tarik Wisata +  $(0,376)$  Kualitas Pelayanan +  $e_1$ . Berdasarkan persamaan regresi diatas dapat diinterpretasikan melalui persamaan regresi 1 yaitu  $e_1 = \sqrt{1-R^2}$ . Menunjukkan bahwa nilai R Square 1 ( $R^2$ ) memiliki arti besarnya nilai Rsquare pada persamaan 1. Sehingga  $e_1 = \sqrt{1-0,282}$  yang hasilnya sebesar 0,847. Nilai  $e_1$  dimasukan kedalam persamaan regresi diatas menjadi  $Z = 6,829 + (0,270)$  Daya tarik wisata +  $(0,376)$  kualitas pelayanan + 0,847.

**Gambar IV.I**  
**Persamaan 1**  
**Analisis Regresi**



Sumber : Penulis, 2023

**Tabel IV.31**  
**Persamaan 2**  
**Analisis Regresi**

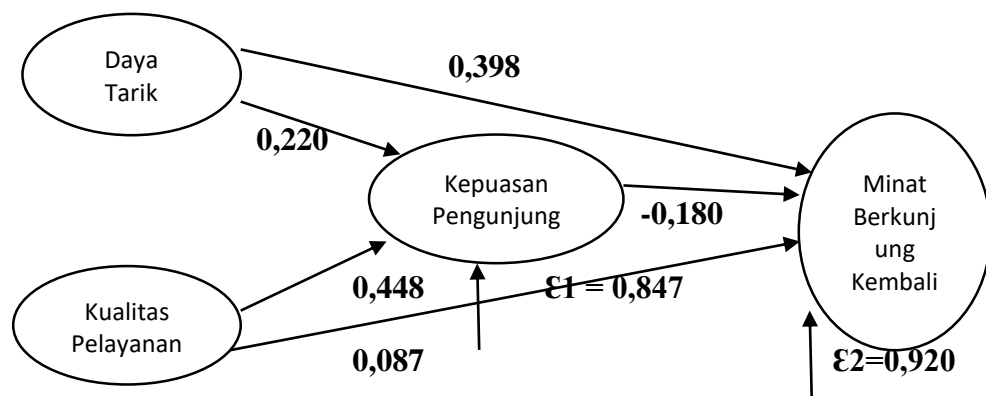
Variabel	T <sub>hitung</sub>	T <sub>tabel</sub>	Sig.
Daya Tarik Wisata (X1)	3,959	1,660	0,001
Kualitas Pelayanan (X2)	0,795	1,660	0,429
Kepuasan Pengunjung (Z)	-1,590	1,660	0,115

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.33 model regresi dapat disusun yaitu  $Y = 8,903 + \text{daya tarik wisata} (0,556) + \text{kualitas pelayanan} (0,83) + \text{kepuasan pengunjung} (-204) + e_2$ . Berdasarkan persamaan regresi diatas dapat diinterpretasikan melalui persamaan regresi tersebut bahwa  $e_2 = \sqrt{1-R^2}$ . Menunjukkan bahwa nilai R square 2 ( $R^2$ ) memiliki arti besarnya nilai R square pada persamaan 2. Sehingga  $e_2 = \sqrt{1-0,153}$

yang hasilnya 0,920. Maka nilai e2 dimasukan persamaan regresi  $Y = 8,903 + \text{daya tarik wisata} (0,556) + \text{kualitas pelayanan} (0,83) + \text{kepuasan pengunjung} (-204) + (0,920)$ .

**Gambar IV.II**  
**Persamaan 2**  
**Analisis Regresi**



Sumber : Penulis, 2023

#### 4.3.8 Uji Pengaruh Tidak Langsung

Pengaruh mediasi yang ditunjukkan signifikan atau tidak di uji dengan sobel test sebagai berikut :

1. Daya tarik wisata terhadap minat berkunjung kembali melalui kepuasan pengunjung dapat diuji menggunakan uji sobel dengan cara menghitung melalui rumus berikut:

$$Sab = \sqrt{b2Sa2 + a2Sb2 + Sa2Sb2}$$

$$Sab = \sqrt{(0,107)^2 \times (-0,216)^2 + (0,293)^2 \times (0,127)^2 + (0,216)^2 \times (0,127)^2}$$

$$= \sqrt{(0,11 \cdot 0,046) + (0,085 \cdot 0,016) + (0,046 \cdot 0,016)}$$

$$= \sqrt{(10,00050) + (0,0013) + 10,00073}$$



$$= \sqrt{0,00253}$$

$$= 0,05$$

Maka nilai t statistik mediasi diperoleh:

$$\begin{aligned} \text{thitung} &= \frac{0,367 \times 0,071}{0,050} \\ &= 0,521 \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan nilai thitung 0,521 lebih kecil dari ttabel sebesar 1,660 maka tidak ada pengaruh antara daya tarik wisata terhadap minat berkunjung kembali melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi atau *intervening*.

2. Kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali melalui kepuasan pengunjung diuji menggunakan uji sobel melalui rumus berikut:

$$S_{ab} = \sqrt{b^2 S_{a^2} + a^2 S_{b^2} + S_{a^2} S_{b^2}}$$

$$\begin{aligned} S_{ab} &= \sqrt{(0,070)^2 \times (0,216)^2 + (0,367)^2 \times (0,127)^2 + (-0,216)^2 \times (0,127)^2} \\ &= \sqrt{(0,00023) + (0,0021) + (0,00073)} \\ &= \sqrt{0,00306} \\ &= 0,055 \end{aligned}$$

Maka nilai t statistik mediasi diperoleh :

$$\begin{aligned} \text{thitung} &= \frac{0,367 \times 0,071}{0,055} \\ \text{thitung} &= 0,473 \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan nilai thitung 0,473 lebih kecil dari ttabel sebesar 1,660 maka tidak ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali melalui kepuasan pengunjung sebagai variabel mediasi atau *intervening* .

#### **4.3.9 Pembahasan Hasil Penelitian (Pembuktian Hipotesis)**

##### **1. Pengaruh Daya tarik wisata terhadap minat berkunjung kembali**

Daya tarik wisata merupakan suatu yang dapat menarik perhatian wisatawan terhadap suatu daerah tujuan wisata tersebut (Zen et al., 2017). Daya tarik wisata diartikan sebagai hal yang menarik untuk dapat dilihat dan dikunjungi oleh wisatawan (Soleh, 2017).

