

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan industri pariwisata di Indonesia mengalami kemajuan pesat. Industri pariwisata semakin mendapat perhatian khususnya dari pemerintah karena erat kaitannya dengan harapan pemerintah yakni pariwisata dapat diandalkan sebagai sumber pendapatan dan devisa negara yang utama. Dapat dikatakan demikian karena bukan saja dapat menambah pendapatan negara, tetapi juga dalam peluasan lapangan pekerjaan, sebab sektor pariwisata memerlukan kualitas pelayanan yang baik karena dapat mempengaruhi minat berkunjung wisatawan. Kualitas pelayanan dan Minat berkunjung wisatawan sangat berpengaruh. Tujuannya adalah untuk meningkatkan fasilitas yang ada di tempat wisata.

Dengan semakin meningkatnya kunjungan wisatawan, maka diperlukan peningkatan kualitas pelayanan yang di berikan kepada wisatawan yang berkunjung ke Pualu Pramuka. Pulau Pramuka yang berlokasi di Kepulauan Seribu. Pulau Pramuka merupakan Pulau Administratif dari Kepulauan Seribu. Pulau Pramuka sebagai Pulau Administratif memiliki daya tarik wista tersendiri seperti adanya Hutan Mangrove, Budi Daya Penyu, Wisata Selam, Wisata *Hopping Island*, dan Wisata Snorkeling, selain itu di lengkapi juga dengan adanya tempat penginapan yang memadai.

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen dalam (Nikmah,2013;23). Kualitas pelayanan terhadap wisatawan merupakan ujung tombak dari berjalannya kegiatan wisata. Oleh sebab itu, kualitas pelayanan terhadap suatu aktivitas pariwisata itu sangatlah penting dan mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap kesetiaan pelanggan.

Menurut Tjiptono (2010) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Kualitas pelayanan yang diberikan kepada wisatawan merupakan ujung tombak dari keberlangsungannya wisatawan yang berkunjung ke Pulau Pramuka dan akan menjadi tolak ukur tersendiri bagi para wisatawan yang akan datang. Untuk itu pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung wisatawan ke Pulau Pramuka itu sangat besar karena akan berdampak kepada jumlah pengunjung yang berkunjung ke Pulau Pramuka. Dikutip dari halaman Kompas jumlah pengunjung pada tahun 2020 adalah 230.000. Berdasarkan hasil observasi yang peneliti lakukan selama melakukan wisata dan melakukan banyak aktivitas di Pulau Pramuka, penulis ingin meneliti lebih lanjut bagaimana kualitas pelayanan pada bidang akomodasi dan pengelolaan daya tarik wisata yang tersedia di Pulau Pramuka, Kepulauan Seribu dapat memikat para wisatawan. Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti mengambil judul dalam Proyek Akhir **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap**

Minat Berkunjung Wisatawan ke Pulau Pramuka”

1.2 Identifikasi Masalah

Adapun identifikasi masalah penelitian ini adalah :

1. Belum diketahui kualitas pelayanan wisatawan ke Pulau Pramuka
2. Belum diketahui minat berkunjung wisatawan ke Pulau Pramuka
3. Belum diketahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung wisatawan ke Pulau Pramuka

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dalam penelitian ini penulis membatasi permasalahannya pada pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung wisatawan ke Pulau Pramuka

1.4 Perumusan Masalah

Rumusan permasalahannya adalah :

1. Bagaimana kualitas pelayanan wisatawan ke Pulau Pramuka?
2. Bagaimana minat berkunjung wisatawan ke Pulau Pramuka?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung wisatawan ke Pulau Pramuka?

1.5 Tujuan Penelitian

Pada proyek akhir ini yang menjadi tujuan penelitian adalah :

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan wisatawan ke Pulau Pramuka

2. Untuk mengetahui minat berkunjung wisatawan ke Pulau Pramuka
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung wisatawan ke Pulau Pramuka

1.6 Sistematika Penulisan

Dalam laporan ini, penulis menguraikan secara singkat dalam beberapa bab, antara lain :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan latar belakang penulisan, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan mengenai teori-teori yang menjadi landasan pembahasan skripsi ini. Teori tersebut seperti : teori kualitas pelayanan, dan teori minat berkunjung wisatawan. Teori-teori ini merupakan dasar atau kerangka pemikiran.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

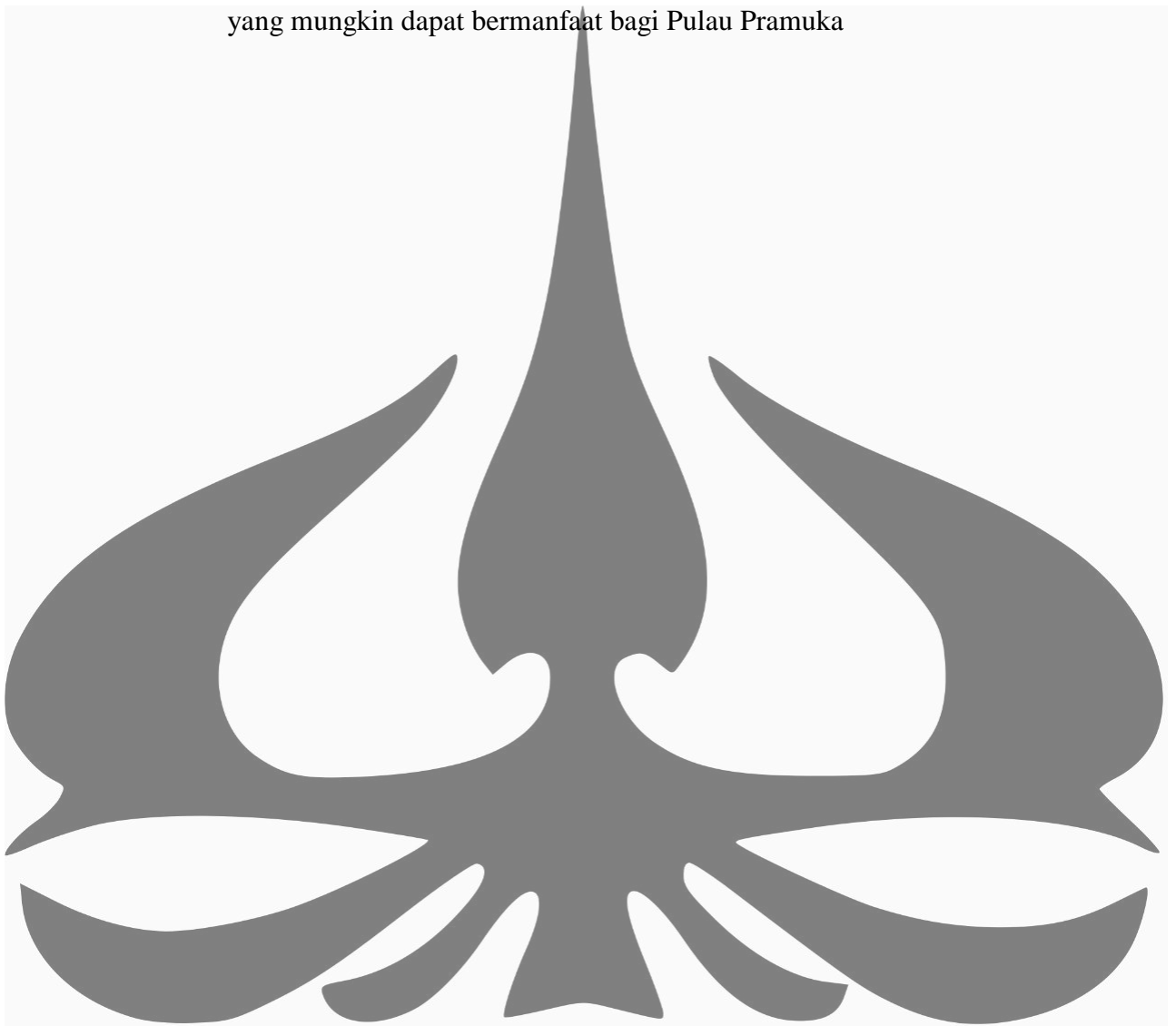
Bab ini berisikan mengenai metode dan unit analisis penelitian, variabel dan pengukurannya, prosedur penarikan sampling, prosedur pengumpulan data, metode analisis data, serta waktu dan tempat penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang gambaran umum mengenai objek penelitian, Pulau Pramuka serta hasil dan pembahasan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bab penutup yang berisikan kesimpulan dan saran yang mungkin dapat bermanfaat bagi Pulau Pramuka



BAB II

LANDASAN TEORITIS

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan berarti tingkat layanan yang terkait dengan harapan dan kebutuhan pelanggan. Yang mana ini berarti bahwa perusahaan dapat dikatakan mampu menyediakan produk baik barang ataupun jasa, jika sesuai dengan keinginan pelanggan. Jika pelanggan merasa puas dengan produk serta pelayanan perusahaan, berarti kualitas pelayanan dikatakan baik.

