



**PENGARUH EKSPEKTASI WISATAWAN DAN CITRA
DESTINASI TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN
DI WANA WISATA PANTAI TANJUNG PAPUMA
KABUPATEN JEMBER**

*THE EFFECTS OF TOURIST EXPECTATIONS AND DESTINATION IMAGE
TO TOURIST SATISFACTION IN TANJUNG PAPUMA BEACH,
JEMBER*

SKRIPSI

Oleh :

Nur Faizah Rihmawati
NIM 150810201069

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS JEMBER**

2019



**PENGARUH EKSPEKTASI WISATAWAN DAN CITRA
DESTINASI TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN
DI WANA WISATA PANTAI TANJUNG PAPUMA
KABUPATEN JEMBER**

*THE EFFECTS OF TOURIST EXPECTATIONS AND DESTINATION IMAGE
TO TOURIST SATISFACTION IN TANJUNG PAPUMA BEACH,
JEMBER*

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi di
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember

Oleh :

Nur Faizah Rihmawati

NIM 150810201069

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS JEMBER
2019**

KEMENTRIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER - FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

SURAT PERNYATAAN

Nama : Nur Faizah Rihmawati
NIM : 150810201069
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh Ekspektasi Wisatawan dan Citra Destinasi terhadap
Kepuasan Wisatawan di Wana Wisata Pantai Tanjung Papuma
Kabupaten Jember

Dengan ini menyatakan :

1. Skripsi ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri kecuali dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya.
2. Skripsi ini belum pernah diajukan baik di Universitas Jember maupun di perguruan tinggi lain.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya siap menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku di Universitas.

Jember, 19 September 2019

Yang membuat pernyataan,

Nur Faizah Rihmawati

150810201069

TANDA PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh Ekspektasi Wisatawan dan Citra Destinasi
terhadap Kepuasan Wisatawan di Wana Wisata
Pantai Tanjung Papuma Kabupaten Jember.
Nama Mahasiswa : Nur Faizah Rihmawati
NIM : 150810201069
Jurusan : Manajemen Pemasaran
Disetujui Tanggal : 02 September 2019

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Dr. Ika Barokah Suryaningsih, S. E., M. M.
NIP. 19780525 200312 2 002

Kristian Suhartadi W. N, S. E., M. M.
NIP. 19860917 201504 1 001

Mengetahui,
Koordinator Program Studi S-1 Manajemen

Hadi Paramu, S. E., M. B. A., Ph. D.
NIP. 19690120 199303 1 002

JUDUL SKRIPSI

PENGARUH EKSPEKTASI WISATAWAN DAN CITRA DESTINASI TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DI WANA WISATA PANTAI TANJUNG PAPUMA KABUPATEN JEMBER

Yang disusun oleh :

Nama : Nur Faizah Rihmawati
NIM : 150810201069
Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di hadapan penguji pada tanggal :

19 September 2019

dan dinyatakan telah memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember :

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua : **Dr. Imam Suroso, S.E., M.Si.** : (.....)
NIP. 19591031 198802 1 001

Sekretaris : **Dr. Elok Sri Utami, M.Si.** : (.....)
NIP. 19641228 199002 2 001

Anggota : **Drs. Sampeadi, M.S.** : (.....)
NIP. 19560404 198503 1 002

Mengetahui/Menyetujui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Jember

Dr. Muhammad Miqdad, S.E., M.M., Ak., CA.
NIP. 19710727 199512 1 001

HALAMAN PERSEMBAHAN

Rasa syukur yang mendalam kepada Allah SWT. Limpahan rahmat dan taburan cinta kasih sayang-Mu telah memberikanku semangat, kekuatan, serta memperkenalkanku dengan optimisme. Atas limpahan karunia yang telah Engkau berikan akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Limpahan solawat serta salam yang selalu mengalir keharibaan Rasulullah Muhammad SAW.

Ku persembahkan karya ini sebagai perwujudan tanggung jawab kepada :

1. Ibunda dan Ayahanda Tercinta, sebagai tanda bakti, dan rasa terimakasihku yang tiada tara kupersembahkan karya kecil ini kepada Ibu (Iin Dwi Lasyati Wahyuningsih) dan Bapak (Rusli) yang telah memberikan dukungan moril hingga materil serta kasih sayang tiada terhingga yang tidak mungkin hanya dengan selembar kertas ini dapat kubalas. Untuk Bapak dan Ibu terimakasih atas motivasi dan kasih sayang serta do'a yang telah engkau berikan. Terimakasih Bapak... Terimakasih Ibu...
2. Kakak, adik, sebagai tanda terimakasih, kupersembahkan karya ini untuk adikku (Ahmad Farikh Maulana) serta kakakku (Muhammad Ilyas). Terimakasih juga atas dukungan dan inspirasi yang telah kalian berikan sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan.
3. Teman –teman, terimakasih buat kawan-kawanku atas nasihat-nasihat yang kalian berikan sehingga aku semangat dalam menyelesaikan tugas akhir ini, Terimakasih kepada Kalian (Aan, Raras, Memem, Antin, Titis, Susi), serta teman-teman angkatan 2015 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember).
4. Dosen Pembimbing Tugas Akhir, kepada bapak Kristian dan ibu Ika terimakasih telah membimbing saya dalam penyusunan skripsi ini. Kalian baik pasti dilindungi Allah terimakasih.

MOTTO

“Dan aku belum pernah kecewa dalam berdoa kepada-Mu Ya Rabbku”

(QS. Maryam: 4)

“Mereka yang tidak merugi hanyalah orang-orang yang berilmu dan memiliki kejelian mata yang mampu menangkap isyarat masa dan bersiap untuk hidup di kala mendatang”.

(Faizah)

RINGKASAN

“Pengaruh Ekspektasi Wisatawan dan Citra Destinasi terhadap Kepuasan Wisatawan di Wana Wisata Pantai Tanjung Papuma Kabupaten Jember.”

Nur Faizah Rihmawati; 150810201069; 2019; 81 Halaman; Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

Perkembangan Industri pariwisata di Indonesia memang sangatlah pesat dari tahun ke tahun karena keragaman wisata Indonesia yang menarik, mulai dari wisata religi, wisata alam, wisata sejarah, dan masih banyak lagi. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi seseorang untuk melakukan wisata salah satunya untuk bersenang-senang. Perkembangan industri pariwisata di Indonesia juga memberikan dampak positif di antaranya dapat membuka lapangan pekerjaan, meningkatkan pendapatan daerah, dan lain sebagainya. Industri pariwisata merupakan industri yang bergerak di bidang jasa, tolok ukur kepuasan pelanggan dalam industri jasa pariwisata adalah kualitas fasilitas umum, prasarana umum, dan fasilitas pariwisata yang disediakan yang diharapkan sejalan dengan meningkatnya kepuasan wisatawan yang berkunjung di Wana Wisata Pantai Tanjung Papuma. Jika Fasilitas dan pelayanan yang tersedia memadai dan sesuai dengan ekspektasi maka pelanggan akan merasa puas.

Fenomena di atas menjadi dasar dalam penelitian ini yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ekspektasi wisatawan dan citra destinasi terhadap kepuasan wisatawan di wana wisata pantai Tanjung Papuma Kabupaten Jember. Objek Penelitian ini berada di Wana Wisata Pantai Tanjung Papuma dengan sampel sebanyak 100 orang. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan variabel bebas yaitu ekspektasi wisatawan dan citra destinasi. Sementara sebagai variabel terikat adalah kepuasan wisatawan.

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan bahwa faktor ekspektasi wisatawan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Kemudian faktor citra destinasi secara parsial juga berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan di wana wisata pantai Tanjung Papuma.

SUMMARY

The Effects of Tourist Expectations and Destination Image to Tourist Satisfaction in Tanjung Papuma Beach, Jember.

Nur Faizah Rihmawati; 150810201069; 2019; 81 pages; Departement of Management Faculty of Economic and Bussiness; University of Jember.

The development of the tourism industry in Indonesia is indeed interesting from year to year because of the diversity of Indonesia's interesting tourism, ranging from religious tourism, natural tourism, historical tourism, and much more. Many factors can influence a person to travel one of them for fun. The development of the tourism industry in Indonesia also gives positive results in the field that can be done, increasing regional income, and so forth. The tourism industry is an industry that is engaged in services, measuring customer satisfaction in the general tourism service industry, public infrastructure, and tourism facilities provided that are expected to be in accordance with the satisfaction of tourists visiting the Tanjung Papuma Beach Tourism Area. If the facilities and services available are adequate and in line with expectations, the customer will be satisfied.

The above phenomenon is the basis of this study which discusses the expectations of tourists and destination image of tourist satisfaction in the coastal tourism area of Tanjung Papuma, Jember Regency. The object of this research is in Tanjung Papuma Beach Tourism Area with a sample of 100 people. The analytical method used is multiple linear regression analysis with independent variables, namely tourist expectations and destination imagery. Meanwhile, the variable as tourist satisfaction.

Based on the results of the analysis and discussion of tourist expectations factors significantly influence tourist satisfaction. Then the destination image factor partially opposes the satisfaction of tourists in the Tanjung Papuma beach tourism.

PRAKATA

Rasa syukur dan segala puji bagi Allah SWT atas berkat rahmat dan hidayah-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Skripsi dengan judul “Pengaruh Ekspektasi Wisatawan dan Citra Destinasi terhadap Kepuasan Wisatawan di Wana Wisata Pantai Tanjung Papuma Kabupaten Jember.” diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tentunya tidak akan pernah terselesaikan tanpa bantuan dan dukungan berbagai pihak. Untuk itu saya ucapkan terimakasih kepada dosen pembimbing saya Dr. Ika Barokah Suryaningsih, S.E., M.M., dan Kristian Suhartadi Widi Nugraha, S.E., M.M., yang telah membimbing saya menyusun skripsi ini dari awal hingga akhir. Penghargaan yang tulus juga saya berikan kepada :

1. Dr. Muhammad Miqdad, S.E., M.M., Ak., CA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jember.
2. Drs. Hadi Paramu, S.E., M.B.A, Ph.D., selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jember.
3. Dr. Ika Barokah Suryaningsih, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan bantuan dan motivasi dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Kristian Suhartadi Widi Nugraha, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan juga motivasi dan saran dalam pengerjaan skripsi ini.
5. Dosen penguji yang telah memberikan saran dan masukan yang membangun dalam memperbaiki skripsi ini.
6. Dra. Susanti Prasetyaningtyas, M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah mendampingi saya selama kuliah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.
7. Seluruh Dosen Jurusan Manajemen dan seluruh Staf Administrasi Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

8. Bapak Rusli, Ibu Iin, Kakak Ilyas, Adek Farikh, Rafa, Nabila, dan seluruh keluarga besarku yang selalu mendoakan dan memberi dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Teman-teman terdekatku, Raras, Aan, Memem, Antin, Titis, Susi, saya ucapkan terimakasih telah memberi dukungan kepada saya.
10. Teman-teman seperjuangan angkatan 2015 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.
11. Seluruh pihak yang telah membantu dan memberikan dorongan dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu.

Semoga Allah SWT selalu memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada semua pihak yang telah membantu hingga skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik. Demikian semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi almamater tercinta, serta bagi setiap pembaca pada umumnya.

