

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan data-data yang telah diperoleh dan diolah maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis uji F, nilai F hitung variabel *customer experience* yang terdiri dari *comfort* (X_1), *educational* (X_2), *hedonic* (X_3), *novelty* (X_4), *safety* (X_5), dan *beauty* (X_6) sebesar 37,340 dan nilai probabilitas sebesar 0,000 lebih besar daripada F tabel dengan nilai probabilitas sebesar 0,05 yaitu 2,29. Dengan demikian, H_{a1} diterima yang artinya yaitu *customer experience* yang terdiri dari *comfort*, *educational*, *hedonic*, *novelty*, *safety*, dan *beauty* berpengaruh terhadap *revisit intention* di Sindu Kusuma Edupark.
2. Berdasarkan hasil analisis uji T, nilai T hitung variabel *novelty* (X_4) sebesar 4,794 lebih besar daripada T tabel; sebesar 2,01063 dan nilai T hitung variabel *novelty* (X_4) merupakan yang paling tinggi. Dengan demikian H_{a2} diterima, yang berarti bahwa variabel *customer experience* yang paling berpengaruh yaitu *novelty* (hal baru) terhadap *revisit intention* di Sindu Kusuma Edupark.
3. Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian diatas, maka Sindu Kusuma Edupark perlu terus menjaga dan meningkatkan *customer experience* yang terdiri dari *comfort*, *educational*, *hedonic*, *novelty*, *safety*, dan

beauty untuk menciptakan kunjungan ulang (*revisit intention*). Khususnya *novelty* dengan adanya pembaruan rutin terhadap wahana permainan dan edukasi maka wisatawan akan berkunjung kembali demi mendapatkan pengalaman baru, sensasi baru dan petualangan. Sedangkan *educational* yang diberikan tidak hanya berupa informasi namun berupa aktifitas, sehingga citra SKE yang merupakan *edupark* terlihat.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian di atas, maka peneliti mempunyai beberapa saran untuk membantu *customer experience* dalam meningkatkan *revisit intention* di Sindu Kusuma Edupark sebagai berikut:

1. Menambahkan kegiatan pembelajaran pada wahana edukasi seperti pada wahana omah batik, wisatawan tidak hanya melihat batik namun juga bisa belajar membuat batik.
2. Menambahkan guidance dari pihak pengelola pada setiap wahana untuk menemani wisatawan diluar kriteria khususnya anak- anak saat wahana berjalan demi menjaga keamanan. .

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Mulyadi, A.J (2012). *Kepariwisata dan Perjalanan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Damanik, Janianton, (2013). *Pariwisata Indonesia (Antara Peluang Dan Tantangan)*. Yogyakarta:Pustaka Pelajar.
- Hasan, Ali. (2015). *Tourism Marketing*. Yogyakarta : Center for Academic Publishing Service.
- Hermantoro, Hengky. (2011). *Creative-Based Tourism*. Yogyakarta: Galangpress.
- Kartajaya, Hermawan. (2013). *Hermawan Kartajaya on Marketing*. Jakarta: Gramedia.
- Pine, Joseph dan James H. Gilmore. (2011). *The Experience Economy Updated Edition*. Boston: Harvard Business Review Press.
- Santosa. (2018). *Statistika Hospitalitas (edisi revisi)*. Yogyakarta: Deepublish
- Sugiyono. (2013). *Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesis, dan Disertasi (STD)*. Bandung: Alfabeta
- _____. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

B. Undang – Undang

- Undang –Undang RI Nomor 10 Tahun 2009 mengenai pariwisata. Jakarta.: Kementrian Ekonomi dan Kreatif. Departemen Kebudayaan dan Pariwisata. 2009.

C. Jurnal

- Dewi, I. P. K., & Hermawan, H. (2019). Kajian Tema Wisata Edukasi di Sindu Kusuma Edupark Dari Perspektif Pemasaran Pariwisata. *Jurnal Altasia*, 1(1), 1-11.

- Hermawan, H. (2017). Pengembangan Destinasi Wisata pada Tingkat Tapak Lahan dengan Analisis Analisis SWOT., *Pariwisata Volume IV, Nomor 2, September 2017*, 64-74.
- Ling, N. G., & Mapjabil, J. (2017). Faktor yang mempengaruhi kunjungan ulangan pelancong antarabangsa: Suatu ulasan (Factors influencing revisit by international tourists: A review). *Geografia-Malaysian Journal of Society and Space*, 8(3), 1-11.
- Rahmi, M., Andari, R., & Yuniawati, Y. (2016). Pengaruh customer experience terhadap behavioral intention wisatawan di Saung Angklung Udjo (Survey terhadap wisatawan nusantara yang berkunjung ke Saung Angklung Udjo). *THE Journal: Tourism and Hospitality Essentials Journal*, 6(2), 1033-1040.
- Yuniawati, Y., & Finardi, A. D. I. (2016). Pengaruh Customer Experience Terhadap Revisit Intention di Taman Wisata Alam Gunung Tangkuban Perahu. *THE Journal: Tourism and Hospitality Essentials Journal*, 6(1), 983-994.
- Yuningsih, E. (2018). Analisis Pengaruh Customer Experience Terhadap Minat Berkunjung Kembali (Revisit Intention) Pada Destinasi Wisata Kota Bogor. *Jurnal Visionida*, 4(1), 13-2.

