



**PENGARUH PERSEPSI NILAI, PENGALAMAN DAN CITRA
DESTINASI WISATA TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN
(STUDI PADA WISATAWAN YANG BERKUNJUNG
KE HUTAN MANGROVE NIAS UTARA)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Ujian
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Sosial Sains
Universitas Pembangunan Panca Budi

Oleh:

JULIAMAN HAREFA

NPM: 1715310581

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS SOSIAL SAINS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI**

MEDAN

2021



**FAKULTAS SOSIAL SAINS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
MEDAN**

PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : JULIAMAN HAREFA
NPM : 1715310581
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
JENJANG : SI (STRATA SATU)
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH PERSEPSI NILAI, PENGALAMAN DAN
CITRA DESTINASI WISATA TERHADAP
KEPUASAN WISATAWAN (STUDI PADA
WISATAWAN YANG BERKUNJUNG KE HUTAN
MANGROVE)

MEDAN, DESEMBER 2021

KETUA PROGRAM STUDI

(HUSNI MULHARRAM RITONGA, BA., M.Sc.M)



(Dr. ONNY MEDALINE, S.H., M.Kn)

PEMBINBING I

(M. DHARMA TUAH PUTRA, S.E., M.M)

PEMBIMBING II

(NUZULIATL, S.E., M.Si)



FAKULTAS SOSIAL SAINS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
MEDAN

SKRIPSI DITERIMA DAN DISETUJUI OLEH
PANITIA UJIAN SARJANA LENGKAP FAKULTAS SOSIAL SAINS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI MEDAN

PERSETUJUAN UJIAN

NAMA : JULIAMAN HAREFA
NPM : 1715310581
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
JENJANG : S1 (SIRATA SATU)
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH PERSEPSI NILAI, PENGALAMAN DAN
CITRA DESTINASI WISATA TERHADAP
KEPUASAN WISATAWAN (STUDI PADA
WISATAWAN YANG BERKUNJUNG KE HUTAN
MANGROVE)

MEDAN, DESEMBER 2021



(HUSNI MUHARRAM RITONGA, BA., M.Sc.M)

ANGGOTA I

(M. DIARMA TUAH PUTRA, S.E., M.M)

ANGGOTA II

(NUZULIATY S.E., M.Si)

ANGGOTA III

(RAMADHAN HARAHAP S.E., S.Psi., M.Si)

ANGGOTA IV

(YOSSIE ROSANTY S.E., M.M)

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

NAMA : JULIAMAN HAREFA
NPM : 1715310581
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
JENJANG : S1 (STRATA SATU)
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH PERSEPSI NILAI, PENGALAMAN DAN
CITRA DESTINASI WISATA TERHADAP
KEPUASAN WISATAWAN (STUDI PADA
WISATAWAN YANG BERKUNJUNG KE HUTAN
MANGROVE)

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain
2. Memberi izin hak bebas Royalti Non-Eksklusif kepada UNPAB untuk menyimpan, mengalih-media / firmatkan mengelola, mendistribusikan, dan mempublikasikan karya skripsinya melalui internet atau media lain bagi kepentingan akademis.

Pernyataan ini saya perbuat dengan penuh tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi apa pun sesuai dengan aturan yang berlaku apa bila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

MEDAN, DESEMBER 2021


Juliaman Harefa
NPM. 1715310581

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Juliaman Harefa

NPM : 1715310581

Fakultas : Sosial Sains

Program Studi : Manajemen

Dengan ini mengajukan permohonan untuk mengikuti ujian sarjana lengkap pada Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi.

Sehubungan dengan hal ini tersebut, maka saya tidak akan lagi ujian perbaikan nilai dimasa yang akan datang.

Demikian surat permohonan ini saya perbuat dengan sebenarnya, untuk dapat di pergunakan seperlunya.

MEDAN, DESEMEBER 2021

Yang membuat pernyataan


Juliaman Harefa
NPM. 1715310581



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI

FAKULTAS SOSIAL SAINS

Fax. 061-8458077 PO.BOX : 1099 MEDAN

PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN
 PROGRAM STUDI MANAJEMEN
 PROGRAM STUDI AKUNTANSI
 PROGRAM STUDI ILMU HUKUM
 PROGRAM STUDI PERPAJAKAN

(TERAKREDITASI)
 (TERAKREDITASI)
 (TERAKREDITASI)
 (TERAKREDITASI)
 (TERAKREDITASI)

PERMOHONAN JUDUL TESIS / SKRIPSI / TUGAS AKHIR*

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap

: JULIAMAN HAREFA

Tempat/Tgl. Lahir

: HILINA'A / 07 Juli 1997

Nomor Pokok Mahasiswa

: 1715310581

Program Studi

: Manajemen

Konsentrasi

: Manajemen Pemasaran

Jumlah Kredit yang telah dicapai

: 140 SKS, IPK 3.50

Nomor Hp

: 082273029260

Dengan ini mengajukan judul sesuai bidang ilmu sebagai berikut :

Judul

PENGARUH PEREPESESI NILAI PENGALAMAN DAN CITRA DESTINASI WISATA TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN (STUDI PADA WISATAWAN YANG BERKUNJUNG KE WISATA PANTAI HUTAN MAGROVE NIAS UTARA)

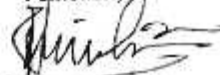
Diisi Oleh Dosen Jika Ada Perubahan Judul

Yang Tidak Perlu


 Rektor I.
 (Cahyo Pramono, S.E., M.M.)

Medan, 05 Juni 2021

Pemohon,

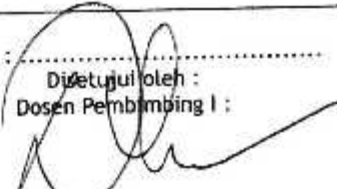

 (Juliaman Harefa)

Tanggal :

Disahkan oleh :
 Dekan

 (Dr. Onny Medaline, SH., M.Kn)

Tanggal :

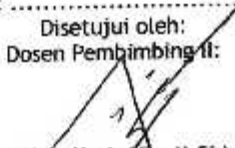
Disetujui oleh :
 Dosen Pembimbing I :

 (M. Dharmatua Putra, SE., MM)

Tanggal :

Disetujui oleh:
 Ka. Prodi Manajemen

 (Ramadhan Harahap, S.E., S. Psi, M.Si.)

Tanggal :

Disetujui oleh:
 Dosen Pembimbing II:

 (Nuzuliati, SE., M.Si)

No. Dokumen: FM-UPBM-18-02

Revisi: 0

Tgl. Eff: 22 Oktober 2018



LEMBAR BUKTI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : JULIAMAN HAREFA
NPM : 1715310581
Program Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata Satu
Dosen Pembimbing : Nuzuliati, SE., M.Si
Judul Skripsi : PENGARUH PEREPESESI NILAI PENGALAMAN DAN CITRA DESTINASI WISATA TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN (STUDI PADA WISATAWAN YANG BERKUNJUNG KE WISATA PANTAI HUTAN MAGROVE NIAS UTARA)

Tanggal	Pembahasan Materi	Status	Keterangan
09 Agustus 2021	silakan untuk mendaftar sempro	Disetujui	
25 November 2021	acc daftar meja hijau	Disetujui	
25 Januari 2022	ACC Jilid Lux	Disetujui	

Medan, 31 Januari 2022
Dosen Pembimbing,



Nuzuliati, SE., M.Si

LEMBAR BUKTI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : JULIAMAN HAREFA
 NPM : 1715310581
 Program Studi : Manajemen
 Jenjang Pendidikan : Strata Satu
 Dosen Pembimbing : Muhammad Dharma Tuan Putra Nasution, SE.,MM
 Judul Skripsi : PENGARUH PEREPESESI NILAI PENGALAMAN DAN CITRA DESTINASI WISATA TERHADAP
 KEPUASAN WISATAWAN (STUDI PADA WISATAWAN YANG BERKUNJUNG KE WISATA PANTAI HUTAN
 MAGROVE NIAS UTARA)

Tanggal	Pembahasan Materi	Status	Keterangan
Agustus 2021	ACC Seminar Proposal	Disetujui	
November 24 2021	ACC SIDANG MEJA HIJAU	Disetujui	

Medan, 05 Februari 2022
 Dosen Pembimbing,



Muhammad Dharma Tuan Putra Nasution,
 SE.,MM

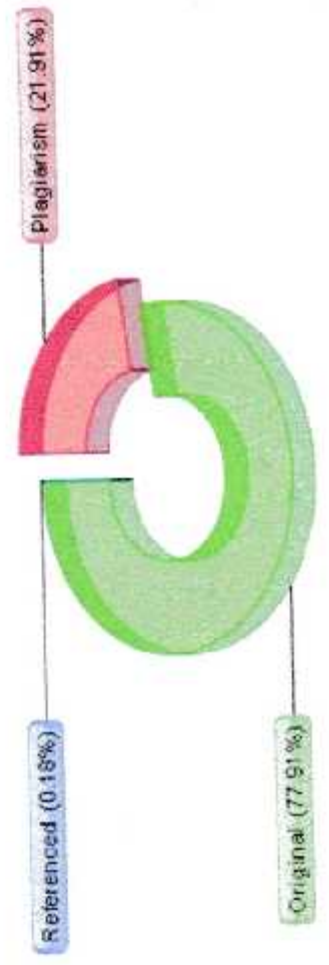
Plagiarism Detector v. 1921 - Originality Report 11/26/2021 6:41:53 PM

Author: JULIAMAN HAREFA_1715310581 MANAJEMEN.docx Uploaded: Universitas Pembangunan Panca Budi_Lice

- Confirmation Process Rewrite Detected language: Id
- Check type Internet Check
- File and url string [tee_and_enc_value]



Selected language: Indoneisa Study this job



SURAT KETERANGAN PLAGIAT CHECKER

Dengan ini saya Ka LPMU UNPAB menyetujui bahwa surat ini adalah bukti pengesahan dari LPMU sebagai pengesah proses plagiat checker Tugas Akhir Skripsi Tesis selama masa pandemi *Covid-19* sesuai dengan edaran rektor Nomor : 7594/13/B/2020 Tentang Pemberitahuan Perpanjangan PBM Online

Demikian disampaikan.

NB. Segala penyalahgunaan pelanggaran atas surat ini akan di proses sesuai ketentuan yang berlaku UNPAB


Pius Mubattai Ritonga, B.A., MSc

No Dokumen	PM-LJMA-06-02	Revisi	00	Tgl Eff	23 Jan 2019
------------	---------------	--------	----	---------	-------------



SURAT BEBAS PUSTAKA
NOMOR: 952/PERP/BP/2021

Kepala Perpustakaan Universitas Pembangunan Panca Budi menerangkan bahwa berdasarkan data pengguna perpustakaan
nama saudara/i:

Nama : JULIAMAN HAREFA
N.P.M. : 1715310581
Tingkat/Semester : Akhir
Jurusan/Fakultas : SOSIAL SAINS
Jurusan/Prodi : Manajemen

sejak tanggal 23 November 2021, dinyatakan tidak memiliki tanggungan dan atau pinjaman buku
tidak lagi terdaftar sebagai anggota Perpustakaan Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.

Medan, 23 November 2021
Diketahui oleh,
Kepala Perpustakaan




Rahmad Budi Utomo, ST, M.Kom

No. Dokumen: FM-PERPUS-06-01
Revisi : 01
Tgl. Efektif : 04 Juni 2015

SURAT PERNYATAAN

Saya Yang Bertanda Tangan Dibawah Ini :

Nama : JULIAMAN HAREFA
N. P. M : 1715310581
Tempat/Tgl. lahir : HILINA'A / 07 JULI
Alamat : jl. kapten muslim gg sadar no. 9c
No. HP : 082273029260
Nama Orang Tua : OBEDI HAREFA/OLIRIA TELAUMBANUA
Fakultas : SOSIAL SAINS
Program Studi : Manajemen
Judul : PENGARUH PEREPSESI NILAI PENGALAMAN DAN CITRA DESTINASI WISATA TERHADAP KEPUJASAN WISATAWAN (STUDI PADA WISATAWAN YANG BERKUNJUNG KE WISATA PANTAI HUTAN MAGROVE NIAS UTARA)

Bersama dengan surat ini menyatakan dengan sebenar - benarnya bahwa data yang tertera diatas adalah sudah benar sesuai dengan ijazah pada pendidikan terakhir yang saya jalani. Maka dengan ini saya tidak akan melakukan penuntutan kepada UNPAB. Apabila ada kesalahan data pada ijazah saya.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar - benarnya, tanpa ada paksaan dari pihak manapun dan dibuat dalam keadaan sadar. Jika terjadi kesalahan, Maka saya bersedia bertanggung jawab atas kelalaian saya.

Medan, 26 November 2021
yang Membuat Pernyataan



Juliaman Harefa
JULIAMAN HAREFA
1715310581



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
FAKULTAS SOSIAL SAINS

Jl. Jend. Gatot Subroto Km. 4,5 Telp (061) 8455571
 website : www.pancabudi.ac.id email: unpab@pancabudi.ac.id
 Medan - Indonesia

Universitas : Universitas Pembangunan Panca Budi
 Fakultas : SOSIAL SAINS
 Dosen Pembimbing I :
 Dosen Pembimbing II : MUZUKIATI S.E., M.Si
 Nama Mahasiswa : JULIAMAN HAREFA
 Jurusan/Program Studi : Manajemen
 Nomor Pokok Mahasiswa : 1715310581
 Bidang Pendidikan : Strata 1
 Judul Tugas Akhir/Skripsi : Pengaruh Persepsi Nilai Pengalaman Dan Citra Destinasi Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan (Studi pada Wisatawan Yang berkunjung ke Hutan Kelopond Nkek Utara)

TANGGAL	PEMBAHASAN MATERI	PARAF	KETERANGAN
	Perbaiki Penulisan yang salah Jelaskan dari variabel Y kemudian variabel X nya.		
	Perbaiki Hipotesis dan Kerangka konseptual		
	Acc Lempro		

Medan, 05 Juni 2021
 Diketahui/Disetujui oleh :
 Dekan,



Dr. Onny Medaline, SH., M.Kn

Ace Julia

WZ



Muzulini Ge MSi



Ace Julia
Luz

**PENGARUH PERSEPSI NILAI, PENGALAMAN DAN CITRA
DESTINASI WISATA TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN
(STUDI PADA WISATAWAN YANG BERKUNJUNG
KE HUTAN MANGROVE NIAS UTARA)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Ujian
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Sosial Sains
Universitas Pembangunan Panca Budi

Oleh:

JULIAMAN HAREFA

NPM: 1715310581

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS SOSIAL SAINS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
MEDAN
2021**



Acc Sempurna
10/08/21
Acc Sempurna
10/08/21

**PENGARUH PERSEPSI NILAI PENGALAMAN DAN CITRA
DESTINASI WISATA TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN
(STUDI PADA WISATAWAN YANG BERKUNJUNG
KEHUTAN MANGROVE NIAS UTARA)**

PROPOSAL

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Ujian
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Sosial Sains
Universitas Pembangunan Panca Budi

Oleh :

JULIAMAN HAREFA

NPM : 1715310581


**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS SOSIAL SAINS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI**

MEDAN

2021

Acc. Mgs
Hjjan




Acc. Mgs Hjjan


**PENGARUH PERSEPSI NILAI, PENGALAMAN DAN CITRA
DESTINASI WISATA TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN
(STUDI PADA WISATAWAN YANG BERKUNJUNG
KEHUTAN MANGROVE, NIAS UTARA)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Ujian
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Sosial Sains
Universitas Pembangunan Panca Budi

Oleh:

JULIAMAN HAREFA

NPM: 1715310581

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS SOSIAL SAINS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
MEDAN**

Hal : Permohonan Meja Hijau

Medan, 26 November 2021
 Kepada Yth : Bapak/Ibu Dekan
 Fakultas SOSIAL SAINS
 UNPAB Medan
 Di -
 Tempat

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : JULIAMAN HAREFA
 Tempat/Tgl. Lahir : HILINA'A / 07 JULI
 Nama Orang Tua : OBEDI HAREFA
 N. P. M : 1715310581
 Fakultas : SOSIAL SAINS
 Program Studi : Manajemen
 No. HP : 082273029260
 Alamat : Jl. Kapten Muisir gg sadar no. 9c

Datang bermohon kepada Bapak/Ibu untuk dapat diterima mengikuti Ujian Meja Hijau dengan judul PENGARUH PEREPESEI NILAI PENGALAMAN DAN CITRA DESTINASI WISATA TERHADAP KEPuasan WISATAWAN (STUDI PADA WISATAWAN YANG BERKUNJUNG KE WISATA PANTAI HUTAN MAGROVE NIAS UTARA), Selanjutnya saya menyatakan :

1. Melampirkan KKM yang telah disahkan oleh Ka. Prodi dan Dekan
2. Tidak akan menuntut ujian perbaikan nilai mata kuliah untuk perbaikan indeks prestasi (IP), dan mohon diterbitkan Ijazahnya setelah lulus ujian meja hijau.
3. Telah tercap keterangan bebas pustaka
4. Terlampir surat keterangan bebas laboratorium
5. Terlampir pas photo untuk Ijazah ukuran 4x6 - 5 lembar dan 3x4 - 5 lembar Hitam Putih
6. Terlampir foto copy STTB SLTA dilegalisir 1 (satu) lembar dan bagi mahasiswa yang lanjutan D3 ke S1 lampirkan ijazah dan transkripnya sebanyak 1 lembar.
7. Terlampir pelunasan kwitansi pembayaran uang kuliah berjalan dan wisuda sebanyak 1 lembar
8. Skripsi sudah dijilid lux 2 exemplar (1 untuk perpustakaan, 1 untuk mahasiswa) dan jilid kertas jenuk 5 exemplar untuk penguji (bentuk dan warna penjiilidan diserahkan berdasarkan ketentuan fakultas yang berlaku) dan lembar persetujuan sudah di tandatangi dosen pembimbing, prodi dan dekan
9. Soft Copy Skripsi di simpan di CD sebanyak 2 disc (Sesuai dengan Judul Skripsinya)
10. Terlampir surat keterangan BKKOL (pada saat pengambilan ijazah)
11. Setelah menyelesaikan persyaratan point-point diatas berkas di masukan kedalam MAP
12. Bersedia melunaskan biaya-biaya yang dibebankan untuk memproses pelaksanaan ujian dimaksud, dengan rincian sbb :

1. [102] Ujian Meja Hijau	: Rp.	1,000,000
2. [120] Administrasi Wisuda	: Rp.	1,750,000
Total Biaya	: Rp.	2,750,000

Ukuran Toga :

M

Diketahui/Disetujui oleh :



Dr. Onny Medaling, SH., M.Kn
 Dekan Fakultas SOSIAL SAINS



Hormat saya



JULIAMAN HAREFA
 1715310581

Catatan :

- 1. Surat permohonan ini sah dan berlaku bila :
 - o a. Telah dicap Bukti Pelunasan dari UPT Perpustakaan UNPAB Medan.
 - o b. Melampirkan Bukti Pembayaran Uang Kuliah aktif semester berjalan
- 2. Dibuat Rangkap 3 (tiga), untuk - Fakultas - untuk BPAA (asli) - Mhs.ybs.

