

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan dari penelitian ini yang telah dilakukan dan hasil dari penyebaran kuesioner, analisis data, pengujian hipotesis serta rumusan masalah dan tujuan penelitian dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan pengujian secara simultan atau secara bersama – sama dari semua variabel menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 64.410 sedangkan F tabel 3.08, maka  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $64.410 > 3.08$ ) sehingga dapat disimpulkan bahwa Daya Tarik Wisata (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Wisatawan (Y), maka H1 di terima. Dengan di terimanya H1 maka dapat di simpulkan bahwasanya Daya Tarik Wisata dan Kualitas Pelayanan menjadi faktor penting dalam Kepuasan Wisatawan di Puncak Sosok.
2. Berdasarkan hasil uji analisis Uji t memperoleh nilai t hitung memperoleh t hitung variabel Daya Tarik Wisata (X1) sebesar -0,099, kemudian nilai t hitung di bandingkan dengan nilai t tabel yaitu  $-0,099 < 1,984$  dan nilai signifikansi  $0,922 > 0,05$  maka tidak terjadi pengaruh secara signifikan dari variabel Daya Tarik Wisata (X1) terhadap variabel Kepuasan Wisatawan (Y). Kualitas Pelayanan (X2) sebesar 6,975. Kemudian nilai t hitung di bandingkan dengan nilai t tabel yaitu  $6,975 > 1,984$  dan nilai signifikan 0,000

- $< 0,05$  maka terjadi pengaruh signifikan dari variabel Kualitas Pelayanan (X2) terhadap variabel Kepuasan Wisatawan (Y). Dari hasil uji t di atas memperoleh nilai koefisien Beta variabel Daya Tarik Wisata (X1) sebesar  $-0,011$  sedangkan variabel Kualitas Pelayanan (X2) sebesar  $0,764$ . Sehingga dapat di simpulkan bahwa nilai koefisien Beta variabel Kualitas Pelayanan (X2) lebih besar dari variabel Daya Tarik Wisata (X1). Maka H2 di tolak. Dengan di tolaknya H2 disini saya melihat bahwasanya Daya Tarik Wisata sudah tidak menjadi hal yang di perhitungkan oleh wisatawan untuk berkunjung ataupun menjadi faktor kepuasan itu sendiri, di karenakan wisatawan sudah sangat yakin dan percaya terhadap wisata Puncak Sosok.
3. Berdasarkan uji Koefisien Determinan ( $R^2$ ) sebesar  $0,562$  atau  $56,2\%$  hal ini berarti variabel Daya Tarik Wisata (X1) dan Kualitas pelayanan (X2) secara simultan (bersama- sama) berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Wisatawan (Y). Dengan hasil uji Koefisien Determinan ( $R^2$ ) dapat di lihat bahwasanya Daya Tarik Wisata dan Kualitas Pelayanan secara simultan menjadi faktor yang penting dalam Kepuasan Wisatawan di Puncak Sosok dengan angka sebesar  $56,2\%$ , hal juga ini sesuai dengan hasil Uji F yang dimana Daya Tarik Wisata dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Wisatawan di Wisata Puncak Sosok.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, analisis data, pengujian hipotesis, serta kesimpulan yang telah dilakukan, maka perlu dilakukan pengembangan potensi wisata untuk meningkatkan Daya Tarik Wisata di Wisata Puncak Sosok agar terjadi peningkatan Kepuasan Wisatawan yang berdampak terhadap meningkatnya wisatawan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, K., & Parangu, K. A. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Pengemasan Daya Tarik Wisata Terhadap Wisatawan di Ngebel Ponorogo. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 14(2), 407–423.
- Abdullah, T., & Tantri, F. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Depok. Rajawali Pers.
- Aprilia, E. R. (2017). Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Fasilitas Layanan Terhadap Kepuasan Wisatawan di Pantai Ampenan Mataram. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 51(2), 51. <https://media.neliti.com/media/publications/189824-ID-pengaruh-daya-tarik-wisata-dan-fasilitas.pdf>
- Apriliyanti, E., Hidayah, S., Za, S. Z., Ekonomi, F., & Mulawarman, U. (2020). Pengaruh daya tarik wisata , citra destinasi dan sarana wisata terhadap kepuasan wisatawan citra niaga sebagai pusat cerminan budaya khas kota samarinda *tourist satisfaction of commercial images as a center of cultural reflection typical of samarinda city*. 12(1), 145–153. <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JurnalManajemen/article/view/7308/64>
- Dayrobi, A., Raharjo, S. T., Manajemen, M., Diponegoro, U., Sains, J., & Indonesia, P. (2020). Pengaruh citra, daya tarik, kualitas pelayanan obyek wisata terhadap keputusan berkunjung dan kepuasan wisatawan eling bening kabupaten semarang. *XIX(2)*, 92–106. <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/jspi/article/download/35750/20571>
- Hanif, A. (2016). Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan ( Studi pada Wisatawan Nusantara yang Berkunjung ke Kota Batu ). 38(1), 44–52. <https://media.neliti.com/media/publications/87276-ID-pengaruh-citra-destinasi-terhadap-kepuas.pdf>
- Heath, E., & Wall, G. (2012). *Marketing Tourism Destinations: A Strategic Planning Approach*. ohn Wiley and Sons, Inc.
- Herma, H. (2017). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Keselamatan, Dan Sarana Wisata Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan. *Jurnal Media Wisat*, 15(1). <https://doi.org/10.36276/mws.v15i1.213>
- Ilham, S., & Edriana, P. (2019). Pengaruh Komponen Destinasi Wisata (4a) Terhadap Kepuasan Pengunjung Pantai Gemah Tulungagung. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 72.