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, daya tarik wisata terhadap minat berkunjung kembali dengan nilai signifikansi  $0,001 < 0,1$ . Maka **hipotesis 1 diterima**, hal ini berarti menunjukkan bahwa daya tarik wisata berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali. Penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu (Saputro et al., 2020) yang menyatakan adanya pengaruh dan signifikan antara daya tarik wisata terhadap minat berkunjung kembali.

Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa daya tarik wisata dapat meningkatkan minat berkunjung kembali pada wisata kuliner Cemoro Kandang Tawangmangu. Sehingga dapat disimpulkan bahwa daya tarik wisata mempengaruhi minat berkunjung kembali.

## **2 . Pengaruh Daya tarik wisata terhadap kepuasan pengunjung**

Menurut Yoeti (1996) daya tarik wisata memiliki nilai keindahan yang berupa beraneka ragam sumber daya alam atau budaya (Firawan & Suryawan, 2016). Daya tarik wisata diartikan sesuatu hal yang memiliki nilai untuk dinikmati keindahannya dalam berwisata (Zaenuri, 2012).

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, daya tarik wisata terhadap kepuasan pengunjung dengan nilai signifikansi  $0,016 < 0,1$ . Maka **hipotesis 2 diterima**, hal ini berarti menunjukkan bahwa daya tarik wisata berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung. Penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu (S.Kawatu et al., 2020) yang menyatakan adanya pengaruh positif dan signifikan daya tarik wisata terhadap kepuasan pengunjung.

Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa daya tarik wisata dapat meningkatkan kepuasan pengunjung pada wisata kuliner Cemoro Kandang Tawangmangu. Sehingga dapat disimpulkan bahwa daya tarik wisata mempengaruhi kepuasan pengunjung.

### **3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali**

Kualitas pelayanan merupakan hal yang menunjukkan kemampuan untuk memuaskan kebutuhan pelanggan. Kualitas pelayanan berupa penilaian pelanggan atas keunggulan pelayanan yang didapatkan ditempat tersebut (Widjayanto, 2019).

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali dengan nilai signifikansi  $0,429 < 0,1$ . Maka **hipotesis 3 ditolak**, hal ini berarti menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Penelitian ini sesuai dengan penelitian (Dita & Zaini, 2022) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali.

Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa kualitas pelayanan tidak dapat meningkatkan minat berkunjung kembali pada wisata kuliner Cemoro Kandang Tawangmangu. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan tidak mempengaruhi minat berkunjung kembali.

### **4. Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung**

Kualitas sangat penting ditingkatkan, karena akan mempengaruhi kepuasan pengunjung wisatawan. Kualitas pelayanan diartikan hal yang memenuhi harapan konsumen (Dirgantara, 2013).

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, daya tarik wisata terhadap minat berkunjung kembali dengan nilai signifikansi  $0,001 < 0,1$ . Maka **hipotesis 4 diterima**, hal ini berarti menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung. Penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu (Parangu & Kholiq, 2020) yang menyatakan dalam hasil penelitiannya bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa kualitas pelayanan dapat meningkatkan kepuasan pengunjung pada wisata kuliner Cemoro Kandang Tawangmangu. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pengunjung.

##### **5. Kepuasan pengunjung terhadap minat berkunjung kembali**

Kepuasan pengunjung ialah penilaian seseorang yang sesuai dengan harapan pengunjung. Apabila kinerja sesuai bahkan lebih maka pengunjung akan merasakan kepuasan dan begitu juga sebaliknya apabila pengunjung merasakan ketidakpuasan pengunjung akan merasa kecewa (Dewi et al., 2022).

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, daya tarik wisata terhadap minat berkunjung kembali dengan nilai signifikansi  $0,115 > 0,1$ . Maka **hipotesis 5 ditolak**, hal ini berarti menunjukkan bahwa kepuasan pengunjung tidak berpengaruh positif dan signifikan minat berkunjung kembali. Penelitian ini sesuai

dengan penelitian terdahulu (Gayatri, 2018) yang menyatakan bahwa kepuasan pengunjung berpengaruh negatif terhadap minat berkunjung kembali.

Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa kepuasan pengunjung tidak dapat meningkatkan minat berkunjung kembali pada wisata kuliner Cemoro Kandang Tawangmangu dikarenakan pelayanan dan fasilitas yang tidak sesuai dengan ekspektasi pengunjung. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan pengunjung tidak dapat meningkatkan minat berkunjung kembali.

#### **6. Daya tarik wisata terhadap minat berkunjung kembali Melalui kepuasan pengunjung**

Daya tarik wisata merupakan hal yang menarik perhatian wisatawan terhadap suatu daerah tujuan wisata tersebut (Zen et al., 2017). Daya tarik wisata diartikan sebagai sesuatu yang menarik untuk dilihat dan dikunjungi oleh wisatawan (Soleh, 2017).

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan dan perhitungan menggunakan rumus sobel test, daya tarik wisata terhadap minat berkunjung kembali melalui kepuasan pengunjung dengan nilai signifikan  $10,044 > 0,1$ . Maka **hipotesis 6 ditolak**, hal ini berarti menunjukkan bahwa daya tarik wisata tidak berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali. Penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu (Darajat, 2020) yang menyatakan bahwa daya tarik wisata tidak

berpengaruh secara tidak langsung terhadap minat berkunjung kembali melalui kepuasan pengunjung.

Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa daya tarik wisata tidak dapat meningkatkan minat berkunjung kembali pada wisata kuliner Cemoro Kandang Tawangmangu. Sehingga dapat disimpulkan bahwa daya tarik wisata tidak dapat meningkatkan minat berkunjung kembali melalui kepuasan pengunjung.

