

**ANALISIS PENGARUH FASILITAS, PROMOSI DAN CITRA DESTINASI
TERHADAP KEPUASAN**
(Studi Pada Pengunjung Obyek Wisata Brujul Adventure Park Kebumen)

Imam Faizal

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh fasilitas, promosi, dan citra destinasi terhadap kepuasan pengunjung obyek wisata Brujul Adventure Park Kebumen. Pada penelitian ini fasilitas, promosi, dan citra destinasi sebagai variabel bebas, dan variabel kepuasan sebagai variabel terikat. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung obyek wisata Brujul Adventure Park Kebumen. Penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling*, dengan teknik *convenience sampling*. Sampel yang di ambil sebanyak 96 orang. Teknik pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner.

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dan statistika. Analisis statistika meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji multikolinieritas, uji heterokesdastisitas, uji normalitas, uji t, uji F, dan uji koefisien determinasi. Dari hasil analisis regresi berganda yaitu uji t, dapat disimpulkan bahwa variabel promosi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung, sedangkan variabel fasilitas dan citra destinasi berpengaruh positif dan signifikan. Dari hasil uji F diketahui bahwa variabel fasilitas, promosi, dan citra destinasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel kepuasan pengunjung pada obyek wisata Brujul Adventure Park Kebumen. Nilai *R square* pada uji koefisien determinasi mempunyai nilai 20,5% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata Kunci : Fasilitas, Promosi, Citra Destinasi, Kepuasan Pengunjung

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Kepuasan menjadi aspek yang diharapkan oleh konsumen atas produk atau jasa yang dikonsumsinya. Jika produk tersebut tidak sesuai dengan ekspektasi, maka konsumen akan merasa kecewa dengan produk atau jasa tersebut. Sumarwan (2003) menerangkan teori kepuasan dan ketidakpuasan konsumen terbentuk dari model diskonfirmasi ekspesifikasi, yaitu menjelaskan bahwa kepuasan atau tidak kepuasan konsumen merupakan dampak dari perbandingan antara harapan pelanggan sebelum pembelian dengan sesungguhnya yang diperoleh pelanggan dari produk atau jasa tersebut.

Menurut Tjiptono (2004:19) fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum jasa ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas merupakan sesuatu yang sangat penting dalam usaha jasa, oleh karena itu fasilitas yang ada yaitu kondisi dan fungsi fasilitas, kelengkapan, kebersihan, dan kerapihan fasilitas, kemudahan dalam menggunakan fasilitas, serta kelengkapan fasilitas yang digunakan harus dipertimbangkan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan konsumen secara langsung.

Tjiptono (2001) menyatakan bahwa promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Promosi tempat wisata daerah merupakan kegiatan

pelaku ekonomi di lokalitas perekonomian tertentu yang memiliki potensi tempat wisata yang menarik.

Menurut Echtner dan Richie yang dikutip oleh S. P. Angga M.P (2012) mendefinisikan citra destinasi sebagai impresi terhadap suatu tempat atau persepsi seseorang terhadap suatu area tertentu. Citra destinasi berperan penting dalam memahami perilaku wisatawan dalam melakukan perjalanan.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah pengaruh fasilitas terhadap kepuasan berkunjung wisatawan pada objek wisata Brujul Advanture Park?
2. Bagaimanakah pengaruh promosi terhadap kepuasan berkunjung wisatawan pada objek wisata Brujul Advanture Park?
3. Bagaimanakah pengaruh citra destinasi terhadap kepuasan pengunjung pada objek wisata Brujul Advanture Park?
4. Bagaimanakah pengaruh fasilitas, promosi dan citra destinasi terhadap kepuasan pengunjung pada objek wisata Brujul Advanture Park?

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pengunjung pada Obyek Wisata Brujul Advanture Park Kebumen, untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap kepuasan pengunjung pada Obyek Wisata Brujul Advanture Park Kebumen, untuk mengetahui pengaruh citra destinasi terhadap kepuasan pengunjung pada Obyek Wisata Brujul Advanture Park Kebumen, dan untuk mengetahui pengaruh secara simultan fasilitas, promosi dan citra destinasi terhadap terhadap kepuasan pengunjung pada Obyek Wisata Brujul Advanture Park Kebumen.

TINJAUAN PUSTAKA

Kepuasan Pengunjung

Menurut Wilkie dalam Tjiptono (1997:24) kepuasan adalah merupakan suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa.

