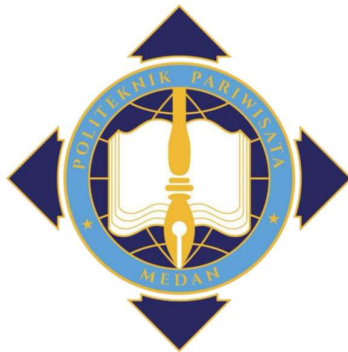


**Laporan Hasil Penelitian Individu**



**Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Tamu Di Desa Wisata Denai Lama**

**Kabupaten Deli Serdang**

**Mustafa Kamal, S.Sos., M.Hum**

**NUPTK : 6257740641130070**

**Kegiatan ini dibiayai oleh:**

**DIPA POLITEKNIK PARIWISATA MEDAN**

**Nomor : DIPA 040.01.2.538872/2025**

**KEMENTERIAN PARIWISATA**

**POLITEKNIK PARIWISATA MEDAN**

**PUSAT PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**

**2025**

## LEMBAR PENGESAHAN PENELITIAN INDIVIDU TAHUN 2025

1. Judul Penelitian : **Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Tamu Di Desa Wisata Denai Lama Kabupaten Deli Serdang**
- 2 Lokasi Penelitian : Desa Wisata Denai Lama  
Kabupaten Deli Serdang
- 3 Pengusul :  
Nama Lengkap : Mustafa Kamal, S.Sos., M.Hum  
NUPTK : 6257740641130070  
Jurusan : Pariwisata  
Program Studi : Perjalanan Wisata  
Alamat Email : [mustafakamal@poltekparmedan.ac.id](mailto:mustafakamal@poltekparmedan.ac.id)
- 7 Biaya yang : Rp. 4.500.000,-  
diajukan

Terbilang : Empat Juta Lima Ratus Rupiah

Medan, Juni 2025

Mengetahui  
Ketua PPPM Poltekpar Medan

Peneliti

**Dr. Liyushiana, S.ST.Par , MM**  
NIP: 19880420 200912 2 002

**Mustafa Kamal, S.Sos., M.Hum**  
NIP. 19620925 199003 1 001

Menyetujui,  
Direktur Politeknik Pariwisata Medan

**Dr. Ngatemin, S.Pd., M.Si**  
NIP. 196705071999031002

## **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan tamu di Desa Wisata Denai Lama, Kabupaten Deli Serdang. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif, data dikumpulkan melalui kuesioner terhadap 80 responden yang merupakan wisatawan desa wisata tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik pelayanan maupun lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan tamu, baik secara parsial maupun simultan. Analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa pelayanan (X1) dan lokasi (X2) memberikan kontribusi sebesar 84,2% terhadap variabel kepuasan tamu (Y). Seluruh instrumen penelitian telah diuji dan dinyatakan valid serta reliabel. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa pelayanan berkualitas dan lokasi strategis menjadi faktor dominan dalam membentuk tingkat kepuasan wisatawan. Temuan ini merekomendasikan pentingnya peningkatan kualitas pelayanan dan pengelolaan lokasi secara berkelanjutan untuk menjaga dan meningkatkan loyalitas pengunjung terhadap Desa Wisata Denai Lama.

Kata kunci: Pelayanan, Kepuasan Tamu, Desa Wisata, Denai Lama

**Abstract**

This study aims to analyze the influence of service and location on guest satisfaction in Denai Lama Tourism Village, Deli Serdang Regency. Using a quantitative descriptive approach, data was collected through a questionnaire of 80 respondents who were tourists from the tourist village. The results show that both service and location have a significant influence on guest satisfaction, both partially and simultaneously. Multiple linear regression analysis showed that service (X1) and location (X2) contributed 84.2% to the guest satisfaction variable (Y). All research instruments have been tested and declared valid and reliable. The conclusion of this study is that quality services and strategic location are the dominant factors in shaping the level of tourist satisfaction. These findings recommend the importance of improving the quality of services and managing locations in a sustainable manner to maintain and increase visitor loyalty to the Denai Lama Tourism Village.

Keywords: Service, Guest Satisfaction, Tourism Village, Old Trail

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena atas lindungannya penulis dapat melaksanakan penelitian dan menuangkannya dalam bentuk laporan penelitian. Bahwa harus diakui salah satu aspek yang menunjang terlaksananya kegiatan Tri Dharma Perguruan Tinggi adalah dengan melaksanakan kegiatan dalam bidang penelitian serta pengembangannya dalam ilmu pengetahuan dan teknologi. Sehubungan dengan hal tersebut di atas, maka dalam kesempatan ini penulis mencoba untuk mengadakan penelitian dengan mengambil judul tentang **“Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Tamu Di Desa Wisata Denai Lama Kabupaten Deli Serdang”**. Pada akhirnya penulis menyadari bahwa penelitian ini masih banyak kekurangan. Untuk penyempurnaan kekurangan laporan penelitian ini, maka penulis mengharapkan masukan dan saran yang membangun sehingga dimasa yang akan datang dapat lebih baik. Akhir kata penulis tidak lupa mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu hingga terlaksananya penelitian ini, antara lain :

1. Bapak Dr. Ngatemin, S.Pd., M.Si., selaku Direktur Politeknik Pariwisata Medan, yang telah memberikan kesempatan kepada penulis di dalam melaksanakan penelitian ini.
2. Ibu Dr. Liyushiana, S.ST.Par., M.M., selaku Kepala Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Politeknik Pariwisata Medan.
3. Kelompok dan perangkat dari Desa Denai Lama.
4. Seluruh Civitas Akademika Politeknik Pariwisata Medan. Demikianlah harapan yang dapat penulis sampaikan, kiranya penelitian ini dapat bermanfaat untuk penelitian selanjutnya.

Medan, Juni 2025

Penulis

## Daftar Isi

|                                                        |    |
|--------------------------------------------------------|----|
| <b>RINGKASAN USULAN PENELITIAN INDIVIDU TAHUN 2025</b> | 2  |
| <b>Abstrak</b>                                         | 3  |
| <b>Abstract</b>                                        | 4  |
| <b>KATA PENGANTAR</b>                                  | 5  |
| <b>BAB I</b>                                           | 9  |
| <b>PENDAHULUAN</b>                                     | 9  |
| 1.1 Latar Belakang                                     | 9  |
| 1.2 Rumusan Masalah                                    | 10 |
| 1.3 Tujuan Penelitian                                  | 10 |
| 1.4 Manfaat Penelitian                                 | 10 |
| <b>BAB II</b>                                          | 11 |
| <b>TINJAUAN PUSTAKA</b>                                | 11 |
| 2.1 Pelayanan                                          | 11 |
| 2.2 Kepuasan Konsumen                                  | 15 |
| <b>BAB III</b>                                         | 19 |
| <b>METODE PENELITIAN</b>                               | 19 |
| 3.1 Tempat dan Waktu Penelitian                        | 19 |
| 3.2 Jenis Penelitian dan Data Penelitian               | 19 |
| 3.3 Populasi dan Sampel Penelitian                     | 20 |
| 3.4 Uji Instrumen                                      | 21 |
| 3.5 Uji Asumsi Klasik                                  | 21 |
| 3.6 Uji Hipotesis                                      | 23 |
| <b>BAB IV</b>                                          | 25 |
| <b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b>                            | 25 |
| 4.1 Gambaran Umum Denai Lama                           | 25 |
| 4.2 Teknik Analisis Data                               | 26 |
| 4.3 Uji Kelayakan Instrumen                            | 33 |
| 4.4 Uji Asumsi Klasik                                  | 36 |
| 4.5 Analisis                                           | 39 |
| 4.6 Uji Hipotesis                                      | 40 |
| 4.7 Hasil                                              | 42 |
| <b>BAB V</b>                                           | 44 |
| <b>PENUTUP</b>                                         | 44 |
| 5.1 Kesimpulan                                         | 44 |
| 5.2 Saran                                              | 44 |

Daftar Pustaka.....46





## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Pariwisata di Indonesia cukup berpotensi mengingat Indonesia sendiri secara alami memiliki banyak potensi keindahan alam, dan keragaman budaya. Potensi tersebut akan menjadi poin penting bagi industri pariwisata yang mana kelestarian alamnya masih terjaga dengan baik. Perkembangan pariwisata di Indonesia mengalami peningkatan yang cukup signifikan, dan hal ini bisa dilihat berdasarkan peningkatan jumlah pengunjung atau wisatawan di Indonesia yang membuat pertumbuhan industri pariwisata yang termasuk juga dalam bertambahnya jumlah Hotel di Indonesia.

