

# PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN DAN DAYA TARIK WISATA TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DI MUSEUM TROWULAN MOJOKERTO

*By* Sri Dewi Utri

## PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN DAN DAYA TARIK WISATA TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DI MUSEUM TROWULAN MOJOKERTO

SRI DWI UTARI

Dosen Akpar Ma<sup>30</sup>ahit

E-mail: angel.tarie@yahoo.com

### Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari Promosi (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan Daya Tarik Wisata (X3) terhadap Kepuasan Wisatawan di Museum Trowulan Mojokerto (Y). Dalam penelitian ini sampel dikumpulkan dari 60 orang responden. Diambil secara accidental dari populasi yang datanya tidak diketahui. Kemudian dilakukan analisis data berupa analisa kuantitatif meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji hipotesis dengan uji <sup>10</sup> dan uji F serta uji analisis koefisien determinasi (R<sup>2</sup>). Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis <sup>38</sup> regresi linier berganda melalui SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Promosi <sup>37</sup> berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan wisatawan, (2) Kualitas Pelayanan <sup>5</sup> berpengaruh secara positif tetapi tidak signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan, (3) Daya Tarik Wisata berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

**Kata Kunci :** Promosi, Kualitas Pelayanan, Daya Tarik Wisata

### ABSTRACT

<sup>36</sup> This research is conducted to find out the influence of Promotion (X1), Service Quality (X2), and Tourism Attraction (X3) on Tourist's satisfaction level at Trowulan Museum Mojokerto (Y).

In this research, sample is taken from 60 respondents, which is taken from unknown population randomly. Then, the data is analyzed using Quantitative Analysis which includes Validity Test, Reliability Test, Hypothesis Test with T & F Test, and Coefficient Determinant Analysis Test (R<sup>2</sup>). Data Analysis methods that is used in this research uses Double Linear Regression Analysis through SPSS.

The result shows that (1) Promotion affects positively and significant to Tourist Satisfaction level, (2) Service Quality affects positively, but is not significant to Tourist Satisfaction level, (3) Tourism Attraction affects positively and is significant to Tourist Satisfaction level.

**Keywords :** Promotion, Service Quality, Tourism Attraction

## PENDAHULUAN

Keunggulan suatu objek wisata dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain, kualitas objek wisata yang bersangkutan dan kualitas layanan pendukungnya. Tingkat pelayanan yang baik dimata pengunjung secara tidak langsung mampu melahirkan aktifitas promosi yaitu saat pengunjung mengalami kepuasan dalam kunjungan suatu objek wisata tertentu maka pengunjung tersebut akan merekomendasikan kepada orang lain. Hal seperti ini tentu bermanfaat bagi pengelola wisata, karena mendapatkan tambahan pengunjung dengan bantuan promosi dari pengunjung sebelumnya.

Keputusan wisatawan untuk mengunjungi suatu objek wisata tertentu bukan semata-mata berdasarkan informasi yang diterima, tetapi juga dipengaruhi oleh pengetahuan konsumen tentang kualitas pelayanan dan nilai lebih lain yang dimiliki oleh objek wisata tersebut. Kualitas pelayanan yang baik, yang bisa tersampaikan ke wisatawan, maka dimata wisatawan akan menciptakan image yang baik pula sehingga nilai positifnya wisatawan akan merasa puas dan hal ini akan mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung lagi atau merekomendasikannya ke orang lain.

Pada umumnya masyarakat masih memandang bahwa museum adalah sebuah tempat tata lembaga yang bernuansa statis, kuno dan hanya tentang hal hal atau benda-benda masa lampau. Bangunan museum biasanya identik dengan bangunan yang menyeramkan, suasana sunyi dan kondisi bangunan yang seadanya dan kurang terawat. Kondisi demikian menyebabkan kurangnya minat pengunjung baru, serta menyebabkan kejenuhan terhadap kunjungan yang hanya melihat barang itu-itu saja. Padahal fungsi museum sebenarnya bukan hanya tentang mengurus benda purbakala saja tetapi museum juga sebagai sarana untuk memperkenalkan proses perkembangan sosial budaya dari suatu lingkungan kepada masyarakat. Selain itu juga masyarakat bisa menggunakan museum sebagai tempat rekreasi dan sarana belajar guna menambah ilmu pengetahuan khususnya tentang sejarah.