Fasilitas

Menurut Tjiptono (2004:19) fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum jasa ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas merupakan sesuatu yang sangat penting dalam usaha jasa, oleh karena itu fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, kelengkapan desain interior dan eksterior serta kebersihan fasilitas harus dipertimbangkan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan konsumen secara langsung.

Promosi

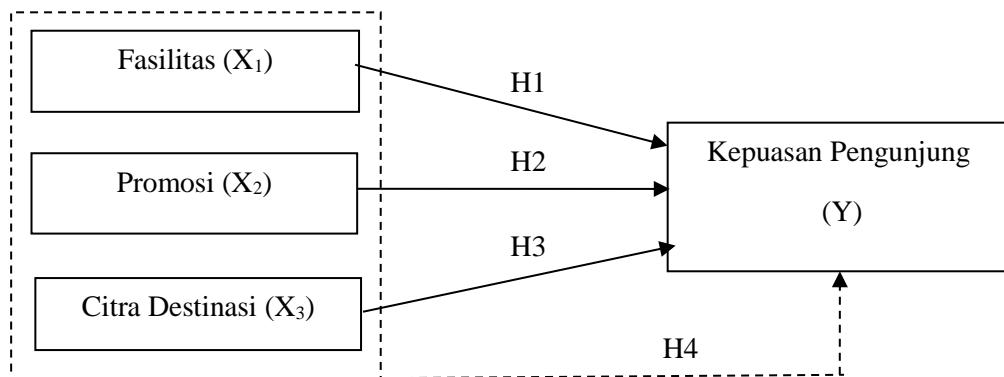
Tjiptono (2008:219), mendefinisikan bahwa promosi adalah bentuk komunikasi pemasaran. Yang dimaksud komunikasi pemasaran adalah aktifitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan.

Citra Destinasi

Echtner dan Richie yang dikutip oleh S. P. Angga M.P (2012) mendefinisikan citra destinasi sebagai impresi terhadap suatu tempat atau persepsi seseorang terhadap suatu area tertentu.

Kerangka Pemikiran

Gambar II.1
Kerangka Pemikiran



H1: Ada pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pengunjung Obyek Wisata Brujul Adventure Park Kebumen.

H2: Ada pengaruh promosi terhadap kepuasan pengunjung Obyek Wisata Brujul Adventure Park Kebumen.

H3: Ada pengaruh citra destinasi terhadap kepuasan pengunjung Obyek Wisata Brujul Adventure Park Kebumen.

H4: Ada pengaruh fasilitas, promosi, dan citra destinasi terhadap kepuasan pengunjung Obyek Wisata Brujul Adventure Park Kebumen.

METODE PENELITIAN

Obyek dan Subyek Penelitian

Obyek pada penelitian ini adalah kepuasan berkunjung, fasilitas, promosi, dan citra destinasi. Subyek dalam penelitian ini adalah pengunjung tempat Wisata Brujul Adventure Park Kebumen.

Definisi Variabel Penelitian

1. Fasilitas (X_1)

Menurut Tjiptono (2004:19) fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum jasa ditawarkan kepada konsumen.

2. Promosi (X_2)

Tjiptono (2008:219), mendefinisikan bahwa promosi adalah bentuk komunikasi pemasaran.

3. Citra Destinasi (X_3)

Echtner dan Richie yang dikutip oleh S. P. Angga M.P (2012) mendefinisikan citra destinasi sebagai impresi terhadap suatu tempat atau persepsi seseorang terhadap suatu area tertentu.

4. Kepuasan Pengunjung (Y)

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler, 2000:52).

Data dan Teknik Pengumpulan Data

Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari obyek penelitian. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada responden. Responden dalam penelitian ini adalah pengunjung Wisata Brujul Adventure Park Kebumen.

Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui studi kepustakaan, catatan-catatan, peraturan-peraturan dan kebijakan.

Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner yaitu dengan membuat daftar pertanyaan yang berhubungan dengan masalah yang diteliti dan diajukan kepada responden.
2. Studi pustaka yaitu cara pengumpulan data dengan sumber data dari buku pustaka, internet dan jurnal yang berhubungan dengan penelitian.
3. Wawancara yaitu mengajukan pertanyaan-pertanyaan secara langsung kepada beberapa responden untuk memperoleh informasi yang berguna bagi penelitian. Penelitian ini menggunakan jenis wawancara tidak terstruktur dengan tujuan agar dapat memperoleh informasi yang lebih banyak dan dapat membuat proses pertukaran informasi yang lebih terbuka.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung Wisata Brujul Adventure Park Kebumen. Metode *non-probability sampling* yang digunakan yaitu dengan teknik *convenience sampling*, yaitu sampling yang mendasar pada kemudahan untuk dihubungi, sudah dikenal, dan kesediaan menjadi responden dengan catatan bahwa sampel tersebut sudah mewakili populasi yang menghasilkan sampel sebanyak 96 orang.

