

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang mengkaji hubungan antara variabel *independent* yaitu pembelian tiket melalui aplikasi Traveloka dan pembelian tiket melalui *Direct Purchase* terhadap variabel *dependent* yaitu keputusan berkunjung di Sendratari Roro Jonggrang. Penggunaan aplikasi Traveloka di wakili oleh metode *user experience* oleh (Guo, 2012) dengan kriteria *usability, value, adoptability dan desirability*, dan variabel Keputusan Berkunjung di wakilkan oleh data jumlah pengunjung Sendratari Roro Jonggrang. Penelitian dilakukan terhadap 80 sampel pengunjung yang mengunjungi Sendratari Roro Jonggrang di Teater Trimukti, Prambanan.

Setelah dilakukan pengolahan data dengan metode analisis deskriptif dan analisis statistik, maka penelitian ini menghasilkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan tabel 4.6 dapat dilihat bahwa uji validitas yang dilakukan terhadap 30 orang responden menghasilkan 8 variabel yang dinyatakan valid dan 1 variabel yaitu X1.2 yang dinyatakan tidak valid. Hal ini dapat disimpulkan dengan melihat bahwa mayoritas setiap variabel memiliki r-hitung lebih besar

dibandingkan r-tabel. Hal ini mengindikasikan bahwa seluruh pernyataan variabel X1 yang dibuat dinilai layak dan dapat digunakan untuk keperluan penelitian.

2. Dari data hasil analisis diskriptif aplikasi Traveloka, dapat disimpulkan bahwa secara umum Aplikasi Traveloka sangat bermanfaat dan menarik untuk digunakan, atau memenuhi kriteria: *usability*, *value*, *adoptability* dan *desirability*. Dengan diantaranya sangat membantu pengunjung dalam melakukan perjalanan wisata yaitu memberikan kemudahan dalam membeli produk wisata dari Traveloka dan kelengkapan informasi tanpa harus langsung mengunjungi objek wisata yang ingin dikunjungi. karena kebanyakan responden merupakan pegawai swasta yang memiliki pendapatan di bawah 4 juta perbulan maka menggunakan aplikasi Traveloka adalah salah satu aplikasi untuk berlibur yang menarik dan sangat membantu.
3. Gambaran pembelian tiket melalui aplikasi Traveloka merupakan variabel yang mendominasi terhadap keputusan berkunjung di Sendratari Roro Jonggrang secara perhitungan melalui uji Homogenitas dan hasil Uji Korelasi. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji homogenitas bahwa variabel X1 (aplikasi Traveloka) menjadi varian yang homogen karna memperoleh nilai signifikan yang lebih besar dari variabel X2 (Direct Purchase) yaitu  $0,92 > 0,62$ , dan hasil Uji Korelasi yang menyatakan bahwa hubungan antara

variabel aplikasi Traveloka terhadap Keputusan Berkunjung yang diwakilkan dengan indikator jumlah pengunjung sebesar 0,843 yang berarti mempunyai hubungan yang termasuk dalam skala sangat kuat dan hampir sempurna, sedangkan besar korelasi atau hubungan antara variabel *direct purchase* dan variabel keputusan berkunjung ialah sebesar -0,143 atau sangat lemah karena nilai korelasi nya negatif dan mendekati angka 0.

4. Berdasarkan hasil analisis uji T X1 dengan Y dan X2 dengan Y, menunjukkan bahwa keduanya memiliki hubungan terhadap keputusan berkunjung, namun hanya variabel Traveloka yang memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung hal ini dapat dilihat dari nilai t hitung X1 dengan Y ( $13,843 < 1,980$ ) yang berarti sangat kuat dan hampir hal ini dapat dilihat dari nilai t hitung X2 dengan Y ( $-1.19421 < 1,980$ ) yang berarti negatif dan tidak signifikan.

