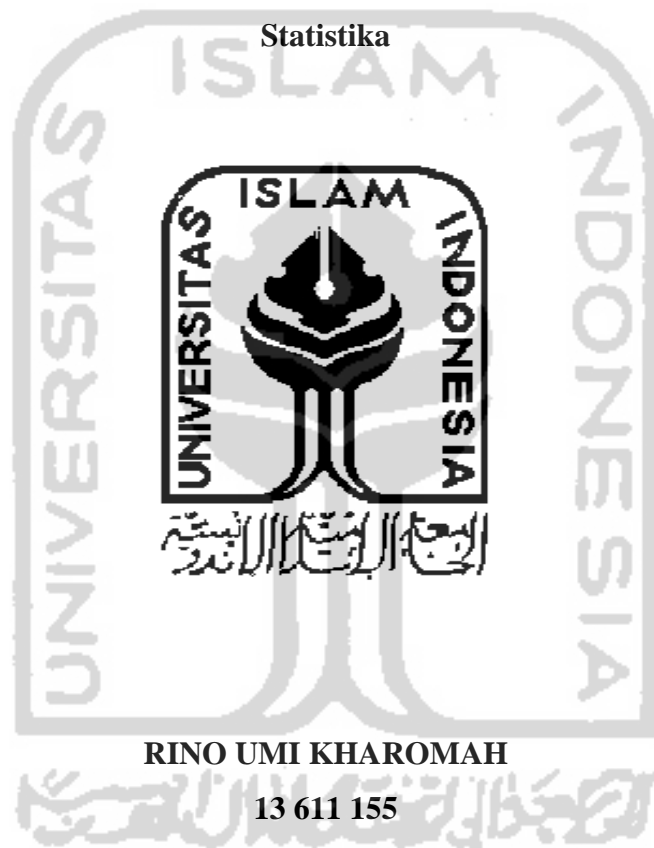


**EVALUASI KEPUASAN WISATAWAN MANCANEgara DENGAN
PENDEKATAN METODE *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS***

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana jurusan

Statistika



RINO UMI KHAROMAH

13 611 155

**JURUSAN STATISTIKA
FAKULTAS MATEMATIKA DAN ILMU PENGETAHUAN ALAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

2017

HALAMAN PENGESAHAN

TUGAS AKHIR

Judul : Tingkat Kepuasan Wisatawan Mancanegara dengan Pendekatan Metode *Importance Performance Analysis*
Nama mahasiswa : Rino Umi Kharomah
Nomor mahasiswa : 13611155

**TUGAS AKHIR INI TELAH DIPERIKSA DAN DISETUJUI UNTUK
DIUJIKAN**

Yogyakarta, 18 Mei 2017

Mengetahui,

Dosen Pembimbing



(Kariyam, S.Si., M.Si.)

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

**TINGKAT KEPUASAN WISATAWAN MANCANEGARA DENGAN
PENDEKATAN METODE *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS***

Nama mahasiswa : Rino Umi Kharomah

Nomor mahasiswa : 13611155

**TUGAS AKHIR TELAH DIUJIKAN
PADA TANGGAL 18 Mei 2017**

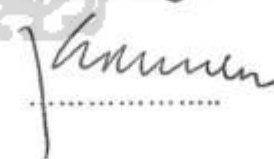
Nama Penguji

1. Kariyam, S.Si., M.Si.

2. Dr. techn Rohmatul Fajriya, M.Si.

3. Dr. Kartiko, M.Si.

Tanda Tangan



Mengetahui,

Dekan Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam



Drs. Allwar, M.Sc., Ph.D.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warohmatullohi Wabarokaatuh

Alhamdulillahirobbil'alamin, puji syukur senantiasa dipanjatkan kehadiran Allah *Subhanahu wa Ta'ala* yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “Tingkat Kepuasan Wisatawan Mancanegara dengan Pendekatan Metode *Importance Performance Analysis (IPA)*”. *Shalawat* teriring salam semoga tetap tercurahkan kepada suri tauladan kita, Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat, *tabi'in* serta umatnya yang *istiqomah* hingga hari akhir. Semoga kita semua bisa mendapatkan syafaatnya kelak di yaumul akhir. *Aamiin*.

Tugas Akhir merupakan mata kuliah wajib sebagai salah satu persyaratan yang harus dipenuhi dalam menyelesaikan jenjang strata satu di Jurusan Statistika Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Islam Indonesia. Tugas Akhir ini dapat diselesaikan berkat dukungan, bantuan, arahan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Allwar, Ph.D., selaku dekan FMIPA UII beserta jajarannya, terima kasih atas bimbingan dan bantuan administrasi untuk melancarkan penyusunan Tugas Akhir.
2. Dr. RB Fajriya Hakim, S.Si., M.Si. selaku Ketua Jurusan Statistika beserta jajarannya, terima kasih atas limpahan ilmu yang diberikan dari awal hingga akhir serta bimbingan yang tiada hentinya.
3. Ibu Kariyam, S.Si, M.Si. selaku dosen pembimbing Tugas Akhir yang telah sabar membimbing dan membantu dalam penyusunan Tugas Akhir.
4. PT Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan, dan Ratu Boko yang telah memberikan kesempatan untuk tempat pengambilan data.
5. Balai Konservasi Candi Borobudur yang telah memberikan kesempatan untuk tempat pengambilan data.

6. Bapak Saring dan Ibu Suyati selaku kedua orang tua tercinta beserta adik tersayang Dwi Ari Multi atas kasih sayang, dukungan, dan doa yang tiada hentinya.
7. Satibi Mulyadi, Mabrurotul Mustafidah, Diki Pauji Romadhon, dan Achmad Kurniansyah Thalib yang telah menemani dan memberikan semangat selama pengerjaan Tugas Akhir.
8. Sahabat sepermainan dan seperjuangan di Jurusan Statistika yaitu Sidiq Ayu Fitriani, Emma Aulia Dewi, Kurnia Dewi Wahyuningsih, dan Vega Mayanorita yang selalu saling memberi semangat dan motivasi agar segera menyelesaikan studi.
9. Statistika angkatan 2013 terima kasih sudah saling menyemangati, menguatkan, dan mengingatkan selama penyusunan Tugas Akhir.
10. Semua pihak yang tidak disebutkan satu persatu, terima kasih banyak peran serta dukungan yang tiada hentinya.

Harapan penulis semoga sesuatu yang telah dilaksanakan dapat bermanfaat secara optimal serta mendapatkan hikmah yang berharga dari apa yang dirasakan selama pengerjaan Tugas Akhir.

Wassalamualaikum Warohmatullohi Wabarokatuuh.

Yogyakarta, 18 Mei 2017

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GRAFIK	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	ix
PERNYATAAN	x
INTI SARI	xi
<i>ABSTRACT</i>	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Batasan Masalah	4
1.4. Tujuan Penelitian	5
1.5. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
BAB III LANDASAN TEORI	12
1.1. Kepuasan	12
1.2. Kualitas Pelayanan	12
1.3. Pariwisata	14
1.4. Wisatawan	14
1.5. Populasi dan Sampel	15
1.6. Kuesioner	16
1.7. Uji Validitas dan Reliabilitas	16
1.8. Importance Performance Analysis	19
1.9. Uji Parameter Satu Sampel	22

BAB IV METODELOGI PENELITIAN	24
4.1. Populasi dan Sampel Penelitian	24
4.2. Tempat dan Waktu Penelitian	24
4.3. Kuesioner Penelitian	24
4.4. Teknik Sampling	25
4.5. Tahapan Penelitian	26
BAB V PEMBAHASAN	27
5.1. Uji Validitas	27
5.2. Uji Reliabilitas	30
5.3. Analisis Profil Responden	31
5.4. <i>Importance Perormance Analysis</i>	34
5.5. Pengujian Parameter Satu Sampel	37
BAB VI KESIMPULAN	40
6.1. Kesimpulan	40
6.2. Saran	41
DAFTAR PUSTAKA	43
LAMPIRAN	45



DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1	Tinjauan pustaka penelitian	9
2	Atribut penelitian dan sumber	10
3	Nilai interpretasi tingkat kesesuaian	20
4	Atribut yang digunakan peneliti	25
5	Uji validitas atribut kepentingan	28
6	Uji validitas atribut kinerja	29
7	Uji reliabilitas atribut kepentingan	30
8	Uji reliabilitas atribut kinerja	31
9	Nilai kesesuaian atribut	35
10	Hasil uji parameter rata-rata satu populasi	39
11	Keputusan uji parameter rata-rata satu populasi	39

DAFTAR GRAFIK

Nomor	Judul	Halaman
1	Perkembangan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia dan devisa tahun 2011 – 2015	3
2	Perkembangan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Yogyakarta tahun 2011 – 2015	4
3	Profil responden berdasarkan umur dan jenis kelamin	31
4	Persebaran responden berdasarkan asal benua	32
5	Responden dari benua Eropa	33
6	Pekerjaan wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Yogyakarta	34

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1	Diagram cartesius metode IPA	21
2	Algoritma penelitian	26
3	Hasil analisis metode IPA	37

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1	Pofil responden	1
2	Penilaian kepentingan dari responden	4
3	Penilaian kinerja dari responden	9
4	Hasil uji validitas nilai kepentingan dari responden	14
5	Hasil uji validitas nilai kinerja dari responden	15
6	Reliabilitas nilai kepentingan dari responden	16
7	Reliabilitas nilai kinerja dari responden	18
8	Tabel T	20

PERNYATAAN

Dengan ini penulis menyatakan bahwa dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat karya yang sebelumnya pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan penulis, tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau oleh orang lain, kecuali yang diacu dalam naskah ini dan disebutkan di dalam daftar pustaka.



Yogyakarta, 18 Mei 2017

Penulis

Evaluasi Kepuasan Wisatawan Mancanegara dengan Pendekatan Metode *Importance Performance Analysis*

Oleh: Rino Umi Kharomah
Program Studi Statistika Fakultas MIPA
Universitas Islam Indonesia

INTISARI

Sektor pariwisata ditetapkan sebagai sektor yang penting untuk dikembangkan dan dibina secara sinergi sebagai sektor unggulan. Data yang telah dihimpun mencatat jumlah wisatawan mancanegara (wisman) yang berkunjung ke Indonesia pada tahun 2015 meningkat sebesar 10.29% dibanding tahun sebelumnya. Daerah Istimewa Yogyakarta disamping dikenal sebagai sebutan kota perjuangan, pusat kebudayaan, dan pendidikan juga dikenal dengan kekayaan pesona alam dan budayanya. Saat pendataan pada tahun 2016 yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistika Daerah Istimewa Yogyakarta diketahui bahwa Yogyakarta telah mendatangkan 308,485 wisman. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengukur tingkat kepuasan wisatawan mancanegara terhadap pariwisata di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dengan pendekatan metode *Importance Performance Analysis (IPA)*. Objek penelitian adalah wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Daerah Istimewa Yogyakarta. Data yang digunakan adalah data primer yang dihimpun menggunakan kuesioner pada bulan Februari – Maret 2017. Atribut penelitian yang digunakan sebanyak 24 atribut. Hasil penelitian menunjukkan terdapat 12 atribut yang telah memiliki penyelenggaraan yang baik sesuai keinginan wisman.

Kata kunci: pariwisata, wisatawan mancanegara, *Importance Performance Analysis (IPA)*

***Satisfaction Level of Foreign Tourist Based on Importance Performance
Analysis Method Approach***

Written by Rino Umi Kharomah

*Department of Statistics, Faculty of Mathematics and Natural Sciences
Universitas Islam Indonesia*

Abstract

The tourism sector is design as an important sector to be develop and build in synergies as the flagship sector. The data have been compiled records of the number of foreign tourists a visit to Indonesia by 2015 increased by 17% over last year. Special Region of Yogyakarta in addition to the appellation known as town struggles, cultural centers, and education, is also known for its wealth of cultural and natural charm. When logging in 2016, which was conducted by the Central Bureau of Statistics Daerah Istimewa Yogyakarta, Yogyakarta has been well known that bring in 308.485 foreign tourist. The purpose of this research is to know the satisfaction level of foreign tourists against tourism in Yogyakarta with the approach of the method of Importance Performance Analysis (IPA). The object of research is the foreign tourists who visit to Yogyakarta. The data used are the primary data collected using questionnaires on February to Maret 2017. The research used 24 attributes. The result shown that 12 attributes already perform in good term, as tourist need.

Keyword: tourism, foreign tourist, Importance Performance Analysis (IPA)

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Sektor pariwisata ditetapkan sebagai sektor yang penting untuk dikembangkan dan dibina secara sinergi sebagai sektor unggulan. Melalui pendekatan pariwisata berkelanjutan atau *sustainable tourism* diperlukan sinergi antara upaya pelestarian alam dan budaya beserta warisannya untuk menunjang percepatan pembangunan nasional. Sesuai dengan semangat yang selalu dipromosikan oleh *United Nations World Tourism Organization (UNWTO)*, pariwisata adalah media yang dapat meningkatkan perdamaian dan saling pengertian antar bangsa. Konsep pariwisata berkelanjutan, seperti yang dikembangkan oleh *World Tourism Organization (WTO)* dalam konteks proses pembangunan berkelanjutan PBB, mengacu pada kegiatan wisata "mengaraf ke pengelolaan semua sumber daya di bidang ekonomi, sosial, dan estetika bisa dipenuhi dengan tetap menjaga integritas budaya, proses ekologi, keanekaragaman hayati, dan sistem pendukung kehidupan".

Pariwisata berkelanjutan dapat diartikan sebagai pariwisata yang memperhitungkan catatan perekonomian untuk saat ini dan masa depan, dampak sosial dan lingkungan, mengatasi kebutuhan pengunjung, industri, lingkungan, dan masyarakat setempat. Pedoman pengembangan pariwisata berkelanjutan dan praktik manajemen berlaku untuk semua bentuk pariwisata di semua jenis tujuan, termasuk pariwisata massa dan berbagai tempat pariwisata. Prinsip-prinsip berkelanjutan mengacu pada aspek lingkungan, ekonomi, dan sosial-budaya dari pengembangan pariwisata, dan keseimbangan yang sesuai harus ditetapkan antara ketiga dimensi ini untuk menjamin keberlanjutan jangka panjang.

Menurut badan pariwisata dunia atau *World Tourism Organization (WTO)*, jumlah kunjungan wisatawan internasional pada tahun 2015 sebesar 1.184 milyar kunjungan atau mengalami kenaikan sebesar 4.4% dibandingkan tahun 2014 sebesar 1.1 milyar kunjungan. Perkiraan *UNWTO* bahwa pada tahun

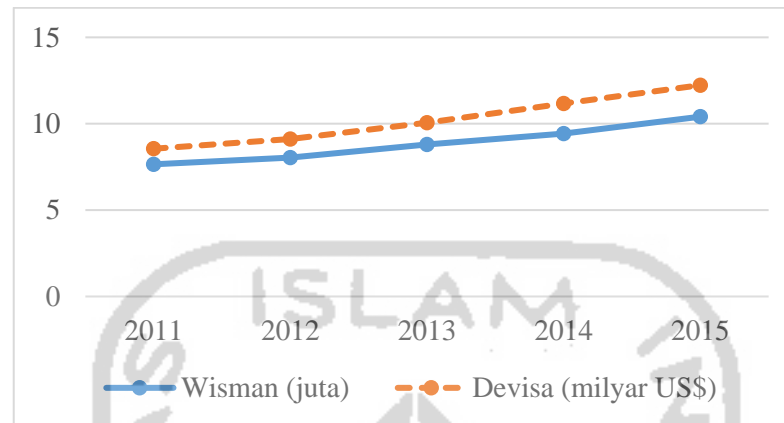
2030 kedatangan turisinternasional akan mencapai 1.8 milyar kunjungan merupakan peluang dan tantangan yang harus dicermati dan disikapi dalam membangun kepariwisataan nasional.

Arah pembangunan pariwisata nasional dalam Peraturan Pemerintah RI No. 50 tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010 – 2025 pasal 2 ayat 8 menjadi arah kebijakan strategi dan indikasi program pembangunan kepariwisataan nasional dalam kurun waktu tahun 2010 sampai dengan 2025. Selanjutnya Masterplan Percepatan dan Perluasan Pembangunan Ekonomi Indonesia (MP3EI) 2011 – 2025 dilaksanakan untuk mempercepat dan memperkuat pembangunan ekonomi sesuai dengan keunggulan dan potensi strategis wilayah dalam enam koridor yang salah satu koridornya adalah pariwisata. Percepatan dan perluasan pembangunan dilakukan melalui pengembangan kegiatan ekonomi utama. Strategi pelaksanaan MP3EI adalah dengan mengintegrasikan tiga elemen utama (Dikti, 2013):

1. Mengembangkan potensi ekonomi wilayah;
2. Memperkuat konektivitas nasional yang terintegrasikan secara lokal dan terhubung secara global (*locally integrated, globally connected*);
3. Memperkuat kemampuan sumber daya manusia (SDM) dan iptek nasional untuk mendukung pengembangan program utama di setiap koridor ekonomi. Pariwisata merupakan salah satu tema penelitian yang dinyatakan prioritas berskala nasional dengan tujuan dapat menyelesaikan masalah masyarakat dan bangsa.

Data yang telah dihimpun mencatat jumlah wisatawan mancanegara (wisman) yang berkunjung ke Indonesia pada tahun 2015 meningkat sebesar 10.29% yakni sebanyak 10,406,759 kunjungan dibanding tahun 2014 sebanyak 9,435,411 kunjungan, sedangkan devisa yang diperoleh sebesar 12.23 miliar USD atau mengalami peningkatan sebesar 9.49% dibanding tahun 2014 sebesar 11.17 miliar USD.

Grafik 1. Perkembangan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia dan devisa tahun 2011 – 2015.



