

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh *atraksi*, *aksesibilitas*, *amenitas*, dan *ancilaritas* terhadap kepuasan berkunjung di Wisata Alam Posong Temanggung, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil Uji F dapat disimpulkan bahwa *atraksi*, *aksesibilitas*, *amenitas*, dan *ancilaritas* secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan berkunjung di Wisata Alam Posong Temanggung yang ditunjukkan dengan nilai Fhitung lebih kecil dari F tabel ( $2,078 < 2,76$ ). Dengan demikian  $H_0$  diterima dikarenakan tidak ada pengaruh secara simultan komponen 4A tersebut terhadap kepuasan berkunjung wisatawan, dan *amenitas* bukan merupakan komponen dominan yang paling berpengaruh terhadap kepuasan berkunjung wisatawan sedangkan  $H_1$  ditolak karena hasil dari uji F menyimpulkan bahwa komponen 4A tersebut tidak berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan berkunjung wisatawan.
2. Berdasarkan hasil uji t, keempat variabel yaitu *atraksi*, *aksesibilitas*, *amenitas*, dan *ancilaritas* tidak berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kepuasan berkunjung di sama tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan berkunjung di Wisata Alam Posong Temanggung, yang ditunjukkan dengan nilai t hitung lebih kecil dari nilai t tabel.

3. Berdasarkan Hasil Uji Koefisien Regresi Linear Berganda menunjukkan bahwa ancilaritas berpengaruh secara dominan terhadap Kepuasan Berkunjung di Wisata Alam Posong Temanggung. Hal ini dapat dilihat dari  $t$  hitung lebih kecil dari  $t$  tabel atau  $1.491 < 2,045$  yang berarti variabel ancilaritas tidak berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan,, sehingga keempat variabel yaitu *atraksi*, *aksesibilitas*, *amenitas*, dan *ancilaritas* tidak berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kepuasan berkunjung di Wisata Alam Posong Temanggung, yang ditunjukkan dengan nilai  $t$  hitung lebih kecil dari nilai  $t$  tabel sehingga  $H_0$  ditolak.
4. Diketahui dari hasil penelitian bahwa besarnya Adjusted R square adalah sebesar 0,129 sehingga kontribusi yang diberikan oleh *atraksi*, *aksesibilitas*, *amenitas*, dan *ancilaritas* terhadap Kepuasan Berkunjung adalah sebesar 12,9%.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan di atas, maka peneliti mempunyai beberapa saran untuk membantu meningkatkan keputusan berkunjung di Wisata Alam Posong Temanggung sebagai berikut :

1. Pengelola Wisata Alam Posong Temanggung tetap mengedepankan ramah lingkungan dan naturalisasi karena berbasis alam dan wisata berkelanjutan, sehingga keindahan alam akan tetap lestari.
2. Wisata Alam Posong Temanggung telah unggul dalam pesona keindahan alamnya, pengelola Wisata Alam Posong Temanggung dapat menggunakan keunggulan ini untuk menarik wisatawan berkunjung ke

Wisata Alam Posong Temanggung dengan cara mempromosikan Wisata Alam Posong Temanggung lebih aktif di setiap media sosial yang telah dimiliki Wisata Alam Posong Temanggung.

3. Bekerja sama dengan biro perjalanan wisata agar Wisata Alam Posong Temanggung dapat menjadi sebuah pilihan tempat singgah dalam sebuah paket wisata.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku Referensi