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan di kawasan wisata Hutan Mangrove di Nias Utara. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari Persepsi Nilai (X_1), Pengalaman (X_2) dan Citra Destinasi Wisata (X_3) terhadap Kepuasan Wisatawan (Y) di kawasan Hutan Mangrove. Populasi pada penelitian ini merupakan pengunjung Hutan Mangrove yang memiliki frekuensi 250 wisatawan per Sabtu dan Minggu. Sampel yang diambil sebanyak 71 responden dimana jumlah sampel ditentukan dengan rumus Slovin. Penelitian dilakukan pada bulan Agustus hingga November 2021. Penelitian ini menggunakan data kuantitatif yang diolah dengan aplikasi SPSS versi 26.0 dengan model regresi linear berganda. Sumber data yang digunakan adalah data primer yang diambil langsung dari responden melalui kuesioner. Hasil uji T dan uji F pada penelitian menunjukkan bahwa persepsi nilai, pengalaman dan citra destinasi wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan pada wisata Hutan Mangrove Desa Sisarahili Kecamatan Sawo Kabupaten Nias Utara. Variabel persepsi nilai menjadi variabel yang paling dominan mempengaruhi kepuasan wisatawan. Persepsi nilai, pengalaman dan citra destinasi wisata memberikan kontribusi sebesar 75,3% dalam terbentuknya kepuasan wisatawan. Persepsi nilai, pengalaman dan citra destinasi wisata memiliki hubungan yang sangat kuat terhadap kepuasan wisatawan.

Kata Kunci: Persepsi Nilai, Pengalaman, Citra Destinasi Wisata dan Kepuasan Wisatawan

ABSTRACT

This research was conducted in the Mangrove Forest tourism area in North Nias. This study aims to determine how the influence of Perceived Value (X1), Experience (X2) and Tourist Destination Image (X3) on Tourist Satisfaction (Y) in the Mangrove Forest area. The population in this study are visitors to the Mangrove Forest who have a frequency of 250 tourists per Saturday and Sunday. Samples were taken as many as 71 respondents where the number of samples was determined by the Slovin formula. The study was conducted from August to November 2021. This study used quantitative data that was processed with the SPSS version 26.0 application with multiple linear regression models. Sources of data used are primary data taken directly from respondents through questionnaires. The results of the T-test and F-test in this study indicate that the perception of value, experience and image of tourist destinations has a positive and significant effect on tourist satisfaction in Mangrove Forests tourism in sisarahili village, sawo distric, in North Nias. The value perception variable is the most dominant variable affecting tourist satisfaction. Value perception, experience and image of tourist destinations contributed 75.3% in the formation of tourist satisfaction. Perceived value, experience and image of tourist destinations have a very strong relationship to tourist satisfaction.

Keywords: Value Perception, Experience, Tourist Destination Image and Tourist Satisfaction

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena Berkat Rahmat dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul : Pengaruh Persepsi Nilai, Pengalaman Dan Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisata (Studi Pada Wisatawan Yang Berkunjung Ke Hutan Magrove Nias Utara). Skripsi adalah untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih gelar sarjana starta (S-1) Program Studi Manajemen Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.

Selama penelitian dan penyusunan penelitian skripsi ini, penulis tidak luput dari kendala. Kendala tersebut dapat di atasi penulis berkat adanya bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya dengan tulus dan ikhlas kepada :

1. Bapak Dr. H. Muhammad Isa Indrawan, S.E., M.M selaku Rektor Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.
2. Ibu Dr. Onny Medaline, S.H., M. Kn Selaku Dekan Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.
3. Bapak Husni Muharram Ritonga, BA., M.Sc.M Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.
4. Bapak M. Dharma Tuah Putra, S.E., M.M Selaku Dosen Pembimbing I (satu) yang telah banyak memberikan masukan dan meluangkan waktu membimbing penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

5. Ibu Nuzuliati, S.E., M. Si selaku Dosen Pembimbing II (dua) yang telah banyak memberikan masukan dan meluangkan waktu untuk membimbing penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak/Ibu Dosen Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Panca Budi Medan yang telah memberi bekal Ilmu pengetahuan kepada peneliti.
7. Bapak Tonawamati Telaumbanua selaku Kepala Desa Sisarahili Teluk siabang yang telah memberikan data kepada penulis.
8. Masyarakat Desa Sisarahili Teluk siabang yang senantiasa meluangkan waktu selama penelitian.
9. Orang Tua penulis, yang bernama: Obedi Harefa dan Oliria Telaumbanua yang telah memberi bantuan baik moral maupun material kepada penulis.
10. Untuk saudara kandung saya yang bernama: Syukur Niat Harefa Amd.Keb, Septiawati harefa Amd.kep, Julianto Harefa S. Kom yang selalu memberi semangat dan dukungan kepada penulis.
11. Kepada seluruh sahabat-sahabat terimakasih atas dorongan semangat dan kebersamaan yang tak terlupakan.

Penulis juga mengharapkan semoga dalam penyusunan skripsi ini nantinya dapat berguna bagi penulis dan para pembaca sekalian. Mudah-mudahan penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya.

Medan, Desember 2021
Penulis

Juliaman Harefa
NPM. 1715310581

DAFTAR ISI

	HALAMAN
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRAC	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	5
C. Batasan Dan Rumusan Masalah.....	6
D. Tujuan Penelitian	7
E. Manfaat Penelitian	7
F. Keaslian Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori	10
1. Kepuasan Wisatawan	10
a) Pengertian Kepuasan	10
b) Faktor-faktor Kepuasan	10
c) Manfaat kepuasan wisatawan	12
d) Indikator kepuasan wisatawan.....	12
2. Persepsi Nilai	13
a) Pengertian persepsi nilai.....	13
b) Jenis persepsi	13
c) Ciri-ciri umum persepsi.....	15
d) Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi	16
e) Indikator Persepsi	16
3. Pengalaman	17
a) Pengertian pengalaman.....	17
b) Indikator Pengalaman.....	18
4. Citra destinasi	18
a) Pengertian citra destinasi.....	18
b) Tujuan citra destinasi wisata	19
c) Indikator citra destinasi	20
B. Penelitian Terdahulu	21
C. Kerangka Konseptual.....	24
D. Hipotesis	24

BAB III	METODE PENELITIAN	
	A. Pendekatan penelitian	26
	B. Lokasi penelitian dan Waktu penelitian.....	26
	C. Populasi dan Sampel	27
	D. Jenis Data Dan Sumber Data	28
	E. Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional	29
	F. Skala Pengukuran Variabel	32
	G. Teknik Pengumpulan Data	33
	H. Teknik Analisis Data	33
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	A. Hasil Penelitian.....	41
	1. Deskripsi Hasil Penelitian	41
	2. Deskripsi Karakteristik Responden	42
	a) Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	42
	b) Karakteristik Berddasarkan Usia.....	43
	c) Karakteristik Berdasarkan Pendidikan	43
	d) Karakteristik Responden Berdaasarkan Pekerjaan.....	44
	3. Deskripsi Varibel Penelitian	44
	a) Variabel Persepsi Nilai (X_1)	45
	b) Variabel Pengalaman (X_2).....	47
	c) Variabel Citra Destinasi (X_3).....	49
	d) Variabel Kepuasan Wisatawan (Y).....	51
	4. Pengujian Validitas Dan Reabilitas	53
	a) Pengujian Validitas	53
	b) Pengujian Reliabilitas.....	55
	5. Pengujian Asumsi Klasik.....	56
	a) Uji Normalitas Data.....	56
	b) Uji Multikolinearitas	58
	c) Uji Heteroskedastisitas	59
	6. Regresi Linear Berganda	60
	7. Uji Hipotesis	61
	B. Pembahasan.....	64
	1. Pengaruh Persepsi Nilai Terhadap Kepuasan Wisatawan .	64
	2. Pengaruh Pengalaman Terhadap Kepuasan Wisatawan	65
	3. Pengaruh Citra Destinasi Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan.....	65
	4. Pengaruh Persepsi Nilai, Pengalaman Dan Citra Destinasi Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan.....	66
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
	A. Kesimpulan	67
	B. Saran	68

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	HALAMAN
Tabel 1.1 Perkembangan Jumlah Wisatawan.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.1 Skedul Proses Penelitian	27
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel	30
Tabel 3.3 Instrument Skala <i>Likert</i>	32
Tabel 3.4 Koefisien Korelasi.....	40
Tabel 4.1 Penilaian Responden Terhadap Variabel Perseps Nilai (X_1) ...	45
Tabel 4.2 Penilaian Responden Terhadap Variabel Pengalaman (X_2).....	47
Tabel 4.3 Penilaian Responden Terhadap Varriabel Citra Destinasi (X_3)	49
Tabel 4.4 Penilaian Responden Terhadap Variabel Kepuasan Wisatawan (Y).....	51
Tabel 4.5 Uji Validitas	54
Tabel 4.6 Uji Reliabilitas	55
Tabel 4.7 One-Sample Kolmogrov	57
Tabel 4.8 Uji Multikolinieritas	58
Tabel 4.9 Regresi Linear Berganda	60
Tabel 4.10 Uji Parsial (Uji t)	62
Tabel 4.11 Uji Simultan (Uji F)	63
Tabel 4.12 Koefisien Determinasi	64

DAFTAR GAMBAR

	HALAMAN
Gambar 2.1 Konseptual	24
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan jenis kelamin.....	42
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	43
Gambar 4.3 Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan.....	43
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	44
Gambar 4.5 Histrogram Uji Normalitas.....	56
Gambar 4.6 PP Plot Uji Normalitas	56
Gambar 4.7 Scatterplot Uji Heteroskedastisitas.....	59

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata merupakan salah satu sektor jasa yang terus dikembangkan untuk meningkatkan pendapatan negara dan untuk meningkatkan peluang usaha dan lapangan kerja, serta kemajuan pembangunan daerah. Hal ini juga mendorong pertumbuhan regional. Tumbuhnya tingkat kemakmuran dan kesejahteraan masyarakat merupakan tujuan dari industri pariwisata ini. Untuk mengembangkan potensi pengembangan pariwisata, Indonesia memiliki sejumlah aset pariwisata yang berharga, termasuk iklim yang hangat, keindahan alam (pantai, sungai, gunung, danau, flora dan fauna), warisan sejarah, budaya suku, kerajinan, dan keanekaragaman hayati, berbagai barang kerajinan rumahan.

Pariwisata berjalan dengan sangat cepat dan sekarang menjadi fenomena di seluruh dunia yang mencakup jutaan individu baik dalam bisnis pariwisata maupun mereka yang menggunakannya. Upaya individu untuk meningkatkan biaya hidup ekonomi membuat mereka berusaha untuk menciptakan lapangan kerja sendiri dengan memanfaatkan potensi yang mereka miliki dan potensi lainnya, seperti pariwisata. Meningkatnya jumlah kegiatan dan daya tarik wisata di suatu wilayah akan menghasilkan tambahan kesempatan kerja, sehingga memungkinkan individu untuk memanfaatkannya.

Pariwisata tidak mungkin dipandang lepas dari semua sektor lainnya, terutama industri, industri kerajinan, pertimbangan keamanan, aspek pendidikan, potensi daerah, dan lain-lain. Perkembangan dan perluasan pariwisata perlu diprediksi agar pertumbuhan tetap kuat. Evaluasi pengembangan pariwisata suatu

wilayah sangat penting dalam menentukan tujuan dan strategi pengembangannya serta memproyeksikan sarana dan prasarana yang akan dibutuhkan.

Sumatera Utara memiliki berbagai tempat wisata menarik yang banyak dikunjungi wisatawan. Selain itu, Sumatera Utara tidak hanya menjadi kawasan wisata Nasional karena kekayaan sumber daya alamnya yang melimpah, tetapi juga merupakan salah satu dari sepuluh provinsi yang diakui sebagai kawasan wisata Nasional karena kekayaan alamnya yang beragam di darat dan di air. Semua potensi tersebut memiliki peran penting bagi pengembangan pariwisata.

Program pariwisata nasional yang mencakup wilayah Sumatera Utara merupakan dasar bagi pertumbuhan negara secara keseluruhan, yang juga diwujudkan di daerah lain. Sementara pengembangan tempat wisata telah dilaksanakan, pengembangannya tidak merata antar kabupaten. Hal ini tidak terlepas dari ketersediaan sarana dan prasarana pariwisata serta penerapan sapta pesona.

Kabupaten Nias Utara merupakan salah satu kabupaten yang dibentuk berdasarkan Undang-Undang Nomor 45 Tahun 2008 tentang Pembentukan Kabupaten Nias Utara di Provinsi Sumatera Utara. Salah satu program pemerintah daerah Kabupaten Nias Utara saat ini adalah mempromosikan sektor pariwisata sebagai salah satu sumber daya alam yang sangat berpotensi untuk dikembangkan. Industri pariwisata terbukti mampu meningkatkan perekonomian masyarakat setempat. Sebagai prospek wisata, kekayaan keunikan Kabupaten Nias Utara terdiri dari wisata bahari, gunung, air terjun, dan atraksi adat.

Objek wisata tersebut dimiliki oleh beberapa kecamatan dan memenuhi syarat untuk dijadikan sebagai destinasi pariwisata Nasional dan Internasional. Untuk

merefleksikan dan menghormati semangat otonomi daerah, pemerintah kabupaten Nias Utara harus terus meneliti, mengamati, mengemas, membuat, dan memasarkan daya tarik wisata daerahnya sendiri. Namun potensi yang cukup besar ini belum dioptimalkan untuk pengelolaan dan pengembangan, baik infrastruktur maupun sarana dan prasarana.

Kecamatan Sawo merupakan salah satu Kecamatan di Kabupaten Nias Utara, Kecamatan Sawo tidak kalah bersaing dengan kecamatan lain di Kabupaten Nias Utara dalam hal peluang pertumbuhannya dalam pengembangan pariwisata. Pariwisata adalah sumber daya alam yang paling penting di Kabupaten Sawo, yang memiliki potensi terbesar dalam sektor unggulan khususnya di bidang pariwisata.

Salah satu objek wisata yang terkenal baik di Kecamatan Sawo ialah Objek Wisata Hutan Mangrove yang terletak di Desa Sisarahili Teluk Siabang. Adapun lokasi destinasi wisata ini berjarak sekitar 44 KM dari pusat kota Gunungsitoli, dimana, titik lokasinya adalah sekitar 800 meter dari jalan utama. Keadaan jalan menuju titik lokasi destinasi wisata ini masih tergolong kurang baik dimana jalannya kurang lebar dan masih terdapat sebagian jalan yang rusak dan tidak rata. Namun demikian, destinasi wisata Hutan Mangrove ini memiliki potensi daya tarik yang cukup tinggi dimana keindahan alam hijau disekitarnya sangat mengesankan bagi pengunjung atau wisatawan. Sayangnya, potensi daya tarik yang tinggi ini masih belum bisa dimanfaatkan secara maksimal untuk memikat hati wisatawan untuk berkunjung oleh karena beberapa faktor seperti tata pengelolaan dan penataan yang masih kurang, dan juga ketersediaan sarana dan prasarana atau infrastruktur yang masih belum memadai. Dengan kata lain, destinasi wisata Hutan Mangrove ini masih sedang dalam tahapan penataan dan pengembangan.

Tabel berikut adalah data perkembangan jumlah wisatawan Hutan Mangrove di Kabupaten Nias Utara sejak tahun 2018-2020 yang didapatkan dari Dinas Pariwisata dan Budaya Kabupaten Nias Utara.

Tabel 1.1
Perkembangan jumlah wisatawan hutan mangrove Di Kabupaten Nias Utara 2018-2020

Tahun	Wisatawan Domestik	Jumlah
2018	1.400/ Bulan	16.800/ Tahun
2019	1.100/ Bulan	13.200/ Tahun
2020	1.000/ Bulan	12.000/ Tahun

Sumber: Disparbud 2021

Pada data Tabel 1.1 di atas jumlah pengunjung hutan mangrove Desa Sisarahili Teluk Siabang Kabupaten Nias Utara pada tahun 2018 sebanyak 16.800 pengunjung per tahun, pada tahun 2019 sebanyak 13.200 pengunjung per tahun, dan pada tahun 2020 sebanyak 12.000 pengunjung per tahun. Dapat diamati bahwa jumlah wisatawan yang mengunjungi hutan mangrove telah berkurang secara signifikan dari 2019 hingga 2020 yang disebabkan oleh beberapa faktor, seperti; ketersediaan fasilitas, sarana/prasarana dan infrastruktur yang masih belum memadai, kurangnya tingkat kesadaran masyarakat terhadap pentingnya pengembangan daerah atau destinasi wisata, kurangnya sistem pengelolaan atau penataan destinasi pariwisata, kurangnya promosi terhadap destinasi wisata, dan ditambah dengan situasi pandemik COVID-19 yang membatasi kegiatan atau aktivitas orang-orang termasuk dalam melakukan kegiatan perjalanan wisata.