Jember, 19 Juli 2019

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
RINGKASAN	viii
SUMMARY	ix
PRAKATA	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Pemasaran Jasa	10
2.1.2 Kepuasan Wisatawan	11
2.1.3 Ekspektasi Wisatawan	13
2.1.4 Citra Destinasi	13
2.1.5 Produk Pariwisata	15
2.2 Penelitian Terdahulu	17
2.3 Kerangka Konseptual	19

2.4 Hipotesis Penelitian	21
BAB 3. METODE PENELITIAN	22
3.1 Rancangan Penelitian	22
3.2 Populasi dan Sampel	22
3.2.1 Populasi	22
3.2.2 Sampel	22
3.3 Sumber Data	23
3.4 Metode Pengumpulan Data	23
3.5 Identifikasi Variabel Penelitian	24
3.6 Definisi Operasional Variabel	24
3.7 Skala Pengukuran	26
3.8 Uji Instrumen	26
3.9 Uji Asumsi Klasik	28
3.10 Analisis Regresi Linier Berganda	29
3.11 Uji Hipotesis (Uji t)	29
3.12 Kerangka Pemecahan Masalah	30
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	32
4.1 Hasil Penelitian	32
4.1.1 Gambaran Umum Wana Wisata Pantai Tanjung Papuma	32
4.1.2 Identitas Responden	34
4.2 Deskripsi Variabel Penelitian	37
4.2.1 Deskripsi Variabel Ekspektasi Wisatawan	37
4.2.2 Deskripsi Variabel Citra Destinasi	38
4.2.3 Deskripsi Variabel Kepuasan Wisatawan	39
4.3 Hasil Uji Statistik	39
4.3.1 Hasil Uji Instrumen	39
4.3.2 Uji Normalitas	41
4.3.3 Analisis Regresi Linier Berganda	42
4.3.4 Uji Multikolinearitas	43
4.3.5 Uji Heteroskedastisitas	43
4.3.6 Hasil Pengujian Hipotesis (Uji t)	44

4.4 Pembahasan	46
4.4.1 Pengaruh Ekspektasi Wisatawan terhadap Kepuasan Wisatawan Di Wana Wisata Pantai Tanjung Papuma	46
4.4.2 Pengaruh Citra Destinasi terhadap Kepuasan Wisatawan di Wana Wisata Pantai Tanjung Papuma	48
4.5 Keterbatasan Penelitian	50
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	51
5.1 Kesimpulan	51
5.2 Saran	51
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN	57

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Perkembangan Objek Wisata, Hotel, Wisatawan Kabupaten Jember	4
Tabel 1.2 Jumlah Pengunjung Wana Wisata Pantai Tanjung Papuma Periode 2016- 2018	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 4.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	34
Tabel 4.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia	34
Tabel 4.3 Identitas Responden Berdasarkan Asal Daerah	35
Tabel 4.4 Identitas Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan hingga Saat Ini	36
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden Ekspektasi Wisatawan	37
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden Citra Destinasi	38
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Kepuasan Wisatawan	39
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas	40
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas	40
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas	41
Tabel 4.11 Analisis Regresi Linier Berganda	42
Tabel 4.12 Uji Multikolinearitas	43
Tabel 4.13 Uji Heteroskedastisitas	43
Tabel 4.14 Hasil Uji t	44

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Perkembangan Kunjungan Wisatawan Mancanrgara ke Provinsi Jawa Timur, 2007-2017	3
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	19
Gambar 3.1 Kerangka Pemecahan Masalah	30

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Pengantar Kuesioner Penelitian	57
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian	58
Lampiran 3. Data Responden	60
Lampiran 4. Data Tabulasi Kuesioner	63
Lampiran 5. Hasil Uji Validitas	72
Lampiran 6. Uji Reliabilitas	75
Lampiran 7. Uji Normalitas Data	77
Lampiran 8. Hasil Uji Regresi Linier Berganda	78
Lampiran 9. Hasil Uji Multikolinearitas	79
Lampiran 10. Hasil Uji Heteroskedastisitas	79
Lampiran 11. r Tabel	80
Lampiran 12. t Tabel	81

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pariwisata merupakan aktivitas yang berkembang seiring dengan perkembangan zaman berubah menjadi industri yang kompleks dan menyeluruh. Dewasa ini, sektor strategis yang turut andil dalam perekonomian Indonesia salah satunya adalah pariwisata (Nurif *et al.*2015). Sementara menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan Bab I Pasal 1 menyatakan bahwa wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok mengunjungi tempat tertentu dengan tujuan rekreasi, pengembangan pribadi atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.

Perkembangan pariwisata di Indonesia tumbuh dengan pesat dalam akhir-akhir ini. Kemajuan yang cukup membanggakan tersebut tidak terlepas dari peranan pemerintah dalam melakukan pembangunan dan pengembangan pariwisata. Pemerintah telah mengeluarkan Peraturan Pemerintah, melalui Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 pasal 2 dan pasal 6 tentang Asas dan Pembangunan Kepariwisataan. UU tersebut dimaksudkan agar melalui dinas pariwisata, seluruh daerah yang ada di Indonesia dapat mengembangkan daerahnya dengan potensi alam yang dimiliki untuk dijadikan destinasi wisata.

Tren pariwisata bersifat dinamis karena selalu berubah-ubah seiring dengan perkembangan zaman. Karena bersifat dinamis maka para pelaku bisnis pariwisata harus jeli dalam melihat tren pariwisata yang saat ini sedang berkembang dan masa yang akan datang. Wisata alam masih menjadi pilihan menarik bagi wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata, karena selain menawarkan pemandangan dan keunikan alamnya, juga menawarkan keasrian dan udara sejuk yang saat ini banyak dicari terutama orang-orang yang tinggal di perkotaan. Udara bersih, suasana yang asri, harmonisasi hidup dengan alam, dan masih banyak lagi yang menjadi daya tarik wisatawan. Pemerintah Indonesia telah mencanangkan program “*Wonderful Indonesia*” dengan tujuan agar pariwisata di

Indonesia terus berkembang. Program tersebut memicu penyegaran sarana dan prasarana pada setiap destinasi wisata untuk menarik minat berkunjung wisatawan. *Wonderful Indonesia* merupakan *branding* pariwisata Indonesia, sebuah slogan yang mampu membuat pendengarnya membayangkan keindahan alam, kekayaan budaya, dan pesona Indonesia. Konsep *Country branding* sangat penting karena berhubungan erat dengan kepribadian, identitas, nama baik, citra, dan kepercayaan dunia global yang tertuju pada pariwisata (*tourism*) (setkab.go.id, 2017).

Perkembangan industri pariwisata memberikan dampak positif di antaranya dapat meningkatkan pendapatan daerah melalui pajak dan retribusi, membuka lapangan pekerjaan, dapat membantu melestarikan kebudayaan dan kearifan lokal masyarakat setempat, dan lain sebagainya. Pengelolaan potensi wisata harus dilakukan sebaik mungkin agar mampu menarik wisatawan untuk berkunjung ke destinasi wisata tersebut. Sebelum melakukan perjalanan wisata hal dasar yang menjadi pertimbangan wisatawan adalah ketersediaan tempat menginap dan makanan. Dengan kebutuhan dasar ini menjadikan peluang bagi para pelaku bisnis di sektor pariwisata untuk mengadakan apa yang menjadi kebutuhan wisatawan agar wisatawan puas.

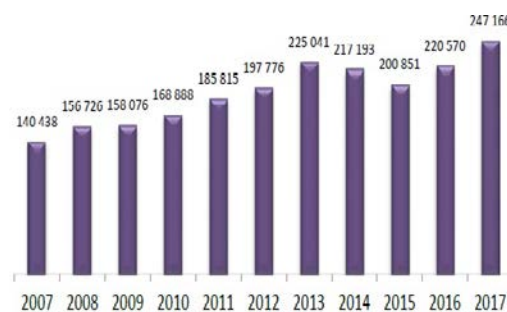
Menurut Wardiyanta (2006:50), pariwisata menjadi sumber daya yang penting bagi daerah yang menjadi tujuan wisata. Dengan sedikit dampak lingkungan pariwisata mampu menjadikan pemasukan dari daerah lain. Perlu pengelolaan yang tepat terhadap sumber daya pariwisata agar pariwisata tidak menjadi masalah dikemudian hari misalnya sumber kerusakan atau bencana. Menurut Sulaiman (2013:138), pengembangan pariwisata memiliki beberapa keuntungan sebagai berikut :

1. Membuka kesempatan kerja.
2. Menambah pendapatan masyarakat atau daerah.
3. Merangsang pertumbuhan kebudayaan asli Indonesia.
4. Menunjang gerak pembangunan daerah.

Indonesia adalah negara maritim dengan wilayah lautnya luas dibandingkan dengan wilayah daratannya. Sebagai negara yang menyandang

predikat negara maritim Indonesia menjadi sorotan dunia akan keindahan wisata baharinya. Potensi yang besar pada industri pariwisata membuat Indonesia semakin dikenal di kancan dunia. Sehingga dengan fenomena tersebut menciptakan industri pariwisata yang mampu melayani kebutuhan para wisatawan.

Salah satu provinsi terbesar di Indonesia adalah provinsi Jawa Timur. Seperti ditunjukkan gambar 1. jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Provinsi Jawa Timur tahun 2017 sebesar 247.166 kunjungan yang berarti naik sebesar 12,06 persen dibandingkan dengan tahun sebelumnya yang mencapai 220.570 kunjungan. Hal ini cukup menggembirakan mengingat dua tahun sebelumnya, jumlah wisman yang datang ke Jawa Timur selalu mengalami penurunan. Ini berarti, strategi yang dilakukan pemerintah untuk melakukan pembangunan sektor jasa pariwisata sudah tepat dan berhasil memberikan efek positif bagi pertumbuhan wisman di Provinsi Jawa Timur.



Gambar 1.1 Perkembangan Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Provinsi Jawa Timur, 2007-2017

Sumber : BPS Provinsi Jawa Timur, 2017

Melakukan perjalanan wisata telah menjadi kebutuhan setiap bahkan semua orang tak terkecuali dari setiap kalangan baik yang sudah bekerja maupun yang bersekolah. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi seseorang untuk melakukan wisata salah satunya untuk bersenang-senang. Namun tidak dapat dipungkiri bahwa tujuan setiap orang melakukan perjalanan berbeda-beda misalnya untuk mendapatkan hal baru yang tidak terdapat di daerah asalnya. Tidak hanya sekedar berwisata alam, melihat atraksi, namun wisatawan juga mengabadikan momen berwisata lewat foto. Hal ini menjadi pendorong bagi

pelaku bisnis di sektor pariwisata untuk mengembangkan destinasi wisata sebagai identitas dan pembeda dengan daerah wisata lain. Misalnya Jogja Istimewa sebagai slogan Yogyakarta, Kota Surabaya membangun merk dengan slogan “*Sparkling Surabaya*” dengan maksud segala informasi yang ada di kota Surabaya termasuk akomodasi, seni, budaya, peta kunjungan termuat di dalamnya.

Kabupaten Jember merupakan salah satu daerah di Provinsi Jawa Timur yang memiliki potensi wisata beragam. Wisata alam, wisata agro, wisata religi merupakan potensi wisata di Kabupaten Jember. Dengan perkembangan pariwisata yang cukup pesat maka Kabupaten Jember memprioritaskan program Jember Mandiri dan Jember Wisata Berbudaya untuk menunjang pariwisata di Kabupaten Jember agar lebih baik. Program Jember Wisata dan Berbudaya telah direalisasikan pemerintah Jember pada akhir 2018 sampai saat ini. Salah satu wujud nyata pelaksanaannya adalah pengadaan bus perintis pariwisata yang sudah dimanfaatkan para wisatawan (jemberkab.go.id, 2018).

Tabel 1.1 Perkembangan Objek Wisata, Hotel, Wisatawan Kabupaten Jember

Tahun	Objek Wisata	Hotel	Wisatawan	
			M mancanegara	Domestik
2011	43	33	923	741.688
2012	43	33	1.682	740.615
2013	44	33	1.869	828.368
2014	44	42	2.672	917.528
2015	41	41	3.017	1.052.777
2016	51	51	2.751	1.299.482
2017	65	51	3.373	1.991.551

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Jember, 2018

Perkembangan objek wisata, hotel, dan wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Jember ditunjukkan tabel 1.1 Sektor pariwisata berpotensi besar di Kabupaten Jember sehingga pemerintah Kabupaten Jember sangat memprioritaskan hal tersebut. Tahun 2017 tercatat sebanyak 65 objek wisata di Kabupaten Jember dan sebagian dikelola oleh Pemerintah Daerah. Objek wisata tersebut terdiri dari pantai, pegunungan, budaya, serta wisata agro. Jumlah hotel yang tersebar di Kabupaten Jember secara keseluruhan berjumlah 51 hotel.

Kunjungan wisatawan dari tahun ke tahun selalu meningkat dan tercatat pada tahun 2017 wisatawan mancanegara maupun domestik berjumlah 1.994.924 orang.

Dalam literatur pariwisata menurut Yamit (2013:78), kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dengan beberapa alternatif bisa memberikan hasil sama atau melebihi harapan konsumen, sedangkan ketidakpuasan timbul ketika hasil yang dirasakan tidak sesuai harapan konsumen. Jadi, kepuasan memiliki peran yang sangat penting sebagai penentu konsumen suka atau tidak suka terhadap produk/jasa yang ditawarkan. Industri pariwisata merupakan industri yang bergerak di bidang jasa, untuk menjamin keberlangsungan usaha, maka perusahaan dituntut untuk memuaskan konsumen. Perkembangan objek wisata juga ditunjang dengan sumber daya manusia yang memadai yang berperan aktif dalam pengelolaan objek wisata. Kepuasan konsumen juga bergantung pada kemampuan karyawan dalam mengelola objek wisata karena kualitas karyawan yang bagus akan menghasilkan layanan/jasa yang bagus juga (Alida, 2004:79).

Wisata alam masih menjadi salah satu wisata favorit di Kabupaten Jember seperti salah satunya wisata pantai Tanjung Papuma. Penamaan Papuma terbentuk berdasarkan akronim dari Pasir Putih dan Malikan. Kemudian kata "Tanjung" menggambarkan wilayah pantai ini tinggi dan menjorok ke laut. Keunikan pantai Tanjung Papuma adalah terdapat hutan dan pepohonan yang tampak seperti barisan bukit hijau mengelilingi pantai. Keindahan alam yang masih asli belum terkontaminasi dengan polusi udara dan beton-beton bangunan yang tinggi.