Teknik Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan berdasarkan pandangan dan pemikiran secara teoritis yang disajikan dalam bentuk keterangan dan penjelasan yang sifatnya non statistik.

2. Analisis Statistika

Analisis statistika adalah metode analisis data dengan menggunakan angka-angka yang diperoleh dari pengolahan data melalui rumus yang tepat. Analisis statistika yang digunakan meliputi:

a. Uji Validitas

Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Jadi, validitas adalah mengukur apakah pertanyaan dalam kuesioner yang sudah dibuat betul-betul dapat mengukur apa yang hendak diukur. Analisis terhadap hasil uji validitas pada

penelitian ini dengan menggunakan bantuan programisasi komputer dengan program *SPSS 23.0 for Windows*, dengan rumus seperti yang dikemukakan oleh Arikunto (2002) adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \cdot \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan :

- r : koefisien korelasi
- n : jumlah responden
- x : nilai item yang dipertanyakan
- y : nilai total item

Menentukan r_{tabel} dengan rumus $df = n - k - 1$, dimana :

- df = *degree of freedom*
- n = sampel
- k = variabel independen

Dengan *level of significance* 5% maka dasar analisisnya (Ghozali, 2009) :

- a) Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($\alpha = 0,05$) berarti item tersebut valid.
- b) Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ ($\alpha = 0,05$) berarti item tersebut tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Suatu angket dikatakan reliabel (andal) jika jawaban responden terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran reliabilitas menggunakan *one shot* atau diukur sekali saja dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan hasil pertanyaan lain.

$$r = \left(\frac{k}{(k-1)} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sum \sigma t^2} \right)$$

Keterangan :

- r : reliabilitas instrumen
- k : banyaknya butir soal atau pertanyaan
- $\sum \sigma b^2$: jumlah varians butir
- $\sum \sigma t^2$: Varians total

Untuk menguji reliabilitas butir :

- a) Jika *Cronbach Alpha* > 0,60 atau 60%, maka butir atau variabel tersebut reliabel.
- b) Jika *Cronbach Alpha* < 0,60 atau 60%, maka butir atau variabel tersebut tidak reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinieritas

Pengujian terhadap multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui apakah antara variabel bebas yang satu dengan yang lain dalam model regresi memiliki hubungan yang sempurna atau mendekati sempurna (koefisien korelasinya tinggi atau bahkan mendekati 1). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas dalam model regresi dapat dideteksi dengan melihat (Ghozali, 2009:95): **Besaran VIF (Variance Inflation Factor)** dan **Tolerance**, berisi (1) Pedoman suatu model regresi yang tidak terjadi multikolinieritas adalah mempunyai nilai VIF (Variance Inflation Factor) dibawah 10 dan *tolerance* diatas 0,1. (2) Pedoman suatu model regresi yang terjadi

multikolinieritas adalah mempunyai nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) diatas 10 dan *tolerance* dibawah 0,1. **Besaran korelasi** antar variabel independen. Pedomannya adalah koefisien korelasi antar variabel independen haruslah lemah (dibawah 0,5).

b. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas.

c. Uji Normalitas

Tujuan uji ini adalah untuk menguji apakah sebuah model regresi, variabel dependen, variabel independen atau keduanya mempunyai ditribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi normal atau mendekti normal.

- a) Jika data menyebar di atas garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tersebut memenuhi asumsi normalitas.
- b) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tersebut tidak memenuhi asumsi normalitas.