## **B. Saran**

1. Berdasarkan hasil penelitian diatas yang menyimpulkan bahwa hubungan dari kedua media pembelian tiket dengan keputusan berkunjung sangat berbeda, maka penulis menyarankan untuk calon pembeli sebaiknya mempertimbangkan sesuai karakteristik pribadi calon pembeli. Contohnya, untuk calon pembeli kalangan usia muda atau calon pembeli yang dapat mengikuti

perkembangan teknologi dalam kesehariannya maka penulis menyarankan untuk menggunakan aplikasi Traveloka dikarenakan kemudahannya dalam mengakses dimanapun dan kapanpun. Namun, untuk calon pembeli di kalangan usia menengah keatas atau calon pembeli yang tidak terbiasa mengikuti perkembangan teknologi dapat melakukan pembelian tiket secara langsung karna kelengkapan informasi dan jasa yang diberikan oleh pegawai dapat lebih mudah diterima dan tidak banyak menggunakan unsur kecanggihan teknologi.

2. Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan di atas maka penilaian aplikasi Traveloka berdasarkan konsep *user experience* : *usability*, *value*, *adoptability* dan *desirability* memiliki nilai yang lebih tinggi secara data penghitungan Uji Homogenitas dan Uji Korelasi yang mengartikan responden lebih banyak yang menggunakan aplikasi Traveloka sebagai media pembelian tiket di Sendratari Roro Jonggrang.
3. Dikarenakan hasil penelitian ini membuktikan bahwa media pembelian tiket melalui aplikasi Traveloka memiliki hubungan yang kuat terhadap keputusan berkunjung di Sendratari Roro Jonggrang, maka penulis menyarankan untuk pihak Sendratari Roro Jonggrang lebih meningkatkan penjualan tiket berdasarkan hasil penelitian ini yaitu pihak Sendratari Roro Jonggrang bekerjasama dengan aplikasi Traveloka dalam menunjang

kelebihan pembelian via aplikasi Traveloka yang akan memberikan keuntungan bagi calon pembeli dalam aplikasi Traveloka. Penelitian ini menimbulkan pernyataan bahwa apabila pihak Sendratari Roro Jonggrang meningkatkan penjualan tiket melalui media aplikasi Traveloka maka keputusan berkunjung akan meningkat, sebaliknya jika pihak Sendratari Roro Jonggrang meningkatkan pembelian hanya melalui pembelian langsung atau *direct purchase* maka akan menimbulkan penurunan jumlah pengunjung. Pihak Sendratari Roro Jonggrang dapat memberikan kelebihan pembelian tiket melalui aplikasi Traveloka dengan contoh upaya mengadakan kupon promo tiket pertunjukan Sendratari Roro Jonggrang pada aplikasi Traveloka yang akan membedakan harga dengan pembelian secara langsung.

## DAFTAR PUSTAKA

### 1. Jurnal dan Buku

Agustiani, H. (2006). *Psikologi Perkembangan Pendekatan Ekologi Kaitanya dengan Konsep Diri dan Penyesuaian Diri pada Remaja*. Bandung: PT Refika Aditama.

Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : PT Rineka Cipta

Dini, Ayu. 2015. *Cerita Rakyat Nusantara*. Jakarta: Wahyu Media.

Fajar, Laksana, 2008. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu.

Hasan, Ali. 2013. *Tourism Marketing*. Yogyakarta: Centre For Academish Publishing Service.

Husein, Umar. 2002. *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Kesrul M, S.E, M.B.A. 2003. *Penyelenggaraan Operasi Perjalanan Wisata*. Jakarta: PT. Grasindo

Kusmayadi dan Sugiarto. 2000. *Metode Penelitian Dalam Bidang Kepariwisata*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Laughey, 2007. *Key Times In Media Theory*. New York: Open University.

Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Pitana dan Gayatri. 2009. *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: Andi Putra.