Keunikan lain yang dimiliki destinasi Pantai Tanjung Papuma adalah adanya bunyi-bunyian khas seperti musik yang berasal dari bebatuan Malikan yang mengeluarkan suara bila terkena ombak. Batu malikan adalah struktur bebatuan karang yang pipih yang membentuk karang besar terletak jauh dari tepian pantai. Terdapat tujuh batu karang yang berukuran besar di pantai Tanjung Papuma. Masyarakat setempat menyebutnya sebagai pulau kecil. Lalu enam dari tujuh batu tersebut yang disebut pulau oleh masyarakat setempat memiliki nama tersendiri sesuai dengan bentuknya. Mitos yang beredar dimasyarakat adalah

bahwa salah satu pulau dihuni oleh ratusan ular berbisa sehingga masyarakat dan wisatawan tidak boleh mengunjungi pulau tersebut.

Gugusan pulau yang terdiri dari enam pulau memiliki nama tersendiri, masing-masing nama adalah Pulau Batara Guru, Pulau Kresna, Pulau Narada, Pulau Nusa Barong, Pulau Kajang, dan Pulau Kodok. Ke enam pulau tersebut memiliki bentuk yang khas, Pulau Kodok berbentuk seperti kodok, Pulau Narada berbentuk seperti topi dewa Narada. Wisatawan yang mengunjungi gugusan pulau tersebut bisa menikmati suasana pemandangan alam (*landscape*) sembari duduk di atas bebatuan Malikan asalkan ombak laut tidak tinggi. Selain menawarkan keindahan alam dan gugusan pulau-pulau kecil, hutan lindung dibalik pantai Papuma juga dihuni oleh satwa liar, seperti monyet, merpati, ayam hutan, dan sebagainya. Berikut adalah tabel data jumlah pengunjung Wana Wisata Pantai Tanjung Papuma periode Januari 2016 -Desember 2018.

Tabel 1.2 Jumlah Pengunjung Wana Wisata Pantai Tanjung Papuma Periode 2016- 2018

Tahun	Wisatawan	Pertumbuhan
2016	709.759	-
2017	882.511	24,34
2018	1.185.159	34,29

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Jember, 2018

Dari Tabel 1.2 diketahui bahwa perkembangan jumlah kunjungan wisatawan di Wana Wisata Pantai Tanjung Papuma dalam tiga tahun terakhir selalu meningkat. Sampai pada tahun 2018 pertumbuhan wisatawan yang berkunjung ke Wana Wisata Pantai Tanjung Papuma mengalami kenaikan sebesar 34,29 persen dengan jumlah 1.185.159 pengunjung

Dari survey yang peneliti lakukan pada Mei 2019, kekayaan yang dimiliki Wana Wisata Pantai Tanjung Papuma dapat memberikan kontribusi besar terhadap masyarakat sekitar, tidak akan berpotensi jika tidak begitu besarnya perhatian pemerintah terhadap wisata ini. Prayag dan Ryan (2012) menyatakan citra destinasi baik secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi kepuasan wisatawan melalui harapan wisatawan, nilai yang dirasakan dan persepsi kualitas. Penulis juga berharap dengan semakin besarnya potensi yang

dimiliki Wana Wisata Pantai Tanjung Papuma dapat menarik banyak wisatawan lokal bahkan mancanegara untuk melakukan kunjungan berulang.

Aliman *et al.* (2014) menyatakan semakin tingginya ekspektasi wisatawan dan citra destinasi akan mempengaruhi kepuasan wisatawan. Hasil penelitian Sirait (2015) yang menyatakan bahwa ekspektasinya terlebih dahulu dirasakannya dari wisata secara keseluruhan. Dari ekspektasi yang dirasakan akan menciptakan daya tarik kunjungan dan berakhir pada kepuasan. Dengan demikian dapat diartikan bahwa semakin tinggi ekspektasi wisatawan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan. Penelitian yang dilakukan oleh Sangkaeng *et al.* (2015), citra pariwisata berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Taman Laut Bunaken. Artinya peningkatan atau penurunan citra pariwisata tidak akan mempengaruhi peningkatan atau penurunan kepuasan wisatawan di Taman Laut Bunaken secara signifikan.

Penelitian yang diajukan oleh peneliti mengambil ekspektasi wisatawan dan citra destinasi sebagai variabel bebas dan kepuasan wisatawan sebagai variabel terikat. Kepuasan wisatawan menjadi penting karena wisatawan dalam setiap kegiatannya selalu mencari kepuasan berupa manfaat wisata (Ismayanti, 2010: 68). Destinasi wisata Pantai Tanjung Papuma merupakan industri yang bergerak pada bidang jasa. Destinasi pantai ini memiliki keunikan yang tidak dimiliki pantai lain. Kemudian ekspektasi wisatawan (*tourist expectations*), dimaknai bahwa industri pariwisata harus mampu memberikan pelayanan yang mumpuni sesuai kebutuhan dan keinginan wisatawan agar citra destinasi wisata Pantai Tanjung Papuma terbangun dengan baik demi pemenuhan harapan wisatawan terhadap objek wisata. Permasalahan yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah pengaruh ekspektasi wisatawan dan citra destinasi wisata terhadap kepuasan wisatawan di wana wisata Pantai Tanjung Papuma, Jember.

Oleh karena itu peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian pada Wana wisata Pantai Tanjung Papuma Jember. Melalui penelitian ini diharapkan dapat menunjukkan kebenaran teori penelitian terdahulu dengan objek yang berbeda. Judul yang diajukan adalah “Pengaruh Ekspektasi Wisatawan dan Citra Destinasi terhadap Kepuasan Wisatawan di Wana Wisata Pantai Tanjung Papuma”.

1.2 Rumusan Masalah

Pariwisata Indonesia khususnya pada wisata bahari yang ada di Kabupaten Jember memiliki berbagai dampak positif bagi masyarakat sekitar dan bagi pemerintah. Belakangan ini seiring dengan perkembangan zaman jumlah pengunjung Wana Wisata Pantai Tanjung Papuma Kabupaten Jember semakin meningkat. Hal ini, membuat pihak pengelola yang saat ini diambil alih pihak Perhutani Unit 2 Jawa Timur terus melakukan pembenahan di kawasan Pantai Tanjung Papuma. Tidak jauh dari Pantai Tanjung Papuma, juga ada wisata laut serupa yakni, Pantai Watu Ulo dan Pantai Payangan yang ramai pengunjungnya. Maka, peningkatan kepuasan wisatawan perlu menjadi perhatian agar tidak kalah saing.

Atas dasar itu maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. Apakah ekspektasi wisatawan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Wana Wisata Pantai Tanjung Papuma?
- b. Apakah citra destinasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Wana Wisata Pantai Tanjung Papuma?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh ekspektasi wisatawan terhadap kepuasan wisatawan di Wana Wisata Pantai Tanjung Papuma.
- b. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh citra destinasi wisatawan terhadap kepuasan wisatawan di Wana Wisata Pantai Tanjung Papuma.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak, diantaranya :

a. Bagi Organisasi

Penelitian ini dapat bermanfaat bagi organisasi khususnya Perhutani Unit 2 Jawa Timur selaku pengelola untuk mengembangkan pariwisata Pantai Tanjung Papuma Kabupaten Jember dan dapat menetapkan strategi yang tepat berdasarkan kepuasan wisatawan.

b. Bagi Perkembangan Ilmu Pengetahuan

Penelitian ini bermanfaat untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan khususnya faktor ekspektasi wisatawan dan citra destinasi wisata di Wana Wisata Pantai Tanjung Papuma Kabupaten Jember.

c. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini dapat menjadi sumber rujukan dan informasi jika ada penelitian berikutnya.

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Pemasaran Jasa

Dewasa ini ilmu pemasaran jasa berkembang sangat pesat hal ini ditandai dengan terus dilakukannya kajian tentang pemasaran jasa oleh berbagai pihak. Menurut Kotler & Keller (2008: 5), konsep pemasaran adalah sebagai kunci untuk mencapai tujuan perusahaan atau organisasi. Jadi, inti dari pemasaran adalah mengidentifikasi, mengkomunikasikan, dan memenuhi kebutuhan individu atau kelompok sosial sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai.

Jasa adalah aktivitas atau kinerja yang ditawarkan oleh seseorang atau kelompok bersifat tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan atas apapun (Lovelock & Wright, 2007:5). Pada dasarnya jasa tidak berwujud namun keberadaannya dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Jasa dapat diproduksi dengan bantuan produk fisik maupun non fisik.

Pemasaran adalah seperangkat proses dan fungsi organisasi yang bertujuan untuk mengkomunikasikan, menciptakan, dan menyerahkan nilai ke pelanggan serta mengelola hubungan baik dengan pelanggan sehingga menguntungkan pihak organisasi dan para pemegang sahamnya (Kotler & Keller, 2008:6). Jadi, pemasaran jasa adalah proses sosial dan manajerial yang digunakan untuk menawarkan aktivitas atau manfaat kepada individu atau kelompok yang esensinya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan atas apapun sesuai kebutuhan dan keinginan mereka.

a. Karakteristik Jasa

Fandy Tjiptono (2012: 28) mengemukakan bahwa jasa memiliki empat karakteristik utama yaitu:

- 1) Tidak berwujud (*Intangibility*) , Jasa adalah tidak nyata, tidak sama dengan produk fisik (barang). Jasa tidak dapat dilihat, dirasakan, dibaui, atau didengar sebelum dibeli. Untuk mengurangi ketidakpastian, pembeli jasa akan mencari tanda atau bukti dari kualitas jasa, yakni dari tempat, orang, peralatan, alat komunikasi, simbol, dan harga yang mereka lihat. Karena itu,

tugas penyedia jasa adalah mengelola bukti itu mewujudkan yang tidak berwujud.

- 2) Tidak terpisahkan (*Inseparability*), pada umumnya jasa yang diproduksi (dihasilkan) dan dirasakan pada waktu bersamaan, untuk selanjutnya apabila dikehendaki oleh seorang untuk diserahkan kepada pihak lainnya, maka dia akan tetap merupakan bagian dari jasa.
- 3) Bervariasi (*Variability*), jasa sangat bervariasi karena tergantung pada siapa, kapan dan di mana jasa tersebut disediakan.
- 4) Mudah lenyap (*Perishability*), jasa tidak dapat disimpan. Daya tahan suatu jasa tidak akan menjadi masalah bila permintaan selalu ada dan pasti, karena menghasilkan jasa di muka adalah mudah. Bila permintaan berubah-ubah naik dan turun, maka masalah yang sulit akan segera muncul.

2.1.2 Kepuasan Wisatawan

Menurut Kotler dan Armstrong (2014:150), kepuasan ialah perasaan senang atau kecewa yang dirasakan seseorang terhadap barang/jasa setelah membandingkan hasil yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Sedangkan menurut Tjiptono (2012:311), kepuasan adalah sikap yang diputuskan berdasarkan dengan pengalaman pemakaian produk. Kepuasan pelanggan memiliki tiga komponen kepuasan konsumen yaitu, *pertama* kepuasan konsumen merupakan tanggapan emosional dan kognitif. *Kedua*, fokus dari tanggapan tersebut adalah pada ekspektasi, konsumsi, produk, pengalaman. *Ketiga*, tanggapan terjadi setelah konsumsi, pemilihan berdasarkan pada akumulasi pengalaman (Giese dan Cote, 2000).

Kepuasan merupakan penilaian dari karakteristik atau ciri suatu produk/jasa, atau produk itu sendiri, yang mampu memberikan kesenangan bagi konsumen terhadap pemenuhan kebutuhan konsumen. Kualitas, nilai, dan pelayanan merupakan hal yang mampu menciptakan kepuasan. Untuk dapat meningkatkan kesetiaan pelanggan kunci utamanya adalah memberikan nilai pelanggan yang tinggi. Dalam suatu organisasi atau perusahaan kepuasan konsumen menjadi salah satu hal yang sangat penting. Penilaian individu tentang suatu produk atau jasa yang berkaitan dengan ekspektasi.

Di pasar pariwisata yang kompetitif menurut Meng *et al.* (2008) mendefinisikan kepuasan wisatawan adalah kriteria utama dalam mengembangkan citra suatu destinasi wisata menjadi lebih baik, menarik, dan menguntungkan. Peranan penting kepuasan wisatawan terhadap produk dan jasa pariwisata adalah sebagai dasar perencanaan pemasaran dengan menjadi parameter guna mengevaluasi kinerja produk tujuan dan layanan (Sofi *et al.*, 2014). Dengan demikian kepuasan wisatawan dapat diterima dengan luas dan menjadi pusat penting bagi suatu organisasi yang berkaitan dengan pariwisata, pemerintah daerah, dan warga.

a. Manfaat Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan akan memberikan banyak manfaat bagi perusahaan itu sendiri, adapun manfaat yang didapat seperti yang disebutkan oleh Tjiptono (2012:24) sebagai berikut:

- 1) Hubungan antara pelanggan dan perusahaan menjadi harmonis.
- 2) Memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang.
- 3) Mendorong terciptanya loyalitas pelanggan.
- 4) Membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut.
- 5) Reputasi perusahaan menjadi baik dimata pelanggan.
- 6) Laba yang diperoleh dapat meningkat.

b. Pengukuran Kepuasan Wisatawan

Menurut Aliman *et al.*(2014) untuk mengukur kepuasan wisatawan diperlukan indikator yaitu sebagai berikut :

- 1) Menikmati kunjungan
- 2) Puas dengan keputusan mengunjungi
- 3) Menyukai tempat tujuan
- 4) Kebutuhan tentang pengalaman
- 5) Kebijakan dalam memilih perjalanan
- 6) Perbandingan tempat tujuan

2.1.3 Ekspektasi Wisatawan

Harapan pelanggan merupakan variabel afektif berkaitan dengan sikap dan nilai pada sektor jasa (Sadeh *et al.*, 2012). Sementara menurut Yoeti (2008: 21) menerangkan mengenai harapan wisatawan, untuk membentuk suatu kesempatan dengan datangnya wisatawan, diperlukan suatu pelayanan yang mampu menunjang kebutuhan, keinginan, dan harapan wisatawan. Ekspektasi wisatawan adalah studi tentang tingkat kepuasan dan harapan yang mempunyai peranan penting dalam pengembangan pariwisata berikut citra destinasi yang bersangkutan (Lather *et al.*, 2012).