Museum Trowulan adalah salah satu museum arkeolog di indonesia yang terletak di desa Trowulan, kecamatan Trowulan, Kabupaten Mojokerto, Jawa Timur. Keberadaanya sampai saat ini masih tetap dipertahankan. Museum Trowulan ini terletak di bekas pusat ibu kota Kerajaan Majapahit sehingga di sekitar museum banyak terdapat peninggalan lainnya seperti Segaran, Candi Minak Jinggo dan situs bersejarah lainnya. Selain sebagai objek wisata, museum Trowulan merupakan sebagai bukti sejarah penting tentang keberadaan kerajaan Majapahit. Museum Trowulan memiliki koleksi benda purbakala dengan jumlah dan jenis yang banyak. Seharusnya hal ini bisa menjadi salah satu faktor dan daya tarik wisata bagi pengunjung. Namun selama ini masyarakat kurang memaksimalkan fungsi dari museum Trowulan yang menyajikan informasi dan pengetahuan masa lalu. Beberapa pengunjung yang datang bahkan tidak memiliki tujuan yang jelas mengapa datang ke museum, selain hanya untuk berwisata dan melihat-lihat benda koleksi tanpa kesan apa-apa..

Museum Trowulan adalah salah satu objek wisata yang bersifat edukasi namun jumlah kunjungan ke tempat ini kurang maksimal. Hal ini dikarenakan karena kurangnya motivasi dalam berkunjung ke objek wisata tersebut. Kurangnya promosi wisata juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat kunjungan di obyek wisata ini. Kurangnya minat kunjungan wisata

masyarakat adalah karena kurangnya tingkat informasi yang diberikan sehingga masyarakat tidak familiar dan kurang tertarik untuk berkunjung dan menikmati objek wisata di museum Trowulan.

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan, penulis tertarik untuk mengetahui sejauh mana pengaruh promosi, kualitas pelayanan dan keanekaragaman benda koleksi di museum Trowulan melalui penelitian dengan judul “Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan dan Daya Tarik Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan di Museum Trowulan Mojokerto”.

22

### **RUMUSAN MASALAH**

Adapun perumusan masalah dari latar belakang masalah adalah sebagai berikut :

- 1 Apakah ada pengaruh promosi terhadap kepuasan wisatawan di museum Trowulan Mojokerto
- 2 Apakah ada pengaruh pelayanan terhadap kepuasan wisatawan di Museum Trowulan Mojokerto
- 3 Apakah ada pengaruh daya tarik wisata terhadap kepuasan wisatawan di museum Trowulan Mojokerto
- 4 Apakah ada pengaruh promosi, kualitas pelayanan dan daya tarik wisata terhadap kepuasan pengunjung di Museum Trowulan Mojokerto

### **TUJUAN PENELITIAN**

- 1 Menganalisis dan menjelaskan adanya pengaruh promosi terhadap kepuasan wisatawan di museum trowulan mojokerto.
- 2 Menganalisis dan menjelaskan adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan di museum Trowulan Mojokerto.
- 3 Menganalisis dan menjelaskan adanya pengaruh daya tarik wisata terhadap kepuasan pengunjung wisatawan di museum trowulan mojokerto
- 4 Menganalisis dan menjelaskan adanya pengaruh promosi, kualitas pelayanan dan daya tarik wisata terhadap kepuasan wisatawan di Museum Trowulan.

### **KAJIAN TEORITIS**

#### **MUSEUM**

Museum adalah lembaga yang diperuntukkan bagi masyarakat umum yang berfungsi untuk mengumpulkan, menjaga dan merawat, serta menyajikan dan melestarikan warisan budaya masyarakat untuk tujuan studi, penelitian serta kesenangan atau hiburan. Menurut kamus besar bahasa indonesia (1990) museum adalah gedung yang digunakan sebagai tempat untuk pameran tetap benda-benda yang patut mendapat perhatian umum seperti peninggalan sejarah, seni, ilmu dan barang kuno. Berdasarkan dari definisi diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa museum sebagai tempat preventif dan meneliti koleksi yang mereka miliki dan kemudian diinformasikan kepada masyarakat. Keberadaan museum merupakan sesuatu yang tidak dapat dipisahkan dalam proses pembelajaran tentang hal yang berkaitan dengan sejarah perkembangan manusia, budaya dan lingkungannya.

3

### PROMOSI

Promosi merupakan kegiatan yang terpenting dan berperan aktif dalam memperkenalkan, memberitahukan dan meningkatkan manfaat suatu produk agar mendorong konsumen untuk membeli produk yang dipromosikan tersebut. Untuk mengadakan promosi, perusahaan sebelumnya harus menentukan dengan tepat dan cermat alat media apa yang akan digunakan dan dengan strategi promosi yang seperti apa agar dapat tercapai keberhasilan dalam penjualan

Menurut (Amstrong, 2014) menjelaskan dimensi-dimensi dari promosi, yaitu :