Prastito, Arif. 2004. *Cara Mudah Mengatasi Masalah Statistik dan Rancangan Percobaan dengan SPSS 12*. Jakarta: PT Elex Media Computindo

Santoso, M.M. 2016. *Statistik Hospitalitas*. Yogyakarta: Deepublish CV Budi Utama.

Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung:Alfabeta.

Sugiyono. 2011. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung:Alfabeta.

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, Panji. 2008. *Strategi Pemasaran, Edisi 3*. Yogyakarta: Andi.

A. Zeithaml, V. Parasuraman, A. and L. Berry L. 1985. “*Problems and Strategies in Services Marketing*”. *Jurnal of Marketing* Vol. 49. (Spring).

Dian Rizky. 2015. “*Pengaruh **Word Of Mouth** Terhadap Minat Berkunjung Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Berkunjung di Jawa Timur Park 2*” Vol.24 No.1 (<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/931>. Diakses pada 05 Februari 2020)

Margareta. 2015. “*Pengaruh Teknik **E-Ticketing** (Traveloka) Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Dalam Niat Pembelian Ulang Dan WOM*” Universitas Telkom. Vol. 3 No.1 ([:/MATERI%20KULIAH/SKRIPSI/JURNAL%20DAN%20LATAR%20BELAKANG%20DAN%20PENELITIAN%20TERDAHULU%20E%20TICKETING%20TRAVELOKA.pdf](http://MATERI%20KULIAH/SKRIPSI/JURNAL%20DAN%20LATAR%20BELAKANG%20DAN%20PENELITIAN%20TERDAHULU%20E%20TICKETING%20TRAVELOKA.pdf). Diakses 22 Januari 2020)

Penia Anggreini. 2016. *Tentang “Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian **Online** Melalui Traveloka.Com”* Vol.3 No.2

<https://libraryproceeding.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/2075>.  
[Diakses 03 Februari 2020](#))

## **2. Internet / Website resmi**

Borobudurpark.com. 2018. Sendratari Roro Jonggrang. Dalam <http://borobudurpark.com/saksikan-dramatari-legenda-ro-ro-jonggrang-di-prambanan/>.  
Diakses pada 02 Februari 2020

Guo, Frank. (2012). More Than Usability: The Four Elements Of User Experience, Part I. [online]. <http://www.uxmatters.com/mt/archives/2012/04/more-than-usability-the-four-elements-of-userexperience-part-i.php>. diakses pada 1 januari 2020.

## **3. Peraturan Pemerintah**

Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata, Sekretariat Negara. Jakarta § (2009). Indonesia.

Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 63 tahun 2004

## **4. Skripsi dan Thesis**

Sulardi. 2014. *Evaluasi Strategi Komunikasi Pemasaran Pementasan Sendratari Ramayana Ballet*. Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Novi Kristiani, 2019. *Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan di Ketep Pass Magelang*. Yogyakarta: Jurusan Hospitality Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.



# LAMPIRAN



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 : 0987/Q.AMPTA/II/2020  
Lampiran : 1 bendel  
Hal : Permohonan Penelitian

19 Februari 2020

Yth. Unit Sendratari Roro Jonggrang (PT TWC Borobudur Prambanan Ratu Boko)  
Jalan Pemukti Baru Ngupasan Kawasan Prambanan  
Kota Yogyakarta, DIY

Dengan Hormat,

Dengan ini kami mengajukan permohonan untuk melaksanakan Penelitian di Unit Sendratari Roro Jonggrang selama 1 bulan terhitung mulai tanggal 21 Februari 2020 sampai dengan tanggal 20 Maret 2020, bagi mahasiswa/i kami dari Jurusan Pariwisata :


Nama Mahasiswa : Debora Dinda Ayu  
No. Induk Mahasiswa : 516100562  
Semester : VIII

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

**Hubungan Antara Pembelian Tiket Melalui Traveloka dan Direct Purchase Terhadap Keputusan Berkunjung di Sendratari Roro Jonggrang (proposal penelitian terlampir).**

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

Hormat kami,

Ketua  
  
Drs. Prihatno, M.M.