Menurut Jusoh *et al.* (2013) menyatakan bahwa ekspektasi dan tingkat kepuasan merupakan dimensi yang sulit diprediksi. Karena perbedaan pendapat dari tiap wisatawan terhadap setiap destinasi wisata. Pentingnya manajemen ekspektasi wisatawan dapat mempengaruhi secara signifikan terhadap proses pemilihan dan persepsi dari pengalaman (Bosque *et al.*, 2009).

Citra destinasi wisata merupakan faktor penting untuk membentuk harapan wisatawan. Menurut Bosque *et al.* (2009) menjelaskan bahwa citra destinasi juga turut andil dalam membentuk *service expectation*. Harapan atau ekspektasi juga dibentuk melalui informasi dan persepsi biasanya dari iklan atau dari *word of mouth* dari konsumen lain.

Menurut Aliman *et al.* (2014) membagi beberapa indikator untuk mengukur ekspektasi wisatawan sebagai berikut :

- a. Ekspektasi terhadap keseluruhan kualitas
- b. Ekspektasi terhadap perubahan
- c. Ekspektasi terhadap keandalan

2.1.4 Citra Destinasi

Kesan suatu objek wisata terhadap objek lain ditunjukkan melalui citra yang terbentuk dari informasi melalui berbagai sumber terpercaya (Suwandi, 2011: 1). Menurut Dasgupta (2011:124), citra dapat dideskripsikan sebagai mental atau psikis yang dapat dibangun oleh konsumen, dikembangkan oleh konsumen berdasar kesan yang dipilih mengenai destinasi dari berbagai sumber.

Representasi mental setiap orang yang diperoleh dari pengetahuan, perasaan, dan persepsi tempat tujuan tertentu merupakan definisi citra destinasi (Chi dan Qu, 2008).

Jadi, Kriteria evaluasi konsumen terhadap produk atau jasa dapat menentukan suatu loyalitas. Keseluruhan persepsi konsumen termasuk evaluasi konsumen disebut dengan citra. Citra merupakan cara anggap masyarakat terhadap merek secara actual.

a. Pengukuran Citra Destinasi

Menurut Aliman *et al.* (2014) indikator untuk mengukur citra tempat tujuan adalah sebagai berikut :

- 1) Cita tempat tujuan berdasarkan objek
- 2) Citra tempat tujuan berdasarkan aksesibilitas
- 3) Citra tempat tujuan berdasarkan fasilitas
- 4) Citra tempat tujuan berdasarkan kegiatan dan acara

b. Komponen Citra Destinasi

Citra destinasi wisata memiliki peranan penting dari kesan holistik dan atribut. Menurut Ecthner dan Richie (2003), terdapat 4 saran dalam memahami konseptualisasi dan pengukuran citra destinasi wisata yang baik, yakni sebagai berikut :

- 1) Citra destinasi wisata harus mempunyai komponen holistik dan atribut dasar.
- 2) Komponen-komponen pada citra destinasi harus mempunyai karakteristik fungsional (*tangible*) dan psikologis.
- 3) Jangkauan citra destinasi wisata mulai dari atribut biasa dan fungsional sampai menjadi suatu keunikan.

Pertimbangan karakteristik fungsional dilakukan dengan cara observasi dan pengukuran seperti pengukuran akomodasi, atraksi, *landscape*, harga, cuaca, dan lain sebagainya. Sedangkan, karakteristik psikologi digunakan untuk pengukuran keramahan, atmosfer, dan lain sebagainya. Jadi, dimensi keunikan merupakan dimensi baru yang diperkenalkan (Echtner dan Richie, 2003) dan

memiliki komponen atribut, holistik, umum, unik, memiliki karakteristik fungsional, dan psikologi.

c. Dampak Citra Destinasi

Citra yang “dipegang” wisatawan merupakan suatu cara yang diorganisasikan dari stimuli yang berbeda-beda, diterima setiap hari, dan membantu wisatawan tersebut untuk memahami dunia tempat kita hidup (Echtner dan Richie 2003). Citra destinasi dibentuk oleh tiga komponen yang berbeda namun bersifat hirarki, yaitu: kognitif, afektif, dan konatif. Kognitif adalah komponen fakta, dan berisi informasi yang kita ketahui/yakini adalah betul adanya. Komponen afektif berhubungan dengan motif dan penentu bagaimana kita menilai suatu obyek yang sedang kita pertimbangkan. Sedangkan komponen konatif analog dengan perilaku (*behaviour*) dan menjadi penting ketika kita memutuskan untuk membeli sesuatu atau memilih suatu tempat tujuan wisata.

Stimuli yang dapat mempengaruhi citra adalah: bahan tertulis untuk promosi (brosur perjalanan, poster), media (koran, majalah, televisi, buku, film), serta pendapat orang lain (keluarga, teman, agen perjalanan). Selain itu, kunjungan secara langsung ke tempat tujuan wisata juga berfungsi dalam pembentukan citra yang lebih lanjut, yaitu, merubah citra yang sebelumnya sudah ada pada pengunjung tempat tujuan wisata (Echtner dan Richie 2003).

2.1.5 Produk Pariwisata

Produk merupakan suatu barang yang di buat melalui proses produksi yang di gunakan untuk memenuhi kebutuhan manusia, produk pada hakekatnya merupakan barang yang di beli oleh konsumen, produk biasanya memiliki status kepemilikan pada konsumen, lain halnya dengan produk pariwisata, produk pariwisata merupakan produk yang tidak dapat dimiliki haknya oleh konsumen karena produk pariwisata merupakan barang jasa yang tidak sepenuhnya di beli oleh konsumen. Produk pariwisata merupakan susunan produk yang terpadu yang

terdiri dari objek wisata, atraksi wisata, transportasi, (jasa angkutan), akomodasi dan hiburan di mana setiap unsur di siapkan oleh masing-masing perusahaan.

Produk pariwisata terdiri dari bermacam-macam unsur yang merupakan suatu paket yang satu sama lain tidak terpisah, yang dimana setiap unsur memiliki perusahaan masing-masing, contoh misalnya produk mobil travel produk ini bukan merupakan produk dari industri pariwisata melainkan berasal dari produk *Travel Agent* itu sendiri (Yoeti, 2008). Oleh karna itu produk pariwisata pun mencakup semua unsur jasa yang di butuhkan wistawan semenjak ia berangkat meninggalkan rumah sampai di daerah tujuan wisata yang telah di pilihnya, sampai ia kembali ke rumah di mana biasanya ia tinggal. Menurut Yoeti ada tiga unsur yang membentuk produk pariwisata adalah :

- a. *Attractions* mencakup keinginan wisatawan akan suatu objek wisata yang memiliki daya tarik sesuai dengan keinginannya.
- b. *Facilities* mencakup hiburan, rumah makan sarana dan prasarana rekreasi yang ada di tempat tujuan.
- c. *Accessibility* menghubungkan lokasi tempat asal wisatawan dengan lokasi tujuan objek wisata.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dijadikan rujukan sebagai penentu dalam penelitian yang dilakukan. Berikut adalah jurnal empiris yang dijadikan rujukan dalam penelitian ini :

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Variabel	Alat Analisis	Hasil
1	Chi dan Qu (2008)	<i>Destination image, attribute satisfaction, overall satisfaction, destination loyalty,</i>	<i>Exploratory factor analysis, confirmatory factor analysis, SEM analysis</i>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Destination image</i> berpengaruh positif terhadap kepuasan. - <i>Attribute satisfaction</i> berpengaruh positif terhadap kepuasan. - <i>Destination image</i> berpengaruh positif terhadap <i>attribute satisfaction</i>. - <i>Attribute satisfaction</i> memediasi hubungan <i>destination image</i> dan kepuasan. - kepuasan berpengaruh positif terhadap <i>destination loyalty</i>.
2	Prayag dan Ryan (2012)	<i>Destination image, Personal involment, Overall satisfaction, Place attachment, Revisit Intention, Recommendation Intention</i>	Analisis faktor dan Analisis Regresi Konfirmatori	Seluruh variabel berpengaruh signifikan terhadap <i>revisit intention</i> dan <i>recommendation intention</i> kecuali <i>personal involment</i> tidak berpengaruh terhadap <i>overall satisfaction, recommendation intention,</i> dan <i>revisit intention</i> .
3	Aliman et al. (2014)	Harapan (x_1), Persepsi Kualitas (x_2), Citra destinasi (x_3), <i>Preceived Value</i> (y_1), Kepuasan wisatawan (y_2)	Analisis Jalur	<ul style="list-style-type: none"> - Citra destinasi, ekspektasi wisatawan, persepsi kualitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan. - Melalui <i>perceived value</i> menunjukkan pengaruh yang signifikan antara citra destinasi, ekspektasi wisatawan, persepsi kualitas dengan kepuasan.

Lanjutan Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

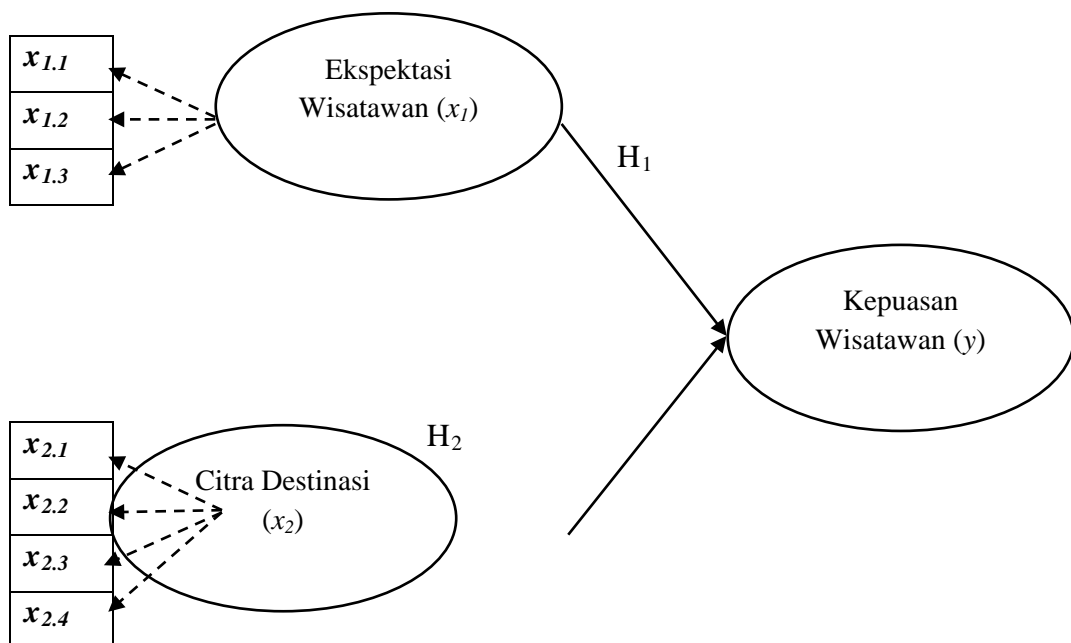
No.	Peneliti	Variabel	Alat Analisis	Hasil
4	Sirait (2015)	Harapan Wisatawan (x_1), Persepsi Kualitas (x_2), Citra Tempat Tujuan (x_3), Kualitas Layanan (x_4), Nilai yang dirasakan (y)	<i>Structural Equation Modelling Analysis</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Harapan wisatawan secara langsung berpengaruh terhadap tingkat kepuasan mereka dengan pelayanan yang diterima secara signifikan. - Persepsi kualitas mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap nilai yang dirasakan. - Citra tempat tujuan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai yang dirasakan. - Harapan wisatawan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan. - Persepsi kualitas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan wisatawan - Citra tempat tujuan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan.
5	Sangkaeng <i>et al.</i> (2015)	Citra destinasi (x_1), Promosi Kualitas pelayanan (x_2), Kepuasan wisatawan (x_3), (y)	Regresi Linier Berganda	<ul style="list-style-type: none"> - Promosi pariwisata dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan. - Citra destinasi wisata tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan. - Promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan. - Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

Sumber : Sangkaeng *et al.* (2015), Sirait (2015), Aliman *et al.* (2014), Prayag dan Ryan (2012), Chi dan Qu (2008).