- Alsa, A. (2011). *Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif Serta Kombinasinya Dalam Penelitian Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Hadiwijoyo, Surya Sakti. (2012). *Perencanaan Pariwisata Perdesaan Berbasis Masyarakat (Sebuah Pendekatan Konsep)*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Hasan, A. (2015). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta. CAPS CenterFor, Academic Publishing Service
- Kurniawan, R.(2016). *Analisis regresi(Dasar dan penerapannya dengan R)*.Jakarta: Prenada Media Group
- Moleong Lexy J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif cetakan ke-36*, Bandung: PT.Remaja Rosdakarya
- Muljadi A.J. (2010). *kepariwisataan dan perjalanan*, Jakarta: Rajawali pers.
- Ridwan, R. (2020). *ekonomi dan pariwisata*. Makasar: Garis Khatulistiwa
- Santosa, 2018, *Stastika Hospitality (edisi revisi)*. Yogyakarta: Deepublish
- Sarwono Soerjono Soekanto. (2013). *Sosiologi Suatu Pengantar*, Jakarta: Rajawali Pers
- Sugiyama. (2012). *Manajemen Aset Pariwisata: Layanan Berkualitas agar Wisatawan Puas dan Loyal, Edisi Pertama*, Bandung: Guardaya Intimarta
- Sugiyono. (2018), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Penerbit Alfabeta: Bandung
- Sunaryo Bambang. (2013). *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Yogyakarta: Gava Media.
- Suryadana Liga & Vanny Octavia. (2015), *Pengantar Pemasaran Pariwisata*, Bandung: Alfabeta
- Suwena, Widyatmaja. (2010). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*, Denpasar Udayana University Press

### Artikel Jurnal

- Muharromah, G. L., & Anwar, M. K. (2020). Pengaruh Atraksi Wisata, Amenitas dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Religi Makam KH. Abdurrahman Wahid. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 3(2).
- Malisti, R. F., Wahyudi, P., & Hastari, S. (2019). Pengaruh Atribut Produk Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Pemandian Wisata Alam Banyubiru. *Jurnal EMA*, 4(1).
- Kalebos, F. (2016). Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Daerah Wisata Kepulauan. *Jurnal riset bisnis dan manajemen*, 4(3).
- Wisata, D. T. (2016). Pengaruh daya tarik wisata terhadap niat kunjungan ulang wisatawan dengan kepuasan wisatawan sebagai variabel intervening pada Taman Safari Indonesia Cisarua Bogor. *Jurnal Pariwisata*, 1.
- Sangkaeng, S., Mananeke, L., & Oroh, S. G. (2015). Pengaruh Citra, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Objek Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Objek Wisata Taman Laut Bunaken Sulawesi Utara. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(3).
- Susanto, D. R., & Kiswantoro, A. (2020). Strategi Pengelolaan Wisata Susur Sungai Mahakam Berbasis Ekowisata Di Samarinda. *Journal of Tourism and Economic*, 3(1), 1-10.
- Utama, I. G. B. R., & Mahadewi, N. M. E. (2016). Faktor Penentu Wisatawan Eropa Memilih Bali Sebagai Destinasi Pariwisata. *Jurnal Kepariwisata*, 15(2), 66-76.
- Wirajaya, Y. (2013). Analisis Kepuasan Wisatawan Mancanegara terhadap Kualitas Pelayanan Pariwisata. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 2(3).
- Wiyata, A. S. (2015). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kunjungan Wisata Diberbagai Objek Wisata di Kabupaten Mojokerto. *Swara Bhumi*, 1(1).
- Zurhryansyah, I. H. (2018). Strategi Dinas Pariwisata Ponorogo Dalam Rebranding Taman Wisata Ngembg Ponorogo (Doctroral dissertation, universitas Muhammadiyah Ponorogo).

### **Undang-undang**

Republik Indonesia. Undang-undang Nomor 9 Tahun 1990 tentang *Kepariwisataan*

Republik Indonesia. Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang *Kepariwisataan*

# LAMPIRAN

## LAMPIRAN 1

### SURAT IJIN PENELITIAN

**YAYASAN PENDIDIKAN KARYA SEJAHTERA**  
**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA**  
**YOGYAKARTA**  
Jl. Laksa Adisucipto Km.6 (Tempel, Caturtunggal, Depok, Sleman Yogyakarta 55281)  
Telp / Fax : (0274) 480115 - 4880 & Website : www.ampta.ac.id Email : info@ampta.ac.id ampta@yohanes.co.id

Nomor : T15/O-AMPTA/V/2021  
Hal : Pengantar Observasi  
31 Mei 2021

Kepada : Yth. Pimpinan  
BUMDES MITRA SEJAHTERA  
Di Tempat

Dengan Hormat,

Kami yang bertanda tangan di bawah ini Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta, mencaangkan bahwa :