Kuesioner Penelitian

NO	TRAVELOKA (X1)	SKALA PENILAIAN			
	KEGUNAAN	SS	S	KS	TS
1	Aplikasi Traveloka mendukung rencana perjalanan anda.				
2	Aplikasi Traveloka merupakan aplikasi utama yang saya gunakan saat berwisata.				
3	Saya mengetahui aplikasi Traveloka dari rekan atau keluarga sesama pengguna Traveloka				
	<b>NILAI</b>				
5	Fitur di aplikasi Traveloka mendukung rencana berkunjung dibanding Direct Purchase/Pembelian langsung.				
6	Fitur-fitur Traveloka mudah untuk digunakan				
	<b>KEMUDAHAN MENGAKSES</b>				
7	Kelengkapan unsur produk wisata dan produk lainnya dalam aplikasi Traveloka				
8	Kemudahan mengakses aplikasi dimanapun dan kapanpun				
	<b>KESUKAAN</b>				
9	Saya mendapatkan kemudahan dalam membeli tiket Sendratari Roro Jonggrang melalui Traveloka				
10	Saya mendapatkan kemudahan dalam membeli tiket Sendratari Roro Jonggrang melalui Direct Purchase/ Pembelian Langsung.				

NO	Direct Purchase (X1)	SKALA PENILAIAN			
	<b>TAMPILAN FISIK</b>	SS	S	KS	TS
1	Loket pembelian tiket Sendratari Roro Jonggrang menarik saya untuk melakukan pembelian langsung				
	<b>KEPERCAYAAN</b>				
2	Sumber informasi dari loket pembelian tiket langsung lebih terpercaya				
	<b>DAYA TANGGAP</b>				
3	Pelayanan di loket tiket lebih cepat dan efisien				
4	Kualitas pelayanan yang cepat tanggap				
	<b>JAMINAN</b>				
5	Saya mendapatkan jaminan dalam membeli tiket Sendratari Roro Jonggrang melalui pembelian langsung				
6	Saya mendapatkan kemudahan dalam membeli tiket Sendratari Roro Jonggrang melalui Direct Purchase/ Pembelian Langsung.				
	<b>KEPEDULIAN</b>				
7	Penyampaian informasi mengenai Sendratari Roro Jonggrang langsung dari pegawai lebih lengkap				
8	Kenyamanan dalam bertanya informasi seputar				







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

### HASIL UJI VALIDITAS X2 (DIRECT PURCHASE)

		Correlations								
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	DIRECT PUR
X2.1	Pearson Correlation	1	.186	.396*	.279	.081	.261	.312	.247	.594**
	Sig. (2-tailed)		.326	.031	.136	.670	.164	.094	.188	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.186	1	.396*	.279	.081	-.009	.312	.247	.536**
	Sig. (2-tailed)	.326		.031	.136	.670	.962	.094	.188	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.396*	.396*	1	.339	-.060	-.071	.397*	.464**	.605**
	Sig. (2-tailed)	.031	.031		.067	.751	.708	.030	.010	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	.279	.279	.339	1	.161	.205	.296	.627**	.691**
	Sig. (2-tailed)	.136	.136	.067		.395	.276	.113	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.5	Pearson Correlation	.081	.081	-.060	.161	1	.242	-.042	-.082	.368*
	Sig. (2-tailed)	.670	.670	.751	.395		.198	.827	.666	.045
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.6	Pearson Correlation	.261	-.009	-.071	.205	.242	1	.120	.327	.461*
	Sig. (2-tailed)	.164	.962	.708	.276	.198		.527	.077	.010
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.7	Pearson Correlation	.312	.312	.397*	.296	-.042	.120	1	.508**	.611**
	Sig. (2-tailed)	.094	.094	.030	.113	.827	.527		.004	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.8	Pearson Correlation	.247	.247	.464**	.627**	-.082	.327	.508**	1	.704**
	Sig. (2-tailed)	.188	.188	.010	.000	.666	.077	.004		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
DIRECT PUR	Pearson Correlation	.594**	.536**	.605**	.691**	.368*	.461*	.611**	.704**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.002	.000	.000	.045	.010	.000	.000	
	N	30	30	30	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).