<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2850>

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles of marketing*. New Jersey. Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). London. Pearson Education.
- Manullang, M., & Pakpahan, M. (2014). *Metodologi Penelitian Proses Penelitian Praktis*. Medan. Citapustaka Media.
- Nuriqah, A., & Kustamtinah, L. (2020). *Pengaruh daya tarik, kualitas pelayanan, citra destinasi, dan pengalaman wisatawan terhadap kepuasan pada obyek wisata pantai gunung kidul yogyakarta*.
- Ponorogo, I., & Abdulkholiq. (2020). Wisatawan Di Ngebel Ponorogo Kaukabilla Alya Parangu dan Abdul Kholiq Pendahuluan. *Sosiologi Reflektif*, 14(2), 407–423. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.14421/jsr.v14i2.1836>
- Priyadi, U. (2016). *Pariwisata Syariah: Prospek Perkembangan*. Yogyakarta. UPP STIM YKPN.
- Purwanti, A., & Wahdiniwaty, R. (2017). Analisis Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Dan Kewajaran Harga Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cinderella School Of English For Children Di Bandung. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 03, 62–67. [http://jimm.mm.pasca.unikom.ac.id/\\_s/data/jurnal/volume-3no1/5.pdf/pdf/5.pdf](http://jimm.mm.pasca.unikom.ac.id/_s/data/jurnal/volume-3no1/5.pdf/pdf/5.pdf)
- Rully, J., Widjajani, S., & Budiyanto. (2020). Engaruh Iklan, Daya Tarik Wisata, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Wisatawan di Wisata Goa Seplawan Purworejo). *Jurnal Manajemen*, 1–13. <http://ejournal.umpwr.ac.id/index.php/volatilitas/article/download/7187/6086>
- Soegoto, D. A. S. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Objek Wisata Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Taman Wisata Alam Batuputih Bitung. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 19(2), 1–12.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (6th ed.). Bandung. Alfabeta.
- . (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (23rd ed.). Bandung. Alfabeta.

- Tjiptono, F. (2011). *Service management: mewujudkan layanan prima* (2nd ed.). Yogyakarta. Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality dan Satisfaction* (4th ed.). Yogyakarta. Andi.
- Tjiptono, F., & Gregorius, C. (2017). *Pemasaran strategik: mengupas pemasaran strategik, branding strategik, customer satisfaction, strategi kompetitif hingga e-marketing* (3rd ed.). Yogyakarta. Andi.
- Warpani P.Suwarjoko, Warpani P.Indra, 2007, *Pariwisata dalam tata ruang wilayah*. Bandung. ITB.
- Wiradiputra, F. A., & Brahmanto, E. (2016). Analisis Persepsi Wisatawan Mengenai Penurunan Kualitas Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung. *Pariwisata, III, No.2(2)*, 129-137 ISSN: 2355-6587. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jp/article/view/1561/1159>