Desa Denai Lama adalah sebuah desa wisata yang berada di Kabupaten Deli Serdang Sumatera Utara. Salah satu daya tarik desa ini adalah keragaman etnisnya. Masyarakat dari berbagai latar belakang budaya, seperti Melayu dan Jawa, hidup berdampingan dan mempertahankan tradisi mereka masing-masing. Berjarak 40 km dari kota Medan, desa wisata denai lama menawarkan ketenangan yang sulit ditemukan di tempat lain. Persawahan yang hijau, aliran sungai yang jernih, dan pepohonan yang rindang menciptakan suasana damai yang cocok bagi wisatawan yang ingin beristirahat dari hiruk-pikuk perkotaan. Aktivitas ekonomi di desa wisata denai lama berpusat pada menanam padi, lada, cengkeh, dan pala serta menawarkan pengalaman unik bagi wisatawan lokal maupun mancanegara yang ingin merasakan pesona desa tradisional di Sumatera Utara.

Terdapat banyak objek wisata di desa wisata denai lama, hal ini membuat banyak nya tuntutan terhadap pelayanan di daerah objek wisata tersebut sehingga tamu merasa puas dalam menikmati objek wisata. ini semakin diyakini bahwa kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian

produk dan jasa berkualitas. Ditambah lagi di dukung dengan lokasi wisata yang mudah di jangkau dan menyuguhkan pemandangan wisata yang sangat indah. Sebagian masyarakat denai lama telah memberikan pelayanan terbaik agar konsumen merasa terpenuhi kebutuhan dan keinginannya. Dibalik dari kepuasan konsumen dalam mengunjungi desa wisata yang berada di denai lama, ada peran dari pemerintah setempat serta pentahelix yang mensupport masyarakat agar wisatawan dibuat nyaman mungkin dengan pelayanan yang diberikan, selain itu juga wisatawan dimanjakan oleh produk dan fasilitas yang disediakan.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Adapun yang menjadi perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh pelayanan terhadap kepuasan tamu pada desa wisata denai lama?
2. Apakah terdapat pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan tamu pada desa wisata denai lama?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap kepuasan tamu pada desa wisata denai lama.
2. Untuk mengetahui pengaruh Lokasi pengaruh pelayanan terhadap kepuasan tamu pada desa wisata denai lama.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Dengan adanya penelitian ini dapat Memberikan kontribusi ilmiah berupa data dan analisis aktual tentang perkembangan desa wisata berbasis budaya dan kearifan lokal. bermanfaat bagi masyarakat yang berada di desa wisata serta peluang peningkatan pendapatan bagi masyarakat melalui usaha homestay, kuliner tradisional, kerajinan tangan, dan jasa pemandu wisata.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Pelayanan**

Kotler (2008:266) dimana *service* (pelayanan) adalah bentuk produk yang terdiri dari aktivitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual dan pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan akan sesuatu, misalkan Perbankan, hotel, maskapai penerbangan, pajak dan lain sebagainya.

Menurut penulis dan pakar manajemen bisnis, Ni Wayan Suwithi, pelayanan merupakan aktivitas melayani atau pemberian layanan yang diberikan seseorang dengan segenap kemampuannya, kepada orang lain dalam konteks berhubungan, berinteraksi, atau bersosialisasi.

Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa pelayanan adalah kegiatan atau aktifitas yang hasilnya ditujukan untuk keinginan orang lain, baik individu, kelompok maupun masyarakat.

Berdasarkan Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 63 tahun 2003, dijelaskan bahwa dalam menyelenggarakan pelayanan harus memenuhi beberapa prinsip yaitu:

- a. Kesederhanaan, prosedur /tata cara pelayanan diselenggarakan secara mudah, cepat, tidak berbelit-belit, mudah dipahami dan mudah dilaksanakan
- b. Kejelasan mencakup beberapa hal antara lain:
  - Persyaratan teknis dan administrasi pelayanan umum,
  - Unit kerja atau pejabat yang berwenang dan bertanggung jawab dalam memberikan pelayanan dan penyelesaian keluhan/persoalan/sengketa dalam pelaksanaan pelayanan publik,

- Rincian biaya pelayanan dan tata cara pembayaran
- c. Kepastian waktu. Pelaksanaan pelayanan publik dapat diselesaikan dalam kurun waktu yang telah ditentukan
  - d. Akurasi. Produk pelayanan publik diterima dengan benar, tepat dan sah
  - e. Rasa aman. Proses dan produk pelayanan publik memberikan rasa aman dan kepastian hukum
  - f. Tanggung jawab. Pimpinan penyelenggara pelayanan publik atau pejabat yang ditunjuk bertanggung jawab atas penyelenggaraan pelayanan dan penyelesaian keluhan atau persoalan dalam pelaksanaan pelayanan publik
  - g. Kelengkapan sarana dan prasarana. Tersedianya sarana dan prasarana kerja, peralatan kerja dan pendukung lainnya yang memadai termasuk penyediaan sarana teknologi telekomunikasi dan informatika
  - h. Kemudahan akses. Tempat dan lokasi serta sarana prasarana kerja yang memadai dan mudah dijangkau oleh masyarakat, dan dapat memanfaatkan teknologi telematika
  - i. Kedisiplinan, kesopanan dan keramahan. Pemberi layanan harus bersikap disiplin, sopan, dan santun, ramah serta memberikan pelayanan yang ikhlas
  - j. Kenyamanan. Lingkungan pelayanan harus tertib, disediakan ruang tunggu yang nyaman , bersih, rapi, lingkungan yang indah, sehat serta dilengkapi dengan fasilitas pendukung pelayanan, seperti parker, toilet, tempat ibadah, dan lain-lain.

Pengertian lokasi lebih menekankan pada tempat dimana suatu jenis usaha atau bidang usaha yang akan dijalankan. Pemilihan lokasi mempunyai fungsi yang strategis karena dapat menentukan tercapainya tujuan badan usaha.

Lokasi sangat berpengaruh terhadap dimensi-dimensi pemasaran strategic, seperti fleksibilitas, competitive positioning, manajemen permintaan, dan focus strategic (Fitzsimmons, 1994) dalam Tjiptono (2007:147).

Suatu lokasi disebut strategis bila berada dipusat kota, kepadatan populasi, kemudahan mencapainya menyangkut kemudahan transportasi umum, kelancaran lalu lintas dan arahnya tidak membingungkan konsumen. Definisi lain lokasi adalah keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan dimana operasi dan stafnya akan ditempatkan(Ratnasari dan Aksa,2011:55).

Menurut Peter dan Olson (2014:268), lokasi adalah tempat atau berdirinya perusahaan atau tempat usaha.Lokasi fasilitas jasa seringkali tetap merupakan faktor krusial yang berpengaruh terhadap kesuksesan suatu jasa, karena lokasi erat kaitannya dengan pasar potensial penyedia jasa. Secara garis besar, ada dua kemungkinan pertimbangan dalam hal lokasi fasilitas jasa (Tjiptono,2011:190)

Pada studi Geografi, lokasi merupakan variabel penting yang dapat mengungkapkan berbagai hal tentang gejala atau fenomena yang dipelajari. Sumaatmadja (1988:118) menjelaskan, bahwa : lokasi suatu benda dalam ruang dapat menjelaskan dan dapat memberikan kejelasan pada benda atau gejala geografi yang bersangkutan secara lebih jauh lagi.