## HASIL UJI VALIDITAS Y KEPUTUSAN BERKUNJUNG (JUMLAH PENGUNJUNG)

**Correlations**

		Y1.1	Y1.2
Jumat	Pearson Correlation	1	.780**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	30	30
Sabtu	Pearson Correlation	.780**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	30	30

## HASIL UJI RELIABILITAS X1 (USER EXPERIENCE)

### 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
.726	10

## HASIL UJI RELIABILITAS X2 (DIRECT PURCHASE)

### Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.731	9

## HASIL UJI RELIABILITAS Y (KEPUTUSAN BERKUNJUNG)

### Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.636	4

## HASIL UJI HOMOGENITAS

### Test of Homogeneity of Variances

		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
USER EX	Based on Mean	.093	2	76	.912
	Based on Median	.127	2	76	.881
	Based on Median and with adjusted df	.127	2	75.614	.881
	Based on trimmed mean	.080	2	76	.924
DIRECT PUR	Based on Mean	.511	2	76	.602
	Based on Median	.321	2	76	.726
	Based on Median and with adjusted df	.321	2	73.561	.726
	Based on trimmed mean	.478	2	76	.622

## HASIL UJI KORELASI

### Correlations

		traveloka	dir purc	jml pengunjung
trav eloc a	Pearson Correlation	1	-.134	.843**
	Sig. (2-tailed)		.236	.000
	N	83	80	80
dir purc	Pearson Correlation	-.134	1	-.143
	Sig. (2-tailed)	.236		.207
	N	80	80	80
jml pen gunj ung	Pearson Correlation	.843**	-.143	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.207	
	N	80	80	80

**Correlations**

		traveloka	dir purc	jml pengunjung
traveloka	Pearson Correlation	1	-.134	.843**
	Sig. (2-tailed)		.236	.000
	N	83	80	80
dir purc	Pearson Correlation	-.134	1	-.143
	Sig. (2-tailed)	.236		.207
	N	80	80	80
jml pengunjung	Pearson Correlation	.843**	-.143	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.207	
	N	80	80	80

## HASIL UJI VALIDITAS SPSS VARIABEL X1 (USER EXPERIENCE)

		Correlations									
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	USER EX
X1.1	Pearson Correlation	1	.261	.138	.277	.431*	.208	.167	.144	.000	.547**
	Sig. (2-tailed)		.164	.469	.138	.017	.270	.379	.447	1.000	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.261	1	.081	.096	.385*	.070	-.261	.045	-.064	.348
	Sig. (2-tailed)	.164		.672	.613	.036	.714	.164	.813	.737	.060
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.138	.081	1	.229	.038	.018	.138	.000	.421*	.402*
	Sig. (2-tailed)	.469	.672		.224	.842	.923	.469	1.000	.020	.028
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	.277	.096	.229	1	.318	-.066	.431*	.213	.302	.570**
	Sig. (2-tailed)	.138	.613	.224		.087	.730	.017	.258	.105	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	.431*	.385*	.038	.318	1	.428*	.277	.373*	.151	.703**
	Sig. (2-tailed)	.017	.036	.842	.087		.018	.138	.042	.426	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.6	Pearson Correlation	.208	.070	.018	-.066	.428*	1	.356	.463**	.073	.527**
	Sig. (2-tailed)	.270	.714	.923	.730	.018		.053	.010	.702	.003
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.7	Pearson Correlation	.167	-.261	.138	.431*	.277	.356	1	.289	.408*	.577**
	Sig. (2-tailed)	.379	.164	.469	.017	.138	.053		.122	.025	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.8	Pearson Correlation	.144	.045	.000	.213	.373*	.463**	.289	1	.424*	.614**
	Sig. (2-tailed)	.447	.813	1.000	.258	.042	.010	.122		.019	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.9	Pearson Correlation	.000	-.064	.421*	.302	.151	.073	.408*	.424*	1	.559**
	Sig. (2-tailed)	1.000	.737	.020	.105	.426	.702	.025	.019		.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
USER EX	Pearson Correlation	.547**	.348	.402*	.570**	.703**	.527**	.577**	.614**	.559**	1
	Sig. (2-tailed)	.002	.060	.028	.001	.000	.003	.001	.000	.001	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

