

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan data-data yang dikumpulkan dan diolah maka dapat disimpulkan hasil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan karakteristik wisatawan yang berkunjung ke Farmhouse Lembang Bandung berusia 17-25 tahun, berjenis kelamin perempuan dengan pendidikan terakhir SMA/SMK dan pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa.
2. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan nilai  $R^2$  atau R Square diperoleh sebesar 0.737. Sehingga dapat dikatakan pengaruh variabel *Tangible* (X1), *Reliability* (X2), *Responsiveness* (X3), *Empathy* (X4), *Assurance* (X5) secara simultan terhadap Kepuasan Wisatawan (Y) sebesar 73.7%, sedangkan sisanya 26.3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.
3. Berdasarkan hasil Uji Parsial yang dilakukan berdasarkan taraf signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 5% diketahui sebagai berikut:
  - a. Nilai t variabel X1 *tangible* memiliki  $t_{hitung}$  sebesar  $-0.705 < t_{tabel}$  1.993 dengan sig.  $0.091 > 0.05$ , dengan demikian variabel *Tangible* (X1) tidak memiliki pengaruh.
  - b. Nilai t variabel *Reliability* (X2) memiliki  $t_{hitung}$  sebesar  $14.964 > t_{tabel}$  1.993 dengan sig.  $0.000 < 0.05$ , dengan demikian variabel *Reliability* (X2) memiliki pengaruh.

- c. Nilai t variabel Responsiveness (X3) memiliki  $t_{hitung}$  sebesar  $-4.760 < t_{tabel}$  1.993 dengan sig.  $0.000 < 0.05$ , dengan demikian variabel *Responsiveness* (X3) tidak memiliki pengaruh.
  - d. Nilai t variabel Empathy (X4) memiliki  $t_{hitung}$  sebesar  $0.089 < t_{tabel}$  1.993 dengan sig.  $0.929 > 0.05$ , dengan demikian variabel *Empathy* (X4) tidak memiliki pengaruh.
  - e. Nilai t variabel Assurance (X5) memiliki  $t_{hitung}$  sebesar  $-0.661 < t_{tabel}$  1.993 dengan sig.  $0.510 > 0.05$ , dengan demikian variabel *Assurance* (X5) tidak memiliki pengaruh.
  - f. Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa  $H_{a2}$  yang berbunyi “faktor *Responsiveness* memiliki pengaruh yang lebih signifikan dibandingkan faktor-faktor kualitas pelayanan lainnya terhadap kepuasan wisatawan di Farmhouse Lembang” ditolak
4. Berdasarkan hasil uji simultan atau Uji F yang telah dilakukan diketahui sebagai berikut:
- a. Diketahui  $F_{tabel}$  sebesar 2.33
  - b. Nilai  $F_{hitung}$   $56.518 > F_{tabel}$  2.33 dengan sig.  $0.000 < 0.05$
  - c. Dapat disimpulkan bahwa  $H_{a1}$  yang berbunyi “kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan wisatawan di Farmhouse Lembang” diterima.

## B. Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian, maka saran-saran berikut dapat dipertimbangkan guna dapat meningkatkan kepuasan wisatawan yang berkunjung ke destinasi Farmhouse Lembang Bandung :