Menurut Lupiyoadi ada tiga jenis interaksi yang mempengaruhi penentuan lokasi perusahaan/organisasi jasa, yaitu:

1. Konsumen mendatangi pemberi jasa (perusahaan/organisasi), apabila keadaannya seperti ini maka lokasi menjadi sangat penting. Perusahaan lebih baik memilih tempat yang dekat dengan konsumen sehingga mampu dijangkau dengan kata lain lokasi strategis.

2. Pemberi jasa mendatangi konsumen, dalam konteks ini keberadaan lokasi tidak begitu penting akan tetapi, diperlukan pemasar yang mampu dan berkualitas dalam menyampaikan promosi perusahaan/organisasi.
3. Pemberi jasa dan konsumen tidak bertemu langsung, berarti penyedia jasa dan konsumen bertransaksi melalui sarana tertentu, seperti sekarang ini dunia online atau internet telah tersebar diseluruh penjuru dunia. Dalam hal ini lokasi menjadi sangat tidak penting selama komunikasi antara kedua belah pihak terlaksana dengan baik.

Menurut Fandy Tjiptono faktor-faktor lokasi yang menjadi pertimbangan konsumen adalah:

- a. Akses, misalnya lokasi yang mudah dijangkau/dilalui sarana transportasi umum.
- b. Visibilitas, misalnya lokasi dapat dilihat dengan jelas ditepi jalan.
- c. Lalu lintas (traffic), menyangkut dua pertimbangan utama:
  - 1) Banyaknya orang yang lalu lalang dapat memberikan peluang besar terjadinya buying, yaitu keputusan pembelian yang sering terjadi spontan, tanpa perencanaan dan atau tanpa melalui usaha-usaha khusus.
  - 2) Kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa juga menjadi penghambat.
- d. Tempat parkir yang memadai dan aman, baik untuk kendaraan roda dua maupun roda empat.
- e. Ekspansi, tersedia tempat yang cukup untuk perluasan usaha di kemudian hari.
- f. Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan. 7. Persaingan, yaitu lokasi pesaing disekitar lokasi.
- g. Peraturan pemerintahan

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa lokasi adalah tempat dimana perusahaan didirikan untuk melakukan suatu usaha produksi atau penyedia jasa dengan menggarap pasar potensial yang ada.

## **2.2 Kepuasan Konsumen**

Menurut Tjiptono (2012), kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya.

Menurut Daryanto dan Setyobudi (2014), kepuasan konsumen adalah suatu penilaian emosional dari konsumen setelah konsumen menggunakan produk dimana harapan dan kebutuhan konsumen yang menggunakannya terpenuhi.

Menurut Kotler dan Keller (2012), kepuasan konsumen adalah perasaan seseorang kesenangan atau kekecewaan yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan dengan harapan.

Menurut Manurung (2009), terdapat beberapa aspek atau karakteristik dari kepuasan konsumen, yaitu sebagai berikut:

### **a. Expectations**

Harapan konsumen terhadap suatu barang atau jasa telah dibentuk sebelum konsumen membeli barang atau jasa tersebut. Pada saat proses pembelian dilakukan, konsumen berharap bahwa barang atau jasa yang mereka terima sesuai dengan harapan, keinginan dan keyakinan mereka. Barang atau jasa yang sesuai dengan harapan konsumen akan menyebabkan konsumen merasa puas.

### **b. Performance**

Pengalaman konsumen terhadap kinerja aktual barang atau jasa ketika digunakan tanpa dipengaruhi oleh harapan mereka. Ketika kinerja aktual barang atau jasa berhasil maka konsumen akan merasa puas.

### **c. Comparison**

Hal ini dilakukan dengan membandingkan harapan kinerja barang atau jasa sebelum membeli dengan persepsi kinerja aktual barang atau jasa tersebut. Konsumen akan merasa puas ketika harapan sebelum pembelian sesuai atau melebihi persepsi mereka terhadap kinerja aktual produk.

#### **d. Confirmation/Disconfirmation**

Harapan konsumen dipengaruhi oleh pengalaman mereka terhadap penggunaan merek dari barang atau jasa yang berbeda dari orang lain. Confirmation terjadi bila harapan sesuai dengan kinerja actual produk. Sebaliknya disconfirmation terjadi ketika harapan lebih tinggi atau lebih rendah dari kinerja actual produk. Konsumen akan merasa puas ketika terjadi confirmation/disconfirmation.

Menurut Lupiyoadi (2001) dan Irawan (2004), terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, yaitu sebagai berikut:

##### **a. Kualitas Produk**

Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Konsumen rasional selalu menuntut produk yang berkualitas untuk setiap pengorbanan yang dilakukan untuk memperoleh produk tersebut. Dalam hal ini, kualitas produk yang baik akan memberikan nilai tambah di benak konsumen.

##### **b. Kualitas pelayanan**

Kualitas pelayanan terutama di bidang jasa, pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan. Pelanggan yang puas akan menunjukkan kemungkinan untuk kembali membeli produk yang sama. Pelanggan yang puas cenderung akan memberikan persepsi terhadap produk perusahaan.

##### **c. Emosional**



Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh. Bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial atau self esteem yang membuat pelanggan menjadi puas terhadap merk tertentu.

#### **d. Harga**

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya. Untuk pelanggan yang sensitif, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan value for money yang tinggi. Komponen harga ini relatif tidak penting bagi mereka yang tidak sensitif terhadap harga.

Pengukuran Kepuasan Konsumen Tjiptono (2011:366), menyatakan bahwa tidak ada satupun ukuran tunggal “terbaik” mengenai kepuasan konsumen yang disepakati secara universal. Meskipun demikian, ditengah beragamnya cara mengukur kepuasan konsumen, terdapat enam konsep kesamaan mengenai objek pengukuran, yaitu sebagai berikut :

1. Kepuasan konsumen keseluruhan (overall customer satisfaction)
2. Dimensi kepuasan konsumen
3. Konfirmasi harapan (confirmation of expectation)
4. Minat pembelian ulang (repurchase intent)
5. Kesiediaan untuk merekomendasikan (willingness to recommend)
6. Ketidakpuasan konsumen (customer dissatisfaction)

Metode Pengukuran Kepuasan Menurut Kotler dalam Tjiptono (2011:366), terdapat empat metode yang banyak dipergunakan dalam mengukur kepuasan konsumen, yaitu :

1. Sistem keluhan dan saran
2. Ghost shopping

### 3. Lost customer analysis

### 4. Survey kepuasan konsumen

Menurut teori Kottler dalam jurnal Suwardi (2011), menyatakan kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan konsumen. Indikator Kepuasan konsumen dapat dilihat dari :

- a. *Re-purchase* : membeli kembali, dimana pelanggan tersebut akan kembali kepada perusahaan untuk mencari barang / jasa.
- b. Menciptakan *Word-of-Mouth* : Dalam hal ini, pelanggan akan mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain
- c. Menciptakan Citra Merek : Pelanggan akan kurang memperhatikan merek dan iklan dari produk pesaing
- d. Menciptakan keputusan Pembelian pada Perusahaan yang sama : Membeli produk lain dari perusahaan yang sama.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di desa wisata denai lama Kabupaten Deli Serdang, Sumatera utara. Pelaksanaan penelitian dimulai dari bulan April 2025 sampai dengan bulan Juni 2025.

#### **3.2 Jenis Penelitian dan Data Penelitian**

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan Deskriptif kuantitatif ialah suatu jenis penelitian yang berperan memvisualkan deskripsi angka-angka yang sudah ragam sesuai penyamaan spesifik.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder

1. Data Primer menurut sugiyono (2012:25) Merupakan sumber data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli atau pihak pertama. Data ini dikumpulkan peneliti secara khusus bertujuan untuk menjawab pertanyaan penelitian dalam bentuk Kuesioner/Angket untuk mengukur variabel yang bersifat factual dan relevan dengan tujuan penelitian.
2. Data Sekunder menurut Sugiyono (2012:25) Merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara. Data sekunder pada umumnya dapat berupa bukti, catatan, atau laporan historis, majalah, artikel yang telah tersusun dalam arsip baik yang dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Studi Dokumentasi: Pengumpulan data yang dilakukan dengan mencari informasi berdasarkan dokumen – dokumen perusahaan yang berkaitan dengan penelitian.
2. Kuesioner: metode pengumpulan data dengan membuat daftar pertanyaan dalam bentuk angket yang ditujukan kepada responden yang dijadikan sampel.