Menurut Tjiptono (2010) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa ada faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu: Jasa yang diharapkan dan jasa yang dirasakan/dipersepsikan. Apabila jasa yang dirasakan sesuai dengan jasa yang diharapkan, maka kualitas pelayanan tersebut akan dipersepsikan baik atau positif. Jika jasa yang dipersepsikan melebihi jasa yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas ideal. Demikian juga sebaliknya apabila jasa yang dipersepsikan lebih jelek dibandingkan dengan jasa yang diharapkan maka kualitas jasa dipersepsikan negatif atau buruk. Maka baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan konsumen secara konsisten.

Zeithaml, Berry dan Parasuraman (1985) dalam Yamit (2010) telah melakukan berbagai penelitian terhadap beberapa jenis jasa, dan berhasil mengidentifikasi lima dimensi karakteristik yang digunakan oleh para pelanggan dalam mengevaluasi kualitas pelayanan. Kelima dimensi karakteristik kualitas pelayanan tersebut adalah:

1. *Tangibles* (bukti langsung): Meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi
2. *Reliability* (kehandalan): Kemampuan dalam memberikan pelayanan dengan segera dan memuaskan serta sesuai dengan yang telah dijanjikan
3. *Responsiveness* (daya tanggap): Keinginan para staff untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap
4. *Assurance* (jaminan): Mencakup kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko ataupun keraguan
5. *Empaty*: Meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, dan perhatian dengan tulus terhadap kebutuhan pelanggan. Menurut Lupiyoadi (2013) dalam rangka menghasilkan suatu pelayanan yang berkualitas suatu perusahaan diharapkan dapat mengukur pelayanan yang telah diberikan kepada pelanggannya dengan skala pengukuran yang telah dihasilkan dari hasil penelitian orang sebelumnya. Dalam hal ini SERVQUAL memiliki aplikasi skala pengukuran yang disebut dengan multiple-item scale yang merupakan hasil penelitian Parasuraman, Zeithaml, dan Berry.

Menurut Tjiptono (2008 :59) Indikator kualitas pelayanan yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Bukti fisik (Tangible)
2. Empati (Empathy)
3. Daya tanggap (Responsiveness)
4. Reabilitas (Reliability)
5. Jaminan (Assurance)

Menurut (Crilley, 2005:97) kualitas pelayanan pariwisata secara langsung tergantung pada keramahamahan, daya tarik lokasi, produk-produk lokal dan lain-lain. Dimensi kualitas pelayanan pariwisata meliputi keamanan, kenyamanan, suasana, privasi, rasa hormat, keramahan, kompetensi, empati, kehandalan, daya tanggap, santun dan jujur. Berbeda dengan yang disampaikan oleh Rukuiziene (2009:136) bahwa kualitas pelayanan yang dirasakan dari pariwisata dikatakan untuk mempengaruhi kepuasan wisatawan, dan mereka selalu memberikan yang terbaik bagi wisatawan yang pada akhirnya mempengaruhi niat wisatawan untuk kembali. Dari teori mengenai kualitas pelayanan yang ada di sektor pariwisata, kualitas pelayanan pariwisata dapat dirasakan dari keramahan, keamanan, kenyamanan, suasana dan daya tanggap dari pelayanan publik sehingga dapat mempengaruhi tingkat kepuasan wisatawan. Berbeda menurut Zeitham et. Al (1996) ada lima dimensi dalam menentukan kualitas pelayanan yaitu Tangible (bukti langsung), Reliability (keandalan), Responsiveness (daya tanggap), Assurance (jaminan), Empathy (empati). Dimensi yang pertama yaitu Tangible (bukti langsung) berupa bentuk fisik

gedung dan ruangan front office, tersedianya tempat parkir, kebersihan, kerapian, dan kenyamanan ruangan, kelengkapan peralatan komunikasi dan penampilan karyawan.

2.1.2 Wisata

Menurut Gamala:2004 definisi wisata adalah suatu proses berpergian yang bersifat sementara yang dilakukan seseorang untuk menuju tempat lain di luar tempat tinggalnya. Motif kepergiannya tersebut bisa karena kepentingan ekonomi, kesehatan, agama, budaya, sosial, politik, dan kepentingan lainnya.

Sedangkan WTO:1999 menyebutkan bahwa definisi wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan manusia ke luar daerahnya dan sekaligus dilakukan manusia ke luar daerahnya dan bersifat sementara tidak lebih dari 1 tahun. Tujuannya adalah untuk bersenang-senang, urusan bisnis dsb.

Menurut Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan, pada Bab 1 Pasal 1 Poin 1: Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata.

Menurut Soetomo (1994), yang didasarkan pada ketentuan WATA (World Association of Travel Agent), wisata adalah perjalanan keliling selama lebih dari tiga hari, yang diselenggarakan oleh suatu kantor perjalanan di dalam kota dan acaranya antara lain melihat-lihat di berbagai tempat atau kota baik di dalam maupun diluar negeri. ang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.

Pengertian wisata megandung empat unsur, yaitu kegiatan perjalanan; dilakukan secara sukarela; bersifat sementara; perjalanan itu seluruhnya atau sebagian bertujuan untuk menikmati obyek dan daya tarik wisata. Wisata berdasarkan jenis-jenisnya dapat dibagi kedalam dua kategori, yaitu:

1 Wisata Alam, yang terdiri dari:

- a. Wisata pantai (*Marine tourism*), merupakan kegiatan wisata yang ditunjang oleh sarana dan prasarana untuk berenang, memancing, menyelam, dan olahraga air lainnya, termasuk sarana dan prasarana akomodasi, makan dan minum.
- b. Wisata Etnik (*Etnik tourism*), merupakan perjalanan untuk mengamati perwujudan kebudayaan dan gaya hidup masyarakat yang dianggap menarik.
- c. Wisata Cagar Alam (*Ecotourism*), merupakan wisata yang banyak dikaitkan dengan kegemaran akan keindahan alam, Kesegaran hawa di pegunungan, keajaiban hidup binatang (margasatwa) yang langka, serta tumbuh-tumbuhan yang jarang terdapat di tempat-tempat lain.
- d. Wisata Buru, merupakan wisata yang dilakukan di negri-negri yang memang memiliki daerah atau hutan tempat berburu yang dibenarkan oleh pemerintah dan digalakan oleh berbagai agen atau biro perjalanan.
- e. Wisata Agro, merupakan jenis wisata yang mengorganisasikan perjalanan ke proyek-proyek pertanian, perkebunan, dan ladang pembibitan di mana wisata rombongan dapat mengadakan kunjungan peninjauan untuk tujuan studi maupun menikmati segarnya tanaman di sekitarnya.

2 Wisata Sosial-Budaya, yang terdiri dari:

- a. Peninggalan sejarah kepurbakalaan dan monumen, wisata ini termasuk golongan budaya, monumen nasional, gedung bersejarah, kota, desa, bangunan-bangunan keagamaan, serta tempat-tempat bersejarah lainnya seperti bekas pertempuran (battle fields) yang merupakan daya tarik wisata utama di banyak negara.
- b. Museum dan fasilitas budaya lainnya, merupakan wisata yang berhubungan dengan aspek alam dan kebudayaan di suatu kawasan atau daerah tertentu. Museum dapat dikembangkan berdasarkan pada temanya, antara lain museum arkeologi, sejarah, entologi, sejarah alam, seni dan kerajinan, ilmu pengetahuan dan teknologi, industri, ataupun dengan tema khusus lainnya.

2.1.3 Minat Berkunjung Wisatawan

Philip Kotler et al (2006:198) dalam *Marketing for Hospitality and Tourism* mengasumsikan bahwa minat pembelian pada konsumen dapat disamakan dengan minat berkunjung pada wisatawan. Hal tersebut dapat dilihat pada perilaku yang sama. Belum ada teori terkait mengenai minat serta keputusan berkunjung, akan tetapi sesuai dengan teori Kotler et al., bahwa minat berkunjung disetarakan dengan minat pembelian yang diukur oleh indikator yang sama. Konsumen atau Wisatawan dalam memutuskan untuk berkunjung memiliki berbagai pertimbangan seperti halnya sebelum melakukan pembelian. Dalam proses untuk memilih, terdapat satu aspek dimana calon konsumen atau wisatawan dapat menentukan seperti apa tujuan dari

pilihan yang ada dibenak konsumen atau wisatawan tersebut. Dorongan yang kuat dan memotivasi untuk memilih sebagai suatu tindakan inilah yang kemudian disebut dengan minat. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini terkait minat berkunjung adalah:

1. Ketertarikan
2. Prefensi
3. Pencarian Informasi

Dalam kriteria tersebut ada pun yang dimaksud adalah sebagai berikut

1. Ketertarikan yang mana meliputi keadaan yang membuat seseorang tertarik akan sesuatu hal
2. Preferensi yang merupakan hal yang di utamakan atau di prioritaskan
3. Pencarian Informasi yang merupakan mencari tahu mengenai berita atau pemberitahuan kabar yang ada di suatu tempat

Teori minat berkunjung dalam hal ini dianalogikan seperti minat beli terhadap suatu produk. Menurut Setyo putra dalam Aviolitasona (2017) minat merupakan dorongan untuk memotivasi seseorang melakukan tindakan. Sedangkan menurut Asdi dalam Hernita dkk (2019) minat berkunjung adalah rasa ingin seseorang untuk berkunjung ke suatu objek wisata.