D. Skripsi

- Chyntia, Y. Z. p(2019). *Pengaruh Experiential Quality Terhadap Tourist Revisit Intention Di Taman Buah Mekarsari Bogor.Skripsi.Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.*
- Sandy, K. N.(2017). *Pengaruh Customer Experience Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Pada Minat Untuk Berkunjung Kembali (Revisit Intention)(Survei Pada Pengunjung Kusuma Agrowisata, Kota Batu)* (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya)

E. Internet

- Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta. 2020. “Statistik Kepariwisata DI Yogyakarta 2019”. www.visitingjogja.com. Diakses pada 27 April 2020 pukul 19.00 WIB.

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

SURAT PENGANTAR PENELITIAN



YAYASAN PENDIDIKAN KARYA SEJAHTERA
**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA
YOGYAKARTA**

Jl. Laksda Adisucipto Km.6 (Tempel, Caturtunggal, Depok, Sleman) Yogyakarta 55281
Telp / fax : (0274) 486110 - 488514 Website : www.ampta.ac.id Email : info@ampta.ac.id, ampta@yahoo.co.id

Nomor : 425/Q.AMPTA/III/2021

15 Maret 2021

Hal : Pengantar Observasi

Kepada Yth.
Etik Saraswati
Asisten Manager HRD
Sindu Kusuma Edupark
Di Tempat

Dengan Hormat,

Kami yang bertanda tangan dibawah ini Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta, menemngkan bahwa :

Nama : Asriyanti
NIM : 417100439
Prodi : Usaha Perjalanan Wisata (Diploma IV)
Tahun Akademik : 2020/2021
Alamat : Jalan Perannas Jalan Anggur No 244, CTT
Nomor Telp : 081243858768

Mohon untuk diijinkan melaksanakan observasi guna Penyusunan Laporan Penelitian dengan
Judul :

**"ANALISIS PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP REVISIT
INTENTION DI DESTINASI WISATA
(Studi Kasus Pada Sindu Kusuma Edupark)"**

Demikian permohonan kami, atas bantuan dan kerjasamanya diucapkan terimakasih.

Hormat Kami,


Dec. Prhatno, MM

LAMPIRAN 2

KUESIONER PENELITIAN

Petunjuk

Berikanlah tanda centang (√) pada salah satu kolom angka yang sesuai dengan penilaian Anda !

Identitas Responden

Nama ^(jika berkenan) :

1. *Jenis Kelamin* :

- Pria
- Wanita

2. *Usia* :

- 15 - 24 tahun
- 25 – 34 tahun
- 35 – 44 tahun
- Lebih dari 44 tahun

3. *Pendidikan Terakhir*

- SLTP/ SLTA
- Diploma
- Sarjana/ S1
- Pascasarjana S2/ S3

4. *Pekerjaan* :

- Pelajar/ Mahasiswa
- Pegawai Negeri Sipil
- Pegawai Swasta
- Wiraswasta
- Lainnya

Petunjuk Pengisian Kuesioner

Berikanlah tanda centang (✓) pada salah satu kolom angka yang sesuai dengan penilaian Anda !

Kriteria Penelitian

SS : Sangat Setuju (4)

S : Setuju (3)

TS : Tidak Setuju (2)

STS : Sangat Tidak Setuju (1)

Variabel	No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
Customer Experience (X)						
<i>Comfort / Kenyamanan (X₁)</i>	1	Saya merasa nyaman dengan fasilitas umum (toilet, tempat parkir, mushola, gazebo, <i>foodcourt</i>) yang disediakan Sindu Kusuma Edupark				
	2	Saya merasa nyaman selama beraktifitas dengan wahana yang ada di Sindu Kusuma Edupark				
<i>Educational/ edukasi (X₂)</i>	3	Saya mendapatkan pengetahuan baru dalam melakukan kunjungan ke Sindu Kusuma Edupark				
	4	Saya mendapatkan pembelajaran dari wahana edukasi di Sindu Kusuma Edupark.				
<i>Hedonic/ Kesenangan (X₃)</i>	5	Saya senang dan semangat ketika berada di Sindu Kusuma Edupark.				
	6	Saya mendapatkan kenangan dalam mengunjungi Sindu Kusuma Edupark				