3. Observasi : pengamatan data melalui pengamatan secara langsung di objek wisata di kabupaten Deli Serdang Sumatera Utara

### 3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

Menurut Ikhsan et al (2014:105) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas sekelompok orang, kejadian atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu. Populasi juga merupakan keseluruhan kumpulam elemen- elemen berkaitan dengan apa yang peneliti harapkan dalam mengambil beberapa kesimpulan.

Hal tersebut diperkuat oleh Sugiyono (2017:80) yang menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah wisatawan yang melakukan kunjungan di desa wisata denai lama.

Menurut Ikhsan et al (2014:106) Sampel adalah bagian dari jumlah maupun karakteristik yang dimiliki oleh populasi dan dipilih secara hati-hati dari populasi tersebut.

Sejalan dengan yang dikemukakan Sugiyono(2017:81) yang meyakini bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. sasaran peneliti cukup luas sehingga tidak memungkinkan semua anggota dijadikan responden, sehingga peneliti melakukan penelitian dengan mengambil sampel secara representatif.

Dalam menentukan sampel pada penelitian ini , metode yang digunakan adalah metode *slovin*. Dalam metode *slovin* diperlukan batasan toleransi kesalahan. Semakin kecil toleransi kesalahan, semakin akurat sampel menggambarkan populasi. Rumus metode *slovin* sebagai berikut:

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

Keterangan:

n : sampel

N : Populasi

e : perkiraan tingkat kesalahan (10 %)

Dengan jumlah populasi 250 orang dan perkiraan tingkat kesalahan 10 % maka di dapat jumlah sampel sebanyak 71 orang.

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

$$n = \frac{250}{1 + 250(10\%)^2}$$

$$n = \frac{250}{1 + 250(0,01)}$$

$$n = \frac{250}{1 + 2,5}$$

$$n = \frac{250}{3,5}$$

$$n = 71,428$$

### **3.4 Uji Instrumen**

#### **3.4.1 Uji Validitas**

Menurut Sugiyono (2012:110) "uji validitas adalah suatu langkah pengujian yang dilakukan terhadap isi dari suatu instrument, dengan tujuan untuk mengukur ketepatan instrument yang digunakan dalam suatu penelitian". Dikatakan valid jika  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  dan dikatakan tidak valid jika nilai  $r_{hitung} \leq r_{tabel}$

#### **3.4.2 Uji Reliabilitas**

Menurut Sugiyono (2012:111) "uji realibilitas adalah proses pengukuran terhadap ketepatan ( konsisten) dari suatu instrument". Dikatakan reliable jika nilai Crombath alfa  $> 0.6$  dan dikatakan tidak reliable jika nilai crombath alfa  $< 0.6$

### **3.5 Uji Asumsi Klasik**

### **3.5.1 Uji Normalitas**

Uji Normalitas adalah untuk mengetahui apakah semua variabel penelitian berdistribusi normal atau tidak.. Uji normalitas diujikan pada masing-masing variabel penelitian yang meliputi  $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $Y$

### **3.5.2 Uji Linearitas**

Tujuan uji Linearitas adalah untuk mengetahui hubungan antara variabel dependen dan variabel independen terkait linear. Kriteria pengujian linearitas adalah jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat adalah linear.

### **3.5.3 Uji Multikolinearitas**

Uji Multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui besarnya interkorelasi antar variabel bebas dalam penelitian ini, Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat masalah multikolinearitas (ghozali, 2011:105). Sedangkan untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas dapat dilihat pada nilai *tolerance* dan VIF

### **3.5.4 Uji Heteroskedastisitas**

Pengujian heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas dengan menggunakan uji gletsjer. Jika variabel independen tidak signifikan secara statistik dan tidak mempengaruhi variabel dependen , maka ada indikasi tidak terjadi heteroskedastisitas.

### **3.5.5 Uji Regresi Liner Berganda**

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu teknik analisis analisis berganda. Analisis ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh  $x_1$ ,  $x_2$  dan  $x_3$  terhadap  $Y$  .Hasil dari analisis regresi adalah berupa koefisien untuk masing-masing variabel independen. Koefisien ini diperoleh dengan cara memprediksi nilai variabel dependen dengan

suatu persamaan. Koefisien regresi dihitung dengan dua tujuan sekaligus, yaitu meminimumkan penyimpangan antara nilai aktual dan nilai estimasi variabel dependen berdasarkan data yang ada. Adapun persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = b_1.X_1 + b_2.X_2 + e$$

Keterangan:

$$Y = \dots$$

$b_1$  = koefisien regresi dari  $X_1$

$b_2$  = koefisien regresi dari  $x_2$

$X_1$  = Pelayanan

$X_2$  = Lokasi

$e$  = *Error of term* ( variabel yang tidak diteliti)

### 3.6 Uji Hipotesis

#### 3.6.1 Uji t-statistik (Parsial)

Uji signifikansi parameter secara sebagian (parsial ) merupakan suatu uji untuk menghitung bagaimana pengaruh suatu variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial(terpisah)

##### 1. Uji t-statistik Variabel $x_1$ terhadap $Y$

Uji Parsial Bertujuan untuk melihat pengaruh  $x_1$  terhadap  $y$ , dengan kriteria , Jika  $T_{hitung} \leq T_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima,  $H_1$  ditolak, artinya secara parsial variabel  $x_1$  tidak berpengaruh terhadap  $Y$ . Jika  $T_{hitung} > T_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak,  $H_1$  diterima, artinya secara parsial variabel  $x_1$  berpengaruh terhadap  $Y$

##### 2. Uji parsial Variabel $x_2$ terhadap $Y$

Uji Parsial Bertujuan untuk melihat pengaruh  $x_1$  terhadap  $y$ , dengan kriteria , Jika  $T_{hitung} \leq T_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima,  $H_1$  ditolak, artinya secara parsial variabel  $x_2$

tidak berpengaruh terhadap Y. Jika  $T_{hitung} > T_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak,  $H_1$  diterima, artinya secara parsial variabel  $x_2$  berpengaruh terhadap Y

### **3.6.2 Uji f-statistik (Simultan)**

Uji simultan merupakan suatu uji untuk menghitung bagaimana pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersamaan. Jika  $T_{hitung} \leq T_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima,  $H_1$  ditolak, artinya secara keseluruhan variabel  $x_1, x_2$ , tidak berpengaruh terhadap Y. Jika  $T_{hitung} > T_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak,  $H_1$  diterima, artinya secara keseluruhan variabel  $x_1, x_2$ , berpengaruh terhadap Y



## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Denai Lama**

Desa Wisata Denai Lama merupakan Desa Wisata pertama yang ada di Kabupaten Deli Serdang, atas inisiatif Kepala Dinas Kepemudaan, Olahraga, Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Deli Serdang, desa wisata ini terbentuk dengan melibatkan pemerintah desa setempat dan stakholder untuk membangun citra pariwisata baru di Kabupaten Deli Serdang. Desa Wisata Denai Lama baru saja diresmikan pada tanggal 20 Januari 2019 namun sebelum diresmikan sudah ada wisatawan yang datang untuk berkunjung kesana. Desa wisata Denai Lama diresmikan oleh Bupati Deli Serdang yaitu Bapak H. Azhari Tambunan dan turut dihadiri oleh pejabat-pejabat setempat. Desa Wisata ini di dikelola oleh Badan Usaha Milik Desa (BUMDES), pembangunan sarana dan prasarananya bersumber dari dana desa dan partisipasi BUMD yang ada di Kabupaten Deli Serdang. Tujuan dibentuknya Desa Wisata Denai Lama ini adalah untuk memajukan perekonomian masyarakat di sekitar pesisir Pantai Labu karena minat kunjungan masyarakat ke Pantai Labu semakin berkurang dikarenakan banyaknya tempat wisata baru. Selain itu, tujuan pembentukan desa wisata ini adalah agar masyarakat yang berkunjung tetap ingat akan budaya nya dan untuk masyarakat Kecamatan Pantai Labu tetap mempertahankan kebudayaannya agar tidak semakin ditelan oleh zaman. Untuk berkeliling di Desa Wisata ini kita bisa menyewa alat transportasi yang disediakan oleh pengelola untuk mengunjungi spot wisata yang ada berupa sepeda ontel dan odong-odong. Di Desa Wisatan ini wisatawan bisa memilih paket per spot atau juga bisa sekaligus tiga spot. Ada beberapa spot yang ditawarkan oleh Desa Wisata Denai Lama yaitu, wisata berbasis kearifan lokal untuk pendidikan karakter yang bisa di nikmati di Sanggar Lingkaran dan rumah produksi makanan tradisional di dusun II Desa Denai Lama, serta Wisata Paloh Naga yang menawarkan keindahan area persawaaan yang hijau (Nasution, 2019)

## 4.2 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif dimaksudkan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi variable mediasi. Variabel mediasi atau inytervening merupakan variable penyela atau antara yang terletak di antara variable independen dan dependen, sehingga variable independen tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variable dependen.

### 4.1.1 Pendeskripsian Data Penelitian

Skala pengukuran data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rentang skala Likert. Skala Likert yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala ordinal yang berisi lima tingkat preferensi jawaban. Skala Likert dikatakan ordinal karena pernyataan Sangat Setuju mempunyai tingkat atau preferensi yang “lebih tinggi” dari Setuju, dan Setuju “lebih tinggi” dari ragu-ragu (Ghozali, 2009). Adapun lima tingkat preferensi jawaban yang diberikan pada kuesioner adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1

Tabel Skala Likert

|               |     |          |
|---------------|-----|----------|
| Sangat Setuju | SS  | Skor = 5 |
| Setuju        | S   | Skor = 4 |
| Cukup Setuju  | CS  | Skor = 3 |
| Tidak Setuju  | TS  | Skor = 2 |
| Sangat Setuju | STS | Skor = 1 |

Sumber:Ghozali(2009)

#### 4.2.2. Gambaran Profil Responden

Subjek dalam penelitian adalah 80 responden yang mengunjungi objek wisata yang terletak disekitar Kabupaten Deli Serdang, dengan pengklasifikasian sebagai berikut:

- a. Jumlah responden berdasarkan jenis kelamin:

Table 4.2

Jumlah responden berdasarkan jenis kelamin

| Jenis kelamin | Jumlah   | Presentase |
|---------------|----------|------------|
| Perempuan     | 47 Orang | 58,75 %    |
| Laki-laki     | 33 Orang | 41,25 %    |
| Total         | 80 Orang | 100 %      |

Sumber: Data penulis (2021)

Dari data diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden perempuan lebih banyak daripada jumlah responden laki laki yaitu sebesar 47 orang atau 58,75 %, sedangkan jumlah responden laki-laki sebesar 33 orang atau 41,25 %.

- b. Jumlah responden berdasarkan tingkat Usia:

Tabel 4.3

Jumlah responden berdasarkan tingkat usia

| Tingkat Usia | Jumlah | Presentase |
|--------------|--------|------------|
| 21-30        | 21     | 26,65 %    |
| 31-40        | 34     | 42,5 %     |
| 41-50        | 15     | 18,7 %     |

|            |    |        |
|------------|----|--------|
| ≥ 50 Tahun | 10 | 12,5 % |
| Total      | 80 |        |

Sumber: Data penulis (2022)

Dari data diatas dapat diketahui bahwa jumlah responden yang berusia 21-30 tahun sebanyak 21 orang ( 26,65 % ).Usia 31-40 tahun sebanyak 34 orang ( 42,5 % ), usia 41-50 tahun sebanyak 15 orang ( 18,7 % ) dan responden dengan usia diatas 50 tahun sebanyak 11 atau (12,5 %)

c. Jumlah responden berdasarkan latar belakang Pendidikan:

Table 4.4

Jumlah responden berdasarkan latar belakang pendidikan

| Tingkat Pendidikan | Jumlah | Presentase |
|--------------------|--------|------------|
| SMP Sederajat      | 1      | 1,25 %     |
| SMA Sederajat      | 29     | 36,25 %    |
| S1                 | 35     | 43,5 %     |
| S2                 | 12     | 15 %       |
| S3                 | 3      | 3,75 %     |
| Total              | 80     | 100 %      |

Sumber: Data Primer (2022)

Dari data di atas dapat dilihat jumlah responden berdasarkan latar belakang pendidikan, yaitu: jumlah responden dengan latar belakang pendidikan SMP- Sederajat adalah 1 orang ( 1,25 %). Jumlah responden dengan latar belakang pendidikan SMA-Sederajat adalah 29 orang ( 36,25 %). Jumlah responden dengan latar pendidikan S1 sebanyak 35 orang (43,5 %). Jumlah

Responden dengan latar belakang pendidikan S2 sebanyak 12 orang (15 %) dan jumlah Responden dengan latar belakang pendidikan S3 sebanyak 3 orang ( 3,75 %).

d. Deskripsi Data Penelitian

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari layanan sebagai variabel  $X_1$ , Lokasi sebagai  $X_2$  dan Kepuasan Pengunjung sebagai variabel terikat (dependen). Data variabel-variabel tersebut di peroleh dari hasil angket yang telah di sebar, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Table 4.5

Rekapitulasi Jawaban responden variabel Pelayanan

| No | Pernyataan  | Jawaban Responden |       |        |       |               |      |              |      |                     |     | Jumlah |
|----|-------------|-------------------|-------|--------|-------|---------------|------|--------------|------|---------------------|-----|--------|
|    |             | Sangat setuju     |       | Setuju |       | Kurang Setuju |      | Tidak Setuju |      | Sangat tidak setuju |     |        |
|    |             | F                 | %     | F      | %     | F             | %    | F            | %    | F                   | %   |        |
| 1  | Pelayanan 1 | 37                | 46,3  | 39     | 48,8  | 2             | 2,5  | 0            | 0    | 2                   | 2,5 | 80     |
| 2  | pelayanan 2 | 32                | 40    | 38     | 47,5  | 8             | 10   | 1            | 1,3  | 1                   | 1,3 | 80     |
| 3  | Pelayanan 3 | 42                | 52,5  | 34     | 42,5  | 1             | 1,3  | 1            | 1,3  | 2                   | 2,5 | 80     |
| 4  | Pelayanan 4 | 42                | 52,5  | 33     | 41,3  | 3             | 3,8  | 1            | 1,3  | 1                   | 1,3 | 80     |
| 5  | Pelayanan 5 | 47                | 58,8  | 25     | 31,3  | 6             | 7,5  | 0            | 0    | 2                   | 2,5 | 80     |
| 6  | Pelayanan 6 | 33                | 41,3  | 38     | 47,5  | 6             | 7,5  | 2            | 2,5  | 1                   | 1,3 | 80     |
|    |             |                   | 48,56 |        | 43,15 |               | 5,43 |              | 1,06 |                     | 1,9 | 100,1  |

Sumber: Data primer (2022)

Pada tabel diatas terlihat bahwa yang menjawab sangat setuju sebanyak 48,56 % dan yang menjawab setuju sebanyak 4,15 %, ini menunjukkan bahwa pengunjung mendapatkan layanan yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan. Baik itu dari proses pelayanan, sopan santun dengan standar pelayanan yang tepat dan merespon dengan baik keinginan pengunjung. Sedangkan responden yang menjawab kurang setuju sebanyak 5,43 % dan yang menjawab tidak setuju 1,06 % dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1,9 % ini menunjukkan bahwa desa wisata denai lama sudah memberikan nilai layanan yang benar-benar dialami melebihi harapan konsumen.