- 1 Penjualan Tatap Muka (Personal selling) adalah komunikasi langsung antara penjual dengan calon pembeli yang potensial dan cara memberikan informasi tentang suatu produk atau jasa, kemudian membentuk suatu pemahaman pelanggan terhadap produk atau jasa sehingga mereka akan tertarik untuk mencoba atau membelinya
- 2 Periklanan (Advertising) adalah bentuk komunikasi yang dilakukan pemasar untuk menginformasikan, dan membujuk pasar dan target pasaran.
- 3 Sales Promotion adalah insentif jangka panjang yang ditawarkan kepada pelanggan ataupun masyarakat dan perantara untuk merangsang datangnya pembelian produk tersebut.
- 4 Public Relations adalah usaha atau upaya untuk menarik perhatian yang positif dari masyarakat terhadap perusahaan tersebut serta produk-produknya dengan adanya berita baru, konferensi pers di event-event tertentu, melaksanakan kegiatan-kegiatan yang dapat menarik perhatian para masyarakat.
- 5 Direct Marketing adalah suatu bentuk promosi secara langsung dengan cara memasarkan produk atau barang agar mendapatkan reaksi secara langsung dari konsumen. Pemasaran langsung bukan berarti harus face to face tetapi lebih kepada pemasaran yang ditujukan secara langsung kepada konsumen tertentu.

### KUALITAS PELAYANAN

Pelayanan merupakan tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik. Lupiyadi (2007), menjelaskan bahwa pelayanan yang baik akan menciptakan loyalitas pelanggan yang semakin melekat erat dan pelanggan tidak berpaling pada perusahaan lain. Terdapat lima kelompok karakteristik yang digunakan konsumen untuk mengevaluasi kualitas jasa yaitu:

- 1 Tangibles atau bukti fisik yaitu kemampuan suatu penyelenggara jasa dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal.
- 2 Reliability atau keandalan yaitu kemampuan penyelenggara jasa untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
- 3 Responsiveness atau ketanggapan yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.

- 4 Assurance atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan para penyelenggara jasa untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan pada perusahaan. Empathy yaitu memberikan perhatian yang bersifat individual atau pribadi dan diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginannya.

### DAYA TARIK WISATA

Menurut Undang-undang Republik Indonesia No 10 tahun 2009, daya tarik wisata adalah sebagai segala sesuatu yang mempunyai keunikan, kemudahan dan nilai yang berwujud keanekaragaman, kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan para wisatawan. Definisi lain dari daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang menjadi daya tarik wisatawan untuk mengunjungi suatu daerah tertentu (Yoeti, 2006). Yoety berpendapat bahwa berhasilnya suatu tempat wisata hingga tercapainya suatu kawasan wisata sangat tergantung pada 4 A yaitu :

#### 1 Attraction

Atraksi dapat menentukan pilihan konsumen dan mempengaruhi motivasi para wisatawan untuk datang berkunjung. Atraksi ini terdiri dari atraksi wisata alam, atraksi adalah produk utama dalam sebuah destinasi wisata.

#### 2 Accesibility

Adalah sarana dan infrastruktur yang sudah disediakan untuk menuju tempat wisata. Contohnya infrastruktur, jalan, bandara, pelabuhan, faktor operasional seperti jalur atau rute, harga yang dikenakan dan peraturan pemerintah yang meliputi pengawasan terhadap pelaksanaan peraturan transportasi.

#### 3 Amenity

adalah tersedianya fasilitas pendukung disekitar tempat wisata. Amenitas berkaitan dengan akomodasi untuk menginap, restoran, tersedianya toilet umum, sarana ibadah atau yang lain.

#### 4 Ancillary Service

adalah sebuah organisasi kepariwisataan yang dibutuhkan untuk pelayanan wisata. Organisasi ini mendukung kepariwisataan sehingga kegiatan kepariwisataan bisa tercapai dengan baik.

### KEPUASAN WISATAWAN

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2007) yang dikutip dari buku Manajemen Pemasaran mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

### METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif Kuantitatif karena penelitian ini mempunyai tujuan untuk memperoleh jawaban yang terkait pendapat, tanggapan dan persepsi seseorang sehingga pembahasannya harus jelas. penelitian deskriptif berusaha untuk menuturkan pemecahan masalah yang ada berdasarkan data-data dengan jenis metode ini akan didapatkan hasil

penelitian yang berdasarkan data-data yang ada. Tempat penelitian adalah di museum Trowulan. Letaknya di pendopo Agung, Kecamatan Trowulan, Kabupaten Mojokerto, Provinsi Jawa Timur. Durasi waktu penelitian adalah bulan Maret 2017 sampai September 2017. Objek populasi yang dalam penelitian ini adalah semua pengunjung yang mengunjungi Museum Trowulan Mojokerto. Sampel yang digunakan adalah sebesar 60 Responden menggunakan teknik accidental sampling yaitu teknik dimana subjek dipilih karena aksesibilitas nyaman dan kedekatan mereka kepada peneliti.