#### **7. Kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali Melalui kepuasan pengunjung**

Kualitas pelayanan merupakan sesuatu yang menunjukkan kemampuan untuk memuaskan kebutuhan pelanggan. Kualitas pelayanan berupa penilaian pelanggan atas keunggulan pelayanan yang didapatkan ditempat tersebut (Widjayanto, 2019)

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan dan perhitungan menggunakan rumus sobel test, kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali melalui kepuasan pengunjung dengan nilai signifikan  $0,267355 > 0,1$ . Maka **hipotesis 7 ditolak**, hal ini berarti menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali melalui kepuasan pengunjung. Penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu (Darojat, 2020) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara tidak langsung terhadap minat berkunjung kembali melalui kepuasan pengunjung

Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa kualitas pelayanan tidak dapat meningkatkan minat berkunjung kembali pada wisata kuliner Cemoro Kandang

Tawangmangu. Sehingga dapat disimpulkan bahwa daya tarik wisata tidak dapat meningkatkan minat berkunjung kembali melalui kepuasan pengunjung.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan berbagai uji dan analisis data yang telah diuraikan tentang pengaruh daya tarik wisata terhadap minat berkunjung kembali dengan kepuasan pengunjung sebagai variabel *intervening* (studi kasus pada wisata kuliner cemoro kandang Tawangmangu), maka dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh positif signifikan daya tarik wisata terhadap minat berkunjung kembali, pengaruh signifikan daya tarik wisata terhadap kepuasan pengunjung, pengaruh tidak signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung, pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung.

Pengaruh tidak signifikan kepuasan pengunjung terhadap minat berkunjung kembali. Pengaruh tidak signifikan daya tarik wisata terhadap minat berkunjung kembali melalui kepuasan pengunjung. pengaruh tidak signifikan kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali melalui kepuasan pengunjung.

#### **5.2 Saran**

##### **1. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan mampu untuk memperluas variabel penelitian dengan mengembangkan variabel lain yang dapat berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali. Kemudian dapat dikembangkan penelitian dengan

menggunakan metode penelitian yang lain supaya dapat lebih bervariasi dan valid sehingga pada penelitian selanjutnya diharapkan memperoleh hasil yang lebih baik.

## **2. Bagi Pedagang**

Bagi Pedagang, diharapkan melalui mampu meningkatkan kualitas dalam pelayanan agar dapat menambah daya tarik wisata dalam menciptakan kepuasan wisatawan dalam berkunjung di wisata kuliner Cemoro Kandang Tawangmangu.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179–211.
- Aliyah. (2017). Pengaruh Promosi Media Sosial Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Obyek Wisata Edukasi Manyung. *Jurnal Riset Bisnis Dan Ekonomi*, xx.
- Azman, H. A., & Elsandra, Y. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Kunjungan Berulang Wisatawan Milenial ke Bukittinggi. *Andalas Management Review*, 4(1), 1–17.
- Bhudiharty, S. (2019). Analisis Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pengunjung Objek Wisata Farmhouse Lembang. *Jurnal Management Dan Accounting*, 2(1), 10–20.
- Chaniago, H. (2020). Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Pada Loyalitas Konsumen Nano Store. *International Journal Administration, Business Dan Organization*, 1(2), 59–69.
- Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring Service Quality - A Reexamination And Extension. *Journal of Marketing*, 56(March), 55–68. <https://doi.org/10.2307/1252296>
- Darojat, I. (2020). Analisis Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening. 5(1), 23–37.
- Dewa, A. L., Ratwianingsih, L., & Marfuhah, I. (2018). Pengembangan Pariwisata Jawa Tengah Berbasis Ecology Marine Tourism. *Jurnal Litbang Provinsi Jawa Tengah*, 16, 45–58.
- Dewi, M. R., Soeliha, S., & Ediyanto. (2022). Pengaruh Citra Wisata Kampung Blekok

- Dalam Menentukan Minat Berkunjung Kembali Terhadap Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur*, 1(2), 1045–1055.
- Dirgantara, W. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pengunjung Museum Kartini Jepara. *Management Analysis Journal*, 2(1), 110–117.
- Dita, R. F., & Zaini, M. (2022). Pengaruh Atraksi , Aksesibilitas , Amenitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan di Pulau Kumala Kabupaten Kutai Kartanegara. *Etnik Jurnal Ekonomi*, 1(4), 271–282.
- Firawan, I. gusti ngurah fredy, & Suryawan, ida bagus. (2016). Potensi Daya Tarik Wisata Air Terjun Nungnung Sebagai Daya Tarik Wisata Alam. *Jurnal Destinasi Wisata*, 4(2), 92–95.
- Gayatri, A. (2018). *Pengaruh Bauran Pemasaran Pariwisata Dan Kualitas Pelayanan Pariwisata Melalui Kepuasan Wisatawan Terhadap Minat Berkunjung Kembali*.
- Gozali. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*.
- Gozali. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS*.
- Kotler. (2001). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Mamas German Restaurant. *STIE Bali International Institute of Tourism Management*, 2(1), 1–13.
- Mubarokah, & Dewi, A. (2018). Pengembangan Rumah Pohon Banyu Anyep Jatiyoso Untuk Meningkatkan Kunjungan Wisata Di Karanganyar JawaTengah. *Bachelor Tesis*, 1–5.
- Nuraeni. (2018). *Analisis Kepuasan Pengunjung Pada Objek Wisata Pantai Galesong Di Kabupaten Takalar Provinsi Sulawesi Selatan*.
- Parangu, K. A., & Kholiq, A. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Pengemasan*

*Daya Tarik Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Ngebel Ponorogo. 14(2), 407–423.*

Parlindungan. (2022). *10 Gambar Cemoro Kandang, Jalur Wisata Tawangmangu Karanganyar Kabupaten Jawa Tengah.* JejakPiknik.com. file:///C:/Users/lenovo/Documents/10 Gambar Cemoro Kandang, Jalur Wisata Tawangmangu Karanganyar Kabupaten Jawa Tengah \_ JejakPiknik.com.html

Purnami, N. N. A., Iga, Suryawardani, O., & Suamba, I. K. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengunjung Agrowisata Bali Pulina untuk Membentuk Minat Kunjungan Ulang. *E-Jurnal Agribisnis Dan Agrowisata, 8(1), 59–69.*

R, B., & Rozak, hasan abdul. (2012). Kualitas Daya Tarik Wisata, Kepuasan dan Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Mancanegara di Jawa Tengah. *Jurnal Dinamika Kepriwisataan, XI.*

Riyadi, S., & Nurmahdi, A. (2022). The Effect Of Destination Image, Electronic Word Of Mouth And Service Quality On Visiting Decisions And Their Impact On Revisit Interest. *Journal Research of Social Science, Economic and Management, 01(9), 1244–1263.*

S.Kawatu, V., L.Mandey, S., & Ch.A.Lintong, D. (2020). *Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Niat kunjungan Ulang Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Interveninng.* 8(3), 400–410.