Nama	: Fien Setyo Sudirsono
NIM	: 417100447
Prodi	: Usaha Perjalanan Wisata ( Diploma IV )
Tahun Akademik	: 2020/2021
Alamat	: Jl. Baryu No. 134 B Karanggayam Depok Sleman Yogyakarta
Nomor Telp	: 085777727199

Mohon agar diijinkan melaksanakan observasi guna Penyusunan Laporan Penelitian dengan Judul

**"ANALISIS KOMPONEN DAYA TARIK WISATA TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN BERKUNJUNG DI WISATA ALAM PDSONG TEMANGGUNG"**

Demikian permohonan kami, atas bantuan dan kerjasamanya diucapkan terimakasih

Hormat Kami,  
  
Des. Prihalo, MM

Fria Baris

Scanned by TapScanner



## LAMPIRAN 2

### SURAT BALASAN PENELITIAN



### LAMPIRAN 3

#### KUESIONER PENELITIAN ANALISIS KOMPONEN DAYA TARIK WISATA TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN BERKUNJUNG DI WISATA ALAM POSONG TEMANGGUNG

No. Responden

Kepada:

Yth. Wisatawan Wisata Alam  
Posong Temanggung

Perkenalkan Saya Heri Setyo Sudarsono sebagai salah satu mahasiswa Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta pada Prodi, Usaha Perjalanan Wisata, yang akan melakukan penelitian di Wisata Alam Posong Temanggung, untuk melengkapi tugas skripsi saya yang berjudul "**ANALISIS KOMPONEN DAYA TARIK WISATA TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN BERKUNJUNG DI WISATA ALAM POSONG TEMANGGUNG**" membutuhkan bantuan Wisatawan bapak/ibu, saudara/i untuk mengisi kuesioner ini. Atas bantuan dan kerjasamanya saya ucapkan terimakasih.

Hormat Saya, Heri Setyo Sudarsono

#### **Petunjuk pengisian**

1. Kuesioner ini terdiri dari 2 bagian, bagian pertama mengenai data responden, dan bagian kedua mengenai data penelitian.
2. Berilah tanda check list (V) pada salah satu jawaban yang sesuai dengan tanggapan anda pada kolom yang disediakan

#### A. Identitas Responden

Nama (inisial) :

Usia :

Jenis kelamin : L/P

#### B. Kuesioner Penelitian

Keterangan

4 : Sangat Penting

3 : Penting

2 : Tidak penting

1 : Sangat Tidak Penting

No	Item Pernyataan	Respon Wisatawan			
		4	3	2	1
	<b>ATRAKSI</b>				
1	Menyaksikan keindahan alam di Wisata alam posong Temanggung				
2	menikmati keindahan sunrise di Wisata alam posong Temanggung				
3	menikmati kesejukan dan suasana di Wisata alam posong Temanggung				
4	Camping di Wisata alam posong Temanggung				
5	membeli oleh oleh dari Wisata alam posong Temanggung				
	<b>AKSESIBILITAS</b>				
1	akses jalan yang bagus menuju Wisata alam posong Temanggung				
2	adanya papan penunjuk jalan menuju Wisata alam posong Temanggung				
3	jarak dari kota Temanggung menuju Wisata alam posong Temanggung yang tidak terlalu jauh				
4	kedaraan pribadi dapat dengan mudah menjangkau Wisata alam posong Temanggung				
5	Tersedia ojek dari pengelola				
	<b>AMENITAS</b>				
1	terdapat restoran di Wisata alam posong Temanggung				
2	terdapat fasilitas umum Toilet				
3	terdapat penginapan/camping ground				
4	terdapat rest area di sekitar Wisata alam posong Temanggung				
5	Terdapat tempat parkir yang memadai				
	<b>ANCILARITAS</b>				
1	terdapat paket wisata dengan tujuan Wisata Alam Posong Temanggung				
2	adanya akses informasi di media sosial mengenai Wisata alam posong Temanggung				
3	Adanya kerjasama dengan travel agensi				