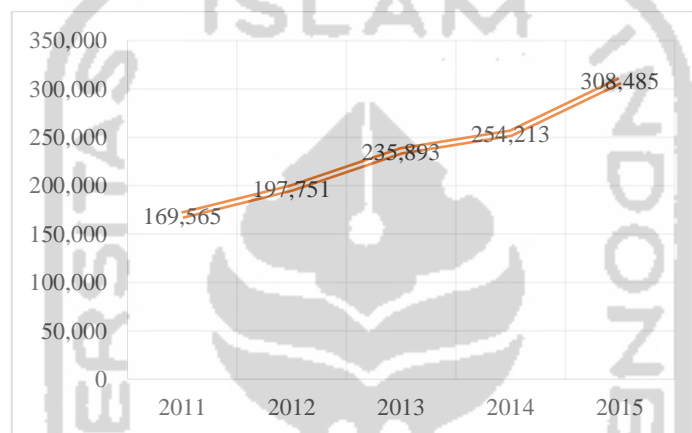
Daerah Istimewa Yogyakarta disamping dikenal sebagai sebutan kota perjuangan, pusat kebudayaan, dan pendidikan juga dikenal dengan kekayaan pesona alam dan budayanya. Hingga sekarang Yogyakarta masih merupakan daerah tujuan wisata yang terkenal di Indonesia dan mancanegara. Dengan kesungguhan untuk menjaga kelestarian alam dan lingkungan yang berkelanjutan, sampai sekarang kekayaan tersebut masih terjaga dan lestari. Hal lain yang menjadikan Yogyakarta mendapat sebutan sebagai daerah tujuan wisata terkemuka karena disamping banyak dan ragamnya pesona dan objek dan daya tarik wisata juga telah tersedianya sarana dan prasarana sebagai penunjang pariwisata seperti akomodasi, restoran/rumah makan, telekomunikasi, tempat hiburan, toko souvenir, dan sebagainya.

Daerah Istimewa Yogyakarta yang relatif aman dan nyaman dengan keramah-tamahan masyarakatnya, menjadikan Yogyakarta banyak diminati orang/wisatawan untuk berkunjung. Tidak mengherankan bahwa jika setiap tahunnya jumlah kunjungan wisatawan baik wisatawan mancanegara (wisman) maupun wisatawan nusantara (wisnus) yang datang terus meningkat. Hal ini menunjukkan semakin meningkatnya kepercayaan masyarakat/wisatawan dari luar Yogyakarta (wisman maupun wisnus) terhadap situasi dan kondisi Yogyakarta.

Jumlah wisatawan mancanegara ke Daerah Istimewa Yogyakarta telah melebihi angka 150,000 kunjungan pada tahun 2011. Di tahun berikutnya, jumlah

kunjungan meningkat sebesar 16.62%. Pada tahun 2013, kunjungan wisatawan mancanegara telah mencapai angka 235,893 kunjungan. Angka yang menakjubkan karena dalam kurun waktu dua tahun jumlah kunjungan naik sebesar 39.11%. Saat pendataan pada tahun 2016 yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistika Daerah Istimewa Yogyakarta diketahui bahwa Yogyakarta telah mendatangkan 308,485 kunjungan wisatawan mancanegara dalam kurun waktu satu tahun.

Grafik 2. Perkembangan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Yogyakarta tahun 2011 – 2015.



Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti akan mengukur tingkat kepuasan wisatawan mancanegara terhadap pariwisata di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan data primer yang dihimpun menggunakan kuesioner. Peneliti melakukan analisis dengan pendekatan metode *Importance Performance Analysis*.

1.2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana tingkat kepuasan wisatawan mancanegara terhadap pariwisata di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta berdasarkan hasil metode *Importance Performance Analysis*.

1.3. Batasan Masalah

Adapun batasan-batasan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Objek penelitian adalah wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Daerah Istimewa Yogyakarta.

2. Data yang digunakan adalah data primer yang dihimpun menggunakan kuesioner pada bulan Februari 2017 dengan populasi jumlah kunjungan wisatawan mancanegara pada tahun 2015.
3. Metode yang digunakan adalah analisis deskriptif dan *Importance Performance Analysis*.

1.4. Tujuan Penelitian

Mengukur tingkat kepuasan wisatawan mancanegara terhadap pariwisata di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta berdasarkan hasil *Importance Performance Analysis (IPA)*.

1.5. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh pihak-pihak terkait pemangku kebijakan pariwisata, seperti Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta, sebagai acuan untuk mempertahankan dan/atau memperbaiki fasilitas pariwisata yang ditujukan untuk wisatawan mancanegara. Hasil penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai tambahan ilmu pengetahuan dalam penerapan di bidang pariwisata. Sedangkan bagi penulis, penelitian ini menambah pengetahuan bahwa analisis statistik dapat diterapkan di setiap bidang ilmu dengan metode tertentu.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Nisco (2009) mendukung adopsi IPA sebagai kerangka alternatif dan integratif untuk mengevaluasi kepuasan wisatawan. Pembuat kebijakan di Campania harus mencurahkan upaya yang lebih untuk peningkatan layanan pariwisata dasar, seperti informasi, sinyal, dan wisata. Pelayanan memiliki tingkat kepentingan yang tinggi sehingga dapat menentukan pengalaman wisata bagi wisatawan. Lebih dari itu, keamanan diri menjadi atribut yang mudah terganggu. Terdapat satu atribut yang memiliki kinerja yang bagus namun dirasa tidak terlalu penting oleh wisatawan yaitu *health service*. 4 atribut yang perlu diberikan perhatian lebih yaitu kualitas pelayanan informasi wisata, kemudahan sinyal untuk wisatawan, dan keamanan diri.

Titu, Raulea, dan Stefan (2016), melakukan penelitian dengan tujuan untuk menganalisis kepuasan pelanggan di daerah pariwisata untuk menekankan perlunya kualitas dan layanan inovatif. Penelitian tersebut mengungkapkan bahwa karyawan dari industri pariwisata yang bisa mengakibatkan peningkatan kualitas layanan. Analisis terhadap kepuasan pelanggan di sektor pariwisata secara umum dapat disimpulkan bahwa masih banyak faktor yang perlu ditingkatkan dan dimulai dari faktor akomodasi yang dianalisis dalam penelitian tersebut.

Chulikavit dan Bangkhomned (2013) melakukan penelitian dengan tujuan untuk mengukur persepsi turis mancanegara terhadap kualitas pelayanan online yang dikelola oleh penyelenggara wisata di Chiang Mai, Thailand. Kuesioner diberikan kepada 200 wisatawan asing yang berkunjung ke layanan online Chiang Mai selama 2013 di distrik Muang, Provinsi Chiang Mai, Thailand. Data dianalisis dengan statistik deskriptif termasuk frekuensi, persentase, dan rata-rata serta metode *Importance Performance Analysis* (IPA). Hasil menunjukkan bahwa secara rata-rata, persepsi wisatawan asing terhadap kualitas sebagian besar atribut layanan online berada di posisi yang baik. Tetapi terdapat enam atribut yang dirasa penting oleh response namun pelayanan yang diberikan belum sesuai harapan. Disisi lain, terdapat satu atribut yang kurang diharapkan oleh reponden namun pelayanan yang

diberikan sangat baik. Hasil tersebut didapatkan dari diagram cartesius dengan rata-rata tingkat kepentingan sebesar 3.97 dan rata-rata tingkat pelayanan adalah 3.57.

Nurdiana (2012) yang berjudul Kualitas Pelayanan di Objek Wisata Gua Jatijajar Kebumen dihasilkan bahwa terdapat sembilan program prioritas utama. Untuk menentukan program prioritas utama dalam upaya meningkatkan kepuasan pengunjung ditentukan dengan *importance-performance analysis*. Program tersebut adalah kemudahan perizinan khusus; kecepatan karyawan tanggap terhadap kebutuhan pengunjung; kemudahan memperoleh brosur, leaflet; bangunan dan pintu gerbang; kerapian dan penampilan karyawan; fasilitas toilet, mushola, dan café; kemudahan memperoleh pemandu; kebersihan dan kenyamanan lingkungan; serta ketertiban penataan parkir dan pedagang. Dengan menggunakan *gap analysis* dinyatakan bahwa pengunjung tidak puas terhadap kualitas pelayanan yang diterima. Hal tersebut dikarenakan harapan kualitas pelayanan sangat tinggi, meskipun persepsi terhadap kinerja pelayanan cukup baik namun masih tetap ada kesenjangan (*gap*) antara harapan dan kinerja pelayanan.

Johann (2014) melakukan penelitian di Polandia yang merupakan daerah tujuan wisata. Tujuan dari penelitian adalah untuk menganalisis pendapat wisatawan mengenai atribut tujuan paling penting bagi wisatawan dalam hal kepentingan serta kinerja. Peneliti dibedakan dua kelompok atribut produk pariwisata: paket liburan (atribut produk pariwisata internal) dan atribut tujuan wisata lainnya (atribut produk pariwisata eksternal) yang mempengaruhi pengalaman liburan wisatawan. Kepuasan wisatawan tergantung pada kualitas pelayanan paket liburan dan tujuan wisata lainnya. Namun paket liburan yang ditawarkan penyedia layanan wisata memiliki kualitas lebih baik. Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa diperlukan pengembangan produk pariwisata dan mengembangkan kerjasama antara penyedia layanan wisata dan pihak berwenang setempat, Organisasi Pariwisata serta entitas lain yang menawarkan layanan wisata.

Bazneshin, Hosseini, dan Azeri (2015), dari beberapa aspek yang diteliti menunjukkan bahwa wisata alam memberikan kepuasan yang signifikan pada wisatawan. Responden berkunjung ke suatu tempat untuk menikmati waktu luang bersama keluarga atau teman dengan mempertimbangkan pemandangan alam dan

cuaca. Tingkat kepuasan antara wisatawan perempuan dan laki-laki berbeda. Aspek individual seperti pemanfaatan waktu luang, tingkat pendidikan, akomodasi mencapai lokasi, pendapatan, dan pengulangan untuk berkunjung ke tempat yang sama dalam satu tahun tidak memberikan dampak yang signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

Choovanichchannon (2015) melakukan penelitian terhadap standar kualitas pariwisata di Thailand. Tujuan dari penelitian tersebut adalah untuk mengetahui standar kualitas pariwisata dan memberikan saran untuk meningkatkan kualitas pariwisata di Thailand. Jumlah populasi dan sampel dari penelitian ini adalah semua wisatawan di bandara Suvannabhumi yang terdiri dari 200 responden yang berkunjung ke Thailand selama April 2014. Penelitian ini adalah menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif. Dihasilkan bahwa terdapat lima kategori dari standar kualitas pariwisata, yaitu (1) Tempat tujuan wisata haruslah ramah lingkungan, (2) Destinasi wisata memiliki keunikan di warisan budaya, (3) Destinasi wisata menjual makanan dan minuman yang bersih dan higienis, (4) Tempat wisata menyediakan toilet yang mencukupi, (5) Tempat wisata harus memberikan harga yang cukup beralasan.

Cibinskiene dan Snieskiene (2015) melakukan penelitian pustaka dari beberapa ahli tentang daya saing wisata kota. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa terdapat faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi wisata kota. Berdasarkan pengujian para ahli, faktor internal dan eksternal memiliki tingkat kepentingan yang sama. Faktor eksternal yang paling penting adalah status hotel, kebijakan pemerintah, dan system pendidikan. Sedangkan faktor internal adalah agen perjalanan, bioskop, dan kebun binatang.

Tabel 1. Tinjauan pustaka penelitian.

No	Nama penulis (tahun)	Metode	Judul penelitian
A	De Nisco (2009)	<i>Importance Performance Analysis</i>	<i>Using Importance Performance Analysis in Evaluating Tourist Satisfaction, The Case of Campania</i>
B	Mihail Aurel Titu, Andrea Simina, dan Stefan Titu (2016)	Kajian Pustaka dan Statistika Deskriptif	<i>Measuring Service Quality in Tourism Industry</i>
C	Kittinoot Chulikavit dan Winai Bangkhomned (2013)	<i>Importance Performance Analysis</i>	<i>An Importance Performance Analysis (IPA) of Foreign Tourist Perception towards Online Service Quality of Tour Operators in Chiang Mai, Thailand</i>
D	Asep Nurdiana (2012)	<i>Importance Performance Analysis dan Gap Analysis</i>	Kualitas Pelayanan di Objek Wisata Gua Jatijajar Kebumen
E	Maria Johann (2014)	<i>Wilcoxon Test</i>	<i>The Importance Performance Analysis: an Evaluation of Tourist Satisfaction with the Destination Attribute</i>
F	Sepideh Doosti Bazneshin, S.Bagher Hosseini, dan Amir Reza Karimi Azeri (2015)	Uji Friedman	<i>The Physical Variables of Tourist Areas to Increase the Tourists' Satisfaction Regarding the Sustainable Tourism Criteria: Case study of Rudsar Villages, Sefidab in Rahim Abad</i>
G	Chonlada Choovanichannon (2015)	Statistika Deskriptif	<i>Satisfaction in Thai Standard of Tourism Quality</i>
H	Akvile Cibinskiene dan Gabriele Snieskiene (2015)	Kajian pustaka dan Statistika Deskriptif	<i>Evaluation of City Tourism Competitiveness</i>

Tabel 2. Atribut penelitian beserta sumber.

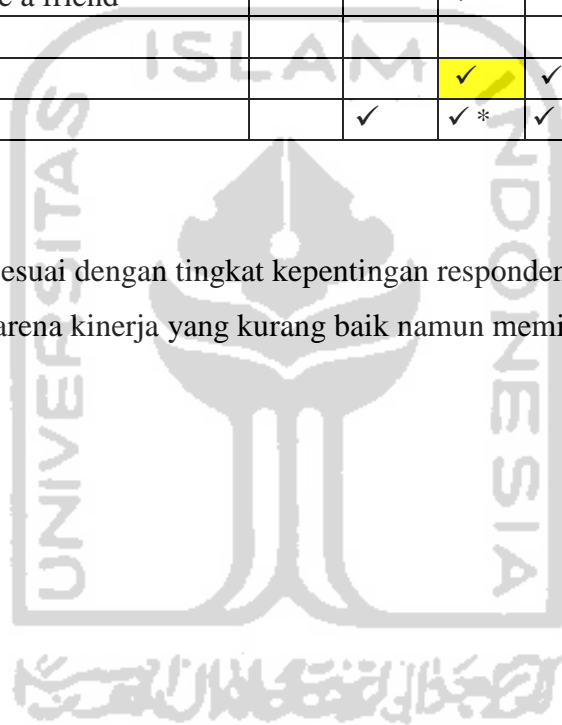
No	Atribut	Penelitian sebelumnya								Penelitian ini 2017
		A	B	C	D	E	F	G	H	
1	Quality and variety of restaurants	✓ *					✓	✓	✓	✓
2	Availability of health services and facilities	✓					✓	✓		✓
3	Availability of shopping facilities	✓ *			✓ *		✓			✓
4	Availability of public services and facilities (i.e. toilette, banks, etc.)	✓			✓	✓	✓		✓	✓
5	Sustainability of nightlife and entertainment	✓ *					✓	✓	✓	✓
6	Overall cleanliness of the streets and public places	✓ *			✓			✓		✓
7	Strategic hotel location		✓						✓	✓
8	Display of countryside, park, beach, or temple is well managing					✓	✓	✓	✓	✓
9	Visualization of tourism site is appealing		✓	✓ *	✓	✓				✓
10	Cultural and historical sites are well organized	✓ *			✓	✓	✓	✓	✓	✓
11	Quality of public transport service	✓ *						✓	✓	✓
12	Easiness to get around based on public information	✓			✓					✓
13	Quality of tourism information services	✓		✓ *			✓		✓	✓
14	Understanding information		✓	✓ *	✓ *		✓		✓	✓
15	Feeling of personal safety and security	✓		✓	✓ *				✓	✓
16	Guarantee security system		✓	✓ *	✓ *	✓	✓		✓	✓
17	Employees are having professional appearance and good manner	✓	✓	✓ *	✓			✓		✓
18	Sincerity to solve tourist problems		✓	✓ *	✓ *					✓

19	Prompt response to tourist need	✓	✓	✓	✓					✓
20	Freedom to express traveling opinions			✓	✓				✓	✓
21	Opportunity meet new people and make a friend			✓		✓	✓			✓
22	Reasonable price					✓				✓
23	Easy transaction process			✓	✓				✓	✓
24	Determination of service as promised		✓	✓*	✓*			✓		✓

Keterangan:

✓* : atribut memiliki kinerja yang baik sesuai dengan tingkat kepentingan responden

✓ : atribut perlu dilakukan perbaikan karena kinerja yang kurang baik namun memiliki tingkat kepentingan tinggi



BAB III

LANDASAN TEORI

3.1. Kepuasan

Teori yang menjelaskan bagaimana kepuasan atau ketidakpuasan konsumen terbentuk adalah *the expectancy disconfirmation model*, yang mengemukakan bahwa kepuasan dan ketidakpuasan konsumen merupakan dampak dari perbandingan antara harapan konsumen sebelum pembelian dengan sesungguhnya diperoleh konsumen dari produk yang dibeli tersebut (Ujang Sumarwan, 2004:322). Menurut Yoeti (2003:31-32), ada tiga tingkat kepuasan pelanggan/pengunjung, yaitu menentukan kebutuhan pokok pelanggan, mencari tahu apa sebenarnya yang menjadi harapan dari pelanggan, dan selalu memperhatikan apa yang menjadi harapan pelanggan serta melakukan sesuatu melebihi apa yang diharapkannya.

Menurut Kotler dalam Fandy Tjiptono (1997:147) menyatakan bahwa kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Kepuasan adalah tingkat perasaan setelah membandingkan produk/jasa yang dirasakan setelah pemakaian dengan harapan sebelumnya terhadap barang/jasa tersebut. Sesuatu dikatakan puas, apabila hasil (produk atau jasa) kenyataan yang diterima melebihi yang diharapkan, dan dikatakan tidak memuaskan bila hasil yang diterima tidak sesuai dengan yang diharapkan.

Menurut Tjiptono (1996), terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat antara lain, hubungan yang harmonis antara perusahaan dan konsumennya, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*mouth to mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan.