1. Dalam hal kualitas pelayanan di destinasi Farmhouse Lembang Bandung sudah baik, dari segi memberikan pelayanan dan keamanan tetapi itu perlu ditingkatkan kembali untuk keamanan di area kandang rusa agar setiap petugas selalu *standby* dalam keamanan wisatawan yang sedang berkunjung.
2. Pengelola perlu sekali untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan sehingga wisatawan akan tetap merasa puas Ketika mereka berkunjung kembali ke Farmhouse Lembang Bandung dan mempromosikan kepada teman-teman atau saudara pengunjung.
3. Pengelola perlu memperhatikan area parkir karena untuk are parkir bus dan mobil sudah disediakan di dekat are wisata sebaiknya area parkir motor untuk para pengunjung harus diperhatikan supaya lebih dekat dan tidak menyebrangi jalan terlebih dahulu untuk menuju ke area wisata.
4. Peneliti selanjutnya dapat menggunakan metode lain dalam meneliti kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan, misalnya dengan metode wawancara mendalam sehingga informasi yang diperoleh dapat lebih bervariasi daripada kuesioner yang jawabannya telah tersedia.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Azwar, S. (2003). *Sikap Manusia, Teori dan Pengukurannya*. Pustaka Pelajar: Yogyakarta
- Basuki Antariksa.(2016).Kebijakan Pembangunan Kepariwisataaan. Malang:intrans Peblising
- Hardiansyah. (2011). *Kualitas Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Gaya Media.
- Hasan, Ali. 2015. *Tourism Marketing, Center for Academic Publishing Service*. Yogyakarta.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 2. Universitas Diponegoro Semarang*
- Kotler, P. dan Keller K.L. (2013). *Marketing Management (15th Edition ed.)*. New Jersey: Pearson Prentice Hall
- Lovelock, Christoper, Jochen wirtz, & Jacky Mussry. (2011). *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi Perspektif Indonesia*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyodadi R. dan A.Hamdani. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*.
- Parasuraman, A. Valerie, (2001). (Diterjemahkan oleh Sutanto) *Delivering Quality Service. The Free Press, New York*.
- Payangan, Otto R. (2014). *Pemasaran Jasa Pariwisata*. Bandung: IPB Press.
- Sugiyono, F. X. (2017). *Instrumen Pengendalian Moneter: Operasi Pasar Terbuka (Vol. 10)*. Pusat Pendidikan Dan Studi Kebanksentralan (PPSK) Bank Indonesia.
- Sugiyono (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supranto (2011). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta:PT.Rinaeka

## Cipta

Tjiptono, Fandy. 2012. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta

Zeithml, V.A., and Parasuraman, A (2004). “*Service Quality*”, *Marketing Science Institute*, New York

## Jurnal

Fitria Ramadhan, Ligiya. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Dalam Berwisatawan Di Kampung Gajah*.

Ghozali, Imam, (2005). *Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: UNDIP PRESS

Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS* 25. Badan Penerbit Universitas Dipenogoro: Semarang.

Lallo, C., Poluan, R. J., & Waani, J. O. (2016). *Persepsi wisatawan terhadap fasilitas infrastruktur di Pantai Pasir Putih Kabupaten Manokwari Propinsi Papua Barat*. SPASIAL, 3(3), 181-188.

Nurhidayat, M., & Juanim, H. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Taman Wisata Alam Gunung Tangkuban Perahu Kabupaten Bandung Barat*. Doctoral dissertation, Perpustakaan FEB-UNPAS BANDUNG.

Priyanto, R., & Hermawan, H. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Wisatawan serta Dampaknya terhadap Loyalitas: Studi di Ciater Spa Resort*.

Sipangkar, I. M. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan di Pantai Pasir Putih Parbaba Kabupaten Samosir*.

Suryadana, M. L. (2013). *Sosiologi Pariwisata: Kajian Kepariwisataaan dalam Paradigma Intergratif-Transformatif menuju Wisata Spiritual*. Humaniora.

## Undang-undang

Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan.

# **LAMPIRAN**

# LAMPIRAN 1

## SURAT IJIN PENELITIAN



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

Jl. Laksda Adisucipto Km.6 (Tempel, Caturtunggal, Depok, Sleman) Yogyakarta 55281  
Telp / fax : (0274) 485115 - 489514 Website : www.ampta.ac.id Email : info@ampta.ac.id, ampta@yahoo.co.id

Nomor : 567/Q.AMPTA/VII/2022  
Hal : Pengantar Penelitian

27 Juli 2022

Kepada Yth.  
Pimpinan Farmhouse Susu Lembang  
Jl. Raya Lembang No. 108  
Lembang - Bandung

Dengan Hormat,

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

Nama	: Elsa Fatrisia Simbolon
NIM	: 418100521
Prodi	: Usaha Perjalanan Wisata (Diploma IV)
Tahun Akademik	: 2021/2022
Alamat	: Jl. Perumnas No.234 Caturtunggal – Depok Sleman
Nomor Telp	: 081351582879

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

**“ Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Farmhouse Lembang Bandung ”**

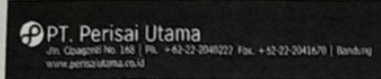
Demikian permohonan kami, atas bantuan dan kerjasamanya diucapkan terimakasih.