## LAMPIRAN

### Lampiran 1. Surat Permohonan 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](http://www.ampta.ac.id) Email : [info@ampta.ac.id](mailto:info@ampta.ac.id), [ampta@yahoo.co.id](mailto:ampta@yahoo.co.id)

Nomor : 1140/Q.AMPTA/VII/2023 13 Juli 2023  
 Lampiran : 1 bendel  
 Hal : Permohonan Penelitian

Yth. Pengelola Destinasi Wisata Puncak Sosok  
 Dukuh Jambon, Desa Bawuran, Kalurahan Pleret, Kapanewon Pleret  
 Kabupaten Bantul

Dengan Hormat,

Dengan ini kami mengajukan permohonan untuk melaksanakan penelitian di Destinasi Wisata Puncak Sosok Kab. Bantul selama 1 bulan terhitung mulai tanggal 20 Juli 2023 sampai dengan tanggal 19 Agustus 2023, bagi mahasiswa/i kami dari Jurusan Pariwisata :

Nama Mahasiswa : Galang Aditya Yohan  
 No. Induk Mahasiswa : 519101149  
 Semester : VIII

Besar harapan kami bahwa Bapak/Ibu berkenan memberikan izin pada mahasiswa kami untuk melaksanakan penelitian, sehingga dapat menyusun skripsi yang berjudul :

**Analisis Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Wisatawan di Daya Tarik Wisata Puncak Sosok Kabupaten Bantul** (proposal penelitian terlampir).

Atas kerjasama dan bantuan Bapak/Ibu, kami ucapkan terimakasih.

Hormat kami,  
 Ketua



Drs. Prihatno, M.M

## Lampiran 2. Surat Balasan Penelitian



**PENGELOLA WISATA PUNCAK SOSOK**  
**KALURAHAN BAWURAN KAPANEWON PLERET**

Alamat : Jambon RT 04, Bawuran, Pleret, Bantul (55791) | Telp. : 085643149900

Nomor : 03 / PS / VII / 2022

Bantul, 17 Juli 2023

Hal : Izin Penelitian

Lamp. : -

Kepada Yth.  
 Ketua Program  
 STIPAR AMPTA YOGYAKARTA

Di tempat

Yang bertanda tangan dibawah ini Ketua Pengelola Wisata Puncak Sosok Kalurahan Bawuran Kapanewon Pleret Kabupetan Bantul Provinsi D.I Yogyakarta, memberikan izin kepada Saudara tersebut dibawah ini :

Nama : GALANG ADITYA YOHAN  
 NIM : 519101149  
 Program Studi : Pariwisata  
 Waktu Penelitian : Juli – Agustus 2023  
 Judul Penelitian : Analisis Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan di Daya Tarik Wisata Puncak Sosok Kabupaten Bantul  
 Lokasi : Wisata Puncak Sosok Kalurahan Bawuran

Demikian surat izin ini kami sampaikan, untuk digunakan sebagai mana mestinya.