3.2. Kualitas Pelayanan

Kotler (2000) mengatakan bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Menurut Lewis dan Booms (1983) yang

dikutip oleh Tjiptono (1997), kualitas jasa adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah perbandingan antara layanan yang dirasakan (persepsi) konsumen dengan kualitas layanan yang diharapkan konsumen. Lima dimensi pokok yang berkaitan dengan kualitas layanan yang diberikan oleh industri jasa yaitu:

a. *Reliability* (kehandalan)

Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja yang dilakukan harus sesuai dengan harapan konsumen yang meliputi ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua konsumen tanpa kesalahan dan sikap yang simpatik.

b. *Assurance* (jaminan)

Meliputi kemampuan, pengetahuan, dan kesopansantunan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa kepercayaan konsumen terhadap perusahaan jasanya. Yang meliputi komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sopan santun.

c. *Tangibles* (berwujud)

Kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak internal. Penampilan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan pelayanan dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, dan peralatan yang digunakan serta penampilan oleh pegawainya.

d. *Empathy* (empati)

Sebuah usaha yang dilakukan oleh perusahaan dengan cara memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada konsumen dalam rangka memenuhi keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengetahuan dan pengertian tentang konsumen, memahami kebutuhan konsumen secara spesifik serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi konsumen.

e. *Responsiveness* (daya tangkap)

Suatu kemampuan dalam membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan taat kepada konsumen dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu tanpa adanya kejelasan memberikan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.

3.3. Pariwisata

Menurut Gamal Suwanto (1973:3), pariwisata merupakan suatu proses kepergian sementara dari seseorang atau lebih menuju ke tempat lain di luar tempat tinggalnya, dorongan kepergiannya adalah untuk berbagai kepentingan, baik kepentingan ekonomi, sosial, kebudayaan, politik, agama, kesehatan, maupun kepentingan lain seperti sekedar ingin tahu, menambah pengalaman maupun untuk belajar. Berdasarkan Pasal 1 angka 3 UU No. 9 tahun 1990 tentang kepariwisataan yaitu segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk pengusaha objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut.

Berdasarkan pengertian tersebut, maka tidak hanya mengacu pada orang yang melakukan kegiatan wisata melainkan juga meliputi objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha di bidang tersebut. Objek dan daya tarik adalah segala sesuatu yang menjadi sasaran wisata. Sedangkan usaha pariwisata adalah kegiatan yang bertujuan menyelenggarakan jasa pariwisata atau menyediakan atau mengusahakan objek dan daya tarik wisata.

3.4. Wisatawan

Wisatawan merupakan orang yang melakukan kegiatan wisata (UU No. 9 tahun 1990) tentang kepariwisataan. PW Ogilvie, seorang ahli kepariwisataan Inggris memberikan batasan mengenai kepariwisataan seperti dikutip oleh Oka A Yoeti (1999:129) wisatawan adalah semua orang yang memenuhi dua syarat, pertama mereka meninggalkan rumah kediamannya untuk jangka waktu kurang dari satu tahun dan kedua bahwa sementara mereka pergi, mereka mengeluarkan uang di tempat yang mereka kunjungi tidak dengan nafkah di tempat tersebut. Berdasarkan sifat perjalanan dan ruang lingkup perjalanan wisata dapat dikelompokkan sebagai berikut:

1. Wisatawan asing (*foreign tourist*)

Wisatawan asing adalah orang asing yang melakukan perjalanan wisata, yang datang memasuki negara lain yang bukan merupakan negara asalnya.

2. Wisatawan asing domestik (*foreign domestic tourist*)

Wisatawan asing domestik adalah wisatawan asing yang berdiam di suatu negara yang melakukan perjalanan-perjalanan wisata dalam batas wilayah negara dimana ia berdiam.

3. Wisatawan domestik (*domestic tourist*)

Wisatawan domestik adalah wisatawan dalam negeri, yaitu warga suatu negara yang melakukan perjalanan wisata dalam batas negaranya sendiri.

4. Wisatawan domestik asing (*indigenous tourist*)

Wisatawan domestik asing adalah warga suatu negara tertentu yang karena tugasnya di luar negeri, pulang ke negara asalnya dan melakukan perjalanan wisata di wilayah negara asalnya.

5. Wisatawan transit (*transit tourist*)

Wisatawan transit adalah wisatawan dalam perjalanan wisata ke suatu negara tertentu yang terpaksa singgah di suatu negara bukan atas kemampuannya sendiri.

6. Wisatawan bisnis (*business tourist*)

Wisatawan bisnis adalah orang (baik orang asing maupun warga negara sendiri) yang melakukan perjalanan bukan dengan tujuan sebagai wisata, tetapi perjalanan wisata dan dilakukan setelah tujuan utama selesai.

3.5. Populasi dan Sampel

Menurut Walpole, suatu populasi terdiri atas keseluruhan pengamatan yang menjadi perhatian. Sampel adalah suatu himpunan bagian dari populasi. Sampel dalam penelitian haruslah bersifat representatif/mewakili agar didapat hasil yang akurat. Untuk menentukan besarnya sampel dari populasi yang ada, maka digunakan rumus Slovin menurut Umar (2000:146) yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + N\alpha^2} \quad (1)$$

Keterangan:

n = banyak sampel

N = banyak populasi

α = tingkat kesalahan

3.6. Kuesioner

Kuesioner (*questionnaire*) atau angket adalah suatu teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan analis mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku, dan karakteristik beberapa orang utama di dalam organisasi yang bisa terpengaruh oleh sistem yang diajukan atau oleh sistem yang sudah ada.

Pada umumnya semua jenis angket paling sedikit mempunyai dua fungsi, yaitu deskriptif dan pengukuran. Fungsi angket pertama ialah informasi yang diperoleh melalui angket dapat memberikan gambaran (deskripsi) tentang karakteristik dari individu atau sekelompok responden, contohnya: gender, pendidikan, pekerjaan, umur, pendapatan, dan lain-lain. Selanjutnya penggambaran unsur-unsur itu mempunyai beberapa tujuan, misalnya peneliti dapat memperoleh keterangan tentang tingkah laku individu atau sekelompok responden tertentu. Fungsi angket kedua adalah untuk melakukan pengukuran variabel-variabel individual atau kelompok tertentu, contohnya: variabel sikap. Angket dapat berisi item pertanyaan tunggal atau lebih (jamak), yang telah dirancang melalui kisi-kisi penelitian untuk mengukur berbagai gejala. Gejala tersebut dapat berupa pendidikan, pemerintahan, sosial, psikologi, ekonomi, bisnis, sikap memilih keyakinan, dan lain-lain. Angket memiliki model jawaban yang bersifat terbuka, tertutup, dan semi terbuka (terbuka dan tertutup).

3.7. Uji Validitas dan Reliabilitas

3.7.1. Uji Validitas

Sebuah instrumen yang akan digunakan dalam penelitian harus dapat mengukur atau mengungkapkan data dari variabel yang diteliti. Hal ini dapat diketahui dengan uji validitas untuk mengetahui valid atau tidaknya sebuah

instrumen. Menurut Sekaran (2003), validitas menunjukkan ketepatan dan kecermatan alat ukur dalam melakukan fungsinya. Suatu angka dikatakan valid (sah) jika pertanyaan pada suatu angket mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh angket tersebut (Singarimbun, 1989).

Untuk menguji validitas alat ukur, maka terlebih dahulu dihitung harga korelasi dengan rumus *Product moment*, yaitu:

$$r_{.xy} = \frac{n \sum x_i y_i - \sum x_i \sum y_i}{\sqrt{(n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2)(n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2)}} \quad (2)$$

Keterangan:

$r_{.xy}$: koefisien korelasi

x_i : jumlah skor item

y_i : jumlah skor total item

n : banyak responden

Hasil perhitungan dari nilai korelasi diatas harus dibandingkan dengan angka kritik tabel korelasi. Adapun uji hipotesis untuk validitas adalah sebagai berikut:

a. Hipotesis:

$H_0: \rho_{.xy} = 0$ (tidak terdapat korelasi antara variabel satu dengan yang lain)

$H_1: \rho_{.xy} > 0$ (terdapat korelasi antara variabel satu dengan yang lain)

b. Tingkat signifikansi

$\alpha = 0.05$

c. Daerah kritis

$r_{hitung} > r_{tabel}$, maka tolak H_0

keterangan:

$r_{hitung} = r_{.xy}$

r_{tabel} dapat dilihat di tabel r di halaman lampiran

d. Statistik uji

Nilai korelasi dengan rumus *Product Moment*

3.7.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan. Reliabilitas berbicara mengenai masalah ketepatan (*accuracy*) alat ukur. Ketepatan ini dapat dinilai dengan analisa statistik untuk mengetahui *measurement error* atau salah ukur. Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila instrumen tersebut cukup dapat dipercaya sebagai alat pengukur data. Tinggi rendahnya realibilitas, secara empiris ditunjukkan oleh koefisien realibilitas, yang besarnya antara 0,00 – 1,00. Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan rumus *Cronbach's Alpha*. Adapun rumus *Cronbach's Alpha* adalah sebagai berikut:

$$\alpha_{Cronbach} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(\frac{\sum_{j=1}^k s_j^2}{s_p^2} \right) \quad (3)$$

dengan $j = 1, 2, 3, \dots, k$

Keterangan:

$\alpha_{Cronbach}$ = koefisien reliabilitas Cronbach's Alpha

k = banyaknya pertanyaan

s_p^2 = variansi dari skor total

s_j^2 = variansi dari butir ke- j

Uji hipotesis untuk reliabilitas adalah sebagai berikut:

a. Hipotesis:

$H_0: \rho_{xy} = 0$ (skor butir pertanyaan tidak berkorelasi dengan skor atributnya atau butir pertanyaan tidak reliabel)

$H_1: \rho_{xy} > 0$ (skor butir pertanyaan berkorelasi positif dengan skor atributnya atau butir pertanyaan reliabel)

b. Tingkat signifikansi

$\alpha = 0,05$

c. Daerah kritis

$r_{hitung} > r_{tabel}$, maka tolak H_0

keterangan:

$$r_{hitung} = \alpha_{Cronbach}$$

r_{tabel} dapat dilihat di tabel r di halaman lampiran

d. Statistik uji

Nilai Cronbach's Alpha

3.8. Importance Performance Analysis

Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) pertama kali dikembangkan oleh Martilla dan James (1977) dengan tujuan untuk mengukur hubungan antara kinerja (*performance*) dan prioritas peningkatan kualitas produk atau jasa yang dikenal pula sebagai *quadrant analysis* (Latu & Everett, 2000). *Importance Performance Analysis* (IPA) merupakan alat bantu dalam menganalisis atau yang digunakan untuk membandingkan sampai sejauh mana antara kinerja atau pelayanan yang dapat dirasakan oleh pengguna jasa dibandingkan terhadap tingkat kepuasan yang diinginkan. Metode IPA mampu memberikan informasi penting kepada pengelola industri jasa baik berupa ukuran kepuasan pelanggan maupun alokasi sumber daya secara efisien, keduanya dalam format yang mudah diterapkan (Wade dan Eagles, 2003 yang dikutip Setiawan, 2007).

Analisis didalam metode IPA didasarkan pada dua dimensi, yaitu (1) tingkat kepentingan relatif dari atribut-atribut yang dinilai dan (2) penilaian pelanggan terhadap kinerja objek dilihat dari atribut-atribut tersebut (Yavas dan Shemell (2001) dikutip oleh Setiawan, 2007). Metode IPA merupakan suatu teknik penerapan yang mudah untuk mengukur atribut dari tingkat kepentingan dan kinerja yang berguna untuk pengembangan program pemasaran yang efektif. Tingkat kesesuaian inilah yang akan menentukan urutan prioritas peningkatan atribut-atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Rumus yang digunakan untuk mengukur tingkat kesesuaian (TK) adalah sebagai berikut (Supranto, 2010):

$$TK_j = \frac{X_j}{Y_j} \times 100\% \quad (4)$$

Keterangan:

TK_j = tingkat kesesuaian responden

X_j = skor penilaian kinerja perusahaan

Y_j = skor penilaian kepentingan perusahaan

Menurut Supranto (2006), apabila kinerja di bawah harapan maka pelanggan akan kecewa dan tidak puas, apabila kinerja sesuai harapan maka pelanggan akan puas, sedangkan bila kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan sangat puas. Jika tingkat kesesuaian = 100% berarti pelanggan telah puas, dan jika tingkat kesesuaian > 100% berarti pelanggan sangat puas.

Tabel 3. Nilai interpretasi tingkat kesesuaian.

No	Tingkat kesesuaian	Keterangan
1	0% - 20%	Sangat tidak puas
2	21% - 40%	Tidak puas
3	41% - 60%	Cukup
4	61% - 80%	Puas
5	81% - 100%	Sangat puas

Diagram cartesius digunakan untuk analisis perbandingan *performance* (yang menunjukkan kinerja suatu produk) dengan *importance* (yang menunjukkan kepentingan responden) yang terkait dengan atribut yang diteliti. Sumbu mendatar (x) akan diisi oleh skor tingkat kinerja, sedangkan sumbu tegak (y) akan diisi oleh skor tingkat kepentingan. Dalam menyederhanakan rumus, maka untuk setiap atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan:

$$\bar{X} = \sum_{i=1}^n \frac{X_i}{n} \quad (5)$$

$$\bar{Y} = \sum_{i=1}^n \frac{Y_i}{n} \quad (6)$$

Keterangan:

\bar{X} = rata-rata bobot tingkat kinerja

\bar{Y} = rata-rata bobot tingkat kepentingan

n = ukuran sampel

dengan $i = 1,2,3,\dots,n$

Diagram cartesius merupakan suatu bangun yang dibagi atas 4 bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik (x,y). "x"

merupakan rata-rata dari rata-rata skor tingkat kinerja atau kepuasan pelanggan seluruh atribut. “y” adalah rata-rata dari rata-rata skor tingkat kepentingan seluruh atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

$$\bar{\bar{X}} = \sum_{j=1}^k \frac{\bar{X}}{K} \quad (7)$$

$$\bar{\bar{Y}} = \sum_{j=1}^k \frac{\bar{Y}}{K} \quad (8)$$

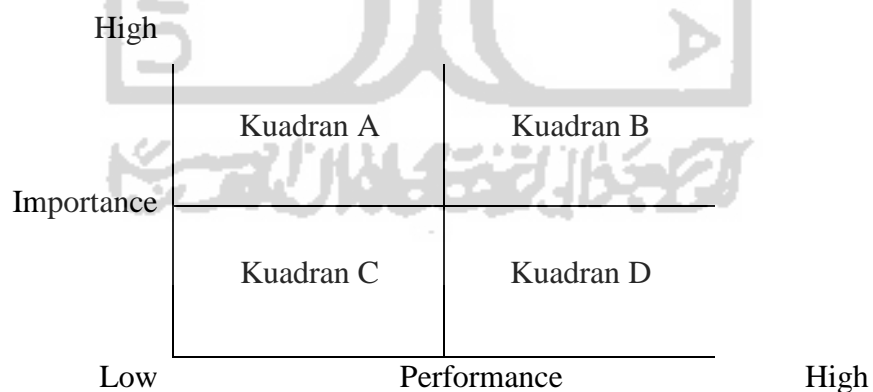
Keterangan:

$\bar{\bar{X}}$ = rata-rata dari total rata-rata bobot tingkat kinerja

$\bar{\bar{Y}}$ = rata-rata dari total rata-rata bobot tingkat kepentingan

K = banyak atribut

Selanjutnya tingkat unsur-unsur tersebut akan dijabarkan dan dibagi menjadi empat bagian dalam diagram cartesius. Selain itu, bisa juga dilakukan analisis korelasi data kualitatif untuk mengetahui seberapa dekat hubungan antara atribut yang satu dengan atribut yang lain. Berikut ini adalah gambar dari diagram cartesius, dimana diagram cartesius dibagi menjadi 4 kuadran dengan fungsi yang berbeda.



Gambar 1. Diagram cartesius metode IPA.

Keterangan:

Kuadran A (*concentrate here*): menunjukkan atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan pelanggan, termasuk unsur-unsur jasa yang dianggap sangat penting,

namun manajemen belum melaksanakannya sesuai dengan keinginan pelanggan. Sehingga mengecewakan atau tidak puas.

Kuadran B (*keep up the good work*): menunjukkan unsur jasa pokok yang telah berhasil dilaksanakan perusahaan, untuk itu wajib dipertahankan. Dianggap sangat penting dan memuaskan.

Kuadran C (*low priority*): menunjukkan beberapa atribut yang kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan, pelaksanaan oleh perusahaan biasa-biasa saja. Dianggap kurang penting dan kurang memuaskan.

Kuadran D (*possible overkill*): menunjukkan atribut yang mempengaruhi pelanggan kurang penting, akan tetapi pelaksanaannya berlebihan. Dianggap kurang penting tetapi sangat memuaskan.

3.9. Uji Parameter Rata-rata Satu Populasi

Pengujian parameter satu sampel dimaksudkan untuk menguji nilai tengah atau rata-rata populasi μ sama dengan nilai tertentu μ_0 , lawan hipotesis alternatifnya bahwa nilai tengah atau rata-rata populasi μ tidak sama dengan μ_0 . Pengujian satu sampel pada prinsipnya ingin menguji apakah suatu nilai tertentu (yang diberikan sebagai pembanding) berbeda secara nyata ataukah tidak dengan rata-rata sebuah sampel. Nilai tertentu di sini pada umumnya adalah sebuah nilai parameter untuk mengukur suatu populasi.