4. Analisis Regresi

Analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, dengan asumsi variabel yang lain konstan. Rumusnya adalah (Arikunto, 2002: 85): $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$

Keterangan :

a : konstanta

b_1 : koefisien regresi fasilitas

b_2 : koefisien regresi promosi

b_3 : koefisien regresi citra destinasi

Y : Kepuasan Pengunjung

X_1 : Fasilitas

X_2 : Promosi

X_3 : Citra Destinasi

e : *error*

5. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial digunakan untuk menguji apakah variabel bebas secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap nilai variabel tidak bebas dengan rumus hipotesis sebagai berikut:

$$t_{\text{hitung}} = \frac{r\sqrt{r - k - 1}}{\sqrt{1 - r^2}}$$

Keterangan :

r = Koefisien korelasi parsial

k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah data atau kasus

Menentukan t_{tabel} dengan rumus $df = n-k-1$

Dimana :

df = *degree of freedom* (derajat kebebasan)

n = sampel

k = jumlah variabel

Hipotesis statistiknya adalah sebagai berikut (Ghozali, 2009:91) :

- Tidak ada pengaruh signifikan apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan signifikansi $> 0,05$.
- Terdapat pengaruh signifikan apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan signifikansi $< 0,05$.

b. Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji ada tidaknya pengaruh secara bersama-sama (simultan) variabel bebas (fasilitas, promosi, dan citra destinasi) terhadap variabel terikat (kepuasan pengunjung). Adapun rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$F = \frac{R^2 (n - k - 1)}{K(1 - R^2)}$$

Keterangan:

F = nilai koefisien

R^2 = koefisien determinan

n = jumlah sampel

K = jumlah variabel bebas

Menentukan F_{tabel} dengan rumus (Ghozali, 2009)

df_1 (dengan pembilang) = $k-1$

df_2 (dengan penyebut) = $n-k$

Dimana :

df = *degree of freedom*

n = sampel

k = jumlah variabel

Hipotesis statistiknya adalah sebagai berikut (Ghozali, 2009:91) :

- Apabila F_{hitung} yang diperoleh dari hasil perhitungan regresi signifikansinya lebih kecil dari 0,05 dan $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka hipotesis diterima.
- Apabila F_{hitung} yang diperoleh dari hasil perhitungan regresi signifikansinya lebih besar dari 0,05 dan $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka hipotesis ditolak.

c. Koefisien Determinasi

Untuk melihat kemampuan variabel bebas dalam menerangkan variabel terikat dapat diketahui dari besarnya koefisien determinasi berganda (R^2). Dengan kata lain nilai koefisien digunakan untuk mengukur besarnya sumbangan dari variabel bebas. Jika R^2 diperoleh dari hasil perhitungan semakin besar atau mendekati 1, maka dapat dikatakan bahwa sumbangan dari variabel bebas terhadap variabel-variabel tidak bebas semakin besar. Hal ini berarti bahwa model yang digunakan semakin baik untuk menerangkan variasi variabel tidak bebasnya. Secara umum dapat dikatakan bahwa besarnya koefisien determinasi (R^2) berada diantara 0 dan 1.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Dalam penelitian ini analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan data responden. Analisis deskriptif dalam penelitian ini, penyajian data menggunakan tabel sebagai berikut:

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel IV-1

Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Laki-Laki	47	48,96%
Perempuan	49	51,04%

Sumber : Data Primer Diolah, 2018.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tabel IV-2

Klasifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
SD	12	12,5%
SMP	15	15,63%
SMA/K	34	35,41%
D3/S1	35	36,46%

Sumber : Data Primer Diolah, 2018.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel IV-3

Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
15-20 tahun	49	51,04%
21-30 tahun	39	40,63%
31-40 tahun	7	7,29%
>40 tahun	1	1,04%

Sumber : Data Primer Diolah, 2018.

Analisis Kuantitatif

1. Uji Validitas

Responden untuk uji validitas berjumlah 96 responden dengan derajat kebebasan ($n-k-1$) atau $(96-3-1) = 92$ dan $\alpha = 0,05$ diperoleh angka tabel sebesar 0,203. Adapun uji variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Variabel Fasilitas (X_1)

Tabel IV-4
Hasil Uji Validitas Fasilitas

Butir	r hasil	r tabel	Keterangan
1	0,637	0,203	Valid
2	0,689	0,203	Valid
3	0,794	0,203	Valid
4	0,814	0,203	Valid
5	0,768	0,203	Valid
6	0,667	0,203	Valid

Sumber : Data Primer Diolah, 2018.

b. Variabel Promosi (X₂)

Tabel IV-5
Hasil Uji Validitas Promosi

Butir	r hasil	r tabel	Keterangan
1	0,802	0,203	Valid
2	0,692	0,203	Valid
3	0,792	0,203	Valid

Sumber : Data yang diolah, 2018.