27

### TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Teknik pengumpulan data dengan cara :

- 1 Metode observasi yaitu suatu metode penelitian yang dijalankan secara sistematis dengan sengaja, diadakan dengan menggunakan alat indera sebagai alat untuk menangkap secara langsung kejadian-kejadian pada waktu peristiwa terjadi. Observasi dilakukan dengan cara mengamati secara langsung maupun tidak tentang hal-hal yang diamati, kemudian mencatatnya pada alat observasi.
- 2 Kuesioner merupakan alat teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden (Iskandar, 2008)
- 3 Metode wawancara atau interview mencakup cara yang dipergunakan kalau seseorang mempunyai tujuan untuk tugas tertentu, mencoba mendapatkan keterangan atau pendirian secara lisan dari seorang responden, dengan bercakap-cakap, berhadapan muka dengan orang lain. Pengambilan waktu yang tepat kepada para pengunjung adalah hal yang penting untuk menghindari rasa ketidaknyamanan yang ditimbulkan kepada para pengunjung.

### UJI KELAYAKAN INSTRUMEN

10 Uji Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kesahihan suatu tes. Suatu tes dikatakan valid apabila tes tersebut mengukur apa yang hendak diukur. Tes memiliki validitas yang tinggi apabila hasilnya sesuai dengan kriteria dalam arti memiliki kesejajaran antara tes dan kriteria. Ghazali (2009) menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

### UJI RELIABILITAS

Reliabilitas tes merupakan tingkat konsistensi suatu tes, yakni sejauh mana suatu tes dapat dipercaya untuk menghasilkan skor yang relatif dan tidak berubah walaupun diteskan pada situasi yang berbeda-beda. Menurut Sujarweni (2014) reliabilitas atau keandalan adalah merupakan suatu ukuran kestabilan dan konsistensi dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pernyataan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam bentuk kuesioner.

## 8 TEKNIK ANALISIS DATA

### Analisis regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda digunakan untuk memodelkan hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen dengan jumlah variabel independent lebih dari satu. Rumusnya adalah sebagai berikut :

$$Y' = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \dots + b_n X_n + e$$

Keterangan :

Y'	: Variabel dependen (Nilai yang diprediksikan)
X1 dan X2	: Variabel Independen
a	: Konstanta (Nilai Y apabila X1, X2.....Xn = 0)
b	: Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

### Koefisien $\beta$ Standardized

Digunakan untuk menentukan pengaruh variabel independent mana yang berpengaruh paling besar terhadap variabel dependen

### Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Analisa koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar perubahan atau variabel bisa dijelaskan oleh perubahan atau variasi pada variabel yang lain atau dengan kata lain seberapa besar kemampuan variabel bebas untuk berkontribusi terhadap variabel tetapnya dalam satuan persentase dengan rumusnya adalah :

$$R^2 = \frac{(b_1 \sum x_1 y + b_2 \sum x_2 y + b_3 \sum x_3 y + b_4 \sum x_4 y)}{\sum y^2}$$

Keterangan :

$b_1, b_2, b_3, b_4$  = koefisien regresi  $x_1, x_2, x_3, x_4$   
dimana  $R^2$  terletak diantara 0 dan  $1, 0 < R^2$

Bila  $R^2 = 1$ : berarti variabel independent memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependent.

Bila  $R^2 = 0$ : berarti kemampuan variabel independent memberikan menjelaskan variabel dependent amat terbatas.

### 24 Uji t

Dalam penelitian ini, uji t digunakan untuk menguji signifikan antara variabel X dan Y. Apakah variabel X1, X2, X3, (promosi, kualitas pelayanan dan daya tarik wisata) benar-benar berpengaruh terhadap variabel Y (kepuasan wisatawan) secara terpisah atau parsial.



## Uji F

Uji-F dapat digunakan untuk mengevaluasi pengaruh semua variabel independent terhadap variabel dependent, uji- f statistic dalam regresi linear berganda dapat digunakan untuk menguji signifikansi koefisien determinasi  $R^2$ . Nilai f statistic dengan demikian dapat digunakan untuk mengevaluasi hipotesis bahwa apakah tidak ada variabel independent yang menjelaskan variasi Y disekitar nilai rata-ratanya dengan derajat kepercayaan k-1 dan n-k tertentu.

