



**PENGARUH ATRAKSI WISATA, FASILITAS, DAN SUMBER DAYA MANUSIA
TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG DI TAMAN PINTAR YOGYAKARTA**

**Penelitian ini diajukan sebagai syarat untuk memperoleh gelar Magister dari Sekolah
Pascasarjana Universitas Sahid Jakarta**

Oleh :

RATNA IKAWATI

201121138014

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
SEKOLAH PASCASARJANA UNIVERSITAS SAHID JAKARTA
2015**

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tesis : Pengaruh Atraksi Wisata, Fasilitas, dan Sumber Daya Manusia Terhadap Kepuasan Pengunjung di Taman Pintar Yogyakarta

Nama : Ratna Ikawati

NPM : 201121138014

Program Studi : Magister Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pariwisata

SEKOLAH PASCASARJANA UNIVERSITAS SAHID JAKARTA

Menyetujui,

Pembimbing I



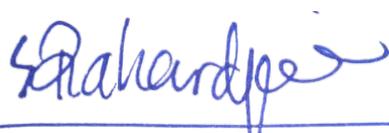
(Prof. Ir. Nindyo Suwarno, M.Phil, Ph.D)

Pembimbing II



(Dr. Jamalullail, MM)

Ketua Program Studi MM



(Dr. Sri Rahardjo, MM, MBA, MPM, M.Phil)

Direktur SPS USAHID Jakarta



(Prof. Azril Azahari, Ph. D)

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tesis : Pengaruh Atraksi Wisata, Fasilitas, dan Sumber Daya Manusia Terhadap Kepuasan Pengunjung di Taman Pintar Yogyakarta

Nama : Ratna Ikawati

NPM : 201121138014

Program Studi : Magister Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pariwisata

SEKOLAH PASCASARJANA UNIVERSITAS SAHID JAKARTA

Pengesahan Oleh,

Penguji Ahli : Prof. Showam Masjuri, SU



Penguji Utama : Prof. Ir. Nindyo Suwarno, M.Phil, Ph.D



Penguji Kedua : Dr. Jamalullail, MM



Tanggal Yudisium : 16 April 2015

ABSTRAK
PENGARUH ATRAKSI WISATA, FASILITAS, DAN SUMBER
DAYA MANUSIA TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG DI TAMAN
PINTAR YOGYAKARTA
Oleh : Ratna Ikawati
NPM : 201121138014 (Program Studi Magister Manajemen)

Taman Pintar adalah obyek wisata pendidikan berupa wahana ilmu pengetahuan yang dibangun dengan konsep pengembangan kawasan yang terencana, terintegrasi dan berbasis teknologi dalam rangka memberikan ruang berekspresi dalam berwisata sekaligus menambah ilmu pengetahuan dengan cara yang menyenangkan.

Taman Pintar ini pada awalnya digagas untuk melayani keinginan warga masyarakat kota Yogyakarta mulai dari usia pra sekolah sampai sekolah menengah untuk memperdalam pemahaman soal materi-materi pelajaran, khususnya sains, dengan cara yang menarik. Dalam perkembangannya, fungsi Taman Pintar tidak hanya melayani warga masyarakat di sekitar Yogyakarta, tetapi juga memenuhi kebutuhan pengetahuan tentang sains dan teknologi untuk berbagai kalangan dan usia. Oleh karena itu, perumusan masalah pada penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh antara atraksi wisata, fasilitas, dan sumber daya manusia terhadap kepuasan pengunjung di Taman Pintar Yogyakarta.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda. Penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan kuesioner. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik sampel tidak acak atau *non random sampling/nonprobability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*.

Dari analisis regresi diperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan atraksi wisata terhadap kepuasan pengunjung di Taman Pintar sebesar 31%; terdapat pengaruh positif dan signifikan fasilitas terhadap kepuasan pengunjung di Taman Pintar sebesar 32,3%; dan terdapat pengaruh positif dan signifikan sumber daya manusia terhadap kepuasan pengunjung di Taman Pintar sebesar 35,8%. Nilai koefisien korelasi diperoleh sebesar 0,942. Ketiga variabel memiliki hubungan yang kuat terhadap kepuasan pengunjung. Dengan demikian semakin baik atraksi wisata, fasilitas, dan sumber daya manusia yang terdapat di Taman Pintar Yogyakarta semakin meningkatkan kepuasan pengunjung.

Kata Kunci : Atraksi Wisata, Fasilitas, Sumber Daya Manusia, Kepuasan Pengunjung

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
ABSTRAK.....	iii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Permasalahan	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS.....	9
2.1 Kajian Pustaka	9
2.1.1 Pengertian Umum dalam Sistem Kepariwisata.....	9
2.1.2 Pengertian Atraksi Wisata.....	11
2.1.3 Pengertian Fasilitas.....	16
2.1.4 Pengertian Sumber Daya Manusia.....	20
2.1.5 Kepuasan Pengunjung.....	25
2.2 Penelitian Terdahulu.....	31
2.3 Kerangka Pemikiran.....	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	35
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	35
3.2 Metode Penelitian.....	35
3.3 Variabel Penelitian.....	35
3.4. Definisi Operasional.....	36
3.5 Populasi dan Sampel.....	37
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.7 Metode Analisis Data.....	40
3.7.1 Uji Validitas Data.....	40
3.7.2 Uji Realibilitas Data.....	41
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	42

A. Uji Normalitas.....	42
B. Uji Heteroskedastisitas.....	43
3.7.4 Koefisien Korelasi.....	44
3.7.5 Koefisien Determinasi (R ²).....	45
3.7.6 Uji Statistik.....	46
A. Uji Parsial (Uji T).....	46
B. Uji Simultan (Uji F).....	46
3.8 Hipotesis Penelitian.....	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1 Profil Taman Pintar.....	50
4.2 Tata Letak.....	56
4.3 Taman Pintar Ditinjau Dari Segi Atraksi Wisata.....	58
4.4 Taman Pintar Ditinjau Dari Segi Fasilitas.....	78
4.5 Taman Pintar Ditinjau Dari Segi Sumber Daya Manusia.....	82
4.6 Hasil dan Pembahasan Kuesioner.....	85
1. Uji Validitas.....	85
2. Uji Reliabilitas.....	92
3. Uji Asumsi Klasik.....	95
A. Uji Normalitas.....	95
B. Uji Multikolinearitas.....	96
C. Uji Heteroskedastisitas.....	97
4. Uji Koefisien Korelasi (R).....	99
5. Uji Koefisien determinasi (R ²).....	99
6. Uji Statistik.....	100
A. Uji Parsial (Uji T).....	100
B. Uji Simultan (Uji F).....	102
7. Uji Regresi.....	103
4.7 Hipotesis Penelitian.....	105
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	108
5.1 Kesimpulan	108
5.2 Saran.....	109
DAFTAR PUSTAKA.....	x

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Berwisata sudah menjadi bagian dari kehidupan bermasyarakat, apalagi di era sekarang ini *traveling* sudah menjadi kebutuhan publik. Salah satunya yaitu untuk *leasure*. *Leasure* merupakan kebutuhan baru yang diciptakan sebagai citra bahwa orang perlu berwisata untuk mendapatkan penyegaran, relaksasi dan kebugaran setelah bekerja. Berwisata juga dapat meningkatkan pengalaman, pembelajaran dan pengetahuan tentang kebudayaan.

Yogyakarta adalah daerah yang terkenal memiliki berbagai macam obyek wisata. Salah satu indikator yang menggambarkan bergeliatnya kegiatan pariwisata adalah jumlah kunjungan wisatawan domestik. Sampai saat ini, DIY dikenal sebagai salah satu daerah yang menjadi tujuan wisata di Indonesia. Hal ini tidak lepas dari beragamnya khasanah kekayaan wisata DIY, baik wisata alam maupun wisata budaya, baik wisata yang sifatnya massal maupun minat khusus. Jumlah kunjungan wisata ke DIY selama periode 2007-2012 sangat dipengaruhi oleh kondisi perekonomian makro maupun faktor eksternal seperti bencana alam (gempa bumi dan erupsi merapi) dan lainnya.

Tabel 1.1**Jumlah Wisatawan Domestik yang Datang ke DIY Tahun 2007-2012**

No.	Tahun	Wisatawan Domestik (orang)
1.	2007	2.127.600
2.	2008	2.516.200
3.	2009	2.981.800
4.	2010	2.851.000
5.	2011	3.057.600
6.	2012	3.397.900

Sumber: BPS DIY tahun 2014

Tabel 1.2**Nilai PDRB ADHB (Atas Dasar Harga Berlaku), Laju Pertumbuhan dan Andil Pertumbuhan DIY menurut Lapangan Usaha Tahun 2012 dan 2013**

No.	Lapangan Usaha	ADHB (Miliar Rupiah)		Laju Pertumbuhan (%)		Andil Pertumbuhan (%)	
		2012	2013	2012	2013	2012	2013
1.	Pertanian	8.355,33	8.861,28	4,19	0,63	0,67	0,10
2.	Pertambangan dan Penggalian	379,95	416,53	1,98	4,92	0,01	0,03
3.	Industri Pengolahan	7.609,34	8.771,19	-2,28	7,81	-0,31	0,98
4.	Listrik, Gas dan Air Bersih	727,57	796,70	7,19	6,54	0,06	0,06
5.	Konstruksi	6.186,32	6.908,38	5,97	6,07	0,59	0,60
6.	Perdagangan, Hotel, dan Restoran	11.457,20	13.152,52	6,69	6,20	1,39	1,31

7.	Pengangkutan dan Komunikasi	4.903,52	5.400,53	6,21	6,30	0,68	0,70
8.	Keuangan, Real Estate dan Jasa Perusahaan	5.876,20	6.543,15	9,95	6,23	0,98	0,64
9.	Jasa-Jasa	11.536,32	12.840,03	7,09	5,57	1,22	0,98

Sumber: BPS DIY tahun 2014

Tingginya laju pertumbuhan ekonomi yang dicapai selama tahun 2013 didorong oleh pertumbuhan positif di semua sektor perekonomian. Pertumbuhan yang tertinggi terjadi di sektor industri pengolahan yang mampu tumbuh sebesar 7,81 persen, setelah pada tahun sebelumnya mengalami kontraksi (pertumbuhan negatif) sebesar 2,28 persen. Golongan industri makanan, minuman, dan tembakau; industri tekstil, produk tekstil, alas kaki dan kulit; dan industri furnitur memberi kontribusi terbesar terhadap pertumbuhan di sektor industri pengolahan yang produksinya sangat dipengaruhi oleh permintaan domestik melalui kegiatan pariwisata maupun permintaan ekspor.

Pertumbuhan tertinggi berikutnya dihasilkan oleh sektor listrik, gas dan air bersih sebesar 6,54 persen dan sektor pengangkutan dan komunikasi sebesar 6,30 persen. Sektor perdagangan, hotel dan restoran serta sektor jasa-jasa yang cukup dominan dalam struktur perekonomian DIY juga mampu tumbuh meyakinkan masing-masing sebesar 6,20 persen dan 5,57 persen. Sektor pertanian menjadi lapangan usaha yang memiliki laju pertumbuhan terendah, meskipun masih tumbuh positif sebesar 0,63 persen dan mengalami

perlambatan jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Besarnya andil atau sumbangan masing-masing sektor dalam menghasilkan pertumbuhan ekonomi di DIY didominasi oleh sektor-sektor yang memiliki nilai nominal besar, walaupun pertumbuhan sektor yang bersangkutan relatif kecil. **Sektor yang memberi sumbangan terbesar terhadap pertumbuhan ekonomi DIY tahun 2013 adalah sektor perdagangan, hotel dan restoran dengan andil 1,31 persen.** Besarnya andil yang diberikan oleh sektor industri pengolahan dan sektor jasa-jasa terhadap pertumbuhan ekonomi DIY masing-masing sebesar 0,98 persen, meskipun dari sisi pertumbuhan yang dihasilkan sektor industri pengolahan menjadi yang tertinggi. Andil yang terendah terhadap pertumbuhan DIY diberikan oleh sektor pertambangan dan penggalian sebesar 0,03 persen.