4	Tersedianya <i>tourist</i> information mengenai destinasi wisata Alam Posong tersebut				
5	Pokdarwis yang kompeten				
	<b>KEPUASAN WISATAWAN</b>				
1	saya merasa puas dengan mengunjungi wisata Alam Posong Temanggung				
2	Berencana berwisata kembali				
3	Berencana membagikan pengalaman di Wisata Alam Posong Temanggung ke pada orang lain				
4	saya merasa puas atas informasi yang saya peroleh				
5	saya merasa puas akan adanya komponen 4A yang disediakan di wisata Alam Posong Temanggung				

**LAMPIRAN 4**  
**HASIL DATA PENELITIAN**

**Variabel X1 (Atraksi)**

Tabel kepuasan pelanggan X1						
No Responden	X1,1	X1,2	X1,2	X1,4	X1,5	JUMLAH
1	3	4	3	4	3	17
2	4	4	3	3	4	18
3	4	4	4	3	4	19
4	4	4	4	3	4	19
5	3	2	3	3	4	15
6	4	3	3	3	3	16
7	3	3	3	3	3	15
8	4	4	3	3	4	18
9	4	4	4	3	3	18
10	3	3	4	3	3	16
11	4	3	4	3	3	17
12	4	4	4	4	3	19
13	3	3	3	3	4	16
14	3	4	4	3	3	17
15	4	4	4	4	3	19
16	2	3	4	3	3	15
17	3	4	4	3	3	17
18	3	4	3	3	3	16
19	4	2	3	3	3	15
20	3	4	3	3	3	16
21	4	3	3	3	3	16
22	2	4	3	4	3	16
23	4	4	3	4	3	18
24	3	4	4	4	3	18
25	4	3	4	4	4	19
26	3	4	4	4	4	19
27	4	4	4	3	3	18
28	3	3	4	3	3	16
29	4	3	4	4	4	19
30	4	4	4	3	3	18
	104	106	107	99	99	515

**Variabel X2 (Aksesibilitas)**

Tabel kepuasan pelanggan X2						
No Responden	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	JUMLAH
1	3	4	4	3	4	18
2	4	4	3	3	4	18
3	2	4	3	4	4	17
4	4	4	4	3	3	18
5	4	3	4	2	3	16
6	3	4	4	2	4	17
7	4	4	4	2	3	17
8	4	3	3	2	3	15
9	3	3	4	4	4	18
10	4	4	4	3	4	19
11	4	4	3	4	2	17
12	3	3	3	3	4	16
13	4	4	2	3	3	16
14	2	2	4	4	3	15
15	4	4	4	3	3	18
16	4	4	4	4	3	19
17	3	2	3	3	3	14
18	4	4	3	3	3	17
19	4	4	4	4	3	19
20	3	4	4	4	3	18
21	4	3	4	3	3	17
22	4	4	3	4	4	19
23	4	4	4	3	4	19
24	3	3	3	3	3	15
25	4	4	4	4	4	20
26	4	3	4	3	3	17
27	4	4	4	4	3	19
28	3	4	3	3	4	17
29	4	3	4	4	4	19
30	3	4	4	3	3	17
	107	108	108	97	101	521

**Variabel X3 (Amenitas)**

Tabel kepuasan pelanggan X3						
No Responden	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	JUMLAH
1	4	4	4	4	4	20
2	4	4	3	4	4	19
3	4	4	4	4	4	20
4	4	3	3	4	4	18
5	3	3	3	4	4	17
6	4	3	3	4	4	18
7	3	3	4	4	4	18
8	3	3	3	4	4	17
9	3	4	3	4	4	18
10	3	4	4	4	4	19
11	3	3	3	3	3	15
12	3	3	3	4	4	17
13	4	3	4	4	4	19
14	3	3	3	4	3	16
15	3	4	3	4	4	18
16	4	3	4	4	4	19
17	3	3	4	4	4	18
18	3	4	3	3	3	16
19	4	3	3	4	4	18
20	4	4	3	4	4	19
21	4	3	4	4	4	19
22	4	3	4	4	4	19
23	4	4	4	4	4	20
24	3	4	4	4	4	19
25	4	4	4	4	4	20
26	3	4	4	4	3	18
27	3	3	3	4	4	17
28	4	4	4	4	4	20
29	4	4	4	4	4	20
30	4	4	3	4	4	19
	106	105	105	118	116	550