c. Variabel Citra Destinasi (X₃)

Tabel IV-6
Hasil Uji Validitas Citra Destinasi

Butir	r hasil	r tabel	Keterangan
1	0,705	0,203	Valid
2	0,761	0,203	Valid
3	0,722	0,203	Valid
4	0,786	0,203	Valid
5	0,742	0,203	Valid
6	0,740	0,203	Valid

Sumber : Data yang diolah, 2018.

d. Variabel Kepuasan Pengunjung (Y)

Tabel IV-7
Hasil Uji Validitas Kepuasan Pengunjung

Butir	r hasil	r tabel	Keterangan
1	0,798	0,203	Valid
2	0,782	0,203	Valid
3	0,804	0,203	Valid

Sumber : Data yang diolah, 2018.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui kehandalan kuesioner penelitian yang digunakan. Reliabilitas instrumen penulis diuji dengan mengacu pada rumus *Alpha Cronbach* yang kriteria pengujianya adalah kuesioner dikatakan reliabel jika perolehan nilai reliabilitas hasil perhitungan *Cronbach Alpha* $\geq 0,6$.

Tabel IV-8
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Kritis	Keterangan
Fasilitas	0,823	0,60	Reliabel
Promosi	0,631	0,60	Reliabel
Citra Destinasi	0,837	0,60	Reliabel
Kepuasan Pengunjung	0,707	0,60	Reliabel

Sumber : Data yang diolah, 2018.

3. Uji Asumsi Klasik

Uji tersebut meliputi uji multikolinieritas, heterokesdastisitas dan normalitas.

a. Multikolinieritas

Tidak adanya multikolinieritas ditentukan dengan angka VIF dibawah 10 dan *tolerance* diatas 0,1. Hasil analisis data dengan program *SPSS 23.0* diperoleh *output* sebagai berikut:

Tabel IV-9
Hasil Uji Multikolinieritas

No.	Variabel Bebas	<i>Collinierity Statistics</i>	
		Tolerance	VIF
1	Fasilitas	0,937	1,067
2	Promosi	0,957	1,044
3	Citra Destinasi	0,978	1,022

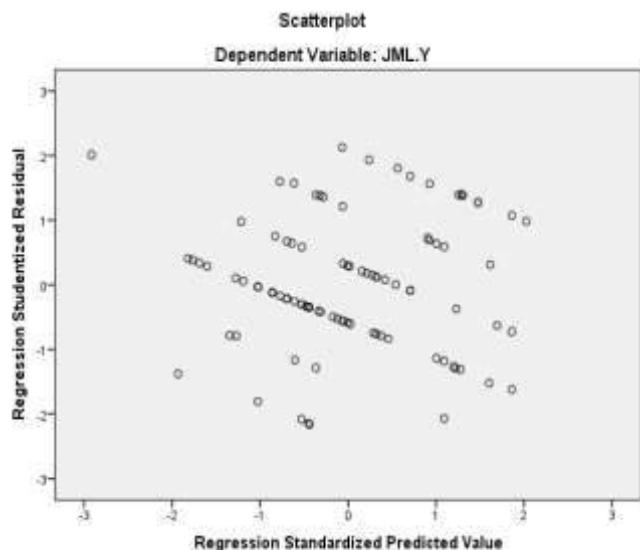
Sumber : Data yang diolah, 2018.

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* diatas 0,1 dan VIF dibawah angka 10 sehingga model regresi tidak terjadi multikolinieritas, sehingga model regresi dapat dipakai.

b. Heterokesdastisitas

Pengujian dimaksudkan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

Gambar IV-1
Uji Heterokesdastisitas



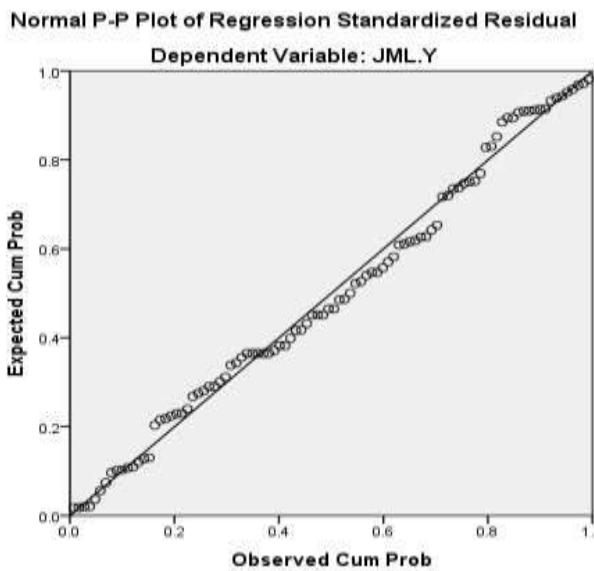
Sumber : Data yang diolah, 2018.