Table 4.6

Rekapitulasi Jawaban responden variabel Lokasi

| No | Pernyataan | Jawaban Responden |       |        |       |               |      |              |      |                     |      | Jumlah |
|----|------------|-------------------|-------|--------|-------|---------------|------|--------------|------|---------------------|------|--------|
|    |            | Sangat setuju     |       | Setuju |       | Kurang Setuju |      | Tidak Setuju |      | Sangat tidak setuju |      |        |
|    |            | F                 | %     | F      | %     | F             | %    | F            | %    | F                   | %    |        |
| 1  | Lokasi 1   | 35                | 43,75 | 35     | 43,75 | 7             | 8,75 | 2            | 2,5  | 1                   | 1,25 | 80     |
| 2  | Lokasi 2   | 40                | 50    | 30     | 37,5  | 8             | 10   | 0            | 0    | 2                   | 2,5  | 80     |
| 3  | Lokasi 3   | 51                | 63,75 | 24     | 30    | 3             | 3,75 | 1            | 1,25 | 1                   | 1,25 | 80     |
| 4  | Lokasi 4   | 40                | 50    | 31     | 38,75 | 5             | 6,25 | 2            | 2,5  | 2                   | 2,5  | 80     |
| 5  | Lokasi 5   | 43                | 53,75 | 32     | 40    | 3             | 3,75 | 1            | 1,25 | 1                   | 1,25 | 80     |



|   |            |    |       |    |       |    |      |   |      |   |      |     |
|---|------------|----|-------|----|-------|----|------|---|------|---|------|-----|
| 1 | kepuasan 1 | 34 | 42,5  | 34 | 42,5  | 10 | 12,5 | 1 | 1,25 | 1 | 1,25 | 80  |
| 2 | kepuasan 2 | 31 | 38,75 | 37 | 46,25 | 10 | 12,5 | 0 | 0    | 2 | 2,5  | 80  |
| 3 | kepuasan 3 | 35 | 43,75 | 39 | 48,75 | 4  | 5    | 0 | 0    | 2 | 2,5  | 80  |
| 4 | kepuasan 4 | 30 | 37,5  | 43 | 53,75 | 4  | 5    | 2 | 2,5  | 1 | 1,25 | 80  |
| 5 | kepuasan 5 | 30 | 37,5  | 40 | 50    | 8  | 10   | 1 | 1,25 | 1 | 1,25 | 80  |
| 6 | kepuasan 6 | 37 | 46,25 | 35 | 43,75 | 6  | 7,5  | 1 | 1,25 | 1 | 1,25 | 80  |
| 7 | kepuasan 7 | 36 | 45    | 34 | 42,5  | 7  | 8,75 | 2 | 2,5  | 1 | 1,25 | 80  |
| 8 | kepuasan 8 | 44 | 55    | 29 | 36,25 | 4  | 5    | 1 | 1,25 | 2 | 2,5  | 80  |
|   |            |    | 43,37 |    | 45,43 |    | 8,25 |   | 1,25 |   | 1,7  | 100 |

Sumber: Data primer (2022)

Pada tabel diatas terlihat bahwa yang menjawab sangat setuju sebanyak 43,37 % dan yang menjawab setuju sebanyak 45,43 %, ini menunjukkan bahwa pengunjung merasa puas dalam melakukan kunjungan di daerah wisata denai lama ini dengan pertimbangan mau untuk berkunjung kembali, dan merekomendasikan kepada orang lain, sehingga mampu membentuk citra merk yang baik bagi objek wisata di kawasan kabupaten Deli Serdang. Sedangkan responden yang menjawab kurang setuju sebanyak 8,25 % dan yang menjawab



tidak setuju 1,25 % dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1,7 % ini menunjukkan Pengunjung mau melakukan kunjungan kembali berdasarkan pengalaman yang di dapatkannya di objek wisata kabupaten Deli Serdang.

### 4.3 Uji Kelayakan Instrumen

#### 4.1.2 Uji Validitas

Pengujian ini di lakukan apakah kuisisioner yang ada dapat mengungkapkan data-data yang ada pada variabel-variabel penelitian secara tepat. Hasil dari pengujian validitas kuesioner dapat di ketahui sejauh mana data yang terkumpul sesuai dengan variabel-variabel penelitian.

Untuk tingkat validitas, di lakukan uji signifikansi dengan membandingkan rtable untuk degree of freedom ( $df = n - k$ ), dalam hal ini  $n$  adalah jumlah sampel dan  $k$  adalah nilai konstuk (variabel penelitian), dalam penelitian ini peneliti menggunakan dua variabel penelitian yaitu variabel kinerja dan variabel kepuasan tamu dan jumlah sampelnya adalah 80.  $Df = 80 - 2 = 78$  dengan alpha 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ), di dapat r tabel 0,1852. Apabila  $r$  hitung lebih besar dari pada rtable ( $r_{hitung} > r_{tabel}$ ) dan nilai  $r$  positif, maka butir pertanyaan tersebut dapat di katakan valid, dan sebaliknya apabila ( $r_{hitung} < r_{tabel}$ ) maka pertanyaan tersebut tidak valid. Hasil analisis dapat di lihat pada tabel berikut:

Tabel 4.8

Validitas Butir Item Pernyataan

| Variabel  | Pertanyaan | R hitung | R tabel | Keterangan |
|-----------|------------|----------|---------|------------|
| Pelayanan | P1         | 0,795    | 0,1852  | Valid      |
|           | P2         | 0,683    | 0,1852  | Valid      |
|           | P3         | 0,689    | 0,1852  | Valid      |
|           | P4         | 0,743    | 0,1852  | Valid      |
|           | P5         | 0,798    | 0,1852  | Valid      |

|          |    |       |        |       |
|----------|----|-------|--------|-------|
|          | P6 | 0,742 | 0,1852 | Valid |
| Lokasi   | P1 | 0,743 | 0,1852 | Valid |
|          | P2 | 0,699 | 0,1852 | Valid |
|          | P3 | 0,686 | 0,1852 | Valid |
|          | P4 | 0,756 | 0,1852 | Valid |
|          | P5 | 0,781 | 0,1852 | Valid |
|          | P6 | 0,813 | 0,1852 | Valid |
|          | P7 | 0,813 | 0,1852 | Valid |
| Kepuasan | P1 | 0,759 | 0,1852 | Valid |
|          | P2 | 0,760 | 0,1852 | Valid |
|          | P3 | 0,776 | 0,1852 | Valid |
|          | P4 | 0,805 | 0,1852 | Valid |
|          | P5 | 0,791 | 0,1852 | Valid |
|          | P6 | 0,818 | 0,1852 | Valid |
|          | P7 | 0,686 | 0,1852 | Valid |
|          | P1 | 0,771 | 0,1852 | Valid |

Sumber: Data Primer

Dari tabel diatas terlihat bahwa nilai rhitung untuk masing-masing item memiliki r hitung lebih besar dan positif di banding r tabel untuk  $(df) = 80-2 = 78$ , alpha 0,05, dan r table sebesar 0,1852. Maka dapat di simpulkan bahwa semua indikator dari kedua variabel X1,X2 dan Y adalah Valid.

Tabel 4.9

Kriteria Validitas

| NO | INDEKS | KRITERIA |
|----|--------|----------|
|----|--------|----------|

|   |                            |                             |
|---|----------------------------|-----------------------------|
| 1 | $0,80 < r_{xy} \leq 1,00$  | Sangat Tinggi (Sangat Baik) |
| 2 | $0,60 < r_{xy} \leq 0,80$  | Tinggi (Baik)               |
| 3 | $0,40 < r_{xy} \leq 0,60$  | Sedang (Cukup)              |
| 4 | $0,20 < r_{xy} \leq 0,40$  | Rendah                      |
| 5 | $0,00 < r_{xy} \leq 0,20$  | Sangat Rendah               |
| 6 | $r_{xy} \leq 0,00$ (minus) | Tidak Valid                 |

Sumber: Data Primer (2022)

Berdasarkan diatas terlihat bahwa seluruh item pertanyaan masuk dalam kriteria tinggi (baik).