<i>Novelty/</i> Hal baru (X ₄)	7	Saya mendapatkan pengalaman baru dari wahana yang ada di Sindu Kusuma Edupark				
	8	Saya merasakan sensasi baru dan petualangan dari wahana yang ada di Sindu Kusuma Edupark				
<i>Safety/</i> Keamanan (X ₅)	9	Saya merasa aman saat beraktifitas di Sindu Kusuma Edupark				
	10	Saya merasa aman dengan wahana Sindu Kusuma Edupark				
<i>Beauty/</i> Keindahan (X ₆)	11	Saya menikmati keindahan tempat Sindu Kusuma Edupark				
	12	Saya menikmati keunikan wahana yang ada di Sindu Kusuma Edupark				
<i>Revisit</i> <i>Intention</i> (Y)	13	Saya ingin merekomendasikan kepada teman, keluarga dan kerabat untuk berkunjung ke Sindu Kusuma Edupark				
	14	Saya ingin membicarakan hal hal positif mengenai Sindu Kusuma Edupark kepada teman, keluarga dan kerabat				
	15	Saya ingin untuk berkunjung kembali ke Sindu Kusuma Edupark				
	16	Saya mungkin untuk kembali lagi di masa yang akan datang ke Sindu Kusuma Edupark				

LAMPIRAN 3

DATA HASIL PENELITIAN

RESPONDEN	Comfort (X1)			Educational (X2)			Hedonic (X3)			Novelty (X4)			Safety (X5)			Beauty (X6)			Revisit Intention (Y)				
	X1.1	X1.2	Total	X2.1	X2.2	Total	X3.1	X3.2	Total	X4.1	X4.2	Total	X5.1	X5.2	Total	X6.1	X6.2	Total	Y1	Y2	Y2	Y4	Total
1	4	3	4	2	2	4	3	4	7	4	4	8	4	3	7	4	4	8	4	4	4	4	16
2	3	3	3	3	2	5	3	3	6	3	3	6	3	4	7	4	3	7	3	3	3	3	12
3	2	3	2	3	4	7	4	2	6	3	3	6	3	3	6	4	3	7	3	3	3	3	12
4	3	3	3	3	2	5	3	3	6	3	3	6	3	3	6	2	3	5	3	3	3	3	12
5	3	4	3	3	3	6	2	3	5	4	2	6	3	2	5	3	3	6	3	3	3	3	12
6	2	4	2	4	2	6	3	4	7	4	3	7	4	4	8	4	4	8	4	4	4	4	16
7	3	4	3	4	3	7	3	4	7	4	4	8	4	3	7	4	4	8	4	4	4	4	16
8	3	3	3	2	2	4	4	3	7	3	3	6	3	2	5	3	3	6	3	3	3	3	12
9	3	3	3	3	3	6	3	3	6	3	2	5	3	3	6	3	3	6	3	2	3	3	11
10	2	3	2	2	2	4	4	2	6	3	3	6	3	3	6	3	3	6	3	3	3	3	12
11	3	3	3	2	3	5	4	3	7	3	3	6	3	2	5	3	3	6	3	3	3	3	12
12	3	3	3	3	2	5	3	3	6	3	3	6	3	3	6	2	3	5	3	3	3	3	12
13	2	3	2	4	2	6	3	4	7	3	3	6	3	3	6	3	2	5	3	3	3	4	13
14	3	3	3	4	3	7	3	4	7	3	3	6	3	3	6	3	3	6	3	3	3	3	12
15	3	3	3	3	3	6	3	3	6	3	2	5	2	3	5	3	2	5	3	3	2	3	11
16	2	3	2	4	3	7	4	3	7	3	3	6	3	3	6	3	3	6	3	3	3	3	12
17	2	3	2	3	3	6	3	2	5	3	3	6	3	3	6	2	4	6	3	3	3	3	12
18	2	3	2	3	3	6	3	3	6	4	3	7	3	4	7	3	3	6	4	3	3	3	13
19	2	3	2	3	2	5	3	3	6	3	2	5	3	3	6	3	3	6	3	3	3	3	12
20	3	3	3	2	2	4	3	4	7	3	3	6	3	3	6	3	4	7	3	3	4	4	14
21	2	3	2	2	3	5	2	2	4	3	3	6	2	2	4	3	3	6	3	2	2	2	9
22	2	3	2	3	2	5	3	3	6	3	3	6	3	3	6	2	3	5	3	3	3	3	12
23	2	3	2	2	2	4	3	2	5	3	3	6	3	2	5	2	3	5	3	3	2	2	10
24	3	3	3	2	3	5	2	3	5	3	3	6	3	3	6	3	3	6	3	2	2	3	10
25	4	3	4	3	3	6	3	2	5	3	3	6	3	3	6	3	3	6	3	3	3	3	12