Pada gambar di atas tidak menunjukkan adanya pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka pada model regresi tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas.

c. Normalitas

Pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi variabel bebas, variabel terikat atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak.

Gambar IV-2
Uji Normalitas



Sumber : Data yang diolah, 2018.

Berdasarkan gambar diatas (*Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual*) diketahui bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tersebut memenuhi asumsi normalitas.

Analisis Regresi

a. Hasil Uji Regresi

Tabel IV-10
Hasil Uji Regresi

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	3.803	1.434		2.653	.009
Fasilitas	.101	.050	.192	2.037	.045
Promosi	-.052	.098	-.050	-.534	.595
Citra Destinasi	.235	.053	.414	4.479	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung

Sumber : Data yang diolah, 2018.

Berdasarkan hasil *output* SPSS didapat koefisien regresi sehingga persamaan regresinya dapat disusun sebagai berikut: $Y = 3,803 + 0,101X_1 - 0,052X_2 + 0,235X_3 + e$

Penjelasan:

1. Nilai konstanta sebesar 3,803 menunjukkan nilai konstanta atau nilai tetap kepuasan pengunjung yang tidak dipengaruhi oleh variabel fasilitas, promosi, dan citra destinasi.
2. Nilai koefisien 0,101 pada variabel fasilitas diartikan setiap tambahan satu satuan fasilitas, maka kepuasan pengunjung meningkat sebesar 0,101 satuan, dengan asumsi variabel bebas lainnya adalah tetap.

3. Nilai koefisien -0,052 pada variabel promosi diartikan setiap tambahan satu satuan promosi, maka kepuasan pengunjung berkurang sebesar -0,052 satuan, dengan asumsi variabel bebas lainnya adalah tetap.
4. Nilai koefisien 0,235 pada variabel citra destinasi diartikan setiap tambahan satu satuan citra destinasi, maka kepuasan pengunjung meningkat sebesar 0,235 satuan, dengan asumsi variabel bebas lainnya adalah tetap.

b. Uji Parsial (Uji t)

Tabel IV-11
Hasil Uji Parsial

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.803	1.434		2.653	.009
Fasilitas	.101	.050	.192	2.037	.045
Promosi	-.052	.098	-.050	-.534	.595
Citra Destinasi	.235	.053	.414	4.479	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung

Sumber : Data yang diolah, 2018.

Berdasarkan hasil analisis regresi pada Tabel IV-11 di atas, dapat dilihat bahwa:

1. Variabel Fasilitas (X_1)

Persamaan di atas menunjukkan bahwa hasil t_{hitung} sebesar $2,037 > t_{tabel}$ sebesar 1,986 dengan tingkat signifikansi $0,045 < 0,05$, ini berarti bahwa variabel fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

2. Variabel Promosi (X_2)

Persamaan di atas menunjukkan bahwa hasil t_{hitung} berjumlah sebesar $-0,534 < t_{tabel}$ sebesar 1,986 dengan tingkat signifikansi $0,595 > 0,05$, ini berarti bahwa variabel promosi tidak berpengaruh berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung.

3. Variabel Citra Destinasi

Persamaan di atas menunjukkan bahwa hasil t_{hitung} sebesar $4,479 > t_{tabel}$ sebesar 1,986 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, ini berarti bahwa variabel citra destinasi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

c. Uji Simultan (Uji F)

Tabel IV-12
Hasil Uji Simultan

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	35.687	3	11.896	9.147	.000 ^b
Residual	119.647	92	1.301		
Total	155.333	95			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung

b. Predictors: (Constant), Fasilitas, Promosi, Citra Destinasi

Sumber : Data yang diolah, 2018.