2.3 Kerangka Konseptual


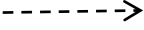


Kerangka konseptual ini bertujuan untuk memudahkan peneliti dalam menguraikan keterkaitan antar variabel. Pokok-pokok permasalahan yang akan diteliti adalah keterkaitan antara ekspektasi wisatawan dan citra destinasi terhadap kepuasan wisatawan.

Berdasarkan latar belakang, landasan teori, dan penelitian terdahulu dijelaskan bahwa ekspektasi wisatawan dan citra destinasi berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Penelitian ini menjelaskan variabel bebas yaitu Ekspektasi Wisatawan (x_1) dan Citra Destinasi (x_2), dan variabel terikat (y). Kerangka konseptual dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda yang menunjukkan pengaruh variabel x terhadap variabel y . Mengacu pada landasan teori terdapat pengaruh antara variabel-variabel yang didukung oleh penelitian-penelitian terdahulu, maka dapat dikembangkan kerangka konseptual sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

Keterangan :

-  : Penentu Kemungkinan
-  : Indikator
-  : Variabel laten
-  : Indikator
- x_1 : Ekspektasi Wisatawan
- $x_{1.1}$: Harapan terhadap keseluruhan kualitas
- $x_{1.2}$: Harapan terhadap perubahan
- $x_{1.3}$: Harapan terhadap keandalan
- x_2 : Citra Destinasi
- $x_{2.1}$: Citra tempat tujuan berdasarkan objek
- $x_{2.2}$: Citra tempat tujuan berdasarkan aksesibilitas
- $x_{2.3}$: Citra tempat tujuan berdasarkan fasilitas
- $x_{2.4}$: Citra tempat tujuan berdasarkan kegiatan dan acara
- y : Kepuasan Wisatawan

2.4 Hipotesis Penelitian

a. Pengaruh Ekspektasi Wisatawan terhadap Kepuasan Wisatawan.

Ekspektasi dan tingkat kepuasan merupakan aspek yang cukup sulit untuk diprediksi, karena perbedaan persepsi wisatawan pada setiap tempat wisata (Jusoh *et al.*, 2013). Menurut Sirait (2015), harapan wisatawan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

Pada dunia pariwisata, indikator ekspektasi wisatawan merupakan faktor awal yang dilihat oleh konsumen sebelum memutuskan tindakan mengunjungi tempat wisata ketika mereka membayangkan dan melihat visualisasi tempat wisata melalui gambar dan sebagainya. Hal tersebut akan menjadikan ekspektasi wisatawan sebagai indikator pertama wisatawan pada kepercayaan jasa yang akan dipilih. Artinya, disini kepercayaan wisatawan awal terbentuk oleh adanya Ekspektasi Wisatawan yang melekat pada suatu produk/jasa.

H_1 : Diduga ekspektasi wisatawan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan

b. Pengaruh Citra Destinasi terhadap Kepuasan Wisatawan

Citra destinasi baik secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi kepuasan wisatawan melalui ekspektasi wisatawan, nilai yang dirasakan dan persepsi kualitas (Prayag dan Ryan, 2012). Menurut Sirait (2009), Citra tempat tujuan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Jika wisatawan melihat citra yang positif maka kepuasan akan tercipta dengan mudah.

Citra destinasi menjadi salah satu indikator dasar bagi organisasi untuk menjadikan produk/jasanya dapat dipercaya oleh wisatawan. Citra destinasi yang baik tentu akan menjadikan wisatawan condong dan menambatkan pilihannya pada suatu destinasi wisata tersebut. Riset lain yang turut mendukung adalah penelitian yang dilakukan Aliman *et al.* (2014) yang menyatakan bahwa citra destinasi berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan.

H_2 : Diduga citra destinasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

BAB 3. METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Penelitian ilmiah ini dilakukan sesuai dengan cakupan jenis eksplanasi atau jenis penjelasan ilmu yang akan dihasilkan oleh suatu penelitian (Ferdinand, 2014: 7). Dalam penelitian ini sesuai dengan eksplanasinya menggunakan jenis penelitian kausalitas dimana peneliti ingin mencari penjelasan mengenai hubungan sebab-akibat antar beberapa variabel atau beberapa strategi yang dikembangkan dalam penelitian.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi merupakan gabungan antar elemen secara keseluruhan yang membentuk peristiwa, hal atau orang dengan karakteristik serupa dan mampu menarik perhatian peneliti karena dipandang sebagai sebuah semesta penelitian (Ferdinand, 2014:171). Kemudian berdasarkan teori populasi dalam penelitian ini adalah seluruh wisatawan Wana Wisata Pantai Tanjung Papuma Kecamatan Wuluhan Kabupaten Jember.

3.2.2 Sampel

Sampel penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* yaitu dengan jenis *purposive sampling*. Jadi, dalam pengambilan sampelnya memerlukan beberapa pertimbangan sebagai berikut :

- a. Wisatawan yang pernah berkunjung ke Pantai Tanjung Papuma setidaknya pernah melakukan dua kali kunjungan. Pertimbangannya adalah bahwa pengunjung yang pernah berkunjung minimal dua kali kunjungan mempunyai pengetahuan mengenai destinasi wisata.
- b. Wisatawan domestik yang berkunjung ke Wana Wisata Pantai Tanjung Papuma Kabupaten Jember.

Teknik penentuan ukuran sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik pendekatan statistik Yamane dengan perhitungan sebagai berikut (Ferdinand, 2014: 175) :

$$\begin{aligned} n &= (Z^2\alpha) \frac{P \times Q}{d^2} \\ &= \frac{1,96^2 (93)(7)}{5^2} \\ &= 99,9 \end{aligned}$$

Keterangan :

$Z\alpha$ = 1,96 (1,96 adalah nilai kurva normal untuk simpangan 5%)

P = Proporsi Populasi yang diharapkan memiliki kriteria tertentu

Q = Proporsi populasi yang tidak diharapkan memiliki kriteria tertentu

d = Tingkat kesalahan yang dapat ditolerir (dinyatakan dalam %)

Berdasarkan perhitungan dengan pendekatan di atas, maka besarnya sampel ditetapkan 100 orang guna meminimalisir kesalahan.

3.3 Sumber Data

Data Primer yang diperoleh berdasarkan jawaban dari penyebaran kuesioner kepada responden mengenai variabel-variabel yang mempengaruhi kepuasan wisatawan di Wana Wisata Pantai Tanjung Papuma Kabupaten Jember.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan bagian terpenting dalam setiap aktivitas atau kegiatan penelitian. Hal ini dimaksudkan untuk memperoleh data yang akurat, terperinci, dan kredibilitasnya dapat dipercaya serta bisa dipertanggungjawabkan. Peneliti menggunakan kuesioner yang memuat variabel ekspektasi wisatawan, citra destinasi, dan kepuasan wisatawan.

3.5 Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Variabel Independen (x)

Variabel independen dalam penelitian ini meliputi Ekspektasi Wisatawan (x_1) dan Citra Destinasi (x_2).

b. Variabel Dependen (y)

Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu Kepuasan Wisatawan (y).

3.6 Definisi Operasional Variabel

Pembahasan mengenai variabel dalam penelitian ini perlu disampaikan agar tidak menimbulkan kesalahpahaman dan kerancuan. Maka dari itu gambaran variabel dalam penelitian harus disampaikan sebagai berikut :

1. Ekspektasi Wisatawan

Ekspektasi wisatawan adalah suatu keinginan/harapan wisatawan yang belum terpenuhi dan diharapkan menjadi kenyataan, penting bagi pengembangan pariwisata karena mampu membawa dampak baik. Menurut Aliman *et al.* (2014) terdapat tiga hal yang menjadi pengukuran dalam variabel ekspektasi wisatawan, dimana indikator tersebut terdiri atas :

a. Harapan terhadap keseluruhan kualitas ($x_{1.1}$)

Merupakan harapan wisatawan awal tentang seluruh fasilitas fisik maupun non fisik yang terdapat di Wana Wisata Pantai Tanjung Papuma.

b. Harapan terhadap perubahan ($x_{1.2}$)

Merupakan harapan wisatawan tentang transformasi pengembangan Wana Wisata Pantai Tanjung Papuma.

c. Harapan terhadap keandalan ($x_{1.3}$)

Harapan wisatawan tentang konsistensi dari serangkaian standar pengukuran di Wana Wisata Pantai Tanjung Papuma

2. Citra Destinasi (x_2)

Gambaran atau seperangkat pengetahuan tentang tempat tujuan wisata oleh pengunjung termasuk informasi, infrastruktur, geografi, budaya, dan lain sebagainya. Menurut Aliman *et al.* (2014) terdapat empat hal yang menjadi pengukuran dalam variabel citra destinasi sebagai berikut:

- a. Citra tempat tujuan berdasarkan objek ($x_{2.1}$)
Merupakan persepsi wisatawan terhadap Wana Wisata Pantai Tanjung Papuma tentang *landscape*, geografis, dan atraksi yang ada.
- b. Citra destinasi berdasarkan aksesibilitas ($x_{2.2}$)
Merupakan persepsi wisatawan tentang ketersediaan akses jalan menuju lokasi ditinjau atas derajat kemudahan mencapai tujuan.
- c. Citra tempat tujuan berdasarkan fasilitas ($x_{2.3}$)
Merupakan persepsi wisatawan tentang ketersediaan fasilitas sesuai kebutuhan pengunjung.
- d. Citra tempat tujuan berdasarkan kegiatan dan acara ($x_{2.4}$)
Merupakan persepsi wisatawan tentang ketersediaan berbagai event dan berbagai kegiatan yang dapat dilakukan pengunjung pada tempat wisata.

3. Kepuasan Wisatawan (y)

Gambaran atau seperangkat pengetahuan tentang tempat tujuan wisata oleh pengunjung termasuk informasi, infrastruktur, geografi, budaya, dan lain sebagainya. Menurut Aliman *et al.* (2014) terdapat enam hal yang menjadi pengukuran dalam variabel kepuasan wisatawan sebagai berikut:

- a. Menikmati Kunjungan.
- b. Puas dengan keputusan mengunjungi.
- c. Menyukai tempat tujuan.
- d. Kebutuhan tentang pengalaman.
- e. Kebijakan dalam memilih perjalanan yaitu ketepatan dalam memilih destinasi wisata.
- f. Perbandingan tempat tujuan.

3.7 Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert. Menurut Sugiyono (2016:93), skala Likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, persepsi, dan pendapat individu atau kelompok orang mengenai fenomena sosial yang ada. Berikut adalah preferensi jawaban responden yang terdiri dari 5 macam pembobotan nilai:

- a. Sangat Tidak Setuju (STS) = 1
- b. Tidak Setuju (TS) = 2
- c. Ragu-ragu (R) = 3
- d. Setuju (S) = 4
- e. Sangat Setuju (SS) = 5

3.8 Uji Instrumen

Uji instrumen dalam penelitian kuantitatif memiliki peranan penting karena kualitas instrumen yang digunakan turut menentukan kualitas data dengan tujuan data yang digunakan mewakili keadaan yang diukur pada diri sampel penelitian. Pengujian instrumen mempunyai dua konsep besar yaitu Validitas dan Reliabilitas (Ferdinand, 2014: 217).

a. Uji Validitas

Validitas data adalah ukuran yang merujuk pada derajat kesesuaian antara data yang dikumpulkan dengan data sebenarnya dalam sumber data. Apabila instrumen tersebut dapat mengukur apa yang seharusnya diukur maka, instrumen tersebut valid (Sugiyono, 2016:121). Uji validitas dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan analisis korelasi *Product Moment* yang dikembangkan oleh Pearson sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n[(\sum xy) - (x) \sum(y)]}{\sqrt{[(n \sum x^2 - (\sum x)^2) [n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel X dengan variabel Y

n = Banyaknya responden

$\sum xy$ = Jumlah hasil kali skor X dan Y

$\sum x$ = Jumlah skor tiap indikator/penyataan

$\sum y$ = Jumlah skor seluruh pernyataan responden

$\sum x^2$ = Kuadrat jumlah skor X

$\sum y^2$ = Kuadrat jumlah skor Y

Kriteria penilaian uji validitas adalah sebagai berikut:

- 1) Jika r hitung $>$ r tabel (pada taraf signifikansi 5%), maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut valid.
- 2) Jika r hitung $<$ r tabel (pada taraf signifikansi 5%), maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah instrumen pengukur data dan data yang dihasilkan disebut *reliable* jika instrumen pengukurannya secara konsisten memunculkan hasil yang sama setiap kali pengukuran (Ferdinand, 2014: 218). Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan metode *cronbach alpha* berikut adalah rumusnya :

$$\alpha = \frac{k r}{1+(k-1)r}$$

Keterangan :

α = Koefisien reliabilitas

r = Koefisien rata-rata korelasi antar variabel

k = Jumlah variabel bebas dalam persamaan

Tiap pernyataan kuesioner dinyatakan valid dalam uji validitas dan kriteria untuk menentukan reliabilitasnya adalah sebagai berikut :

- 1) Jika nilai koefisien reliabilitas (α) > 0.6 maka instrumen tersebut memiliki reliabilitas baik.
- 2) Jika nilai koefisien reliabilitas (α) < 0.6 maka instrumen tersebut memiliki reliabilitas tidak baik.