Minat wisata yaitu sebuah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang dengan tujuan rekreasi dan hiburan serta memiliki persiapan tentang kegiatan perjalanan ini menurut UU No.10 Tahun 2009 tentang pariwisata yaitu berbagai

macam kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat.

Minat adalah dorongan untuk memotivasi seseorang melakukan tindakan. Menurut Schiffman dan Kanuk (2007:201) mengemukakan bahwa minat membeli merupakan aktivitas psikis yang timbul karena adanya perasaan dan pikiran terhadap suatu barang atau jasa yang diinginkan. Berdasarkan beberapa pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa minat berkunjung adalah pernyataan keinginan seseorang untuk membeli suatu produk atau jasa.

Menurut Kotler dan Keller (2009:242) terdapat dua faktor yang mempengaruhi minat beli seseorang. Pertama, sikap orang lain, dalam hal ini sikap orang lain berpengaruh negatif dan positif berhubungan dengan minat belinya. Pengaruh negatif menyebabkan konsumen menolak melakukan pembelian suatu produk, sedangkan pengaruh positif akan memberi motivasi konsumen untuk melakukan pembelian. Kedua, situasi yang tidak terinspirasi, yaitu situasi yang tiba-tiba muncul serta dapat merubah minat beli konsumen. Pertama, sikap orang lain, dalam hal ini sikap orang lain yang berpengaruh pada minat beli tergantung pada dua hal, yaitu besarnya pengaruh sikap negatif seseorang terhadap alternatif yang diminati oleh konsumen, serta motivasi konsumen untuk terpengaruh dengan orang lain yang berhubungan dengan minat pembeliannya. Kedua, situasi yang tidak terinspirasi, merupakan situasi yang tiba-tiba muncul dan secara tidak langsung dapat merubah minat beli konsumen.

Teori minat berkunjung dianalogikan sama dengan minat beli, seperti penelitian yang dilakukan oleh Albarq (2014: 14) yang menyamakan bahwa minat berkunjung wisatawan sama dengan minat pembelian konsumen. Pengertian minat menurut Kotler dan Susanto (2000: 165) bahwa minat sebagai dorongan, yaitu rangsangan internal yang kuat yang memotivasi tindakan, dimana dorongan ini dipengaruhi oleh stimulus dan perasaan positif akan produk.

Wisatawan dari sisi perilakunya dapat dilihat melalui tiga aspek (Pitana, 2009:39). Aspek tersebut adalah:

1. Melakukan perjalanan yang jauh dari tempat tinggal normalnya sehari-hari
2. Perjalanan tersebut dilakukan paling sedikit semalam tetapi tidak secara permanen.
3. Dilakukan pada saat tidak bekerja atau mengerjakan tugas rutin lain tetapi dalam rangka mencari pengalaman mengesankan dari interaksi dengan beberapa karakteristik tempat yang dipilih untuk dikunjungi.

Berbagai faktor menjadi pertimbangan wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi. Hal tersebut berdasarkan beberapa pertimbangan yaitu biaya, aksesibilitas, fasilitas yang sesuai dan memadai, keamanan, dan sebagainya, akan tetapi faktor esensial adalah salah satu faktor pendorong utama. Faktor esensial yang dimaksud adalah persepsi wisatawan tentang hubungan antara karakteristik destinasi dan kebutuhan akan pemenuhan hasrat, preferensi, dan rasa.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa Kepuasan Wisatawan mempunyai pengaruh terhadap Minat Berkunjung Kembali yang positif, sehingga

hipotesis ketiga berbunyi “Diduga terdapat kepuasan wisatawan terhadap minat berkunjung kembali dari wisatawan ke Walisongo” dinyatakan diterima. Dengan terciptanya kepuasan wisatawan yang terlahir dari hasil perbandingan antara kenyataan dan harapan, maka akan mendorong wisatawan untuk melakukan kunjungan kembali. Kunjungan yang dilakukan berulang pada daya tarik wisata yang sama berarti meningkatnya jumlah wisatawan yang berkunjung yang berdampak pada peningkatan retribusi yang diperoleh. Niat Kunjungan Kembali Wisatawan dapat dilihat dari frekuensi kunjungan yang dilakukan lebih dari 1 kali pada daya tarik wisata tersebut (Wiratini, dkk., 2018). Hasil penelitian ini didukung oleh Ni Nyoman Ayu Wiratini, Nyoman Djinar Setiawina, Ni Nyoman Yuliarmi (2018), kepuasan wisatawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan, dimana kepuasan wisatawan berorientasi keinginan untuk kembali berwisata.

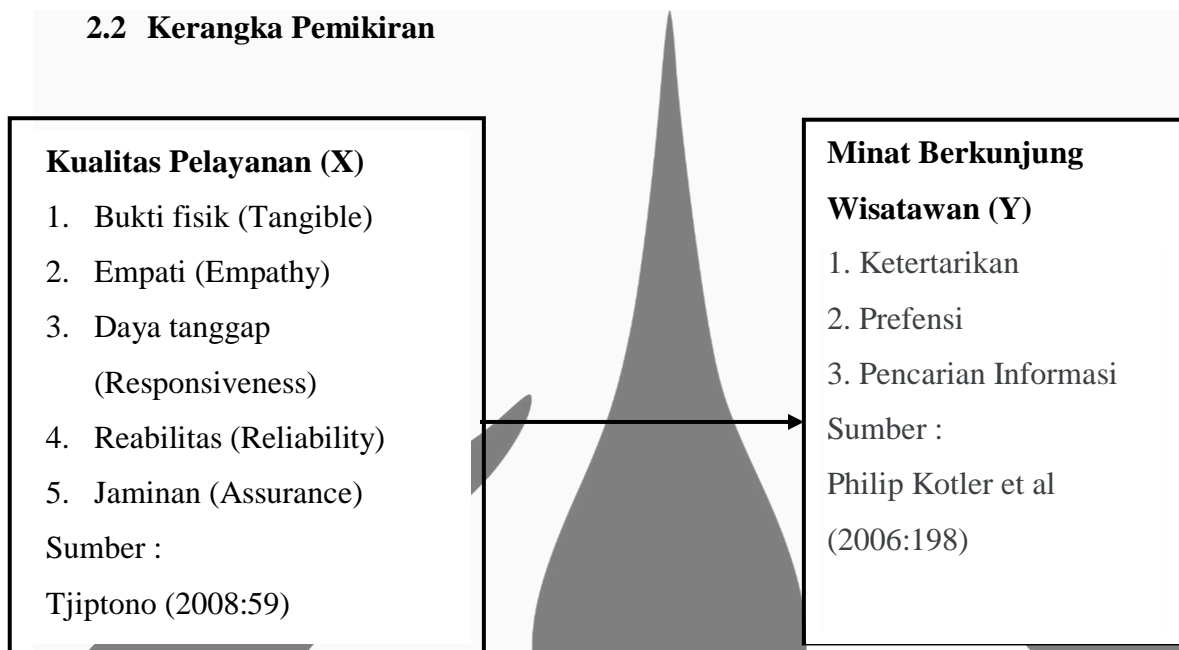
Minat berkunjung merupakan bentuk atau wujud dari minat berperilaku, menurut Simamora (2002) secara teoritis minat berperilaku adalah suatu kecenderungan potensial untuk mengadakan reaksi (sikap mendahului perilaku). Minat berkunjung berarti konsumen (pengunjung) potensial yang pernah dan belum pernah dan yang sedang akan berkunjung pada suatu objek wisata. Minat merupakan kekuatan pendorong yang menyebabkan seseorang menaruh perhatian pada suatu objek.

Menurut Suryabrata (2006), minat adalah kecenderungan dalam individu untuk tertarik pada sesuatu objek atau menyenangi objek tersebut, hal ini berarti

minat berkunjung adalah kecenderungan dalam individu untuk tertarik pada suatu objek sehingga terdorong untuk berkunjung atau mendatangi objek tersebut.

Menurut Irawan (2010) wisatawan adalah orang yang melakukan perjalanan (travelers).

2.2 Kerangka Pemikiran



2.3 Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

Ho : Tidak ada pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung wisatawan ke Pulau Pramuka.