Salah satu obyek wisata yang menarik perhatian wisatawan untuk berkunjung adalah Taman Pintar Yogyakarta. Taman Pintar adalah obyek wisata pendidikan berupa wahana ilmu pengetahuan yang dibangun dengan konsep pengembangan kawasan yang terencana, terintegrasi dan berbasis teknologi dalam rangka memberikan ruang berekspresi dan memfasilitasi tumbuh kembang anak-anak dalam suasana pendidikan yang menyenangkan. Dengan begitu, wisatawan dapat berwisata sekaligus menambah ilmu pengetahuan dengan cara yang menyenangkan, jauh dari rasa bosan. Pendidikan sendiri sangat penting untuk membangun daya saing dan keunggulan bangsa ini. Dengan pendidikan diharapkan tercipta sumber daya manusia (SDM) yang handal dan unggul serta dapat menjadi penggerak

pembangunan bangsa menuju masa depan yang lebih baik. Pendirian Taman Pintar merupakan langkah untuk mempertegas pendidikan berkualitas.

Konsep wisata pendidikan merupakan salah satu alternatif berwisata sehingga menambah pilihan bagi wisatawan dalam melakukan perjalanan. Salah satu yang menjadi pilihan adalah wisata pendidikan yang menawarkan pengalaman dan aktivitas berwisata sambil belajar. Peran serta *stakeholder* sebagai pengembang, pemerintah dan masyarakat tentu sangat dibutuhkan untuk keberhasilan sebuah kawasan wisata. Taman Pintar yang digagas pembangunannya sebagai ikon wisata Yogyakarta belum terealisasi sepenuhnya. Berikut ini adalah data perbandingan jumlah pengunjung dan target jumlah pengunjung Taman Pintar.

Tabel 1.3
Perbandingan antara Target Jumlah Pengunjung dan Realisasi Jumlah
Pengunjung Taman Pintar
Tahun 2007-2013

No.	Tahun	Target Jumlah Pengunjung (orang)	Realisasi Jumlah Pengunjung (orang)
1.	2007	100.000	91.332
2.	2008	100.000	90.209
3.	2009	100.000	794.609
4.	2010	1.250.000	1.007.472
5.	2011	1.500.000	1.100.000

6.	2012	1.500.000	1.300.000
7.	2013	929.056	1.067.166

Sumber: Data based Kantor Taman Pintar tahun 2013

Dari data yang ada dapat dilihat bahwa target jumlah pengunjung dimulai pada tahun 2007 dan dari data tersebut Taman Pintar berhasil mencapai target hanya pada tahun 2009 dan 2013 sedangkan untuk tahun 2007, 2008, 2010, 2011, dan 2012 realisasi jumlah pengunjung Taman Pintar tidak mencapai target yang diinginkan. Pada tahun 2014 Taman Pintar menetapkan target pengunjung sebesar 1.273.883 orang dengan harapan dapat terealisasi seperti pada tahun 2013.

Taman Pintar ini pada awalnya digagas untuk melayani keinginan warga masyarakat kota Yogyakarta mulai dari usia pra sekolah sampai sekolah menengah untuk memperdalam pemahaman soal materi-materi pelajaran, khususnya sains, dengan cara yang menarik. Dalam perkembangannya, fungsi Taman Pintar tidak hanya melayani warga masyarakat di sekitar Yogyakarta, tetapi juga memenuhi kebutuhan pengetahuan tentang sains dan teknologi untuk berbagai kalangan dan usia.

Dengan melihat kenyataan ini maka diperlukan pengembangan obyek wisata Taman Pintar khususnya menarik wisatawan dengan mengembangkan daya tarik wisata yang selama ini belum optimal, memperbaiki fasilitas wisata yang masih kurang, dan meningkatkan jumlah dan kualitas sumber daya manusia yang masih belum maksimal.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka penulis mengambil judul tesis **“PENGARUH ATRAKSI WISATA, FASILITAS, DAN SUMBER DAYA MANUSIA TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG DI TAMAN PINTAR YOGYAKARTA”**.

1.2 Perumusan Masalah

- a. Apakah atraksi wisata mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pengunjung di Taman Pintar Yogyakarta?
- b. Apakah fasilitas mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pengunjung di Taman Pintar Yogyakarta?
- c. Apakah sumber daya manusia mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pengunjung di Taman Pintar Yogyakarta?
- d. Apakah atraksi wisata, fasilitas, dan sumber daya manusia secara simultan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pengunjung di Taman Pintar Yogyakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui pengaruh atraksi wisata terhadap kepuasan pengunjung di Taman Pintar Yogyakarta.
- b. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pengunjung di Taman Pintar Yogyakarta.

- c. Untuk mengetahui pengaruh sumber daya manusia terhadap kepuasan pengunjung di Taman Pintar Yogyakarta.
- d. Untuk mengetahui secara simultan pengaruh atraksi wisata, fasilitas, dan sumber daya manusia terhadap kepuasan pengunjung di Taman Pintar Yogyakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

- a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada bidang ilmu pengetahuan, khususnya bidang ilmu pariwisata. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menambah pengetahuan dan dapat dijadikan sebagai salah satu referensi selanjutnya dalam melakukan penelitian dengan tema sejenis.

- b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada pihak-pihak yang membutuhkan pengetahuan berkenaan dengan penelitian ini yaitu *stakeholders* dan pemerintah, terutama sebagai salah satu bahan pertimbangan dalam upaya pengembangan objek wisata di Taman Pintar.

BAB II

KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Pengertian Umum Dalam Sistem Kepariwisata

Pariwisata bila ditinjau secara harfiah dari asal katanya bahwa wisata atau kata kerjanya berwisata artinya bepergian atau melancong untuk bersenang-senang. Pariwisata adalah sebagai gabungan gejala dan hubungan yang timbul dari interaksi wisatawan, bisnis, pemerintah tuan rumah serta masyarakat tuan rumah dalam proses menarik dan melayani para wisatawan dan pengunjung lainnya (McIntosh, 1972:4).

Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah. Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara (UU RI No. 10 Tahun 2009).

Istilah pariwisata berasal dari dua suku kata, yaitu pari dan wisata. Pari berarti banyak, berkali-kali atau berputar-putar. Wisata berarti perjalanan atau bepergian. Jadi pariwisata adalah perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputar-putar dari suatu tempat ke tempat yang lain. Pengertian pariwisata secara luas dapat dilihat dari beberapa definisi sebagai berikut :

- Menurut A.J. Burkart dan S. Medlik, pariwisata berarti perpindahan orang untuk sementara dan dalam jangka waktu pendek ke tujuan-tujuan di luar tempat dimana mereka biasanya hidup dan bekerja, dan kegiatan-kegiatan mereka selama tinggal di tempat-tempat tujuan tersebut (Soekadijo,2000:3).
- Menurut Prof. Hunzieker dan Prof. K. Krapf, pariwisata dapat didefinisikan sebagai keseluruhan jaringan dan gejala-gejala yang berkaitan dengan tinggalnya orang asing di suatu tempat, dengan syarat bahwa mereka tidak tinggal di situ untuk melakukan suatu pekerjaan yang penting yang memberikan keuntungan yang bersifat permanen maupun sementara (Soekadijo,2000:12).

Untuk membedakan pengertian antara wisata, wisatawan, pariwisata, kepariwisataan, studi ini akan menggunakan definisi yang ditetapkan dalam Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata (pasal 1), yaitu:

- **Wisata** adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.
- **Wisatawan** adalah orang yang melakukan wisata.
- **Pariwisata** adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah.

- **Kepariwisataan** adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan pengusaha.

2.1.2 Pengertian Atraksi Wisata

Salah satu unsur yang sangat menentukan berkembangnya industri pariwisata adalah obyek wisata dan atraksi wisata. Secara sepintas produk wisata dengan obyek wisata serta atraksi wisata seolah-olah memiliki perbedaan secara prinsipil.

Pada literatur-literatur luar negeri tidak pernah ditemukan objek wisata dan daya tarik wisata seperti yang dikenal di Indonesia, namun hanya menggunakan istilah *Tourist Attraction* saja, yaitu segala sesuatu yang menjadi daya tarik untuk mengunjungi daerah tertentu, dimana *Tourist Attraction* itu juga merupakan salah satu unsur pokok dalam pembangunan kepariwisataan yang keberadaannya akan mendorong wisatawan untuk mengunjunginya.

Menurut Yoeti (1996:172) pengertian obyek wisata yaitu, semua hal yang menarik untuk dilihat dan dirasakan wisatawan yang disediakan atau bersumber pada alam saja. Sedangkan pengertian dari atraksi wisata yaitu, sesuatu yang menarik untuk dilihat, dirasakan, dinikmati, dan dimiliki oleh wisatawan, yang dibuat oleh manusia dan memerlukan persiapan terlebih dahulu sebelum diperlihatkan kepada wisatawan.

Pengertian objek wisata secara umum menurut Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 24/1979, tentang penyerahan sebagian urusan pemerintah dalam bidang kepariwisataan pada Daerah Tingkat I adalah sebagai berikut:

1. Objek Wisata adalah perwujudan dari pada ciptaan manusia, tata hidup, seni budaya, serta sejarah bangsa dan tempat atau keadaan alam yang mempunyai daya tarik wisata bagi wisatawan untuk dikunjungi.
2. Atraksi Wisata adalah semua yang diciptakan manusia berupa penyajian kebudayaan seperti tari-tarian, kesenian rakyat, upacara adat, dan lain-lain.

Membicarakan objek dan atraksi wisata baiknya dikaitkan dalam pengertian produksi dan industri pariwisata itu sendiri. Hal ini dianggap perlu karena sampai sekarang ini masih dijumpai perbedaan pendapat antara para ahli mengenai pengertian produk industri pariwisata dari satu pihak dan atraksi wisata pihak lain.

Produk industri pariwisata, meliputi keseluruhan pelayanan yang diperoleh, dirasakan atau dinikmati wisatawan, semenjak meninggalkan rumah dimana biasanya tinggal, sampai kedaerah tujuan wisata yang dipilihnya dan kembali ke rumah dimana berangkat semula, jadi objek dan atraksi wisata itu sebenarnya sudah termasuk dalam produk industri wisata karena kalau tidak, motivasi untuk berkunjung ke daerah tujuan wisata tidak ada, padahal suatu daerah tujuan wisata sudah pasti ada objek dan atraksi wisata. Dan ada pula alasan wisatawan akan berkunjung ke daerah tersebut bila merasakan manfaat kepuasan atau pelayanan yang diberikan.

Jadi dapat dikatakan suatu objek wisata, bila untuk melihat objek tersebut tidak ada persiapan terlebih dahulu dimana seorang saja dapat menikmatinya tanpa bantuan orang lain, karena memang sifat objek wisata tersebut tidak dapat dipindah-pindahkan atau bersifat monumental, contohnya pemandangan alam dan bangunan bersejarah. Lain halnya dengan atraksi wisata yang apabila sesuatu itu dipersiapkan terlebih dahulu agar dapat dilihat dan dinikmati. Atraksi wisata ini sifatnya adalah *entertainment* atau hiburan yang digerakkan oleh manusia seperti tari-tarian, upacara adat dan lainnya. Oleh sebab itu, perlu persiapan khusus untuk dapat menikmatinya.