Dasar pengambilan keputusan:

- Jika probabilitas (signifikansi)  $> 0,05$  ( $\alpha$ ) atau F hitung  $< F$  tabel berarti hipotesis tidak terbukti maka  $H_0$  diterima  $H_a$  ditolak bila dilakukan secara simultan.
- Jika probabilitas (signifikansi)  $< 0,05$  ( $\alpha$ ) atau F hitung  $> F$  tabel berarti hipotesis terbukti maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima bila dilakukan secara simultan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Deskripsi Responden

Dari hasil kuesioner yang disebar, diperoleh data responden sebagai berikut:

Tabel 1.

Jenis Kelamin		Usia			Pendidikan			Kunjungan		KTP		Status			
L	P	Usia > 20 th	Usia 20-40	Usia < 40 th	SD	SMP	SMA	SL	1 kali	> 1 kali	Mojokerto	Luar Mojokerto	Pelajar/Mahasiswa	Karyawan	Wirusaha
25	35	30	26	4	0	4	36	18	30	30	48	12	25	23	12

### Hasil Uji Validitas

Hasil SPSS untuk uji validitas yang di jabarkan dalam tabel berikut :

Tabel 2

No	Pernyataan	Hasil Analisis	Data	Kategori
1	Pernyataan 1	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,460 0,000	Valid
2	Pernyataan 2	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,565 0,000	Valid
3	Pernyataan 3	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,566 0,000	Valid
4	Pernyataan 4	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,458 0,000	Valid
5	Pernyataan 5	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,523 0,000	Valid
6	Pernyataan 6	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,686 0,000	Valid
7	Pernyataan 7	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,633 0,000	Valid
8	Pernyataan 8	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,627 0,000	Valid
9	Pernyataan 9	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,617 0,000	Valid
10	Pernyataan 10	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,452 0,000	Valid
11	Pernyataan 11	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,691 0,000	Valid
12	Pernyataan 12	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,463 0,000	Valid
13	Pernyataan 13	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,556 0,000	Valid
14	Pernyataan 14	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,600 0,000	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah (2017)

Tabel 3

Uji Validitas Pernyataan Variabel Kualitas Pelayanan

No	Pernyataan	Hasil Analisis	Data	Kategori
1	Pernyataan 1	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,589 0,000	Valid
2	Pernyataan 2	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,799 0,000	Valid
3	Pernyataan 3	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,726 0,000	Valid
4	Pernyataan 4	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,723 0,000	Valid
5	Pernyataan 5	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,508 0,000	Valid
6	Pernyataan 6	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,646 0,000	Valid
7	Pernyataan 7	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,729 0,000	Valid
8	Pernyataan 8	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,619 0,000	Valid
9	Pernyataan 9	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,592 0,000	Valid
10	Pernyataan 10	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,564 0,000	Valid
11	Pernyataan 11	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,644 0,000	Valid
12	Pernyataan 12	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,691 0,000	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah (2017)

Tabel 4

Uji Validitas Pernyataan Variabel Daya Tarik Wisata

No	Pernyataan	Hasil Analisis	Data	Kategori
1	Pernyataan 1	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,381 0,000	Valid
2	Pernyataan 2	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,667 0,000	Valid
3	Pernyataan 3	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,343 0,007	Valid
4	Pernyataan 4	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,441 0,000	Valid
5	Pernyataan 5	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,497 0,000	Valid
6	Pernyataan 6	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,640 0,000	Valid
7	Pernyataan 7	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,497 0,000	Valid
8	Pernyataan 8	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,538 0,000	Valid
9	Pernyataan 9	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,604 0,000	Valid
10	Pernyataan 10	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,591 0,000	Valid
11	Pernyataan 11	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,478 0,000	Valid
12	Pernyataan 12	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,636 0,000	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah (2017)

Tabel 5

**Uji Validitas Pernyataan Variabel Kepuasan Wisatawan**

No	Pernyataan	Hasil Analisis	Data	Kategori
1	Pernyataan 1	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,602 0,000	Valid
2	Pernyataan 2	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,756 0,000	Valid
3	Pernyataan 3	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,435 0,000	Valid
4	Pernyataan 4	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,493 0,000	Valid
5	Pernyataan 5	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,613 0,000	Valid
6	Pernyataan 6	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,541 0,000	Valid
7	Pernyataan 7	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,660 0,000	Valid
8	Pernyataan 8	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,601 0,000	Valid
9	Pernyataan 9	Pearson Correlation Sig (2-tailed)	0,689 0,000	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah (2017)

Dari hasil uji validitas skor pernyataan terhadap variabel promosi, kualitas pelayanan, daya tarik wisata dan variabel kepuasan menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan memiliki signifikansi atau Sig (2-tailed) dibawah 0.05, hal ini menunjukkan bahwa semua pernyataan valid untuk variabel promosi, pelayanan, daya tarik wisata dan variabel kepuasan wisatawan.

#### Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 6

**Uji Reliabilitas Skor Pernyataan**

No	Pernyataan	Alpha Cronbach	Persyaratan	Kriteria
1	Pernyataan Variabel Promosi	0,835	>0,60	Reliable
2	Pernyataan Variabel Kualitas Pelayanan	0,878	>0,60	Reliable
3	Pernyataan Variabel Daya Tarik Wisata	0,754	>0,60	Reliable
4	Pernyataan Variabel Kepuasan Wisata	0,777	>0,60	Reliable

Sumber : Data Primer yang diolah (2017)

Dari hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa Koefisien Alpha Cronbach lebih besar dari 0,60 artinya bahwa kuesioner adalah reliable atau dapat diandalkan dan jawaban responden terhadap pernyataan adalah konsisten dari waktu ke waktu.

33

#### Hasil Analisis Data

##### Regresi Berganda

Hasil regresi linear berganda ditunjukkan dalam tabel dibawah ini :

Tabel 7

## Hasil Regresi Linear Berganda

Model	Unstand ardized	Coefficient s	Standardize d Coefficient s	t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.947	2.410		.393	.696
X <sub>1</sub> Promosi	.287	.063	.447	4.552	.000
X <sub>2</sub> Kualitas Pelayanan	.130	.083	.201	1.569	.122
X <sub>3</sub> Daya Tarik Wisata	.258	.113	.290	2.280	.029

Dependent Variabel : Kepuasan konsumen

Hasil regresi menunjukkan bahwa promosi (X1) memiliki koefisien positif sebesar 0,447. Hal ini menunjukkan semakin berkualitas sebuah promosi akan semakin meningkatkan kepuasan wisatawan.

Hasil regresi menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X2) memiliki koefisien positif sebesar 0,201 . Hal ini menunjukkan semakin berkualitas pelayanan akan semakin meningkatkan kepuasan wisatawan

Hasil regresi menunjukkan bahwa daya tarik wisata (X3) memiliki koefisien positif sebesar 0,290 artinya semakin berkualitas daya tarik wisata akan meningkatkan kepuasan wisatawan. Semua variabel bebas (independent) dalam penelitian ini, yaitu Promosi (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Daya Tarik Wisata (X3) menunjukkan hubungan positif

### Uji Model

Hasil analisis menggunakan SPSS diperoleh nilai koefisien determinasi sebagai berikut :

Tabel 8

## Ringkasan Model

Model	R	R Squares	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.831 <sup>a</sup>	.691	.674	2,6442

Predictors (Constant), Daya Tarik Wisata (X<sub>3</sub>), Promosi (X<sub>1</sub>), Pelayanan (X<sub>2</sub>)

32

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa hasil perhitungan koefisien determinasi (Adjusted R Square) sebesar 0.674 yang berarti bahwa 67,4% kepuasan wisatawan dapat dijelaskan oleh pengaruh dari variabel independent yaitu Promosi (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan Daya Tarik Wisata (X3), sedangkan sisanya sebesar 32,6% disebabkan karena variabel lain yang tidak diajukan atau dijelaskan dalam model penelitian ini. Nilai ketiga variabel lebih dari 50% sehingga model yang memadukan tiga variabel promosi, kualitas pelayanan dan daya tarik wisata sebagai variabel yang mempengaruhi kepuasan wisatawan dapat dikatakan cukup baik.

## Uji Hipotesis

### Uji t

#### 1 Pengajuan hipotesis pertama

Hipotesis pertama menguji pengaruh promosi terhadap kepuasan wisatawan. Diperoleh nilai koefisien beta positif sebesar 0,447 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 hal ini menunjukkan bahwa hipotesis pertama diterima. Artinya ada pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Museum Trowulan Mojokerto. Dapat dikatakan pula bahwa Promosi (X1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan (Y).

#### 2 Pengajuan hipotesis kedua

Hipotesis kedua menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan. Diperoleh nilai koefisien beta positif sebesar 0,201 dan nilai signifikansi sebesar 0,122. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis kedua ditolak. Artinya ada pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Museum Trowulan Mojokerto. Dapat dikatakan pula bahwa Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh secara positif tapi tidak signifikan terhadap kepuasan wisatawan (Y).

#### 3 Pengajuan hipotesis ketiga

Hipotesis ketiga menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan. Diperoleh nilai koefisien beta positif sebesar 0,113 dan nilai signifikansi sebesar 0,026 hal ini menunjukkan bahwa hipotesis ketiga diterima/ditolak. Artinya ada pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Museum Trowulan Mojokerto. Dapat dikatakan pula bahwa Daya Tarik Wisata (X3) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan (Y).