NO	USIA	JENIS KELAMIN	PENDIDIKAN	PEKERJAAN	PENDAPATAN
1	35	LAKI-LAKI	SMA	BURUH	1,8 JT
2	25	PEREMPUAN	S1	WIRAUUSAHA	5 JT
3	25	PEREMPUAN	S1	PEGAWAI BANK	5-6 JT
4	25	PEREMPUAN	S1	MAHASISWA	1,5 JT
5	25	LAKI-LAKI	S1	CHEF	7 JT
6	21	PEREMPUAN	SMA	MAHASISWA	3 JT
7	17	PEREMPUAN	SMA	MAHASISWA	1 JT
8	23	PEREMPUAN	SMA	IBU RUMAH TANGGA	2 JT
9	32	LAKI-LAKI	S1	TIDAK BEKERJA	1,5 JT
10	32	LAKI-LAKI	S1	GURU	>3 JT
11	22	LAKI-LAKI	SMA	BARISTA	2,5 JT
12	32	LAKI-LAKI	S1	PNS	7 JT
13	27	LAKI-LAKI	S1	CHEF	15 JT
14	22	PEREMPUAN	SMA	PEGAWAI SWASTA	3 JT
15	23	LAKI-LAKI	SMK	PEGAWAI SWASTA	2 JT
16	20	LAKI-LAKI	SMA	MAHASISWA	1 JT
17	40	LAKI-LAKI	SMA	WIRAUUSAHA	10 JT
18	36	LAKI-LAKI	S1	GURU	3 JT
19	42	PEREMPUAN	S2	GURU	4 JT
20	44	LAKI-LAKI	S1	PENGUSAHA	10 JT
21	45	LAKI-LAKI	SLTA	PEGAWAI SWASTA	1,5 JT
22	40	PEREMPUAN	S2	GURU	4 JT
23	41	PEREMPUAN	S1	PNS	5 JT
24	46	PEREMPUAN	SMEA	PNS	4 JT
25	48	PEREMPUAN	S2	GURU	5 JT
26	36	LAKI-LAKI	S1	PNS	4 JT
27	38	PEREMPUAN	S1	GURU	3 JT
28	37	PEREMPUAN	S2	GURU	5 JT
29	40	PEREMPUAN	S1	GURU	4 JT
30	40	PEREMPUAN	SMU	IBU RUMAH TANGGA	3 JT
31	24	PEREMPUAN	S1	DOKTER	5 JT
32	63	LAKI-LAKI	S1	PENSIUNAN	2 JT
33	28	PEREMPUAN	S1	PEGAWAI SWASTA	2 JT
34	55	LAKI-LAKI	S1	PNS	3 JT
35	65	LAKI-LAKI	SMA	BURUH	1 JT
36	29	LAKI-LAKI	D3	GURU	2 JT
37	56	LAKI-LAKI	S1	GURU	4,8 JT
38	20	PEREMPUAN	SMA	IBU RUMAH TANGGA	3 JT
39	23	PEREMPUAN	SMA	MAHASISWA	2 JT
40	21	PEREMPUAN	D3	MAHASISWA	3 JT
41	17	LAKI-LAKI	SMA	PELAJAR	1,5 JT