Berdasarkan pemikiran tersebut, penulis tertarik untuk membahas dan menulis sebuah karya berjudul **“Pengaruh persepsi nilai, pengalaman dan citra destinasi wisata terhadap kepuasan wisatawan (Studi pada wisata yang berkunjung ke hutan mangrove Nias Utara)”**

B. Identifikasi Masalah

Objek wisata hutan mangrove terletak di Desa Sisarahili Teluk Siabang Kecamatan Sawo Kabupaten Nias Utara, Namun di wisata hutan mangrove bakau ini memiliki berbagai kekurangan dalam wisata sebagai berikut:

1. Kurangnya sarana dan prasarana di lokasi objek wisata hutan mangrove Desa Sisarahili Teluk Siabang Kecamatan Sawo Kabupaten Nias Utara.
2. Kurangnya pengoptimalan pemandu wisatawan pada wisata hutan mangrove Desa Sisarahili Teluk Siabang Kecamatan Sawo Kabupaten Nias Utara,
3. Kurangnya penerapan sapta pesona dan akses jalan yang rusak yang masih kurang memadai di wisata hutan mangrove Desa Sisarahili Teluk Siabang Kecamatan Sawo Kabupaten Nias Utara.
4. Menurunnya jumlah wisatawan yang datang dari tahun 2018, tahun 2019 sampai pada tahun 2020 pada wisata hutan mangrove Desa Sisarahili Teluk Siabang Kecamatan Sawo Kabupaten Nias Utara.

C. Batasan Dan Rumusan Masalah

1. Batasan masalah

Untuk menghindari permasalahan dalam penelitian ini, maka perlu dilakukan pembatasan masalah penelitian ini, yaitu: Pengaruh Persepsi Nilai, Pengalaman dan Citra Destinasi Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan. Penelitian ini berfokus pada wisata hutan mangrove Desa Sisarahili Teluk Siabang Kabupaten Nias Utara.

2. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

- a) Apakah persepsi nilai secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan pada wisata hutan mangrove Desa Sisarahili Teluk Siabang Kecamatan Sawo Kabupaten Nias Utara?
- b) Apakah pengalaman nilai secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan pada wisata hutan mangrove Desa Sisarahili Teluk Siabang Kecamatan Sawo Kabupaten Nias Utara?
- c) Apakah citra destinasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan pada wisata hutan mangrove Desa Sisarahili Teluk Siabang Kecamatan Sawo Kabupaten Nias Utara?
- d) Apakah persepsi nilai, pengalaman, citra destinasi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan pada wisata hutan mangrove Desa Sisarahili Teluk Siabang Kecamatan Sawo Kabupaten Nias Utara?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi nilai terhadap kepuasan wisatawan pada wisata hutan mangrove di Desa Sisarahili Teluk Siabang Kecamatan Sawo Kabupaten Nias Utara.
2. Untuk mengetahui pengaruh pengalaman wisatawan terhadap kepuasan wisatawan pada wisata hutan mangrove di Desa Sisarahili Teluk Siabang Kecamatan Sawo Kabupaten Nias Utara.
3. Untuk mengetahui pengaruh destinasi wisata terhadap kepuasan wisatawan di tempat wisata hutan mangrove Desa Sisarahili Teluk Siabang Kecamatan Sawo Kabupaten Nias Utara.
4. Untuk mengetahui pengaruh persepsi nilai, pengalaman, citra destinasi secara simultan terhadap kepuasan wisatawan pada wisata hutan mangrove di Desa sisarahili Teluk Siabang Kecamatan Sawo Kabupaten Nias Utara.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagi wisatawan
Memberikan informasi tentang keadaan prasarana dan sarana di tempat wisata hutan mangrove Desa Sisarahili Teluk Siabang Kecamatan Sawo Kabupaten Nias Utara.
2. Bagi pemerintah daerah
Sebagai bahan masukan agar bisa ada pengembangan wisata di daerah untuk meningkatkan wisata yang berkunjung ke wisata hutan mangrove Desa Sisarahili Teluk Siabang Kecamatan Sawo Kabupaten Nias Utara.

3. Bagi penulis

Menambah wawasan dan ilmu pengetahuan manajemen pemasaran khususnya dalam bidang wisata pada wisata hutan mangrove Desa Sisarahili Teluk Siabang Kecamatan Sawo Kabupaten Nias Utara.

4. Bagi peneliti berikutnya

Refrensi untuk melakukan penelitian lebih dalam dan luas dengan mempertimbangkan ruang lingkup yang luas dan diharapkan dapat membantu pihak lain dalam menyajikan informasi serupa.

F. Keaslian Penelitian

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Amirul Azhar 2019 berjudul: Pengaruh ekspektasi, Persepsi Kualitas, Persepsi Nilai dan Citra Destinasi Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Pulau Weh Sabang. Sedangkan penelitian ini berjudul: Pengaruh Prepsesi Nilai Pengalaman dan Citra Destinasi Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan (Studi Kasus Pada Wisatawan Yang Berkunjung Ke Hutan Mangrove Nias Utara). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah sebagai berikut:

1. Judul penelitian

Penelitian terdahulu berjudul: Pengaruh Pengalaman, Persepsi Kualitas, Persepsi Nilai dan Citra Destinasi Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Pulau Weh Sabang.

Sedangkan penelitian ini berjudul: Pengaruh Persepsi Nilai, Pengalaman dan Citra Destinasi Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan (Studi Kasus Pada Wisatawan Yang Berkunjung Ke Hutan Mangrove Nias Utara).

2. Variabel penelitian

Dalam penelitian terdahulu menggunakan 4 (Empat) variabel bebas yaitu pengalaman (X_1), persepsi kualitas (X_2), persepsi nilai (X_3), citra Destinasi wisata (X_4) dan 1 (satu) variabel terikat yaitu kepuasan wisata (Y).

Pada penelitian yang dilakukan oleh penulis, menggunakan 3 (tiga) variabel bebas yaitu Persepsi nilai (X_1), Pengalaman (X_2), Destinasi Wisata (X_3) dan 1 (satu) variabel terikat yaitu Kepuasan Wisatawan (Y).

3. Jumlah Sampel

Penelitian terdahulu berjumlah sebanyak 100 responden. Sedangkan penelitian ini menggunakan sampel berjumlah 71 responden.

4. Waktu penelitian

Penelitian terdahulu dilakukan pada tahun 2019 sedangkan penelitian ini di laksanakan pada tahun 2021.

5. Lokasi penelitian

Penelitian terdahulu dilakukan di wisata Pulau Weh Sabang Provinsi Aceh. Sedangkan penelitian ini di laksanakan di objek wisata hutan mangrove Desa Sisarahili Teluk Siabang Kecamatan Sawo Kabupaten Nias Utara.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Kepuasan Wisatawan (Y)

a. Pengertian Kepuasan

Kepuasan wisatawan adalah suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen dapat terpenuhi oleh produk dan jasa yang diberikan Irawan (2014: 34). Kepuasan wisatawan terhadap wisata berkaitan dengan akomodasi, cuaca, lingkungan alam, dan lingkungan sosial. Menurut Paludi (2016), secara umum dapat dikatakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa yang berasal dari perbandingan antara kesan terhadap kinerja produk dan harapan.

Kepuasan di kalangan wisatawan dianggap sebagai faktor penting bagi penyedia layanan dalam memahami dan bereaksi terhadap kebutuhan wisatawan, serta menentukan fitur wisata mana yang perlu ditingkatkan lebih lanjut, Menurut Aliman (2016), Menurut Tjiptono (2014), kepuasan wisatawan akan dirasakan bagaimana memenuhi harapan atau kebutuhan wisatawan tercapai dan memberikan pelayanan mampu memberikan produk dan layanan lebih dari yang diharapkan wisatawan.

b. Faktor-faktor Kepuasan

Menurut Tjiptono (2012: 186), ada 6 konsep yang memiliki kesamaan di antara berbagai cara mengukur kepuasan pelanggan, yaitu:

1) Kepuasan pelanggan keseluruhan (*overall customer satisfction*)

Kepuasan pelanggan adalah langsung menanyakan kepada pelanggan seberapa puas mereka dengan produk atau jasa yang spesifik yang di

tawarkan. Di dalam kepuasan ada dua bagian dalam proses pengukurannya yaitu mengukur tingkat kepuasan konsumen terhadap produk yang bersangkutan, Menilai produk dan membandingkannya dengan tingkat kepuasan konsumen keseluruhan terhadap produk jasa para pesaing.

2) Dimensi kepuasan

Kepuasan pelanggan diukur dengan atas empat langkah. Pertama, mengidentifikasi dimensi-dimensi kunci kepuasan pelanggan. Kedua, meminta pelanggan menilai produk atau jasa. Ketiga, meminta pelanggan menilai produk atau jasa perusahaan pesaing berdasarkan item yang sama. Keempat, meminta para pelanggan untuk menentukan dimensi yang penting dalam menilai kepuasan pelanggan.

3) Konfirmasi harapan (*confirmation of expectation*)

Konfirmasi harapan yaitu kesesuaian atau ketidak sesuaian antara harapan konsumen dengan pelayanan yang di berikan. Dalam hal ini akan lebih di tekankan pada service quality yang memiliki komponen berupa pelanggan akan pelayanan yang di berikan.

4) Minat pembelian ulang (*Repurchase intent*)

Yaitu kepuasan pelanggan di ukur secara behavioral dengan jalan menanyakan apakah pelanggan akan berbelanja atau menggunakan kembali jasa yang telah di berikan.

5) kesediaan untuk merekomendasi (*willingness to Recommend*)

Kesediaan untuk merekomendasi yaitu kesediaan untuk merekomendasi produk kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran yang penting untuk di analisis dan di tindak lanjutin.

6) Ketidak puasan pelanggan (*customer Dissatification*)

Ketidak puasan pelanggan adalah suatu aspek-aspek yang di gunakan untuk mengetahui ketidak puasan pelanggan meliputi: complain, retur atau pengembalian, produk, recall, word of mouth negative, dan defection.

c. Manfaat kepuasan wisatawan

Kepuasan wisatawan dapat memberikan beberapa manfaat bagi penyelenggara jasa dan bagi konsumen itu sendiri. Manfaat yang dapat diperoleh dari kepuasan konsumen menurut tjiptono (2012:189) yaitu :

- 1) Dapat mendorong terciptanya loyalitas konsumen
- 2) Reputasi menjadi baik
- 3) Hubungan antara perusahaan dan para pelanggan menjadi harmonis
- 4) Memberikan dasar yang lebih baik untuk pembelian ulang.

d. Indikator kepuasan wisatawan

Menurut irawan (2104:37) ada lima indikator yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu:

- 1) Kualitas produk
- 2) Harga
- 3) Kualitas pelayanan (service quality)
- 4) Emotional factor
- 5) Kemudahan

2. Persepsi Nilai (X_1)

a. Pengertian persepsi

Persepsi adalah pemahaman atau pemberian makna terhadap suatu stimulus informasi. Stimulus bisa dari proses penginderaan objek, kejadian, atau hubungan antar gejala yang kemudian diproses oleh otak. Menurut Boyd Larrache dalam Fadila dan Lestari (2013:45), persepsi adalah proses dimana seseorang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi.

Pride dan Ferrel Lestari (2013:45), mendefinisikan persepsi sebagai proses memilih, mengatur, dan menginterpretasikan masukan informasi, sensasi yang diterima melalui penglihatan, perasaan, pendengaran, penciuman, dan sentuhan, untuk menghasilkan makna.

Sedangkan menurut Kotler dan Fentri (2017), persepsi adalah proses individu memilih, mengatur dan menginterpretasikan masukan informasi untuk menciptakan gambaran dunia yang bermakna. Menurut wallgito (2010), persepsi adalah proses mengenali atau menunjukkan sesuatu dengan menggunakan panca indera.

b. Jenis-jenis Persepsi

1) Persepsi Nilai Sosial

Nilai sosial adalah sesuatu yang sangat diinginkan, diantisipasi, dan dianggap penting oleh masyarakat umum. Ada berbagai konsep kunci yang perlu dipertimbangkan ketika mempertimbangkan persepsi nilai sosial yaitu sebagai berikut:

- a) Persepsi bersifat selektif, maka setiap manusia menerima rangsangan sensorik secara teratur, tingkat perhatian kita terhadap suatu stimulus adalah aspek terpenting dalam menentukan selektivitas kita terhadap

stimulus yang bersangkutan.

- b) Persepsi bersifat dugaan, hal ini karena data yang kita peroleh tentang suatu objek tidak pernah lengkap sehingga persepsi yang dugaan ini memungkinkan kita menafsirkan item dengan makna yang lebih lengkap dari sudut pandang mana pun.
- c) Persepsi bersifat evaluatif, kebanyakan dari kita mengatakan bahwa apa yang kita persepsikan itu nyata, namun terkadang persepsi kita menipu kita sehingga kita mempertanyakan seberapa dekat pandangan kita dengan kenyataan pada satu titik waktu.
- d) Seperti yang dikatakan sebelumnya, persepsi adalah kontekstual, yang berarti bahwa, dari semua faktor yang memengaruhi persepsi kita. Konteks adalah salah satu yang paling kuat, ketika kita melihat seseorang atau sesuatu yang terjadi, konteks stimulus memiliki dampak yang signifikan pada struktur kognitif, harapan, dan persepsi kita.

2. Persepsi Nilai Ekpektasi

Ekspektasi (*Exepetation*), merupakan harapan, kecurigaan, yang dapat diartikan sebagai keyakinan yang kuat bahwa apa yang telah direncanakan dapat tercapai di masa yang akan datang. Menurut Sutisna (2001), bahwa Harapan dapat didefinisikan sebagai keyakinan dan kepercayaan yang dimiliki oleh setiap individu tentang berbagai hal yang seharusnya.

Menurut Boeree (2005), Ekspektasi adalah harapan menyenangkan yang dapat berubah dan berasal sebagai konsekuensi dari keyakinan tentang sesuatu di masa depan. Dapat diambil dari beberapa ekspektasi yang diharapkan bahwa ekspektasi adalah suatu harapan atau keinginan akan sesuatu yang diharapkan dapat

terwujud pada waktu tertentu disertai dengan usaha dan tindakan yang nyata. Menurut Notonagoro (2001:63), nilai dapat dibedakan menjadi tiga jenis sebagai berikut:

- a) Nilai material, yaitu segala sesuatu didefinisikan yang ada untuk manusia.
- b) Nilai Nital, yaitu segala sesuatu yang bermanfaat bagi manusia untuk dapat hidup dan mengadakan aktivitas.
- c) Nilai spiritual, yang didefinisikan sebagai semua yang bermanfaat bagi jiwa manusia.

c. Ciri-ciri Umum Persepsi

Untuk menimbulkan perasaan yang bermakna, terdapat ciri-ciri umum dalam persepsi yaitu sebagai berikut:

1) Modalitas

Merupakan rangsangan yang diterima harus sesuai dengan ciri masing-masing indera, yaitu sifat dasar indera dan setiap indera (cahaya untuk penglihatan, penciuman, suhu untuk indra, suara untuk pendengar, sifat permukaan untuk sentuhan dan sebagainya).

2) Dimensi Ruang

Merupakan persepsi memiliki sifat ruang kita dapat melihat keatas itu tinggi dan luas, ketika seseorang melihat ke bawah itu dalam dan padat, ketika seseorang melihat lurus kedepan itu terbuka dan luas, ketika seseorang melihat dari sisi ke sisi itu sempit dan menyempit.

3) Dimensi waktu

Merupakan persepsi memiliki dimensi yang dikaitkan dengan sejumlah konsep seperti kecepatan, lambat, tua, muda dan lain-lain.

Dari beberapa karakteristik di atas, kita dapat memilih bahwa indera manusia sangat berpengaruh dalam proses terbentuknya suatu persepsi. Manusia telah mengembangkan indera yang telah memberi mereka kemampuan untuk berpikir, merasakan, dan memahami hal-hal tertentu tentang diri mereka sendiri dan dunia di sekitar mereka. Persepsi dimulai dengan adanya rangsangan dari luar indera kita, dari rangsangan tersebut di dalam kita kemudian mengolahnya sehingga kita dapat menentukan atau menilai informasi dari apa yang sedang terjadi.

d. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi

Dalam proses persepsi, banyak rangsangan yang masuk ke panca indera tetapi tidak semua rangsangan memiliki daya tarik yang sama. Menurut Thoha (2016), ada dua faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang :

1) Faktor internal

Merupakan sikap, kepribadian individu, perasaan, keinginan, harapan, perhatian, proses belajar, kondisi fisik, gangguan psikologis, nilai dan kebutuhan serta minat dan motivasi.

2) Faktor eksternal

Merupakan latar belakang, informasi yang diterima, pengetahuan, dan kebutuhan lingkungan, serta intensitas, ukuran, dan resistensi, gerakan baru dan akrab, dll.

e. Indikator Persepsi

Indikator Persepsi merupakan efek yang diperoleh individu melalui panca inderanya kemudian dianalisis, ditafsirkan dan kemudian dievaluasi, sehingga individu tersebut memperoleh makna. Pendapat Robbins lebih melengkapi pendapat sebelumnya yaitu adanya unsur evaluasi atau penilaian terhadap objek

persepsi. Robbins menetapkan indikator persepsi menjadi dua jenis, yaitu:

- 1) Proses penerimaan merupakan indikator terjadinya persepsi pada tahap fisiologis, yaitu fungsi indera untuk menangkap rangsangan dari luar.
- 2) Evaluasi Rangsangan eksternal yang telah ditangkap oleh indera, kemudian dievaluasi oleh individu. Penilaian ini sangat subjektif. Seseorang menilai suatu stimulus sebagai sesuatu yang sulit dan membosankan. Tetapi individu lain menilai stimulus yang sama sebagai sesuatu yang menyenangkan.