Ketua Pengelola  
  
 RUDI HARYANTO



## Lampiran 3. Hasil Uji Validitas Kuesioner Penelitian

		Correlations																							TOTAL	
		x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9	x10	x11	x12	x13	x14	x15	x16	x17	x18	x19	x20	x21	x22	x23		
x1	Pearson Correlation	1	.695*	.259	.255	.352	.509*	.338	.690*	.388*	.424*	.204	.348	.707**	.390*	.438*	.656*	.736*	.590*	.543*	.582*	.546*	.545*	.526*	.693*	
	Sig. (2-tailed)		.000	.166	.173	.056	.004	.068	.000	.034	.020	.279	.059	.000	.033	.015	.000	.000	.001	.002	.001	.002	.002	.002	.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
x2	Pearson Correlation	.695**	1	.250	.210	.517**	.447*	.203	.594**	.446*	.553**	.370*	.472**	.552**	.495**	.385*	.548*	.741**	.568*	.515**	.562*	.504*	.704**	.605**	.724**	
	Sig. (2-tailed)		.000	.182	.265	.003	.013	.282	.001	.013	.002	.044	.008	.002	.005	.036	.002	.000	.001	.004	.001	.005	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
x3	Pearson Correlation	.259	.250	1	.506**	.408*	.273	.430*	.381*	.384*	.295	.229	.060	.229	.210	.235	.255	.253	.395*	.105	.188	.252	.065	.135	.449*	
	Sig. (2-tailed)	.166	.182		.004	.025	.144	.018	.038	.036	.113	.223	.753	.223	.266	.211	.175	.178	.031	.579	.319	.179	.734	.475	.013	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
x4	Pearson Correlation	.255	.210	.506**	1	.449*	.340	.575**	.234	.524**	.180	.403*	.083	.171	.382*	.293	.429*	.370*	.370*	.167	.322	.314	.141	.161	.538**	
	Sig. (2-tailed)	.173	.265	.004		.013	.066	.001	.214	.003	.341	.027	.663	.367	.037	.116	.018	.044	.044	.378	.082	.091	.456	.394	.002	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
x5	Pearson Correlation	.352	.517**	.408*	.449*	1	.462*	.557**	.359	.703**	.564*	.533**	.467**	.146	.463*	.519*	.531**	.531**	.443*	.171	.531**	.230	.435*	.352	.695**	
	Sig. (2-tailed)	.056	.003	.025	.013		.010	.001	.052	.000	.001	.002	.009	.442	.010	.003	.003	.003	.014	.366	.003	.221	.016	.056	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
x6	Pearson Correlation	.509**	.447*	.273	.340	.462*	1	.582**	.470**	.474**	.547**	.534**	.217	.591**	.567**	.410*	.369*	.455*	.434*	.276	.375*	.601**	.406*	.368*	.671**	
	Sig. (2-tailed)	.004	.013	.144	.066	.010		.001	.009	.008	.002	.002	.250	.001	.001	.024	.045	.012	.017	.139	.041	.000	.026	.046	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
x7	Pearson Correlation	.338	.203	.430*	.575**	.557**	.562**	1	.297	.636**	.289	.392*	.185	.207	.432*	.619**	.495**	.327	.423*	.189	.398*	.375*	.123	.269	.611**	
	Sig. (2-tailed)	.068	.282	.018	.001	.001	.001		.111	.000	.121	.032	.329	.272	.017	.000	.005	.078	.020	.317	.030	.041	.518	.150	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
x8	Pearson Correlation	.680**	.594**	.381*	.234	.359	.470**	.297	1	.451*	.473**	.357	.327	.562**	.552**	.476**	.650**	.629**	.481**	.387*	.553**	.510**	.598**	.636**	.714**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.038	.214	.052	.009	.111		.012	.008	.053	.078	.001	.002	.008	.000	.000	.007	.035	.002	.004	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
x9	Pearson Correlation	.388*	.446*	.384*	.524**	.703**	.474**	.636**	.451*	1	.675**	.600**	.431*	.349	.606**	.544**	.742**	.502**	.404*	.221	.646**	.583**	.543**	.545**	.803**	
	Sig. (2-tailed)	.034	.013	.036	.003	.000	.008	.000	.012		.000	.000	.018	.059	.000	.002	.000	.005	.027	.241	.000	.001	.002	.002	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
x10	Pearson Correlation	.424*	.553**	.295	.180	.564**	.547**	.289	.473**	.675**	1	.491**	.437*	.440*	.547**	.471**	.603**	.512**	.330	.371*	.738**	.658**	.717**	.477**	.742**	
	Sig. (2-tailed)	.020	.002	.113	.341	.001	.002	.121	.008	.000		.006	.016	.015	.002	.009	.000	.004	.074	.044	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
x11	Pearson Correlation	.204	.370*	.229	.403*	.533**	.534**	.392*	.357	.600**	.491**	1	.574**	.273	.715**	.289	.322	.394*	.560**	.321	.394*	.371*	.686**	.506**	.688**	
	Sig. (2-tailed)	.279	.044	.223	.027	.002	.002	.032	.053	.000	.006		.001	.144	.000	.121	.083	.031	.001	.084	.031	.044	.000	.004	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