Ha : Ada pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung wisatawan ke Pulau Pramuka.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode dan Unit Analisis Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2013) metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Dalam penelitian ini akan menggunakan penelitian **deskriptif korelasional**. Arikunto (2010) menyatakan bahwa metode penelitian deskriptif adalah penelitian yang dimaksudkan untuk menyelidiki keadaan, kondisi atau hal lain-lain yang sudah disebutkan, yang hasilnya dipaparkan dalam bentuk laporan. Menurut (Arikunto, 2010) penelitian korelasional (*Correlational Studies*) merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara dua atau beberapa variabel. Unit analisis dalam penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung ke Pulau Pramuka.

3.2 Variabel dan Pengukurannya

Menurut (Sugiyono, 2012) variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian di tarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel bebas (*Independent*) dan variabel terikat (*Dependent*)

1. Variabel Bebas (Variabel *Independent*) / Variabel X

Menurut (Sugiyono, 2012) variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Adapun variabel bebas dalam penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan.

2. Variabel Terikat (Variabel *Dependent*) / Variabel Y

Variabel terikat atau dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2012). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah **Minat Berkunjung Wisatawan**. Dalam penelitian ini akan menggunakan skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu gejala atau fenomena social dan dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur pernyataan-pernyataan yang diajukan ke responden (Sugiyono, 2013).

Skala nominal adalah pengelompokan, kategorisasi, identifikasi kejadian atau fenomena ke dalam kelas-kelas atau kategori sehingga yang masuk ke dalam satu kelas atau kategori adalah sama dalam hal atribut atau sifat. Kadir (2015:11) menyatakan bahwa suatu hasil pengukuran disebut berada pada level ordinal apabila angkanya berfungsi menunjukkan adanya penjenjangan atau ranking. Skala rasio adalah skala yang bertujuan untuk memberi angka, memiliki jarak, tingkatan dan titik nol (Malhotra, 2012:283).

Tabel 3.1
Skala Atas Pilihan Jawaban Untuk Kuesioner

Jawaban Responden	Skala
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2013)

Tabel 3.2
Profil Responden

No	Variabel	Keterangan		Skala
		Sub. Variabel	Indikator	
1.	Demografi	Jenis Kelamin	1. Laki-laki 2. Perempuan	Nominal
2.		Umur	1. 18-28 tahun 2. 29-39 tahun 3. 40-50 tahun 4. > 50 tahun	Interval
3.		Pekerjaan	1. Mahasiswa/i 2. Pegawai Pemerintahan 3. Pegawai Swasta 4. Wirausaha 5. Lainnya	Nominal
4		Alasan Berkunjung	1. <i>Gathering</i> 2. <i>Penyelaman / Diving</i> 3. <i>Snorkeling</i> 4. Lainnya	Nominal
5		Pendapatan	1. 3 jt 2. 3 – 6 jt 3. 6 – 9 jt 4. 9 – 12 jt 5. >12 jt	Interval

6		Frekuensi Kunjungan	1.1 kali dalam sebulan 2.1 – 3 kali dalam sebulan 3.3 – 6 kali dalam sebulan 4.6 – 9 kali dalam sebulan 5.>9 kali dalam sebulan	Interval
---	--	---------------------	---	----------

Tabel 3.3
Variabel Pengukuran Penelitian

No.	Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
1.	Kualitas Pelayanan	1. Bukti Fisik	1. Kebersihan di <i>Speed Boat</i> dan <i>Homestay</i> sangat baik.	Likert
		2. Empati	1. Layanan 24 jam bagi wisatawan.	
		3. Daya Tanggap	1. Kecepatan penyedia jasa dalam menanggapi complain.	
		4. Reliabilitas	1. Menu sarapan yang diberikan kepada wisatawan banyak pilihannya.	
		5. Jaminan	1. Penyedia jasa bersikap ramah dan ringan tangan dalam membantu wisatawan	
2	Minat Berkunjung Wisatawan	Ketertarikan	1. Ketertarikan akan paket wisata yang ditawarkan di Pulau Pramuka kepada wisatawan	Likert
		Preferensi	1. Penyedia jasa memberikan pelayanan prioritas dengan baik	
		Pencarian Informasi	1. Pemberian informasi dari penyedia jasa kepada wisatawan	

3.3 Prosedur Penarikan Sampel

Prosedur penarikan sampel adalah secara convenience sampling.

Menurut (Sugiyono, 2012) ukuran sampel merupakan suatu langkah menentukan besarnya sampel yang akan diambil dalam melaksanakan suatu penelitian. Besaran sampel dari penelitian ini dirumuskan dengan menggunakan teori yang dirumuskan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n : Jumlah Sampel

e : Presisi yang ditetapkan 10%

N : Jumlah Populasi

Berdasarkan rumus *slovin* maka dapat diukur besarnya sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{230.000}{1 + 230.000 \times (0,1)^2} = 99,99 = 100.$$

Jadi, sampel dalam penelitian ini akan diterapkan pada 100 responden dari populasi sebanyak 230.000 wisatawan yang berkunjung ke Pulau Pramuka dengan *Teknik Convenience Sampling*.

3.4 Prosedur Pengambilan Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data primer, data primer adalah sumber data berupa data yang diberikan langsung kepada pengumpul data”. Menurut Suharsimi Arikunto (2013:172) pengertian data primer adalah: “Data yang dikumpulkan melalui pihak pertama, biasanya dapat melalui wawancara, jejak dan lain-lain”. Menurut sugiyono (2013: 199) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi sejumlah pertanyaan atau pernyataan tersusun yang ditulis kepada responden untuk dijawab.

3.5 Metode Analisis Data

Pengujian data dilakukan menggunakan bantuan SPSS versi 25 (*Statistical Package For social Science*) penggunaan SPSS dalam penelitian ini adalah untuk menyederhanakan data kedalam bentuk yang ringkas agar lebih mudah untuk diinterpretasikan dan dibaca.

1. Uji Validasi

Uji validitas dilakukan untuk menguji keabsahan hasil dari kuisisioner, hasil penelitian dapat dikatakan valid apabila data yang di dapat memiliki kesamaan dengan data yang sesungguhnya terjadi, Validitas menurut Sugiyono (2016:177) suatu derajat ketepatan (alat ukur) antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Menurut sugiyono (2015 : 348) menyatakan bahwa valid nya suatu kuesioner adalah menghasilkan nilai data yang positif dan data yang didapatkan harus diuji terlebih dahulu dengan

menggunakan taraf signifikansi 5% atau 0,195 maka ditetapkan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika $r \text{ hitung} > r \text{ table}$, maka variable dinyatakan Valid
- b. Jika $r \text{ hitung} < r \text{ table}$, maka variable dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apabila alat ukur dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relative konsisten, maka alat pengukur tersebut reliable. Dengan kata lain, realibitas menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam pengukur gejala yang sama.

Uji Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuisisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuisisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Butir kuisisioner dikatakan reliabel (layak) jika *cronbach' s alpha* $> 0,70$ (Ghozali, 2012 :48)

Berikut rumus untuk menguji reliabilitas menggunakan teknik *Cronbach Alpha*:

$$r_i = \left(\frac{k}{k-1}\right)\left(1 - \frac{\sum s_i^2}{st^2}\right)$$

Keterangan:

r_i : Reliabilitas instrument (*cronbach alpha*)

k : Jumlah butir pertanyaan

$\sum s_i^2$: Jumlah varians butir

st^2 : Varians total

Tabel 3.4
Interpretasi Angka Cronbach Alpha

Intrepretasi	Keterangan
$a \geq 0,9$	Sangat baik
$0,8 \leq a < 0,9$	Baik
$0,7 \leq a < 0,8$	Dapat diterima
$0,6 \leq a < 0,7$	Dipertanyakan
$0,5 \leq a < 0,6$	Tidak baik
$a < 0,5$	Tidak dapat diterima

3. Statistik Deskriptif

Menurut Sugiyono (2017:147) Analisis statistik deskriptif adalah metode yang digunakan dalam menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau menerangkan hubungan atau melakukan penarikan kesimpulan. Uji statistik deskriptif dalam penelitian akan di jelaskan melalui data visual dalam bentuk tabel.

Rumus menghitung interval uji statistik deskriptif adalah sebagai berikut:

$$L = [k(n+1)]/n$$

Keterangan :

k : Ukuran letak ke..

n : Banyaknya skala Likert

Maka diperoleh interval nilai:

$$\text{Maksimal nilai ke-1: } [1(5+1)]/5 = 6/5 = 1,20$$

$$\text{Maksimal nilai ke-2: } [2(5+1)]/5 = 12/5 = 2,40$$

$$\text{Maksimal nilai ke-3: } [3(5+1)]/5 = 18/5 = 3,60$$

$$\text{Maksimal nilai ke-4: } [4(5+1)]/5 = 24/5 = 4,80$$

$$\text{Maksimal nilai ke-5: } [5(5+1)]/5 = 30/5 = 6,00$$

Tabel 3.5
Interval Uji Statistik Deskriptif

Interval	Kualitas Pelayanan	Minat Wisatawan
1,00 – 1,20	Sangat buruk	Sangat rendah
1,21 – 2,40	Buruk	Rendah
2,41 – 3,60	Sedang	Sedang
3,61 – 4,80	Sangat baik	Tinggi
4,81 – 5,00	Sangat baik	Sangat tinggi

4. Uji Korelasional

Uji korelasional merupakan teknik analisis dalam statistik yang digunakan untuk mencari hubungan antara dua variabel yang bersifat kuantitatif. Hubungan dua variabel tersebut dapat terjadi karena adanya hubungan sebab akibat terjadi

karena sebuah kebetulan.