3. Pengalaman (X₂)

a. Pengertian pengalaman

Pengalaman tidak dapat dipisahkan dari realitas kehidupan manusia sehari-hari, pengalaman juga sangat berharga bagi setiap manusia, dan pengalaman juga dapat diberikan kepada siapa saja untuk dijadikan sebagai panduan dan sebagai sumber pembelajaran manusia. Menurut Alawi Hasan (2002:26), pengalaman diartikan sebagai apa yang telah dialami, dirasakan, dijalani dan ditanggung oleh individu.

Menurut Kotler (2005:217) pengalaman adalah pembelajaran yang menghasilkan perubahan perilaku seseorang. Sedangkan Menurut Zhang et al (2018:2) Pengalaman perjalanan adalah pengalaman yang dibangun secara selektif dari pertemuan wisatawan dan dapat diingat kembali selama perjalanan itu sendiri. Pentingnya pengalaman yang diingat yang akan mempengaruhi pengambilan keputusan wisatawan di masa yang akan datang.

b. Indikator pengalaman

Indikator pengalaman wisata dapat ditarik kesimpulan dari pernyataan Zhang et al (2018:3) yang menyatakan bahwa pengalaman wisata terdiri dari beberapa bagian sebagai berikut:

- 1) Hendonism adalah bentuk gaya hidup dimana kenikmatan atau kebahagiaan pribadi menjadi tujuan dalam menjalani hidup.
- 2) Novelty (kebaruan) adalah merujuk pada sesuatu yang baru atau memberi pengalaman baru.
- 3) Local culture (budaya lokal) merupakan pengalaman terhadap budaya lokal.
- 4) Refreshment (penyegaran) adalah yaitu perasaan tenang, segar dan lepas yang dirasakan selama kunjungan wisata.
- 5) Meaning fulness (makna arti penting) adalah berpartisipasi pada suatu kegiatan periwisata diantaranya dalam meningkatkan perasaan suasana hati dan perasaan senang seseorang.
- 6) Involment (keterlibatan) merupakan keterlibatan seseorang dalam suatu perjalanan wisata.
- 7) Knowledge (pengetahuan) merupakan pengetahuan mengenai perjalanan tempat wisata yang dikunjungi.

4. Citra Destinasi (X₃)

a. Pengertian citra destinasi

Citra destinasi (destination image) merupakan keyakinan dan gagasan tentang suatu destinasi yang dirasakan wisatawan selama berwisata. Hal-hal yang mempengaruhi kesenangan pengunjung menjadi pertimbangan dalam membangun

atraksi wisata, agar sesuai dengan keinginan pengunjung. Kepuasan wisatawan dapat mempengaruhi penilaian atas wisatawan.

Menurut Coban (2012), penelitiannya menunjukkan bahwa pengunjung yang memiliki persepsi yang baik terhadap suatu tempat akan memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Seperti yang dikatakan sebelumnya, wisatawan yang memiliki kesan yang baik tentang suatu lokasi lebih mungkin untuk kembali dan dapat menyarankan tempat tersebut kepada orang lain.

Menurut Andriani (2016), citra destinasi adalah persepsi yang dimiliki wisatawan terhadap barang atau jasa yang telah mereka beli atau ingin mereka beli saat mengunjungi destinasi. Citra suatu tempat wisata tidak harus dibangun dari pengalaman atau fakta pribadi, tetapi dapat dibangun sedemikian rupa menjadi elemen pendorong atau motifasi yang kuat bagi orang untuk mengunjungi lokasi tersebut.

Menurut Wibowo, Sazali (2016) Citra suatu destinasi dibentuk oleh pilihan perjalanan pemikiran individu berupa pengetahuan, perasaan, dan persepsi ke dalam keseluruhan pemikiran pengalaman destinasi tergantung pada besarnya kesenangan pengunjung terhadap tempat yang dikunjungi.

Berdasarkan beberapa uraian yang diberikan di atas, penulis dapat menyimpulkan bahwa citra suatu destinasi merupakan gambaran dari segi sudut pandang seseorang tentang suatu objek wisata.

b. Tujuan Citra Destinasi Wisata

Adapun tujuan branding kawasan wisata menurut Blain dalam Palupi (2017:23) antara lain sebagai berikut:

- 1) Citra yang jelas dan spesifik yang mampu membedakan daerah dengan daerah lain, membangun hubungan dengan konsumen, dan mengembangkan keunggulan kompetitif jangka panjang.
- 2) Membangun citra yang baik, serta memperbaiki citra buruk yang mungkin diterima suatu daerah sebagai akibat dari suatu tragedi, merupakan bagian penting dalam mengembangkan citra merek daerah.

c. Indikator Citra Destinasi

Citra destinasi terdiri atas tiga indikator yakni *cognitive, inque dan affective* yang telah di jabarkan sebagai: 1. Cognitive destination image (citra destinasi kognitif), 2. Unique destination image (citra destinasi yang unik), and 3. Affective destination image (citra destinasi efektif). Hailin Qu et al dalam hidayat et al (2017).

Berdasarkan pendapat yang telah di kemukakan oleh Hailin Qu et al (2017) dapat di simpulkan bahwa indikator citra destinasi yaitu sebagai berikut :

- 1) *Cognitive destination image* (citra destinasi kognitif)

Merupakan citra destinasi kognitif suatu destinasi yang terdiri dari kualitas pengalaman yang dapat dimiliki wisatawan di suatu destinasi, lingkungan dan infrastruktur di lingkungan tersebut, serta hiburan dan tradisi budaya destinasi semuanya berkontribusi pada kognitif dari sebuah tujuan.

- 2) *Unique image* (citra destinasi yang unik)

Merupakan citra destinasi yang unik, terdiri dari lokasi lingkungan alam, kemenarikan suatu destinasi dan atraksi lokal yang ada di destinasi tersebut.

- 3) *Affective destination image* (citra destinasi efektif)

Merupakan citra destinasi efektif yang menggambarkan perasaan tentang

sebuah destinasi. Citra destinasi yang efektif menciptakan pengalaman menyenangkan, membangkitkan semangat, santai dan menggairahkan ketika berada di sebuah destinasi.

B. Penelitian Terdahulu

Sebagai referensi dasar dalam penyusunan proposal ini, sangat penting untuk mengetahui hasil-hasil penelitian sebelumnya yang relevan dengan penelitian ini untuk memperjelaskan, menegaskan, serta melihat kelebihan dan kelemahan berbagai teori yang di gunakan, dapat kita lihat pada tabel di bawah ini sebagai berikut:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti/Tahun	Judul Penelitian	Variabel Bebas (X)	Variabel Terikat (Y)	Metode	Hasil Penelitian
1.	Amirul Azhar dkk (2019)	Pengaruh pengalaman, persepsi kualitas, persepsi nilai dan citra tujuan wisata terhadap kepuasan wisatawan pada pulau weh sabang	Pengaruh Pengalaman (X ₁) Persepsi Kualitas, (X ₂) Persepsi Nilai, (X ₃) Citra Tujuan Wisata (X ₄)	Kepuasan Wisatawan (Y)	Kuantitatif	1. Pengalaman dan citra tujuan wisata berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan 2. Persepsi kualitas dan nilai tidak berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan 3. Persepsi nilai berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan 4. Citra tujuan wisata berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan
2.	Heri setiawan (2018)	Keterkaitan antara destinasi, persepsi nilai pengalaman dan kepuasan wisatawan kuliner	Keterkaitan destinasi (X ₁) Persepsi nilai pengalaman (X ₂)	Kepuasan wisatawan (Y)	Kualitatif	1. Pengaruh terhadap persepsi nilai pengalaman secara positif dan signifikan 2. Persepsi nilai pengalaman berpengaruh positif

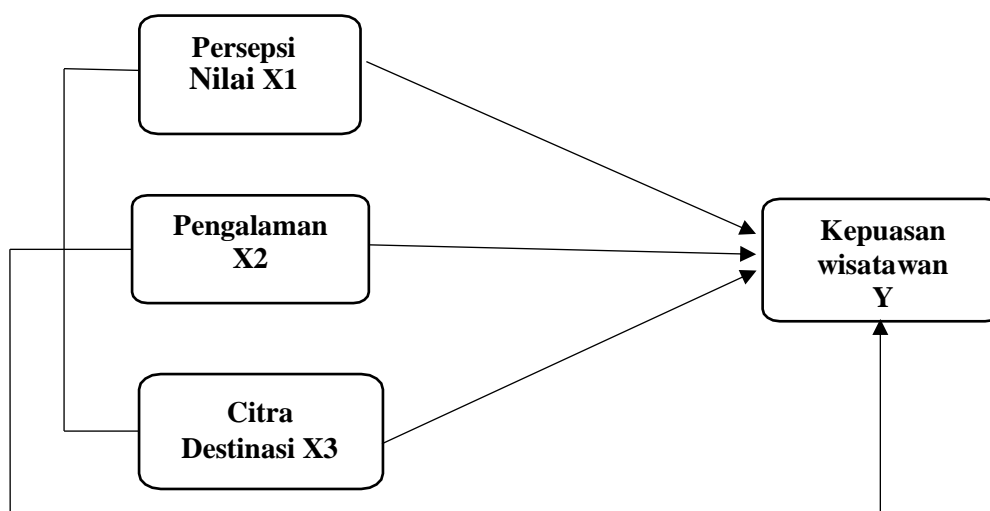
			Kepuasan wisatawan (X_3)			terhadap kepuasan wisatawan 3. Citra destinasi memiliki pengaruh terhadap kepuasan wisatawan.
3.	Ratna Acintya Putri, dkk (2012)	Pengaruh citra destinasi, fasilitas wisata dan experiential marketing terhadap loyalitas melalui kepuasan (studi pada pengunjung dosmetik taman wisata candi borobudur	Pengaruh citra destinasi (X_1) Fasilitas wisata (X_2) Experiential marketing (X_3)	Loyalitas kepuasan (Y)	Kuantitatif	1. Citra destinasi taman wisata memiliki nilai baik 2. Fasilitas wisata taman di nilai cukup baik 3. Experiential marketing di nilai baik 4. Citra destinasi fasilitas wisata dan experiential sama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel kepuasan
4.	Asya hanif dkk (2016)	Pengaruh citra destinasi, terhadap kepuasan wisatawan serta dampaknya terhadap loyalitas wisatawan (studi pada wisatawan nusantara yang berkunjung ke kota batu)	Pengaruh citra destinasi (X_1)	Kepuasan wisatawan (Y) Loyalitas wisatawan (Y)	Deskriptif	1. Citra destinasi secara signifikan terbukti mempengaruhi kepuasan wisatawan 2. Citra destinasi secara signifikan terbukti mempengaruhi loyalitas wisatawan 3. Kepuasan wisatawan secara signifikan mempengaruhi loyalitas wisatawan
5.	Echo perdana kusumah dkk (2020)	Peran mediasi terhadap kualitas pengalaman dan kepuasan wisatawan	Peran mediasi (X_1) Kualitas pengalaman (X_2)	Kepuasan wisatawan (Y)	Kuantitatif	1. Aspek pengalaman wisatawan dimana kualitas mempengaruhi persepsi wisatawan 2. Kontribusi teoritis penting untuk literatur pariwisata pulau dengan menunjukkan pengalaman wisata dibangun dengan destinasi.

6.	Dimas Bayu Prakoso (2020)	Pengaruh pengalaman wisatawan terhadap kepuasan dan kepercayaan serta niat berkunjung kembali (studi pada wisatawan diwisata alam poso temangung)	Pengaruh pengalaman (X_1) Kepuasan wisatawan (X_2) Kepercayaan (X_3)	Niat mengunjungi kembali (Y)	Kuantitatif	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ada pengaruh signifikan pengalaman wisatawan terhadap kepuasan 2. Ada pengaruh signifikan pengalaman wisatawan terhadap kepercayaan 3. Ada pengaruh signifikan pengalaman wisatawan terhadap niat mengunjungi kembali 4. Ada pengaruh signifikan kepuasan terhadap kepercayaan
7.	Gustiana dkk (2020)	Pengaruh citra destinasi terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata gunung dempo pagar alam sumatera selatan	Citra destinasi (X_1)	Kepuasan wisatawan (Y)	Kuantitatif	<ol style="list-style-type: none"> 1. Citra destinasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan 2. Citra destinasi terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata sangat berpengaruh.
8.	Andreas hetty karunia tunjungsari (2019)	Pengaruh citra destinasi dan perceived value terhadap loyalitas wisatawan melalui kepuasan wisatawan	Citra destinasi (X_1) Perceived value (X_2)	Loyalitas wisatawan (Y)	Kuantitatif	<ol style="list-style-type: none"> 1. Citra destinasi dan perceived value berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan 2. Citra destinasi dan perceived value berpengaruh terhadap loyalitas wisatawan secara positif yang di mediasi oleh kepuasan wistawan

Sumber: Diolah Peneliti 2021

C. Kerangka Konseptual

Kerangka konsep menurut (Sugiyono, 2014) adalah suatu hubungan yang akan menghubungkan secara teoritis antara variabel-variabel penelitian yaitu, antara variabel independen dengan variabel dependen yang akan di amati atau diukur melalui penelitian yang akan di laksanakan. Berdasarkan teoritis dapat di gambarkan medel penelitian di bawah ini :



Gambar 3.1 Model Penelitian

Sumber: diolah oleh peneliti 2021

D. HIPOTESIS

Menurut Sanusi (2017:44), hipotesis adalah suatu fakta yang kebenarannya masih diragukan. Hipotesis adalah kesimpulan dari penalaran yang masuk akal yang didasarkan pada gagasan, proposisi, hukum, dan sebagainya yang telah ditetapkan sebelumnya. Selain itu, hipotesis dapat di definisikan sebagai pernyataan yang mendefinisikan atau mengantisipasi hubungan tertentu antara dua atau lebih variabel.

1. Persepsi nilai secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan pada wisata hutan mangrove Desa Sisarahili Teluk Siabang Kabupaten Nias Utara.
2. Pengalaman secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan pada wisata hutan mangrove Desa Sisarahili Teluk Siabang Kabupaten Nias Utara.
3. Citra Destinasi wisata secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan pada wisata hutan mangrove Desa Sisarahili Teluk Siabang Kabupaten Nias Utara.
4. Persepsi nilai, pengalaman, dan citra destinasi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan pada wisata hutan Mangrove Desa Sisarahili Teluk Siabang Kabupaten Nias Utara.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini, metode kuantitatif digunakan untuk menjelaskan fenomena, dan metode satu jenis kegiatan penelitian diatur secara sistematis, terencana, dan bertekstur jelas dari awal hingga pembuatan desain penelitian. Kombinasi variabel independen, seperti persepsi nilai, pengalaman, dan citra destinasi dan variabel dependen seperti kepuasan wisatawan, diselidiki dalam penelitian ini dengan menggunakan teknik penelitian eksplanatori. Menurut Sugiono 2013:13, metode penelitian berdasarkan filosofi positivisme digunakan untuk populasi atau sampel orang tertentu, sedangkan metode lain digunakan untuk populasi atau sampel yang lebih umum.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Lokasi Penelitian ini dilakukan di wisata hutan mangrove Desa Sisarahili Kecamatan Sawo Kabupaten Nias Utara.

2. Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan mulai dari bulan Mei 2021 sampai dengan selesai, dengan format sebagai berikut:

Tabel 3.1
Skedul Proses Penelitian

No	Kegiatan	Waktu Penelitian																											
		Mei				Juni				Juli				Agustus				September				Oktober				November			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan Judul	■	■	■	■																								
2	Observasi Awal					■	■	■	■																				
3	Penyusunan Proposal									■	■	■	■																
4	Revisi Proposal													■	■	■	■												
5	Seminar Proposal																	■											
6	Pengolahan Data																					■	■	■	■				
7	Penyusunan Skripsi																									■	■	■	■
8	Revisi Skripsi																									■	■	■	■
9	Sidang Meja Hijau																												■

Sumber: Data diolah, 2021

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sujarweni (2016:4) Populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki karakteristik dan kualitas tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian adalah pengunjung yang berwisata di pantai hutan mangrove desa sisarahili kecamatan sawo kabupaten nias utara, dalam penelitian ini menggunakan 1000 populasi.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang di teliti, sampel ini bermaksud untuk mengeneralisasikan hasil penelitian sampel yang artinya mengangkat kesimpulan sebagai suatu yang berlaku untuk populasi.

Menurut (Sugiyono, 2016:158) penentuan jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan beberapa metode antara lain dengan menggunakan rumus. Salah satu

rumus yang dapat digunakan dalam pengambilan sampel adalah dengan menggunakan rumus slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Di mana :

N = Jumlah populasi

n = Jumlah Sampel

e = Tingkat kesalahan yang tolerir

Berdasarkan rumus diatas, akan di tentukan tingkat kesalahan yang ditolerir sebesar 10 % atau 0,1, maka besarnya sampel yang diambil adalah :

$$N = \frac{N}{1+Ne^2} = \frac{1000}{1+1000(0,1^2)} = \frac{1000}{1+1000(0,01)} = \frac{1000}{11} = 90,90$$

Dari hasil perhitungan diperoleh ukuran sampel adalah 90,90 dengan tingkat kesalahan 10%. Berdasarkan hasil perhitungan diatas maka jumlah sampel yang akan diteliti adalah 90,90 dan di bulatkan menjadi 91 responden .

Berdasarkan perhitungan besar untuk mengantisipasi kejadian *Drop out* sampel karena tidak sesuai dengan kriteria pengunjung wisata maka jumlah sampel di tambah 30% dari nilai yang didapatkan sehingga jumlah sampel keseluruhan yang dibutuhkan menjadi 118 responden. Teknik penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik probability sampling.

D. Jenis data dan sumber data

1. Jenis data

Penelitian yang menggunakan populasi dan sampel adalah penelitian yang menggunakan data yang dapat berasal dari angket, wawancara, dan observasi. Sumber data dalam penelitian ini berasal dari responden yang diberikan kuesioner.