42	24	LAKI-LAKI	D3	WIRASWASTA	4 JT
43	27	LAKI-LAKI	S1	PNS	1,8 JT
44	45	PEREMPUAN	S3	PNS	8 JT
45	64	PEREMPUAN	D3	GURU	5 JT
46	30	PEREMPUAN	S1	PEGAWAI SWASTA	2 JT
47	19	PEREMPUAN	SMA	MAHASISWA	2 JT
48	35	LAKI-LAKI	S1	PEGAWAI SWASTA	2 JT
49	33	LAKI-LAKI	S1	PEGAWAI SWASTA	2,5 JT
50	35	PEREMPUAN	D4	PEGAWAI SWASTA	3 JT
51	34	PEREMPUAN	S1	PEGAWAI SWASTA	3,5 JT
52	25	PEREMPUAN	S1	MAHASISWA	2 JT
53	55	PEREMPUAN	S1	GURU	3 JT
54	24	LAKI-LAKI	SMA	MAHASISWA	2,5 JT
55	32	LAKI-LAKI	SMA	WIRASWASTA	7 JT
56	44	PEREMPUAN	SMA	IBU RUMAH TANGGA	3 JT
57	20	PEREMPUAN	SMA	MAHASISWA	1,5 JT
58	19	PEREMPUAN	SMA	MAHASISWA	2 JT
59	33	LAKI-LAKI	S1	GURU	3 JT
60	40	PEREMPUAN	S1	GURU	2 JT
61	41	PEREMPUAN	S2	GURU	3 JT
62	22	LAKI-LAKI	SMA	MAHASISWA	2 JT
63	23	LAKI-LAKI	SMA	MAHASISWA	2 JT
64	18	PEREMPUAN	SMA	MAHASISWA	3 JT
65	19	PEREMPUAN	SMA	MAHASISWA	1,9 JT
66	34	PEREMPUAN	S1	GURU	3,5 JT
67	43	LAKI-LAKI	S1	GURU	2,5 JT
68	40	LAKI-LAKI	S2	DOSEN	4 JT
69	39	LAKI-LAKI	SMA	WIRASWASTA	8 JT
70	25	LAKI-LAKI	SMA	MAHASISWA	2 JT
71	23	PEREMPUAN	SMA	MAHASISWA	2 JT
72	22	PEREMPUAN	SMA	MAHASISWA	2,5 JT
73	50	LAKI-LAKI	S1	PENGUSAHA	10 JT
74	39	LAKI-LAKI	S1	PEGAWAI SWASTA	3 JT
75	37	PEREMPUAN	S1	IBU RUMAH TANGGA	3,5 JT
76	34	PEREMPUAN	S1	PEGAWAI SWASTA	4 JT
77	60	LAKI-LAKI	SMA	PENSIUNAN	2 JT
78	23	PEREMPUAN	SMA	MAHASISWA	3 JT
79	29	PEREMPUAN	S1	GURU	2,5 JT
80	30	LAKI-LAKI	S1	WIRUSAHA	7 JT

		KHUSUS	I	II	
2	SEMARANG	0	0	420	420
3	MALANG	0	0	0	0
4	MAGELANG	13	33	0	46
5	JAKARTA	0	0	0	0
6	KENDAL	0	10	360	370
7	SALATIGA	80	5	0	85
8	MEDAN	14	36	44	94
9	YOGYAKARTA	25	114	460	599
<b>JML</b>		<b>132</b>	<b>198</b>	<b>1284</b>	<b>1614</b>

**AGUSTUS**

NO	ASAL DAERAH	KELAS			JML
		KHUSUS	I	II	
1	SEMARANG	0	0	0	0
2	MALANG	0	0	0	0
3	MAGELANG	3	5	0	8
4	JAKARTA	2	0	0	2
5	KLATEN	0	0	0	0
6	SURABAYA	0	0	0	0
7	MADIUN	0	84	0	84
8	YOGYAKARTA	18	88	17	123
<b>JML</b>		<b>23</b>	<b>177</b>	<b>17</b>	<b>217</b>