x12	Pearson Correlation	.348	.472**	.060	.083	.467**	.217	.185	.327	.431*	.437*	.574**	1	.304	.653**	.323	.385*	.495**	.319	.532**	.567**	.127	.691**	.578**	.601**	
	Sig. (2-tailed)	.059	.008	.753	.663	.009	.250	.329	.078	.018	.016	.001		.103	.000	.081	.036	.005	.086	.002	.001	.504	.000	.001	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
x13	Pearson Correlation	.707**	.552**	.229	.171	.146	.591**	.207	.562**	.349	.440*	.273	.304	1	.395*	.443*	.483**	.654**	.447*	.503**	.444*	.546**	.556**	.503**	.632**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.223	.367	.442	.001	.272	.001	.059	.015	.144	.103		.031	.014	.007	.000	.013	.005	.014	.002	.001	.005	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
x14	Pearson Correlation	.390*	.495**	.210	.382*	.463*	.587**	.432*	.552**	.606**	.547**	.715**	.653**	.396*	1	.430*	.493**	.532**	.265	.462*	.532**	.523**	.640**	.590**	.763**	
	Sig. (2-tailed)	.033	.005	.266	.037	.010	.001	.017	.002	.000	.002	.000	.000	.031		.018	.006	.003	.158	.010	.003	.003	.000	.001	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
x15	Pearson Correlation	.438*	.385*	.235	.293	.519**	.410*	.619**	.476**	.544**	.471**	.289	.323	.443*	.430*	1	.553**	.460*	.297	.308	.596**	.448*	.349	.403*	.653**	
	Sig. (2-tailed)	.015	.036	.211	.116	.003	.024	.000	.008	.002	.009	.121	.081	.014	.018		.002	.011	.111	.098	.001	.013	.058	.027	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
x16	Pearson Correlation	.658**	.548**	.255	.429*	.531**	.369*	.495**	.650**	.742**	.603**	.322	.385*	.483**	.493**	.553**	1	.758**	.496**	.498**	.758**	.655**	.618**	.628**	.806**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.175	.018	.003	.045	.005	.000	.000	.000	.000	.083	.036	.007	.006	.002		.000	.005	.011	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
x17	Pearson Correlation	.738**	.741**	.253	.370*	.531**	.455*	.327	.629**	.502**	.512**	.394*	.495**	.654**	.532**	.460*	.758**	1	.643**	.680**	.712**	.566**	.691**	.578**	.816**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.178	.044	.003	.012	.078	.000	.005	.004	.031	.005	.000	.003	.011	.000		.000	.000	.000	.001	.000	.001	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
x18	Pearson Correlation	.590**	.586**	.395*	.370*	.443*	.434*	.423*	.481**	.404*	.330	.560**	.319	.447*	.265	.297	.496**	.643**	1	.546**	.481**	.318	.520**	.479*	.669**	
	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.031	.044	.014	.017	.020	.007	.027	.074	.001	.086	.013	.158	.111	.005	.000		.002	.007	.087	.003	.007	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
x19	Pearson Correlation	.543**	.515**	.105	.167	.171	.276	.189	.387*	.221	.371*	.321	.532**	.503**	.462*	.308	.458*	.680**	.549**	1	.532**	.405*	.495*	.467**	.589**	
	Sig. (2-tailed)	.002	.004	.579	.378	.366	.139	.317	.035	.241	.044	.084	.002	.005	.010	.098	.011	.000	.002		.002	.026	.005	.009	.001	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
x20	Pearson Correlation	.562**	.562**	.188	.322	.531**	.375*	.398*	.553**	.646**	.738**	.394*	.567**	.444*	.532**	.596**	.758**	.712**	.481**	.532**	1	.566**	.691**	.578**	.797**	
	Sig. (2-tailed)																									

## Lampiran 4. Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Penelitian

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.947	23

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x1	88.57	114.254	.693	.944
x2	88.47	115.361	.709	.944
x3	89.30	117.045	.387	.948
x4	89.70	112.907	.459	.949
x5	88.97	112.861	.648	.944
x6	88.70	115.114	.640	.944
x7	89.13	115.154	.564	.945
x8	88.50	113.914	.694	.944
x9	88.83	112.351	.768	.943
x10	88.73	113.720	.708	.944
x11	89.10	112.438	.628	.945
x12	88.77	115.426	.555	.945
x13	88.50	114.397	.607	.945
x14	88.70	111.045	.720	.943
x15	88.70	114.079	.611	.945
x16	88.93	110.271	.784	.942
x17	88.77	111.909	.804	.942
x18	88.80	115.269	.643	.944
x19	88.43	115.633	.555	.945
x20	88.77	112.323	.774	.943
x21	88.70	114.010	.664	.944
x22	88.77	113.564	.746	.943
x23	88.50	115.707	.692	.944