Saputro, W. E., Sukimin, & Indriastuty, N. (2020). Analisis Daya Tarik Wisata, Persepsi Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal GeoEkonomi ISSN-Elektronik, 11, 56–73.*

Soleh, H. (2017). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Daya Tarik Wisata Air Terjun

Aek Martua Di Desa Tangun Kecamatan Bangun Purba Kabupaten Rokan Hulu Provinsi Riau. *Jurnal Online Mahasiswa Ilmu Sosial Dan Politik*, 4(1), 1–12.

Subakti, Agung Gita. (2018). Analisis Daya Tarik Wisata dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Ke Jungle Land Theme Park Sentul Bogor. *Jurnal Perhotelan Bogor*, 2.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R Dan D*.

Sulastri, Rapini, T., & Kristiyana, N. (2018). Analisis Pengaruh Daya Tarik, Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Pengunjung Yang Berkunjung Di Mojosemi Forest Park Kabupaten Magetan Dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 1–10.

Widjayanto, T. (2019). *Pengaruh daya tarik wisata, promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di objek wisata ketep pass*.

Zaenuri. (2012). Pengaruh daya tarik wisata dan fasilitas layanan terhadap kepuasan wisatawan di pantai balekambang kabupaten malang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 51(2), 16–21.

Zen, Zefri Wardi, Beriliant, B., & Mayasari, H. (2017). Daya Tarik Wisata Dan Promosi Terhadap Keputusan Memilih Objek Wisata Kawasan Mandeh Kabupaten Pesisir Selatan. *Jurnal Manajemen Dan Kewisausahaan*, 8, 1–12.

# LAMPIRAN

## LAMPIRAN I

### JADWAL PENELITIAN

No	Bulan	Januari				Februari				Maret				April				Mei			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Penyusunan Proposal	X	X	X	X	X	X														
2.	Konsultasi		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
3.	Revisi Proposal						X	X	X												
4.	Pengumpulan Data									X	X	X	X	X	X						
5.	Analisis Data															X					
6.	Penulisan Akhir Naskah Skripsi															X					
7.	Pendaftaran Munaqasah																X				
8.	Munaqasah																	X			



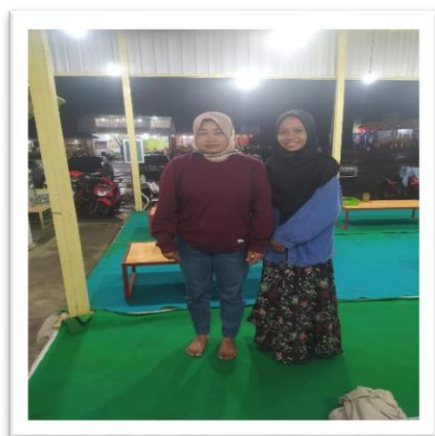


## LAMPIRAN II

### DOKUMENTASI



**Foto suasana wisata kuliner Cemoro Kandang**



**Zuraida salah satu responden**



**Gilby salah satu responden**

**LAMPIRAN III**  
**DATA RESPONDEN**

<b>No</b>	<b>Nama Responden</b>	<b>Alamat</b>	<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Usia</b>	<b>Pekerjaan</b>	<b>Pernah Berkunjung /Tidak ?</b>	<b>Rekomendasi Siapa Anda Berkunjung ?</b>
1	Ghany Yazid Khairy	Kadipiro	Laki-laki	17	Mahasiswa	Ya	Diri Sendiri
2	Nabila Nur Rahma	Manahan	Perempuan	19	Mahasiswa	Ya	Diri Sendiri
3	Yonaka Titin Nur Cahyani	Laweyan	Perempuan	18	Mahasiswa	Ya	Diri Sendiri
4	Rizki Kurniawan	Gajahan	Laki-laki	18	Mahasiswa	Ya	Teman
5	Andi Muttaqin	Mojosongo	Laki-laki	18	Mahasiswa	Ya	Teman
6	Bulan Estrion Ramadhan	Manahan	Perempuan	18	Mahasiswa	Ya	Diri Sendiri
7	Rio Bekt Wicaksono	Sumber	Laki-laki	18	Mahasiswa	Ya	Diri Sendiri
8	Vannessa Diva	Purwosari	Perempuan	18	Mahasiswa	Ya	Diri Sendiri
9	Alifa Salsabila Rowi	Semanggi	Perempuan	18	Mahasiswa	Ya	Diri Sendiri
10	Gilby Alauna	Banjarsari	Laki-laki	18	Mahasiswa	Ya	Diri Sendiri
11	Muhammad Farhan	Jebres	Laki-laki	25	Karyawan Swasta	Ya	Diri Sendiri

12	Farel Fadhilah	Mojosongo	Laki-laki	25	Karyawan Swasta	Ya	Teman
13	Lacita Putri	Kauman	Perempuan	26	Mahasiswa	Ya	Teman
14	Nadia Rahmawati	Kadipiro	Perempuan	30	Mahasiswa	Ya	Diri Sendiri
15	Zuraida Lila Fauziah	Kadipiro	Perempuan	33	Mahasiswa	Ya	Diri Sendiri
16	Nisa Rahmawati	Kerten	Perempuan	33	Mahasiswa	Ya	Diri Sendiri
17	Pertiwi Sayekti	Pajang	Perempuan	34	Wiraswasta	Ya	Diri Sendiri
18	Yulita Woro	Sumber	Perempuan	34	Wiraswasta	Ya	Diri Sendiri
19	Kayla Askadina Putri	Sumber	Perempuan	23	Mahasiswa	Ya	Diri Sendiri
20	Zakira Nur Cahya	Jajar	Perempuan	21	Mahasiswa	Ya	Diri Sendiri
21	Fika Arifiani	Pucang Sawit	Perempuan	45	Wiraswasta	Ya	Diri Sendiri
22	Annisa Nur Cahyani	Manahan	Perempuan	27	Pegawai Negeri Sipil	Ya	Teman
23	Zainab Ais Tsaqofiyah	Nusukan	Perempuan	30	Pegawai Negeri Sipil	Ya	Teman
24	Ria Puspitasari	Kampung Baru	Perempuan	33	Pegawai Negeri Sipil	Ya	Teman
25	Rifqi Murtadhho	Karangasem	Laki-laki	20	Wiraswasta	Ya	Teman
26	Muhammad Salsabil	Mojosongo	Laki-laki	21	Wiraswasta	Ya	Diri Sendiri