**Variabel X4 (Ancilaritas)**

Tabel kepuasan pelanggan X4						
No Responden	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	JUMLAH
1	4	4	4	4	4	20
2	4	4	4	4	4	20
3	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	4	20
5	4	3	3	3	4	17
6	3	4	3	4	4	18
7	3	4	3	4	3	17
8	3	4	3	4	3	17
9	4	3	3	4	4	18
10	4	4	4	4	4	20
11	4	3	3	3	3	16
12	4	4	3	4	4	19
13	3	3	3	4	3	16
14	3	3	4	4	3	17
15	3	3	4	3	3	16
16	3	4	3	4	4	18
17	3	4	3	4	3	17
18	3	4	4	4	3	18
19	3	4	3	4	3	17
20	4	4	4	4	3	19
21	3	4	4	4	4	19
22	3	4	3	4	4	18
23	4	4	4	4	4	20
24	4	4	3	4	4	19
25	4	4	4	4	4	20
26	3	4	3	4	4	18
27	3	4	3	3	4	17
28	4	4	4	4	4	20
29	4	4	4	4	4	20
30	4	4	3	4	4	19
	106	114	104	116	110	550



**Variabel Y (Kepuasan Wisatawan)**

Tabel kepuasan pelanggan Y						
No Responden	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	JUMLAH
1	3	3	4	3	4	17
2	4	4	4	4	4	20
3	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	4	20
5	3	3	3	3	4	16
6	4	4	4	4	3	19
7	4	4	4	3	4	19
8	4	4	4	3	3	18
9	4	3	4	4	4	19
10	4	3	4	3	3	17
11	4	4	4	4	4	20
12	4	4	3	4	4	19
13	3	3	3	3	3	15
14	3	3	3	4	4	17
15	4	3	3	3	4	17
16	4	3	3	3	3	16
17	3	3	4	3	4	17
18	3	3	4	3	3	16
19	4	4	4	4	4	20
20	4	3	4	4	4	19
21	4	3	3	4	4	18
22	4	4	4	3	3	18
23	4	4	4	3	4	19
24	3	3	4	4	4	18
25	4	4	4	4	4	20
26	4	3	3	4	4	18
27	3	3	3	3	3	15
28	4	4	3	3	3	17
29	4	4	4	4	4	20
30	3	4	3	3	4	17
	111	105	109	105	111	541

**LAMPIRAN 5**  
**HASIL OLAH DATA SPSS**

**Uji Validitas Atraksi**

		Correlations					
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total
X1.1	Pearson Correlation	1	.047	.116	-.024	.212	.568**
	Sig. (2-tailed)		.807	.541	.902	.261	.001
	N	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.047	1	.210	.259	-.094	.594**
	Sig. (2-tailed)	.807		.265	.167	.621	.001
	N	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.116	.210	1	.132	-.015	.539**
	Sig. (2-tailed)	.541	.265		.486	.939	.002
	N	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	-.024	.259	.132	1	.048	.496**
	Sig. (2-tailed)	.902	.167	.486		.803	.005
	N	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	.212	-.094	-.015	.048	1	.392*
	Sig. (2-tailed)	.261	.621	.939	.803		.032
	N	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.568**	.594**	.539**	.496**	.392*	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.002	.005	.032	
	N	30	30	30	30	30	30

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

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

**Uji Validitas Aksesibilitas**

		Correlations					
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total
X2.1	Pearson Correlation	1	.337	.078	-.160	-.221	.440*
	Sig. (2-tailed)		.069	.681	.400	.240	.015
	N	30	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.337	1	.020	.065	.140	.655**
	Sig. (2-tailed)	.069		.918	.731	.462	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.078	.020	1	.072	.044	.474**
	Sig. (2-tailed)						
	N	30	30	30	30	30	30