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 tahun 2009, Atraksi Wisata dijelaskan sebagai segala sesuatu yang memiliki keunikan, kemudahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan wisatawan.

A. Yoeti dalam bukunya “Pengantar Ilmu Pariwisata” tahun 1985 menyatakan bahwa daya tarik wisata atau “*tourist attraction*”, istilah yang lebih sering digunakan, yaitu segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi orang untuk mengunjungi suatu daerah tertentu.

Nyoman S. Pendit dalam bukunya “Ilmu Pariwisata” tahun 1994 mendefinisikan atraksi wisata sebagai segala sesuatu yang menarik dan bernilai untuk dikunjungi dan dilihat.

Menurut Marioti dalam Yoeti (1996: 172) atraksi wisata adalah segala sesuatu yang terdapat di daerah tujuan wisata yang merupakan daya tarik agar

orang ingin berkunjung ke suatu tempat daerah tujuan wisata. Adapun jenis-jenis atraksi wisata diantaranya adalah:

Benda-benda yang tersedia dan terdapat di alam semesta, yang dalam istilah pariwisata disebut dengan *Natural Amenities*. Termasuk ke dalam kelompok ini ialah:

- 1) Iklim, misalnya cuaca cerah (*clean air*), banyak cahaya matahari (*sunny day*), sejuk (*mild*), kering (*dry*), panas (*hot*), hujan (*wet*), dan sebagainya.
- 2) Bentuk tanah dan pemandangan (*land configurations and landscape*).
- 3) Hutan belukar (*the sylvan elemen*), misalnya hutan yang luas, banyak pohon-pohon.
- 4) Fauna dan flora, seperti tanaman-tanaman yang aneh (*uncommon vegetation*), burung-burung (*birds*), ikan (*fish*), binatang buas (*wild life*), cagar alam (*national park*), daerah perburuan (*hunting and photographic*) dan sebagainya.
- 5) Pusat-pusat kesehatan (*health center*) dan yang termasuk dalam kelompok ini, misalnya sumber air mineral (*natural spring of mineral water*), mandi lumpur (*mud baths*), sumber air panas (*hot spring*), dimana kesemuanya itu diharapkan dapat menyembuhkan macam-macam penyakit.
- 6) Hasil ciptaan manusia (*man made suplay*). Kelompok ini dapat dibagi ke dalam empat bagian penting yaitu: benda-benda yang bersejarah dan kebudayaan dan keagamaan (*historical, cultural, dan religious*).
- 7) Tata cara hidup masyarakat (*The way life*) tata cara hidup tradisional dari suatu masyarakat merupakan salah satu sumber yang amat penting untuk

ditawarkan kepada para wisatawan. Bagaimana kebiasaan hidupnya, adat istiadatnya, semuanya merupakan daya tarik bagi wisatawan daerah ini.

Menurut Inskeep (1991:42) karakteristik atraksi wisata dibagi menjadi 3 tipe yaitu :

- a. Atraksi alam meliputi *Scenic Beauty, Beaches & Marines, Flora & Fauna, Special Environmental Features, Parks & Conservations Area, Health Tourism.*
- b. Atraksi Budaya meliputi atraksi yang didasarkan pada kegiatan manusia, yaitu *Archeological, Historical & Cultural Sites, Distinctive Cultural Patterns, Art & Handicrafts, Interesting Economics Activities, Interesting Urban Areas, Museum & Other Cultural Facilities, Cultural Festival.*
- c. Atraksi Tipe Khusus merupakan atraksi yang berhubungan dengan bentukan alam maupun budaya, tetapi dibentuk secara buatan yaitu *Theme Park, Amusement Parks, & Circurces, Shopping, Special Events, Entertainment, Recreation & Sports.*

Berdasarkan ketiga tipe karakteristik atraksi wisata di atas, dapat disimpulkan bahwa atraksi wisata yang ada di Taman Pintar Yogyakarta termasuk dalam atraksi tipe khusus.

Atraksi wisata sangat erat hubungannya *dengan travel motivaton* dan *travel fashion*, karena wisatawan ingin mengunjungi serta mendapatkan suatu pengalaman tertentu dalam kunjungannya.

Atraksi wisata merupakan dasar bagi kepariwisataan. Tanpa adanya daya tarik suatu area/daerah tertentu, kepariwisataan sulit untuk

dikembangkan. Pariwisata biasanya akan lebih berkembang atau dikembangkan, jika di suatu daerah terdapat lebih dari satu jenis daya tarik wisata.

Dari beberapa pengertian diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa atraksi wisata adalah segala sesuatu yang mempunyai daya tarik, keunikan dan nilai yang tinggi, yang menjadi tujuan wisatawan datang ke suatu daerah tertentu.

2.1.3 Pengertian Fasilitas

Mason (2000:46) dan Poerwanto (1998:53) Amenities yaitu fasilitas untuk memperoleh kesenangan. Dalam hal ini dapat berbentuk akomodasi, kebersihan dan keramahtamahan (*tangible and intangible products*).

Menurut Robert Christie Mill (1990:24) wisatawan dalam melakukan kegiatan wisata juga membutuhkan adanya fasilitas yang menunjang perjalanan tersebut. Untuk memenuhi kebutuhan perjalanan tersebut, perlu disediakan bermacam-macam fasilitas, mulai dari pemenuhan kebutuhan sejak berangkat dari tempat tinggal wisatawan, selama berada di destinasi pariwisata dan kembali ke tempat semula.

Fasilitas-fasilitas untuk memenuhi kebutuhan perjalanan wisatawan tersebut muncul dalam satu kesatuan yang saling terkait dan melengkapi satu sama lain, sehingga dalam suatu perjalanan wisata, seluruh komponen yang digunakan tidak dapat dipisahkan, tergantung pada karakteristik dan bentuk perjalanan wisata yang dilakukan oleh wisatawan.

Komponen fasilitas dan pelayanan perjalanan biasanya terdiri dari unsur alat transportasi, fasilitas akomodasi, fasilitas makan dan minum dan fasilitas penunjang lainnya yang bersifat spesifik dan disesuaikan dengan kebutuhan perjalanan. Komponen ini tidak terlepas dari adanya komponen prasarana atau infrastruktur, yaitu suatu komponen yang menjamin bagi tersedianya kelengkapan fasilitas. Fasilitas transportasi baru dapat disediakan apabila ada jaminan bahwa prasarana jalan sudah tersedia, demikian juga fasilitas telekomunikasi dapat disediakan apabila prasarana jaringan penghubung ke destinasi pariwisata tersebut sudah tersedia.

Mill (2000:24) "*Facilities sevice them when they get there*". Fasilitas wisata adalah salah satu hal yang memenuhi kebutuhan dari wisatawan yang melakukan perjalanan wisata sesampainya mereka di atraksi wisata. Komponen dari fasilitas perjalanan terdiri dari unsur alat transportasi, fasilitas akomodasi, fasilitas makanan-minuman dan fasilitas yang lainnya sesuai dengan kebutuhan perjalanan.

Adapun Fasilitas terbagi sebagai berikut:

1. Akomodasi

Akomodasi diperlukan oleh wisatawan yang sedang berkunjung ke atraksi wisata untuk tempat tinggal sementara sehingga dapat beristirahat sebelum melakukan kegiatan wisata selanjutnya. Dengan adanya akomodasi membuat wisatawan untuk tinggal dalam jangka waktu yang cukup lama untuk menikmati objek dan daya tarik wisata. Hal-hal yang berkaitan dengan akomodasi wisata sangat mempengaruhi wisatawan untuk

berkunjung seperti pilihan akomodasi, jenis fasilitas dan pelayanan yang diberikan, tingkat harga, serta jumlah kamar yang tersedia.

2. Tempat makan dan minum

Tentu saja dalam melakukan kunjungan ke tempat wisata para wisatawan yang datang memerlukan makan dan minum sehingga perlu disediakan pelayanan makanan dan minuman. Hal tersebut mengantisipasi bagi para wisatawan yang tidak membawa bekal saat melakukan perjalanan wisata. Makanan khas daerah wisata pun dapat menjadi daya tarik bagi wisatawan yang datang. Hal yang perlu dipertimbangkan yaitu jenis makanan dan minuman, kebersihan, pelayanan, harga, bahkan lokasi pun menjadi salah satu faktor untuk meningkatkan kunjungan wisatawan.

3. Fasilitas umum di lokasi wisata

Fasilitas umum yang dimaksud adalah fasilitas penunjang tempat wisata seperti toilet umum, tempat parkir, musholla, dll.

Pembangunan fasilitas wisata di daerah tujuan wisata maupun objek wisata harus disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan baik secara kuantitatif maupun kualitatif. Fasilitas wisata secara kuantitatif menunjuk pada jumlah fasilitas wisata yang harus disediakan, dan secara kualitatif menunjukkan pada mutu pelayanan yang diberikan dan tercermin pada kepuasan wisatawan **Gamal Suwanto** (2004:22).

Pemaparan **Soekadijo** (1997:95) mengenai syarat-syarat fasilitas yang baik sebagai berikut:

1. Bentuk dari fasilitas harus dapat dikenal (*recognizable*).

2. Pemanfaatan fasilitas harus sesuai dengan fungsinya.
3. Fasilitas harus strategis, dimana pengunjung dapat menemukannya dengan mudah.
4. Kualitas dari fasilitas itu sendiri harus sesuai dengan standar-standar yang berlaku dalam kepariwisataan.

Fasilitas dan pelayanan wisata yang dimaksud adalah semua fasilitas yang dibutuhkan dalam perencanaan kawasan wisata. Fasilitas tersebut termasuk *tour and travel operations* (disebut juga pelayanan penyambutan). Fasilitas tersebut misalnya : restoran dan berbagai jenis tempat makan lainnya, toko-toko untuk menjual hasil kerajinan tangan, cinderamata, toko-toko khusus, toko kelontong, bank, tempat penukaran uang dan fasilitas pelayanan keuangan lainnya, kantor informasi wisata, pelayanan pribadi (seperti salon kecantikan), fasilitas pelayanan kesehatan, fasilitas keamanan umum (termasuk kantor polisi dan pemadam kebakaran), dan fasilitas perjalanan untuk masuk dan keluar (seperti kantor imigrasi dan bea cukai).

Fasilitas wisata dapat diartikan suatu sarana dan prasarana yang harus disediakan oleh pengelola untuk kebutuhan wisatawan. Kebutuhan wisatawan tidak hanya menikmati keindahan alam atau keunikan objek wisata melainkan memerlukan sarana dan prasarana wisata seperti akomodasi, sarana kebersihan, kesehatan, keamanan, komunikasi, tempat hiburan, hotel/penginapan, restoran, dan toko cinderamata, transportasi (jalan alternatif, aspal, hotmik, dan jalan setapak), kendaraan (angkutan umum, becak, ojeg, dan sepeda), dan lain-lain (mushola, tempat parkir, MCK, dan shelter).

Soekadijo (2000:196), mendefinisikan sarana dan prasarana pariwisata sebagai berikut:

Sarana (*suprastruktur*) adalah segala sesuatu yang dibangun dengan memanfaatkan prasarana. Sarana tersebut merupakan kebutuhan penting bagi para wisatawan apabila tersedia dengan baik para wisatawan akan merasa nyaman dalam melakukan berbagai aktivitas lainnya. Prasarana (*infrastruktur*) adalah hasil konstruksi fisik, baik yang ada di atas maupun di bawah tanah diperlukan sebagai prasyarat untuk pembangunan diantaranya dapat berupa pembangkit tenaga listrik, fasilitas kesehatan, dan pelabuhan.