3.9 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah data terdistribusi normal atau tidak. Dasar pengambilan keputusan sebagai berikut (Ghozali, 2013: 160) :

- 1) Nilai probabilitas > 0.05 , maka hal ini bahwa data berdistribusi normal.
- 2) Nilai probabilitas < 0.05 , maka hal ini bahwa data tidak berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Ada dan tidaknya multikolinearitas dalam variabel bebas dapat dilihat dari nilai toleransi dan Untuk mendeteksi tidak adanya multikolinearitas dilihat dari nilai toleransi dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Toleransi untuk mengukur variabilitas variabel bebas yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Menurut Ghozali (2013: 105), suatu model regresi bebas dari multikolinearitas dengan kriteria sebagai berikut :

- 1) Jika nilai VIF > 10 dan Toleransi < 0.1 , maka terdapat multikolinearitas.
- 2) Jika nilai VIF < 10 dan Toleransi > 0.1 , tidak terdapat multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas digunakan untuk mencari apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan antar varian dan residual suatu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika sebaran titik-titik berada di atas dan dibawah angka nol pada sumbu Y dan tidak membentuk pola yang jelas, maka tidak ada heteroskedastisitas. Menurut Ghozali (2013: 139), model regresi yang baik adalah Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas. Dasar pengambilan keputusannya adalah :

- 1) Jika nilai signifikansi > 0.05 , maka tidak terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika nilai signifikansi < 0.05 , maka terjadi heteroskedastisitas.

3.10 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis linier berganda jenis analisis yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antar variabel dan digunakan pada dua atau lebih variabel bebas. Menurut Ghozali (2013: 277), model persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

Hubungan variabel ekspektasi wisatawan dan citra destinasi terhadap kepuasan wisatawan.

$$y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + ei \dots$$

Keterangan :

y	= Kepuasan Wisatawan
a	= Konstanta
b_1, b_2, b_3	= Koefisien regresi masing-masing variabel bebas
x_1	= Ekspektasi Wisatawan
x_2	= Citra destinasi
ei	= Standar <i>error</i>

3.11 Uji Hipotesis (Uji t)

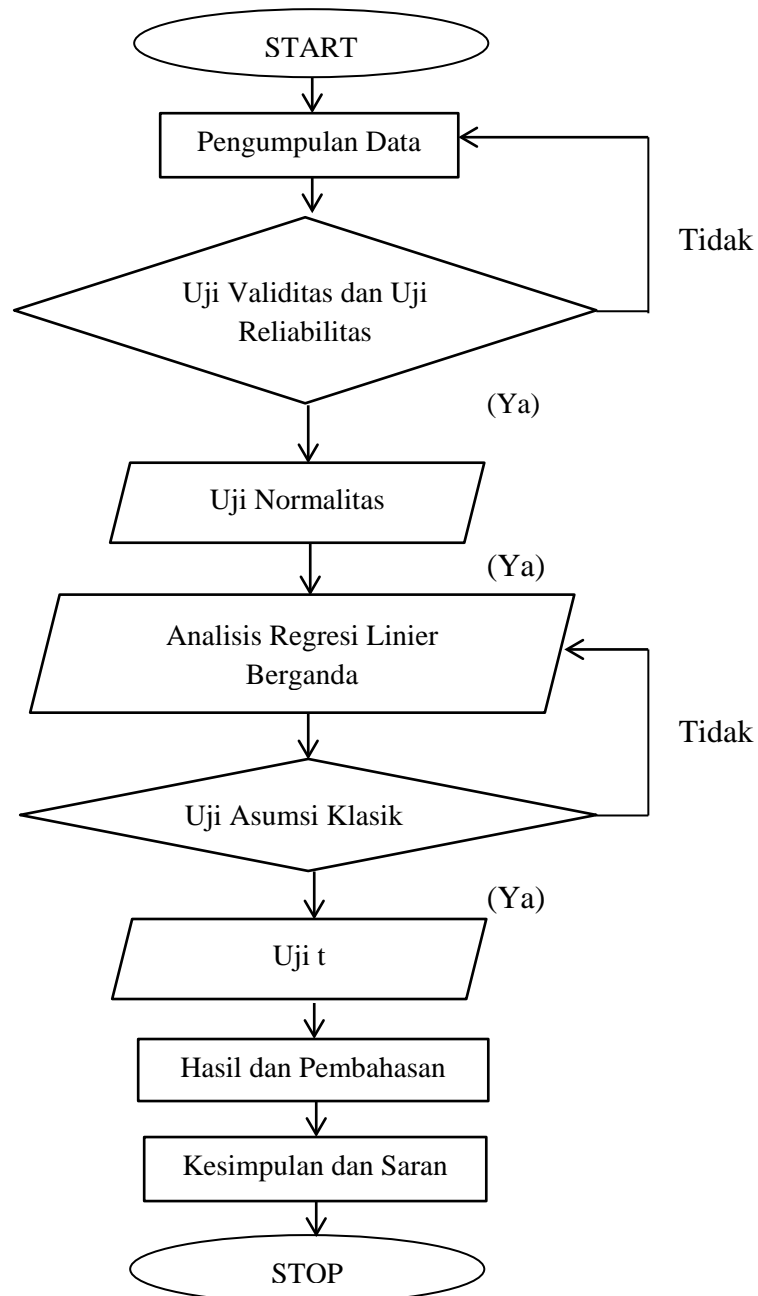
Uji hipotesis digunakan untuk membuktikan signifikansi apakah variabel bebas ekspektasi wisatawan dan citra destinasi, secara sendiri-sendiri mempunyai pengaruh terhadap Kepuasan Wisatawan di Wana Wisata Pantai Tanjung Papuma Kabupaten Jember.

Kriterianya dalam pengambilan keputusan sebagai berikut :

- 1) Jika nilai signifikansi < 0.05 atau t hitung $> t$ tabel maka, variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
- 2) Jika nilai signifikansi > 0.05 atau t hitung $< t$ tabel maka, variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

3.12 Kerangka Pemecahan Masalah

Kerangka pemecahan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :



Gambar 3.1 Kerangka Pemecahan Masalah

Keterangan gambar :

- a. *Start*, merupakan tahap awal dalam penelitian. Pada tahap ini dilakukan perumusan masalah, penetapan tujuan, dan persiapan lain penelitian.
- b. Pengumpulan data, tahap ini dilakukan penyebaran kuesioner.
- c. Uji validitas dan reliabilitas, dilakukan pengujian tentang sejauh mana keandalan kuesioner apakah sesuai atau tidak.
- d. Uji normalitas, pengujian apakah data berdistribusi normal atau tidak.
- e. Analisis regresi linier berganda, analisis untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.
- f. Uji asumsi klasik, menggunakan uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas untuk menguji ada tidaknya masalah pada model penelitian.
- g. Uji hipotesis, menggunakan uji untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial.
- h. Hasil dan pembahasan, yaitu melakukan pembahasan dan hasil analisis data dari penelitian yang dilakukan.
- i. Menarik kesimpulan dan memberikan saran sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan.
- j. *Stop*, penelitian selesai.

BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan variabel ekspektasi wisatawan dan citra destinasi terhadap kepuasan wisatawan Wana Wisata Pantai Tanjung Papuma, maka kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Ekspektasi wisatawan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Wana Wisata Pantai Tanjung Papuma. penurunan atau peningkatan ekspektasi wisatawan akan turut mempengaruhi penurunan atau peningkatan kepuasan wisatawan di wana wisata pantai Tanjung Papuma Kabupaten Jember.
2. Citra destinasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Wana Wisata Pantai Tanjung Papuma. Artinya, semakin baik citra destinasi Wana Wisata Pantai Tanjung Papuma, maka semakin tinggi pula kepuasan wisatawan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis data, kesimpulan, dan keterbatasan maka beberapa saran yang diberikan antara lain :

1. Bagi Organisasi
Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel citra destinasi merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Untuk meningkatkan jumlah kunjungan pada Wana Wisata Pantai Tanjung Papuma, diharapkan pihak pengelola dapat terus melakukan pembenahan pada destinasi wisata agar citra destinasi semakin membaik dan jumlah kunjungan meningkat. Sedangkan pengaruh terkecil adalah variabel ekspektasi wisatawan terhadap kepuasan wisatawan. Sehingga disarankan agar keseluruhan kualitas, perubahan, dan keandalan pada destinasi perlu dijaga, agar kepuasan wisatawan terus meningkat.
2. Bagi Akademisi
Pada penelitian ini, peneliti tidak dapat menentukan jumlah populasi di Wana Wisata Pantai Tanjung Papuma, sehingga proporsi penentuan

sampel ditentukan atas dasar karakteristik populasi. Diharapkan pada penelitian selanjutnya dalam penentuan jumlah sampel jumlah populasi ditentukan terlebih dahulu. Selain itu, pada penelitian selanjutnya diharapkan calon peneliti dapat menambah atau mengganti dengan faktor-faktor lain yang dapat dijadikan sebagai variabel bebas yang mempengaruhi kepuasan wisatawan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alida, P. 2004. Pengaruh Tingkat Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Perbankan di Wilayah Etnik Bugis. *Jurnal Ekonomi Universitas Halueleo*, 1(2).
- Aliman, N. K., Hashim, S. M., Wahid, S. D., dan Harudin, S. 2014. Tourist Expectations, Perceived Quality and Destination Image: Effects on Perceived Value and Satisfaction of Tourists Visiting Langkawi Island, Malaysia. *Asian Journal of Business and Management*, 2(3).
- Azwar, S. 2010. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Bidang Statistik. 2017. *Statistik Pariwisata Provinsi Jawa Timur*. Jawa Timur: BPS Provinsi Jawa Timur.
- Bosque, I., Martin, H. S., Collado, J., dan Salmones, M. G. 2009. A Framework for Tourist Expectations. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 3(2): 139-147.
- BPS Jember. 2018. *Perkembangan Objek Wisata, Hotel, Wisatawan Kabupaten Jember*. Jember: BPS.
- Chi, C. G.-Q., dan Qu, H. 2008. Examining the Structural Relationships of Destination image, Tourist Satisfaction and Destination Loyalty: An Integrated Approach. *Tourism Management*, 29: 624-636.
- Dasgupta, D. 2011. *Tourism Marketing*. India: Dorling Kindersley Pvt. Ltd.

- Echtner, C. M., dan Ritchie, B. 2003. The Meaning and Measurement of Destination Image. *The Journal of Tourism Study*, 14 (1).
- Ferdinand, A. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Giese, J. L., dan Cote, J. A. 2000. *Defining Consumer Satisfaction*. 2000.
- Gozali, I. 2013. *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Ketujuh. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hardyanto. 2017. Pesona Indonesia/Wonderful Indonesia Inspirasi di Balik Jenama Pariwisata Indonesia. Jakarta: Sekretariat Kabinet Republik Indonesia. <https://setkab.go.id/pesona-indonesiawonderful-indonesia-inspirasi-di-balik-jenama-pariwisata-indonesia/>. (Diakses 17 Mei 2019)
- Ismayanti. 2010. *Pengantar Pariwisata*. <http://books.google.co.id/>. (Diakses 5 Mei 2019)
- Jember. 2018. Jember Mandiri dan Jember Kota Wisata Berbudaya. <http://www.jemberkab.go.id/2019-jember-mandiri-dan-jember-kota-wisata-berbudaya/>.(Diakses 04 Mei 2019)
- Jusoh, J., Masron, T., Hamid, F., dan Shahrin, N. 2013. Tourist Expectation and Satisfaction towards Physical Infrastructure and Heritage Elements in Melaka UNESCO World Heritage Site. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*, 2(8): 733-739.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigabelas. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, P., & Armstrong, G. 2014. *Principle of Marketing* (14 ed.). England: Pearson Education, Inc.
- Lather, A. S., Singh, R., dan Singh, K. A. 2012. Comparing the Levels of Expectation and Satisfaction of Indian and Foreign Adventure Tourist Visiting India. *Scientific Papers*.
- Lovelock, C., dan Wright, L. 2007. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: Indeks.
- Meng, F., Tepanon, Y., dan Uysal, M. 2008. Measuring Tourist Satisfaction by Attribute and Motivation: The Case of a Nature-based Resort. *Journal of Vacation Marketing*, 14(1).
- Nurif, M., Soedarso, Suyanto, dan Wahyudin. 2015. Strategic Place Triangle Pengembangan Potensi Kawasan Pariwisata Bojonegoro. *Jurnal Sosial Humaniora*, 8.
- Prayag, G., dan Ryan, C. 2012. Antecedents of Tourists' Loyalty to Mauritius: The Role and Influence of Destination Image, Place Attachment, Personal Involvement, and Satisfaction. *Journal of Travel Research*, 51: 342-256.
- Sadeh, E., Asrari, F., Mousavi, L., dan Sadeh, S. 2012. Factors Affecting Tourist Satisfaction and Its Consequences. *Journal of Basic and Applied*, 2(2).
- Sangkaeng, S., Mananeke, L., dan Oroh, S. G. Pengaruh Citra, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Objek Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan di Objek Wisata Taman Laut Bunaken Sulawesi Utara. *Jurnal EMBA*, 3.