### Uji f

Analisis selanjutnya adalah analisis untuk mengetahui apakah ada pengaruh variabel bebas secara bersama-sama, yaitu antara Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen. Hal tersebut dapat kita lihat pada tabel 4.19, yaitu pada tabel ANOVA di bawah ini :

#### ANNOVA

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
1 Regression	875.381	3	291.794	41.732	,000 <sup>b</sup>
Residual	391.553	56	6.992		
Total	1266.933	59			

Dependent variabel : Kepuasan Wisatawan

Predictors : (constant), Daya Tarik Wisata, Promosi, Kualitas pelayanan

Pada Tabel dari persamaan yang menggunakan semua variabel bebas, yaitu promosi (X1), kualitas pelayanan (X2) dan daya tarik wisata (X3) didapatkan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  yang berarti memang terdapat pengaruh secara bersama-sama antara promosi, kualitas pelayanan dan daya tarik wisata terhadap kepuasan wisatawan. Variabel promosi (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan Daya Tarik Wisata (X3) secara bersama-sama merupakan variabel yang baik dan tepat untuk mengukur perubahan dalam variabel Kepuasan wisatawan (Y).

## SIMPULAN

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut :

- 1 Promosi berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan di Museum Trowulan Mojokerto, semakin bagus promosi yang diberikan semakin meningkat pula kepuasan Wisatawan
- 2 Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan di Museum Trowulan Mojokerto, semakin baik kualitas pelayanan maka semakin meningkat pula kepuasan wisatawan
- 3 Daya tarik wisata berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan di Museum Trowulan Mojokerto, semakin baik daya tarik wisata yang ditawarkan maka semakin meningkat pula tingkat kepuasan wisatawan.
- 4 Promosi, kualitas pelayanan dan daya tarik wisata berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan wisatawan di Museum Trowulan Mojokerto dan yang memberikan pengaruh yang paling besar adalah promosi, kemudian diikuti dengan daya tarik wisata dan kualitas pelayanan.

## DAFTAR RUJUKAN

- 17 Ghozali, Imam. 2009. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, Edisi Keempat, Penerbit Universitas Diponegoro
- 23 Iskandar. 2008. Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial (Kuantitatif dan Kualitatif). Jakarta: GP Press
- Kotler, Philip, Armstrong, Garry. 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2007. Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1. Jakarta: Indeks-Prentice Hall
- 31 Kamus Besar Bahasa Indonesia. 1996. Jakarta: Balai Pustaka.
- 5 Lupiyadi, Rambat. 2001. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta : Salemba
- 18 EmpatSujarweni, V. Wiratna. 2014. Metodologi Penelitian. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Undang-Undang No.10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan
- Yoeti,A.Oka.2006.Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata. Jakarta : Pradnya Paramitha

# PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN DAN DAYA TARIK WISATA TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DI MUSEUM TROWULAN MOJOKERTO

ORIGINALITY REPORT

# 19%

SIMILARITY INDEX

## PRIMARY SOURCES

1	<a href="https://repository.iainpurwokerto.ac.id">repository.iainpurwokerto.ac.id</a> Internet	37 words — 1%
2	<a href="https://www.youtube.com">www.youtube.com</a> Internet	34 words — 1%
3	<a href="https://id.123dok.com">id.123dok.com</a> Internet	34 words — 1%
4	<a href="https://tirto.id">tirto.id</a> Internet	30 words — 1%
5	Sukarni Novita Sari. "PENGARUH STRATEGI PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN MELALUI KUALITAS PELAYANAN (STUDI KASUS OBYEK WISATA KEPULAUAN SERIBU)", Majalah Ilmiah Bijak, 2018 Crossref	29 words — 1%
6	<a href="https://idoc.pub">idoc.pub</a> Internet	28 words — 1%
7	<a href="https://karyailmiah.polnes.ac.id">karyailmiah.polnes.ac.id</a> Internet	27 words — 1%
8	<a href="https://docobook.com">docobook.com</a> Internet	26 words — 1%
9	<a href="https://thesis.binus.ac.id">thesis.binus.ac.id</a> Internet	25 words — 1%