Sehingga jenis data dalam penelitian ini adalah data primer. Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. (Sugiyono, 2016:225)

2. Sumber data

Sumber data dalam penelitian ini berasal dari responden. Di mana dalam penelitian ini, peneliti akan membagikan kuesioner yang menjadi instrumen pengumpulan data kepada setiap responden. Setiap responden wajib menjawab setiap pertanyaan yang ada pada kuesioner. Kejujuran jawaban responden akan meningkatkan kualitas dari hasil penelitian yang diteliti. Oleh karena itu, peneliti harus sebisa mungkin mendapatkan jawaban yang sejujur-jujurnya dari responden.

E. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian mencakup variabel apa yang akan diteliti. Penelitian ini menggunakan 3 (tiga) variabel bebas yaitu : persepsi nilai (X_1), pengalaman (X_2), destinasi wisata (X_3) dan 1 (satu) variabel terikat yaitu kepuasan Wisatawan (Y).

a) Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen (Y) menurut sugiyono (2019), variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat adanya variabel bebas. Variabel pada umumnya menjadi suatu perhatian oleh peneliti. Variabel dependen (Y) atau variabel pada penelitian ini adalah kepuasan wisatawan (Y).

b) Variabel independen (X)

Menurut sugiyono (2019) independent atau variabel bebas adalah variabel yang akan mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya

atau menjadi timbulnya variabel dependen (Terikat). Variabel indenpenden (X) atau variabel bebas pada penelitian ini adalah:

- 1) Persepsi Nilai (X_1)
- 2) Pengalaman (X_2)
- 3) Citra Destinasi (X_3)

2. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan petunjuk bagaimana suatu variabel diukur secara operasional dilapangan. Definisi opererasional sebaiknya berasal dari konsep teori dan definisi atau gabungan keduanya, yang ada dilapangan.

Tabel 3.2

Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala angket
Persepsi nilai (X_1)	Menurut Walker dan Larache, (2013:45), persepsi nilai adalah proses dengan apa seseorang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi.	<ol style="list-style-type: none"> 1. fisiologis, yaitu fungsi indera untuk menangkap rangsangan dari luar. 2. Evaluasi Rangsangan eksternal yang telah ditangkap oleh indera, kemudian dievaluasi oleh individu, penilaian ini sangat subjektif. 	Likert
Pengalaman (X_2)	Menurut Zhang <i>et al</i> 2018:2 adalah pengalaman yang dibangun secara selektif dari pengalaman wisata dan dapat diingat dan diingat perjalanan. Pengalaman lebih penting karena hanya pengalaman yang diingat akan mempengaruhi pengambilan keputusan wisatawan di masa depan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Hendonism</i> adalah bentuk gaya hidup dimana kenikmatan atau kebahagiaan pribadi menjadi tujuan dalam menjalani hidup. 2. <i>Novelty</i> (kebaruan) adalah merujuk pada sesuatu yang baru atau memberi pengalaman baru. 3. <i>Refreshment</i> (penyegaran) adalah yaitu perasaan tenang, segar dan lepas yang dirasakan selama kunjungan wisata. 	Likert

		<p>4. <i>Meaningfulness</i> (makna arti penting) adalah berpartisipasi pada suatu kegiatan pariwisata diantaranya dalam meningkatkan perasaan suasana hati dan perasaan senang seseorang.</p> <p>5. <i>Involment</i> (keterlibatan) merupakan keterlibatan seseorang dalam suatu perjalanan wisata.</p> <p>6. <i>Knowledge</i> (pengetahuan) merupakan pengetahuan mengenai perjalanan tempat wisata yang dikunjungi.</p>	
Citra Destinasi (X_3)	Menurut coban 2012), membuktikan dalam penelitiannya bahwa citra destinasi yang positif akan membuat wisatawan merasakan kepuasan yang lebih baik.	<p>1. Destinasi, lingkungan dan infrastruktur di lingkungan tersebut, serta hiburan dan tradisi budaya destinasi semuanya berkontribusi pada kognitif dari sebuah tujuan.</p> <p>2. lingkungan alam, kemenarikan suatu destinasi dan atraksi lokal yang ada di destinasi tersebut.</p> <p>3. pengalaman menyenangkan, membangkitkan semangat, santai dan menggairahkan ketika berada di sebuah destinasi.</p>	Likert
Kepuasan wisatawan (Y)	Menurut Ali man 2016), kepuasan wisatawan dianggap sebagai aspek yang penting bagi penyedia layanan dalam mengenali dan responder kebutuhan wisatawan untuk mengidentifikasi atribut pariwisata mana yang membutuhkan pengembangan lebih lanjut.	<p>1. Kualitas produk</p> <p>2. Harga</p> <p>3. Kualitas pelayanan (service quality)</p> <p>4. Emotional factor</p> <p>5. Kemudahan</p>	Likert

Sumber: penelitian 2021

F. Skala Pengukuran Variabel

Skala pengukuran variabel bebas dan variabel terikat pada penelitian ini menggunakan skala Likert. Di mana Sugiyono (2016:168) menyatakan bahwa skala Likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Penentuan skor/nilai disusun berdasarkan skala likert skor pendapat responden merupakan hasil penjumlahan dari nilai skala yang diberikan pada tiap jawaban pada kuesioner. Umumnya skala Likert mengandung pilihan jawaban: sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Skor yang diberikan adalah 5,4,3,2,1. Skala Likert dapat disusun dalam bentuk pertanyaan atau pernyataan.

Skor pendapat responden merupakan hasil penjumlahan dari nilai skala yang diberikan dari tiap jawaban pada kuesioner, Pada tahap ini masing-masing jawaban responden dalam kuesioner diberikan kode sekaligus skor guna menentukan dan mengetahui frekuensi kecenderungan responden terhadap masing-masing pertanyaan yang diukur dengan angka.

Tabel 3.3 Instrumen Skala Likert

No	Skala	Skor
1.	Sangat Setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Netral	3
4.	Tidak Setuju	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2016:164)

G. Teknik Pengumpulan Data

Terdapat dua hal utama yang mempengaruhi kualitas data hasil penelitian, yaitu kualitas instrumen penelitian, dan kualitas pengumpulan data. Kualitas instrumen penelitian berkenaan dengan validitas dan reliabilitas instrumen dan kualitas pengumpulan data berkenaan ketepatan cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data. Oleh karena itu, instrumen yang telah teruji validitas dan reliabilitasnya, belum tentu dapat menghasilkan data yang valid dan reliabel, apabila instrumen tersebut tidak digunakan secara tepat dalam pengumpulan datanya. (Sugiyono, 2016:223).

Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner atau angket. Menurut Sugiyono (2016:189) Angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner atau angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis kuesioner atau angket langsung yang tertutup karena responden hanya tinggal memberikan tanda pada salah satu jawaban yang dianggap benar.

H. Teknik Analisis Data

1. Uji kualitas data

Hasil penelitian di katakan valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Sebelum data dianalisis dan dievaluasi, terlebih dahulu data tersebut diuji dengan uji Validitas dan uji Realibilitas.

a. Uji Validitas (Kelayakan)

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 (Sugiyono,2016). Indikator validitas hanya untuk menunjukkan benarnya sesuatu secara khusus sesuai dengan tujuannya, tetapi bisa saja tidak valid untuk hal lain. Inti dari pengukuran validitas adalah tingkat antara konstur yang diinginkan dan indikator yang diperoleh. Cara yang digunakan adalah menghubungkan antara skor yang diperoleh item pertanyaan di kuesioner dengan skor total pertanyaan. Setelah itu, hasil analisis dibandingkan dengan r tabel atau nilai signifikan 5 persen ($\alpha = 0,05$). Jika nilai (p) $< 0,05$ atau r hitung $> r$ table maka, item pertanyaan dinyatakan valid. Adapun kriteria uji validitas adalah sebagai berikut:

- 1) Valid jika nilai correlated item-total correlation adalah positif (+), dan nilai correlated item-total correlation $> r$ table.
- 2) Tidak valid jika nilai correlated item-total correlation adalah negatif (-), atau jika nilai correlated item-total correlation adalah positif (+), tetapi nilai correlated item-total correlation $< r$ tabel.

b. Uji Reliabilitas (Kehandalan)

Menurut Sugiyono (2016) Uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran yang akan digunakan untuk obyek yang sama dan akan menghasilkan data yang sama. Suatu kuesioner dikatakan realibel, jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu tidak boleh acak. Dalam penelitian ini untuk menentukan kuesioner rielibel atau tidak menggunakan *alpha Cronbach*. Kuesioner dikatakan reliabel apabila *alpha Cronbach* $> 0,60$ dan tidak reliabel jika sama dengan atau dibawah 0,60. Pengujian reabilitas dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika $r_{\alpha} > r_{\text{tabel}}$, maka kuesioner relianble
- 2) Jika $\alpha < r_{\text{tabel}}$, maka kuesioner tidak reliable

2. Uji Asumsi Klasik

Untuk mengetahui kelayakan model regresi berganda, maka akan dilakukan uji asumsi klasik yang bertujuan untuk mengetahui apakah hasil estimasi regresi yang dilakukan benar-benar layak digunakan atau tidak. Uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji lineritas, uji multi kolineritas, dan uji heteroskedastisitas yang akan di uraikan sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2013 : 105) Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Atas dasar bahwa uji t dan uji F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal.

Pengujian ini diperlukan karena untuk melakukan uji t dan uji F diasumsikan nilai residual mengikuti normal. Menurut Ghozali (2016:201), ada dua cara untuk mendikteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak, yaitu dengan histogram, garfik P-P Plot dan uji Kolmogrov-Sminorv.

1) Histogram

Jika grafik bar berbentuk seperti lonceng dengan kecambungan ditengah, maka data yang digunakan memiliki residual yang telah berdistribusi dengan normal.

2) P-P Plot

Normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebab data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari nilai residualnya.

Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

3) Uji kolmogorov Sminorv

Uji statistik yang digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik kolmogorov-Sminorv (K-S). Pedoman pengambilan keputusan tentang data tersebut mendekati atau merupakan distribusi normal berdasarkan uji kolmogorov-Sminorv dapat di lihat dari:

- a) Nilai Sig, atau signifikan atau probabilitas $< 0,05$, maka distribusi data adalah tidak normal.
- b) Nilai Sig. Atau signifikan atau probabilitas $> 0,05$, maka distribusi data adalah normal.

b. Uji Multikolinearitas

Menurut Priyetno (2012:151) Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Pada regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi yang sempurna atau mendekati diantara variabel bebas. Uji ini dilakukan dengan melihat nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (vif) dari hasil analisis dengan menggunakan SPSS. Ketentuan untu mendekati ada tidaknya multikolinieritas yaitu :

VIF > 10 artinya mempunyai persoalan multikolinearitas VIF < 10 artinya tidak terdapat multikolinieritas

Tolerance value $< 0,1$, artinya mempunyai persoalan multikolinieritas

Tolerance value $> 0,1$, artinya tidak terdapat multikolinieritas

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Priyatno (2012 : 158) Uji heteroskedastisitas adalah dimana keadaan dalam model regresi terjadi ketidak samaan varian dari residual pada suatu pengamatan kepengamatan lain. Berbagai macam uji heteroskedastisitas yaitu uji *glejser*, melihat pola titik titik, Pada *scatterplots* regresi, atau uji koefisien korelasi spearman's rho. Cara memprediksinya adalah jika pola gambar *scatterplot* model tersebut adalah :

1. Titik-titik data menyebar di atas dan dibawah atau sekitar 0.
2. Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.
3. Penyebaran titik-titik dan tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar Kembali.
4. Penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola.

3. Uji Kesesuaian (*Test Goodnes of Fit*)

a. Uji Regresi Linear Berganda

Menurut Sugiyono (2016:80), Alat uji yang digunakan untuk menganalisis hipotesis dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Linier Berganda. Tujuan dari analisis regresi adalah untuk mengetahui besarnya variabel pengaruh (X) terhadap variabel produksi (Y). Regresi berganda digunakan untuk menganalisis data yang bersifat multifariat. Analisis ini digunakan untuk meramalkan variabel nilai dependen (Y), dengan variabel independent yang lebih dari satu. Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Persepsi Nilai (X_1), Pengalaman (X_2), Citra Destinasi (X_3) terhadap Kepuasan Wisatawan (Y).

Analisis regresi berganda dapat dicari dengan rumus:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + E$$

Keterangan:

Y = Kinerja

a = Konstanta

β = Koefisien regresi Berganda (*Multiple Regression*) X_1 = Persepsi Nila,
(*Independent Variabel*), X_2 = Pengalaman (*Independent Variabel*), X_3
= Citra Destinasi (*Independent Variabel*)

e = *Error term* (Kesalahan Penduga)

4. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji T)

Menurut Sugiyono (2016:82), Uji t digunakan untuk menguji hipotesis apabila penelitian menganalisis regresi parsial (sebuah variabel bebas dengan variabel terikat). Maka pengujian ini dapat dilihat dari nilai probabilitas.

Hipotesisnya adalah :

H_0 : Terdapat pengaruh yang tidak signifikan

H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan

Adapun kriteria penerimaan/penolakan hipotesisnya adalah sebagai berikut :

- 1) Tolak H_0 jika nilai probabilitasnya yang dihitung < taraf signifikansi sebesar 0,05 (Sig<0,05).
- 2) Terima H_0 jika nilai probabilitas yang dihitung > taraf signifikansi 0,05(Sig > ,0,05)

b. Uji Simultan (Uji F)

Menurut Sugiyono (2016:81), Uji F digunakan untuk menguji apakah variabel bebas memiliki pengaruh secara bersamaan terhadap variabel terikat. Untuk menganalisis apakah hipotesis diterima atau ditolak, maka dapat dilihat nilai F yakni pada nilai probabilitasnya. Hipotesisnya adalah :

H₀ : Terdapat pengaruh yang tidak signifikan

H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan

Adapun kriteria penerimaan/penolakan hipotesisnya adalah sebagai berikut:

- 1) Tolak H₀ jika nilai probabilitas yang dihitung < taraf signifikansi sebesar 0,05 (Sig < α0,05).
- 2) Terima H₀ jika nilai probabilitas yang dihitung > taraf signifikansi 0,05 (Sig > α0,05).

5. Uji Determinasi Ganda R²

Menurut Sugiyono (2016:83), Koefisien determinasi berganda atau R-square (R²) adalah untuk melihat bagaimana variasi nilai variabel terikat dipengaruhi oleh variasi nilai variabel bebas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk mempengaruhi variasi variabel dependen.

Dalam bahasa sehari-hari adalah kemampuan variabel bebas untuk berkontribusi terhadap variabel terikatnya dalam satuan persentase. Nilai koefisien ini antara 0 dan 1. Jika hasil lebih mendekati angka 0 berarti kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel amat terbatas. Tapi jika hasil mendekati angka 1 berarti variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat.

Kuatnya hubungan antar variabel dinyatakan dalam koefisien korelasi. Koefisien korelasi positif terbesar = 1 dan koefisien korelasi negatif terbesar = -1, sedangkan yang terkecil adalah 0. Bila hubungan antara dua variabel atau 71 lebih itu memiliki koefisien korelasi = 1 atau = -1, maka hubungan tersebut sempurna. Jika terdapat $r = -1$ maka terdapat korelasi negatif sempurna, artinya setiap

peningkatan pada variabel tertentu maka terjadi penurunan pada variabel lainnya. Sebaliknya jika didapat $r = 1$, maka diperoleh korelasi positif sempurna, artinya ada hubungan yang positif antara variabel, dan kuat atau tidaknya hubungan ditunjukkan oleh besarnya nilai koefisien korelasi, dan koefisien korelasi adalah 0 maka tidak terdapat hubungan. Untuk dapat memberikan interpretasi terhadap kuatnya hubungan x terhadap y , maka dapat digunakan pedoman tabel berikut:

Tabel 3.4
Pedoman Untuk Memberikan interpretasi koefisien Korelasi

Interval koefisien	Tingkat hubungan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat kuat

Sumber: Sugiyono, (2016:287)

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Objek Penelitian

Nias Utara memiliki lokasi wisata alam baru yang terletak di desa Sisarahili Teluk Siabang, kecamatan Sawo. Lokasinya berjarak sekitar 51,3 km dari kota Gunungsitoli. Jika menggunakan kendaraan bermotor, dapat ditempuh dalam waktu kurang lebih 1 jam 26 menit melalui jalan Gunungsitoli-Lahewa. Desa Teluk Siabang terkenal dengan wilayah hutan Mangrove-nya yang begitu luas serta memiliki air laut yang jernih. Mengingat keunikan daerah ini, akhirnya wilayah hutang mangrove dijadikan sebagai destinasi wisata alam baru Nias Utara. Masyarakat di pulau Nias pun meminatinya. Banyak hal yang dapat dilakukan wisatawan di lokasi ini. Seorang wisatawan dapat menikmati keasrian alam, berenang, hunting foto atau menjelajahi areal hutan mangrove.

Keasrian alamnya menawarkan kesejukan udara yang bebas dari polusi dan tentunya baik untuk menjaga kualitas kesehatan. Selain itu, di sisi laut yang dangkal, pengunjung boleh berenang. Sedangkan untuk berkeliling di wilayah hutan mangrove-nya, pengelolanya telah menyediakan jalur khusus yang dapat diakses dengan berjalan kaki. Lokasi ini memang menarik untuk dijelajahi dengan berbagai keindahannya.