- Sirait, A. 2015. Pengaruh Harapan Wisatawan, Persepsi Kualitas, Citra Tempat Tujuan, Kualitas Layanan dengan Mediasi Nilai yang Dirasakan terhadap Kepuasan Wisatawan Mengunjungi Suroboyo Carnival Night Market. *Jurnal Manajemen*, 2.
- Sofi, M. R., Gadoo, M. R., dan Hakim, I. A. 2014. Service Quality Variables and Tourist Satisfaction at Destination Level - A Study of J&K Tourism. *International Journal of Applied Research and Studies*, 3, 1-9.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulaiman, M. 2013. "Analisis Potensi Kesenian sebagai Daya Tarik Wisata Desa Nagrak di Kabupaten Subang". Skripsi: Universitas Pendidikan Indonesia.
- Suwandi, J. 2011. *Penelitian Tindakan Kelas*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Tjiptono, F. 2012. *Service Management*. Edisi Kedua. Yogyakarta: CV. Andi.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009. *Pariwisata*. Sekretariat Negara. Jakarta.
- Wardiyanta. 2006. *Metode Penelitian Pariwisata*. Yogyakarta: CV. Andi.
- Yamit, Z. 2013. *Manajemen Kualitas Produk & Jasa*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Yoeti, O. A. 2008. *Ekonomi Pariwisata: Introduksi, Informasi, dan Implementasi*. Jakarta: Kompas.

Lampiran 1. Pengantar Kuesioner Penelitian

PENGANTAR KUESIONER

Yth.

Saudara/I Responden Penelitian

Di tempat

Dengan hormat,

Dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Ekspektasi Wisatawan dan Citra Destinasi terhadap Kepuasan Wisatawan di Wana Wisata Pantai Tanjung Papuma Kabupaten Jember”, maka saya :

Nama : Nur Faizah Rihmawati

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember

Jurusan : Manajemen

NIM : 150810201069

Dengan kerendahan hati saya memohon kesediaan saudara/saudari meluangkan waktunya untuk menjawab pernyataan dalam kuesioner. Tidak ada jawaban yang benar atau salah dalam kuesioner ini, jawaban yang diharapkan adalah jawaban yang sesuai dengan keadaan sebenarnya. Demi ketetapan penelitian ini saya berharap saudara/saudari mengisi kuesioner ini dengan sebenar-benarnya.

Demikian surat permohonan ini saya buat, atas waktu dan kerjasamanya saya ucapkan terima kasih sebesar-besarnya.

Hormat saya,

Nur Faizah Rihmawati

Lampiran 2. Kuesioner Penelitian

LEMBAR KUESIONER

I. Identitas Responden

- Nomor Responden : (diisi oleh peneliti)
Jenis Kelamin : Laki-laki / Perempuan (coret yang tidak perlu)
Usia : Tahun
Asal daerah : - Kabupaten Jember
- Luar Jember, Kota/Kab : (silakan diisi)
Berapa kali kunjungan :

II. Petunjuk Pengisian

Berilah tanda centang (✓) pada jawaban yang anda anggap paling sesuai dengan kondisi anda pada kolom pernyataan di bawah ini. Alternatif jawabannya adalah :

- STS : Sangat Tidak Setuju
TS : Tidak Setuju
R : Ragu-ragu
S : Setuju
SS : Sangat Setuju

1. Ekspektasi Wisatawan

No	PERNYATAAN	STS	TS	R	S	SS
1	Saya berharap secara keseluruhan kualitas (mutu) yang ada di objek wisata Pantai Tanjung Papuma baik.					
2	Saya berharap ekowisata wana wisata Pantai Tanjung Papuma terus berkembang baik.					
3	Saya berharap terdapat standar keamanan keselamatan pengunjung.					

2. Citra Destinasi

No	PERNYATAAN	STS	TS	R	S	SS
1	Wana Wisata Pantai Tanjung Papuma memiliki pemandangan alam yang menarik.					
2	Jalan menuju lokasi wisata Pantai Tanjung Papuma tersedia.					
3	Kamar mandi di Wana Wisata Pantai Tanjung Papuma baik.					
4	Wana Wisata Pantai Tanjung Papuma memiliki beragam kegiatan yang diminati wisatawan.					

3. Kepuasan

No	PERNYATAAN	STS	TS	R	S	SS
1	Saya menikmati kunjungan di Wana Wisata Pantai Tanjung Papuma.					
2	Saya merasa puas dengan keputusan berkunjung ke Wana Wisata Tanjung Papuma.					
3	Saya menyukai wana wisata Tanjung Papuma karena sesuai dengan harapan.					
4	Saya mendapatkan pengalaman yang mengesankan dengan berwisata ke wana wisata pantai Tanjung Papuma.					
5	Pilihan saya mengunjungi Wana Wisata Pantai Tanjung Papuma adalah pilihan yang tepat.					
6	Pantai Tanjung Papuma bagus dibandingkan dengan pantai lain yang pernah saya kunjungi.					

Lampiran 3. Data Responden

No	Jenis Kelamin	Usia	Asal Daerah	Berapa Kali Kunjungan
1	Perempuan	23	Jember	5
2	Perempuan	24	Jember	3
3	Perempuan	22	Jember	22
4	Perempuan	22	Jember	5
5	Perempuan	20	Jember	12
6	Perempuan	22	Probolinggo	2
7	Perempuan	22	Jember	15
8	Perempuan	22	Jember	5
9	Perempuan	21	Jember	8
10	Laki-laki	32	Jember	6
11	Perempuan	24	Jember	5
12	Laki-laki	22	Jember	5
13	Perempuan	24	Jember	2
14	Laki-laki	22	Banyuwangi	2
15	Perempuan	21	Lumajang	3
16	Laki-laki	22	Bojonegoro	2
17	Perempuan	21	Jombang	4
18	Perempuan	22	Jember	12
19	Perempuan	20	Mojokerto	5
20	Perempuan	22	Kediri	3
21	Perempuan	22	Blitar	3
22	Perempuan	22	Jember	3
23	Perempuan	21	Jember	5
24	Perempuan	22	Nganjuk	2
25	Perempuan	22	Jember	10
26	Perempuan	22	Jember	15
27	Perempuan	40	Tulungagung	5
28	Perempuan	25	Jember	7
29	Perempuan	22	Jember	2
30	Laki-laki	24	Probolinggo	3
31	Perempuan	23	Lumajang	5
32	Perempuan	26	Jember	10
33	Perempuan	24	Probolinggo	7

34	Laki-laki	23	Situbondo	2
35	Perempuan	18	Jember	2
36	Laki-laki	22	Jember	6
37	Perempuan	22	Bondowoso	2
38	Laki-laki	25	Jember	4
39	Perempuan	23	Jember	4
40	Perempuan	22	Jember	3
41	Laki-laki	24	Probolinggo	2
42	Laki-laki	17	Jember	2
43	Laki-laki	17	Jember	2
44	Perempuan	17	Jember	2
45	Perempuan	16	Jember	2
46	Perempuan	19	Jember	2
47	Perempuan	21	Madiun	2
48	Laki-laki	39	Probolinggo	2
49	Laki-laki	23	Jember	7
50	Perempuan	30	Jember	5
51	Laki-laki	37	Jember	2
52	Laki-laki	15	Jember	10
53	Laki-laki	22	Jember	3
54	Laki-laki	20	Bondowoso	4
55	Perempuan	17	Lumajang	2
56	Perempuan	18	Jember	2
57	Perempuan	31	Jember	3
58	Perempuan	31	Jember	3
59	Laki-laki	22	Jember	5
60	Perempuan	20	Jember	10
61	Laki-laki	30	Probolinggo	5
62	Laki-laki	21	Probolinggo	2
63	Laki-laki	28	Probolinggo	2
64	Perempuan	24	Jember	4
65	Laki-laki	28	Bondowoso	2
66	Perempuan	23	Jember	7
67	Perempuan	23	Jember	2
68	Laki-laki	23	Probolinggo	2
69	Laki-laki	28	Probolinggo	2

70	Laki-laki	27	Probolinggo	2
71	Laki-laki	28	Probolinggo	2
72	Laki-laki	24	Probolinggo	2
73	Laki-laki	26	Probolinggo	2
74	Laki-laki	26	Jember	2
75	Laki-laki	45	Lumajang	3
76	Perempuan	40	Lumajang	2
77	Perempuan	15	Lumajang	2
78	Laki-laki	17	Bondowoso	2
79	Laki-laki	18	Bondowoso	2
80	Laki-laki	17	Bondowoso	2
81	Perempuan	17	Bondowoso	2
82	Perempuan	17	Bondowoso	2
83	Perempuan	16	Bondowoso	2
84	Perempuan	15	Bondowoso	2
85	Perempuan	16	Bondowoso	2
86	Perempuan	16	Bondowoso	2
87	Laki-laki	17	Bondowoso	2
88	Laki-laki	16	Bondowoso	2
89	Laki-laki	17	Bondowoso	2
90	Perempuan	16	Bondowoso	2
91	Perempuan	17	Bondowoso	9
92	Perempuan	17	Bondowoso	2
93	Perempuan	17	Bondowoso	2
94	Laki-laki	17	Bondowoso	2
95	Perempuan	17	Bondowoso	2
96	Perempuan	16	Bondowoso	2
97	Perempuan	17	Bondowoso	2
98	Perempuan	17	Bondowoso	2
99	Perempuan	22	Bondowoso	2
100	Perempuan	23	Bondowoso	2

Lampiran 4. Data Tabulasi Kuesioner

Ekspektasi Wisatawan

Responden	Ekspektasi Wisatawan			Jumlah
	Item_1	Item_2	Item_3	
1	5	5	4	14
2	5	5	5	15
3	4	5	5	14
4	4	5	5	14
5	3	5	5	13
6	4	4	5	13
7	5	5	5	15
8	5	5	5	15
9	4	5	5	14
10	5	5	5	15
11	4	4	4	12
12	5	5	5	15
13	3	4	4	11
14	4	4	4	12
15	5	5	5	15
16	4	4	5	13
17	5	4	4	13
18	4	3	5	12
19	5	5	4	14
20	3	5	5	13
21	4	4	5	13
22	4	4	5	13
23	5	5	5	15
24	3	4	5	12
25	5	5	5	15
26	4	4	4	12
27	4	4	4	12
28	5	4	5	14
29	5	5	5	15
30	5	5	5	15
31	5	5	5	15
32	4	5	5	14
33	4	4	4	12
34	4	4	5	13
35	4	4	4	12

Rsponden	Ekspektasi Wisatawan			Jumlah
	Item_1	Item_2	Item_3	
36	5	5	5	15
37	4	4	4	12
38	3	3	3	9
39	5	5	4	14
40	4	5	5	14
41	5	5	5	15
42	5	5	5	15
43	5	5	5	15
44	5	5	5	15
45	5	4	5	14
46	5	5	5	15
47	5	5	5	15
48	4	5	5	14
49	5	5	5	15
50	4	4	4	12
51	4	4	4	12
52	3	4	5	12
53	4	5	4	13
54	3	5	5	13
55	5	5	5	15
56	5	5	5	15
57	5	4	5	14
58	4	4	5	13
59	4	5	5	14
60	4	5	5	14
61	4	4	4	12
62	4	4	5	13
63	5	5	5	15
64	5	5	5	15
65	4	4	4	12
66	5	5	5	15
67	4	4	5	13
68	4	4	4	12
69	5	5	5	15
70	5	5	5	15
71	4	4	4	12
72	5	5	5	15

Responden	Ekspektasi Wisatawan			Jumlah
	Item_1	Item_2	Item_3	
73	4	4	4	12
74	5	5	5	15
75	5	5	5	15
76	5	5	5	15
77	5	5	5	15
78	4	4	4	12
79	4	4	4	12
80	4	4	4	12
81	4	4	4	12
82	5	5	5	15
83	4	4	4	12
84	4	4	4	12
85	5	5	5	15
86	4	4	4	12
87	4	4	5	13
88	5	5	5	15
89	4	4	4	12
90	5	5	5	15
91	4	4	4	12
92	5	5	5	15
93	5	5	5	15
94	5	5	5	15
95	5	5	4	14
96	4	4	4	12
97	5	5	5	15
98	4	5	5	14
99	5	4	5	14
100	5	4	4	13