Dari beberapa pengertian diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa fasilitas wisata ialah pelengkap daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan dari wisatawan yang sedang menikmati perjalanan wisata.

2.1.4 Pengertian Sumber Daya Manusia

Pembangunan sektor pariwisata menghadapi permasalahan mendasar antara lain masih terbatasnya SDM pengelola, baik dari sisi kuantitas maupun kualitas. Daya saing SDM pariwisata Indonesia masih relatif rendah jika dibandingkan dengan negara-negara tetangga. Masih rendahnya daya saing tersebut dapat dilihat dari ketimpangan antara proporsi SDM pada level operasional dibandingkan dengan SDM pada level manajemen, pemikir maupun perencana. Kondisi ini disebabkan pendidikan dan keterampilan yang diberikan di sekolah-sekolah pariwisata dari tingkat SMK sampai dengan

Diploma atau Program Setara Diploma dan Strata 1 lebih memprioritaskan pada pendidikan dan pelatihan praktis (*practical skills*) untuk SDM pariwisata di tingkat pelaksana (*practical workers*), dan kurang memberi perhatian pada pembekalan keilmuan yang dapat mempersiapkan SDM berkompotensi tinggi.

Secara umum permasalahan yang dihadapi dalam pengembangan SDM pariwisata adalah sebagai berikut:

1. Belum teridentifikasinya ketersediaan SDM di bidang pariwisata baik secara kuantitas maupun kualitas.
2. Belum teridentifikasinya tingkat kebutuhan SDM baik secara kuantitas maupun kualitas dalam rangka pembangunan bidang pariwisata baik jangka pendek, menengah maupun jangka panjang.
3. Belum teridentifikasinya berbagai permasalahan yang dihadapi dalam pengembangan dan peningkatan daya saing SDM guna pembangunan bidang pariwisata dalam menghadapi tantangan yang terjadi baik nasional, regional maupun internasional.
4. Kurangnya keterpaduan kebijakan pemerintah dalam hal ini departemen terkait dalam pengembangan SDM pariwisata.

SDM pariwisata mencakup wisatawan/pelaku wisata (*tourist*) atau sebagai pekerja (*employment*). Peran SDM sebagai pekerja dapat berupa SDM di lembaga pemerintah, SDM yang bertindak sebagai pengusaha (wirausaha) yang berperan dalam menentukan kepuasan dan kualitas para pekerja, para pakar dan profesional yang turut berperan dalam mengamati, mengendalikan

dan meningkatkan kualitas kepariwisataan serta yang tidak kalah pentingnya masyarakat di sekitar kawasan wisata yang bukan termasuk ke dalam kategori di atas, namun turut menentukan kenyamanan, kepuasan para wisatawan yang berkunjung ke kawasan tersebut.

Dengan merujuk pada Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, pengertian SDM Pariwisata adalah seluruh aspek manusia yang mendukung kegiatan wisata baik bersifat *tangible* maupun *intangibile* yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan mewujudkan terciptanya kepuasan wisatawan serta berdampak positif terhadap ekonomi, kesejahteraan, dan kelestarian lingkungan dan budaya di suatu kawasan wisata.

Sumber Daya Manusia Pariwisata menurut Nawawi (2001) ada tiga pengertian Sumber daya manusia yaitu :

- a) Sumber daya manusia adalah manusia yang bekerja dilingkungan suatu organisasi (disebut juga personil, tenaga kerja, pekerja atau karyawan).
- b) Sumber daya manusia adalah potensi manusiawi sebagai penggerak organisasi dalam mewujudkan eksistensinya.
- c) Sumber daya manusia adalah potensi yang merupakan aset dan berfungsi sebagai modal (non material/non finansial) di dalam organisasi bisnis, yang dapat mewujudkan menjadi potensi nyata (real) secara fisik dan non-fisik dalam mewujudkan eksistensi organisasi.

Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia (kemenparekraf RI) Marie Elka Pangestu dalam pembukaan Laporan

Akuntabilitas Kinerja Badan Pengembangan Sumber Daya Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Tahun 2013 (www.parekraf.go.id) yang menyebutkan bahwa unsur terpenting dalam suatu organisasi adalah sumber daya manusia. Sebaik apapun suatu sistem tidak akan dapat berjalan dengan baik jika tidak didukung oleh sumber daya manusia yang profesional.

Peran SDM dalam Industri Pariwisata yaitu pariwisata sebagai sebuah industri yang sangat bergantung pada keberadaan manusia. Terwujudnya pariwisata merupakan interaksi dari manusia yang melakukan wisata yang berperan sebagai konsumen yaitu pihak-pihak yang melakukan perjalanan wisata/wisatawan dan manusia sebagai produsen yaitu pihak-pihak yang menawarkan produk dan jasa wisata. Sehingga aspek manusia salah satunya berperan sebagai motor penggerak bagi kelangsungan industri pariwisata di suatu negara. SDM merupakan salah satu faktor yang berperan penting dalam memajukan sektor pariwisata. Pentingnya SDM di sektor pariwisata adalah manusia (*people*) merupakan sumber daya yang sangat penting di sebagian besar organisasi. Khususnya di organisasi berbasis jasa (*service-based organization*), SDM berperan sebagai faktor kunci dalam mewujudkan keberhasilan kinerja (Evans, Campbell, & Stonehouse, 2003).

Pada beberapa industri, faktor manusia berperan penting dan menjadi faktor kunci sukses terhadap pencapaian kinerja. Seperti pada industri pariwisata, dimana perusahaan memiliki hubungan langsung yang bersifat *intangible* (tak berwujud) dengan konsumen yang sangat bergantung pada

kemampuan individu karyawan dalam membangkitkan minat dan menciptakan kesenangan serta kenyamanan kepada para konsumennya (Lynch, 2000).

Kesadaran pemerintah terhadap pentingnya peran SDM dalam industri pariwisata telah terlihat paling tidak sejak pemerintahan orde baru. Pada tahun 1993, Indonesia menjadi tuan rumah penyelenggaraan PATA/WTO *Human Resource for Tourism Conference* yang diselenggarakan di Bali. Peranan Indonesia sebagai tuan rumah bagi penyelenggaraan konferensi pariwisata tingkat internasional yang diikuti oleh berbagai Negara di dunia ini, menunjukkan perhatian pemerintah Indonesia terhadap isu penting SDM terhadap kelangsungan industri pariwisata dunia khususnya di Indonesia. Hal ini tercermin dari apa yang diungkapkan oleh Joop Ave yang saat itu menjabat sebagai Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi, yang menyatakan bahwa sebagai sebuah industri jasa (*service industry*), pariwisata sepenuhnya tergantung kepada manusia yang membuat industri tersebut berlangsung. Kualitas dan keterampilan manusia melayani para wisatawan sebagai konsumen dalam industri ini sangat menentukan keberhasilan suatu daerah tujuan wisata dibandingkan dengan yang lainnya.

Pengembangan SDM di industri pariwisata saat ini menghadapi tantangan global yang memerlukan solusi dengan menembus batasan-batasan negara, wilayah dan benua. Salah satu solusi yang perlu ditempuh adalah dengan meningkatkan kompetensi SDM yang dimiliki suatu negara termasuk Indonesia melalui peningkatan kualitas pendidikan dan pelatihan yang tepat.

Jenis/Klasifikasi SDM Pariwisata yaitu : (1) manusia sebagai orang yang melakukan perjalanan wisata (*wisatawan*) dan (2) manusia baik individu maupun kelompok yang bertindak sebagai pihak yang menghasilkan produk dan/atau jasa untuk memenuhi kebutuhan wisatawan. Penekanan pengertian SDM dalam kajian ini adalah SDM dari sisi *supply* yaitu pihak-pihak yang bekerjasama dalam usaha menghasilkan produk/atau jasa yang dibutuhkan oleh wisatawan.

Beberapa peran penting keberadaan SDM di industri pariwisata, yaitu sebagai motor penggerak kelangsungan industri; pelaku utama yang menciptakan produk inti pariwisata (pengalaman); dan salah satu faktor penentu daya saing industri.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan SDM Kepariwisataan adalah “seseorang maupun sekelompok orang yang terlibat dalam kegiatan kepariwisataan yang berperan dalam usaha menghasilkan dan menciptakan produk/jasa untuk pemenuhan kebutuhan wisatawan.”(RPJMN 2010-2014 bidang kebudayaan, pariwisata, pemuda dan olahraga).

2.1.5 Pengertian Kepuasan Pengunjung

Menurut Philip Kotler (1997:36) kepuasan pengunjung adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapannya.

Tse dan Wilton (1988:33) mendefinisikan kepuasan pengunjung sebagai respon dari pengunjung terhadap evaluasi ketidaksesuaian / diskormasi yang dirasakan antara ekspektasi sebelumnya (norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakainya.

Keegan (1995:124) menyatakan bahwa kepuasan pengunjung terhadap suatu produk sangat dipengaruhi oleh karakteristik pengunjung itu sendiri seperti pendapatan, kebiasaan berbelanja, dan reaksi pengunjung itu sendiri terhadap metode penjualan produk sehingga memerlukan metode yang berbeda untuk memenuhi pengunjung yang berbeda pula.

Kepuasan konsumen dapat dibagi menjadi 2 jenis yaitu :

- a. Kepuasan Fungsional, merupakan kepuasan yang diperoleh dari fungsi atau pemakaian suatu produk. Misalnya : karena makan membuat perut kita menjadi kenyang.
- b. Kepuasan Psikologikal, merupakan kepuasan yang diperoleh dari atribut yang bersifat tidak berwujud. Misal : Perasaan bangga karena mendapat pelayanan yang sangat istimewa dari sebuah rumah makan yang mewah .

Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen, maka diperlukan penelitian terhadap tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu produk. Menurut Philip Kotler (1997:38) ada beberapa metode yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen yaitu :

a. Sistem keluhan dan saran

Untuk mengidentifikasi masalah maka perusahaan harus mengumpulkan informasi langsung dari konsumen dengan cara menyediakan kotak saran. Informasi yang terkumpul untuk memberikan masukan bagi perusahaan.

b. Survei kepuasan konsumen

Survei kepuasan konsumen dapat dilakukan dengan cara survei melalui pos surat, telepon, maupun wawancara pribadi. Dengan metode ini perusahaan dapat menciptakan komunikasi 2 arah dan menunjukkan perhatiannya kepada konsumen.

c. Analisis kehilangan konsumen

Tingkat kehilangan konsumen menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan konsumennya. Perusahaan seharusnya menganalisa dan memahami mengapa konsumen tersebut berhenti mengkonsumsi produk kita.

Sedangkan menurut Fandy Tjiptono (1997:35), metode yang digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen dapat dengan cara:

- a. Pengukuran dapat dilakukan secara langsung dengan pertanyaan.
- b. Responden diberi pertanyaan mengenai seberapa besar mereka mengharapkan suatu atribut tertentu dan seberapa besar yang dirasakan.
- c. Responden diminta untuk menuliskan masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan dan juga diminta untuk

menuliskan masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan dan juga diminta untuk menuliskan perbaikan yang mereka sarankan.

- d. Responden dapat diminta untuk meranking berbagai elemen dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen dan seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen.

