


# MENINGKATKAN KEPUASAN WISATAWAN YANG BERKUNJUNG KE DANAU TOBA DENGAN MEMPERBAIKI PRODUK, PROMOSI, BUKTI FISIK, DAN PROSES (Studi Kasus Objek Wisata Sipinsur Humbang Hasundutan)

No Thumbnail

View/Open

 MENINGKATKAN KEPUASAN WISATAWAN YANG BERKUNJUNG KE DANAU TOBA DENGAN MEMPERBAIKI PRODUK, PROMOSI, BUKTI FISIK, DAN PROSES (Studi Kasus Objek Wisata Sipinsur Humbang Hasundutan) (403.1Kb)

Date

2017-12

Author

Silaban, Pantas H

Metadata

Show full item record

Abstract

Kepuasan wisatawan adalah kondisi perasaan yang dirasakan oleh wisatawan setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakannya dengan harapannya pada suatu kegiatan wisata (Oliver, 1980). Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara pengalaman yang dirasakan dengan harapan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap kepuasan wisatawan objek wisata Sipinsur di Kabupaten Humbang Hasundutan. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan sifat penelitian adalah explanatory research, yang menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat umum dan yang pernah berkunjung ke Objek Wisata Sipinsur Humbang Hasundutan. Sampel dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berkunjung pada bulan Desember 2015 dengan ketentuan telah berkunjung lebih dari dua kali kunjungan dengan penarikan sampel secara accidental sampling. Data dikumpulkan dengan wawancara, daftar pertanyaan dan studi dokumentasi dan variabel-variabel yang diteliti menggunakan skala likert. Daftar pertanyaan terlebih dahulu diuji dengan menggunakan pengujian validitas dan reliabilitas, pengolahan data menggunakan perangkat lunak SPSS versi 20.0, dan dianalisis dengan analisis deskriptif dan pengujian hipotesis dengan regresi linear berganda. Hasil pengujian dalam penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial Objek, Promosi dan Proses berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Sedangkan Harga, Orang dan Bukti Fisik secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Secara simultan Objek, Harga, Promosi, Orang, Bukti Fisik dan Proses berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Sipinsur Humbang Hasundutan. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah 53.3% sehingga dapat digunakan peneliti selanjutnya untuk menambah variabel eksogen yang lain diluar variabel dalam penelitian ini.

URI

<http://repository.uhn.ac.id/handle/123456789/4720>

Collections

LP - Report Research [224]

---

Repository UHN copyright © 2018 UHN-OFFICIAL