Hormat Kami,

  
Ketua  
  
Drs. Pribatno, MM

Tembusan :  
- File

## LAMPIRAN 2 SURAT IZIN BALASAN PENELITIAN



Bandung, 4 Agustus 2022

Nomor : 030/S-Konfirm/PT-PU/VIII/2022  
Perihal : Konfirmasi Pengantar Penelitian

Kepada Yth.  
Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta  
Jl. Laksda Adisucipto Km. 6  
Yogyakarta

Dengan Hormat

Sehubungan dengan Surat dari Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta no. 567/Q.AMPTA/VII/2022 mengenai Pengantar Penelitian untuk observasi guna Penyusunan Laporan Penelitian dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan di Farmhouse Lembang Bandung" yang disusun oleh Sdri. Elsa Fatrisia Simbolon, maka melalui surat ini kami sampaikan bahwa kami dari pihak Manajemen memberikan izin kepada Sdri. Elsa Fatrisia Simbolon untuk melakukan observasi di Farmhouse Susu Lembang dalam bentuk penyebaran kuisioner pada 50 orang pengunjung di tempat tersebut.

Demikian surat kami sampaikan. Atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Hormat Kami  
Direktur

PT. Perisai Utama  
Intania Setiati



**LAMPIRAN 3**  
**KUESIONER PENELITIAN**  
**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN**  
**WISATAWAN DI FARMHOUSE LEMBANG BANDUNG**

Responden Yth,

Dengan ini, saya Elsa Fatrisia Simbolon (418100521) mahasiswa program studi Usaha Perjalanan Wisata AMPTA Yogyakarta, memohon kesediaan saudara/I untuk berpartisipasi mengisi kuesioner ini. Penelitian ini dilakukan dalam rangka penyusunan skripsi dan salah satu syarat untuk menyelesaikan studi saya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “ **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan di Farmhouse Lembang Bandung** “

Demi kepentingan penelitian, peneliti akan menjaga identitas responden. Oleh karena itu, saya berharap kejujuran dan keikhlasan saudara/i dalam menjawab setiap pertanyaan dan pernyataan yang diberikan.

Atas perhatian dan kesediaan Saudara/i dalam berpartisipasi mengisi kuesioner penelitian ini, saya ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya.

Hormat saya,

Elsa Fatrisia Simbolon

## A. Identitas Responden

Petunjuk umum pengisian Kuesioner

Berilah tanda (√) pada kotak di bawah ini sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu/Saudara/Saudari.

1. Nama :

2. Jenis Kelamin :

- Laki – laki
- Perempuan

3. Usia :

- 17-25 tahun
- 26-35 tahun
- 36-45 tahun
- 45-55 tahun

4. Pendidikan

- SD
- SMP
- SMA
- Diploma
- S1
- S2

5. Status

- Pelajar/Mahasiswa

- Pekerja

6. Pernah berkunjung sebanyak

- 1 kali
- 2 kali
- 3 kali
- Lebih dari 3 kali

#### B. Kuesioner

Berilah tanda (√) pada kotak di bawah ini sesuai dengan pendapat yang anda anggap sesuai dengan keadaan sebenarnya.

Kriteria jawaban sebagai berikut.