Citra Destinasi

Responden	Citra Destinasi				Jumlah
	Item_1	Item_2	Item_3	Item_4	
1	4	4	3	3	14
2	4	3	3	3	13
3	5	4	3	4	16
4	5	3	3	3	14
5	5	4	3	4	16
6	4	4	3	4	15
7	5	5	5	5	20
8	4	3	3	3	13
9	4	3	2	4	13
10	5	3	2	4	14
11	4	4	4	3	15
12	5	5	4	4	18
13	4	3	3	4	14
14	5	5	3	4	17
15	3	3	3	3	12
16	4	4	3	3	14
17	4	4	2	3	13
18	4	3	3	3	13
19	4	3	2	3	12
20	4	4	4	4	16
21	4	3	2	3	12
22	5	5	3	4	17
23	5	5	4	5	19
24	5	4	4	4	17
25	5	4	3	4	16
26	5	4	4	4	17
27	5	4	3	3	15
28	4	4	3	3	14
29	5	5	2	2	14
30	4	3	3	4	14
31	5	5	4	4	18
32	5	5	3	5	18
33	4	4	4	4	16
34	4	3	3	3	13
35	4	3	3	4	14
36	5	4	3	2	14
37	5	3	3	3	14

Responden	Citra Destinasi				Jumlah
	Item_1	Item_2	Item_3	Item_4	
38	3	3	3	3	12
39	4	3	2	3	12
40	4	3	3	3	13
41	4	3	3	4	14
42	5	4	3	5	17
43	4	3	3	4	14
44	4	4	3	4	15
45	4	4	3	4	15
46	4	4	3	3	14
47	5	4	4	5	18
48	5	4	3	4	16
49	5	5	3	4	17
50	3	3	3	4	13
51	5	4	3	4	16
52	5	4	3	4	16
53	4	4	2	4	14
54	5	4	3	3	15
55	5	5	3	1	14
56	4	4	3	4	15
57	5	4	4	4	17
58	4	4	3	4	15
59	4	5	3	3	15
60	4	3	2	4	13
61	4	3	4	4	15
62	4	3	3	4	14
63	5	4	4	5	18
64	4	4	4	4	16
65	4	4	4	4	16
66	4	4	3	4	15
67	4	4	4	4	16
68	4	4	4	4	16
69	5	5	4	5	19
70	4	4	4	4	16
71	4	4	4	4	16
72	4	4	3	4	15
73	4	4	4	4	16
74	4	4	4	4	16
75	4	4	4	4	16
76	4	4	3	4	15

Responden	Citra Destinasi				Jumlah
	Item_1	Item_2	Item_3	Item_3	
77	4	4	3	4	15
78	4	4	3	4	15
79	4	4	4	4	16
80	4	4	4	4	16
81	4	4	4	4	16
82	5	5	4	5	19
83	4	4	4	4	16
84	4	4	4	4	16
85	4	4	4	4	16
86	4	4	4	4	16
87	4	4	3	4	15
88	4	4	4	4	16
89	4	4	3	4	15
90	4	4	4	4	16
91	4	4	3	4	15
92	4	4	3	4	15
93	4	4	3	4	15
94	4	4	3	4	15
95	4	3	3	5	15
96	5	5	3	4	17
97	4	4	3	4	15
98	5	4	3	4	16
99	3	4	3	3	13
100	4	4	4	4	16

Kepuasan Wisatawan

Responden	Kepuasan Wisatawan						Jumlah
	Item_1	Item_2	Item_3	Item_4	Item_5	Item_6	
1	4	4	3	4	4	3	22
2	4	4	3	4	3	3	18
3	4	4	4	4	4	4	24
4	5	4	5	5	4	3	26
5	4	4	4	4	4	3	20
6	4	4	4	4	3	3	22
7	5	5	5	5	5	5	30
8	4	3	3	3	3	3	16
9	4	4	4	3	3	4	22
10	4	4	3	4	3	4	22
11	4	4	4	4	4	4	20
12	5	5	4	5	5	4	28
13	4	3	3	4	3	3	20
14	4	4	4	5	4	4	21
15	5	5	5	5	4	4	28
16	4	3	4	4	4	4	23
17	3	2	2	3	3	3	13
18	3	3	3	3	3	3	18
19	4	4	3	4	4	4	23
20	4	4	4	4	4	4	20
21	3	3	4	4	3	2	19
22	5	5	5	5	5	5	30
23	5	5	5	5	5	5	25
24	4	4	4	3	3	3	21
25	5	4	4	4	4	4	25
26	4	4	4	4	4	4	20
27	4	4	4	5	4	4	25
28	4	4	3	4	4	3	22
29	5	5	4	4	4	3	22
30	4	3	3	4	4	3	21
31	5	5	4	4	4	5	27
32	5	4	4	5	4	4	22
33	4	4	4	4	4	4	24
34	4	4	4	4	4	2	22
35	4	4	4	4	3	3	19
36	4	4	4	4	3	3	22
37	4	4	4	4	4	3	23

Responden	Kepuasan Wisatawan						Jumlah
	Item_1	Item_2	Item_3	Item_4	Item_5	Item_6	
38	4	3	4	4	4	3	19
39	4	4	3	4	4	4	23
40	4	4	4	4	3	3	22
41	4	4	4	4	4	3	20
42	5	5	5	5	5	4	29
43	5	5	4	5	5	4	28
44	4	4	4	4	4	4	20
45	4	4	4	4	4	3	23
46	4	4	4	3	3	3	21
47	5	4	4	4	4	3	21
48	5	5	4	5	5	2	26
49	4	4	4	4	4	4	24
50	4	4	4	4	4	4	20
51	3	3	3	4	3	3	19
52	3	3	3	4	3	3	19
53	4	4	2	4	4	4	18
54	4	4	4	4	4	3	23
55	5	5	5	4	4	5	28
56	4	4	4	4	4	4	20
57	3	4	4	4	4	3	22
58	4	3	4	4	4	3	22
59	4	3	2	3	5	5	17
60	4	4	4	4	3	4	23
61	4	4	4	4	4	4	24
62	4	4	3	4	5	4	20
63	5	5	5	5	5	4	29
64	5	5	5	5	5	5	30
65	4	4	4	4	4	4	20
66	4	4	4	4	4	4	24
67	4	4	4	4	4	4	24
68	4	4	4	4	4	4	20
69	5	5	5	5	5	5	30
70	4	4	4	4	4	4	24
71	4	4	4	3	4	3	19
72	4	4	4	4	4	4	24
73	4	4	4	4	4	4	24
74	5	5	5	5	5	4	25

Responden	Kepuasan Wisatawan						Jumlah
	Item_1	Item_2	Item_3	Item_4	Item_5	Item_6	
75	4	4	4	4	4	3	23
76	4	4	3	3	4	4	22
77	4	4	4	4	4	3	20
78	4	4	4	4	4	4	24
79	4	4	4	4	4	4	24
80	4	4	4	4	4	4	20
81	4	4	4	4	4	4	24
82	5	5	4	5	5	5	29
83	4	4	4	4	4	4	20
84	4	4	4	4	4	4	24
85	4	4	4	4	4	4	24
86	4	4	4	4	4	4	20
87	4	4	4	4	4	3	23
88	3	3	3	3	3	3	18
89	4	4	4	4	4	3	20
90	4	4	3	4	4	3	22
91	4	4	4	4	4	4	24
92	5	5	4	5	4	4	23
93	5	5	4	4	4	3	25
94	4	4	3	4	4	2	21
95	4	4	4	4	4	3	20
96	4	4	3	4	4	2	21
97	4	4	3	4	4	3	22
98	4	4	3	4	4	3	19
99	4	4	4	4	4	4	24
100	4	4	4	4	4	3	23

Lampiran 5. Hasil Uji Validitas

Ekspektasi wisatawan (x_I)

		Correlations			
		item_1	item_2	item_3	Jumlah
item_1	Pearson Correlation	1	,551**	,368**	,814**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100
item_2	Pearson Correlation	,551**	1	,579**	,864**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100
item_3	Pearson Correlation	,368**	,579**	1	,767**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100
Jumlah	Pearson Correlation	,814**	,864**	,767**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

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

Citra Destinasi (x_2)

		Correlations				
		item_1	item_2	item_3	item_4	Jumlah
item_1	Pearson Correlation	1	,489**	,082	,159	,595**
	Sig. (2-tailed)		,000	,418	,114	,000
	N	100	100	100	100	100
item_2	Pearson Correlation	,489**	1	,357**	,198*	,739**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,048	,000
	N	100	100	100	100	100
item_3	Pearson Correlation	,082	,357**	1	,414**	,701**
	Sig. (2-tailed)	,418	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
item_4	Pearson Correlation	,159	,198*	,414**	1	,681**
	Sig. (2-tailed)	,114	,048	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
Jumlah	Pearson Correlation	,595**	,739**	,701**	,681**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Kepuasan Wisatawan (Y)

		Correlations						
		item_1	item_2	item_3	item_4	item_5	item_6	Jumlah
item_1	Pearson Correlation	1	,811**	,583**	,658**	,637**	,429**	,721**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
item_2	Pearson Correlation	,811**	1	,636**	,647**	,614**	,420**	,770**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
item_3	Pearson Correlation	,583**	,636**	1	,575**	,400**	,348**	,693**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
item_4	Pearson Correlation	,658**	,647**	,575**	1	,621**	,323**	,692**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,001	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
item_5	Pearson Correlation	,637**	,614**	,400**	,621**	1	,477**	,612**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
item_6	Pearson Correlation	,429**	,420**	,348**	,323**	,477**	1	,502**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,001	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Jumlah	Pearson Correlation	,721**	,770**	,693**	,692**	,612**	,502**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

Lampiran 6. Uji Reliabilitas

a. Ekspektasi Wisatawan (x_1)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,743	3

b. Citra Destinasi (x_2)

c. Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,612	4

c. Kepuasan Wisatawan (Y)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,867	6

Lampiran 7. Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test				
		Ekspektasi Wisatawan	Citra Destinasi	Kepuasan Wisatawan
N		100	100	100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	13,62	15,24	22,48
	Std. Deviation	1,354	1,664	3,255
Most Extreme Differences	Absolute	,236	,154	,130
	Positive	,174	,154	,130
	Negative	-,236	-,126	-,083
Test Statistic		,236	,154	,130
Asymp. Sig. (2-tailed)		,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Lampiran 8. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Citra Destinasi, Ekspektasi Wisatawan ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Kepuasan Wisatawan

b. All requested variables entered.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,508 ^a	,258	,243	2,832

a. Predictors: (Constant), Citra Destinasi, Ekspektasi Wisatawan

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,425	3,668		,389	,698
	Ekspektasi Wisatawan	,736	,212	,306	3,475	,001
	Citra Destinasi	,724	,172	,370	4,201	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Wisatawan

Lampiran 9. Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1,425	3,668		,389	,698		
	Ekspektasi Wisatawan	,736	,212	,306	3,475	,001	,985	1,015
	Citra Destinasi	,724	,172	,370	4,201	,000	,985	1,015

a. Dependent Variable: Kepuasan Wisatawan

Lampiran 10. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,156	2,123		,073	,942
	Ekspektasi Wisatawan	,146	,123	,121	1,194	,235
	Citra Destinasi	,008	,100	,008	,076	,939

a. Dependent Variable: RES2

Lampiran 11. r Tabel

Tabel r Product Moment

Pada Sig.0,05 (Two Tail)

N	R	N	R	N	R	N	r	N	r	N	r
1	0.997	41	0.301	81	0.216	121	0.177	161	0.154	201	0.138
2	0.95	42	0.297	82	0.215	122	0.176	162	0.153	202	0.137
3	0.878	43	0.294	83	0.213	123	0.176	163	0.153	203	0.137
4	0.811	44	0.291	84	0.212	124	0.175	164	0.152	204	0.137
5	0.754	45	0.288	85	0.211	125	0.174	165	0.152	205	0.136
6	0.707	46	0.285	86	0.21	126	0.174	166	0.151	206	0.136
7	0.666	47	0.282	87	0.208	127	0.173	167	0.151	207	0.136
8	0.632	48	0.279	88	0.207	128	0.172	168	0.151	208	0.135
9	0.602	49	0.276	89	0.206	129	0.172	169	0.15	209	0.135
10	0.576	50	0.273	90	0.205	130	0.171	170	0.15	210	0.135
11	0.553	51	0.271	91	0.204	131	0.17	171	0.149	211	0.134
12	0.532	52	0.268	92	0.203	132	0.17	172	0.149	212	0.134
13	0.514	53	0.266	93	0.202	133	0.169	173	0.148	213	0.134
14	0.497	54	0.263	94	0.201	134	0.168	174	0.148	214	0.134
15	0.482	55	0.261	95	0.2	135	0.168	175	0.148	215	0.133
16	0.468	56	0.259	96	0.199	136	0.167	176	0.147	216	0.133
17	0.456	57	0.256	97	0.198	137	0.167	177	0.147	217	0.133
18	0.444	58	0.254	98	0.197	138	0.166	178	0.146	218	0.132
19	0.433	59	0.252	99	0.196	139	0.165	179	0.146	219	0.132
20	0.423	60	0.25	100	0.195	140	0.165	180	0.146	220	0.132
21	0.413	61	0.248	101	0.194	141	0.164	181	0.145	221	0.131
22	0.404	62	0.246	102	0.193	142	0.164	182	0.145	222	0.131

Lampiran 12. t Tabel

	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	<u>1.98472</u>	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374