27	Eka Ramhadania	Laweyan	Perempuan	23	Wiraswasta	Ya	Diri Sendiri
28	Umi Nasiroh	Sumber	Perempuan	21	Mahasiswa	Ya	Diri Sendiri
29	Vina Dwi	Kadipiro	Perempuan	22	Mahasiswa	Ya	Diri Sendiri
30	Nur Azzizah	Purwosari	Perempuan	22	Mahasiswa	Ya	Diri Sendiri
31	Fathimah Nur Choiriyah	Purwosari	Perempuan	23	Mahasiswa	Ya	Diri Sendiri
32	Nur Alif Ikhsanuddin	Sriwedari	Laki-laki	19	Mahasiswa	Ya	Diri Sendiri
33	Syifa Kumalasaki	Sriwedari	Perempuan	28	Pegawai Negeri Sipil	Ya	Diri Sendiri
34	Muhammad Nur Zakky	Stabelan	Laki-laki	23	Karyawan Swasta	Ya	Diri Sendiri
35	Nuha Fariqin	Stabelan	Laki-laki	19	Karyawan Swasta	Ya	Diri Sendiri
36	Sari Rachmawati	Joglo	Perempuan	21	Karyawan Swasta	Ya	Diri Sendiri
37	Itsbatul Haq	Joglo	Laki-laki	24	Karyawan Swasta	Ya	Diri Sendiri
38	Muhammad Catur Prasetyo	Baluwarti	Laki-laki	20	Mahasiswa	Ya	Diri Sendiri
39	Wildan Nauval	Baluwarti	Laki-laki	21	Mahasiswa	Ya	Teman
40	Hasan Asykari	Kadipiro	Laki-laki	20	Mahasiswa	Ya	Teman
41	Muhammad Rosyid	Semanggi	Laki-laki	20	Wiraswasta	Ya	Teman

42	Faiz Abdurahman	Semanggi	Laki-laki	21	Wiraswasta	Ya	Teman
43	Muhammad Nasruddin	Semanggi	Laki-laki	24	Wiraswasta	Ya	Teman
44	Rohmad Hidayat	Mojosongo	Laki-laki	27	Lainya	Ya	Teman
45	Agus Cahyo	Mojosongo	Laki-laki	25	Lainya	Ya	Teman
46	Bayu Aji Prasetyo	Mojosongo	Laki-laki	21	Mahasiswa	Ya	Diri Sendiri
47	Anggi Setiawan	Kadipiro	Laki-laki	22	Mahasiswa	Ya	Diri Sendiri
48	Novian Ramadhani	Kadipiro	Laki-laki	19	Mahasiswa	Ya	Diri Sendiri
49	Eko Febriyanto	Kadipiro	Laki-laki	18	Mahasiswa	Ya	Teman
50	Fajar Subekti	Sumber	Perempuan	22	Mahasiswa	Ya	Teman
51	Aulia Nur Cahyani	Sumber	Perempuan	23	Mahasiswa	Ya	Teman
52	Putri Amelia Nur Aisyah	Sumber	Perempuan	21	Mahasiswa	Ya	Teman
53	Aji Pangestu	Kadipiro	Laki-laki	28	Karyawan Swasta	Ya	Teman
54	Sri Lestari	Sumber	Perempuan	22	Karyawan Swasta	Ya	Diri Sendiri
55	Delia Indriyani	Sumber	Perempuan	18	Mahasiswa	Ya	Diri Sendiri
56	Afriska Eka Wulaningrum	Kadipiro	Perempuan	18	Mahasiswa	Ya	Diri Sendiri

57	Annisa Berlian Setyafani	Kadipiro	Perempuan	19	Mahasiswa	Ya	Diri Sendiri
58	Rizal Ramadhan	Joglo	Laki-laki	20	Mahasiswa	Ya	Diri Sendiri
59	Hasti Rifah Insani	Joglo	Perempuan	21	Mahasiswa	Ya	Diri Sendiri
60	Adis Wahyu Saputri	Mojosongo	Perempuan	22	Mahasiswa	Ya	Diri Sendiri
61	Melinda Eko Saputri	Mojosongo	Perempuan	22	Mahasiswa	Ya	Diri Sendiri
62	Marvelino Kayzen Arjuna	Mojosongo	Laki-laki	21	Mahasiswa	Ya	Diri Sendiri
63	Yudha Pratama	Mojosongo	Laki-laki	27	Lainya	Ya	Teman
64	Muhammad Raihan	Kadipiro	Laki-laki	28	Lainya	Ya	Teman
65	Dimas Prasetyo	Kadipiro	Laki-laki	25	Karyawan Swasta	Ya	Teman
66	Wahyudi	Banyuanyar	Laki-laki	26	Karyawan Swasta	Ya	Teman
67	Rahman Syaifuddin	Banyuanyar	Laki-laki	25	Karyawan Swasta	Ya	Teman
68	Nur Rohmah	Banyuanyar	Perempuan	19	Mahasiswa	Ya	Teman
69	Septiani	Banyuanyar	Perempuan	18	Mahasiswa	Ya	Teman
70	Rina Dyah Kusuma	Banyuanyar	Perempuan	19	Mahasiswa	Ya	Diri Sendiri
71	Tri Lestari	Joglo	Perempuan	21	Mahasiswa	Ya	Diri Sendiri