Dari tabel diatas diperoleh F_{hitung} sebesar $9,147 > F_{tabel}$ sebesar 2,703 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Karena tingkat signifikansi jauh lebih kecil dari 0,05, maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi Y atau dapat dikatakan bahwa fasilitas, promosi, dan citra destinasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung.

d. Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel IV-13
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.479 ^a	.230	.205	1.14040	1.684

a. Predictors: (Constant), Fasilitas, Promosi, Citra Destinasi

b. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung

Sumber : Data yang diolah, 2018

Dari tabel diatas, nilai koefisien determinasi (*Adjusted R²*) di peroleh 0,205 artinya 20,5% variabel kepuasan pengunjung dipengaruhi oleh fasilitas, promosi, dan citra destinasi, sedangkan sisanya sebesar 79,5% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

Implikasi Manajerial

1. Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung

Sesuai dengan hasil analisis regresi dan uji t variabel fasilitas terhadap kepuasan pengunjung obyek wisata Brujul Adventure Park Kebumen, hasil analisis regresi dan uji t menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan dengan hasil $t_{hitung} 2,037 > t_{tabel} 1,986$ dan tingkat signifikansi $0,045 < 0,05$.

2. Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pengunjung

Sesuai dengan hasil analisis regresi dan uji t variabel promosi terhadap kepuasan pengunjung obyek wisata Brujul Adventure Park Kebumen menunjukkan tidak adanya pengaruh terhadap kepuasan pengunjung dengan diketahui hasil $t_{hitung} -0,052 < t_{tabel} 1,986$ dengan tingkat signifikansi $0,595 > 0,05$.

3. Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Pengunjung

Sesuai dengan hasil analisis regresi dan uji t variabel citra destinasi terhadap kepuasan pengunjung wisata Brujul Adventure Park Kebumen menunjukkan pengaruh dan signifikan dengan hasil $t_{hitung} 4,479 > t_{tabel} 1,986$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$.

4. Pengaruh Fasilitas, Promosi, dan Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Pengunjung secara bersama-sama

Sesuai dengan hasil uji F menunjukkan F_{hitung} sebesar $9,147 > F_{tabel}$ 2,703 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga dapat diartikan bahwa fasilitas, promosi, dan citra destinasi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pengunjung wisata Brujul Adventure Park Kebumen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Hasil penelitian variabel fasilitas pada pengunjung obyek wisata Brujul Adventure Park Kebumen menunjukkan bahwa variabel fasilitas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin baiknya fasilitas, maka semakin tinggi kepuasan pengunjung obyek wisata Brujul Adventure Park Kebumen.
2. Hasil penelitian variabel promosi pengunjung obyek wisata Brujul Adventure Park Kebumen menunjukkan bahwa variabel promosi mempunyai pengaruh negatif terhadap kepuasan pengunjung. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin baiknya promosi, maka semakin tinggi kepuasan pengunjung obyek wisata Brujul Adventure Park Kebumen.
3. Hasil penelitian variabel citra destinasi pada pengunjung obyek wisata Brujul Adventure Park Kebumen menunjukkan bahwa variabel citra destinasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin baiknya citra destinasi, maka semakin tinggi kepuasan pengunjung wisata Brujul Adventure Park Kebumen.
4. Hasil penelitian variabel fasilitas, promosi, dan citra destinasi terhadap kepuasan pengunjung obyek wisata Brujul Adventure Park Kebumen menunjukkan bahwa variabel fasilitas, promosi, dan citra destinasi mempunyai pengaruh secara simultan terhadap kepuasan pengunjung obyek wisata Brujul Adventure Park Kebumen. Besar pengaruh tersebut diketahui dari nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} dengan tingkat signifikansi lebih kecil, hal tersebut sesuai dengan hipotesa penelitian fasilitas, promosi, dan citra destinasi berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan pengunjung obyek wisata Brujul Adventure Park Kebumen.
5. Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda diperoleh nilai koefisien determinasi (*Adjusted R²*) sebesar 0,205 artinya 20,5% kepuasan pengunjung dipengaruhi oleh fasilitas, promosi, dan citra destinasi. Sebaliknya, sebesar 79,5% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Saran

1. Dalam rangka meningkatkan fasilitas di obyek wisata Brujul Adventure Park Kebumen, maka perlu adanya pemberian melalui penataan fasilitas dan peningkatan kebersihan fasilitas pada obyek wisata Brujul Adventure Park Kebumen.
2. Dalam rangka meningkatkan promosi di obyek wisata Brujul Adventure Park Kebumen, maka perlu adanya pemberian melalui promosi yang dilakukan pihak pengelola obyek wisata dengan menambah kuantitas promosi agar tersebar luas.
3. Dalam rangka meningkatkan citra destinasi di obyek wisata Brujul Adventure Park Kebumen, maka perlu adanya pemberian melalui kenyamanan yang akan di dapat oleh pengunjung melalui fasilitas yang di dapat pada obyek wisata tersebut, baik fasilitas berbentuk fisik seperti wahana baru, adanya toilet, dan tempat duduk serta tetap dapat mempertahankan udara bersih dan lingkungan yang asri.