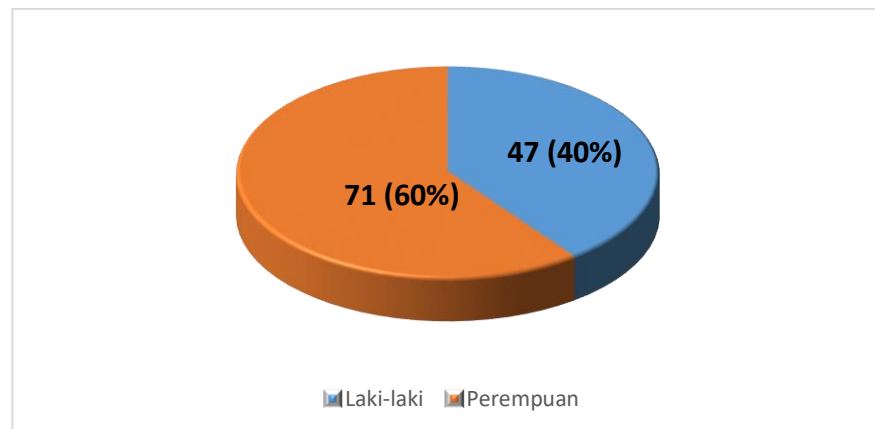
Selain hal di atas, wisatawan juga dapat menggunakan fasilitas lain yang telah disediakan oleh pengelolanya seperti sepeda air, boat untuk berkeliling menelusuri wilayah sekitarnya melalui jalur laut, dan termasuk pondok sebagai tempat beristirahat yang dapat digunakan secara cuma-cuma dengan tetap menjaga kebersihannya. Sehingga tak jarang, wisatawan ingin mengabadikan kunjungannya dengan panorama yang asri. Latar dengan

nuansa alam menjadi pilihan bagi mereka yang ingin mengabadikan single moment-nya di lokasi ini.

2. Deskripsi Karakteristik Responden

Dalam menjawab permasalahan di dalam suatu penelitian perlu kiranya diuraikan karakteristik bagi sumber datanya, sehingga data yang dipergunakan untuk menjawab permasalahan tersebut lebih akurat. Dalam penelitian ini menggunakan data primer dan yang menjadi sampel sebanyak 118 responden, Karakteristik responden yang akan diuraikan berikut ini mencerminkan bagaimana keadaan responden yang diteliti meliputi jenis kelamin, usia, dan tingkat pendidikan.

a. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

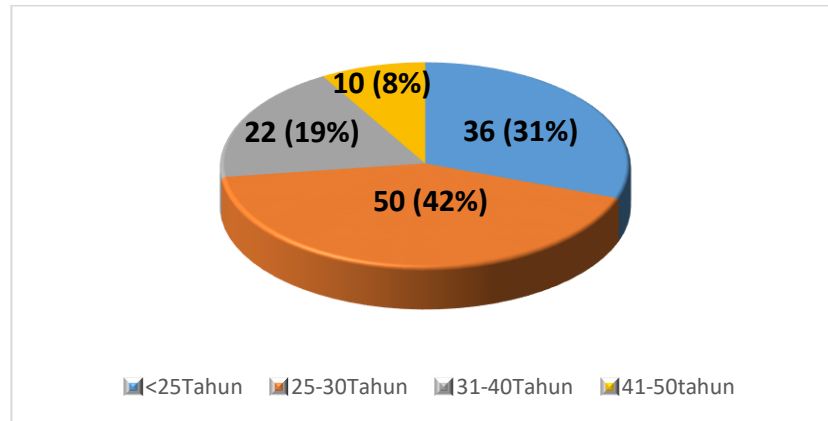


Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Sumber: Hasil Pengelolaan IBM Statistic SPSS 16.0

Dapat dilihat pada Gambar 4.1 di atas diketahui bahwa jumlah responden yang berkunjung ke Hutan Mangrove berjenis kelamin Laki-laki sebanyak 47 responden dengan persentase (40%) dan yang berjenis kelamin Perempuan sebanyak 71 responden dengan persentase (60%).

b. Karakteristik Berdasarkan Usia

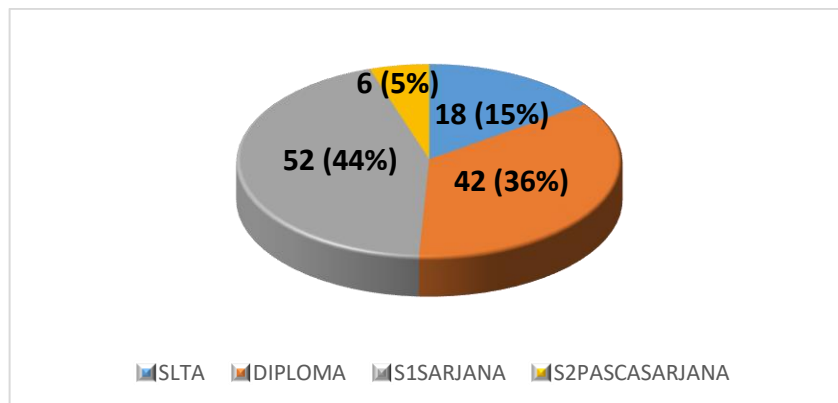


Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Sumber: Hasil Pengelolaan IBM Statistic SPSS 16.0

Berdasarkan pada Gambar 4.2 di atas dapat dilihat bahwa usia responden yang berkunjung ke Hutan Mangrove di Nias Utara yang memiliki usia 17-25 Tahun sebanyak 36 responden dengan persentase (31%), usia 25-30 Tahun sebanyak 50 responden dengan persentase (42%), usia 31-40 Tahun sebanyak 22 responden dengan persentase (19%), usia 41-50 Tahun sebanyak 10 responden dengan persentase (8%).

c. Karakteristik Berdasarkan Pendidikan

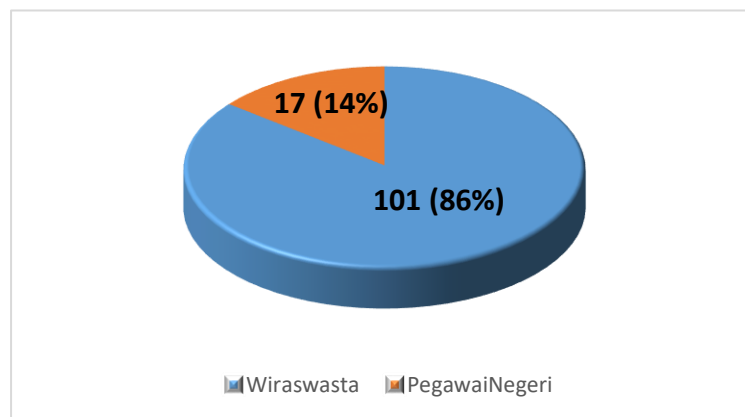


Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Sumber: Hasil Pengelolaan IBM Statistic SPSS 16.0

Berdasarkan pada Gambar 4.3 diatas diketahui bahwa jumlah responden yang berkunjung ke objek wisata Hutan Mangrove di Nias Utara berdasarkan tingkat pendidikan adalah ada tingkat pendidikan SLTA yaitu berjumlah 18 orang dengan persentase (15%), Tingkat pendidikan D3 yaitu 42 orang dengan persentase (36%), Tingkat pendidikan S1 yaitu 52 orang dengan persentase (44%), dan Sarjana S2 yaitu 6 orang dengan persentase (5%).

d. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan



Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Sumber: Hasil Pengelolaan IBM Statistic SPSS 16.0

Berdasarkan pada Gambar 4.4 di atas dapat dilihat bahwa mayoritas pengunjung ke objek wisata Hutan Mangrove di Nias Utara yang menjadi responden adalah sebagai wiraswata memiliki pekerjaan yaitu sebanyak 101 responden atau sebesar (86%) dari total responden. Mayoritas pengunjung yang berkunjung ke objek wisata Hutan Mangrove di Nias Utara memiliki masih sebagai wiraswata.

3. Deskripsi Variabel Penelitian

Penelitian ini terdiri dari 3 (tiga) variabel bebas yaitu Persepsi Nilai, Pengalaman, Citra Destinasi Wisata dan 1 (satu) variabel terikat Kepuasan Wisatawan. Dalam penyebaran angket, masing-masing butir pertanyaan dari setiap variabel yang harus diisi oleh responden

yang berjumlah 118 orang. Ada pun jawaban-jawaban dari responden yang diperoleh akan ditampilkan pada tabel berikut:

a. Variabel X_1 (Persepsi Nilai)

Tabel 4.1
Penilaian Responden Terhadap Variabel Persepsi Nilai (X_1)

Item Pernyataan	STS		TS		N		S		SS		Mean	Ket
	f	%	f	%	f	%	F	%	f	%		
Apakah persepsi anda tentang infrastruktur pada wisata hutan mangrove sudah sangat memuaskan	-	-	15	12.7	26	22.0	51	43.2	26	22.0	3.75	S
Apakah persepsi atau penglihatan anda tentang wisata hutan mangrove sekarang sudah baik pada saat ini	-	-	12	10.2	24	20.3	55	46.6	27	22.9	3.82	S
Apakah persepsi atau penglihatan anda tentang penataan wisata hutan mangrove sudah baik dan sudah layak untuk di kunjungi	-	-	5	4.2	20	16.9	67	56.8	26	22.0	3.97	S
Menurut anda objek wisata hutan mangrove memiliki keindahan di setiap sudutnya	-	-	2	1.7	20	16.9	77	65.3	19	16.1	3.96	S
Apakah objek wisata Hutan mangrove memiliki keunikan tersendiri	-	-	2	1.7	24	20.3	60	50.8	32	27.1	4.03	S
Apakah tingkat keamanan di objek wisata hutan mangrove sudah sangat baik	-	-	1	0.8	20	16.9	67	56.8	30	25.4	4.07	S
Menurut anda di objek wisata hutan mangrove terdapat banyak penjual makanan dan minuman	-	-	3	2.5	17	14.4	72	61.0	26	22.0	4.03	S
Menurut anda toilet di objek wisata hutan mangrove sudah bersih dan mudah ditemukan	-	-	5	4.2	17	14.4	59	50.0	37	31.4	4.08	S

Sumber: diolah oleh peneliti 2021

Berdasarkan pada tabel 4.1 menampilkan rentang mean tertinggi dan terendah dari seluruh jawaban responden mengenai persepsi nilai yaitu:

1. Nilai *mean* untuk pernyataan pertama variabel persepsi nilai adalah 3,75. Dari hasil klarifikasi rentang skala yang ditentukan sebelumnya, menjelaskan skor 3,75 di persepsikan baik oleh responden tentang infrakstuktur pada wisata hutan mangrove sudah sangat memuaskan.

2. Nilai *mean* untuk pernyataan kedua variabel persepsi nilai adalah 3,82. Dari hasil klarifikasi rentang skala yang ditentukan sebelumnya, menjelaskan skor 3,82 di persepsikan baik oleh responden tentang bagaimana anda atau penglihatan anda tentang wisata hutan mangrove sudah baik pada saat ini.
3. Nilai *mean* untuk pernyataan ketiga variabel persepsi nilai adalah 3,97. Dari hasil klarifikasi rentang skala yang ditentukan sebelumnya, menjelaskan skor 3,97 di persepsikan baik oleh responden tentang Apakah persepsi atau penglihatan anda tentang penataan wisata hutan mangrove sudah baik dan sudah layak untuk di kunjungi.
4. Nilai *mean* untuk pernyataan ke empat variabel persepsi nilai adalah 3,96. Dari hasil klarifikasi rentang skala yang ditentukan sebelumnya, menjelaskan skor 3,96 di persepsikan baik oleh responden tentang Menurut anda objek wisata hutan mangrove memiliki keindahan di setiap sudutnya.
5. Nilai *mean* untuk pernyataan ke lima variabel persepsi nilai adalah 4,03. Dari hasil klarifikasi rentang skala yang ditentukan sebelumnya, menjelaskan skor 4,03 di persepsikan baik oleh responden tentang Apakah objek wisata Hutan mangrove memiliki keunikan tersendiri.
6. Nilai *mean* untuk pernyataan ke enam variabel persepsi nilai adalah 4,07. Dari hasil klarifikasi rentang skala yang ditentukan sebelumnya, menjelaskan skor 4,07 di persepsikan baik oleh responden tentang Apakah tingkat keamanan di objek wisata hutan mangrove sudah sangat baik.
7. Nilai *mean* untuk pernyataan ke tujuh variabel persepsi nilai adalah 4,03. Dari hasil klarifikasi rentang skala yang ditentukan sebelumnya, menjelaskan skor 4,03 di persepsikan baik oleh responden tentang menurut anda diobjek wisata hutan mangrove terdapat banyak penjual makanan dan minuman.

8. Nilai *mean* untuk pernyataan ke delapan variabel persepsi nilai adalah 4,08. Dari hasil klarifikasi rentang skala yang ditentukan sebelumnya, menjelaskan skor 4,08 di persepsikan baik oleh responden tentang menurut anda toilet diobjek wisata hutan mangrove sudah bersih dan mudah ditemukan.

b. Variabel X₂ (Pengalaman)

Tabel 4.2

Penilaian Responden Terhadap Variabel Pengalaman (X₂)

Item Pernyataan	STS		TS		N		S		SS		Mean	Ket
	f	%	F	%	f	%	F	%	f	%		
Menurut anda apakah kawasan hutan mangrove sangat bersih dan nyaman	-	-	3	2.5	22	18.6	71	60.2	22	18.6	3.95	S
Menurut anda setelah berkunjung ke wisata hutan mangrove apakah ada rasa pengalaman dan kesan yang baru	-	-	3	2.5	23	19.5	74	62.7	18	15.3	3.91	S
Mengembangkan daya tarik objek wisata untuk menarik minat wisatawan dengan tetap memperhatikan daya dukung kawasan dan menjaga kultur adat istiadat serta budaya masyarakat	-	-	4	3.4	24	20.3	58	49.2	32	27.1	4.00	S
Menurut anda apakah masalah dalam pribadi bisa terobati dengan suasana berwisata di hutan mangrove	-	-	2	1.7	26	22.0	56	47.5	34	28.8	4.03	S
Masyarakat perlu berpartisipasi dalam perencanaan terkait pembangunan wisata hutan mangrove yang berkelanjutan	-	-	-	-	22	18.6	66	55.9	30	25.4	4.07	S
Mengetahui bagaimana dengan perkembangan di wisata hutan mangrove	-	-	-	-	22	18.6	69	58.6	27	22.9	4.04	S
Mengetahui berbagai jenis pepohonan dan tanaman hijau di kawasan hutan mangrove	-	-	1	0.8	17	14.4	75	63.6	25	21.2	4.08	S
Wisata hutan mangrove memiliki sanggar budaya penyambutan untuk para pejabat dan wisata asing	-	-	1	0.8	17	14.4	75	63.6	25	21.2	4.05	S

Sumber: diolah oleh peneliti (2021)

Berdasarkan tabel 4.2 menampilkan rentang mean tertinggi dan terendah dari seluruh jawaban responden mengenai pengalaman yaitu:

1. Nilai *mean* untuk pernyataan pertama variabel pengalaman adalah 3,95. Dari klarifikasi rentang skala yang di tentukan sebelumnya, menjelaskan skor 3,95 dipersepsikan baik

oleh responden tentang Menurut anda apakah kawasan hutan mangrove sangat bersih dan nyaman.

2. Nilai *mean* untuk pernyataan ke dua variabel pengalaman adalah 3,91. Dari klarifikasi rentang skala yang di tentukan sebelumnya, menjelaskan skor 3,91 dipersepsikan baik oleh responden tentang Menurut anda setelah berkunjung ke wisata hutan mangrove apakah ada rasa pengalaman dan kesan yang baru.
3. Nilai *mean* untuk pernyataan ke tiga variabel pengalaman adalah 4,00. Dari klarifikasi rentang skala yang di tentukan sebelumnya, menjelaskan skor 4,00 dipersepsikan baik oleh responden tentang Mengembangkan daya tarik objek wisata untuk menarik minat wisatawan dengan tetap memperhatikan daya dukung kawasan dan menjaga kultur adat istiadat serta budaya masyarakat.
4. Nilai *mean* untuk pernyataan ke empat variabel pengalaman adalah 4,03. Dari klarifikasi rentang skala yang di tentukan sebelumnya, menjelaskan skor 4,03 dipersepsikan baik oleh responden tentang Menurut anda apakah masalah dalam pribadi bisa terobati dengan suasana berwisata di hutan mangrove.
5. Nilai *mean* untuk pernyataan ke lima variabel pengalaman adalah 4,07. Dari klarifikasi rentang skala yang di tentukan sebelumnya, menjelaskan skor 4,07 dipersepsikan baik oleh responden tentang Masyarakat perlu berpartisipasi dalam perencanaan terkait pembangunan wisata hutan mangrove yang berkelanjutan
6. Nilai *mean* untuk pernyataan ke enam variabel pengalaman adalah 4,04. Dari klarifikasi rentang skala yang di tentukan sebelumnya, menjelaskan skor 4,04 dipersepsikan baik oleh responden tentang Mengetahui bagaimana dengan perkembangan di wisata hutan mangrove.