26	4	3	4	1	3	4	3	4	7	4	4	8	4	3	7	4	4	8	4	4	4	4	16
27	2	3	2	3	2	5	2	3	5	3	3	6	4	2	6	3	3	6	3	3	3	3	12
28	4	3	4	4	2	6	3	4	7	3	3	6	3	3	6	2	2	4	3	3	3	2	11
29	2	3	2	3	3	6	2	3	5	4	2	6	3	3	6	3	3	6	3	3	3	3	12
30	3	3	3	4	3	7	4	3	7	4	3	7	4	4	8	4	4	8	4	3	4	4	15
31	4	4	4	4	2	6	3	4	7	4	3	7	3	3	6	4	3	7	3	3	4	4	14
32	2	3	2	3	2	5	3	2	5	3	2	5	3	3	6	4	3	7	3	3	2	3	11
33	4	3	4	3	3	6	3	3	6	3	3	6	3	2	5	3	3	6	3	3	3	3	12
34	3	3	3	3	2	5	4	3	7	3	3	6	3	3	6	3	3	6	3	3	3	3	12
35	4	3	4	3	4	7	3	3	6	3	3	6	3	3	6	2	3	5	3	3	3	3	12
36	3	4	3	3	3	6	4	3	7	4	3	7	4	3	7	4	4	8	3	3	4	4	14
37	4	3	4	3	2	5	3	2	5	4	2	6	3	3	6	3	3	6	3	3	3	3	12
38	3	3	3	4	2	6	3	3	6	3	3	6	3	3	6	2	2	4	3	3	3	3	12
39	2	3	2	3	2	5	4	3	7	3	3	6	3	3	6	3	3	6	3	3	3	3	12
40	4	3	4	2	3	5	2	4	6	3	2	5	3	2	5	3	3	6	3	3	3	3	12
41	3	3	3	3	2	5	3	3	6	3	2	5	3	3	6	2	3	5	3	3	3	3	12
42	3	4	3	4	4	8	3	3	6	3	3	6	4	3	7	4	4	8	3	3	4	4	14
43	3	3	3	1	3	4	3	3	6	4	3	7	4	3	7	4	4	8	4	4	4	4	16
44	2	3	2	3	2	5	4	3	7	3	3	6	3	3	6	3	3	6	3	3	3	3	12
45	3	3	3	3	3	6	4	3	7	3	3	6	3	3	6	4	3	7	3	3	3	3	12
46	2	3	2	2	3	5	3	3	6	2	2	4	2	2	4	4	4	8	3	2	2	2	9
47	3	3	3	3	4	7	4	4	8	3	2	5	3	3	6	2	2	4	3	3	3	3	12
48	4	3	4	3	4	7	3	3	6	3	4	7	3	3	6	4	2	6	3	4	3	3	13
49	3	3	3	4	2	6	3	3	6	4	3	7	3	3	6	2	2	4	3	3	4	4	14
50	3	3	3	3	2	5	4	4	8	3	3	6	3	3	6	3	3	6	3	3	3	3	12
51	3	3	3	3	3	6	3	3	6	3	3	6	3	3	6	3	3	6	3	3	3	3	12
52	3	3	3	3	2	5	3	3	6	3	3	6	3	3	6	3	3	6	3	3	3	3	12
53	4	3	4	4	2	6	4	4	8	3	3	6	3	3	6	4	3	7	3	3	3	4	13
54	4	3	4	4	2	6	3	3	6	3	3	6	3	4	7	4	4	8	4	3	3	4	14
55	4	3	4	3	3	6	3	3	6	4	3	7	3	3	6	4	3	7	3	3	4	4	14

LAMPIRAN 4

HASIL OLAH DATA SPSS

A. DATA RESPONDEN

Statistics

Jenis Kelamin

N	Valid	55
	Missing	0

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pria	23	41,8	41,8	41,8
	Wanita	32	58,2	58,2	100,0
	Total	55	100,0	100,0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	15 - 24 Tahun	43	78,2	78,2	78,2
	25 - 34 Tahun	10	18,2	18,2	96,4
	35 - 44 Tahun	2	3,6	3,6	100,0
	Total	55	100,0	100,0	

Pendidikan Terakhir

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SLTP/SLTA	38	65,5	65,5	65,5
	Diploma	6	10,9	10,9	76,4
	Sarjana/S1	12	21,8	21,8	98,2
	Pascasarjana/S2/S3	1	1,8	1,8	100,0
	Total	55	100,0	100,0	

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumu alive Percent
Valid	Pelajar/ Mahasiswa	37	67,3	67,3	67,3
	Pegawai Swasta	5	16,4	16,4	83,6
	Wiraswasta	1	1,8	1,8	85,5
	Lainnya	2	4,5	4,5	100,0
	Total	55	100,0	100,0	

B. HASIL TANGGAPAN RESPONDEN

Statistics

Saya merasa nyaman dengan fasilitas umum (toilet, tempat parkir, mushola, gazebo, foodcourt) yang disediakan Sindu Kusuma Edupark

Saya merasa nyaman selama beraktivitas dengan wahana di Sindu Kusuma Edupark

N	Valid	55	55
	Missing	0	0
Mean		2,93	3,11

Saya merasa nyaman dengan fasilitas umum (toilet, tempat parkir, mushola, gazebo, foodcourt) yang disediakan Sindu Kusuma Edupark