Pengunjung pada suatu destinasi pariwisata hampir sama dengan konsumen pada sebuah perusahaan baik jasa maupun barang. Pengunjung juga dapat dikatakan sebagai konsumen karena mereka sama-sama menikmati atau mengonsumsi apa yang disediakan oleh penyedia jasa. Mengonsumsi sesuatu bukan hanya dalam konteks makan ataupun minum tetapi juga menggunakan ataupun menikmati jasa yang ada. Memberikan pelayanan yang maksimal untuk pengunjung dapat menjadi pendorong adanya kepuasan pasca kunjungan.

Menurut Kotler (dalam Rangkuti, 2006: 23) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara prestasi atau produk yang dirasakan dan yang diharapkannya. Dari kepuasan tersebut dapat memunculkan sebuah *customer referrals*.

Customer referrals merupakan ketersediaan pelanggan untuk memberitahukan kepuasan yang mereka nikmati kepada orang lain. Kegiatan ini berarti promosi gratis dari mulut ke mulut karena pelanggan tersebut akan dengan senang hati merekomendasikan apa yang telah dirasakannya kepada

orang terdekat, seperti keluarga atau teman. Pelanggan yang puas akan datang lagi dan bahkan akan membawa seluruh keluarga atau teman-temannya (Rangkuti, 2006: 6).

Kepuasan yang akan dirasakan pengunjung merupakan tanggung jawab dari seluruh pengelola destinasi wisata. Kepuasan pengunjung atau wisatawan dapat diuraikan menjadi tiga tahap, yaitu:

1. Menentukan kebutuhan pokok wisatawan untuk ini perlu siapkan:
 - a. Informasi yang lengkap
 - b. Fasilitas yang bervariasi
 - c. Pelayanan terkait
2. Cari tahu apa harapan wisatawan yang sebenarnya. Untuk ini coba:
 - a. Pelajari kebiasaan wisatawan
 - b. Adakan pendekatan pribadi atau wawancara
 - c. Tanya langsung secara sopan
3. Penuhi semua harapan wisatawan itu, dengan cara:
 - a. Melengkapi fasilitas yang ada
 - b. Bentuk dan tunjuk organisasi yang akan melaksanakannya
 - c. Ikuti dan awasi pelaksanaannya

Untuk memenuhi kepuasan pengunjung, pengelola sebuah destinasi wisata harus mengetahui apa yang dibutuhkan pengunjung atau wisatawan tersebut. Menurut Yoeti (1999) kebutuhan wisatawan adalah kebutuhan manusia yang sedang dalam perjalanan mencari kesenangan, jauh dari tempat

kediamannya, dan semata-mata sebagai konsumen di DTW yang di kunjunginya. Sedangkan Maslow (dalam Yoeti, 1999) mengatakan bahwa kebutuhan manusia itu bertingkat-tingkat, mulai dari yang umum, sampai pada hal-hal yang bersifat individual. Berdasarkan analogi dari teori Maslow kebutuhan wisatawan dapat diurutkan sebagai berikut:

- a. Kebutuhan akan informasi
- b. Kebutuhan akan pelayanan angkutan
- c. Kebutuhan akan makan dan minum selama dalam perjalanan
- d. Kebutuhan melihat sesuatu yang aneh, yang unik yang belum pernah ia lihat atau yang berbeda dari yang pernah ia saksikan
- e. Kebutuhan beristirahat, bersantai, *relax* atau memanjakan diri, bersenang-senang, berolah raga, dan bercengkrama dengan teman-teman lain
- f. Kebutuhan untuk berbelanja
- g. Kebutuhan untuk dokumentasi

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakan dengan harapannya. Bilamana harapan-harapannya terpenuhi, maka akan menjadikannya pelanggan puas terhadap produk barang atau jasa yang dibelinya. Sebaliknya, bilamana tidak puas, akan ditinggalkan oleh pelanggan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Dasar atau acuan yang berupa teori-teori atau temuan-temuan melalui hasil berbagai penelitian sebelumnya merupakan hal yang sangat perlu dan dapat dijadikan sebagai data pendukung. Salah satu data pendukung yang menurut peneliti perlu dijadikan bagian tersendiri adalah penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti dan Tahun	Judul	Variabel dan Metode Penelitian	Hasil
1.	Stevianus (2012)	Pengaruh Atraksi Wisata, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung di Taman Margasatwa Ragunan Jakarta	Variabel Bebas Atraksi Wisata, Fasilitas, dan Kualitas Pengunjung. Variabel Terikat Kepuasan Pengunjung. Metode Penelitian Analisis Regresi Linear Sederhana	Atraksi wisata, Fasilitas, dan Kualitas Pengunjung berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung.
2.	Dian Hartati Lubis (2012)	Pengaruh Harga, Lokasi, Promosi, dan Gaya Hidup terhadap Minat Berkunjung Kembali ke Coffee Cangkir Dr. Mansyur Medan	Variabel Bebas Harga, Lokasi, Promosi, Gaya Hidup. Variabel Terikat Minat Berkunjung Kembali. Metode Penelitian Analisis Regresi Linier Berganda.	Harga, Lokasi, Promosi, Gaya Hidup berpengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali.
3.	Diandaris Nurhandika Rahman(2013)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Persepsi Harga dan Lokasi Terhadap	Variabel Bebas Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Persepsi Harga dan Lokasi.	Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Persepsi Harga dan

		Kepuasan Konsumen Pada Pemancingan Ngrambel Asri Gunungpati	Variabel Terikat Kepuasan Konsumen. Metode Penelitian Analisis regresi linear	Lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.
4.	Sayangbatti (2011)	Motivasi dan Persepsi Wisatawan Tentang Daya Tarik Destinasi Terhadap Minat Kunjungan Kembali Di Kota Batu	Variabel Bebas Motivasi, Persepsi wisatawan, Daya Tarik Destinasi. Variabel Terikat Minat Kunjungan Kembali. Metode Penelitian Random Sampling, teknik Accidental Sampling.	Motivasi, Persepsi wisatawan, Daya Tarik Destinasi berpengaruh positif terhadap minat kunjungan kembali.
5.	Resha Febriyantika Yussita, 2013	Pengaruh Atraksi Wisata Terhadap Motivasi Berkunjung Wisatawan Di Kawasan Wisata Alam Telaga Remis Kabupaten Kuningan	Variabel Bebas: atraksi wisata Variabel Terikat: motivasi berkunjung Metode Penelitian: Deskriptif dan verifikatif dengan Pendekatan kuantitatif teknik analisis regresi linier sederhana	Atraksi Wisata berpengaruh positif terhadap motivasi berkunjung wisatawan
6.	G. Djoko Purwanggo no, 2014	Pengaruh Potensi Ekowisata, Lingkungan, Akomodasi, Pemandu Wisata Terhadap Minat Wisatawan Untuk Berkunjung Kembali	Variabel Bebas : potensi ekowisata, lingkungan, akomodasi, pemandu wisata Variabel Terikat: Minat wisatawan untuk berkunjung kembali Metode Penelitian: Analisa regresi linear berganda dan regresi sederhana.	Potensi ekowisata, lingkungan, akomodasi, pemandu wisata berpengaruh secara parsial terhadap minat wisatawan untuk berkunjung kembali

2.2.1 Perbedaan Dengan Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu antara lain sebagai berikut :

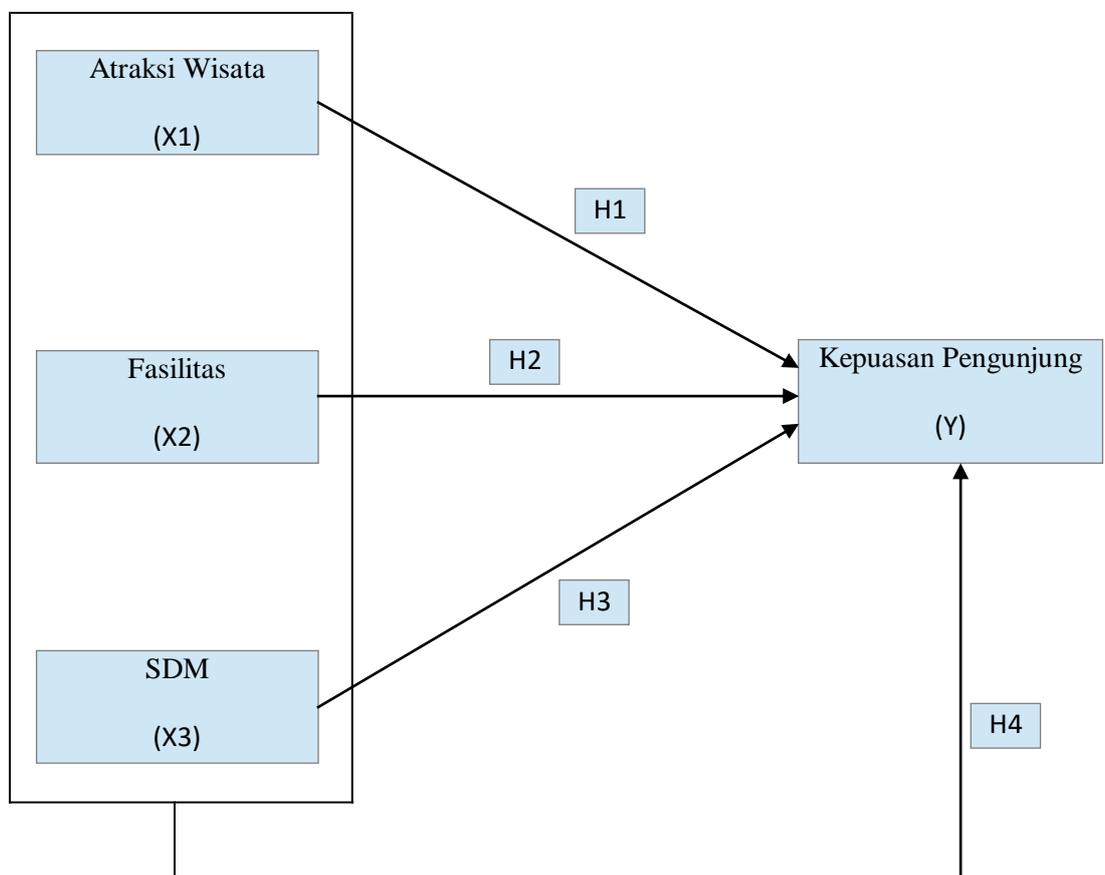
- a. Objek wisata dalam penelitian ini berbeda dengan objek wisata dalam penelitian terdahulu. Dalam penelitian terdahulu belum ada yang mengambil objek wisata Taman Pintar Yogyakarta.
- b. Penelitian terdahulu lebih banyak menekankan pada minat wisatawan untuk berkunjung kembali sedangkan pada penelitian ini bertujuan untuk melihat tingkat kepuasan pengunjung.
- c. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini berbeda satu atau lebih dengan variabel dalam penelitian terdahulu.
- d. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini berbeda dengan metode penelitian yang digunakan dalam penelitian terdahulu. Penelitian ini menggunakan metode penelitian dengan analisis regresi linier berganda sedangkan penelitian terdahulu menggunakan metode penelitian yang bervariasi.

2.3 Kerangka Pemikiran

Menurut Uma (dalam Adrianto, 2006:34) kerangka pemikiran merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka pemikiran yang terbaik akan menjelaskan secara teoritis pertautan

antara variabel yang akan diteliti. Jadi, secara teoritis perlu dijelaskan hubungan antara variabel bebas (independen) dengan variabel terikat (dependen).

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



Sumber : Kotler& Amstrong (2003) dan Alma (2003)

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di Taman Pintar yang terletak di Jl. Panembahan Senopati No.1-3 Yogyakarta 55122. Penelitian dilaksanakan pada bulan September sampai Desember 2014.