7. Nilai *mean* untuk pernyataan ke tujuh variabel pengalaman adalah 4,08. Dari klarifikasi rentang skala yang di tentukan sebelumnya, menjelaskan skor 4,08 dipersepsikan baik oleh responden tentang Mengetahui berbagai jenis pepohonan dan tanaman hijau di kawasan hutan mangrove.
8. Nilai *mean* untuk pernyataan ke delapan variabel pengalaman adalah 4,05. Dari klarifikasi rentang skala yang di tentukan sebelumnya, menjelaskan skor 4,05 dipersepsikan baik oleh responden tentang Wisata hutan mangrove memiliki sanggar budaya penyambutan untuk para pejabat dan wisata asing.

c. Variabel X₃ (Citra Destinasi)

Tabel 4.3
Penilaian Responden Terhadap Variabel Citra Destinasi (X₃)

Item Pernyataan	STS		TS		N		S		SS		Mean	Ket
	f	%	F	%	f	%	F	%	f	%		
Saya berkunjung ke pantai hutan mangrove merupakan destinasi wisata yang menarik	-	-	-	-	18	15.3	72	61.0	28	23.7	4.08	S
Saya berkunjung ke pantai hutan mangrove memiliki aksesibilitas yang baik	-	-	-	-	19	16.1	71	60.2	28	23.7	4.08	S
Saya berkunjung ke pantai hutan mangrove menerapkan lingkungan yang tetap bersih	-	-	-	-	23	19.5	71	60.2	24	20.3	4.01	S
Menurut saya objek wisata Hutan mangrove memiliki keunikan tersendiri	-	-	-	-	19	16.1	72	61.0	27	22.9	4.07	S
Wisata hutan mangrove memiliki keindahan laut yang sangat jernih	-	-	1	0.8	28	23.7	61	51.7	28	23.7	3.98	S
Saya berkunjung ke pantai hutan mangrove memiliki suasana yang menyenangkan	-	-	-	-	18	15.3	73	61.9	27	22.9	4.08	S
Saya berkunjung ke pantai hutan mangrove merupakan destinasi wisata yang layak untuk di kunjungi	-	-	-	-	16	13.6	79	66.9	23	19.5	4.06	S
Saya berkunjung ke pantai wisata hutan mangrove dapat bisa mengamati berbagai hewan dan tumbuhan	-	-	-	-	17	14.4	75	63.6	26	22.0	4.08	S

Sumber: diolah oleh peneliti 2021

Berdasarkan tabel 4.2 menampilkan rentang mean tertinggi dan terendah dari seluruh jawaban responden mengenai pengalaman yaitu:

1. Nilai *mean* untuk pernyataan ke pertama variabel citra destinasi adalah 4,08. Dari klarifikasi rentang skala yang di tentukan sebelumnya, menjelaskan skor 4,08 dipersepsikan baik oleh responden tentang Saya berkunjung ke pantai hutan mangrove merupakan destinasi wisata yang menarik.
2. Nilai *mean* untuk pernyataan ke dua variabel citra destinasi adalah 4,08. Dari klarifikasi rentang skala yang di tentukan sebelumnya, menjelaskan skor 4,08 dipersepsikan baik oleh responden tentang Saya berkunjung ke pantai hutan mangrove memiliki aksesibilitas yang baik.
3. Nilai *mean* untuk pernyataan ke tiga variabel citra destinasi adalah 4,01. Dari klarifikasi rentang skala yang di tentukan sebelumnya, menjelaskan skor 4,01 dipersepsikan baik oleh responden tentang Saya berkunjung ke pantai hutan mangrove menerapkan lingkungan yang tetap bersih.
4. Nilai *mean* untuk pernyataan ke empat variabel citra destinasi adalah 4,07. Dari klarifikasi rentang skala yang di tentukan sebelumnya, menjelaskan skor 4,07 dipersepsikan baik oleh responden tentang Menurut saya objek wisata Hutan mangrove memiliki keunikan tersendiri.
5. Nilai *mean* untuk pernyataan ke lima variabel citra destinasi adalah 3,98. Dari klarifikasi rentang skala yang di tentukan sebelumnya, menjelaskan skor 3,98 dipersepsikan baik oleh responden tentang Wisata hutan mangrove memiliki keindahan laut yang sangat jernih.
6. Nilai *mean* untuk pernyataan ke enam variabel citra destinasi adalah 4,08. Dari klarifikasi rentang skala yang di tentukan sebelumnya, menjelaskan skor 4,08

dipersepsikan baik oleh responden tentang Saya berkunjung ke pantai hutan mangrove memiliki suasana yang menyenangkan.

7. Nilai *mean* untuk pernyataan ke tujuh variabel citra destinasi adalah 4,06. Dari klarifikasi rentang skala yang di tentukan sebelumnya, menjelaskan skor 4,06 dipersepsikan baik oleh responden tentang Saya berkunjung ke pantai hutan mangrove merupakan destinasi wisata yang layak untuk di kunjungi.
8. Nilai *mean* untuk pernyataan ke delapan variabel citra destinasi adalah 4,08. Dari klarifikasi rentang skala yang di tentukan sebelumnya, menjelaskan skor 4,08 dipersepsikan baik oleh responden tentang Saya berkunjung ke pantai wisata hutan mangrove dapat bisa mengamati berbagai hewan dan tumbuhan.

d. Variabel Y (Kepuasan wisatawan)

Tabel 4.4
Penilaian Responden Terhadap Variabel Kepuasan Wisatawan (Y)

Item Pernyataan	STS		TS		N		S		SS		Mean	Ket
	f	%	F	%	f	%	f	%	f	%		
saya merasa kualitas produk makanan khas kuliner beserta jenis minuman-minuman lain nya sangat sesuai dengan harapan dan keinginan	-	-	-	-	20	16.9	73	61.9	25	21.2	4.04	S
Saya merasa kualitas produk alat bantu berenang sesuai dengan harapan dan keinginan	-	-	3	2.5	23	19.5	60	50.8	32	27.1	4.03	S
Harga makanan dan minuman di wisata hutan mangrove sangat terjangkau	-	-	-	-	19	16.1	73	61.9	26	22.0	4.06	S
Tarif parkir Roda dua dan Empta di wisata hutan mangrove sangat terjangkau	-	-	-	-	18	15.3	77	65.3	23	19.5	4.04	S
Pelayanan pada wisata Hutan Mangrove memberika perhatian serius pada pengunjung wisatawan	-	-	-	-	20	16.9	70	59.3	28	23.7	4.07	S
Pelayanan pada wisata hutan mangrove bersikap ramah dan sopan terhadap pengunjung	-	-	-	-	19	16.1	80	67.8	19	16.1	4.00	S
Melarang membawa minum keras untuk menjaga keamanan dan nyaman para pengunjung untuk tidak terjadi keributan di area wisata	-	-	3	2.5	22	18.6	64	54.2	29	24.6	4.01	S

Akses menuju kawasan wisata Hutan Mangrove sangat mudah dijangkau oleh wisatawan	-	-	-	-	17	14.4	75	63.6	26	22.0	4.08	S
--	---	---	---	---	----	------	----	------	----	------	------	---

Sumber: diolah oleh peneliti 2021

Berdasarkan tabel 4.2 menampilkan rentang mean tertinggi dan terendah dari seluruh jawaban responden mengenai pengalaman yaitu:

1. Nilai *mean* untuk pernyataan ke pertama variabel citra destinasi adalah 4,04. Dari klarifikasi rentang skala yang di tentukan sebelumnya, menjelaskan skor 4,04 dipersepsikan baik oleh responden tentang saya merasa kualitas produk makanan khas kuliner beserta jenis minuman-minuman lain nya sangat sesuai dengan harapan dan keinginan.
2. Nilai *mean* untuk pernyataan ke dua variabel citra destinasi adalah 4,03. Dari klarifikasi rentang skala yang di tentukan sebelumnya, menjelaskan skor 4,03 dipersepsikan baik oleh responden tentang Saya merasa kualitas produk alat bantu berenang sesuai dengan harapan dan keinginan.
3. Nilai *mean* untuk pernyataan ke tiga variabel citra destinasi adalah 4,06. Dari klarifikasi rentang skala yang di tentukan sebelumnya, menjelaskan skor 4,06 dipersepsikan baik oleh responden tentang Harga makanan dan minuman di wisata hutan mangrove sangat terjangkau.
4. Nilai *mean* untuk pernyataan ke empat variabel citra destinasi adalah 4,04. Dari klarifikasi rentang skala yang di tentukan sebelumnya, menjelaskan skor 4,04 dipersepsikan baik oleh responden tentang
5. Nilai *mean* untuk pernyataan ke dua variabel citra destinasi adalah 4,07. Dari klarifikasi rentang skala yang di tentukan sebelumnya, menjelaskan skor 4,07 dipersepsikan baik

oleh responden tentang Tarif parkir Roda dua dan Empta di wisata hutan mangrove sangat terjangkau.

6. Nilai *mean* untuk pernyataan ke enam variabel citra destinasi adalah 4,00. Dari klarifikasi rentang skala yang di tentukan sebelumnya, menjelaskan skor 4,00 dipersepsikan baik oleh responden tentang Pelayanan pada wisata Hutan Mangrove memberika perhatian serius pada pengunjung wisatawan.
7. Nilai *mean* untuk pernyataan ke tujuh variabel citra destinasi adalah 4,01. Dari klarifikasi rentang skala yang di tentukan sebelumnya, menjelaskan skor 4,01 dipersepsikan baik oleh responden tentang Melarang membawa minum keras untuk menjaga keamanan dan kenyamanan para pengunjung untuk tidak terjadi keributan di area wisata.
8. Nilai *mean* untuk pernyataan ke dua variabel citra destinasi adalah 4,08. Dari klarifikasi rentang skala yang di tentukan sebelumnya, menjelaskan skor 4,08 dipersepsikan baik oleh responden tentang Akses menuju kawasan wisata Hutan Mangrove sangat mudah dijangkau oleh wisatawan.

4. Pengujian Validitas dan Reliabilitas

a. Pengujian Validitas

Uji validitas merupakan persamaan data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang diperoleh langsung yang terjadi pada subyek penelitian (Sugiyono, 2018:267). Untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam pertanyaan (angket) yang telah disajikan pada responden maka perlu dilakukan uji validitas. Apabila validitas setiap pertanyaan lebih besar (>) 0,30 maka butir pertanyaan dianggap valid.

Tabel 4.5
Uji Validitas

No	Variabel Penelitian	Item Kuisisioner	Corrected Item-Total Correlation		Valid
			Rhitung	Rtabel	
1.	Persepsi Nilai (X ₁)	P1	.653	0,30	Valid
		P2	.758		Valid
		P3	.538		Valid
		P4	.423		Valid
		P5	.646		Valid
		P6	.506		Valid
		P7	.392		Valid
		P8	.600		Valid
2.	Pengalaman (X ₂)	P1	.565	0,30	Valid
		P2	.507		Valid
		P3	.717		Valid
		P4	.648		Valid
		P5	.529		Valid
		P6	.470		Valid
		P7	.500		Valid
		P8	.413		Valid
3.	Citra Destinasi Wisata (X ₃)	P1	.406	0,30	Valid
		P2	.516		Valid
		P3	.619		Valid
		P4	.645		Valid
		P5	.541		Valid
		P6	.559		Valid
		P7	.461		Valid
		P8	.519		Valid
4.	Kepuasan Wisatawan (Y)	P1	.478	0,30	Valid
		P2	.655		Valid
		P3	.623		Valid
		P4	.505		Valid
		P5	.607		Valid
		P6	.572		Valid
		P7	.663		Valid
		P8	.575		Valid

Sumber: Hasil Pengelolaan IBM Statistic SPSS 16.0

Diperoleh hasil bahwa jumlah sampel penelitian sebanyak $n = 118$, sehingga diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0,30. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh item pada variabel Persepsi Nilai (X₁), Pengalaman (X₂), Citra Destinasi Wisata (X₃) dan Kepuasan

Wisatawan (Y) telah memenuhi syarat validitas yaitu $r_{hitung} > r_{tabel}$ diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0,30. Oleh sebab itu indikator penelitian tersebut dapat digunakan mengukur variabel penelitian ini dan dapat dinyatakan valid.

b. Pengujian Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan (Sugiyono, 2018:268). Reliabilitas adalah derajat ketetapan, ketelitian atau keakuratan yang ditunjukkan oleh instrumen pengukuran. Butir angket dinyatakan reliable atau handal apabila jawaban seseorang terhadap angket adalah konsisten. Dalam penelitian ini untuk menentukan angket reliable atau tidak dengan menggunakan *alpha cronbach*. Angket dikatakan reliable jika *alpha Cronbach* $> 0,60$ dan tidak reliable jika sama dengan atau dibawah 0,60.

Reliabilitas dari pertanyaan angket yang telah diajukan penulis kepada responden dalam penelitian ini akan terlihat pada tabel *Reliability Statistic* yang disajikan pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.6
Uji Reabilitas

	Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items
1	Persepsi Nilai (X1)	.706	.8
2	Pengalaman (X2)	.668	.8
3	Citra Destinasi (X3)	.653	.8
4	Kepuasan Wisatawan (Y)	.727	.8

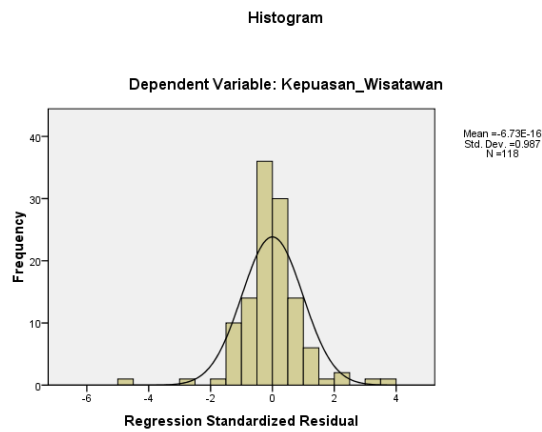
Sumber: Hasil Pengelolaan IBM Statistic SPSS 16.0

Berdasarkan Tabel 4.6 diatas, hasil *output* SPSS diketahui nilai *Cronchbach's Alpha* seluruh Persepsi Nilai (X1), Pengalaman (X2), Citra Destinasi Wisata (X3) dan Kepuasan Wisatawan (Y) lebih besar $> 0,60$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pertanyaan yang telah disajikan kepada responden adalah reliabel atau dikatakan handal.

5. Pengujian Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data

Menurut Sugiyono (2015) pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah sebuah model regresi, variabel dependen, variabel independen, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau mendekati normal.

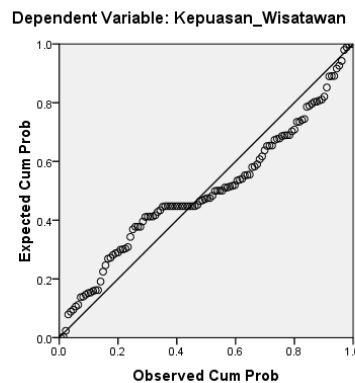


Gambar 4.5 Histogram Uji Normalitas

Sumber: Hasil Pengelolaan IBM Statistic SPSS 16.0

Berdasarkan Gambar 4.5 diatas, hasil pengujian normalitas data diketahui bahwa data telah berdistribusi secara normal, dimana gambar histogram memiliki garis membentuk lonceng dan memiliki kecembungan seimbang ditengah.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 4.6 PP Plot Uji Normalitas

Sumber: Hasil Pengelolaan IBM Statistic SPSS 16.0

Berdasarkan Gambar 4.6 diatas, kemudian untuk hasil pengujian normalitas data dengan menggunakan gambar PP Plot terlihat titik-titik data yang menyebar berada disekitar garis diagonal sehingga data telah berdistribusi secara normal. Berdasarkan kedua gambar diatas, maka dapat disimpulkan bahwa setelah dilakukan uji normalitas data, data untuk variabel kelancaran berdistribusi secara normal.

Untuk lebih memastikan apakah data disepanjang garis diagonal tersebut berdistribusi normal atau tidak. Maka dilakukan Uji Kolmogorov-Smirnov (1 Sampel KS) yakni dengan melihat data residualnya, apakah distribusi normal atau tidak. Jika nilai Asym sig (2-tailed) > taraf nyata ($\alpha = 0,05$) maka data residualnya berdistribusi normal.

Tabel 4.7
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardize d Residual
N		118
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.07742370
Most Extreme Differences	Absolute	.122
	Positive	.097
	Negative	-.122
Kolmogorov-Smirnov Z		1.324
Asymp. Sig. (2-tailed)		.060

a. Test distribution is Normal.

Sumber: Hasil Pengelolaan IBM Statistic SPSS 16.0

Berdasarkan Tabel 4.7 diatas, dapat dilihat bahwa hasil pengolahan data tersebut, besar nilai signifikansi kolmogrov-Smirnov sebesar 0,060 maka dapat disimpulkan data terdistribusi secara normal, dimana nilai signifikasinya lebih kecil dari 0,05 ($0.060 > 0,05$).

Dengan demikian, secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa nilai-nilai observasi data telah terdistribusi secara normal dan dapat dilanjutkan dengan uji asumsi klasik lainnya.

b. Uji Multikolinieritas

Menurut Sugiyono (2010). “Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi diantara variabel bebas (independen).

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*). Uji ini dilakukan dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) dari hasil analisis dengan menggunakan *IBM Statistic SPSS 25,0*. Apabila nilai *Tolerance Value* $> 0,1$ atau $VIF < 10$ maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas.

Tabel 4.8
Uji Multikolinieritas Coefficients^a

		Unstandardized Coefficients		Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.548	2.649		
	Persepsi Nilai	.281	.076	.527	1.896
	Pengalaman	.365	.090	.512	1.951
	Citra Destinasi	.189	.079	.818	1.223

a. Dependent Variabel: Kepuasan Wisatawan

Sumber: Hasil Pengelolaan IBM Statistic SPSS 16.0

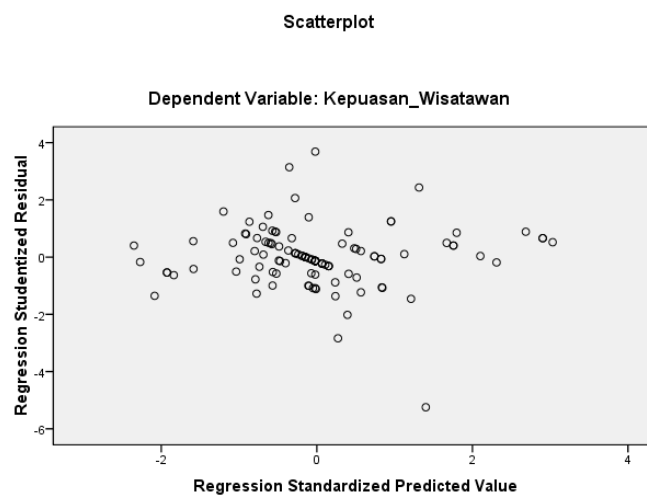
Pada Tabel 4.8 di atas, dapat di jelaskan bahwa nilai *Tolerance* dan VIF untuk variabel bebas adalah sebagai berikut:

1. Variabel Persepsi Nilai (X1) mempunyai nilai *Tolerance* = 0,527 dan VIF = 1,896
2. Variabel Pengalaman (X2) mempunyai nilai *Tolerance* = 0,512 dan nilai VIF = 1,951.
3. Variabel Citra Destinasi (X3) mempunyai nilai *Tolerance* = 0,818 dan nilai VIF = 1,223.