5. Uji Determinasi

Koefisien determinan berkisar antara nol sampai dengan satu ($0 \leq R^2 \leq 1$). Hal ini berarti bila $R^2 = 0$ menunjukkan tidak adanya pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen, bila R^2 semakin besar mendekati 1 menunjukkan semakin kuatnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dan bila adjusted R^2 semakin kecil bahkan mendekati nol, maka dapat dikatakan semakin kecil pula pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Rumus koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

$$Kd = R^2 \times 100\%$$

Keterangan:

Kd = Besar atau jumlah koefisien determinasi

R^2 = Nilai koefisien korelasi

Sedangkan kriteria dalam melakukan analisis koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

- a. Jika Kd mendekati nol (0), berarti pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen lemah
- b. Jika Kd mendekati satu (1), berarti pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen kuat.

Adapun pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi atau seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebas (Independent) terhadap variabel

terikat (Dependent), digunakan pedoman yang dikemukakan oleh Sugiyono (2013:250)

6. Uji T

Uji T (Uji Parsial) Uji t (*t-test*) melakukan pengujian terhadap koefisien regresi secara parsial, pengujian ini dilakukan untuk mengetahui signifikansi peran secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan mengasumsikan bahwa variabel independen lain dianggap konstan.

T tabel : $t(\alpha/2 ; n - k - 1)$

α : Nilai signifikansi 0,05

n : Jumlah Sampel

k : Jumlah Variabel Bebas(x)

Selanjutnya dibandingkan dengan t tabel dengan menggunakan tingkat kesalahan 0,05. Kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut: (1) Diterima jika nilai \leq atau nilai sig $> \alpha$; (2) Ditolak jika nilai \geq atau nilai sig $< \alpha$. Bila terjadi penerimaan H_0 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan, sedangkan bila H_0 ditolak artinya terdapat pengaruh yang signifikan.

3.6 Waktu dan Tempat Penelitian

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Pulau Pramuka. Penelitian ini akan dilaksanakan tertanggal 14 November 2020 sampai dengan 6 Desember 2020 atau 23

hari

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan membahas tentang hasil dan pembahasan yang meliputi gambaran umum objek penelitian, karakteristik responden, hasil dan pembahasan penelitian yang mencakup hasil uji validitas, hasil uji reliabilitas, hasil uji *mean/rata-rata*, hasil uji korelasi koefisien *pearson*, hasil uji koefisien determinasi dan regresi linear, serta hasil uji hipotesis.

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Dalam penelitian Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan ke Pulau Pramuka, peneliti mengambil Pulau Pramuka sebagai objek penelitian. Untuk membahas lebih lanjut tentang objek penelitian ini, akan dijelaskan terlebih dahulu mengenai sejarah Pulau Pramuka.

4.1.1 Sejarah Pulau Pramuka

Pulau Pramuka dulu sering juga disebut dengan nama Pulau Elang oleh penduduk setempat. Nama tersebut adalah nama Pulau Pramuka pada saat jaman orde lama dan kenapa diberi nama Pulau Elang/Lang, alasannya konon menurut para tetua pulau karena di pulau ini dulunya terdapat banyak sekali burung elang bondol hingga sekitar tahun 1980-an. Banyak penduduk sekitar yang percaya bahwa burung elang bondol tersebutlah yang kemudian dijadikan sebagai lambang dari Daerah Khusus Ibukota Jakarta sampai sekarang ini. Tetapi sayangnya keberadaan elang-elang

tersebut semakin lama semakin hilang seiring dengan pembersihan pulau untuk dijadikan sebagai perkampungan.

Menurut beberapa sumber, untuk asal-usul nama Pramuka sendiri dulu diambil dari kegiatan kepramukaan yang dulu ada di pulau ini. Dulunya sekitar pada tahun 1950 sampai dengan 1970-an sebelum ada Bumi Perkemahan Cibubur di Jakarta, pihak kepramukaan dikabarkan mengirim para anggotanya untuk berlatih kepramukaan di pulau ini. Karena itulah pulau ini kemudian dikenal dengan nama Pulau Pramuka.

Penduduk Pulau Pramuka umumnya mayoritas berasal dari etnis Betawi, etnis Banten, Etnis Bugis, dan etnis Madura yang kemudian sebagian besarnya memeluk agama Islam dan sebagian kecil lainnya memeluk agama katolik. Mata pencarian penduduk di Pulau Pramuka sekarang ini juga mulai berubah dan beragam. Dulunya penduduk pulau ini banyak yang menjadi nelayan, namun seiring kemajuan jaman, semakin lengkapnya sarana dan prasarana yang ada di pulau, serta peralihan fungsi pulau yang sebagian menjadi tempat untuk tujuan wisata, yang kemudian membuat mata pencarian penduduk pulau menjadi beragam. Bukan hanya sebagai nelayan, ada juga penduduk yang beralih menjadi pengusaha tempat penginapan, pengusaha toko atau warung tempat makan, dan masih banyak lagi yang lainnya.

Gambar 4.1
Pulau Pramuka



Sumber : Dokumen Pribadi

4.2 Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan oleh peneliti selama melaksanakan observasi, peneliti mendapatkan gambaran umum mengenai profil responden, lingkungan, dan fasilitas yang disediakan oleh pihak penyedia jasa di Pulau Pramuka, Kepulauan Seribu. Peneliti memberi beberapa pertanyaan mengenai Kualitas Pelayanan dan Minat Berkunjung Wisatawan. Setiap analisis akan diklasifikasikan dan akan dibentuk menjadi angka berupa frekuensi yang menjadi presentase untuk memudahkan analisis data.

4.2.1 Karakteristik Responden

Karakteristik responden dari penelitian ini terdiri dari jenis kelamin, umur, pekerjaan, pendapatan dan frekuensi kunjungan yang diuraikan hasilnya sebagai berikut.

1. Data responden

Jumlah responden yang terlibat pada penelitian ini adalah 100 orang untuk mengisi kuisioner yang diberikan oleh peneliti. Enam sub kategori yang peneliti data adalah berdasarkan jenis kelamin, umur, pekerjaan, alasan mengunjungi, pendapatan, dan frekuensi membeli

Tabel 4. 1

Jenis Kelamin

		Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	53	53.0	53.0	53.0
	Perempuan	47	47.0	47.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Olahan Data Primer SPSS

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden adalah berjenis kelamin laki – laki dengan jumlah 53%. Sedangkan perempuan berjumlah 47 responden dengan 47%.

Tabel 4.2 Umur

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
17 – 27 Tahun	39	39.0	39.0	39.0
> 27 – 37 Tahun	26	26.0	26.0	65.0
> 37 – 47 Tahun	18	18.0	18.0	83.0
> 47 – 57 Tahun	15	15.0	15.0	98.0
> 57 Tahun	2	2.0	2.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Olahan Data Primer SPSS

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden adalah kelompok berusia 17 – 27 tahun sebesar 39%, disusul dengan kelompok berusia 27 – 37 tahun sebesar 26%, kelompok berusia 37 – 47 tahun sebesar 18%, kelompok berusia 47 – 57 tahun sebesar 15%, dan kelompok berusia 57% sebesar 2%.

Tabel 4.3 Pekerjaan

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Pelajar	25	25.0	25.0	25.0
Wiraswasta	31	31.0	31.0	56.0
Pegawai Swasta	15	15.0	15.0	71.0
Pegawai Negeri	5	5.0	5.0	76.0
Guru/Dosen	4	4.0	4.0	80.0
Lainnya	20	20.0	20.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Olahan Data Primer SPSS

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden adalah bekerja sebagai wiraswasta sebesar 31%, disusul dengan pelajar sebesar 25%, pekerjaan lainnya sebesar 20% Pegawai swasta dengan sebesar 15%, Pegawai Negeri sebesar 5%, dan Guru / Dosen sebesar 4%.

Tabel 4.4
Alasan Mengunjungi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Gathering	60	60.0	60.0	60.0
Penyelaman/Diving	16	16.0	16.0	76.0
Snorkling	18	18.0	18.0	94.0
Lainnya	6	6.0	6.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Olahan Data Primer SPSS

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden beralasan datang ke pulau pramuka adalah untuk Gathering sebesar 60%, sisanya adalah *snorkeling* sebesar 18%, Penyelaman / *Diving* sebesar 16%, dan yang lainnya sebesar 6%.