72	Sukmawati Dewi	Joglo	Perempuan	21	Mahasiswa	Ya	Diri Sendiri
73	Novita Berlian	Joglo	Perempuan	20	Mahasiswa	Ya	Diri Sendiri
74	Dewi Ratna	Mojosongo	Perempuan	22	Mahasiswa	Ya	Diri Sendiri
75	Indri Hapsari	Mojosongo	Perempuan	21	Mahasiswa	Ya	Diri Sendiri
76	Ardan Pratama	Mojosongo	Laki-laki	20	Mahasiswa	Ya	Diri Sendiri
77	Zulfikar Aziz	Kadipiro	Laki-laki	20	Mahasiswa	Ya	Diri Sendiri
78	Kevin Prayoga	Kadipiro	Laki-laki	19	Mahasiswa	Ya	Diri Sendiri
79	Arif Nur Hidayati	Kadipiro	Laki-laki	19	Mahasiswa	Ya	Diri Sendiri
80	Wiwin Sawinda	Kadipiro	Laki-laki	18	Mahasiswa	Ya	Diri Sendiri
81	Irfan Mustofa	Kadipiro	Laki-laki	25	Pegawai Negeri Sipil	Ya	Diri Sendiri
82	Ayu Dewi Fathimah	Sumber	Perempuan	26	Pegawai Negeri Sipil	Ya	Diri Sendiri
83	Diyah Kusuma Ningrum	Sumber	Perempuan	27	Karyawan Swasta	Ya	Diri Sendiri
84	Adelia Putri	Sumber	Perempuan	28	Karyawan Swasta	Ya	Diri Sendiri
85	Wahyu Saputra	Mojosongo	Laki-laki	18	Mahasiswa	Ya	Diri Sendiri
86	Pramudya Arda	Mojosongo	Laki-laki	18	Mahasiswa	Ya	Diri Sendiri
87	Sholeh	Mojosongo	Laki-laki	19	Mahasiswa	Ya	Diri Sendiri
88	Lilik Saputro	Mojosongo	Laki-laki	20	Mahasiswa	Ya	Diri Sendiri
89	Bambang	Mojosongo	Laki-laki	27	Karyawan Swasta	Ya	Teman



90	Ifa Aprilia	Kadipiro	Perempuan	26	Lainya	Ya	Temaan
91	Siti Muslihah	Kadipiro	Perempuan	25	Lainya	Ya	Teman
92	Santi Al Munawaroh	Kadipiro	Perempuan	25	Pegawai Negeri Sipil	Ya	Diri Sendiri
93	Titto	Kadipiro	Laki-laki	19	Mahasiswa	Ya	Diri Sendiri
94	Fais Said	Kadipiro	Laki-laki	18	Mahasiswa	Ya	Diri Sendiri
95	Rani Movita	Joglo	Perempuan	19	Mahasiswa	Ya	Diri Sendiri
96	Dwi Utari	Joglo	Perempuan	20	Mahasiswa	Ya	Diri Sendiri

**LAMPIRAN IV**  
**DATA JAWABAN RESPONDEN**

No	Daya Tarik Wisata					Kualitas Pelayanan				
	x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	Total X1	x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	Total X2
1	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
2	5	5	5	5	20	5	4	5	5	19
3	5	5	4	4	18	5	3	2	4	14
4	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
5	5	5	5	3	18	4	3	3	4	14
6	5	5	4	5	19	4	3	3	4	16
7	5	5	4	5	19	3	4	4	5	16
8	5	5	4	5	19	5	2	2	4	13
9	5	5	4	4	18	3	2	2	4	11
10	5	5	5	5	20	5	4	3	5	17
11	5	5	3	4	17	4	3	3	5	15
12	5	5	5	4	19	4	3	3	5	13
13	5	5	4	4	18	3	3	3	4	13
14	5	5	5	5	20	5	5	2	5	17
15	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
16	4	4	4	3	15	3	3	3	3	12
17	4	4	3	4	15	3	3	4	3	13
18	5	5	5	5	20	3	3	3	5	14
19	5	5	5	5	20	4	4	5	4	17
20	5	5	5	5	20	4	4	5	3	16
21	4	5	4	4	17	5	4	4	5	18
22	3	3	4	3	13	3	4	4	3	14
23	5	5	5	5	20	4	5	4	5	18
24	5	5	3	5	18	5	4	4	5	18
25	5	5	5	5	20	4	4	3	4	15
26	5	5	5	5	20	4	5	4	5	18
27	4	3	2	3	12	5	4	3	4	16
28	4	4	4	3	15	5	5	4	5	19
29	5	5	5	4	19	5	2	2	5	14
30	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
31	5	5	5	5	20	3	3	3	4	13
32	5	4	4	5	18	5	3	2	5	15
33	5	5	4	5	19	3	3	1	5	12

34	5	5	5	5	20	4	3	3	4	14
35	5	5	1	3	14	3	2	1	4	10
36	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
37	5	5	4	4	18	4	1	1	4	10
38	5	5	5	4	19	5	4	3	4	16
39	5	5	5	4	19	5	2	2	4	13
40	5	5	4	4	18	4	3	3	4	14
41	5	5	5	5	20	3	2	2	5	12
42	5	5	4	4	18	3	3	3	5	14
43	5	5	5	5	20	3	3	2	3	11
44	5	5	5	3	18	4	4	4	5	17
45	5	5	5	5	20	5	1	1	5	12
46	5	5	5	5	20	5	5	5	4	19
47	5	5	4	5	19	3	3	2	4	12
48	5	5	4	5	19	4	4	4	4	16
49	5	5	5	5	20	4	4	4	3	15
50	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
51	5	5	3	4	17	5	5	5	5	20
52	5	5	5	5	20	4	3	3	4	14
53	5	5	4	5	19	5	5	5	5	20
54	5	5	4	4	18	4	5	3	5	17
55	5	5	4	4	18	4	5	4	4	17
56	5	5	4	5	19	4	1	1	5	11
57	4	5	3	3	15	4	2	2	5	13
58	5	5	5	5	20	3	3	3	4	13
59	5	5	5	5	20	5	4	4	5	18
60	5	4	3	4	16	5	5	5	5	20
61	4	4	4	5	17	4	3	2	3	12
62	5	4	4	4	17	5	5	3	5	18
63	5	3	4	4	16	4	4	2	3	12
64	5	5	4	4	18	4	4	1	4	13
65	5	5	5	5	20	3	3	3	3	12
66	5	5	5	5	20	5	4	4	4	17
67	5	5	5	5	20	5	4	3	5	17
68	4	5	3	3	15	4	5	3	5	17
69	4	4	4	4	16	3	3	3	3	12
70	5	5	2	4	16	4	4	4	4	16
71	5	5	5	5	20	4	2	3	4	13