Uji hipotesis untuk uji T adalah sebagai berikut:

a. Hipotesis:

Pengujian dua arah

$$H_0: \mu = \mu_0$$

$$H_1: \mu \neq \mu_0$$

Pengujian satu arah

$$H_0: \mu \leq \mu_0$$

$$H_1: \mu > \mu_0$$

atau

$$H_0: \mu \geq \mu_0$$

$$H_1: \mu < \mu_0$$

b. Tingkat signifikansi

$$\alpha = 0,05$$

c. Daerah kritis

$p\text{-value} < \alpha$ atau $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$, maka tolak H_0

d. Statistik uji

$$t_{\text{hit}} = \frac{\bar{x} - \mu_0}{s / \sqrt{n}}$$

(9)

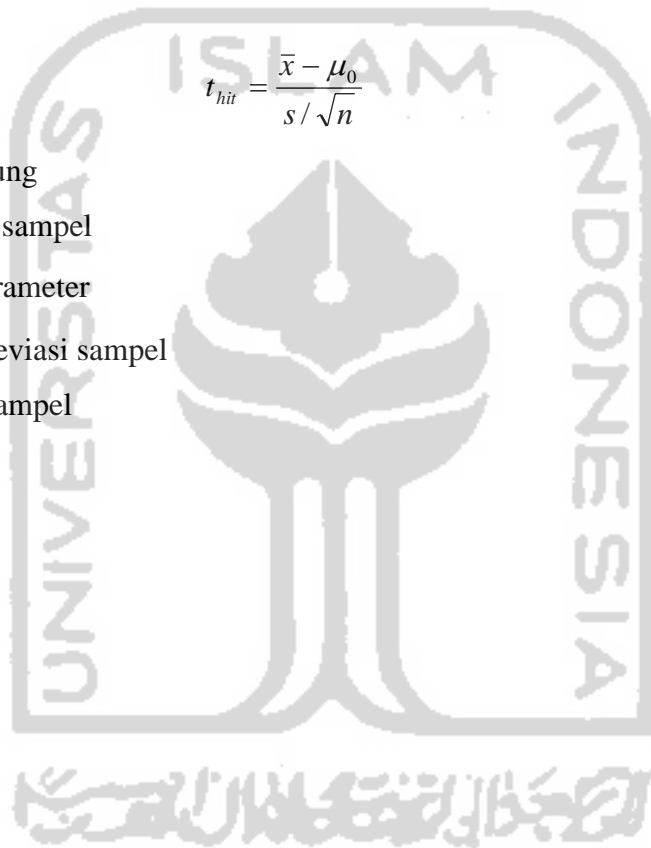
t = nilai t hitung

\bar{x} = rata-rata sampel

μ_0 = nilai parameter

s = standar deviasi sampel

n = banyak sampel



BAB IV

METODOLOGI PENELITIAN

4.1. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi untuk penelitian ini adalah wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Daerah Istimewa Yogyakarta. Sampel pada penelitian ini adalah wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Daerah Istimewa Yogyakarta sebanyak 100 responden. Banyak responden yang diambil menggunakan rumus Slovin, berdasarkan banyak wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Yogyakarta pada tahun 2015.

4.2. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan mengambil data primer dengan kuesioner. Kuesioner diberikan kepada wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Jalan Malioboro, Candi Prambanan, dan Candi Borobudur. Pengambilan data untuk penelitian ini dilakukan selama bulan Februari – Maret 2017.

4.3. Kuesioner Penelitian

Kuesioner penelitian digunakan untuk mengumpulkan data-data dari responden. Struktur kuesioner terbagi menjadi lima bagian. Pembagian ini didasarkan pada lima dimensi pokok kualitas pelayanan, yaitu *reliability* (kehandalan), *assurance* (jaminan), *tangibles* (berwujud), *empathy* (empati), *responsiveness* (daya tangkap).

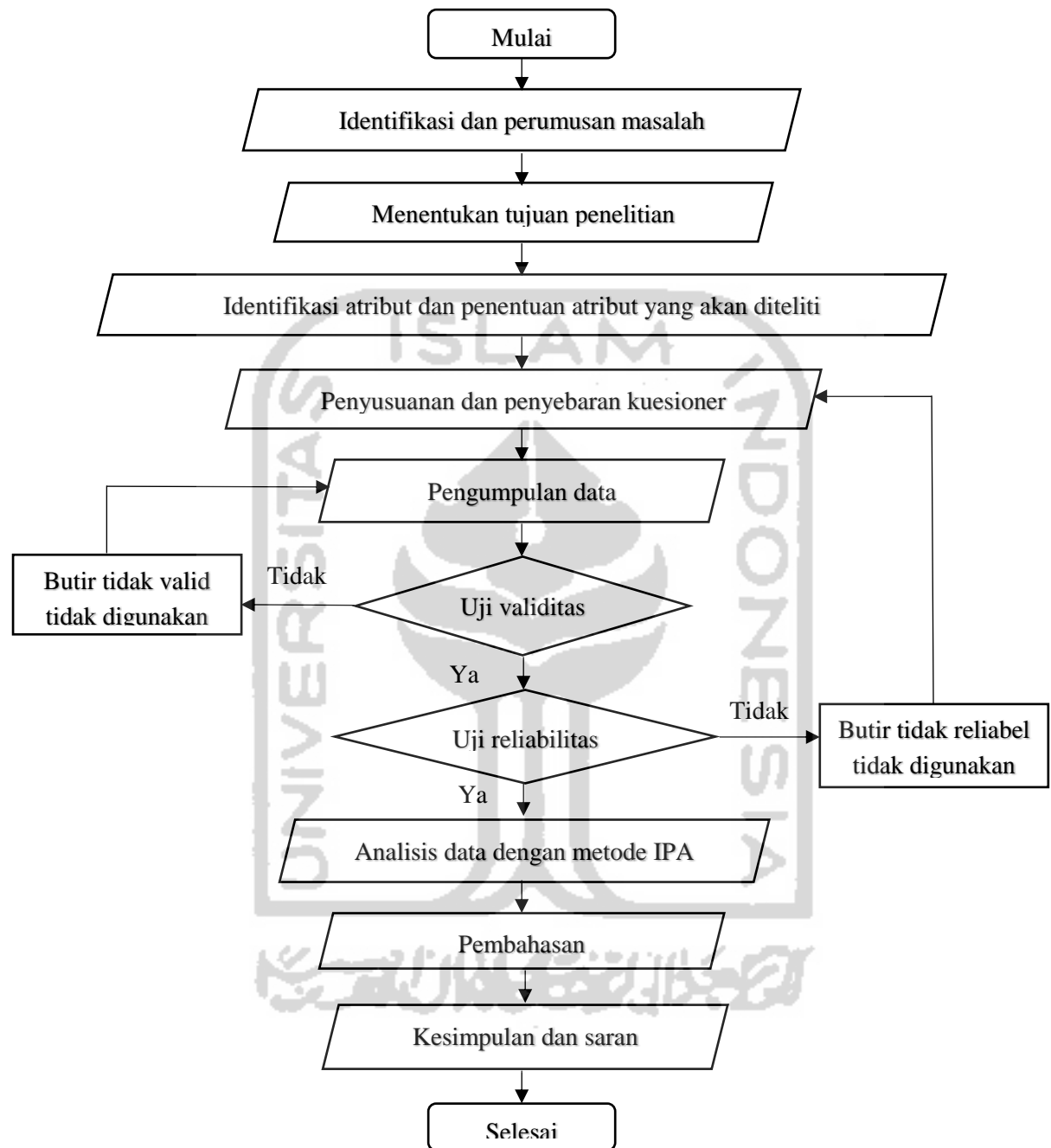
Tabel 4. Atribut yang digunakan peneliti.

Faktor	Kode	Atribut
Reliability	Q1.1	Quality and variety of restaurants
	Q1.2	Quality of public transport service
	Q1.3	Quality of tourism information services
	Q1.4	Feeling of personal safety and security
	Q1.5	Employees are having professional appearance and good manner
Assurance	Q2.1	Sustainability of nightlife and entertainment
	Q2.2	Cultural and historical sites are well organized
	Q2.3	Guarantee security system
	Q2.4	Reasonable price
	Q2.5	Easy transaction process
	Q2.6	Determination of service as promised
Tangible	Q3.1	Availability of health services and facilities
	Q3.2	Availability of shopping facilities
	Q3.3	Availability of public services and facilities (i.e. toilette, banks, etc.)
	Q3.4	Overall cleanliness of the streets and public places
	Q3.5	Strategic hotel location
	Q3.6	Display of countryside, park, beach, or temple is well managing
	Q3.7	Visualisation of tourism site is appealing
Empathy	Q4.1	Easiness to get around based on public information
	Q4.2	Understanding information
	Q4.3	Freedom to express traveling opinions
	Q4.4	Opportunity meet new people and make a friend
Responsiveness	Q5.1	Sincerity to solve tourist problems
	Q5.2	Prompt response to tourist need

4.4. Teknik Sampling

Metode pengambilan sampel yang digunakan peneliti adalah metode *non-probability sampling*. *Non-probability sampling* yaitu suatu cara penarikan sampel dimana elemen atau unsur dalam populasi mempunyai peluang yang sama untuk dipilih menjadi sampel (Eriyanto, 2007). Teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling*. Menurut Akdon dan Riduwan (2007:62) siapa saja yang ditemui peneliti asalkan mereka memiliki karakteristik yang sama maka orang tersebut dapat digunakan sebagai sampel. Peneliti menggunakan teknik tersebut karena jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Yogyakarta tidak sebanyak wisatawan domestik.

4.5. Tahapan Penelitian



Gambar 2. Algoritma penelitian.

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Uji Validitas

Untuk menguji kelayakan butir-butir pertanyaan pada suatu kuesioner digunakan dengan uji validitas.

5.1.1. Uji validitas kepentingan

a. Hipotesis:

$H_0: \rho_{xy} = 0$ (tidak terdapat korelasi antara atribut satu dengan yang lain atau butir tidak valid)

$H_1: \rho_{xy} \neq 0$ (terdapat korelasi antara atribut satu dengan yang lain atau butir valid)

b. Tingkat signifikansi

$$\alpha = 0.05$$

c. Daerah kritis

$r_{hitung} > r_{tabel}$, maka tolak H_0

d. Statistik uji

Dengan program SPSS, hasil r_{hitung} dapat dilihat pada nilai item total.

Tabel 5. Uji validitas atribut kepentingan.

Kode	r_{hitung}	Tanda	r_{tabel}	Keterangan
Q1.1	0.291	>	0.195	Valid
Q1.2	0.539	>	0.195	Valid
Q1.3	0.614	>	0.195	Valid
Q1.4	0.598	>	0.195	Valid
Q1.5	0.465	>	0.195	Valid
Q2.1	0.516	>	0.195	Valid
Q2.2	0.469	>	0.195	Valid
Q2.3	0.629	>	0.195	Valid
Q2.4	0.592	>	0.195	Valid
Q2.5	0.619	>	0.195	Valid
Q2.6	0.603	>	0.195	Valid
Q3.1	0.475	>	0.195	Valid
Q3.2	0.294	>	0.195	Valid
Q3.3	0.558	>	0.195	Valid
Q3.4	0.564	>	0.195	Valid
Q3.5	0.469	>	0.195	Valid
Q3.6	0.439	>	0.195	Valid
Q3.7	0.525	>	0.195	Valid
Q4.1	0.601	>	0.195	Valid
Q4.2	0.412	>	0.195	Valid
Q4.3	0.484	>	0.195	Valid
Q4.4	0.350	>	0.195	Valid
Q5.1	0.617	>	0.195	Valid
Q5.2	0.683	>	0.195	Valid

e. Kesimpulan

Semua atribut kepentingan dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

5.1.2. Uji validitas kinerja

a. Hipotesis:

$H_0: \rho_{xy} = 0$ (tidak terdapat korelasi antara variabel satu dengan yang lain atau butir tidak valid)

$H_1: \rho_{xy} \neq 0$ (terdapat korelasi antara atribut satu dengan yang lain atau butir valid)

b. Tingkat signifikansi

$$\alpha = 0.05$$

c. Daerah kritis

$$r_{hitung} > r_{tabel}, \text{ maka tolak } H_0$$

d. Statistik uji

Dengan program SPSS, hasil r_{hitung} dapat dilihat pada nilai item total.

Tabel 6. Uji validitas tabel kinerja.

Kode	r_{hitung}	Tanda	r_{tabel}	Keterangan
Q1.1	0.291	>	0.195	Valid
Q1.2	0.479	>	0.195	Valid
Q1.3	0.336	>	0.195	Valid
Q1.4	0.543	>	0.195	Valid
Q1.5	0.486	>	0.195	Valid
Q2.1	0.507	>	0.195	Valid
Q2.2	0.501	>	0.195	Valid
Q2.3	0.411	>	0.195	Valid
Q2.4	0.531	>	0.195	Valid
Q2.5	0.391	>	0.195	Valid
Q2.6	0.445	>	0.195	Valid
Q3.1	0.295	>	0.195	Valid
Q3.2	0.394	>	0.195	Valid
Q3.3	0.554	>	0.195	Valid
Q3.4	0.601	>	0.195	Valid
Q3.5	0.596	>	0.195	Valid
Q3.6	0.440	>	0.195	Valid
Q3.7	0.449	>	0.195	Valid
Q4.1	0.527	>	0.195	Valid
Q4.2	0.369	>	0.195	Valid
Q4.3	0.561	>	0.195	Valid
Q4.4	0.249	>	0.195	Valid
Q5.1	0.448	>	0.195	Valid
Q5.2	0.496	>	0.195	Valid

e. Kesimpulan

Semua atribut kinerja dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

5.2. Uji Reliabilitas

Setelah semua butir pertanyaan dinyatakan valid maka selanjutnya dilakukan uji reliabilitas untuk menunjukkan sejauh mana suatu skala dapat memberikan hasil yang konsisten jika pengukuran diulang (dilakukan beberapa kali).

5.2.1. Uji reliabilitas kepentingan

a. Hipotesis:

$H_0: \rho_{xy} = 0$ (skor butir pertanyaan tidak berkorelasi dengan skor atributnya atau butir pertanyaan tidak reliabel)

$H_1: \rho_{xy} > 0$ (skor butir pertanyaan berkorelasi positif dengan skor atributnya atau butir pertanyaan reliabel)

b. Tingkat signifikansi

$$\alpha = 0.05$$

c. Daerah kritis

$r_{hitung} > r_{tabel}$, maka tolak H_0

d. Statistik uji

Tabel 7. Hasil uji reliabilitas kepentingan.

Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}
0.873	0.195

e. Keputusan

Tolak H_0

f. Kesimpulan

Butir pertanyaan dalam kuesioner reliabel.

5.2.2. Uji reliabilitas kinerja

a. Hipotesis:

$H_0: \rho_{xy} = 0$ (skor butir pertanyaan tidak berkorelasi dengan skor atributnya atau butir pertanyaan tidak reliabel)

$H_1: \rho_{xy} > 0$ (skor butir pertanyaan berkorelasi positif dengan skor atributnya atau butir pertanyaan reliabel)

b. Tingkat signifikansi

$$\alpha = 0.05$$

c. Daerah kritis

$r_{hitung} > r_{tabel}$, maka tolak H_0

d. Statistik uji

Tabel 8. Hasil uji reliabilitas kinerja.

Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}
0.888	0.195

e. Keputusan

Tolak H_0

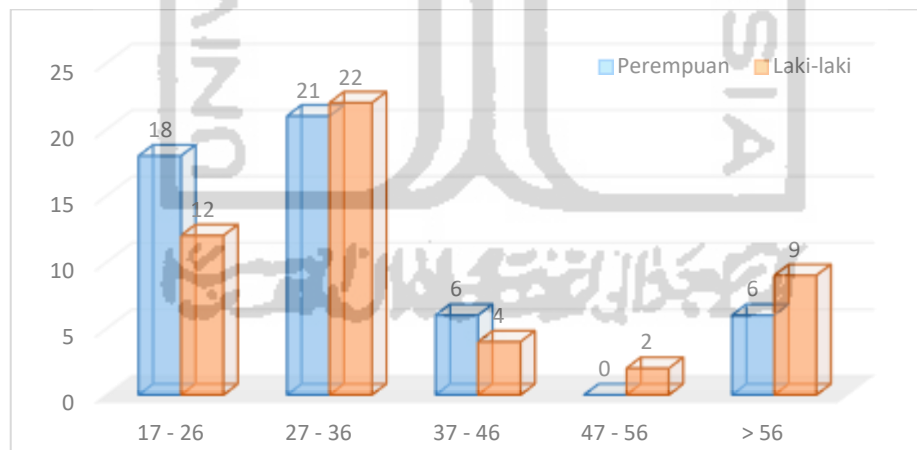
f. Kesimpulan

Butir pertanyaan dalam kuesioner reliabel.

5.3. Analisis Profil Responden

Data yang dihimpun mengandung profil dari masing-masing responden. Profil responden yang ditanyakan adalah nama, umur, jenis kelamin, kewarganegaraan, pekerjaan, dan lama kunjungan di Yogyakarta. Profil responden disajikan dalam bentuk grafik untuk dilakukan analisis deskriptif.

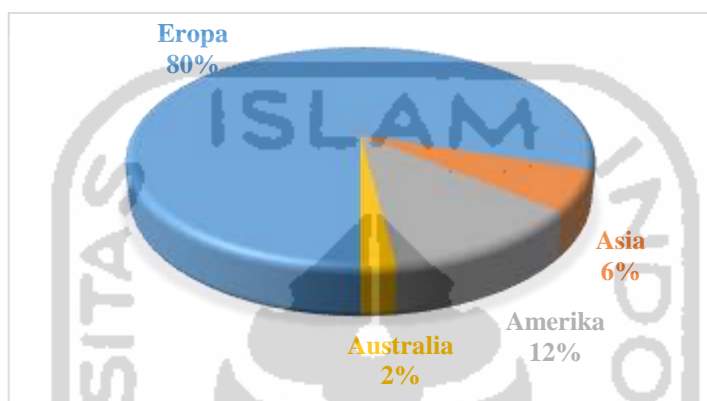
Grafik 3. Profil responden berdasarkan umur dan jenis kelamin.



Grafik diatas merupakan grafik sebaran usai dan jenis kelamin responden yang dihimpun peneliti. Peneliti membagi usia responden menjadi lima rentang usia. Pada rentang usia 27 – 36, 47 – 56, dan > 56 tahun, wisatawan mancanegara berjenis kelamin laki-laki lebih banyak dari pada perempuan. Sedangkan di rentang umur 17 – 26 dan 37 – 46 jumlah wisatawan mancanegara perempuan lebih banyak dari pada laki-laki. Rentang umur 27 – 36 tahun memiliki jumlah wisatawan

mancanegara yang tertinggi yaitu sebanyak 43 orang dengan 21 perempuan dan selebihnya laki-laki. Wisatawan mancanegara yang paling sedikit berkunjung ke Yogyakarta berada pada rentang usia 47 – 56 tahun. Wisatawan dengan usia diatas 56 tahun berjumlah 15 responden atau dapat dikatakan bahwa 15% dari jumlah responden berusia lanjut.