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

### KUESIONER

Analisis Faktor-Faktor		Penilaian Kondisi Saat Ini			
<b>TANGIBLE</b>		<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>
1.	Lokasi wisata bersih, terawat dengan baik dan nyaman untuk dikunjungi.				
2.	Lokasi wisata telah memiliki fasilitas lengkap.				
3.	Lokasi wisata tidak menyramkan.				
4.	Petugas wisata sudah berpenampilan menarik, rapih dan sopan saat melayani wisatawan di lokasi wisata .				
Analisis Faktor-Faktor		Penilaian Kondisi Saat Ini			
<b>REABILITY</b>		<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>
1.	Pelayanan loket masuk di lakukan secara efektif dan memuaskan.				
2.	Harga tiket masuk lokasi wisata terjangkau.				
3.	Terdapat diskon tiket masuk lokasi wisata.				
4.	Terdapat pembelian tiket secara online.				
Analisis Faktor-Faktor		Penilaian Kondisi Saat Ini			
<b>RESPONSIVENESS</b>		<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>
1.	Petugas wisata cepat dan memuaskan terhadap keinginan wisatawan.				
2.	Petugas wisata cepat dalam mengatasi masalah wisatawan.				
3.	Petugas wisata memiliki kemampuan untuk bersedia menjawab pertanyaan wisatawan.				
4.	Petugas wisata bersedia membantu wisatawan.				
Analisis Faktor-Faktor		Penilaian Kondisi Saat Ini			
<b>EMPHATY</b>		<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>
1.	Petugas wisata memberikan perhatian individual kepada wisatawan.				
2.	Petugas wisata mengutamakan kepentingan wisatawan.				

3.	Petugas wisata memberikan arahan yang jelas dalam melayani wisatawan.				
4.	Petugas wisata menerapkan 5s (Senyum, Sapa, Salam, Sopan Santun).				
Analisis Faktor-Faktor		Penilaian Kondisi Saat Ini			
<b>ASSURANCE</b>		<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>
1.	Petugas wisata melayani wisatawan dengan kompeten, semangat dan konsisten sehingga pengunjung merasa puas.				
2.	Petugas wisata memberikan pelayanan yang tepat dan memuaskan wisatawan.				
3.	Petugas wisata telah memahami kebutuhan wisatawan saat dilokasi wisata.				
4.	Petugas wisata dapat di percaya dalam melakukan pelayanan.				
Analisis Faktor-Faktor		Penilaian Kondisi Saat Ini			
<b>KEPUASAN WISATAWAN</b>		<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>
1.	Wisatawan merasa senang berkunjung ke Farmhouse Lembang Bandung				
2.	Wisatawan memilih untuk berkunjung kembali ke Farmhouse Lembang Bandung				
3.	Wisatawan merekomendasikan Farmhouse Lembang untuk menjadi tujuan wisata				
4.	Wisatawan memberikan masukan dan saran setelah berkunjung ke Farmhouse, Lembang				

**LAMPIRAN 4**  
**HASIL PENELITIAN VARIABEL *TANGIBLE*, *REABILITY*,  
*REPONSIVENESS*, *EMPHATY*, *ASSURANCE* DAN KEPUASAN  
WISATAWAN.**

**X1.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	43	43.0	43.0	43.0
	3	44	44.0	44.0	87.0
	1	13	13.0	13.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

**X1.2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	26	26.0	26.0	26.0
	3	72	72.0	72.0	98.0
	2	2	2.0	2.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

**X1.3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	45	45.0	45.0	45.0
	3	40	40.0	40.0	85.0
	2	13	13.0	13.0	98.0
	1	2	2.0	2.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

**X1.4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	47	47.0	47.0	47.0
	3	42	42.0	42.0	89.0
	2	10	10.0	10.0	99.0
	1	1	1.0	1.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

**X2.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	18	18.0	18.0	18.0
	3	77	77.0	77.0	95.0
	2	3	3.0	3.0	98.0
	1	2	2.0	2.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

**X2.2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	24	24.0	24.0	24.0
	3	71	71.0	71.0	95.0
	2	5	5.0	5.0	100.0
	Total		100	100.0	100.0

**X2.3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	32	32.0	32.0	32.0
	3	54	54.0	54.0	86.0
	2	14	14.0	14.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