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	17	30,9	30,9	30,9
	Setuju	25	45,5	45,5	76,4
	Sangat Setuju	13	23,6	23,6	100,0
	Total	55	100,0	100,0	

Saya merasa nyaman selama beraktivitas dengan wahana di Sindu Kusuma Edupark

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	49	89,1	89,1	89,1
	Sangat Setuju	6	10,9	10,9	100,0
	Total	55	100,0	100,0	

Statistics

		Saya mendapatkan pengetahuan baru dalam melakukan kunjungan ke Sindu Kusuma Edupark	Saya mendapatkan pembelajaran dari wahana edukasi di Sindu Kusuma Edupark
N	Valid	55	55
	Missing	0	0
Mean		2,58	2,50

Saya mendapatkan pengetahuan baru dalam melakukan kunjungan ke Sindu Kusuma Edupark

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Bangat Tidak Setuju	2	3,6	3,6	3,6
	Tidak Setuju	10	18,2	18,2	21,8
	Setuju	30	54,5	54,5	76,4
	Bangat Setuju	13	23,6	23,6	100,0
	Total	55	100,0	100,0	

Saya mendapatkan pembelajaran dari wahana edukasi di Sindu Kusuma Edupark

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	27	49,1	49,1	49,1
	Setuju	23	41,8	41,8	90,9
	Bangat Setuju	5	9,1	9,1	100,0
	Total	55	100,0	100,0	

Statistics

		Saya senang dan semangat ketika berada di Sindu Kusuma Edupark	Saya mendapatkan kenangan dalam mengunjungi Sindu Kusuma Edupark
N	Valid	55	55
	Missing	0	0
Mean		3,15	3,29

Saya senang dan semangat ketika berada di Sindu Kusuma Edupark

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	6	10,9	10,9	10,9
	Setuju	35	63,6	63,6	74,5
	Sangat Setuju	14	25,5	25,5	100,0
	Total	55	100,0	100,0	

Saya mendapatkan kenangan dalam mengunjungi Sindu Kusuma Edupark

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	8	14,5	14,5	14,5
	Setuju	34	61,8	61,8	76,4
	Sangat Setuju	13	23,6	23,6	100,0
	Total	55	100,0	100,0	

Statistics

		Saya mendapatkan pengalaman baru dari wahana yang ada di Sindu Kusuma Edupark	Saya merasakan sensasi dan petualangan dari wahana yang ada di Sindu Kusuma Edupark
N	Valid	55	55
	Missing	0	0
Mean		3,24	2,87

Saya mendapatkan pengalaman baru dari wahana yang ada di Sindu Kusuma Edupark

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1,8	1,8	1,8
	Setuju	40	72,7	72,7	74,5
	Sangat Setuju	14	25,5	25,5	100,0
	Total	55	100,0	100,0	

Saya merasakan sensasi dan petualangan dari wahana yang ada di Sindu Kusuma Edupark

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	11	20,0	20,0	20,0
	Setuju	40	72,7	72,7	92,7
	Sangat Setuju	4	7,3	7,3	100,0
	Total	55	100,0	100,0	

Statistics

		Saya merasa aman saat beraktivitas di Sindu Kusuma Edupark	Saya merasa aman dengan wahana Sindu Kusuma Edupark
N	Valid	55	55
	Missing	0	0
Mean		3,11	2,93

Saya merasa aman saat beraktivitas di Sindu Kusuma Edupark

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	5,5	5,5	5,5
	Setuju	43	78,2	78,2	83,6
	Sangat Setuju	9	16,4	16,4	100,0
	Total	55	100,0	100,0	

Saya merasa aman dengan wahana Sindu Kusuma Edupark

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	9	16,4	16,4	16,4
	Setuju	41	74,5	74,5	90,9
	Sangat Setuju	5	9,1	9,1	100,0
	Total	55	100,0	100,0	

Statistics

		Saya menikmati keindahan tempat Sindu Kusuma Edupark	Saya menikmati keindahan wahana yang ada di Sindu Kusuma Edupark
N	Valid	55	55
	Missing	0	0
Mean		3,13	3,29

Saya menikmati keindahan tempat Sindu Kusuma Edupark

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	11	20,0	20,0	20,0
	Setuju	26	47,3	47,3	67,3
	Sangat Setuju	18	32,7	32,7	100,0
	Total	55	100,0	100,0	

Saya menikmati keunikan wahana yang ada di Sindu Kusuma Edupark

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	7	12,7	12,7	12,7
	Setuju	36	65,3	65,5	78,2
	Sangat Setuju	12	21,8	21,8	100,0
	Total	55	100,0	100,0	