#### 4.1.3 Uji Realibilitas

Uji reliabilitas di gunakan untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Untuk mengukur reliabilitas dengan menggunakan uji statistik adalah Cronbach Alpha ( $\alpha$ ). Suatu variabel di katakan reliabel jika memiliki Cronbach Alpha lebih dari 0,60 ( $>0,60$ ).

Untuk menguji reliabilitas instrumen maka di gunakan SPSS. Adapun hasil pengujian reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.10

Reliabilitas variabel

| Variabel | Realibility Coeficient | Alpha | Keterangan |
|----------|------------------------|-------|------------|
| X1       | 6 item                 | 0,820 | reliabel   |
| X2       | 7 item                 | 0,842 | reliabel   |
| Y        | 8 item                 | 0,897 | reliabel   |

Sumber: Data premier (2022)

Dari tabel diatas dapat di ketahui bahwa masing-masing variabel memiliki nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,60 ( $\alpha > 0,60$ ), sehingga dapat di simpulkan bahwa variabel X dan Y adalah reliabel.

Tabel 4.11 Kriteria Reliabilitas

| No | Interprestasi Reliabilitas | Kriteria Reliabilitas      |
|----|----------------------------|----------------------------|
| 1  | $0,00 < r_{xy} \leq 0,20$  | Reliabilitas sangat rendah |
| 2  | $0,20 < r_{xy} \leq 0,40$  | Reliabilitas rendah        |
| 3  | $0,40 < r_{xy} \leq 0,60$  | Reliabilitas sedang        |
| 4  | $0,60 < r_{xy} \leq 0,80$  | Reliabilitas tinggi        |
| 5  | $0,80 < r_{xy} \leq 1,00$  | Reliabilitas sangat tinggi |

Sumber: Data Primer (2021)

Berdasarkan kriteria di atas dapat diketahui bahwa setiap variabel masuk kedalam kriteria sangat tinggi.

#### 4.4 Uji Asumsi Klasik

##### 4.1.4 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki residual yang berdistribusi normal. Jika nilai signifikansi  $>0,05$ , maka nilai residual berdistribusi normal, namun jika nilai signifikansi  $<0,05$ , maka nilai residual tidak berdistribusi normal. Hasil dari uji normalitas dapat dilihat dari tabel berikut.

Tabel 4.12

Hasil Uji Normalitas

|                                           |
|-------------------------------------------|
| <b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b> |
|-------------------------------------------|

|                                  |                |                            |
|----------------------------------|----------------|----------------------------|
|                                  |                | Unstandardized<br>Residual |
| N                                |                | 80                         |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup> | Mean           | 0,0000000                  |
|                                  | Std. Deviation | 2,12144561                 |
| Most Extreme<br>Differences      | Absolute       | 0,111                      |
|                                  | Positive       | 0,111                      |
|                                  | Negative       | -0,064                     |
| Test Statistic                   |                | 0,111                      |
| Asymp. Sig. (2-tailed)           |                | .016 <sup>c</sup>          |

Sumber: Data Primer (2021)

Berdasarkan uji normalitas diketahui nilai signifikan  $0,16 > 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual distribusi normal.

#### 4.1.5 Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui hubungan antar variabel bebas dengan variabel terikat. Jika Sig. deviation from linearity  $> 0,05$ , maka terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas dan variabel terikat. Namun sebaliknya jika Sig. deviation from linearity  $< 0,05$ , maka tidak terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas dan variabel terikat. Berikut hasil dari uji linearitas dapat dilihat dari tabel berikut.

Tabel 4.12

Hasil Uji Linearitas

| Hubungan antar variabel | Sig deviation from linearity |
|-------------------------|------------------------------|
| Kepuasan* layanan       | 0,178                        |
| Kepuasan*Lokasi         | 0,95                         |

Sumber : Data Primer (2022)

Berdasarkan hasil uji linearitas diketahui nilai sig. deviation from linearity kualitas layanan terhadap minat beli ulang sebesar 0,178 dan kualitas produk terhadap minat beli ulang sebesar 0,95, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linier.

#### 4.4.3 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi interkorelasi (hubungan yang kuat) antar variabel independen. Model regresi yang baik ditandai dengan tidak terjadi interkorelasi antar variabel independen (tidak terjadi gejala multikolinearitas). Jika nilai tolerance  $> 0,10$  maka tidak terjadi multikolinearitas. Jika nilai VIF lebih kecil  $< 10,00$  maka artinya tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 4.13

Hasil Uji Multikolinearitas

| Variabel independen | Collinearity Statistics |       |
|---------------------|-------------------------|-------|
|                     | Tolerance               | VIF   |
| Pelayanan           | 0,161                   | 6,203 |
| Lokasi              | 0,161                   | 6,203 |

Sumber : Data Primer (2022)

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas di atas, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas.

#### 4.4.4 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika sig.  $> 0,05$  maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Namun, jika sig.  $< 0,05$  artinya terjadi heteroskedastisitas. Berikut tabel hasil uji heteroskedastisitas.

Tabel 4.14

Hasil Uji Heteroskedastisitas

| Variabel         | Sig.  | Kesimpulan    |
|------------------|-------|---------------|
| Kualitas layanan | 0,231 | Tidak terjadi |
| Kualitas produk  | 0,438 | Tidak terjadi |

Sumber : Data Primer (2022)

## 4.5 Analisis

### 4.5.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap variabel terikat.

Perumusan Hipotesis :

- H1 = Terdapat pengaruh Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan (Y)
- H2 = Terdapat pengaruh lokasi (X2) terhadap Kepuasan (Y)
- H3 = Terdapat pengaruh Pelayanan (X1) dan lokasi (X2)) secara simultan terhadap minat beli ulang (Y)
- Tingkat kepercayaan 95%,  $\alpha = 0,05$

### 4.5.2 Uji T

Uji t bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh parsial yang diberikan variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Jika nilai  $\text{sig} < 0,05$  atau  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  maka terdapat pengaruh variabel X terhadap Y. Jika nilai  $\text{sig} > 0,05$  atau  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$  maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

$$t \text{ tabel} = t(\alpha/2 ; n-k-1) = t(0,025 ; 77) = 1,994$$

### 4.5.3 Uji F

Uji F bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh simultan yang diberikan variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Jika nilai  $\text{sig} < 0,05$  atau  $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$

maka terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y. Jika nilai  $\text{sig} > 0,05$  atau  $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$  maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap Y.

$$F \text{ tabel} = F(k ; n-k) = F(2 ; 78) = 3,11$$

#### 4.5.4 Koefisien determinasi

Koefisien determinasi berfungsi untuk mengetahui berapa persen pengaruh yang diberikan variabel X secara simultan terhadap Y.

#### 4.6 Uji Hipotesis

Tabel 4.15

Tabel Koefisien

| Model |            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig.  |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|-------|
|       |            | B                           | Std. Error | Beta                      |       |       |
| 1     | (Constant) | 1,610                       | 1,643      |                           |       |       |
|       | pelayanan  | 0,491                       | 0,154      | 0,360                     | 0,980 | 0,330 |
|       | Lokasi     | 0,648                       | 0,127      | 0,576                     | 3,191 | 0,002 |
|       |            |                             |            |                           |       |       |

Sumber : Data Primer (2022)

Hipotesis yang akan dibuktikan dalam penelitian ini adalah :

- Pengujian Hipotesis Pertama (H1)

Diketahui nilai signifikan untuk pengaruh X1 terhadap Y adalah sebesar  $0,002 < 0,05$  dan nilai  $t \text{ hitung } 3,191 > t \text{ tabel } 1,994$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang berarti terdapat pengaruh X1 terhadap Y

- Pengujian Hipotesis Kedua (H2)



Diketahui nilai signifikan untuk pengaruh X2 terhadap Y sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai t hitung  $5,100 > t \text{ tabel } 1,994$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 diterima yang berarti terdapat pengaruh X2 terhadap Y.