	Sig. (2-tailed)	.681	.918		.705	.817	.008
	N	30	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	-.160	.065	.072	1	.040	.463**
	Sig. (2-tailed)	.400	.731	.705		.835	.010
	N	30	30	30	30	30	30
X2.5	Pearson Correlation	-.221	.140	.044	.040	1	.377*
	Sig. (2-tailed)	.240	.462	.817	.835		.040
	N	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.440*	.655**	.474**	.463**	.377*	1
	Sig. (2-tailed)	.015	.000	.008	.010	.040	
	N	30	30	30	30	30	30

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

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

### Uji Validitas Amenitas

#### Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Total
X3.1	Pearson Correlation	1	.134	.267	.286	.419*	.703**
	Sig. (2-tailed)		.481	.153	.126	.021	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X3.2	Pearson Correlation	.134	1	.200	.000	.000	.513**
	Sig. (2-tailed)	.481		.289	1.000	1.000	.004
	N	30	30	30	30	30	30
X3.3	Pearson Correlation	.267	.200	1	.267	.196	.667**
	Sig. (2-tailed)	.153	.289		.153	.299	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X3.4	Pearson Correlation	.286	.000	.267	1	.681**	.583**
	Sig. (2-tailed)	.126	1.000	.153		.000	.001
	N	30	30	30	30	30	30
X3.5	Pearson Correlation	.419*	.000	.196	.681**	1	.629**
	Sig. (2-tailed)	.021	1.000	.299	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.703**	.513**	.667**	.583**	.629**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.004	.000	.001	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

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

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

## Uji Validitas Ancilaritas

		Correlations					
		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	Total
X4.1	Pearson Correlation	1	.033	.339	.026	.408*	.664**
	Sig. (2-tailed)		.861	.067	.891	.025	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X4.2	Pearson Correlation	.033	1	.134	.539**	.218	.606**
	Sig. (2-tailed)	.861		.481	.002	.247	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X4.3	Pearson Correlation	.339	.134	1	.170	.175	.600**
	Sig. (2-tailed)	.067	.481		.368	.355	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X4.4	Pearson Correlation	.026	.539**	.170	1	.171	.523**
	Sig. (2-tailed)	.891	.002	.368		.366	.003
	N	30	30	30	30	30	30
X4.5	Pearson Correlation	.408*	.218	.175	.171	1	.635**
	Sig. (2-tailed)	.025	.247	.355	.366		.000
	N	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.664**	.606**	.600**	.523**	.635**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.003	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

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

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

## Uji Validitas Kepuasan Wisatawan

		Correlations					
		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Total
Y1.1	Pearson Correlation	1	.509**	.257	.364*	.048	.676**
	Sig. (2-tailed)		.004	.171	.048	.803	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y1.2	Pearson Correlation	.509**	1	.346	.200	.073	.672**
	Sig. (2-tailed)	.004		.061	.289	.702	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y1.3	Pearson Correlation	.257	.346	1	.208	.106	.601**
	Sig. (2-tailed)	.171	.061		.271	.578	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y1.4	Pearson Correlation	.364*	.200	.208	1	.509**	.715**
	Sig. (2-tailed)	.048	.289	.271		.004	.000

	N	30	30	30	30	30	30
Y1.5	Pearson Correlation	.048	.073	.106	.509**	1	.534**
	Sig. (2-tailed)	.803	.702	.578	.004		.002
	N	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.676**	.672**	.601**	.715**	.534**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.002	
	N	30	30	30	30	30	30

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed). \* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## Uji Reabilitas

### Reliability Statistics X1

Cronbach's Alpha	N of Items
.679	6

### Reliability Statistics X2

Cronbach's Alpha	N of Items
.642	6

### Reliability Statistics X3

Cronbach's Alpha	N of Items
.735	6

### Reliability Statistics X4

Cronbach's Alpha	N of Items
.735	6

### Reliability Statistics Y

Cronbach's Alpha	N of Items
.754	6

## Hasil Uji Analisis Regresi Berganda

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
		1	(Constant)	4.649		
	X1	.157	.210	.153	.746	.463
	X2	.219	.208	.230	1.053	.303
	X3	-.449	.330	-.395	-1.361	.186
	X4	.366	.271	.420	1.348	.190