Tabel 4.5
Pendapatan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
< Rp 3.000.000	9	9.0	9.0	9.0
Rp 3.000.000 – Rp 6.000.000	36	36.0	36.0	45.0
Rp Rp 6.000.000 – Rp 9.000.000	38	38.0	38.0	83.0
Rp 9.000.000 – Rp 12.000.000	17	17.0	17.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Olahan Data Primer SPSS

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden memiliki pendapatan sekitar Rp 6.000.000 – Rp 9.000.000 dengan presentase 38%, Diikuti responden dengan pendapatan Rp 3.000.000 – Rp 6.000.000 dengan presentase 36%, responden dengan pendapatan Rp 9.000.000 – Rp 12.000.000 dengan presentase 17% dan responden dengan pendapatan Rp 3.000.000 kebawah sebesar 9%.

Tabel 4.6
Frekuensi Membeli

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1 kali dalam sebulan	11	11.0	11.0	11.0
> 1-3 kali dalam sebulan	39	39.0	39.0	50.0
>3-6 kali dalam sebulan	31	31.0	31.0	81.0
>6- 9 kali dalam sebulan	16	16.0	16.0	97.0
> 9 kali dalam sebulan	3	3.0	3.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Olahan Data Primer SPSS

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden berkunjung 1 – 3 kali dalam sebulan (39%), disusul dengan kunjungan 3 – 6 kali dalam sebulan (31%), 6 – 9 kali dalam sebulan (16%), 1 kali dalam sebulan (11%), dan 9 kali dalam sebulan (3%).

2. Kualitas Pelayanan

Tabel 4.7

Menurut saya kebersihan di *speed boat* dan *homestay* sangat baik

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Netral	3	3.0	3.0	3.0
Setuju	53	53.0	53.0	56.0
Sangat Setuju	44	44.0	44.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Olahan Data Primer SPSS

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju dengan presentase 53%, responden menjawab sangat setuju dengan presentase 44%, dan responden menjawab netral dengan presentase 3%. Dapat disimpulkan bahwa kebersihan *speed boat* dan *homestay* sangat baik

Tabel 4.8

Menurut saya penyedia jasa selalu siap sedia selama 24 jam dalam memberikan layanan

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Netral	1	1.0	1.0	1.0
Setuju	47	47.0	47.0	48.0
Sangat Setuju	52	52.0	52.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Olahan Data Primer SPSS

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menjawab sangat setuju dengan presentase 52%, responden menjawab setuju dengan presentase 47%, dan responden menjawab netral dengan presentase 1%.

Dapat disimpulkan bahwa penyedia jasa selalu siap memberikan pelayanan dalam 24 jam.

Tabel 4.9

Penyedia jasa cepat dalam menyelesaikan komplain atau masalah

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Netral	1	1.0	1.0	1.0
Setuju	50	50.0	50.0	51.0
Valid Sangat Setuju	49	49.0	49.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Olahan Data Primer SPSS

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju dengan presentase 50%, responden menjawab sangat setuju dengan presentase 49%, dan responden menjawab netral dengan presentase 1%. Dapat disimpulkan bahwa penyedia jasa cepat dalam menyelesaikan *complain* atau masalah.

Tabel 4.10

Menurut saya menu sarapan yang diberikan banyak pilihannya

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
Setuju	55	55.0	55.0	56.0
Valid Sangat Setuju	44	44.0	44.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Olahan Data Primer SPSS

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju dengan presentase 55%, responden menjawab sangat setuju

dengan presentase 44%, dan responden menjawab tidak setuju dengan presentase 1%. Dapat disimpulkan bahwa menu sarapan yang diberikan banyak pilihannya.

Tabel 4.11
Selama berkunjung saya selalu diberikan kualitas pelayanan yang sangat baik

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Setuju	51	51.0	51.0	51.0
Sangat Setuju	49	49.0	49.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Olahan Data Primer SPSS

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju dengan presentase 51%, responden menjawab sangat setuju dengan presentase 49%. Dapat disimpulkan bahwa selama berkunjung responden selalu mendapatkan kualitas pelayanan yang sangat baik.

3. Minat Wisatawan

Tabel 4.12
Saya tertarik dengan paket wisata yang diberikan di Pulau Pramuka

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Setuju	53	53.0	53.0	53.0
Sangat Setuju	47	47.0	47.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Olahan Data Primer SPSS

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju dengan presentase 53%, responden menjawab sangat setuju

dengan presentase 47%. Dapat disimpulkan bahwa responden tertarik dengan paket wisata yang ada di Pulau Pramuka.

Tabel 4.13
Menurut saya penyedia jasa memberikan layanan prioritas dengan baik

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Netral	3	3.0	3.0	3.0
Setuju	54	54.0	54.0	57.0
Valid Sangat Setuju	43	43.0	43.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Olahan Data Primer SPSS

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju dengan presentase 54%, responden menjawab sangat setuju dengan presentase 43%, dan responden menjawab netral dengan presentase 3%. Dapat disimpulkan bahwa penyedia jasa memberikan layanan prioritas dengan sangat baik

Tabel 4.14
Saya berminat untuk datang ke Pulau Pramuka

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Netral	1	1.0	1.0	1.0
Setuju	53	53.0	53.0	54.0
Valid Sangat Setuju	46	46.0	46.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Olahan Data Primer SPSS

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju dengan presentase 53%, responden menjawab sangat setuju dengan presentase 46%, dan responden menjawab netral dengan presentase 1%. Dapat disimpulkan bahwa responden berminat untuk datang ke Pulau Pramuka.

4. Mean Variabel X

Tabel 4.15
Mean Variabel X

	N	Mean
X1	100	4.41
X2	100	4.51
X3	100	4.48
X4	100	4.42
X5	100	4.49
Rata-rata Total X	100	4.46

Sumber : Olahan Data Primer SPSS

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai mean arata-rata adalah 4,46 yang bermakna bahwa kualitas pelayanan di Pulau Pramuka sangat baik (mean 4,46). *Mean* terbesar adalah 4,51 pada pernyataan “Menurut saya penyedia jasa selalu siap sedia selama 24 jam dalam memberikan layanan” Degan demikian, dapat dikatakan bahwa penyedia jasa pada Pulau Pramuka dapat melayani pengunjung dengan siap dalam 24 jam.

5. Mean Variabel Y

Tabel 4.16
Mean Variabel Y

	N	Mean
Y1	100	4,47
Y2	100	4,40
Y3	100	4,45
Rata-rata Total Y	100	4,44

Sumber : Olahan Data Primer SPSS

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai rata-rata total mean adalah 4,44 yang bermakna bahwa minat wisatawan untuk berkunjung ke Pulau Pramuka sangat tinggi. Mean terbesar adalah 4,47 pada pernyataan “Saya tertarik dengan paket wisata yang diberikan di Pulau Pramuka” Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa responden yang ada berminat berkunjung ke Pulau Pramuka.

4.2.2 Uji Validitas

Pada penelitian ini, uji validitas instrumen dilakukan dengan menggunakan metode korelasi *Pearson*. Kriteria yang digunakan adalah jika nilai r hitung lebih besar dari r tabel maka disimpulkan bahwa indikator tersebut valid sedangkan jika nilai r hitung lebih rendah dari r tabel maka disimpulkan bahwa indikator tersebut tidak valid.

Berikut adalah hasil uji validitas :

Tabel 4.17
Uji Validitas

No.	Pertanyaan	R-hitung	R-tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan				
1	Menurut saya kebersihan di <i>Speed Boat</i> dan <i>Homestay</i> sangat baik	0.857	0.1966	Valid
2	Menurut saya penyedia jasa selalu siap sedia selama 24 jam dalam memberikan layanan	0.824	0.1966	Valid
3	Penyedia jasa cepat dalam menyelesaikan complain atau masalah	0.765	0.1966	Valid
4	Menurut saya menu sarapan yang diberikan banyak pilihannya	0.786	0.1966	Valid
5	Menurut saya penyedia jasa bersikap ramah dan ringan tangan dalam membantu wisatawan	0.896	0.1966	Valid
Minat Berkunjung				
6	Saya tertarik dengan paket wisata yang diberikan di Pulau Pramuka	0.800	0,1966	Valid
7	Menurut saya penyedia jasa memberikan layanan prioritas dengan baik	0.759	0.1966	Valid
8	Saya berminat untuk datang ke Pulau Pramuka	0.815	0.1966	Valid

Berdasarkan tabel 4.6 yang tertera di atas, maka dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan kuesioner yang mewakili variabel Kualitas Pelayanan (X) dan Minat Berkunjung Wisatawan (Y) adalah valid. Perhitungan untuk r-hitung menggunakan aplikasi SPSS Ver. 25. Penentuan valid berdasarkan r-hitung yang

memiliki angka yang lebih besar dari r-tabel penelitian sebesar 0.196. R-tabel di dapat dari rumus $df = N - 2$, yang menghasilkan $df = 100$. Nilai Kritis R Pearson untuk $df=108$ dengan $\alpha=0,05$ adalah 0.1966

4.2.3 Uji Reabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan metode Cronbach Alpha, jika nilai koefisien reliabilitas yang diperoleh lebih besar dari titik kritisnya, yaitu 0,6 maka disimpulkan bahwa variabel tersebut adalah reliabel, sedangkan jika nilai koefisien reliabilitas yang diperoleh lebih rendah dari titik kritisnya, yaitu 0,6 maka disimpulkan bahwa variabel tersebut adalah tidak reliabel.