4. Dalam rangka meningkatkan kepuasan pengunjung di obyek wisata Brujul Adventure Park Kebumen, maka perlu meningkatkan fasilitas, promosi, dan citra destinasi sehingga kepuasan pengunjung meningkat.
5. Nilai koefisien determinasi (R^2) diperoleh nilai sebesar 0,205 artinya 20,5% kepuasan pengunjung dipengaruhi oleh fasilitas, promosi, dan citra destinasi. Sebaliknya, 79,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini. Untuk itu kepada peneliti selanjutnya disarankan agar meneliti 79,5% variabel tersebut untuk pengembangan ilmu dan penerapan pemasaran produk atau jasa agar semakin berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulhaji, Sulfi, dan Ibnu Sina Hi. Yusuf. "Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas, dan Fasilitas Terhadap Citra Objek Wisata Danau Teluk Tolire Besar di Kota Ternate". *Jurnal Penelitian Humano*, Vol. 7, No. 2, November 2016.
- Afifudin, dan Sonang Sitohang. "Pengaruh Lokasi, Promosi, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di Wisata Bahari Lamongan". *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol. 5, No. 12, Desember 2016.
- Alma, B. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Angipora, P. 2006. *Dasar-dasar Pemasaran*. Edisi Pertama. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Arikunto, Suharsimi. 2009. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rhineka Cipta.
- Bangun, A. 2015. Pengaruh Suasana Toko, Promosi, dan Lokasi Terhadap Minat Beli di Planet Distro Kota Banjarnegara. Skripsi Sarjana (Tidak dipublikasikan). Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Firmanda, Gilang. 2013. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen di Hotel Plaza Semarang. Skripsi Sarjana (Tidak dipublikasikan). Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Fure, H. 2013. "Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca". *Jurnal EMBA*, Vol. 1, Hal: 273-283.
- Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Griffin, W. dan Ebert. 2007. *Bisnis Edisi Kedelapan*. Jakarta: Erlangga.
- Hadi, Sutrisno. 2004. *Metodologi Riset*. Jilid 3. Yogyakarta: Andi Offset.
- Hermanto, Lucki. 2014. Pengaruh Lokasi, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Wisata Air "Gita Water Park" Kec. Pulung Kab. Ponorogo. Skripsi Sarjana (Tidak dipublikasikan). Ponorogo: Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Kotler, P, dan G. Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi Keduabelas. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P, dan K.L. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ket-13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga

- Kotler, P. 2001. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Jakarta: PT. Prehallindo.
- Novarini, Ni Nyoman, dan Ni Putu Nita A. "Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Citra dan Promosi Terhadap Tingkat Kepuasan Pengunjung Pada Hidden Canyon Beji Guwang". *Jurnal Forum Manajemen*, Vol. 15, No. 2, Tahum 2017.
- Putra, S.P. Angga Mahendra. "Pengaruh E-WOM Terhadap Citra Destinasi, Kepuasan, dan Loyalitas". *Jurnal MODUS*, Vol. 29, No. 2: 201-218.
- Ratni, Lita Prima. 2010. "Pengaruh Implementasi Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Proses Keputusan Wisatawan Mengunjungi Objek Wisata di Kota Padang". *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 2, No. 2, Juli – Desember 2010.
- Rosita, Sri Marhanah, dan Woro H.M. 2016. "Pengaruh Fasilitas Wisata dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung di Taman Margasatwa Ragunan Jakarta". *Jurnal Manajemen Resort and Leisure*, Vol. 13, No.1, April 2016.
- Simamora, Bilson. 2004. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2008. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Suyanti, Dewi Winarni. 2013. "Potensi Desa Melalui Pariwisata Pedesaan". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 12, No. 1, Hal: 33 – 36.
- Wulandari, Vonny, dan Aniek Wajyuati. "Pengaruh Fasilitas, Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Wisatawan". *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol. 6, No. 3, Maret 2017.
- Yusuf, M. 2011. Analisis Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk, dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. Skripsi Sarjana (Tidak dipublikasikan). Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.