Hasil : spss 26

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
		1	(Constant)	4.649		
	X1	.157	.210	.153	.746	.463
	X2	.219	.208	.230	1.053	.303
	X3	-.449	.330	-.395	-1.361	.186
	X4	.366	.271	.420	1.348	.190

a. Dependent Variable: Y

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	16.227	4	4.057	1.645	.194 <sup>b</sup>
	Residual	61.640	25	2.466		
	Total	77.867	29			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X4, X1, X2, X3

**LAMPIRAN 6**  
**R TABEL**

df	0,25		0,10		0,05		0,025		0,01	
	F	t	F	t	F	t	F	t	F	t
1	161,448	1,9613	10,000	1,6449	6,3141	1,9613	4,8414	2,5758	161,448	1,9613
2	185,000	1,9613	10,000	1,6449	6,3141	1,9613	4,8414	2,5758	185,000	1,9613
3	194,264	1,9613	10,000	1,6449	6,3141	1,9613	4,8414	2,5758	194,264	1,9613
4	197,591	1,9613	10,000	1,6449	6,3141	1,9613	4,8414	2,5758	197,591	1,9613
5	199,488	1,9613	10,000	1,6449	6,3141	1,9613	4,8414	2,5758	199,488	1,9613
6	200,643	1,9613	10,000	1,6449	6,3141	1,9613	4,8414	2,5758	200,643	1,9613
7	201,376	1,9613	10,000	1,6449	6,3141	1,9613	4,8414	2,5758	201,376	1,9613
8	201,897	1,9613	10,000	1,6449	6,3141	1,9613	4,8414	2,5758	201,897	1,9613
9	202,264	1,9613	10,000	1,6449	6,3141	1,9613	4,8414	2,5758	202,264	1,9613
10	202,531	1,9613	10,000	1,6449	6,3141	1,9613	4,8414	2,5758	202,531	1,9613
11	202,731	1,9613	10,000	1,6449	6,3141	1,9613	4,8414	2,5758	202,731	1,9613
12	202,881	1,9613	10,000	1,6449	6,3141	1,9613	4,8414	2,5758	202,881	1,9613
13	202,981	1,9613	10,000	1,6449	6,3141	1,9613	4,8414	2,5758	202,981	1,9613
14	203,041	1,9613	10,000	1,6449	6,3141	1,9613	4,8414	2,5758	203,041	1,9613
15	203,081	1,9613	10,000	1,6449	6,3141	1,9613	4,8414	2,5758	203,081	1,9613
16	203,111	1,9613	10,000	1,6449	6,3141	1,9613	4,8414	2,5758	203,111	1,9613
17	203,131	1,9613	10,000	1,6449	6,3141	1,9613	4,8414	2,5758	203,131	1,9613
18	203,141	1,9613	10,000	1,6449	6,3141	1,9613	4,8414	2,5758	203,141	1,9613
19	203,151	1,9613	10,000	1,6449	6,3141	1,9613	4,8414	2,5758	203,151	1,9613
20	203,151	1,9613	10,000	1,6449	6,3141	1,9613	4,8414	2,5758	203,151	1,9613
21	203,151	1,9613	10,000	1,6449	6,3141	1,9613	4,8414	2,5758	203,151	1,9613
22	203,151	1,9613	10,000	1,6449	6,3141	1,9613	4,8414	2,5758	203,151	1,9613
23	203,151	1,9613	10,000	1,6449	6,3141	1,9613	4,8414	2,5758	203,151	1,9613
24	203,151	1,9613	10,000	1,6449	6,3141	1,9613	4,8414	2,5758	203,151	1,9613
25	203,151	1,9613	10,000	1,6449	6,3141	1,9613	4,8414	2,5758	203,151	1,9613
26	203,151	1,9613	10,000	1,6449	6,3141	1,9613	4,8414	2,5758	203,151	1,9613
27	203,151	1,9613	10,000	1,6449	6,3141	1,9613	4,8414	2,5758	203,151	1,9613
28	203,151	1,9613	10,000	1,6449	6,3141	1,9613	4,8414	2,5758	203,151	1,9613
29	203,151	1,9613	10,000	1,6449	6,3141	1,9613	4,8414	2,5758	203,151	1,9613
30	203,151	1,9613	10,000	1,6449	6,3141	1,9613	4,8414	2,5758	203,151	1,9613
40	203,151	1,9613	10,000	1,6449	6,3141	1,9613	4,8414	2,5758	203,151	1,9613
50	203,151	1,9613	10,000	1,6449	6,3141	1,9613	4,8414	2,5758	203,151	1,9613
60	203,151	1,9613	10,000	1,6449	6,3141	1,9613	4,8414	2,5758	203,151	1,9613
70	203,151	1,9613	10,000	1,6449	6,3141	1,9613	4,8414	2,5758	203,151	1,9613
80	203,151	1,9613	10,000	1,6449	6,3141	1,9613	4,8414	2,5758	203,151	1,9613
90	203,151	1,9613	10,000	1,6449	6,3141	1,9613	4,8414	2,5758	203,151	1,9613
100	203,151	1,9613	10,000	1,6449	6,3141	1,9613	4,8414	2,5758	203,151	1,9613