Tabel 4.18
Hasil Uji Reliabilitas
Kualitas Pelayanan (X)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.897	5

Minat Berkunjung

Wisatawan (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.466	3

Berdasarkan tabel 4.18 di atas, variable X (Kualitas Pelayanan) memiliki nilai Cronbach Alpha yang lebih besar dari 0,60 sehingga disimpulkan bahwa variabel

tersebut adalah reliabel. Sedangkan variable Y (Minat Berkunjung Wisatawan) memiliki nilai Cronbach Alpha yang lebih kecil dari 0,60 sehingga disimpulkan bahwa variabel tersebut tidak realibel.

4.2.4 Uji Korelasi

Uji korelasional merupakan teknik analisis dalam statistik yang digunakan untuk mencari hubungan antara dua variabel yang bersifat kuantitatif. Hubungan dua variabel tersebut dapat terjadi karena adanya hubungan sebab akibat terjadi karena sebuah kebetulan

Hipotesa yang digunakan pada uji korelasi adalah:

Ho : variabel X dan variabel Y memiliki korelasi yang tidak signifikan

Ha : variabel X dan variabel Y memiliki korelasi yang signifikan

Kriteria uji:

- Tolak Ho jika $\text{sig} < 0,05$
- Terima Ho jika $\text{sig} > 0,05$

Berikut adalah hasil uji korelasi:

Tabel 4.19
Uji Korelasi
Correlations

		TOTAL_ X	TOTAL_ Y
TOTAL_ X	Pearson Correlation	1	.976**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
TOTAL_ Y	Pearson Correlation	.976**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel di atas, nilai koefisien korelasi antara variabel X (Kualitas Pelayanan) dan Y (Minat Berkunjung Wisatawan) adalah 0,976. Mengacu pada pedoman yang dikemukakan oleh Sugiyono (2013:250), nilai 0,976 berada dalam rentang 0,80 - 0,90 yang artinya terdapat hubungan yang sempurna antara variabel X dan Y.

4.2.5 Uji Determinasi

Koefisien Determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel Kualitas Pelayanan (X1) terhadap variabel Minat Berkunjung Wisatawan (Y).

Tabel 4.20
Uji Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.361 ^a	.130	.121	.773

Sumber : Olahan Data Primer SPSS

Berdasarkan tabel 4.20 dapat disimpulkan bahwa R Square sebesar .130. Hal ini berarti variabel Kualitas Pelayanan (X1) mempengaruhi variabel Minat Berkunjung Wisatawan (Y) sebesar 32%. Sedangkan sisanya sebesar 68% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak masuk ke dalam penelitian ini.

4.2.6 Uji T

Uji T (Uji Parsial) Uji t (*t-test*) melakukan pengujian terhadap koefisien regresi secara parsial, pengujian ini dilakukan untuk mengetahui signifikansi peran secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan mengasumsikan bahwa variabel independen lain dianggap konstan.

Tabel 4.21
Uji T

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.866	.801	7.321	.000
	TOTAL_KP	.114	.030	.361	3.830 .000

T tabel : $t(\alpha/2 ; n - k - 1)$

α : Nilai signifikansi 0,05

n : Jumlah Sampel

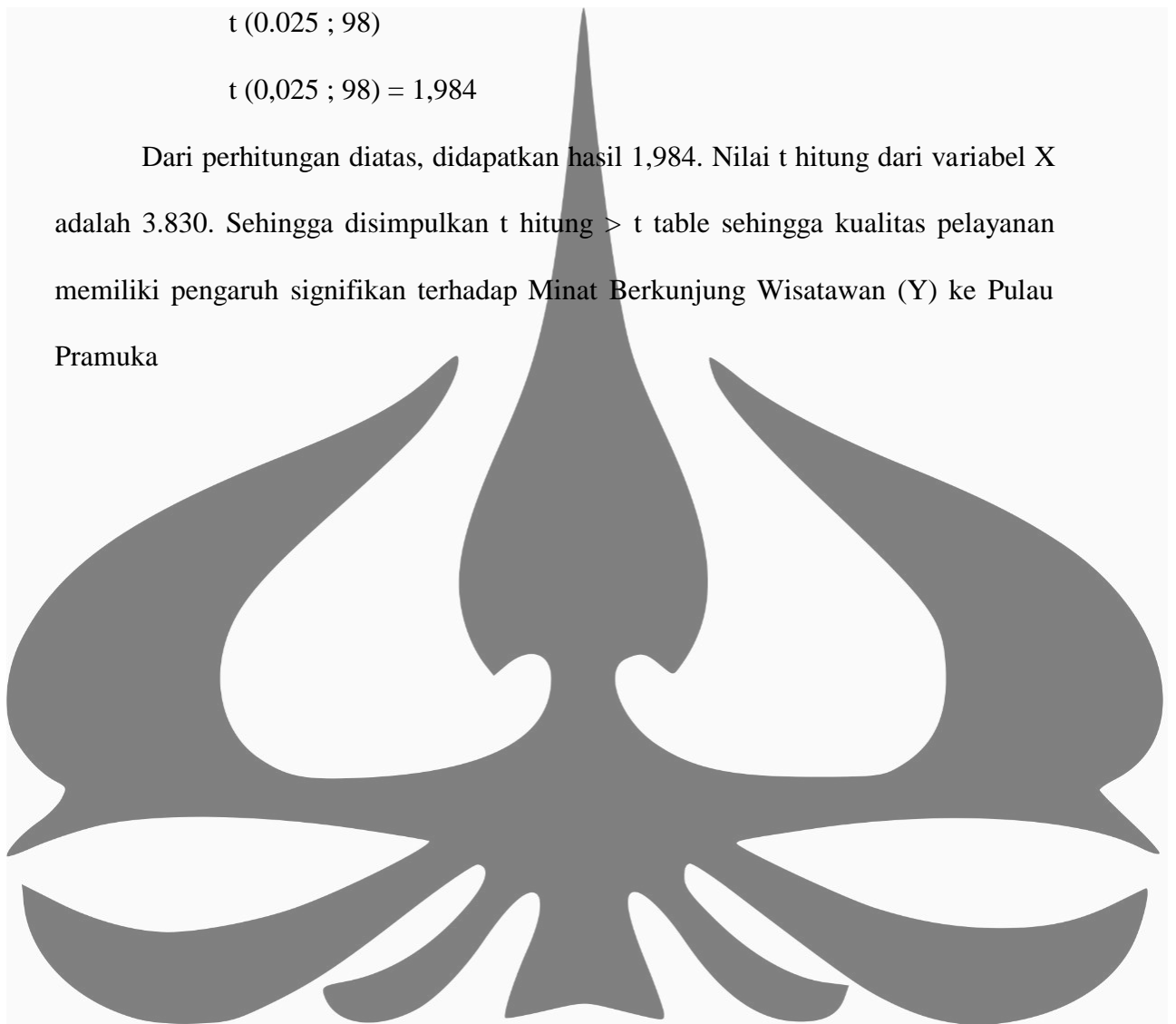
k : Jumlah Variabel Bebas(x)

$t(0,05/2 ; 100 - 1 - 1)$

$t(0,025 ; 98)$

$t(0,025 ; 98) = 1,984$

Dari perhitungan diatas, didapatkan hasil 1,984. Nilai t hitung dari variabel X adalah 3.830. Sehingga disimpulkan t hitung > t table sehingga kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung Wisatawan (Y) ke Pulau Pramuka



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai “ Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan” melalui penyebaran kuesioner dan pengolahan data lewat SPSS dan telah dibahas pada bab-bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

Kualitas pelayanan di Pulau Pramuka sangat baik (mean 4,46). *Mean* terbesar yaitu sebesar 4.51 untuk pernyataan “penyedia jasa selalu siap sedia 24 jam dalam memberikan layanan.”

Sedangkan minat wisatawan untuk berkunjung ke Pulau Pramuka sangat tinggi (mean 4,44). *Mean* tertinggi pada variabel minat wisatawan adalah untuk pernyataan “Saya tertarik dengan paket wisata yang diberikan di Pulau Pramuka (mean 4,47)”

Korelasi variabel kualitas pelayanan terhadap minat wisatawan untuk berkunjung ke Pulau Pramuka adalah sangat berhungan (Koefisien korelasi: 0,976). Kontribusi variabel kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung wisatawan ke Pulau Pramuka sebesar sebesar 32%. Kualitas pelayanan mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung ke Pulau Pramuka secara positif dan signifikan.