3.2. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda, dengan penelitian *survey* yang bersifat menjelaskan hubungan kausal. Analisis tersebut digunakan untuk memudahkan pengaruh kausal dari variabel eksogen terhadap variabel endogen. Penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan kuesioner terstruktur yang berkaitan dengan identitas individu (responden) untuk menjelaskan hubungan kausal antar variabel tersebut melalui pengujian hipotesa.

3.3. Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini akan dianalisis pengaruh dari satu variabel terhadap variabel lain. Variabel yang akan dijadikan objek penelitian ini terdiri dari empat, yaitu : (1) Atraksi wisata, (2) fasilitas, (3) sumber daya manusia, dan (4) kepuasan pengunjung. Dari keempat variabel tersebut kepuasan pengunjung dijadikan sebagai variabel endogen atau variabel terikat, sedangkan ketiga variabel yang

lain yaitu: atraksi wisata, fasilitas, dan sumber daya manusia dijadikan sebagai variabel eksogen atau variabel bebas.

3.4. Definisi Operasional

Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai definisi operasional variabel yang dipergunakan dalam penelitian ini. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan pengunjung, sedangkan variabel bebas adalah atraksi wisata, fasilitas, dan sumber daya manusia. Masing-masing definisi operasional variabel akan dijelaskan sebagai berikut :

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definis Operasional	Indikator	Instrumen Pengukuran
Atraksi Wisata	Atraksi wisata adalah segala sesuatu yang terdapat di daerah tujuan wisata yang merupakan daya tarik agar orang ingin berkunjung ke suatu tempat daerah tujuan wisata.(Marioti dalam Yoeti, 1996:172)	<ul style="list-style-type: none"> • Tiket masuk • Keunikan Bangunan dan nama wahana • Kreasi Wahana • Agenda Program • Penyajian Kesenian • Penyajian Kebudayaan 	Kuesioner dengan skala Likert 5 poin untuk 7 pertanyaan
Fasilitas	Fasilitas wisata adalah salah satu hal yang memenuhi kebutuhan dari wisatawan yang melakukan perjalanan wisata sesampainya mereka di atraksi wisata (Mill, 2000:24)	<ul style="list-style-type: none"> • Kebersihan dan kenyamanan • Transportasi • Akomodasi • Fasilitas makan dan minum • Fasilitas Umum • Sarana dan Prasarana 	Kuesioner dengan skala Likert 5 poin untuk 6 pertanyaan.

Sumber Daya Manusia	SDM Kepariwisata adalah “seseorang maupun sekelompok orang yang terlibat dalam kegiatan kepariwisataan yang berperan dalam usaha menghasilkan dan menciptakan produk/jasa untuk pemenuhan kebutuhan wisatawan.” (RPJMN 2010-2014 bidang kebudayaan, pariwisata, pemuda dan olahraga).	<ul style="list-style-type: none"> • Kualitas Karyawan • Jumlah Karyawan • Penampilan Karyawan 	Kuesioner dengan skala Likert 5 poin untuk 7 pertanyaan.
Kepuasan Pengunjung	Kotler (dalam Rangkuti, 2006: 23) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara prestasi atau produk yang dirasakan dan yang diharapkannya.	<ul style="list-style-type: none"> • Perasaan senang/kecewa • <i>Customer referrals</i> 	Kuesioner dengan skala Likert 5 poin untuk 5 pertanyaan.

3.5. Populasi dan Sampel

3.5.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2004:72). Dalam penelitian ini, populasi penelitian mengacu pada pengunjung yang berkunjung ke Taman Pintar. Berdasarkan data dari *database* Taman Pintar tahun 2013, jumlah pengunjung yang berkunjung ke Taman Pintar sebanyak 1.067.166 orang.

3.5.2. Sampel

3.5.2.1 Pengertian Sampel

Sampel adalah subset dari populasi. Subset ini diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin kita meneliti seluruh anggota populasi, oleh karena itu kita membentuk sebuah perwakilan populasi disebut sampel (Sugiyono, 2004:74).

3.5.2.2 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik sampel tidak acak atau *non random sampling/nonprobability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*.

Non random sampling/nonprobability sampling yaitu setiap elemen populasi tidak mempunyai kemungkinan yang sama untuk dijadikan sampel. *Purposive sampling* yaitu cara penarikan sampel yang dilakukan dengan memilih subjek berdasarkan kriteria spesifik yang ditetapkan peneliti (Yogianto, 2009).

Calon responden harus memiliki kriteria tertentu, yaitu responden yang dipilih merupakan anak – anak usia sekolah dari SD sampai dengan SMA yang berkunjung ke Taman Pintar.

Apabila sampel dalam penelitian terlalu besar akan menyulitkan peneliti dalam mendapatkan model penelitian yang cocok dan disarankan ukuran sampel yang sesuai berkisar antara 100-200 responden (Hair, dalam Ferdinand 2006).

Untuk jumlah populasi yang telah diketahui dapat digunakan **rumus Taro Yamane** (Taro Yamane, 1967) dengan rumus sebagai berikut :

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

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

d = presisi (ditentukan 10%)

Berdasarkan data dari *database* Taman Pintar tahun 2013, terdapat sebanyak 1.067.166 pengunjung. Maka jumlah sampel untuk penelitian adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{1.067.166}{1.067.166 \cdot (0,1)^2 + 1}$$

$$n = 99,99$$

$$= 100$$

Sehingga pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden.

3.6. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data mengenai atraksi wisata, fasilitas, dan sumber daya manusia terhadap minat wisatawan untuk berkunjung kembali ke Taman Pintar Yogyakarta, diperoleh melalui:

1. Observasi Lapangan, metode ini merupakan cara yang dilakukan untuk

memperoleh gambaran secara langsung terhadap kondisi eksisting wilayah penelitian. Pada metode ini digunakan observasi visual melalui indera penglihatan dan melalui bantuan foto serta gambar.

2. Kuesioner, yaitu daftar pertanyaan yang akan digunakan oleh peneliti untuk memperoleh data dari sumbernya secara langsung melalui proses komunikasi atau dengan mengajukan pertanyaan (Istijanto, 2009:69).
3. Studi Kepustakaan, kegiatan mengumpulkan bahan-bahan yang berkaitan dengan penelitian yang berasal dari jurnal-jurnal ilmiah, literatur-literatur serta publikasi-publikasi lain yang layak dijadikan sumber.
4. Wawancara, yaitu metode pengumpulan data dengan mengadakan tanya jawab secara langsung dengan pengunjung dan pihak pengelola yang terlibat dalam memberikan pelayanan kepada pengunjung.

3.7. Metode Analisis Data

3.7.1 Uji Validitas Data

Validitas adalah tingkat keandalan dan kesahihan alat ukur yang digunakan. Instrumen dikatakan valid berarti menunjukkan alat ukur yang dipergunakan untuk mendapatkan data itu valid atau dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya di ukur (Sugiyono, 2004). Dengan demikian, instrumen yang valid merupakan instrumen yang benar-benar tepat untuk mengukur apa yang hendak di ukur. Adapun rumus untuk uji validitas adalah sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n \Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{[(n\Sigma X^2) - (\Sigma X)^2] [(n\Sigma Y^2) - (\Sigma Y)^2]}}$$

- r_{xy} : koefisien validitas item yang dicari
- X : skor responden untuk tiap item
- Y : total skor tiap responden dari seluruh item
- ΣX : jumlah skor dalam distribusi X
- ΣY : jumlah skor dalam distribusi Y
- ΣX^2 : jumlah kuadrat masing-masing skor X
- ΣY^2 : jumlah kuadrat masing-masing skor Y
- n : jumlah responden

3.7.2 Uji Reliabilitas Data

Reliabilitas data adalah derajat konsistensi data yang bersangkutan. Reliabilitas berkenaan dengan pertanyaan, apakah suatu data dapat dipercaya sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2004). Suatu data dapat dikatakan reliabel jika selalu memberikan hasil yang sama jika diujikan pada kelompok yang sama pada waktu atau kesempatan yang berbeda

Kegunaan dari reliabilitas data adalah untuk mengetahui atau menunjukkan keajekan suatu tes dalam mengukur gejala yang sama pada waktu dan kesempatan yang berbeda.

Adapun rumus untuk uji realibilitas adalah sebagai berikut :

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

α : nilai reliabilitas

k : jumlah item

$\Sigma \sigma b^2$: jumlah varians skor tiap-tiap item

σt^2 : varians total

- a. Apabila hasil koefisien Alpha > taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut reliable.
- b. Apabila hasil koefisien Alpha < taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut tidak reliable.

3.7.3. Uji Asumsi Klasik

A. Uji Normalitas

Tujuan uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan pendekatan *Kolmogrov-Smirnov*. Dengan menggunakan tingkat signifikan 5% maka jika nilai Assymp.Sig. (2-tailed) diatas nilai signifikan 5% artinya variabel residual berdistribusi normal (Situmorang, 2010:151).

B. Uji Multikolinearitas

Uji multikoleniaritas bertujuan untuk menguji apakah model regresiditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau independen (Imam Ghozali, 2011:105). Cara umum untuk mendeteksi adanya multikolinear dalam

model ini ialah dengan melihat bahwa adanya R^2 yang tinggi dalam model tetapi tingkat signifikansi t-statistiknya sangat kecil dari hasil regresi tersebut dan cenderung banyak yang tidak signifikan. Selain itu untuk menguji multikoleniaritas, bisa dilihat matrik korelasinya. Jika masing-masing variabel bebas berkorelasi lebih besar dari 80% maka termasuk yang memiliki hubungan yang tinggi atau ada indikasi multikolinearitas. Uji multikoleniaritas dapat dilakukan untuk hasil regresi untuk kedua model yang akan diestimasi. Caranya adalah dengan mencari angka *tolerance*, dimana *tolerance* adalah nilai $1-R^2$. R^2 disini adalah koefisien determinasi dari regresi atas suatu variabel bebasterhadap sisa variabel bebas lainnya. Setelah angka *tolerance* diperoleh selanjutnya dicari angka VIF. Angka VIF (*variance inflation factor*) yang merupakan kebalikan (resiprokal) dari *tolerance*. Dengan demikian semakin tinggi nilai *tolerance* semakin rendah derajat kolinearitas yang terjadi. Sedangkan untuk VIF, semakin rendah nilai VIF semakin rendah derajat kolinearitas yang terjadi. Batasan nilai maksimum VIF yang biasa digunakan untuk menjustifikasi adanya kolineritas adalah 10.

C. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain, jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda maka disebut heteroskedastisitas (Imam Ghazali, 2011:139). Deteksi dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu dalam grafik dimana sumbu X dan Y telah diproduksi.

Dasar pengambilan keputusan adalah:

1. Jika titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur seperti gelombang, melebar, kemudian menyempit, maka terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika titik-titik ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.7.4 Koefisien Korelasi

Analisis korelasi bertujuan untuk mengukur kekuatan asosiasi (hubungan) linear antara dua variabel, korelasi tidak menunjukkan hubungan fungsional atau dengan kata lain analisis korelasi tidak membedakan antara variabel dependen dengan variabel independen (Imam Ghozali, 2011:96).

Korelasi ganda yaitu untuk menguji hipotesis tentang hubungan dua variabel independen atau lebih secara bersama-sama dengan satu variabel dependen (Sugiyono, 2008:213). Analisis ini digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antara variabel X (current ratio, debt to equity ratio dan return on asset) dengan variabel Y (dividend payout ratio).