df	0 untuk Uji Satu Pihak (one-tail test)					
	0 untuk Uji Dua Pihak (two-tail test)					
	0,50	0,20	0,10	0,05	0,025	0,01
1	1,000	0,708	0,500	0,708	1,961	62,157
2	0,816	1,105	0,707	1,105	2,920	19,006
3	0,765	1,316	0,816	1,316	3,143	16,013
4	0,741	1,500	0,816	1,500	3,365	14,267
5	0,727	1,646	0,816	1,646	3,581	13,152
6	0,718	1,771	0,816	1,771	3,787	12,338
7	0,711	1,877	0,816	1,877	3,981	11,699
8	0,706	1,967	0,816	1,967	4,164	11,185
9	0,702	2,044	0,816	2,044	4,337	10,760
10	0,700	2,111	0,816	2,111	4,501	10,400
11	0,697	2,171	0,816	2,171	4,657	10,090
12	0,695	2,226	0,816	2,226	4,806	9,810
13	0,693	2,277	0,816	2,277	4,949	9,550
14	0,691	2,324	0,816	2,324	5,087	9,310
15	0,689	2,368	0,816	2,368	5,220	9,080
16	0,688	2,409	0,816	2,409	5,348	8,870
17	0,687	2,448	0,816	2,448	5,472	8,680
18	0,686	2,484	0,816	2,484	5,593	8,510
19	0,685	2,518	0,816	2,518	5,711	8,360
20	0,685	2,550	0,816	2,550	5,826	8,230
21	0,684	2,580	0,816	2,580	5,939	8,110
22	0,684	2,609	0,816	2,609	6,050	8,000
23	0,683	2,636	0,816	2,636	6,159	7,900
24	0,683	2,662	0,816	2,662	6,266	7,810
25	0,683	2,687	0,816	2,687	6,371	7,730
26	0,682	2,711	0,816	2,711	6,474	7,660
27	0,682	2,734	0,816	2,734	6,575	7,600
28	0,682	2,756	0,816	2,756	6,674	7,550
29	0,682	2,777	0,816	2,777	6,771	7,500
30	0,681	2,798	0,816	2,798	6,866	7,460
40	0,681	2,838	0,816	2,838	7,051	7,330
50	0,681	2,877	0,816	2,877	7,226	7,220
60	0,681	2,914	0,816	2,914	7,393	7,130
70	0,681	2,949	0,816	2,949	7,552	7,060
80	0,681	2,982	0,816	2,982	7,704	7,000
90	0,681	3,013	0,816	3,013	7,850	6,950
100	0,681	3,042	0,816	3,042	7,991	6,910





## LAMPIRAN 8

### DOKUMENTASI WISATA ALAM POSONG TEMANGGUNG



Gambar 5.1 Camping Area  
Sumber: Observasi 30 Mei 2021



Gambar 5.2 Toko Oleh-Oleh  
Sumber: Observasi 30 Mei 2021



Gambar 5.3 Tempat Parkir  
Sumber: Observasi 30 Mei 2021



Gambar 5.4 Tempat Makan  
Sumber: Observasi 30 Mei 2021