5.2 Saran

Melalui penelitian ini terdapat beberapa saran yang diharapkan dapat berguna bagi kualitas pelayanan untuk meningkatkan minat berkunjung wisatawan ke Pulau Pramuka:

1. Perlunya peningkatan terhadap fasilitas di Pulau Pramuka, karena masih ada beberapa fasilitas yang kurang memadai seperti di *homestay*, dan penunjuk arah yang lebih jelas
2. Berdasarkan hasil rekapitulasi nilai rata – rata (*mean*) terendah variabel Kualitas Pelayanan (X) yaitu sebesar 4.40. Maka disarankan untuk dapat lebih informatif dalam memberikan informasi kepada wisatawan dan menambah papan informasi di Pulau Pramuka
3. Berdasarkan hasil rekapitulasi nilai rata – rata (*mean*) terendah variabel Minat Berkunjung Wisatawan (Y) yaitu sebesar 4.45. Maka disarankan untuk dapat membuat promosi agar para wisatawan berniat untuk datang kembali ke Pulau Pramuka. Dan dapat mempromosikan Pulau Pramuka kepada masyarakat luas, agar wisata yang ada di Pulau Pramuka juga dapat berkembang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprilia, F. (2015). *Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Berkunjung Serta Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung (Survei pada Pengunjung Tempat Wisata “Jawa Timur Park 2” Kota Batu)*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 24(1).
- Chrisharley, W. (2020). *Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan Maskapai Lion Air Indonesia*. Skripsi (S1) Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, 2020. Diakses dari <http://eprints.kwikkiangie.ac.id/928/3/21160210%20-%20WIRKO%20CHRIS%20HARLEY%20-%20bab%202.pdf>
- Fitria, Sisca Eka dan Ariva, Vega Fauzana (2018). *Analisis Faktor Kondisi Ekonomi, Tingkat Pendidikan dan Kemampuan Berwirausaha Terhadap Kinerja Usaha Bagi Pengusaha Pindang di Desa Cukanggenteng*.
- Ghozali, Imam. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro.
- Griffin, Jill. (2010). *Customer Loyalty, Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Hasan, Ali. (2014). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS.
- Hasugian, Jimmi Tumpal Mangisi. (2015). “Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Telkomsel (Survey Terhadap Pelanggan Telkomsel Grapari Samarinda)”. *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Hidayat, Rahmat. (2009). “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Nilai pelanggan terhadap kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Nasabah Bank mandiri”. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*. Vol. V tahun 2009.
- Ismail, Muhammad. (2014). *Strategi Pemasaran Untuk Membangun Citra dan Loyalitas Merek*. Kediri: IPB Press.
- Jasfar, Farida. (2009). *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*. Ciawi Bogor: Ghalia Indonesia.
- Jasfar, Farida. (2012). *Teori dan Aplikasi Sembilan Kunci Keberhasilan Bisnis Jasa: Sumber Daya Manusia, Inovasi, Dan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Salemba Empat.

Kadir. (2015). *Statistika Terapan : Konsep, Contoh, dan Analisa Data dengan Program SPSS/Lisrel dalam Penelitian*. Jakarta : PT Raja Grafindo.

Kotler dan Keller. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Kemenparekraf.go.id. *UU Tentang Kepariwisataaan*. Diakses pada 21 September 2021, dari https://www.kemenparekraf.go.id/asset_admin/assets/uploads/media/old_file/4636_1364-UUTentangKepariwisataaannet1.pdf

Leninkumar, V. (2017). “The Relationship Between Customer Satisfaction and Customer Trust On Customer Loyalty”. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 7(4).

Malhotra, M.K. (2012). *Operations Management*. USA: Pearson.

Mangkunegara, A.A Anwar Prabu. (2010). *Evaluasi Kinerja SDM*. Bandung: PT. Refika Aditama.

Mangkunegara, A.A Anwar Prabu. (2010). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Mathis dan Jackson. (2009). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Salemba Empat.

Moordiningsih., Faturochman dan Kim, U. (2010). “*Trust to Politician: Indigenous Psychological Analyisi*”s. Laporan penelitian: Universitas Gajah Mada.

Norhermaya, Y. Asteria dan Harry Soesanto. (2016). “Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Kepercayaan dan Loyalitas Pelanggan untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang (Studi pada Online Store Lazada.co.id)”. *Journal of Management*. 5(3): 1-13

Nugraeni et.al. (2017). “Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan Pada PT. Arpeni Pratama Ocean Lina Tbk. Cabang Semarang”. *Jurnal Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Semarang*.

Nurbaeti, Rizka (2020). *PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) DAN CITRA DESTINASI TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG MELALUI MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi Kasus Pada Taman Wisata “Genilangit” Kecamatan Poncol Kabupaten Magetan Provinsi Jawa Timur)*. Skripsi (S1)

Universitas Muhammadiyah Ponorogo, 2020. Diakses dari <http://eprints.umpo.ac.id/5866/4/BAB%20II.pdf>

Putra, S., & Bimo, G. (2015). *Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Minat Berkunjung dan Keputusan Berkunjung (Survei Pada Pengunjung Taman Rekreasi PT. Selecta, Kota Batu, Jawa Timur)*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 26(2).

Oliver, R. L. (2010). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on The Customer*. New York: McGraw-Hill.

Putri, Yulia Larasati. (2017). “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Persepsi Pada Pelanggan Dian Comp Ambarawa)”. *Jurnal STIE AMA*.

Retnaningrum, Maria. (2014). *Beach Resort Hotel di Pantai Jungwok Gunungkidul*. <http://e-journal.uajy.ac.id/165/3/2TA12941.pdf>. Diakses 22 September 2019. Pukul 10.18.

Ramadhan, A. H. (2015). *Pengaruh City Branding Terhadap Minat Berkunjung serta Dampaknya pada Keputusan Berkunjung (Survei pada Wisatawan Kota Surabaya 2015)*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 28(2).

Runtuuwu, J. G., Oroh, S., & Taroreh, R. (2014). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengguna Cafe dan Resto Cabana Manado*. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(3).

Sangadji dan Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.

Saputro, Fandi dan Putri, Emmita Devi Hari. 2014. “Aktivitas *Receptionist* dalam Menangani Tamu Personal di Ameera Boutique Hotel Yogyakarta”. *Jurnal Khasanah Ilmu*. Vol.5 No 2.

Siagian, Hotlan., Cahyono, Hotlan., (2014). “Analisis Website Quality, Trust, dan Loyalty Pelanggan Online Shop”. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol 8 No 2.

SlideShare. (2016). *Tabel Nilai Kritis Distribusi T*. <https://www.slideshare.net/trisnadi16983/tabel-nilai-kritis-distribusi-t>. Diakses 13 Oktober 2019. Pukul 12.20.

SlideShare. (2012). *Tabel F-0-05*. <https://www.slideshare.net/sinollah/tabel-f005>. Diakses 13 Oktober. Pukul 13.00.

SlideShare. (2014). *Tabel R Pdf*. <https://www.slideshare.net/julymanao/tabel-r-pdf>. Diakses 13 Oktober. Pukul 13.35.

Siregar, Syofian. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri.

Siswanto. (2015). *Stres Kerja, Pengaruhnya terhadap Kinerja Karyawan dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Mediasi*. Jakarta: Rineka Cipta.

Sudarmanto. (2009). *Kinerja dan Pengembangan Kompetensi SDM*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.

Sulastiyono, Agus. (2011). *Manajemen Penyelenggaraan Hotel: Manajemen Hotel*. Bandung: Alfabeta.

Soegoto, Eddy Soeryanto. (2009). *Entrepreneurship Menjadi Pebisnis Ulung*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Safiftri, Kiki, (2021). Kunjungi Pulau Pramuka, Sandiaga Uno Berharap Pariwisata Kepulauan Seribu Segera Pulih. Diakses pada 21 September 2021 dari <https://money.kompas.com/read/2021/08/13/172152026/kunjungi-pulau-pramuka-sandiaga-uno-berharap-pariwisata-kepulauan-seribu>

Sulistyan, R. B., Ariyono, K. Y., & Taufiq, M. (2018). *Identifikasi Faktor-Faktor Kritis Dalam Minat Berkunjung Kembali Ke Wisata Religi*. *UNEJ e-Proceeding*.

Tinjauan Pustaka, Tentang Pengertian Pariwisata. Dari
<http://eprints.ums.ac.id/47635/29/BAB%20II.pdf>

Umam, Khaerul. (2010). *Perilaku Organisasi*. Bandung: Pusaka Setia.

Wibowo. (2011). *Manajemen Kinerja*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.