Untuk memudahkan melakukan interpretasi mengenai kekuatan hubungan antara dua variabel penulis memberikan kriteria sebagai berikut (Sarwono:2006):

- 0 : Tidak ada korelasi antara dua variabel
- $>0 - 0,25$: Korelasi sangat lemah
- $>0,25 - 0,5$: Korelasi cukup

- $>0,5 - 0,75$: Korelasi kuat
- $>0,75 - 0,99$: Korelasi sangat kuat
- 1 : Korelasi sempurna

3.7.5 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Dapat dihitung dengan rumus berikut:

$$Kd = r^2_{xy} \times 100\%$$

(Sugiyono, 2002:257)

Dimana:

Kd = Koefisien determinasi

r^2_{xy} = Koefisien kuadrat korelasi ganda

Kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah:

- a. Jika Kd mendekati nol (0), berarti pengaruh variabel independen terhadap dependen lemah.

- b. Jika K_d mendekati satu (1), berarti pengaruh variabel independen terhadap dependen kuat.

3.7.6 Uji Statistik

A. Uji Parsial (Uji T)

Menurut Imam Ghazali (2006) uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen.

Pengujian dilakukan dengan menggunakan signifikan level 0,05 ($\alpha=5\%$).

Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria:

1. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen tidak mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai signifikan $\leq 0,05$ maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

B. Uji Simultan (Uji F)

Berdasarkan Imam Ghazali (2011 : 98), uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel

dependen/terikat. Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah semua parameter dalam model sama dengan nol, atau:

$$H_0 : b_1 = b_2 = \dots = b_k = 0$$

Artinya, apakah semua variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis alternatifnya (H_A) tidak semua parameter secara simultan sama dengan nol, atau:

$$H_A : b_1 \neq b_2 \neq \dots \neq b_k \neq 0$$

Artinya, semua variabel independen secara simultan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

Untuk menguji hipotesis ini digunakan statistik F dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a. *Quick look* : bila nilai F lebih besar daripada 4 maka H_0 dapat ditolak pada derajat kepercayaan 5%. Dengan kata lain kita dapat menerima hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwa semua variabel independen secara serentak dan signifikan mempengaruhi variabel dependen.
- b. Membandingkan nilai F hasil perhitungan dengan nilai F menurut tabel. Bila nilai F hitung lebih besar daripada nilai F tabel, maka H_0 ditolak dan menerima H_a .

3.7.7. Uji Regresi

Analisis ini digunakan untuk memprediksikan berubahnya nilai variabel tertentu bila variabel lain berubah (Sugiyono, 2002:210), dikatakan regresi berganda karena jumlah variabel independennya lebih dari satu.

Adapun rumus yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \dots + \beta_n X_n$$

(Sugiyono, 2002:211)

Dimana:

- α : Bilangan Konstanta
- Y : Kepuasan Pengunjung
- β_1 : Koefisien regresi Atraksi Wisata
- β_2 : Koefisien regresi Fasilitas
- β_3 : Koefisien regresi Sumber Daya Manusia
- X1 : Atraksi wisata
- X2 : Fasilitas
- X3 : Sumber Daya Manusia

3.8. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban yang sifatnya sementara berdasarkan rumusan masalah yang kebenarannya akan diuji dalam pengujian hipotesis (Sugiyono, 2003:306).

Beberapa hipotesis yang dikembangkan di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1 = Terdapat pengaruh positif antara atraksi wisata terhadap kepuasan pengunjung di Taman Pintar Yogyakarta.

H2 = Terdapat pengaruh positif antara fasilitas terhadap kepuasan pengunjung di Taman Pintar Yogyakarta.

H3 = Terdapat pengaruh positif antara sumber daya manusia terhadap kepuasan pengunjung di Taman Pintar Yogyakarta.

H4 = Terdapat pengaruh positif secara simultan antara atraksi wisata, fasilitas, dan sumber daya manusia terhadap kepuasan pengunjung di Taman Pintar Yogyakarta.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Profil Taman Pintar

4.1.1 Sejarah Taman Pintar

Sejak terjadinya ledakan perkembangan sains sekitar tahun 90-an, terutama Teknologi Informasi, pada gilirannya telah menghantarkan peradaban manusia menuju era tanpa batas. Perkembangan sains ini adalah sesuatu yang patut disyukuri dan tentunya menjanjikan kemudahan-kemudahan bagi perbaikan kualitas hidup manusia.

Menghadapi realitas perkembangan dunia semacam itu, dan wujud kepedulian terhadap pendidikan, maka Pemerintah Kota Yogyakarta menggalang sebuah ide untuk Pembangunan "Taman Pintar". Disebut "Taman Pintar", karena di kawasan ini nantinya para siswa, mulai pra sekolah sampai sekolah menengah bisa dengan leluasa memperdalam pemahaman soal materi-materi pelajaran yang telah diterima di sekolah dan sekaligus berekreasi.

Dengan Target Pembangunan Taman Pintar adalah memperkenalkan science kepada siswa mulai dari dini, harapan lebih luas kreatifitas anak didik terus diasah, sehingga bangsa Indonesia tidak hanya menjadi sasaran eksploitasi pasar teknologi belaka, tetapi juga berusaha untuk dapat menciptakan teknologi sendiri. Bangunan Taman Pintar ini dibangun di eks kawasan Shopping Center, dengan pertimbangan tetap adanya keterkaitan yang

erat antara Taman Pintar dengan fungsi dan kegiatan bangunan yang ada di sekitarnya, seperti Taman Budaya, Benteng Vredeburg, dan Gedung Agung.

Relokasi area mulai dilakukan pada tahun 2004, dilanjutkan dengan tahapan pembangunan Tahap I adalah Playground dan Gedung PAUD Barat serta PAUD Timur, yang diresmikan dalam Soft Opening I tanggal 20 Mei 2006 oleh Mendiknas, Bambang Soedibyo. Pembangunan Tahap II adalah Gedung Oval lantai I dan II serta Gedung Kotak lantai I, yang diresmikan dalam Soft Opening II tanggal 9 Juni 2007 oleh Mendiknas, Bambang Soedibyo, bersama Menristek, Kusmayanto Kadiman, serta dihadiri oleh Gubernur DIY, Sri Sultan Hamengku Buwono X. Pembangunan Tahap III adalah Gedung Kotak lantai II dan III, Tapak Presiden dan Gedung Memorabilia. Dengan selesainya tahapan pembangunan, Grand Opening Taman Pintar dilaksanakan pada tanggal 16 Desember 2008 yang diresmikan oleh Presiden RI, Susilo Bambang Yudhoyono (www.tamanpintar.com).

4.1.2 Lokasi Obyek Wisata Taman Pintar

Obyek wisata Taman Pintar dibangun di lokasi yang strategis yaitu berada di kawasan pusat kota Yogyakarta, berdekatan dengan Benteng Vredeburg, Taman Budaya, Istana Negara, Malioboro dan Kraton Yogyakarta yang merupakan pusat bisnis dan budaya di kota Yogyakarta. Taman Pintar Yogyakarta terletak di Jl. Panembahan Senopati No.1-3 Yogyakarta 55122, kawasan kilometer nol dan berjarak 400 meter dari Gedung Negara Yogyakarta. Hal ini menjadikan lokasi Taman Pintar sebagai kawasan

premium di kota Yogyakarta. Bangunan Taman Pintar ini direncanakan dengan pertimbangan adanya keterkaitan yang erat antara Taman Pintar dengan fungsi dan kegiatan bangunan yang ada di sekitarnya.

Lokasi Obyek wisata Taman Pintar :

Jalan Panembahan Senopati 1-3 Yogyakarta 55122

Telp. : +62 274 583 713, 583 631

Fax. : +62 274 583 664

E-mail : tamanpintar@jogja.go.id

Website : <http://tamanpintar.jogja.go.id> www.tamanpintar.com

4.1.3 Visi dan Misi Taman Pintar

A. Visi sebagai wahana ekspresi, apresiasi dan kreasi sains yang terbaik se-Asia Tenggara dalam suasana yang menyenangkan.

B. Misi :

- Pengembangan Sumber Daya Manusia di bidang sains dan teknologi.
- Penyediaan alat peraga pembelajaran yang berkualitas.
- Menumbuhkembangkan minat anak dan generasi muda terhadap sains melalui imajinasi, percobaan dan permainan yang menyenangkan (www.tamanpintar.com)

4.1.4 Motto Taman Pintar

Taman Pintar mempunyai motto “Mencerdaskan dan Menyenangkan”. Mengejawantahkan salah satu ajaran dari bapak pendidikan Ki Hajar Dewantara yaitu : Niteni (menambahkan) , Niroake (menirukan), Nambahi

(mengembangkan).

(www.tamanpintar.com).

4.1.5 Tujuan Taman Pintar

Berikut adalah tujuan berdirinya Taman Pintar :

1. Menyediakan sarana pembelajaran sains bagi siswa yang mendukung kurikulum pendidikan.
2. Memotivasi anak dan generasi muda untuk mencintai sains.
3. Membantu guru dalam mengembangkan pengajaran di bidang sains.
4. Memberi alternatif wisata sains.

(www.tamanpintar.com)

4.1.6 Logo

Logo dari "Taman Pintar" merupakan penyederhanaan bentuk dari *fireworks* (Kembang Api).

Gambar 4.1



Makna Logo :

Kembang api adalah simbolisasi dari intelegensi dan imajinasi. Dalam bahasa jawa, kembang api menggambarkan "Mlethik", Pintar, Padhang , "Mak Byaar", Padhang. Kembang Api merupakan sesuatu yang menyenangkan dan menghibur sesuai dengan visi "Taman Pintar" yaitu wahana ekspresi, apresiasi, kreasi sains dalam suasana yang menyenangkan.

Gambar Logo yang muncul ke luar mengandung makna *Outward Looking* yaitu selalu melihat ke luar untuk terus belajar mengikuti dinamika perubahan di luar dirinya. Gambar logo tampak seperti matahari mengandung makna menyinari sepanjang masa. Jari jemari kembang api melambangkan keselarasan antara intelegensi dan *social life*, diharapkan pengguna "Taman Pintar" mempunyai IQ, SQ, dan EQ. Efek perspektif adalah simbolisasi "sesuatu yang tinggi" atau cita-cita dan pengharapan bahwa "Taman Pintar" akan membantu generasi muda Indonesia, khususnya Yogyakarta dalam meraih cita- citanya. Miring ke kanan merupakan visualisasi pergerakan ke arah yang lebih baik. Warna gabungan hijau dan biru melambangkan pertumbuhan tak terbatas (www.tamanpintar.com).

4.1.8 Maskot Taman Pintar

Maskot Taman Pintar adalah burung hantu bernama **Tepi**. Burung Hantu adalah spesies burung yang banyak melakukan aktivitas di malam hari. dengan kepekaan yang dimilikinya, ia mempelajari alam sekitar dengan merasakan semua kejadian alam yang ada di sekelilingnya.

Gambar 4.2



Makna Maskot :

Nama **Tepi** merupakan akronim dari Taman Pintar. Burung Hantu sebagai lambang ilmu pengetahuan mampu mewakili fungsi Taman Pintar sebagai wahana apresiasi, ekspresi dan kreasi sains bagi para pelajar di Kota Yogyakarta. Sayap yang mengepak terbuka, simbol untuk menyambut semua pelajar untuk berproses di Taman Pintar. Mata yang membelalak lebar mencerminkan semangat untuk belajar yang tidak mengenal lelah. Blangkon sebagai identitas lokal Taman Pintar yang berada di Kota Yogyakarta. Tas sebagai salah satu atribut yang identik dengan pelajar. Model eksekusi dengan ilustrasi menampilkan kesan muda, dinamis serta penuh fantasi. Warna coklat melambangkan kehangatan dari proses apresiasi dan ekspresi sains di Taman Pintar (www.tamanpintar.com).