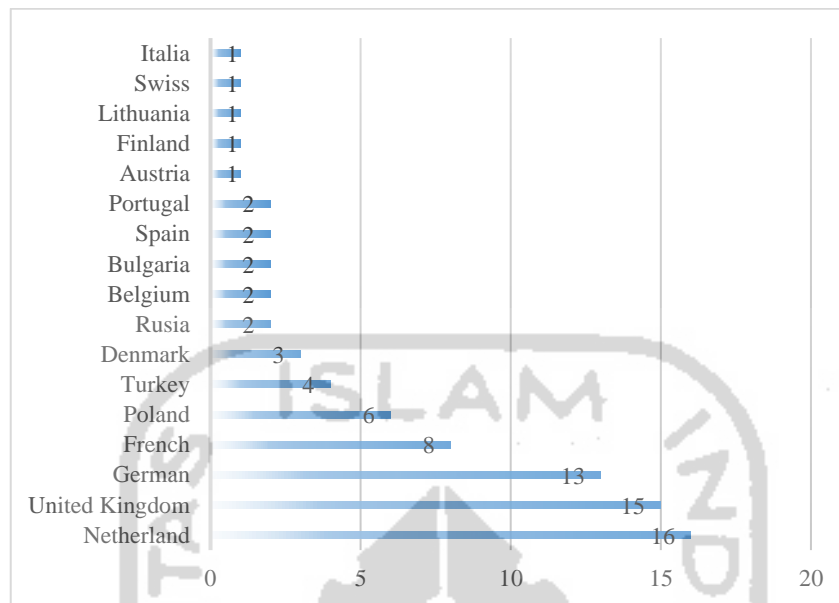
Grafik 4. Sebaran responden berdasarkan asal benua.



Responden yang dihimpun oleh peneliti berasal dari empat benua dari 5 benua yang ada di dunia. Wisatawan yang berasal dari benua Afrika sulit ditemui karena riwayat wisatawan dari benua tersebut juga sedikit. 80% dari responden berasal dari benua Eropa. Pada peringkat dua terdapat benua Amerika dengan total 12% atau sebanyak 12 responden. Wisatawan dari benua Australia jarang ditemui sehingga peneliti hanya mendapatkan 2% dari total responden. Benua Asia yang lebih dekat dengan Indonesia, peneliti hanya menemukan 6% saja.

Jika ditelusuri lebih dalam lagi pada jumlah responden dari benua Eropa, didapatkan grafik seperti pada Grafik 4. Negara Belanda atau sering dikenal dengan sebutan Netherland dengan jumlah responden sebanyak 16 responden. Pada posisi kedua dan ketiga teratas terdapat negara Inggris dan Jerman. Kedua tersebut menampilkan sebanyak 15 dan 13 responden. Peneliti mendapatkan responden sebanyak dua orang dari negara Rusia, Belgia, Bulgaria, Spanyol, dan Portugal. Sedangkan negara Austria, Finlandia, Lithuania, Swiss, dan Italia hanya mendapatkan satu responden.

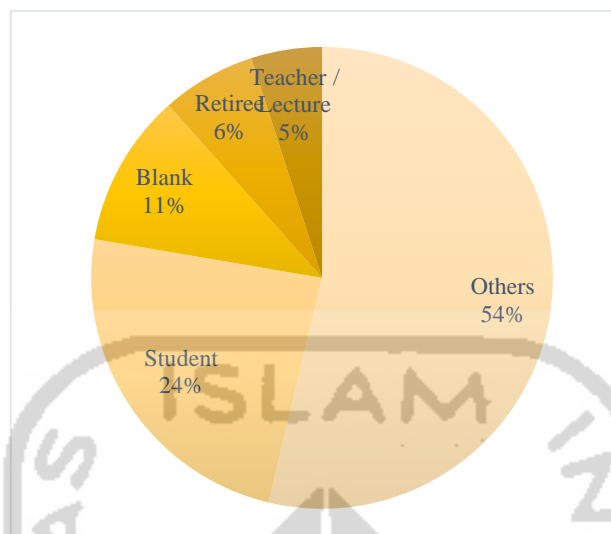
Grafik 5. Responden dari benua Eropa.



Kuesioner yang dibagikan oleh peneliti terdapat variabel lama responden tinggal di Yogyakarta. Rata-rata lama wisatawan mancanegara tinggal di Yogyakarta adalah 7.515 hari. Data lama tinggal wisatawan mancanegara terdapat empat outlier. Keempat outlier tersebut karena responden sedang melanjutkan pendidikan di Yogyakarta atau sedang melakukan penelitian.

Responden memiliki berbagai latar belakang pekerjaan. 24% responden yang dihimpun peneliti merupakan mahasiswa. Sedangkan hanya 5% berprofesi sebagai guru maupun dosen yang berkunjung ke Yogyakarta. Angka harapan hidup di Yogyakarta merupakan yang tertinggi di Indonesia maka tidak mengherankan jika 6% dari responden merupakan pensiunan. Terdapat 54% responden yang memiliki pekerjaan di berbagai bidang selain sebagai mahasiswa atau dosen. Pekerjaan mereka antara lain sebagai pegawai kantor, pegawai pemerintahan, atau bekerja secara mandiri. Sedangkan sisanya tidak menuliskan pekerjaan mereka.

Grafik 6. Pekerjaan wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Yogyakarta.



5.4. *Importance Performance Analysis*

Uji validitas dan reliabilitas telah dilakukan pada hasil kuesioner yang dihimpun peneliti. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semua atribut pertanyaan valid atau dapat dipercaya untuk dilakukan analisis selanjutnya. Nilai reliabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa data dapat dipercaya untuk pengambilan keputusan.

Analisis yang digunakan peneliti adalah metode *Importance Performance Analysis* yaitu metode yang menggabungkan antara harapan dan persepsi pelanggan. Penelitian ini berfokus pada kepuasan wisatawan mancanegara terhadap fasilitas pariwisata yang ada di Yogyakarta. Hal ini penting untuk dilakukan mengingat Yogyakarta merupakan destinasi wisata kedua yang paling terkenal setelah Pulau Bali.

Pada metode *Importance Performance Analysis (IPA)* juga terdapat perhitungan untuk menentukan urutan prioritas layanan, yang diukur dengan tingkat kesesuaian untuk menentukan prioritas perbaikan layanan terbaik untuk mencapai kepuasan pelanggan.

Tabel 9. Nilai kesesuaian atribut.

Kode	Tingkat kepentingan	Tingkat persepsi	Tingkat kesesuaian (%)
Q1.1	552	521	94.38
Q1.2	570	456	80.00
Q1.3	582	493	84.71
Q1.4	638	601	94.20
Q1.5	562	599	106.58
Q2.1	461	424	91.97
Q2.2	599	562	93.82
Q2.3	549	505	91.99
Q2.4	610	576	94.43
Q2.5	574	553	96.34
Q2.6	592	564	95.27
Q3.1	541	343	63.40
Q3.2	423	498	117.73
Q3.3	585	524	89.57
Q3.4	561	487	86.81
Q3.5	570	553	97.02
Q3.6	600	563	93.83
Q3.7	581	545	93.80
Q4.1	587	494	84.16
Q4.2	577	519	89.95
Q4.3	558	566	101.43
Q4.4	556	588	105.76
Q5.1	601	575	95.67
Q5.2	575	584	101.57
Rata-rata			93.52

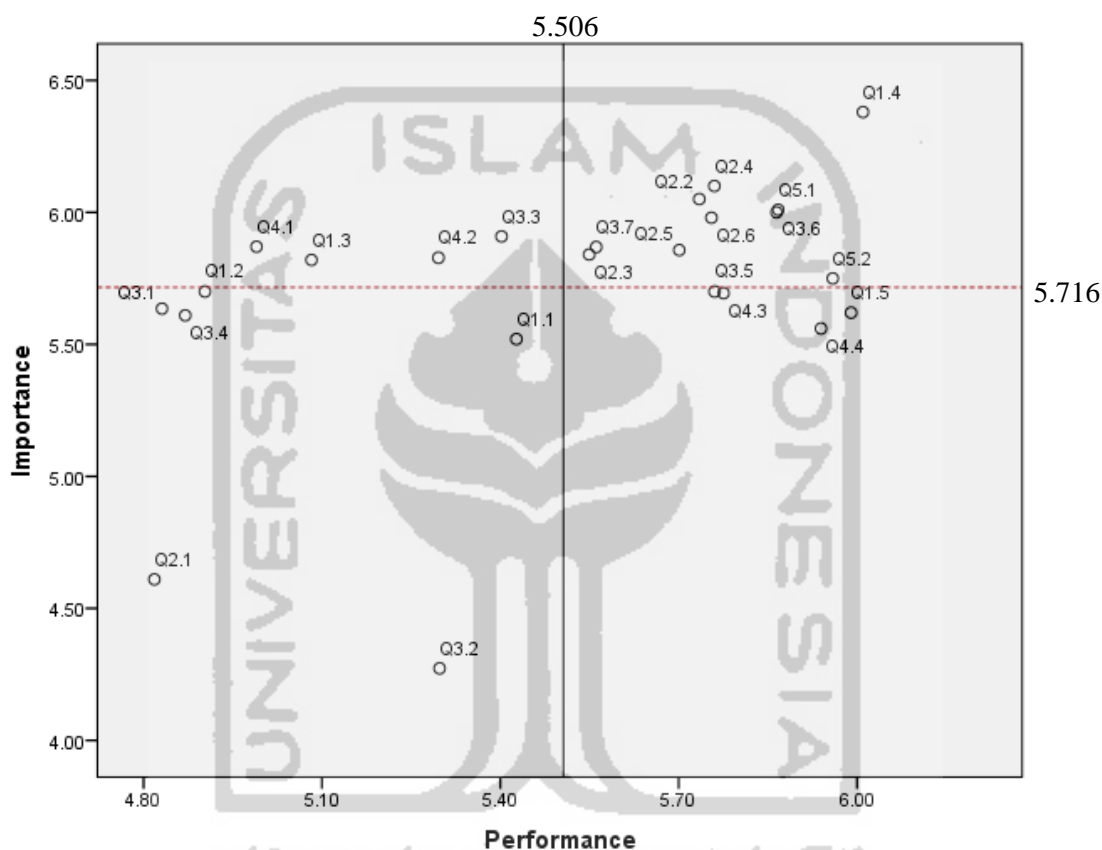
Berdasarkan perhitungan tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan kinerja didapat bahwa terdapat lima atribut yang memiliki tingkat sesuaian lebih dari 100%. Nilai tersebut menunjukkan bahwa kinerja atribut lebih baik daripada tingkat kepentingan responden. Atribut yang memiliki tingkat kesesuaian tertinggi adalah *Availability of shopping facilities* dengan nilai 117.73%. Penelitian ini dapat menghasilkan nilai tersebut karena responden selalu melihat toko cinderamata di setiap objek wisata yang mereka kunjungi. Atribut lainnya yang memiliki nilai lebih dari 100% adalah *Employee are having professional appearance and good manner*,

Freedom to express travelling oppinions, Opportunity to meet new people and make a friend, dan Prompt respond to tourist need. Empat atribut tersebut berhubungan langsung dengan kinerja pegawai pariwisata dan tidak lepas dari peran masyarakat. Atribut dengan tingkat kesesuaian 106.58% adalah *Employee are having professional appearance and good manner*. Pemerintah dan pengelola tempat wisata telah memberikan kenyamanan wisatawan melalui pelayanan yang maksimal mulai dari penampilan hingga etika pegawai. Atribut *Freedom to express travelling oppinions* memiliki nilai tingkat kesesuaian tinggi karena peran dari masyarakat. Masyarakat Yogyakarta yang tinggal di daerah pariwisata senang untuk berbincang dengan wisatawan yang berkunjung. Masyarakat memulai pembicaraan dengan memberikan salam kemudian berlanjut dengan berbincang seputar tempat wisata yang dikunjungi. Ketika melakukan perbincangan seperti itu wisatawan menyampaikan pendapatnya dengan leluasa dan masyarakat merespon dengan baik. Tidak mengherankan jika tingkat kesesuaian atribut *Opportunity to meet new people and make a friend* tinggi karena Yogyakarta sendiri dikenal dengan kota yang memiliki tingkat keramahan yang baik sehingga mudah untuk diajak bergaul dengan siapapun. Atribut *Prompt respond to tourist need* mendapatkan nilai 101.57% untuk tingkat kesesuaian, dipengaruhi oleh atribut-atribut sebelumnya yang berkaitan secara langsung interaksi antara wisatawan dan pengelola wisata serta masyarakat. Pariwisata di Yogyakarta selalu mengedepankan kenyamanan pengunjung sesuai dengan slogan kota Yogyakarta yaitu “Berhati Nyaman”.

Rata-rata tingkat kesesuaian mendekati 100% yaitu sebesar 93.52%. Nilai tersebut menunjukkan bahwa responden sangat puas terhadap pelayanan wisata di Yogyakarta karena berada pada rentang nilai 81%-100%. Terdapat 17 atribut yang memiliki tingkat kesesuaian pada rentang tersebut. Peneliti dapat mengatakan bahwa kinerja 17 atribut tersebut memuaskan untuk responden karena sesuai dengan tingkat kepentingan mereka.

Tingkat kesesuaian dari atribut pelayanan yang memiliki nilai terendah adalah *Availability of health services and facilities* yaitu sebesar 63.4%. Hal tersebut dapat terjadi karena responden berpendapat bahwa atribut tersebut penting

untuk disediakan namun pengelola tidak memberikan kinerja yang baik. Sehingga nilai kesesuaian atribut *Availability of health services and facilities* menjadi sangat rendah. Responden berpendapat bahwa atribut *Quality of public transportation service* dapat memberikan perasaan puas pada responden. Tingkat kesesuaian atribut tersebut sebesar 80%.



Gambar 3. Hasil uji metode IPA.

Hasil diagram cartesius diatas dapat menunjukkan hasil beserta keputusan yang dapat digunakan pemangku kebijakan untuk mengelola pariwisata di Yogyakarta. Hasil diagram diatas dapat dibaca berdasarkan kuadran yang dibuat. Garis yang membagi grafik menjadi empat kuadran tersebut adalah garis rata-rata dari nilai persepsi dan harapan wisatawan mancanegara.

Kuadran A yang berada di sebelah kiri atas yang menunjukkan bahwa pemangku kebijakan harus memberikan perhatian khusus. Wisatawan mancanegara merasa perlu untuk mendapatkan fasilitas yang berada di kuadran A namun pengelola belum memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan wisatawan.

Fasilitas tersebut adalah *Availability of public services and facilities (i.e. toilette, banks, etc.)*, *Easiness to get around based on public information*, *Quality of tourism information services*, dan *Understanding information*.

Hal yang perlu dipertahankan dan ditingkatkan adalah fasilitas yang berada di kuadran B. Kuadran ini terletak di kanan atas dari diagram cartesius. Fasilitas yang dimaksudkan adalah *Display of countryside, park, beach, or temple is well managing*, *Visualisation of tourism site is appealing*, *Cultural and historical sites are well organized*, *Feeling of personal safety and security*, *Guarantee security system*, *Sincerity to solve tourist problems*, *Prompt response to tourist need*, *Reasonable price*, *Easy transaction process*, dan *Determination of service as promised*.

Wisatawan mancanegara menganggap beberapa hal yang tidak terlalu penting untuk mereka namun fasilitas tersebut diberikan oleh penyedia jasa. Hal tersebut dapat terlihat di kuadran C yang terletak di sebelah kiri bawah. Fasilitas tersebut adalah *Quality and variety of restaurants*, *Quality of public transport service*, *Availability of health services and facilities*, *Availability of shopping facilities*, *Sustainability of nightlife and entertainment*, dan *Overall cleanliness of the streets and public places*.

Atribut yang berada di kuadran D adalah *Strategic hotel location*, *Employees are having professional appearance and good manner*, *Freedom to express traveling opinions*, dan *Opportunity meet new people and make a friend*. Atribut yang berada di kuadran D dapat diartikan bahwa fasilitator menyajikannya terlalu berlebihan sedangkan wisatawan menganggap hal tersebut tidak terlalu penting.

5.5. Pengujian Parameter Rata-rata Satu Populasi

Pada diagram cartesius terlihat beberapa titik yang mendekati garis rata-rata atribut *Importance* (kepentingan). Peneliti melakukan pengujian terhadap titik-titik tersebut untuk melihat kecenderungan letak titik di sebuah kuadran. Pengujian dilakukan dengan uji T.

a. Hipotesis:

$$H_0: \mu = 5.716$$

$$H_1: \mu \neq 5.716$$

b. Tingkat signifikansi

$$\alpha = 0.05$$

c. Daerah kritis

$p\text{-value} < \alpha$ atau $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$, maka tolak H_0

d. Statistik uji

Tabel 10. Hasil uji T.

	Test Value = 5.716					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of The Difference	
					Lower	Upper
Q1.2	-.122	99	.903	-.01600	-.2752	.2432
Q2.3	1.051	93	.296	.12443	-.1107	.3596
Q3.5	-.137	99	.891	-.01600	-.2477	.2157
Q4.3	-.207	97	.837	-.02212	-.2345	.1902
Q5.2	.300	99	.764	.03400	-.1905	.2585

e. Keputusan

Tabel 11. Keputusan uji T.

Atribut	t-tabel	Tanda	t-hitung	Keputusan
Q1.2	1.660	>	-0.122	Gagal tolak H_0
Q2.3	1.985	>	1.051	Gagal tolak H_0
Q3.5	1.660	>	-0.137	Gagal tolak H_0
Q4.3	1.661	>	-0.207	Gagal tolak H_0
Q5.2	1.660	>	0.300	Gagal tolak H_0

f. Kesimpulan

Semua atribut yang diuji memiliki rata-rata sama dengan 5.716.

Berdasarkan uji T diatas, diketahui bahwa nilai rata-rata dari lima atribut atribut sama dengan nilai rata-rata harapan responden. Sehingga untuk tujuan perbaikan fasilitas pariwisata, peneliti menempatkan kelima atribut tersebut diatas garis rata-rata harapan responden.

Secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa atribut yang berada di kuadran A adalah *Availability of public services and facilities (i.e. toilette, banks, etc.)*, *Easiness to get around based on public information*, *Quality of tourism information*

services, Understanding information, dan Quality of public transport service. Semua atribut tersebut dirasa penting untuk wisatawan mancanegara namun pengelola tidak memberikan pelayanan yang terbaik. Pengelola sebaiknya memprioritaskan perbaikan terhadap lima atribut sehingga wisatawan mancanegara akan semakin banyak berkunjung ke Yogyakarta.