Statistics

		Saya ingin merekomendasikan kepada teman, keluarga dan kerabat untuk berkunjung ke Sindu Kusuma Edupark	Saya ingin membicarakan hal-hal positif mengenai Sindu Kusuma Edupark kepada teman, keluarga dan kerabat	Saya ingin untuk berkunjung kembali ke Sindu Kusuma Edupark	Saya mungkin untuk kembali lagi di masa yang akan datang ke Sindu Kusuma Edupark
N	Valid	55	55	55	55
	Missing	0	0	0	0
Mean		3,15	3,24	3,11	3,20

Saya ingin merekomendasikan kepada teman, keluarga dan kerabat untuk berkunjung ke Sindu Kusuma Edupark

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	47	85,5	85,5	85,5
	Sangat Setuju	8	14,5	14,5	100,0
	Total	55	100,0	100,0	

Saya ingin membicarakan hal hal positif mengenai Sindu Kusuma Edupark kepada teman, keluarga dan kerabat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	7,3	7,3	7,3
	Setuju	45	81,3	81,8	89,1
	Sangat Setuju	6	10,3	10,9	100,0
	Total	55	100,0	100,0	

Saya ingin untuk berkunjung kembali ke Sindu Kusuma Edupark

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	6	10,3	10,9	10,9
	Setuju	37	67,3	67,3	78,2
	Sangat Setuju	12	21,3	21,8	100,0
	Total	55	100,0	100,0	

Saya mungkin untuk kembali lagi di masa yang akan datang ke Sindu Kusuma Edupark

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	7,3	7,3	7,3
	Setuju	36	65,5	65,5	72,7
	Sangat Setuju	15	27,3	27,3	100,0
	Total	55	100,0	100,0	

C. Uji Validitas

Correlations

		X1.1	X1.2	Comfort (X1)
X1.1	Pearson Correlation	1	,000	,781**
	Sig. (2-tailed)		1,000	,000
	N	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	,000	1	,648**
	Sig. (2-tailed)	1,000		,000
	N	30	30	30
Comfort (X1)	Pearson Correlation	,781**	,648**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	30	30	30

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

Correlations

		X2.1	X2.2	Educational (X2)
X2.1	Pearson Correlation	1	,134	,813**
	Sig. (2-tailed)		,782	,000
	N	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	,134	1	,686**
	Sig. (2-tailed)	,482		,000
	N	30	30	30
Educational (X2)	Pearson Correlation	,813**	,686**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	30	30	30

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

Correlations

		X3.1	X3.2	Hedon c (X3)
X3.1	Pearson Correlation	1	-.137	.713**
	Sig. (2-tailed)		.470	.000
	N	30	30	30
X3.2	Pearson Correlation	.137	1	.557**
	Sig. (2-tailed)	.470		.000
	N	30	30	30
Hedon c (X3)	Pearson Correlation	.713**	.557**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	30	30	30

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

Correlations

		X4.1	X4.2	Novelty (X4)
X4.1	Pearson Correlation	1	.264	.752**
	Sig. (2-tailed)		.158	.000
	N	30	30	30
X4.2	Pearson Correlation	.264	1	.825**
	Sig. (2-tailed)	.158		.000
	N	30	30	30
Novelty (X4)	Pearson Correlation	.752**	.825**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	30	30	30

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

Correlations

		X5.1	X5.2	Safety (X5)
X5.1	Pearson Correlation	1	,226	,715**
	Sig. (2-tailed)		,230	,000
	N	30	30	30
X5.2	Pearson Correlation	,226	1	,818**
	Sig. (2-tailed)	,230		,000
	N	30	30	30
Safety (X5)	Pearson Correlation	,715**	,818**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	30	30	30

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

Correlations

		X6.1	X6.2	Beauty (X6)
X6.1	Pearson Correlation	1	,439*	,873**
	Sig. (2-tailed)		,015	,000
	N	30	30	30
X6.2	Pearson Correlation	,439*	1	,821**
	Sig. (2-tailed)	,015		,000
	N	30	30	30
Beauty (X6)	Pearson Correlation	,873**	,821**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	30	30	30

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

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

Correlations

		M1	M2	M3	M4	Revisit intention (%)
M1	Pearson Correlation	1	.716**	.889**	.587**	.827**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
M2	Pearson Correlation	.716**	1	.716**	.589**	.834**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
M3	Pearson Correlation	.889**	.716**	1	.800**	.858**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30
M4	Pearson Correlation	.587**	.589**	.800**	1	.660**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30
Revisit intention (%)	Pearson Correlation	.827**	.834**	.858**	.660**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

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

D. Uji REALIBILITAS

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	0
	Total	30	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.863	15