10	<a href="http://repository.uin-suska.ac.id">repository.uin-suska.ac.id</a> Internet	25 words — 1%
11	<a href="http://ejournal.unsri.ac.id">ejournal.unsri.ac.id</a> Internet	22 words — 1%
12	<a href="http://septiana2195.wordpress.com">septiana2195.wordpress.com</a> Internet	21 words — 1%
13	<a href="http://repository.ub.ac.id">repository.ub.ac.id</a> Internet	21 words — 1%
14	<a href="http://library.binus.ac.id">library.binus.ac.id</a> Internet	18 words — 1%
15	<a href="http://123dok.com">123dok.com</a> Internet	17 words — 1%
16	Pratiwi Juniar Achmad Gani. "PENGARUH KUALITAS ATRAKSI WISATA TERHADAP KEPUASAN DAN MOTIVASI KUNJUNGAN KEMBALI WISATAWAN MANCANEGARA DI KAWASAN WISATA TANJUNG BIRA, KABUPATEN BULUKUMBA", LOSARI : Jurnal Arsitektur Kota dan Pemukiman, 2016 Crossref	16 words — < 1%
17	<a href="http://vdocuments.site">vdocuments.site</a> Internet	15 words — < 1%
18	<a href="http://digilib.unimed.ac.id">digilib.unimed.ac.id</a> Internet	13 words — < 1%
19	<a href="http://digilib.uinsby.ac.id">digilib.uinsby.ac.id</a> Internet	13 words — < 1%
20	<a href="http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id">administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id</a> Internet	12 words — < 1%
21	<a href="http://jurnal.uwp.ac.id">jurnal.uwp.ac.id</a> Internet	12 words — < 1%



22	<a href="http://gedeyogahermawan11101994.blogspot.com">gedeyogahermawan11101994.blogspot.com</a> Internet	12 words — < 1%
23	<a href="http://anakgaram.blogspot.com">anakgaram.blogspot.com</a> Internet	11 words — < 1%
24	<a href="http://www.slideshare.net">www.slideshare.net</a> Internet	11 words — < 1%
25	<a href="http://mojokertokreatif.blogspot.com">mojokertokreatif.blogspot.com</a> Internet	11 words — < 1%
26	<a href="http://repository.uinjkt.ac.id">repository.uinjkt.ac.id</a> Internet	10 words — < 1%
27	<a href="http://fr.scribd.com">fr.scribd.com</a> Internet	10 words — < 1%
28	<a href="http://library.unmer.ac.id">library.unmer.ac.id</a> Internet	9 words — < 1%
29	<a href="http://lib.ibs.ac.id">lib.ibs.ac.id</a> Internet	9 words — < 1%
30	<a href="http://media.neliti.com">media.neliti.com</a> Internet	9 words — < 1%
31	<a href="http://sanguilmu.com">sanguilmu.com</a> Internet	8 words — < 1%
32	<a href="http://eprints.ummi.ac.id">eprints.ummi.ac.id</a> Internet	8 words — < 1%
33	Julianto Fernando, Cindy Yulistia, Felisia Felisia, Mohd. Nawi Purba. "Pengaruh Return on Investment, Net Profit Margin, Dividen Per Share dan Pertumbuhan Aset terhadap Harga Saham Perusahaan Manufaktur", Owner, 2021 Crossref	8 words — < 1%
34	<a href="http://rumahradhen.wordpress.com">rumahradhen.wordpress.com</a> Internet	8 words — < 1%

35	<a href="http://adoc.pub">adoc.pub</a> Internet	8 words — < 1%
36	<a href="http://jurnal.unmuhjember.ac.id">jurnal.unmuhjember.ac.id</a> Internet	8 words — < 1%
37	<a href="http://dekajus.blogspot.com">dekajus.blogspot.com</a> Internet	7 words — < 1%
38	Angrum Pratiwi. "Pengaruh Tingkat Pemahaman Mahasiswa Terhadap Keputusan Memilih Jurusan Ekonomi dan Perbankan Syariah (Studi Perguruan Tinggi di Wilayah Kalimantan Timur)", <i>Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan</i> , 2019 Crossref	7 words — < 1%
39	<a href="http://duwiconsultant.blogspot.com">duwiconsultant.blogspot.com</a> Internet	6 words — < 1%
40	Erzia Yetri, Haryadi, Ilham Wahyudi. "Pengaruh Good Corporate Governance dan Nilai Perusahaan Terhadap Tax Avoidance", <i>Jurnal Akuntansi &amp; Keuangan Unja</i> , 2020 Crossref	6 words — < 1%
41	<a href="http://syaefullah77.wordpress.com">syaefullah77.wordpress.com</a> Internet	6 words — < 1%
42	Fahrizal Fahrizal, Zamzami Zamzami, Muhammad Safri. "Analisis pengaruh jumlah tenaga kerja, tingkat pendidikan dan investasi terhadap pertumbuhan ekonomi melalui kesempatan kerja di Provinsi Jambi", <i>Jurnal Paradigma Ekonomika</i> , 2021 Crossref	5 words — < 1%

EXCLUDE QUOTES ON

EXCLUDE MATCHES OFF

EXCLUDE BIBLIOGRAPHY ON