**X2.4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	32	32.0	32.0	32.0
	3	62	62.0	62.0	94.0
	2	6	6.0	6.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

**X3.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	35	35.0	35.0	35.0
	3	52	52.0	52.0	87.0
	2	11	11.0	11.0	98.0
	1	2	2.0	2.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

**X3.2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	18	18.0	18.0	18.0
	3	60	60.0	60.0	78.0
	2	22	22.0	22.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

**X3.3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	43	43.0	43.0	43.0
	3	34	34.0	34.0	77.0
	2	21	21.0	21.0	98.0
	1	2	2.0	2.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

**X3.4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	44	44.0	44.0	44.0
	3	46	46.0	46.0	90.0
	2	10	10.0	10.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

**X4.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	28	28.0	28.0	28.0
	3	49	49.0	49.0	77.0
	2	21	21.0	21.0	98.0
	1	2	2.0	2.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

**X4.2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	30	30.0	30.0	30.0
	3	53	53.0	53.0	83.0
	2	14	14.0	14.0	97.0
	1	3	3.0	3.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

**X4.3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	37	37.0	37.0	37.0
	3	55	55.0	55.0	92.0
	2	8	8.0	8.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X4.4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	47	47.0	47.0	47.0
	3	32	32.0	32.0	79.0
	2	16	16.0	16.0	95.0
	1	5	5.0	5.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X5.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	27	27.0	27.0	27.0
	3	53	53.0	53.0	80.0
	2	18	18.0	18.0	98.0
	1	2	2.0	2.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X5.2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	48	48.0	48.0	48.0
	3	43	43.0	43.0	91.0
	2	9	9.0	9.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X5.3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	25	25.0	25.0	25.0
	3	65	65.0	65.0	90.0
	2	9	9.0	9.0	99.0
	1	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X5.4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	40	40.0	40.0	40.0
	3	51	51.0	51.0	91.0
	2	6	6.0	6.0	97.0
	1	3	3.0	3.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	



**Y1.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	16	16.0	16.0	16.0
	3	82	82.0	82.0	98.0
	2	2	2.0	2.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

**Y1.2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	27	27.0	27.0	27.0
	3	73	73.0	73.0	100.0
	Total		100	100.0	100.0

**Y1.3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	24	24.0	24.0	24.0
	3	66	66.0	66.0	90.0
	2	10	10.0	10.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

**Y1.4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	41	41.0	41.0	41.0
	3	59	59.0	59.0	100.0
	Total		100	100.0	100.0

## LAMPIRAN 5

### HASIL UJI VALIDITAS, UJI KOEFISIEN DETERMINASI, DAN UJI HIPOTESIS

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.866 <sup>a</sup>	.750	.737	.460

a. Predictors: (Constant), Assurance, Tangible, Reliability, Empathy, Responsiveness

b. Dependent Variable: Kepuasan Wisatawan

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.803	.595		14.799	.000
	Tangible	-.046	.027	-.115	-1.705	.091
	Reliability	.512	.036	.864	14.275	.000
	Responsiveness	-.123	.026	-.311	-4.760	.000
	Empathy	.002	.024	.006	.089	.929
	Assurance	-.019	.028	-.046	-.661	.510

a. Dependent Variable: Kepuasan Wisatawan

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	59.911	5	11.982	56.518	.000 <sup>b</sup>
	Residual	19.929	94	.212		
	Total	79.840	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Wisatawan

b. Predictors: (Constant), Assurance, Tangible, Reliability, Empathy, Responsiveness

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.803	.595		14.799	.000
	Tangible	-.046	.027	-.115	-1.705	.091
	Reliability	.512	.036	.864	14.275	.000
	Responsiveness	-.123	.026	-.311	-4.760	.000
	Empathy	.002	.024	.006	.089	.929
	Assurance	-.019	.028	-.046	-.661	.510

a. Dependent Variable: Kepuasan Wisatawan

**LAMPIRAN 6**  
**FOTO-FOTO**