Pengujian T pada empat atribut lainnya menunjukkan hasil yang sama. Keempat atribut tersebut akan diletakkan di kuadran B oleh peneliti. Sehingga terdapat 12 atribut yang perlu dipertahankan dan dikembangkan oleh pengelola wisata atau pihak yang mendukung pariwisata Yogyakarta. Yogyakarta telah memuaskan wisatawan mancanegara dengan 12 atribut yang ditentukan oleh peneliti. Hal tersebut menunjukkan bahwa 50% fasilitas yang disediakan telah disajikan sesuai dengan harapan wisman.

Terdapat lima atribut yang berada di kuadran C. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa wisatawan mancanegara tidak terlalu membutuhkannya dan pengelola tidak memberikan pelayanan maksimal. Hal ini perlu diperhatikan namun untuk perbaikan perlu adanya pertimbangan lagi.

Tersisa dua atribut yaitu *Employees are having professional appearance and good manner* dan *Opportunity meet new people and make a friend* yang berada di kuadran D. Kuadran ini menunjukkan bahwa pengelola memberikan pelayanan yang baik namun wisman tidak terlalu membutuhkannya, sehingga hal tersebut dianggap berlebihan oleh wisatawan mancanegara.

BAB VI

PENUTUP

6.1. Kesimpulan

Hasil analisis dengan metode *Importance Performance Analysis* menunjukkan bahwa terdapat 10 atribut yang dirasa penting untuk wisman dan pengelola wisata telah menyajikannya dengan baik. Kuadran D menunjukkan empat atribut yang memiliki penampilan yang sudah baik namun wisman tidak terlalu membutuhkan fasilitas tersebut. Terdapat 5 atribut yang berada pada kuadran C. Atribut tersebut memiliki penyajian yang tidak maksimal dan wisman juga tidak terlalu membutuhkannya. Di kuadran A, wisman merasa atribut tersebut penting untuk dihadirkan namun pengelola tidak memberikan pelayanan yang maksimal.

Atribut pertama yang harus diperbaiki adalah *Quality of public transportation service*. Transportasi umum sangat dibutuhkan untuk wisman yang berasal dari negara maju karena mereka terbiasa menggunakannya. Kurangnya informasi penggunaan transportasi umum di Yogyakarta membuat mereka kesulitan untuk memanfaatkan atribut tersebut.

Atribut kedua yang perlu diperbaiki berhubungan dengan atribut pertama, yaitu *Easiness to get around by public information*. Kekurangan informasi umum di kawasan Yogyakarta membuat wisman kesulitan untuk melakukan perjalanan sendiri. Hal tersebut menuntut mereka untuk menggunakan jasa *tour guide*.

Quality of tourism information services merupakan atribut ketiga yang perlu untuk segera diperbaiki. Dinas Pariwisata Yogyakarta memiliki badan khusus untuk membantu wisatawan menggali informasi pariwisata di Yogyakarta yaitu *Tourist Information Center (TIC)*. Letak TIC yang berada di belakang halte dan memiliki pintu kecil merupakan faktor yang membuat wisman tidak melihatnya. Hal tersebut mempengaruhi kualitas pelayanan yang disediakan.

Availability of public services and facilities (i.e. toilette, banks, etc.) dapat dijadikan prioritas keempat perbaikan atribut pelayanan. Ketersediaan fasilitas umum di tempat area wisata dianggap penting oleh responden. Fasilitas umum seperti kamar mandi perlu diperbaiki dan ditambahkan jumlahnya karena hal

tersebut diperlukan oleh wisatawan. Kebersihan kamar mandi umum haruslah selalu dijaga agar wisatawan nyaman menggunakannya.

Atribut *Understanding information* dapat dijadikan prioritas terakhir untuk perbaikan. Atribut ini meliputi informasi yang tertulis maupun informasi yang disampaikan secara langsung oleh pengelola pariwisata. Informasi tertulis sebaiknya disediakan dalam beberapa bahasa karena tidak semua wisatawan mancanegara fasih menggunakan bahasa Inggris. Penyampaian informasi dari pengelola harusnya jelas. Pegawai tempat wisata sebaiknya menguasai bahasa Inggris agar dapat menyampaikan informasi dengan jelas kepada wisman.

6.2. Saran

Peneliti telah melakukan penelitian tersebut dengan baik sehingga memunculkan beberapa saran.

1. Bagi peneliti yang ingin melakukan penelitian terhadap wisatawan mancanegara sebaiknya melakukan penelitian di akhir tahun. Menurut data yang dipublikasikan oleh Badan Pusat Statistik Daerah Istimewa Yogyakarta, jumlah wisman semakin meningkat menuju akhir tahun. Sehingga peneliti dapat melakukan penelitian dengan hasil yang maksimal.
2. Bagi pihak yang mengelola pariwisata di Yogyakarta sebaiknya melakukan riset terlebih dahulu untuk melihat keinginan wisatawan mancanegara. Penelitian ini dapat digunakan pengelola wisata untuk dapat memberikan pelayanan yang baik kepada wisman yang berkunjung ke Yogyakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardi, NK. 2007. *Analisis Kinerja Pelayanan Angkutan Umum dari Sisi Pengguna*. Jurnal DIMENSI. Kepulauan Batam: Universitas Riau.
- Bazneshin, SD., Hosseini, SB., Azeri, ARK. 2015. The Physical Variables of Tourist Areas to Increase the Tourists' Satisfaction Regarding the Sustainable Tourism Criteria: Case study of Rudsar Villages, Sefidab in Rahim Abad. *Procedia - Social and Behavioral Sciences 201 (2015) 128 – 135*.
- Chulikavit, K., Bangkhomned, W. 2013. An Importance Performance Analysis (IPA) of Foreign Tourist Perception towards Online Service Quality of Tour Operators in Chiang Mai, Thailand. *APCMB-803 (2016) 724 – 736*.
- Eriyanto. 2007. *Teknik Sampling: Analisis dan Opini Publik*. Yogyakarta: LKIS.
- Hidayah, SA., Utami, RC. 2016. *Statistik Profil Wisatawan Mancanegara 2015*. Jakarta Pusat: Kementerian Pariwisata.
- Hidayah, SA., Utami, RC. 2015. *Laporan Eksekutif: Analisis Kesiapan Destinasi Dalam Rangka Pencapaian Target 20 Juta Wisman Pada Tahun 2019*. Jakarta Pusat: Kementerian Pariwisata.
- Hutasoit, ABR., Sari, RL. 2014. Analisis Permintaan Wisatawan Mancanegara Berwisata di Tuktuk Siadong, Kabupaten Samosir. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Vol. 2 (587-600)*.
- Johann, M. 2014. The Importance Performance Analysis: an Evaluation of Tourist Satisfaction with the Destination Attribute. *International Journal of Economic Practices and Theories, Vol. 4, No. 5, 2014, Special issue on Marketing and Business Development, e-ISSN 2247-7225. 572 – 578*.
- Kotler, P., Haider, D.H. and Rein, I. (1993), *Marketing Places: attracting investment, industry and tourism to cities, states, and nations*. New York: The Free Press.
- Lestari, W. 2011. *Analisis Kepuasan Wisatawan terhadap Kualitas Produk Wisata di Kawasan Wisata Candi Borobudur Pasca Erupsi Merapi Yogyakarta Tahun 2010*. Surakarta: Perpustakaan UNS.
- Martilla, J. A. and James, J. C. 1977. Importance-performance analysis. *Journal of Marketing, 41(January), pp. 77-79*.
- Martono, N. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Muharastri, Y. 2008. [Skripsi] *Analisis Kepuasan Konsumen Susu UHT Merek Real Good Di Kota Bogor*. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Neto, F. 2003. *A New Approach to Sustainable Tourism Development: Moving Beyond Environmental Protection*. USA: United Nations.
- Nisco, D. 2009. Using Importance Performance Analysis in Evaluating Tourist Satisfaction, The Case of Campania. *EIASM Capri (2009) 1 – 13*.
- NN. 2016. *Statistik Kepariwisataaan DIY 2015*. Yogyakarta: Dinas Pariwisata.
- Nurdiana, A. 2012. Kualitas Pelayanan di Objek Wisata Gua Jatijajar Kebumen.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. and Berry, L. L. 1988. A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing, 1985, 49(Fall), pp. 41-50*.

- Rangkuti, F. 2003. *Riset Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Setiawan, E. 2007. *Modified IPA-II sebagai Upaya Identifikasi Potensi Perbaikan di Institusi Pendidikan Tinggi*. Surakarta: Jurusan Teknik Industri Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sukardi dan Cholidis, C. 2006. *Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Produk Corned Pronas Produksi PT CIP, Denpasar, Bali*. *Teknologi Industri Pertanian* 18(2): 106-117.
- Supranto. 2011. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Titu, MA., Simina, A., Titu, S. 2016. *Measuring Service Quality in Tourism Industry*. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 221 (2016) 294 – 301.
- Umar, H. 2000. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Yoeti, O A. 2003. *Customer Service Cara Efektif Memuaskan Pelanggan*. Jakarta: PT. Pradya Paramita.

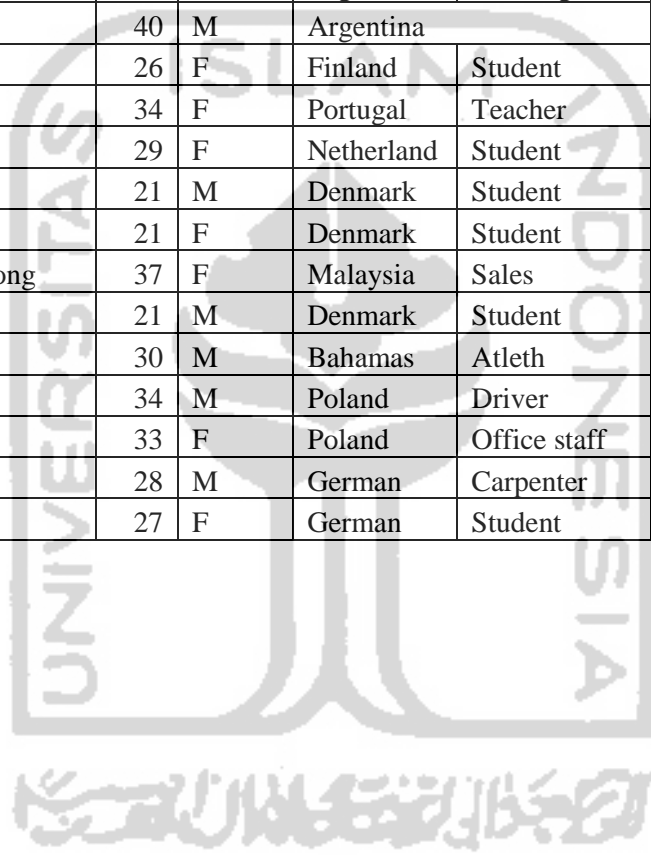


Lampiran 1. Profil responden.

No	Name	Age	Gender	Nationality	Occupation	Trip duration (days)
1	Michael Heerm	24	M	British		4
2	Javier Encinar	51	M	Spain	Handy craft	28
3	Celina Hauriat	39	F	Swiss	Veterinarian	5
4	Barbara	41	F	Italian	Handy craft	28
5	Maureen	29	F	CA	Government	2
6	Somoles	43	F	Austria	Teacher	30
7	Noemie	22	F	French	Student	7
8	Holly	22	F	British	Barista	150
9	Elly Heney	24	F	British	Waitress	120
10	Peter Jurgs	75	M	German	Retiree	120
11	Barior	28	M	Poland	Video maker	
12	Bernaert	21	M	French	Student	7
13	Alexander	24	M	German	Student	2
14	Samuel	30	M	Portugal	IT Consultant	2
15	Siedericas	45	M	German	Engineer	7
16	Sylvain	34	M	French	Fireman	45
17	Florence	32	F	French	Employee	45
18	Le Grand Samuel	24	M	French	Student	
19	Margot	22	F	French	Student	
20	Jana	23	F	German	Student	2
21	Leah	27	F	USA	Business	4
22	James	26	M	USA	Business	4
23	Sjoeed	29	M	Netherland	Student	60
24	Elend	24	F	Rusia	Teacher	30
25	Cesar	37	M	Spain	Office staff	4
26	Pluym	67	F	Belgium		60
27	Cambi	73	M	Belgium		60
28	Susanne	20	F	Netherland	Student	
29	Jihooen	57	F	Netherland		
30	Michael	61	M	Australia	Retiree	21
31	Michael	65	M	British		14
32	Davied	29	M	British	Lecture	4
33	Zach Kowalsky	20	M	Canada	Student	3
34	Naila al Kharusi	19	F	Canada	Student	3
35	Anna Tokunaga	19	F	Canada	Student	3
36	Maria	29	F	Argentina	Adversiting	3
37	Emma Jansson	31	F	Netherland		3
38	James Rees	32	M	British	Photographer	7

39	Daisy Green	27	F	British	Photographer	5
40		29	F	Poland		2
41	Wosabeh	31	M	Poland	Diplomat	3
42		70	M	Lithuania		4
43	Katya	29	F	Rusia	Manager	2
44	Eric	31	M	Turkey	Manager	2
45	Jan-arie	34	M	Netherland	Prison guard	3
46	Tamara	29	F	Netherland	Prison guard	3
47	Tim	29	M	Netherland	Owner	5
48	Vivian	27	F	Netherland	Social work	2
49	Naomi Phillips	22	F	Netherland	Student	3
50	Lesley Zul	23	M	Netherland	Student	3
51	Agata	26	F	Poland	Psicolog	2
52	Susanne	29	F	German	Manager	2
53	Benjamin	32	M	German		2
54	Buket	27	F	Turkey	Travel writer	3
55	Mert	32	M	Turkey	Musician	3
56	Leoni	27	F	German	Student	7
57	Stephani	27	F	German	Student	90
58		70	M	Australia	Retiree	3
59	Lyubarie	31	M	Bulgarian	Consultant	4
60	Joseph	30	M	Bulgarian		4
61	Sayaka Kurihara	22	F	Japan	Student	3
62	Yudai Ogawa	24	M	Japan	Student	3
63	Sayuri Mori	22	F	Japan	Student	3
64	Lian	22	M	British	Student	3
65	Katie	21	F	British	Student	3
66	Fiona	26	F	British	Sales	4
67	Nicole	31	M	Canada	Nurse	5
68	Emre	30	M	Turkey	Finance	2
69	Zoe	25	F	British	Unemployeed	4
70	Landbrecht	65	M	Netherland	Retiree	6
71		64	F	Netherland	Retiree	6
72		70	M	Netherland	Retiree	3
73		65	F	Netherland	Retiree	3
74		59	F	Netherland	Retiree	3
75	Niels	37	M	German		4
76	Ng Jia Hong	28	M	Malaysia	Sales	6
77	Ng Shuy Yin	40	F	Malaysia	Event Manager	6
78	Elizabeth	22	F	British	Student	5

79	Luca	22	M	British	Student	7
80		61	F	German	Teacher	7
81	Ceonic	31	M	French	Technician	3
82	Vanessa	31	F	French	Accountant	3
83	Michael	34	M	German	Student	1.5
84	Cavga	36	F	British	Manager	5
85		60	M	British		6
86	Carolinna	45	F	Argentina	Teacher	3
87	Gergio	50	M	Argentina	Psicolog	3
88		40	M	Argentina		5
89	Maisa	26	F	Finland	Student	3
90	Sofia	34	F	Portugal	Teacher	2
91	Guilia	29	F	Netherland	Student	6
92	Simone	21	M	Denmark	Student	5
93	Astrid	21	F	Denmark	Student	5
94	May Cheong	37	F	Malaysia	Sales	4
95	Christian	21	M	Denmark	Student	7
96		30	M	Bahamas	Atleth	30
97	Marcin	34	M	Poland	Driver	3
98	Justina	33	F	Poland	Office staff	3
99	Patrick	28	M	German	Carpenter	7
100	Ella	27	F	German	Student	180



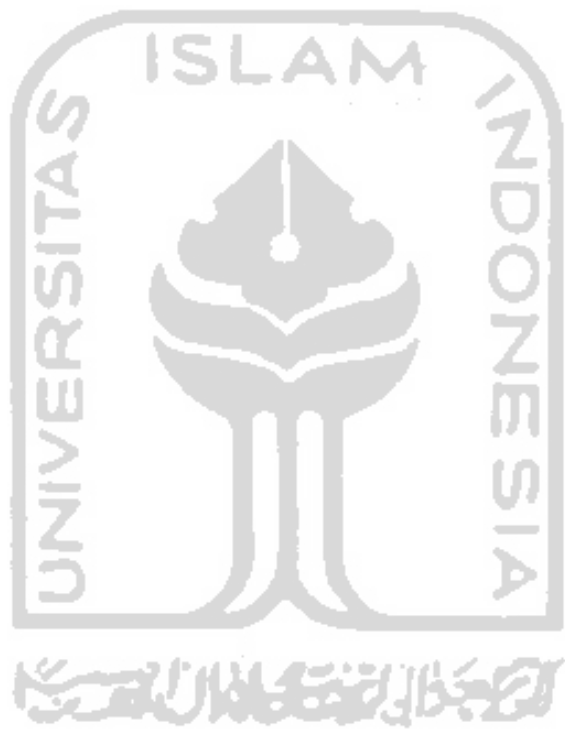
Lampiran 2. Penilaian harapan responden.