**SEPTEMBER**

NO	ASAL DAERAH	KELAS			JML
		KHUSUS	I	II	
1	SEMARANG	0	77	448	525
2	KUDUS	0	50	0	50
3	MAGELANG	29	0	0	29
4	JAKARTA	0	123	0	123
5	SALATIGA	0	0	262	262
6	CILACAP	0	0	110	110
7	CIANJUR	0	0	0	0
8	YOGYAKARTA	0	35	270	305
<b>JML</b>		<b>29</b>	<b>285</b>	<b>1090</b>	<b>1404</b>

**OKTOBER**

NO	ASAL DAERAH	KELAS			JML
		KHUSUS	I	II	
1	SEMARANG	0	32	417	449
2	SERANG	0	0	305	305

3	MAGELANG	19	0	0	19
4	WONOGIRI	0	0	110	110
5	KEBUMEN	0	0	450	450
6	SURABAYA	0	14	2	16
7	CILACAP	0	10	325	335
8	YOGYAKARTA	0	200	1161	1361
<b>JML</b>		<b>19</b>	<b>256</b>	<b>2770</b>	<b>3045</b>

**November**

NO	ASAL DAERAH	KELAS			JML
		KHUSUS	I	II	
1	SEMARANG	0	35	699	734
2	JAKARTA	41	212	203	456
3	MAGELANG	0	9	0	9
4	CIBUBUR	0	0	190	190
5	KEBUMEN	0	0	206	206
6	BANDUNG	0	12	0	12
7	KLTM	0	20	0	20
	PURWOKERTO	0	39	0	
8	YOGYAKARTA	20	53	443	516
<b>JML</b>		<b>61</b>	<b>380</b>	<b>1741</b>	<b>2143</b>

**Desember**




 NAMA PEMBIMBING I : Drs. Santosa

 NAMA PEMBIMBING II : HARY HERMAN

 NAMA MAHASISWA : DEBOZA DHORA AYEL

 NO. MAHASISWA : 516100562

 JUDUL PENELITIAN : Pengaruh Aplikasi Traveloka Terhadap  
minat berkunjung wisatawan di  
sendratani POTO Jongsrang.

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
	8/2 2020	Suprelan Tiket	
		Melahan TL	
		Revisi Meseis	
		Akuar TL	
		Melahan TL	
		Mendatriman	
		Si ben leg meso	
		Si ben leg TL	
		Konsumen Mando	
		Hygiene dan	
		Hygiene di Sumahan	
		Kerangka Padi	
		alat melon	

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
I	27/1-2020	Penulisan latar belakang dan Bab II	
II	3/2-2020	Revisi Bab I dan Bab II	
III	4/2-2020	tentang penulisan Referensi	
IV	15/2-2020	-Penulisan diperbaiki sesuai petunjuk di dalam teks	
V	15/2-2020	- ACC	



NAMA MAHASISWA :

NO. MAHASISWA :

JUDUL PENELITIAN :

NAMA PEMBIMBING I :

DRS. Santosa

NAMA PEMBIMBING II :

Hardy Hermonah

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
		Review ~ sintesis	
		Uraian & Analisis Kuesioner	
		ACC dengan	
	19/2/2020	Catatan Sumban dan 18/1/20	
		2) Berikan ke 2/2	
	24/2/2020	Analisis & diskusi	
		diskusi	
		berdiskusi	
		penelitian dan	
		kesimpulan	

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
	19/08/20	Revisi Bab I	
	23/08/20	Revisi Pembahasan Bab IV	
	25/08/20	Revisi dan tabel di Revisi	
	03/08/20	Revisi penulisan	
	07/08/20	ACC	