72	5	5	5	4	19	5	5	5	4	19
73	5	5	5	3	18	4	5	3	3	15
74	5	5	5	5	20	4	3	3	5	15
75	3	3	3	3	12	5	4	3	5	17
76	5	4	5	4	18	3	3	3	3	12
77	5	5	4	5	19	5	4	5	4	18
78	5	5	5	5	20	4	5	5	5	19
79	5	5	5	5	20	5	5	3	5	18
80	5	5	5	5	20	4	4	4	4	16
81	5	5	5	5	20	5	4	3	5	17
82	5	5	5	3	18	5	5	5	5	20
83	5	5	5	4	19	3	4	4	4	15
84	5	3	5	5	18	3	3	3	4	13
85	5	5	5	5	20	5	4	4	3	16
86	5	5	5	5	20	5	5	4	5	19
87	5	5	4	5	19	5	5	3	5	18
88	5	3	5	4	17	4	5	5	5	19
89	3	4	4	4	15	3	2	3	4	12
90	5	5	5	5	20	5	4	3	4	16
91	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
92	5	5	5	5	20	3	1	1	5	10
93	5	5	5	5	20	5	3	4	5	17
94	5	5	5	5	20	5	4	3	3	15
95	5	5	4	4	18	4	3	3	4	14
96	5	5	5	5	20	5	5	4	4	18

No	Minat Berkunjung Kembali					Kepuasan Pengunjung				
	y1	y2	y3	y4	Total Y	z1	z2	z3	z4	Total Z
1	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
2	4	5	5	5	19	5	5	5	5	20
3	3	5	5	5	18	4	4	4	5	17
4	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
5	3	3	4	4	14	4	2	3	4	13
6	3	5	5	5	18	5	5	5	5	20
7	5	4	3	4	16	4	3	3	4	14
8	1	5	3	4	13	4	5	4	5	18
9	2	4	5	4	15	5	5	4	5	19
10	4	5	5	5	19	5	5	5	5	20
11	3	5	5	4	17	5	5	5	5	20
12	4	5	5	5	19	5	5	5	5	20
13	4	3	4	4	15	5	4	5	5	19
14	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
15	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
16	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
17	3	4	4	3	14	3	4	4	4	15
18	3	4	5	4	16	5	4	5	5	19
19	4	5	5	5	19	5	4	5	5	19
20	3	4	5	5	17	4	4	4	5	17
21	4	5	5	5	19	4	3	4	4	15
22	3	4	5	5	17	4	3	3	4	14
23	4	3	3	4	19	5	4	4	4	17
24	4	3	3	4	14	5	3	5	5	18
25	3	3	3	5	14	5	4	5	5	19
26	5	5	5	5	20	4	5	3	4	16
27	5	5	5	5	20	4	4	3	2	13
28	3	3	2	2	10	4	5	3	5	17
29	3	5	4	3	15	5	3	4	5	17
30	4	3	4	4	15	5	5	5	5	20
31	3	2	4	3	12	4	4	4	5	17
32	4	4	4	5	17	5	5	5	5	20
33	5	5	5	4	19	5	5	5	5	20
34	5	5	5	5	20	5	4	4	4	17
35	3	5	5	5	18	5	3	5	5	18
36	3	3	3	4	13	5	5	5	5	20

37		2	4	4	5	15	4	4	4	4	16
38		5	5	5	5	20	4	4	5	5	18
39		1	4	4	4	13	5	4	4	5	18
40		4	5	4	4	17	4	4	5	4	17
41		2	4	4	4	14	5	5	5	5	20
42		3	3	3	3	12	5	5	5	5	20
43		4	5	5	4	18	3	3	3	4	13
44		3	5	5	5	18	5	5	5	5	20
45		5	4	5	5	19	5	4	5	5	18
46		3	5	5	4	17	5	4	4	4	17
47		4	5	5	4	18	4	4	3	5	16
48		5	4	4	3	16	4	4	4	4	16
49		5	5	4	5	19	5	5	4	3	17
50		5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
51		4	3	4	3	14	5	5	5	5	20
52		5	5	5	5	20	4	4	3	4	15
53		5	5	4	4	18	5	5	5	5	20
54		4	4	4	5	17	5	5	5	5	20
55		2	3	5	5	15	4	5	4	4	17
56		2	3	5	5	15	5	5	4	5	19
57		3	3	3	3	12	5	5	5	5	20
58		5	5	5	5	20	4	3	3	4	14
59		5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
60		4	3	4	4	15	5	5	5	5	20
61		3	5	5	5	18	4	4	4	4	16
62		4	3	3	3	13	5	4	5	5	19
63		3	4	4	3	14	4	3	4	4	15
64		3	4	3	4	14	4	4	4	5	17
65		5	5	5	5	20	4	4	3	3	15
66		5	4	5	5	19	5	5	5	5	20
67		3	4	5	3	15	5	5	4	5	19
68		4	3	4	3	14	4	4	4	4	16
69		4	4	4	4	16	3	3	3	4	13
70		5	4	4	5	18	4	4	4	4	16
71		4	4	4	4	16	5	5	5	5	20
72		4	4	3	3	14	5	5	5	5	20
73		3	3	4	3	13	4	4	4	3	15
74		5	5	5	5	20	4	5	4	4	17