No	Q1.1	Q1.2	Q1.3	Q1.4	Q1.5	Q2.1	Q2.2	Q2.3	Q2.4	Q2.5	Q2.6	Q3.1	Q3.2	Q3.3	Q3.4	Q3.5	Q3.6	Q3.7	Q4.1	Q4.2	Q4.3	Q4.4	Q5.1	Q5.2
1	5	7	6	7	4	4	7	7	6	6	7	5	4	6	6	5	7	6	5	6	7	7	6	5
2	7	2	1	7	5	1	7	4	4	4	5		1	2	5	7	4	3	2	7	5	4	7	7
3	6	2	5	5	4	3	6		6	5	6	6	3	5	5	5	6	7	3	6	5	2	4	4
4	6	5	4	5	5	4	5	5	6	6	4	6	4	5	6	6	5	5	5	5	6	7	5	6
5	5	6	4	6	5	5	5	6	7	7	7	4	4	5	6	6	5	6	4	4	6	6	7	6
6	5	7	7	7	6	5	6	6	6	7	6	5	4	5	6	5	5	5	7	6	6	7	6	7
7	6	6	5	6	4	5	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5	6	5	4	5	4	4
8	6	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	6			7	7	7	7	7	7	7	7	6	7
9	5	6	5	7	4	7	6	7	6	6	6	6	6	5	5	6	7	6	5	5	5	7	5	5
10	7	7	5	7	7	1	5	7	7		5	3	1	4	5	4	7	7	5	3	6	7	3	4
11	5	5	6	6	6	3	6	6	7	7	5	7	5	6	7	6	7	6	5	7	6	7	6	5
12	6	5	5	6	7	6	6	6	7	5	6	6	5	5	5	5	7	6	6	6	6	6	7	6
13	7	7	6	6	5	4	6	5	7	5	5	4	5	5	4	6	6	5	6	6	6	5	6	5
14	6	6	6	6	6	6	7	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
15	6	6	4	6	6	4	6	6	6	5	6	4	2	5	5	6	6	6	6	5	6	5	6	6
16	5	6	6	6	6	2	6		6	6	7	7	4	6	6	5	7	6	6	6	5	5	7	6
17	5	6	7	7	5	4	6	6	6	6	5	7	5	6	6	6	6	6	6	6	6	5	7	7
18	4	6	5	5	5	3	6	4	5	6	6	6	2	6	6	3	7	7	5	4	6	7	6	5
19	5	6	7	7	4	4	7	6	5	4	7	5	2	7	6	5	7	7	6	4	7	7	6	5
20	3	6	6	6	6	4	5	6	6	6	6	6	2	6	4	6	7	6	6	6	6	5	6	6
21	7	6	7	6	6	7	6	5	5	5	5	4	5	6	7	7	7	5	6	6	5	6	6	6
22	6	4	6	7	7	6	6	6	6	6	6	4	5	6	7	7	6	6	6	6	7	6	6	5

23	5	7	7	7	5	7	7	7	6	6	6	5	2	7	6	7	6	7	7	6	6	5	7	6
24	6	4	7	7	3	4	4	7	7	7	6	6	6	7	6	6	4	5	6	7	1	6	6	5
25	6	7	7	7	6	7	7	7	7	6	7	7	5	6	7	6	6	7	7	6	7	7	7	7
26	7	6	4	6	4	7	7	5	7	5	5	6	4	5	7	6	4	5	7	7	7	6	5	7
27	6	6	6	6	5	6	5	6	5	7	6	6	5	7	5	6	6	7	6	5	6	5	6	6
28	6	4	3	5	6	4	4	5	4	4	6	6	3	3	4	4	6	5	5		5	6	4	3
29	5	7	6	7	7	2	6	6	7	6	7	5	1	7	4	3	6	7	6	6	6	7	7	5
30	7	5	6	7	6	5	6	6	6	5	6	7	7	7	7	7	5	4	6	7	6	5	6	6
31	6	7	6	7	6	6	5	6	6	7	5	7	5	7	7	7	7	6	7	6	5	5	5	6
32	7	5	6	6	5	4	6	7	6	7	6	7	5	4	5	6	6	6	5	4	5	6	7	6
33	5	4	5	7	4	4	4	5	5	3	4	6	4	6	6	3	4	3	6	5	4	5	4	2
34	6	7	7	7	7	4	7	7	7	6	7	6	7	7	7	7	7	7	7	5	4	6	7	7
35	4	6	5	7	6	5	6	7	7	6	7	6	6	7	6	5	6	7	6	6	5	7	6	7
36	5	7	5	7	7	5	7	3	7	7	7	6	4	7	7	4	7	7	4	7	7	7	7	7
37	5	5	6	6	3	6	6	4	5	3	3	2	5	6	5	6	5	5	5	6	4	6	6	6
38	5	4	6	5	4	4	6	5	5	5	4	4	3	5	4	3	5	5	6	6	3	6	5	4
39	5	6	5	6	5	4	4	5	7	6	6	6	5	5	5	6	6	5	6	5	6	7	6	6
40	5	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	6	6	7	7	7	6	6	7	7	7	7	7
41	6	5	6	4	6	6	7	5	6	5	6	7	4	7	5	6	7	5	6	5	6	5	6	6
42	5	4	6	6	6	4	6	4	6	6	6		3	4	3	6	7	6	5	6	5	4	6	6
43	7	7	6	7	6	4	6	7	7	6	6	7	5	7	6	6	5	5	7	6	5	4	7	5
44	7	7	5	7	6	4	7	6	6	6	6	7	1	7	6	7	7	7	6	5	6	6	7	6
45	7	7	5	7	5	7	6	7	7	4	4		3	5	5	5	5	5	4	5	7	6	6	6
46	7	6	6	7	7	6	6	6	6	6	6	7	5	6	6	7	6	6	6	6	6	6	7	7
47	3	5	5	6	5	4	6	5	6	6	6	4	4	6	6	6	6	6	6	5	5	6	5	5

48	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6
49	7	6	6	7	7	7	7	6	6	7	6	7	5	6	7	7	6		6	4	7	6	6	6
50	5	6	6	7	6	5	7	7	6	7	7	5	5	5	6	6	6	6	6	6	7	7	6	5
51	4	6	6	6	6	5	6	6	5	5	5	5	4	5	4	4	6	4	6	6	5	7	4	5
52	5	1	7	7	7	1			5	5	7	7	3	7	7	7	5	7	7	7	6	4	7	4
53	7	1	6	7	7	1	7	4	7	5	6	4	2	5	4	7	4	5	6	7	6	6	6	7
54	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	5	6	6	5	6	6	6	5	5	5	5	5	5
55	5	4	5	5	7	5	6	5	6	6	6	5	6	6	5	7	7	6	5	5	5	7	7	7
56	6	6	7	7	6	5	6	7	6	6	7	7	5	7	6	6	6	6	6	6	6	6	6	7
57	6	7	6	7	7	5	7	7	7	5	7	7	4	7	6	2	7	5	7	5	4	5	5	5
58	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	4	6	4	6	6	6	6	6	6	4	6	6
59	6	6	6	7	6	4	6	7	7	7	6	5	3	6	6	6	7	7	7	7	6	7	6	6
60	6	5	4	4	4	5	6	3	5	3	6	6	3	5	4	4	5	6	5	4	4	6	5	4
61	7	7	6	7	5	4	4	7	7	6	7	6	6	7	6	7	6	7	7	6	5	6	7	7
62	6	7	5	7	7	4	7	7	7	6	7	5	6	7	6	6	6	6	6	5	6	7	7	7
63	7	7	6	7	7	6	6	7	6	6	7	7	5	7	7	6	6	7	6	7	6	7	7	7
64	5	4	6	6	3	5	6	6	5	6	5	5	4	6	5	3	6	5	6	4	5	3	5	4
65	6	5	5	7	6	6	6	6	7	6	6	6	4	6	4	5	6	6	5	6	5	5	6	6
66	5	4	6	7	7	6	6	6	6	6	6	4	4	7	4	7	4	6	6	6	6	2	7	7
67	6	7	7	7	7	5	7	7	7	7	7	6	4	7	7	7	7	7	7	7	6	7	7	7
68	3	5	7	7	7	4	7	4	7	7	6	5	1	7	5	6	6	7	7	7	7	3	7	7
69	5	7	7	7	6	6	7	7	7	7	7	3	4	6	7	6	7	7	7	7	6	6	7	7
70	6	6	7	7	7	4	6	7	6	6	6	6	4	7	7	6	6	7	7	7	6	5	6	7
71	6	6	7	7	7	6	6	7	6	6	6	7	3	7	7	7	6	7	7	7	6	5	6	7
72	5	6	6	6	7	6	6	5	5	6	6	7	4	4	6	5	5	5	5	6	5	7	6	5

98	6	6	6	6	5	4	6	5	6	6	6	5	4	6	6	6	7	6	6	6	6	6	6	6	6
99	5	6	6	5	5	3	6	6	3	6	5	4	6	5	4	5	5	5	5	5	6	7	6	5	
100	5	7	6	6	5	3	6		6	4	5	4	6	6	4	4	5	5	6	6	4	5	4	6	



Lampiran 3. Penilaian persepsi responden.

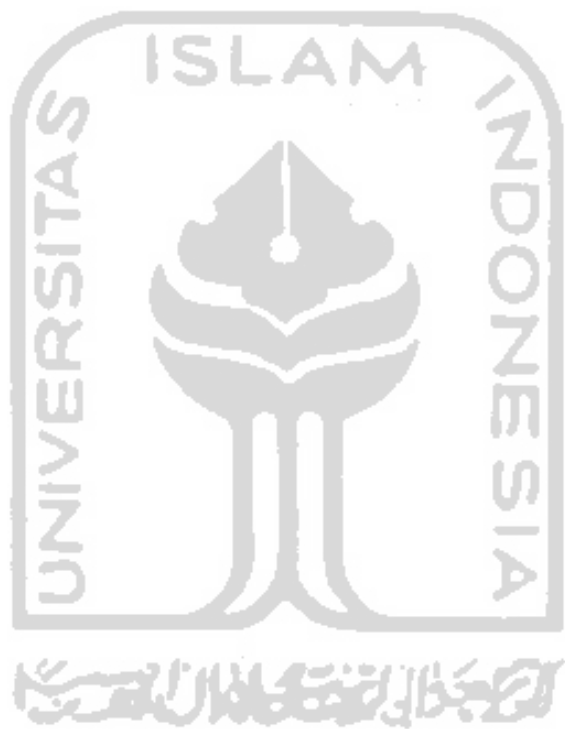
No	Q1.1	Q1.2	Q1.3	Q1.4	Q1.5	Q2.1	Q2.2	Q2.3	Q2.4	Q2.5	Q2.6	Q3.1	Q3.2	Q3.3	Q3.4	Q3.5	Q3.6	Q3.7	Q4.1	Q4.2	Q4.3	Q4.4	Q5.1	Q5.2
1	5	7	3	5	7	4	7	5	6	6	5	5	5	4	7	7	7	7	4	6	7	7	5	5
2	7	6	2	7	6	1	6	3	4	4	6	5	3	4	5	6	7	3	7	6	4	7	7	7
3	6	5	2	6	7	4	4		5	6	7	6	7	7	6	7	6	7	3	3	6	4	6	6
4	7	5	4	5	5	6	6	5	6	6	5	6	6	6	6	6	6	5	5	5	6	7	5	6
5	6	6	4	6	6	6	5	6	6	6	4	6	6	5	6	6	5	6	4	4	5	5	5	5
6	6	7	7	7	6	6	6	6	6	7	6	5	6	7	6	5	6	7	6	5	7	6	7	7
7	5	4	5	3	5	5	6	5	6	6	6	6	5	3	5	4	3	6	6	5	4	6	5	5
8	6	5	6	4	6		7	4	6	6	6	5	6	6	4	7		3	7	4	7	7	7	7
9	4	6	4	5	6	5	5	5	7	5	5	4	6	4	4	7	5	4	5	5	6	7	5	5
10	7	4	5	7	7	2	4	7	7		5	3	1	4	5	3	7	7	6	4	6	7	1	3
11	6	3	4	6	6		4	5	5	5	5	6	6	6	3		6	6	3	5	5	7	5	6
12	6	5	6	6	7	6	6	6	7	3	6	6	6	5	6	7	6	5	6	6	6	6	7	6
13	6	6	5	7	7		6	7	6	5	5	5	6	5	6	6	6	5	5	6	6	5	6	5
14	4	5	4	6	5	5	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	6	5	5	4	6	6	6	6
15	5	4	4	6	6	4	5	6	6	5	6	6	6	3	5	6	5	3	4	6	7	6	6	6
16	5	6	4	7	7		5		7	7	7	7	4	6	6	6	6	5	4	4	6	7	6	6
17	5	5	6	5	4	5	4	5	6	5	5	4	5	5	7	5	5	5	5	5	5	5	4	4
18		6	5	7	5	5	2	6	4	5	6	6	5	3	4	5	3	5	7	6	5	6	3	6
19	6	7	6	6	5	4	1	6	4	4	5	7	5	3	4	6	2	5	7	7	5	7	5	4
20	6	3	6	7	6	6	6	6	7	7	7	5	6	6	6	5	6	6	6	6	6	7	6	6
21	6	6	6	7	7	6	7	6	6	7	6		6	6	7	7	7	6	7	7	7	7	7	7
22	6	4	6	7	7	5	7	6	7	6	6	5	6	6	7	7	5	6	6	6	7	7	6	6

23	6	7	4	6	5	7	6	5	5	6	6	6	6	7	5	7	5	6	3	4	6	7	5	6
24	7	4	4	7	6	4	3	6	7	5	6	6	7	7	6	6	4	5	4	4	5	6	5	5
25	5		5	6	5	7	4	5	7	6	6		6	6	4	5	6	4	6	5	6	7		7
26	6	6	4	6	6	2	4	6	4	5	6	4	6	2	2	3	6	5	4		6	6	7	7
27	6	5	5	6	6	2	5	6	6	4	5	4	6		5	5	3		4	4	6	7	7	7
28	5	5	6	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	6	6	5	5	4	6	4
29	4	4	6	2	6				5	5	5				1	4		3	3	3	3		6	
30	7	5	3	7	7	6	7	7	7	5	7	4	7	7	7	7	7	6	5	6	7	6	6	5
31	6	7	4	7	7	7	5	6	7	6	5	7	5	6		6	5	6	6	6	6	7	5	6
32	6	7	4	7	6	5	7	6	7	6	6	3	4	5	5	6	7	6	5	3	4	7	6	6
33	5	4	4	6	5	6	5	6	6	5	5	6	5	5	6	6	7	4	5	5	5	4	4	4
34			7	7	7		5		7		7		5	5	5		7	5		7	7	6	7	7
35			7	7	7		6	7	7	6	7				5	5	6	5	6	7	7	7	7	7
36	5	3	4	6	6	6	5	7	7	6	6		2	4	3	6	7	4	4	7	7	7	6	5
37	5	4	5	6	5	5	5	5	2	3				5	6	5	4	5	5	4	4	4	6	6
38	6	4	5	6	6	6	6	5	7	6	6	5	4	6	6	5	6	6	5	4	6	6	6	6
39	4	6	6	7	7	5	5	5	7	6	6	6	5	6	6	6	7	4	6	5	7	7	7	7
40	6	6	6	6	7	6	7	6	6	7	7	6	6	6	6	6	7	6	6	7	7	6	7	7
41	5	5	6	6	7	5	7	5	7	6	7	6	5	6	6	7	7	6	7	6	6	6	7	7
42	6	4	6	6	5	5	7	5	6	5	6		4	4	5	6	7	6	5	5	6	5	5	6
43		1	5	3	5	4	6	2	2	5	6			5	4	5	5	5	1	5	4	4	4	4
44	4	3	7	4	7	7	7	5	5	6	6	4	7	7	5	7	7	7	3	7	7	7	7	7
45	7	7	4	7	5	4	6	7	4	6	6		6	7	6	7	6	6	7	6	7	6	5	6
46	7	6	6	7	7	6	6	6	4	6	6		6	6	5	7	6	6	6	6	6	6	7	7
47	5	6	5	6	6	5	6	5	6	6	6	4	4	6	3	6	6	7	6	5	5	6	6	6

48	4	6	5	6	6	3	6	6	3	5	5	3	3	6	4	6	6	6	4	4	4	3	4	4
49	5	6	7	7	7	5	7	5	7	7	6	5	7	6	6	7	6		4	6	6	7	6	7
50	5	5	6	7	6	4	6	5	6	6	7	5	6	5	5	6	6	6	5	6	7	5	7	6
51	4	5	4	4	4	5	5	6	4	4	6	5	4	5	4	4	6	4	5	4	4	7	4	6
52	6		7	7	7	7			7	6	6	1	7	5	1	7	7	7	2	7	7	7	7	7
53	7		5	6	7		7	7	7	7	6	5	5	6	2	7	6	6	3	6	6	7	6	7
54	5	4	6	6	6	5	5	6	4	5	6	5	5	6	5	6	6	6	4	6	5	3	6	6
55	5	4	5	5	7	5	6	5	6	6	6	5	6	6	5	7	7	6	5	5	5	7	7	7
56	6	4	5	7	7	5	6	6	7	5	6	5	5	6	5	6	5	6	5	6	6	5	7	7
57	5	5		7	7	5	7	7	7	7	7		6	5	7		7	7	6	7	7	7	7	7
58	6	4		6	6		7	6	6	6	6		6	5	4	6	6	5	4	6	6	6	6	6
59	3	6	5	7	5	5	6	7	7	5	7		4	6	5	6	6	6	5	4	5	6	6	5
60	4	4	5	7	4	5	7	5	6	6	5	4	5	5	5	6	7	7	4	4	7	6	7	7
61	5	6	5	5	5	4	4	4	7	6	6	4	5	4	4	5	6	6	6	5	6	6	5	6
62	5	5	4	6	6	4	6	6	7	5	6	4	6	5	4	6	5	7	4	4	6	7	7	7
63	3	2	3	3	2	3	4	3	6	5	3	3	3	2	2	4	4	4	4	4	5	6	4	4
64	4	5	7	7	6	5	7	7	6	7	5	5	6	6	7	5	7	7	7	5	5	4	7	6
65	6	6	5	7	7	6	7	6	6	7	6	5	5	6	6	5	6	7	4	5	5	6	6	7
66	5	5	5	6	6	6	7	5	5	5	6	5	6	4	5	7	7	6	5	4	6	4	5	6
67	7	5	6	7	7	7	6	7	7	6	6	4	7	7	6	7	5	6	6	7	6	7	7	6
68	4	4	6	7	7	5	6	4	7	7	5	4	4	6	5	6	7	6	6	6	4	4	7	7
69	5	6	5	6	5	6	7	6	6	6	6	3	5	6	7	6	7	7	7	6	7	5	5	6
70	6	6	5	6	7		7	6	6	6	7			4	5	7	6	6	5	7	5	6	7	7
71	6	6	5	6	6	5	7	6	6	6	7			5	6	6		6	5	7	5	6	7	7
72	6	4	4	5	6		5	5	5	6	4		3	5	3	3	4	4	3	4	4	5	5	5