Berdasarkan hasil pengelolaan di atas maka dapat di simpulkan bahwa uji ini dilakukan dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) dari hasil analisis dengan menggunakan *IBM Statistic SPSS 16.0*. Apabila nilai *Tolerance Value* $> 0,1$ atau $VIF < 10$ maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas.

c. Uji Heterokedastisitas

Menurut Sugiyono (2010). “Uji heterokedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidak seimbangan *Variance* dan residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heterokedastisitas”.



Gambar 4.7 Scatterplot Uji Heterokedastisitas

Sumber: Hasil Pengelolaan IBM Statistic SPSS 16.0

Berdasarkan Gambar 4.7 di atas, gambar *Scatterplot* menunjukkan bahwa titik-titik yang dihasilkan menyebar secara acak dan tidak membentuk suatu pola atau trend garis tertentu. Gambar di atas juga menunjukkan bahwa sebaran data ada di sekitar titik nol. Berdasarkan hasil pengujian ini menunjukkan bahwa model regresi ini bebas dari masalah heterokedastisitas dengan perkataan lain, variabel-variabel yang akan diuji dalam penelitian ini bersifat homokedastisitas.

6. Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2016:80), Alat uji yang digunakan untuk menganalisis hipotesis dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Linier Berganda. Metode analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui berapa besar pengaruh variabel bebas (gaji, promosi jabatan, dan pengawasan) terhadap variabel terikat (kepuasan kerja). Rumus analisis regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

- Y = Kepuasan Wisatawan (Dependent Variabel)
- α = Konstanta
- β = Koefisien Linear Berganda (Multi Regression)
- X_1 = Persepsi Nilai (Independent Variabel)
- X_2 = Pengalaman (Independent Variabel)
- X_3 = Citra Destinasi (Independent Variabel)
- e = Error Term

Tabel 4.9

Regresi Linear Berganda Coefficient^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	5.548	2.649	
Persepsi Nilai	.281	.076	.329
Pengalaman	.365	.090	.366
Citra Destinasi	.189	.079	.170

a. Dependent Variable: Kepuasan Wisatawan

Sumber: Hasil Pengelolaan IBM Statistic SPSS 16.0

Berdasarkan Tabel 4.9 di atas, di peroleh regresi liner berganda sebagai berikut:

$$Y = 5,548 + 0,281 X_1 + 0,365 X_2 + 0,189 X_3 + e$$

Interprestasi dari regresi liner berganda adalah:

- a. Jika segala sesuatu pada variabel-variabel bebas dianggap nol maka kepuasan wisatawan (Y) adalah sebesar 5,548.
- b. Jika terjadi peningkatan persepsi nilai sebesar 1 (satu), maka kepuasan wisatawan (Y) akan meningkat sebesar 0,281.
- c. Jika terjadi peningkatan pengalaman sebesar 1 (satu), maka kepuasan wisatawan (Y) akan meningkat sebesar 0,365.
- d. Jika terjadi peningkatan citra destinasi sebesar 1 (satu), maka kepuasan wisatawan (Y) akan meningkat sebesar 0,189.

7. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Menurut Sugiyono (2017) Uji t merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah, yaitu menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Uji t di lakukan untuk menguji apakah parameter yang di gunakan untuk memprediksi model regresi linear berganda sudah merupakan parameter yang tepat atau belum. Di katakan tepat adalah ketika parameter tersebut mampu menjelaskan perilaku variabel bebas dalam menggunakan variabel terikat.

Uji parsial menunjukkan seberapa jauh variabel bebas secara individual menerangkan variasi pengujian ini dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikan 5%.

Apabila: $p > 0,05 = H_a$ ditolak atau H_o diterima

$P < 0,05 = H_a$ diterima atau H_o ditolak

Tabel 4.10
Uji Parsial (Uji t) Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.548	2.649		2.094	.038
Persepsi Nilai	.281	.076	.329	3.702	.000
Pengalaman	.365	.090	.366	4.061	.000
Citra Destinasi	.189	.079	.170	2.388	.019

a. dependent variabel: kepuasan wisatawan

Sumber: Hasil Pengelolaan IBM Statistic SPSS 16.0

Berdasarkan Tabel 4.10 di atas, dapat di jelaskan persamaan t_{hitung} dan signifikan untuk variabel sebagai berikut:

- a. Pengaruh Persepsi Nilai terhadap Kepuasan Wisatawan dilihat bahwa t_{hitung} 3,702 > t_{tabel} 1,658 dan signifikan 0,000 < 0,05, maka H_a diterima dan H_o ditolak yang menyatakan bahwa Persepsi Nilai berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan.
- b. Pengaruh Pengalaman terhadap Kepuasan Wisatawan dilihat bahwa t_{hitung} 4,061 > t_{tabel} 1,658 dan signifikan 0,000 < 0,05, maka H_a diterima dan H_o ditolak yang menyatakan bahwa Pengalaman berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan.
- c. Pengaruh Citra Destinasi terhadap Kepuasan Wisatawan dilihat bahwa t_{hitung} 2,388 > t_{tabel} 1,658 dan signifikan 0,019 > 0,05, maka H_a diterima dan H_o ditolak yang menyatakan bahwa Citra Destinasi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan.

b. Uji Simultan (Uji F)

Menurut Sugiyono (2017) Pengujian simultan akan di uji pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Uji statistik yang di gunakan pada pengujian simultan adalah Uji F atau yang biasa di sebut *Analysis of Varian* (ANOVA).

Tabel 4.11
Uji Simultan (Uji F)
ANOVA^a

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	560.827	3	186.942	42.206	.000 ^b
	Residual	504.936	114	4.429		
	Total	1065.763	117			

a. Dependent Variable: Kepuasan_Wisatawan

b. Predictors: (Constant), Citra Destinasi, Persepsi_Nilai, Pengalaman

Sumber: Hasil Pengelolaan IBM Statistic SPSS 16.0

Dapat di lihat dari hasil uji simultan pada Tabel 4.11 di atas, maka diperoleh nilai kofisien pada $F_{hitung} = 42,206$ sedangkan F_{tabel} sebesar = 2,68 yang dilihat pada $\alpha = 0,05$. Probabilitas signifikan jauh lebih kecil dari 0,05 yaitu $0,000 < 0,05$, maka model regresi dapat dikatakan bahwa dalam penelitian ini persepsi nilai, pengalaman, dan citra destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwasanya persepsi nilai, pengalaman, dan citra destinasi secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan ($F_{hitung} > F_{tabel}$ $42,206 > 2,68$ pada signifikan $0,000 < 0,05$). Maka hipotesis (H_4) sebelumnya diterima.

c. Uji Determinasi

Sugiyono (2018:109) menjelaskan, uji determinasi di gunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen. Untuk melakukan pengujian koefisien determinasi (*adjusted R2*) digunakan presentase sumbangan variabel independen yang diteliti terhadap variasi naik turunnya variabel dependen.

Tabel 4.12
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.725 ^a	.526	.514	2.10458

a. Predictors: (Constant), Citra Destinasi, Persepsi Nilai, Pengalaman

Sumber: Hasil Pengelolaan IBM Statistic SPSS 16.0

Berdasarkan Tabel 4.12 di atas, di lihat bahwa angka *Adjusted R Square* 0,514 yang dapat disebut koefisien determinasi yang dalam hal ini berarti 51,4 % Kepuasan Wisatawan dapat di peroleh dan di jelaskan oleh persepsi nilai, pengalaman, dan citra destinasi sedangkan $100\% - 51,4\% = 48,6\%$ di jelaskan oleh faktor lain atau variabel lain yang tidak di teliti dalam penelitian ini.

B. Pembahasan

1. Pengaruh Persepsi Nilai Terhadap Kepuasan Wisatawan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pengaruh Persepsi Nilai terhadap Kepuasan Wisatawan dilihat bahwa $t_{hitung} 3,702 > t_{tabel} 1,658$ dan signifikan $0,000 < 0,05$, maka H_a diterima dan H_o ditolak yang menyatakan bahwa Persepsi Nilai berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan, maka hipotesis (H_1) sebelumnya diterima. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Ummaryroh, Jusnawi dan Abd. Hamid (2017), dimana persepsi nilai berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan, hal ini menyatakan

bahwa penelitian sebelumnya dengan penelitian ini dengan hasil yang sama. Persepsi adalah pemahaman atau pemberian makna terhadap suatu stimulus informasi. Stimulus bisa dari proses penginderaan objek, kejadian, atau hubungan antar gejala yang kemudian diproses oleh otak.

2. Pengaruh Pengalaman terhadap Kepuasan Wisatawan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pengaruh Pengalaman terhadap Kepuasan Wisatawan dilihat bahwa $t_{hitung} 4,061 > t_{tabel} 1,658$ dan signifikan $0,000 < 0,05$, maka H_a diterima dan H_o ditolak yang menyatakan bahwa Pengalaman berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan, maka hipotesis (H_2) sebelumnya diterima.

Pengalaman tidak dapat dipisahkan dari realitas kehidupan manusia sehari-hari. Pengalaman juga sangat berharga bagi setiap manusia, dan pengalaman juga dapat diberikan kepada siapa saja untuk dijadikan sebagai panduan dan sebagai sumber pembelajaran manusia. Kepuasan wisatawan adalah suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen dapat terpenuhi oleh produk dan jasa yang diberikan Irawan (2014: 34).

3. Pengaruh Citra Destinasi Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pengaruh Citra Destinasi terhadap Kepuasan Wisatawan dilihat bahwa $t_{hitung} 2,388 > t_{tabel} 1,658$ dan signifikan $0,019 < 0,05$, maka H_a diterima dan H_o ditolak yang menyatakan bahwa Citra Destinasi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan, maka hipotesis (H_3) sebelumnya diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Asya, Andriani, dan Mawardi (2016) yang menyimpulkan bahwa citra destinasi wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. maka hipotesis (H_3) sebelumnya diterima.

Citra destinasi (destination image) merupakan keyakinan dan gagasan tentang suatu destinasi yang dirasakan wisatawan selama berwisata. Hal-hal yang mempengaruhi

kesenangan pengunjung menjadi pertimbangan dalam membangun atraksi wisata, agar sesuai dengan keinginan pengunjung. Kepuasan wisatawan dapat mempengaruhi penilaian atas wisatawan.

4. Pengaruh Persepsi Nilai, Pengalaman dan Citra Destinasi Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa diperoleh nilai koefisien pada $F_{hitung} = 42,206$ sedangkan F_{tabel} sebesar $= 2,68$ yang dilihat pada $\alpha = 0,05$. Probabilitas signifikan jauh lebih kecil dari $0,05$ yaitu $0,000 < 0,05$, maka model regresi dapat dikatakan bahwa dalam penelitian ini persepsi nilai, pengalaman, dan citra destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwasanya persepsi nilai, pengalaman, dan citra destinasi secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan ($F_{hitung} > F_{tabel}$ $42,206 > 2,68$ pada signifikan $0,000 < 0,05$). Maka hipotesis (H_4) sebelumnya diterima. Kepuasan di kalangan wisatawan dianggap sebagai faktor penting bagi penyedia layanan dalam memahami dan bereaksi terhadap kebutuhan wisatawan, serta menentukan fitur wisata mana yang perlu ditingkatkan lebih lanjut, Menurut Aliman (2016).

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi Nilai secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan diperoleh dari nilai $t_{hitung} 3,702 > t_{tabel} 1,658$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa Persepsi Nilai berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan pada wisata Hutan mangrove Desa sisarahili Teluk Siabang Kabupaten Nias Utara.
2. Pengalaman secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan diperoleh dari nilai $t_{hitung} 4,061 > t_{tabel} 1,658$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa Pengalaman berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan pada wisata hutan mangrove Desa Sisarahili Teluk Siabang Kabupaten Nias Utara.
3. Citra Destinasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan diperoleh dari nilai $t_{hitung} 2,388 > t_{tabel} 1,658$ dan nilai signifikan $0,019 > 0,05$, dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa Citra Destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan pada wisata hutan mangrove Desa Sisarahili Teluk Siabang Kabupaten Nias Utara.

4. Persepsi nilai, pengalaman, dan citra destinasi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan diperoleh dari nilai F_{hitung} $42,206 > F_{tabel}$ $2,68$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, dari penjelasan tersebut dapat di simpulkan bahwa persepsi nilai, pengalaman, citra destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan pada wisata hutan mangrove Desa Sisarahili Teluk Siabang Kabupaten Nias Utara .

B. Saran

Adapun saran – saran yang dapat diberikan melalui hasil penelitian adalah sebagai berikut:

1. Kawasan wisata Hutan Mangrove di Nias Utara perlu meningkatkan variabel yang terkait dengan Persepsi Nilai. Salah satu faktor penentu dari persepsi nilai adalah Merasa senang setelah berkunjung ke Hutan Mangrove di Nias Utara, dengan demikian nilai yang dikeluarkan sebanding dengan nilai yang didapat.
2. Kawasan wisata Hutan Mangrove di Nias Utara perlu meningkatkan variabel yang terkait dengan Pengalaman
3. Kawasan wisata Hutan Mangrove di Nias Utara hendaknya mempertahankan variabel Citra Destinasi Wisata. Salah satu faktor penentu adalah Nias Utara memiliki kemenarikan wisata hutan mangrove yang memiliki keindahan laut yang sangat jernih.
4. Disarankan untuk penelitian selanjutnya disarankan supaya bisa meneliti tentang variabel yang sama dan melakukan perbandingan dengan objek wisata lain agar hasil yang diperoleh lebih universal.

DAFTAR PUSTAKA

- Ade Irawan. Et.al., 2014 *Panduan pemantauan korupsi pemilu*. Jakarta : Indonesia Corruption watch.
- Alwi, Hasan. 2002. *Kamus besar bahasa indonesia*. Jakarta : Balai Pustaka
- Aliman, M. (2016). *Model pembelajaran group investigations berbasis spatial thinking*. (november 2016).
- Andriani, R. 2016. *Hubungan Antara Indeks massa Tumbuh Dan Aktivitas Fisik Dengan Volume Oksigen Maksimum*. Universitas Muhammadiyah Surakarta: Surakarta
- Aspan, H., Sipayung, I. M., Muharrami, A. P., & Ritonga, H. M. (2017). The Effect of Halal Label, Halal Awareness, Product Price, and Brand Image to the Purchasing Decision on Cosmetic Products (Case Study on Consumers of Sari Ayu Martha Tilaar in Binjai City). *International Journal of Global Sustainability*, 1(1), 55-66.
- Bimo, Walgito. (2010). *Pengantar psikologi umum*, Yogyakarta; C.V Andi
- Boere, C. George. 2005, *personality theoris, terj, inyiak ridwan muzir*. Yogyakarta: Prismsophie.
- Coban, Suzan. 2012, *The effect of the image of destinasion On Tourist Satisfaction and loyalty, the case of copadia*.
- Fadila, Dewi dan Sari Lestari Zainal Ridho. 2013. *Perilaku konsumen*. Palembang :Citrabooks Indonesia
- Fandy Tjiptono, 2012. *Strategi Pemasaran* , ed: 3, Yogyakarta, Andi.
- Feng Y, Spezia M, Huang S, Yuan C, Zeng Z., Zhang L, et al. *Breast cancer development and proggression: risk factors, cancer Stem Celis, Signaling Pathways, Genomics, And Moleculer Pathogenesis*. *Genes & Diseases*. 2018;5 (2):77-106
- Fentri, D. M. (2017). *Persepsi pengunjung terhadap daya tarik taman wisata alam hutan rimbo tujuh danau di desa wisata bulu cina kecamatan siak hulu Kabupaten Kampar Riau*. *Jom Fisip*, 4 (2): 1-11
- Ferine, K. F., & Indrawan, M. I. (2021). Analisis Pengaruh Keunggulan Bersaing dan Motivasi Terhadap Kinerja UKM Binaan Bank Sumut Cabang Kampung Baru Medan. *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi (KNEMA)*, 1(1).

- Fitria, A, dan Imam Hidayat. 2017. *Pengaruh bauran pemasaran, kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada kupunya rumah mode. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol.6. No.4
- Ghozali, Imam, 2011. “ *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*”, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam, 2012. “ *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*”, Yogyakarta: Universitas Diponegoro
- Hanif, Asya., Kusumawati, Andriani., Mawardi, M. Kholid. 2016. *Pengaruh citra destinasi terhadap kepuasan wisatawan serta dampaknya terhadap 56 loyalitas wisatawan (studi pada wisata nusantara yang berkunjung ke kota batu)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Vol.38 No.1 September 2016.
- Kotler, Philip. 2005. *Mnajemen Pemasaran, Jilid 1 dan 2*. Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Miftah, Thoha. 2016. *Perilaku Organisasi Konsep Dasar dan Implikasinya*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Notonagoro, 2001. *Pancasila Dasar Falsafah Negara*. Jakarta: Bina Aksara
- Paludi, Salman. (2016). *Analisis pengaruh electronic word of mouth (e-WOM) terhadap citra destinas, kepuasan wisatawan, dan loyalitas destinasi perkembangan budaya betawi (PBB) Setu Babakan Jakarta Selatan*. <http://stein.ac.id> diakses 20 April 2018 .
- Sanusi, A. 2017. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sutisna, (2001). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Sugioyono, 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitati, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, 2013. *Metode penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. (Bandung: ALFABETA)
- Sugito, S., & Saragih, M. G. (2020). The Effect Of Digital Economy On The Growth Of Social Media Users And Non-Cash Economic Transactions: The Effect Of Digital Economy On The Growth Of Social Media Users And Non-Cash Economic Transactions. *Jurnal Mantik*, 4(2), 1192-1199.
- Setiawan, A., Hasibuan, H. A., Siahaan, A. P. U., Indrawan, M. I., Rusiadi, I. F., Wakhyuni, E., ... & Rahayu, S. (2018). Dimensions of cultural intelligence and technology skills on employee performance. *International Journal of Civil Engineering and Technology*, 9(10), 50-60.

Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offest, Yogyakarta

Wibowo, S. F., Sazali, A., & Rivai, A. K. P. (2016). *The Influence of Destination Image and Tourist Satisfaction to Ward Revisit Intention of Setu Babakan Betawi Cultural Village*, *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 7(1), 136-156