Item-Total Statistics

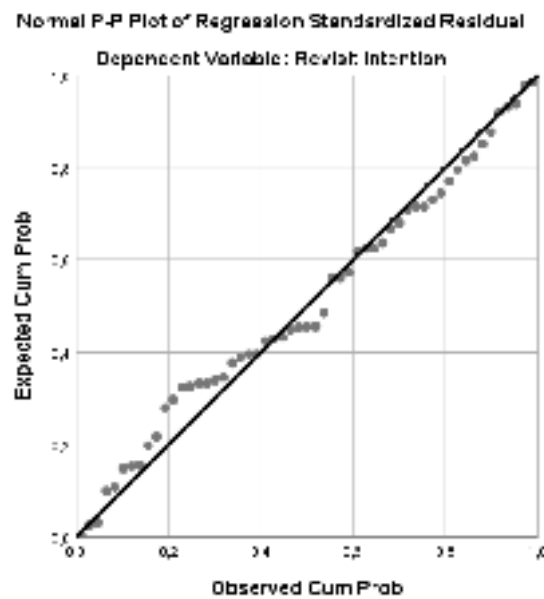
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	44,60	28,386	,312	,854
X1.2	44,70	27,847	,486	,857
X2.1	44,70	29,045	,144	,878
X2.2	44,60	29,828	,128	,873
X3.1	44,57	28,530	,223	,872
X3.2	44,57	27,809	,085	,882
X4.1	44,47	26,464	,808	,843
X4.2	44,67	27,747	,454	,857
X5.1	44,33	27,540	,677	,850
X5.2	44,67	28,023	,479	,850
X6.1	44,57	26,737	,543	,853
X6.2	44,47	27,154	,581	,852
Y1	44,50	25,367	,081	,887
Y2	44,57	26,844	,738	,847
Y3	44,50	25,430	,078	,887
Y4	44,47	26,189	,758	,844

E. UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		55
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,67087927
Most Extreme Differences	Absolute	,035
	Positive	,076
	Negative	-,035
Test Statistic		,035
Asymp. Sig. (2-tailed)		,201 ^{c,d}

- Test distribution is Normal
- Calculated from data.
- Liliefors Significance Correction
- This is a lower bound of the true significance.



F. UJI MULTIKOLINEARITAS

Coefficients^d

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta		Tolerance	VIF
1	(Constant)	-2,035	1,128		-1,804	,077	
	Comfort (X1)	,295	,108	,151	2,180	,035	,761
	Educational (X2)	,094	,103	,058	,857	,396	,858
	Economic (X3)	,308	,121	,168	2,551	,014	,868
	Novelty (X4)	,822	,171	,392	4,734	,000	,550
	Safety (X5)	,827	,178	,398	4,693	,000	,510
	Beauty (X6)	,214	,098	,152	2,182	,034	,758

a. Dependent Variable: Rental Intention

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions						
				(Constant)	Comfort (X1)	Educational (X2)	Economic (X3)	Novelty (X4)	Safety (X5)	Beauty (X6)
1	1	6,812	1,000	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00
	2	,032	14,755	,00	,00	,00	,00	,01	,00	,02
	3	,019	19,247	,01	,01	,37	,32	,01	,00	,34
	4	,014	22,346	,00	,08	,04	,29	,03	,04	,08
	5	,012	23,586	,00	,10	,00	,23	,22	,18	,20
	6	,005	33,213	,08	,17	,03	,09	,00	,15	,00
	7	,005	38,333	,11	,14	,18	,10	,24	,02	,08

a. Dependent Variable: Rental Intention

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	9,13	15,83	12,49	1,449	55
Residual	-1,907	1,534	,000	,671	55
Std. Predicted Value	-2,313	2,375	,000	1,000	55
Std. Residual	-2,792	2,255	,000	,943	55

a. Dependent Variable: Repeat Intention

G. Uji F & Uji T

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Beauty (X6), Educational (X2), Hedonic (X3), Comfort (X1), Novelty (X4), Safety (X5) ^b		Enter

a. Dependent Variable: Revisit Intention

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,800 ^a	,624	,622	,712

a. Predictors: (Constant) Beauty (X6) Educational (X2) Hedonic (X3), Comfort (X1), Novelty (X4) Safety (X5)

b. Dependent Variable: Revisit Intention

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	113,441	5	22,687	37,340	,000 ^b
	Residual	74,304	48	1,548		
	Total	187,745	54			

a. Dependent Variable: Revisit Intention

b. Predictors: (Constant) Beauty (X6) Educational (X2) Hedonic (X3), Comfort (X1) Novelty (X4) Safety (X5)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	-2,035	1,125		,577
	Comfort (X1)	,295	,105	,151	,235
	Educational (X2)	-,097	,105	-,055	,396
	Hedonic (X3)	,300	,121	,165	,014
	Novelty (X4)	,822	,171	,392	,000
	Safety (X5)	,827	,175	,395	,000
	Ecstasy (X6)	,214	,095	,152	,034

a. Dependent Variable: Repeat Intention

LAMPIRAN 5

R TABEL

TABEL STATISTIK
Tabel PRODUCT MOMENT (r)