73	6		6	6	7	4	7	6	6	6	7	7	6	7	4	6	7	6	6	6	7	7	7	7
74	6	6	6	6	6		6	6	7	6	6	6	7	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	7
75	4	4	5	7	4	4	6	4	5	7	4	3	6	7	5	6	5	4	6	6	5	6	4	5
76	5	6	5	5	6	5	6	5	5	5	5	4	5	5	5	6	6	5	5	4	5	5	5	5
77	4	5	5	6	5	3	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4
78	6		7	7	7	7	7	5	7	7	6	4	5	7	4	7	7	7	7	7	7	5	7	7
79	5	2	2	7	7	7	5	7	4		4	4	4	6	2	7	7	7	4	4	7	7	7	6
80	6	5	5	6	7	6	5	6	7	7	7	6	6	6	6	6	6	6	5	4	7	7	7	7
81	6	7	5	6	7	5	7		4	7	6	6	6	6	7	6	6	5	6		6	7	6	
82	6	6	6	6	6	5	6		4	6	5		5	5	5	6	6	6	6	6		6	5	6
83	4	5	4	7	6	4	4	6	5	5	4	6	4	5	4	5	6	6	5	5	4	3	4	5
84	5	5	6	6	7	5	7	6	7	6	7	4	5	6	5	5	6	5	5	6	7	7	7	7
85	5	7	7	6	7	6	6	6	6	6	5	3	4	7	7	6	6	7	7	6	5	5	7	7
86	6	5	4	4	5	1	6	4	5	6	6	5	4	6	5	6	4	6	4	4	4	4	4	4
87	5	4	5	5	4	1	6	5	5	6	6	5	4	5	5	4		6	5	4	5	5	5	5
88	3	2	2	6	6	5	4	6	4	4	6	6	5	4	3	4	3	4	2	5	6	7	6	6
89	5	5	7	5	5	4	7	5	7	5	6	6	7	7	5	7	7	6	7	7	7	7	6	7
90	6	5	4	6	5	4	6	5	5	4	6	5	6	5	4	6	7	6	4	5	6	4	5	5
91	4	2	4	7	6	6	5	5	7	7	6	4	5	3	4	5	4	4	4	4	6	6	6	5
92	5	5	7	7	7	4	6	7	6	4	5	5	6	5	5	5	6	4	7	7	7	7	7	7
93	6	5	6	7	6	4	5	5	7	5	6	5	6	5	6	7	6	3	5	7	6	6	6	5
94	4	1	4	4	5	2	4	4	4	6	5	3	4	5	2	5	5	5	3	5	6	6	7	7
95	7	4	4	7	6	6	6	6	7	6	6	6	7	6	4	5	6	5	6	5	6	6	6	5
96	5	5	7	5	6	1	7	5	7	6	4	6	5	5	5	4	7	7	5	4	6	6	5	5
97	7	7	7	7	7	7	7	6	5	6	6	6	7	4	7	7	7	6	7	3	7	6	7	7

98	7	6	6	6	6	6	7	6	7	7	7	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	7	7	7
99	6	3	5	5	5	4	6		3	6	5		6	5	4	5	6	5	5	5	5	7		5	
100	7	2		5	5	4	6		2	6	4		6	5	4	5	6	5	3		5	7	4		



Lampiran 4. Hasil uji validitas nilai harapan responden.

		T			T
Q1.1	Pearson Correlation	.291**	Q3.3	Pearson Correlation	.558**
	Sig. (2-tailed)	.003		Sig. (2-tailed)	.000
	N	100		N	99
Q1.2	Pearson Correlation	.539**	Q3.4	Pearson Correlation	.564**
	Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.000
	N	100		N	100
Q1.3	Pearson Correlation	.614**	Q3.5	Pearson Correlation	.469**
	Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.000
	N	100		N	100
Q1.4	Pearson Correlation	.598**	Q3.6	Pearson Correlation	.439**
	Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.000
	N	100		N	100
Q1.5	Pearson Correlation	.465**	Q3.7	Pearson Correlation	.525**
	Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.000
	N	100		N	99
Q2.1	Pearson Correlation	.516**	Q4.1	Pearson Correlation	.601**
	Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.000
	N	100		N	100
Q2.2	Pearson Correlation	.469**	Q4.2	Pearson Correlation	.412**
	Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.000
	N	99		N	99
Q2.3	Pearson Correlation	.629**	Q4.3	Pearson Correlation	.484**
	Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.000
	N	94		N	98
Q2.4	Pearson Correlation	.592**	Q4.4	Pearson Correlation	.350**
	Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.000
	N	100		N	100
Q2.5	Pearson Correlation	.619**	Q5.1	Pearson Correlation	.617**
	Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.000
	N	98		N	100
Q2.6	Pearson Correlation	.603**	Q5.2	Pearson Correlation	.683**
	Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.000
	N	99		N	100
Q3.1	Pearson Correlation	.475**	T	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	
	N	96		N	100
Q3.2	Pearson Correlation	.294**			
	Sig. (2-tailed)	.003			
	N	99			

Lampiran 5. Hasil uji validitas nilai persepsi responden.

		T			T
Q1.1	Pearson Correlation	.291**	Q3.3	Pearson Correlation	.554**
	Sig. (2-tailed)	.004		Sig. (2-tailed)	.000
	N	96		N	97
Q1.2	Pearson Correlation	.479**	Q3.4	Pearson Correlation	.601**
	Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.000
	N	93		N	100
Q1.3	Pearson Correlation	.336**	Q3.5	Pearson Correlation	.596**
	Sig. (2-tailed)	.001		Sig. (2-tailed)	.000
	N	97		N	96
Q1.4	Pearson Correlation	.543**	Q3.6	Pearson Correlation	.440**
	Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.000
	N	100		N	96
Q1.5	Pearson Correlation	.486**	Q3.7	Pearson Correlation	.449**
	Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.000
	N	100		N	98
Q2.1	Pearson Correlation	.507**	Q4.1	Pearson Correlation	.527**
	Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.000
	N	88		N	99
Q2.2	Pearson Correlation	.501**	Q4.2	Pearson Correlation	.369**
	Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.000
	N	98		N	98
Q2.3	Pearson Correlation	.411**	Q4.3	Pearson Correlation	.561**
	Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.000
	N	91		N	98
Q2.4	Pearson Correlation	.531**	Q4.4	Pearson Correlation	.249*
	Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.013
	N	100		N	99
Q2.5	Pearson Correlation	.391**	Q5.1	Pearson Correlation	.448**
	Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.000
	N	97		N	98
Q2.6	Pearson Correlation	.445**	Q5.2	Pearson Correlation	.496**
	Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.000
	N	98		N	98
Q3.1	Pearson Correlation	.295*	T	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	.012		Sig. (2-tailed)	
	N	71		N	100
Q3.2	Pearson Correlation	.394**			
	Sig. (2-tailed)	.000			
	N	94			

Lampiran 6. Reliabilitas nilai harapan responden.

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	85	85.0
	Excluded ^a	15	15.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.873	.887	24

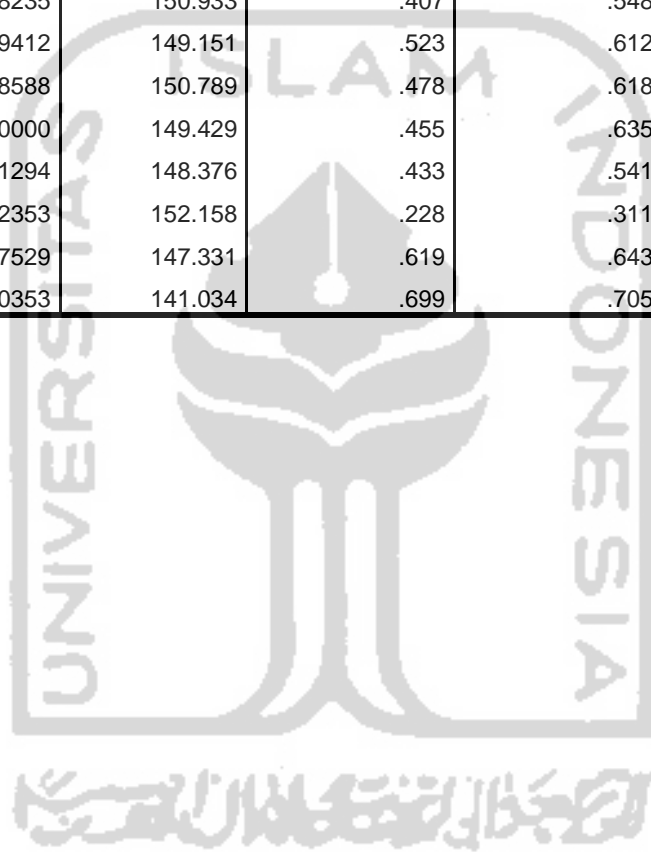
Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Inter-Item Correlations	.247	-.200	.704	.903	-3.524	.022	24

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Q1.1	132.3882	149.455	.354	.408	.871
Q1.2	132.0118	147.940	.431	.505	.869
Q1.3	131.9176	149.386	.500	.589	.867
Q1.4	131.4353	148.868	.617	.661	.865
Q1.5	132.1882	146.274	.489	.456	.867
Q2.1	133.0824	147.029	.363	.310	.872
Q2.2	131.7647	151.015	.430	.377	.869
Q2.3	131.9647	143.296	.595	.637	.864

Q2.4	131.7059	148.591	.548	.655	.866
Q2.5	131.9059	148.729	.509	.501	.867
Q2.6	131.8000	146.900	.606	.627	.864
Q3.1	132.2000	146.257	.449	.398	.868
Q3.2	133.4471	155.226	.088	.440	.884
Q3.3	131.7765	152.223	.375	.452	.870
Q3.4	132.1765	146.790	.481	.462	.867
Q3.5	132.1294	147.114	.436	.464	.869
Q3.6	131.8235	150.933	.407	.548	.869
Q3.7	131.9412	149.151	.523	.612	.867
Q4.1	131.8588	150.789	.478	.618	.868
Q4.2	132.0000	149.429	.455	.635	.868
Q4.3	132.1294	148.376	.433	.541	.869
Q4.4	132.2353	152.158	.228	.311	.876
Q5.1	131.7529	147.331	.619	.643	.864
Q5.2	132.0353	141.034	.699	.705	.860



Lampiran 7. Reliabilitas nilai persepsi responden.

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	56	56.0
	Excluded ^a	44	44.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.888	.891	24

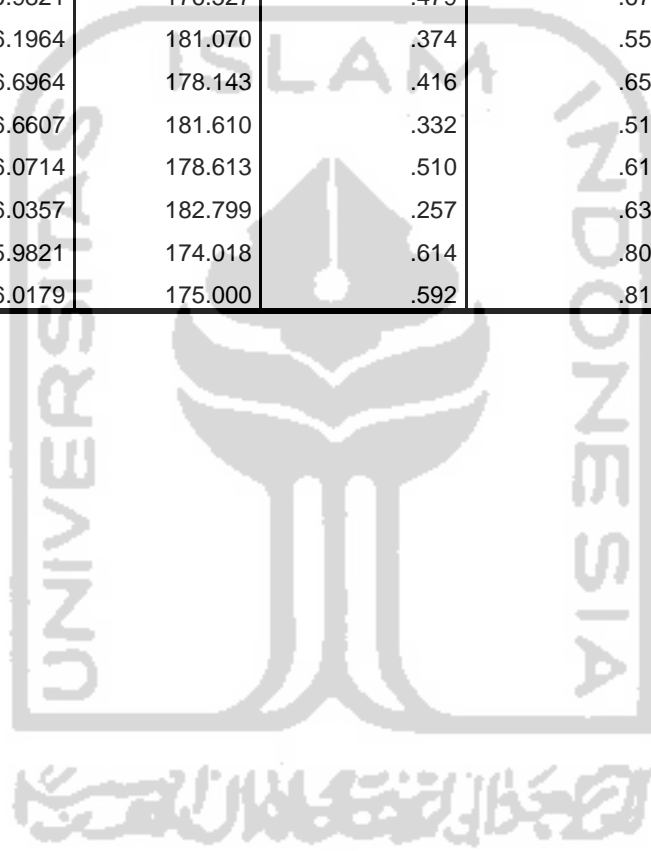
Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Inter-Item Correlations	.254	-.139	.792	.930	-5.711	.024	24

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Q1.1	126.6607	176.956	.525	.666	.883
Q1.2	126.9107	180.410	.293	.593	.890
Q1.3	126.7143	176.171	.470	.662	.884
Q1.4	125.8214	179.458	.457	.554	.885
Q1.5	125.9286	172.758	.674	.682	.879
Q2.1	126.9464	172.524	.527	.465	.883
Q2.2	126.0893	172.919	.554	.695	.882
Q2.3	126.3750	180.748	.486	.713	.884

Q2.4	125.8571	177.179	.487	.622	.884
Q2.5	126.1964	183.833	.315	.535	.888
Q2.6	126.1786	177.168	.593	.577	.882
Q3.1	126.9821	184.818	.226	.400	.890
Q3.2	126.5536	178.106	.495	.645	.884
Q3.3	126.3571	173.725	.602	.636	.881
Q3.4	126.6607	171.283	.631	.674	.880
Q3.5	126.0179	179.654	.501	.589	.884
Q3.6	125.9821	176.527	.479	.674	.884
Q3.7	126.1964	181.070	.374	.558	.887
Q4.1	126.6964	178.143	.416	.653	.886
Q4.2	126.6607	181.610	.332	.510	.888
Q4.3	126.0714	178.613	.510	.612	.883
Q4.4	126.0357	182.799	.257	.636	.890
Q5.1	125.9821	174.018	.614	.804	.881
Q5.2	126.0179	175.000	.592	.815	.881



Lampiran 8. Tabel T

Table A.7 Tolerance Factors for Normal Distributions

n	Two-Sided Intervals						One-Sided Intervals					
	$\gamma = 0.05$			$\gamma = 0.01$			$\gamma = 0.05$			$\gamma = 0.01$		
	1 - α			1 - α			1 - α			1 - α		
	0.90	0.95	0.99	0.90	0.95	0.99	0.90	0.95	0.99	0.90	0.95	0.99
2	32.019	37.674	48.430	160.193	188.491	242.300	20.581	26.260	37.094	103.029	131.426	185.617
3	8.380	9.916	12.861	18.930	22.401	29.055	6.156	7.656	10.553	13.995	17.170	23.896
4	5.369	6.370	8.299	9.398	11.150	14.527	4.162	5.141	7.042	7.380	9.083	12.387
5	4.275	5.079	6.634	6.612	7.855	10.260	3.407	4.203	5.741	5.362	6.578	8.939
6	3.712	4.414	5.775	5.337	6.345	8.301	3.006	3.708	5.062	4.411	5.406	7.335
7	3.369	4.007	5.248	4.613	5.488	7.187	2.756	3.400	4.642	3.859	4.728	6.412
8	3.136	3.732	4.891	4.147	4.936	6.468	2.582	3.187	4.354	3.497	4.285	5.812
9	2.967	3.532	4.631	3.822	4.550	5.966	2.454	3.031	4.143	3.241	3.972	5.389
10	2.839	3.379	4.433	3.582	4.265	5.594	2.355	2.911	3.981	3.048	3.738	5.074
11	2.737	3.259	4.277	3.397	4.045	5.308	2.275	2.815	3.852	2.898	3.556	4.829
12	2.655	3.162	4.150	3.250	3.870	5.079	2.210	2.736	3.747	2.777	3.410	4.633
13	2.587	3.081	4.044	3.130	3.727	4.893	2.155	2.671	3.659	2.677	3.290	4.472
14	2.529	3.012	3.955	3.029	3.608	4.737	2.109	2.615	3.585	2.593	3.189	4.337
15	2.480	2.954	3.878	2.945	3.507	4.605	2.068	2.566	3.520	2.522	3.102	4.222
16	2.437	2.903	3.812	2.872	3.421	4.492	2.033	2.524	3.464	2.460	3.028	4.123
17	2.400	2.858	3.754	2.808	3.345	4.393	2.002	2.486	3.414	2.405	2.963	4.037
18	2.366	2.819	3.702	2.753	3.279	4.307	1.974	2.453	3.370	2.357	2.905	3.960
19	2.337	2.784	3.656	2.703	3.221	4.230	1.949	2.423	3.331	2.314	2.854	3.892
20	2.310	2.752	3.615	2.659	3.168	4.161	1.926	2.396	3.295	2.276	2.808	3.832
25	2.208	2.631	3.457	2.494	2.972	3.904	1.838	2.292	3.158	2.129	2.633	3.601
30	2.140	2.549	3.350	2.385	2.841	3.733	1.777	2.220	3.064	2.030	2.516	3.447
35	2.090	2.490	3.272	2.306	2.748	3.611	1.732	2.167	2.995	1.957	2.430	3.334
40	2.052	2.445	3.213	2.247	2.677	3.518	1.697	2.126	2.941	1.902	2.364	3.249
45	2.021	2.408	3.165	2.200	2.621	3.444	1.669	2.092	2.898	1.857	2.312	3.180
50	1.996	2.379	3.126	2.162	2.576	3.385	1.646	2.065	2.863	1.821	2.269	3.125
60	1.958	2.333	3.066	2.103	2.506	3.293	1.609	2.022	2.807	1.764	2.202	3.038
70	1.929	2.299	3.021	2.060	2.454	3.225	1.581	1.990	2.765	1.722	2.153	2.974
80	1.907	2.272	2.986	2.026	2.414	3.173	1.559	1.965	2.733	1.688	2.114	2.924
90	1.889	2.251	2.958	1.999	2.382	3.130	1.542	1.944	2.706	1.661	2.082	2.883
100	1.874	2.233	2.934	1.977	2.355	3.096	1.527	1.927	2.684	1.639	2.056	2.850
150	1.825	2.175	2.859	1.905	2.270	2.983	1.478	1.870	2.611	1.566	1.971	2.741
200	1.798	2.143	2.816	1.865	2.222	2.921	1.450	1.837	2.570	1.524	1.923	2.679
250	1.780	2.121	2.788	1.839	2.191	2.880	1.431	1.815	2.542	1.496	1.891	2.638
300	1.767	2.106	2.767	1.820	2.169	2.850	1.417	1.800	2.522	1.476	1.868	2.608
∞	1.645	1.960	2.576	1.645	1.960	2.576	1.282	1.645	2.326	1.282	1.645	2.326

Adapted from C. Eisenhart, M. W. Hastay, and W. A. Wallis, *Techniques of Statistical Analysis*, Chapter 2, McGraw-Hill Book Company, New York, 1947. Used with permission of McGraw-Hill Book Company.