75		3	3	4	3	13	5	5	5	5	20
76		5	5	5	5	20	3	3	3	3	12
77		5	5	5	5	20	5	4	5	4	18
78		4	5	5	4	18	5	5	5	4	19
79		5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
80		4	5	4	4	17	5	4	4	4	17
81		5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
82		4	4	4	3	15	5	5	5	5	20
83		3	3	3	3	12	4	3	4	4	15
84		5	5	5	4	19	3	3	3	3	12
85		5	5	5	5	20	4	3	5	4	16
86		4	5	5	4	18	5	5	5	5	20
87		5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
88		4	4	4	2	14	5	5	5	4	19
89		3	5	5	5	18	4	4	4	4	16
90		5	5	5	5	20	4	4	4	4	16
91		2	5	5	1	13	5	5	5	5	20
92		4	5	5	5	19	5	3	3	3	14
93		5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
94		4	3	5	5	17	5	5	5	5	20
95		4	5	5	5	19	5	3	3	5	16
96		5	5	5	5	20	5	5	5	5	20

## LAMPIRAN V

### SURAT IZIN PENYEBARAN KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth:

Pengunjung Wisata Kuliner Cemoro Kandang Tawangmangu

Assalamu'alaikum Wr Wb.

Saya Syahrina Maisaroh, Mahasiswa Jurusan Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta saat ini sedang melakukan penelitian untuk skripsi saya yang berjudul “PENGARUH DAYA TARIK WISATA DAN KUALITAS PELAYANAN WISATA KULINER DI CEMORO KANDANG TAWANGMANGU TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI WISATAWAN DENGAN KEPUASAN PENGUNJUNG SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*”.

Segala informasi yang diberikan kuisisioner ini hanya untuk kepentingan penelitian semata dan akan dijaga kerahasiaanya. Oleh karena itu, saya meminta kesediaan saudara/i untuk dapat meluangkan waktunya untuk mengisi kuisisioner ini dengan tepat dan teliti. Atas perhatian dan partisipasinya saya mengucapkan banyak terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr Wb

Hormat saya

Syahrina Maisaroh

195211194



**LAMPIRAN VI**  
**KUISIONER PENELITIAN**

**PENGARUH DAYA TARIK WISATA DAN KUALITAS PELAYANAN**  
**WISATA KULINER DI CEMORO KANDANG TAWANGMANGU**  
**TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI WISATAWAN DENGAN**  
**KEPUASAN PENGUNJUNG SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING***

1. Petunjuk Pengisian

Pertanyaan dibawah ini, diperkenankan untuk diisi dengan memilih salah satu jawaban dari beberapa jawaban yang telah tersedia. Berilah tanda (v) pada jawaban yang anda pilih :

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

N : Netral

2. Identitas Responden

Nama :

Jenis Kelamin :  Laki – laki

Perempuan

Pekerjaan :  Wiraswasta

Pegawai Swasta

Pegawai Negeri Sipil

Pelajar/Mahasiswa

Lainnya

Atas rekomendasi siapa anda berkunjung ?

- Diri Sendiri
- Teman
- Sahabat
- Keluarga

Usia anda :  17 - 25 Tahun

26 - 33 Tahun

34 - 50 Tahun

Pendapatan anda :  Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000

Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000

Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000

> Rp. 5.000.000

Apakah anda pernah berkunjung ke Wisata Kuliner Cemoro Kandang Tawangmangu ?

- Ya                       Tidak

### Daya Tarik Wisata

No	Pertanyaan	STS	TS	SS	S	N
1	Objek Wisata Kuliner Cemoro Kandang Tawangmangu memiliki keindahan alam					
2	Tersedianya tempat ibadah, toilet yang memadai di wisata kuliner Cemoro Kandang Tawangmangu					
3	Akses jalan dan parker yang memadai di wisata kuliner Cemoro Knadang Tawangmangu					
4	Kenyamanan dan keramahan dalam pelayanan diwisata kuliner Cemoro Kandang Tawangmangu					

### Kualitas Pelayanan

No	Pertanyaan	STS	TS	SS	S	N
1	Objek Wisata Kuliner Cemoro Kandang Tawangmangu memiliki lingkungan yang bersih					
2	Menciptakan pelayanan yang baik dalam melayani konsumen					
3	Objek wisata Cemoro Kandang Tawangmangu memiliki banyak pilihan menu makanan dan minuman yang disajikan dengan baik					
4	Objek wisata Cemoro Kandang Tawangmangu memiliki citarasa kuliner yang enak					

### Minat Berkunjung Kembali

No	Pertanyaan	STS	TS	SS	S	N
1	Saya akan mengunjungi kembali Objek Wisata Kuliner Cemoro Kandang Tawangmangu					
2	Saya akan mengajak orang sekitar saya untuk mengunjungi Objek Wisata Kuliner Cemoro Kandang Tawangmangu					
3	Saya merasa senang mengunjungi wisata kuliner Cemoro Kandang Tawangmangu					
4	Saya akan mengajak keluarga untuk berkibur menikmati wisata kuliner Cemoro Kandang Tawangmangu					

### Kepuasan Pengunjung

No	Pertanyaan	STS	TS	SS	S	N
1	Wisatawan merasakan kepuasan dan pelayanan yang diberikan pedagang di Objek Wisata Kuliner Cemoro Kandang Tawangmangu					
2	Wisatawan merasakan kepuasan atas makanan dan minuman yang dijual Objek Wisata Kuliner Cemoro Kandang Tawangmangu					
3	Wisatawan merasakan keindahan alam disekitar Objek Wisata Kuliner Cemoro Kandang Tawangmangu					
4	Wisatawan merasakan kepuasan yang diberikan saat berkunjung di wisata kuliner Cemoro Kandang Tawangmangu					

## LAMPIRAN VII

### DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Syahrina Maisaroh  
NIM : 19.52.11.194  
Jurusan : Manajemen Bisnis Syariah  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Tempat/Tanggal Lahir : Jakarta, 2 Maret 2001  
Alamat : Sukomulyo Rt 07 Rw 11 Kadipiro,  
Banjarsari, Surakarta  
Nama Ayah : Sartono  
Nama Ibu : Almh. Suwartini

Pendidikan :

1. Tk Aisyiyah Kadipiro III
2. SD Muhammadiyah 22 Sruni Surakarta
3. Mts Negeri 1 Surakarta
4. MAN 1 Surakarta
5. UIN Raden Mas Said Surakarta