n	Tarf Signifikan		n	Tarf Signifikan		n	Tarf Signifikan	
	5%	1%		5%	1%		5%	1%
3	0,997	0,999	27	0,381	0,487	55	0,266	0,345
4	0,950	0,990	28	0,374	0,478	60	0,254	0,330
5	0,878	0,959	29	0,367	0,470	65	0,244	0,317
6	0,811	0,917	30	0,361	0,463	70	0,235	0,306
7	0,754	0,874	31	0,355	0,456	75	0,227	0,296
8	0,707	0,834	32	0,349	0,449	80	0,220	0,286
9	0,666	0,798	33	0,344	0,442	85	0,213	0,278
10	0,632	0,765	34	0,339	0,436	90	0,207	0,270
11	0,602	0,735	35	0,334	0,430	95	0,202	0,263
12	0,576	0,708	36	0,329	0,424	10	0,195	0,256
13	0,553	0,684	37	0,325	0,418	12	0,176	0,230
14	0,532	0,661	38	0,320	0,413	15	0,159	0,210
15	0,514	0,641	39	0,316	0,408	17	0,148	0,194
16	0,497	0,623	40	0,312	0,403	20	0,138	0,181
17	0,482	0,606	41	0,308	0,398	30	0,113	0,148
18	0,468	0,590	42	0,304	0,393	40	0,098	0,128
19	0,456	0,575	43	0,301	0,389	50	0,088	0,115
20	0,444	0,561	44	0,297	0,384	60	0,080	0,105
21	0,433	0,549	45	0,294	0,380	700	0,074	0,097
22	0,423	0,537	46	0,291	0,376	800	0,070	0,091
23	0,413	0,526	47	0,288	0,372	900	0,065	0,086
24	0,404	0,515	48	0,284	0,368	1000	0,062	0,081
25	0,396	0,505	49	0,281	0,364			
26	0,388	0,496	50	0,279	0,361			

LAMPIRAN 6

F TABEL

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	4.05	3.23	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.88
47	4.05	3.23	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.78	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.19	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.15	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.15	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.15	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.99	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.99	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.99	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.99	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.99	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.99	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.99	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.92	1.89	1.86	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.95	3.11	2.72	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.95	3.11	2.72	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78
83	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78

LAMPIRAN 7

T TABEL

Titik Persentase Distribusi t (df = 41 – 80)

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

LAMPIRAN 8

DOKUMENTASI





LAMPIRAN 9

LEMBAR BIMBINGAN

LEMBAR BIMBINGAN



NAMA MAHASISWA: Astiyah
NO. MAHASISWA : 41500439
JUDUL PENELITIAN : Analisis Pengaruh Customer Experience Terhadap Perilaku Intention Di Destinasi Wisata (Studi Kasus pada Kota Kupang Support)
NAMA PEMBIMBING I: Dra. Nurwan EF, M. Ed

NAMA PEMBIMBING II: Drs Dedi Kurnawan, MPA

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PABAP
1	23/07-20	- Pembelian, Pengutipan	
2	8/1-21	- Pengutipan, Perbaikan - Mengingat Revisi	
		- Penelitian Terpadu	
		- Hipotesis	
		- Waktu penelitian	
		- Teknik sampling	
		- Metode analisis data	
		- Kesimpulan	
3	2/2-23	ACE proposal	

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PABAP
1	3/2-21	- Pengutipan, Latar belakang	
2	20/2-23	- Latar Belakang, Penelitian - Rumusan Masalah	
		- Pengutipan	
		- Hipotesis	
		- Sampel	
		- Diagram penelitian	
3	27/2-23	- Perumusan - Tujuan Penelitian	
		- Diagram penelitian	
4	3/3-21	- Penelitian Terpadu - Hipotesis - Kesimpulan	



NAMA MAHASISWA : Astiprati
NO. MAHASISWA : 412100435
JUDUL PENELITIAN : Analisis Pengaruh Customer Experience Terhadap Intenti Beli Bertindak Bersama (Studi Kasus pada Ganda Bersama Edupartek)
NAMA PEMBIMBING : Drs. Nurfitriani, Etc, M.Pd.

NAMA PEMBIMBING I : Drs. Budi Prasman, M.M.

NO.	TANGGAL	URAIAN BIRIBINEAN	PARAF
4	26/4/21	- Pula Analisis - uji F dan Uji T → Berikan penjelasan mengapa Hipotesis 3 & 4 Deskripsi yang variabel 2 (Penjelasan) terwujud dan tidak → Manipulasi uji t yang variabel (X) di explain dan di analisis terpilah	
5	29/4/21	→ Analisis yang lebih detail	

NO.	TANGGAL	URAIAN BIRIBINEAN	PARAF
5	14/3/21	Proposal disetujui	
6	21/5/2021	Lanjutan Penelitian Pengumpulan Lapangan, talk Lampiran, Bicara	
7	28/5/2021	Penyusunan halaman, saran	
8	4/6/2021	Pada uji t	