- Pengujian Hipotesis Ketiga (H3)

Tabel 4.16

Tabel Koefisien

| ANOVA                                        |            |                |    |             |         |                   |
|----------------------------------------------|------------|----------------|----|-------------|---------|-------------------|
| Model                                        |            | Sum of Squares | df | Mean Square | F       | Sig.              |
| 1                                            | Regression | 1890,646       | 2  | 945,323     | 204,729 | .000 <sup>b</sup> |
|                                              | Residual   | 355,542        | 77 | 4,617       |         |                   |
|                                              | Total      | 2246,188       | 79 |             |         |                   |
| a. Dependent Variable: Kepuasan              |            |                |    |             |         |                   |
| b. Predictors: (Constant), Pelayanan, Lokasi |            |                |    |             |         |                   |

Sumber : Data Primer (2022)

Berdasarkan tabel di atas, diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh X1 dan X2 secara simultan terhadap Y adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai F hitung  $4,617 > F \text{ tabel } 3,11$  sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima yang berarti terdapat pengaruh X1 dan X2 secara simultan terhadap Y.

#### 4.6.1 Koefisien Determinasi

Tabel 4.17

Tabel Koefisien Determinasi

|                                               | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-----------------------------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1                                             | .917 <sup>a</sup> | 0,842    | 0,838             | 2,14882                    |
| a. Predictors: (Constant), Pelayanan., Lokasi |                   |          |                   |                            |

Sumber : Data Primer (2022)

Berdasarkan tabel di atas diketahui nilai R Square sebesar 0,842 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X1 dan X2 berpengaruh secara simultan terhadap minat variabel Y sebesar 84,2%.

#### 4.7 Hasil

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Desa Wisata Denai Lama, Kabupaten Deli Serdang, dapat disimpulkan bahwa desa ini telah berhasil memanfaatkan potensi lokalnya dalam pengembangan pariwisata yang berbasis budaya dan kearifan lokal. Keberhasilan ini tercermin dari tingginya tingkat kepuasan wisatawan terhadap dua variabel utama, yakni pelayanan dan lokasi. Hasil angket yang disebarkan kepada 80 responden menunjukkan bahwa sebagian besar pengunjung merasa sangat puas dan setuju terhadap kualitas pelayanan yang diberikan, mulai dari keramahan, kesopanan, hingga ketepatan waktu dalam melayani kebutuhan wisatawan. Selain itu, lokasi Desa Wisata Denai Lama yang mudah dijangkau, memiliki lingkungan yang mendukung, serta fasilitas yang memadai juga turut menjadi faktor dominan dalam meningkatkan kepuasan pengunjung.

Secara statistik, analisis regresi linear berganda yang dilakukan menunjukkan bahwa pelayanan (X1) dan lokasi (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan (Y), baik secara parsial maupun simultan. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 serta nilai t dan F hitung yang lebih besar dari nilai tabel. Dari perhitungan koefisien determinasi (R Square), diketahui bahwa kontribusi pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan

pengunjung mencapai 84,2%, yang berarti kedua faktor ini sangat dominan dalam membentuk kepuasan wisatawan. Lebih lanjut, seluruh item kuesioner terbukti valid dan reliabel berdasarkan uji validitas dan reliabilitas yang dilakukan, memastikan bahwa instrumen yang digunakan mampu mengukur variabel penelitian dengan baik.

Desa Wisata Denai Lama tidak hanya menawarkan keindahan alam dan kekayaan budaya, tetapi juga mengedepankan pelayanan berkualitas dan lokasi yang strategis sebagai kekuatan utama dalam menarik wisatawan. Peran serta pemerintah daerah, BUMDes, serta komunitas lokal juga berkontribusi dalam menciptakan citra positif desa ini sebagai destinasi wisata unggulan. Pengunjung yang merasa puas tidak hanya memiliki niat untuk kembali berkunjung, tetapi juga cenderung merekomendasikan desa ini kepada orang lain, yang pada akhirnya membantu membentuk citra merek yang kuat untuk Desa Wisata Denai Lama. Berdasarkan temuan ini, dapat disimpulkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan dan pengelolaan lokasi secara berkelanjutan menjadi kunci penting dalam mempertahankan serta meningkatkan kepuasan dan loyalitas pengunjung di masa depan.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

1. Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu. Hal ini terlihat dari hasil uji statistik yang menunjukkan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 dan nilai *t-hitung* lebih besar dari *t-tabel*. Artinya, semakin baik pelayanan yang diberikan oleh pengelola desa wisata, semakin tinggi pula tingkat kepuasan tamu yang berkunjung.
2. Lokasi juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu. Desa Wisata Denai Lama yang mudah dijangkau, memiliki lingkungan yang mendukung serta fasilitas yang memadai menjadi faktor penting dalam meningkatkan kenyamanan dan pengalaman wisatawan.
3. Pelayanan dan lokasi secara simultan berpengaruh kuat terhadap kepuasan tamu. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut memberikan kontribusi sebesar 84,2% terhadap kepuasan pengunjung, yang berarti keduanya merupakan faktor dominan dalam membentuk citra dan loyalitas wisatawan terhadap destinasi.
4. Instrumen penelitian dinyatakan valid dan reliabel, sehingga hasil pengumpulan data dapat dipercaya dan mendukung kesimpulan yang diambil.

#### **5.2 Saran**

1. Peningkatan kualitas pelayanan harus menjadi prioritas utama, terutama dalam aspek keramahan, kecepatan pelayanan, dan kemampuan berkomunikasi dengan wisatawan. Pelatihan secara berkala kepada pelaku pariwisata dan pengelola desa dapat meningkatkan standar layanan.

2. Pemeliharaan dan pengembangan lokasi wisata seperti akses jalan, kebersihan lingkungan, ketersediaan fasilitas umum (toilet, tempat ibadah, tempat parkir) harus terus dijaga dan ditingkatkan agar kenyamanan wisatawan tetap terjaga.
3. Pemerintah daerah dan BUMDes diharapkan terus bersinergi dalam mempromosikan Desa Wisata Denai Lama serta memfasilitasi pengembangan infrastruktur dan kapasitas SDM lokal.
4. Perluasan penelitian ke variabel lain seperti harga, promosi, dan daya tarik budaya lokal disarankan untuk dilakukan di masa depan agar diperoleh pemahaman yang lebih menyeluruh mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan wisatawan.
5. Strategi pemasaran digital dapat mulai diperkuat untuk menjangkau pasar yang lebih luas, terutama dengan memanfaatkan media sosial dan platform pariwisata daring.

## Daftar Pustaka

- Daryanto, & Setyobudi, I. (2014). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Gava Media.
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ikhsan, M., dkk. (2014). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Irawan, H. (2004). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara. (2003). *Keputusan Nomor 63 Tahun 2003 tentang Pedoman Umum Penyelenggaraan Pelayanan Publik*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran* (Jilid 1, Edisi ke-12). Jakarta: Indeks.
- Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat.
- Manurung, H. (2009). *Ekonomi Moneter*. Jakarta: Lembaga Penerbit FEUI.
- Nasution, H. (2019). *Laporan Peresmian Desa Wisata Denai Lama*. Dinas Pariwisata Kabupaten Deli Serdang.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2014). *Consumer Behavior and Marketing Strategy* (9th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Ratnasari, D., & Aksa, A. (2011). *Strategi Pembelajaran Efektif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Suwithi, N. W. (2015). *Pelayanan dalam Dunia Kerja*. Denpasar: Pustaka Bali.

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

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suwardi. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

Tjiptono, F. (2007). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, F. (2011). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, F. (2012). *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.

Sumaatmadja, N. (1988). *Geografi: Pengantar untuk SMA*. Bandung: Penerbit Alumni.