4.2 Tata Letak

4.2.1 Tata Letak

Gambar 4.4



Perencanaan tata letak anjungan-anjungan materi isi disusun pada setiap zonasi yang ada dengan memperhatikan kesesuaian tema dan sub tema.

Konsep penyusunan tata letak secara garis besar disusun sebagai berikut :

1. Playground sebagai area permainan, tata letak anjungan disusun tersebar untuk menghindari penumpukan pengunjung, sebagai daya tarik utama direncanakan adanya area permainan air.
2. Gedung Heritage barat dan Timur serta ruang terbuka di sekitarnya sebagai zona bagi anak usia pra sekolah hingga taman kanak-kanak. Anjungan pada

gedung Heritage disusun dengan tata letak menurut pembagian ruang yang telah ada. Sedangkan lokasi di sekitarnya dimanfaatkan untuk area permainan dan kelas terbuka. Pada zona ini anjungan direncanakan sebagai media bagi pendidikan anak usia dini dengan memperhatikan aspek-aspek perkembangan anak.

3. Gedung oval lantai 1, sebagai zona pengenalan lingkungan untuk meningkatkan kearifan terhadap lingkungan diletakkan anjungan aquarium, hutan buatan dan kawasan karst gunung sewu.
4. Gedung oval lantai 2 sebagai zona sejarah ilmu pengetahuan dan metode penelitian. Pada zona sejarah ilmu pengetahuan ditempatkan anjungan-anjungan yang memaparkan penemuan-penemuan besar umat manusia dan ilmuwan-ilmuwan terkenal. Pada zona metode penelitian ditempatkan anjungan yang dapat memaparkan metodologi penelitian secara umum dan pengungkapan misteri ilmu pengetahuan sebagai sebuah pembuktian hipotesa.
5. Gedung kotak lantai 1, sebagai sarana kelengkapan Taman Pintar ditempatkan sarana internet, makanan dan media promosi bagi umum.
6. Gedung Kotak Lantai 2, sebagai wahana penempatan zona materi dasar dan zona penerapan ilmu pengetahuan dan teknologi. Pada zona materi dasar ditempatkan anjungan-anjungan guna memaparkan ilmu-ilmu dasar eksakta yang meliputi : matematika, fisika, kimia dan biologi. Pada zona penerapan

ilmu pengetahuan anjungan yang disusun secara garis besar terbagi atas paparan penerapan teknologi modern dan tradisional.

7. Laboratorium, sarana laboratorium terletak digedung kotak lantai 2, laboratorium ini direncanakan untuk membantu siswa sekolah menengah pertama dan umum dalam pembelajaran ilmu pengetahuan dan teknologi yang tidak didapatkan disekolah.
8. Perpustakaan, sarana perpustakaan terdapat di gedung kotak lantai 2. Perpustakaan ditekankan untuk membantu siswa tingkat sekolah dasar hingga sekolah menengah serta masyarakat umum dalam pembelajaran ilmu pengetahuan dan teknologi. Fasilitas yang disediakan oleh perpustakaan meliputi buku-buku cetak dan buku-buku digital.
9. Dome Area, area ini merupakan area pemajangan hasil-hasil karya murid/guru serta eksebisi ilmu pengetahuan (www.tamanpintar.com).

4.3 Taman Pintar Ditinjau dari Segi Atraksi Wisata

Berikut ini adalah beberapa wahana yang bisa dinikmati oleh para pengunjung di Taman Pintar :

1. PlayGround

a. Tapak pintar

Tapak Pintar agar anak tergugah untuk berusaha menemukan jawaban atas pertanyaan yang didapatkannya, sehingga dapat memperkaya wawasan

ilmu pengetahuan. Tapak pintar merupakan bentuk permainan tanya jawab yang disusun secara interaktif dengan keterlibatan anak secara fisik. Anak panah berjalan kemudian menemukan pertanyaan dimana untuk mendapatkan jawaban harus mengikuti jalur yang ada hingga menemukan bentuk tapak yang sama, dimana jawaban yang benar dapat ditemukan. Target audiensnya adalah anak usia 7-10 tahun, dengan kapasitas 6 orang anak.

b. Rumah pohon

Permainan interaktif dengan penekanan pada semangat eksplorasi dan kecintaan terhadap alam rumah kayu skala anak-anak yang berdiri di atas pohon buatan dari beton berlapis latex. Rumah pohon dihubungkan dengan sebuah jembatan kayu dengan menara disebelahnya. Akses menuju rumah pohon dapat melalui tangga kayu pada rumah pohon dan tangga tali pada menara disebelahnya. Target audiens adalah anak usia 8-10 tahun, dengan kapasitas 8 orang anak.

c. Istana pasir

Anak dapat menuangkan imajinasinya kedalam bentuk-bentuk bangunan dengan media pasir. Merupakan tempat bermain bagi anak-anak untuk membuat berbagai bentuk konstruksi dari pasir. Sarana pendukung yang dipersiapkan berupa ember, cethok dan kran air. Target audiens adalah anak usia 6-10 tahun, dengan kapasitas 8 orang anak.

d. Air menari

Sebagai dekorasi dan area permainan anak pada zona air di playground, sekaligus daya tarik yang cukup atraktif. Pengunjung disugahi air mancur yang muncul secara sporadis dan air mancur yang dapat menari sesuai dengan irama musik yang dimainkan. Target audiensnya adalah untuk semua umur, dengan kapasitas 20 orang.

e. Koridor air

Sebagai dekorasi pada area penyambutan pengunjung Taman Pintar. Air mancur yang dapat melontarkan air secara parabolik di atas jalan yang dapat dilewati pengunjung, sehingga dapat membentuk koridor. Target audiensnya adalah semua pengunjung, dengan kapasitas 60 orang.

f. Jungkat jungkit

Jungkat jungkit merupakan permainan pelengkap pada playground. Target audiensnya adalah anak usia 2-6 tahun, dengan kapasitas 4 orang.

g. Jembatan goyang

Jembatan goyang meningkatkan keseimbangan motorik kasar dan keberanian. Merupakan jembatan yang menghubungkan rumah pohon dengan menara. Jembatan goyang dibangun dengan material kawat baja, besi dan papan-papan kayu. Target audiens: 8-10 tahun, kapasitas 2 orang anak.

h. Arena permainan tradisional

Di sini merupakan tempat untuk mengenal dan memainkan berbagai permainan tradisional yang meliputi : engklek, gobak sodor, egrang dengan batok kelapa. Target audiensnya adalah anak usia 4-10 tahun, dengan kapasitas 10-20 orang anak.

i. Gelembung sabun

Anak mendapatkan kesenangan dengan permainan sabun dengan mencelupkan berbagai macam bentuk kerangka bangunan pada cairan sabun. Pada anjungan ini disediakan tempat sabun dan berbagai macam kerangka bangun yang dicelupkan pada sabun sehingga akan membentuk lapisan film yang beraneka ragam. Anjungan ini terdiri dari 4 buah tempat sabun yang masing-masing berukuran 60x60 cm, dan berbagai model kerangka bangun. Target audiensnya adalah anak usia 6-10 tahun, dengan kapasitas 4-6 orang.

j. Parabola berbisik

Pengunjung mendapatkan pengetahuan dan sensasi dari transmisi gelombang bunyi melalui dua buah parabola. Pengunjung bisa memperagakan kegunaan parabola untuk mentransmisikan gelombang bunyi ke suatu tempat atau sebaliknya untuk menerima gelombang bunyi dari tempat yang terpisah. Anjungan ini bersifat interaktif di mana orang pertama berbicara pelan didekat parabola, sementara orang kedua dekat dengan parabola satunya, maka orang kedua dapat mendengarkan percakapan orang pertama begitu pula sebaliknya. Target audiensnya adalah untuk semua umur, dengan kapasitas 2 orang.

k. Klimatologi mini

Sebagai pengkayaan pengetahuan sekaligus stasiun pemantauan iklim lokal. Anjungan klimatologimini merupakan stasiun pemantauan cuaca mikro yang dapat mengukur suhu, kelembaban, arah angin dan kecepatan angin. Anjungan ini ditempatkan di dekat area permainan tradisional dan permainan air agar mudah diakses oleh pengunjung. Target audiens adalah untuk semua pengunjung, dengan kapasitas 6 orang.

l. Pipa gosip

Pengunjung dapat memainkan pipa gosip sehingga mendapatkan sensasi rambat suara. Anjungan ini memperagakan bahwa bunyi dapat dipantulkan sepanjang dinding pipa yang berbelok-belok, karena bunyi yang hilang hanya sedikit. Anjungan yang bersifat interaktif ini dimainkan oleh minimal 2 orang. Orang pertama berbisik melalui sebuah ujung pipa sedangkan orang kedua mendengarkan pada ujung pipa lainnya. Target audiens untuk semua umur dengan kapasitas 6 pasang orang.

m. Gaung bersambut

Pengunjung dapat memainkan pemantulan bunyi dengan cara berteriak di depan mulut pipa. Pada anjungan gaung bersambut diperagakan bagaimana bunyi memantul dalam sebuah tabung pipa. Pipa yang digunakan adalah pipa *galvanis* atau baja berdiameter 30 cm dan panjang 30 meter. Target audiens untuk semua umur, dengan kapasitasn 1 orang.

n. Wahana bahari

Pengunjung dapat mengetahui berbagai model kapal sebagai bentuk perkembangan alat transportasi laut. Anjungan ini memperagakan berbagai replika kapal mulai dari kapal kuno hingga kapal pada era modern sehingga pengunjung akan dapat melihat perkembangan transportasi laut. Replika kapal laut yang disajikan meliputi: pinisi dewaruci kapal yang terdapat pada relief candi borobudur, kapal selam dan lain-lain. Target audiens untuk semua umur.

o. Pendulum magnet

Pengunjung merasakan sensasi permainan magnet dan pendulum batang besi berat dan sebuah magnet kecil untuk menarik batang besi yang berat. Pengunjung melemparkan dua magnet kecil pada batang besi yang cukup besar hingga menempel. Pengunjung memainkan permainan tarik, ulur antara dua magnet kecil yang menempel pada batang besi dengan hati-hati agar tidak terlepas. Target audiens untuk semua umur, dengan kapasitas 2 orang.

p. Pendulum tak beraturan

Pengunjung dapat menikmati dan memahami konsep momentum dan pergerakan pendulum. Anjungan ini berupa lingkaran yang tertutup kaca/*acrylic*, pada bagian dalam terdapat enam lengan yang tersambung menjadi tiga bagian membentuk pendulum di mana ketiganya terhubung dengan sebuah as. Anjungan ini merupakan anjungan permainan interaktif. Pengunjung dapat memutar as yang terkait dengan pendulum dimana lengan-lengan pendulum

akan bergerak secara tak beraturan. Target audiens untuk semua umur, dengan kapasitas 1 orang.

q. Kolam archimedes

Sasarannya adalah agar anak dapat memahami konsep perhitungan masa jenis benda kolam berukuran dalam 30 cm, lebar 1 m dan panjang 2 m yang digunakan sebagai area percobaan perhitungan masa jenis. Pada anjungan ini dapat dilakukan percobaan pengukuran kemampuan daya dukung berbagai bentuk pelampung terhadap beban yang ditanggung. Pelampung yang disediakan terdiri dari bentuk-bentuk setengah bola, balok, lingkaran dan kerucut serta limas. Sebagai pembeban dapat digunakan donat dari timbal. Target audiens adalah anak usia 6-10 tahun, dengan kapasitas 6 orang anak.

r. Spektrum warna

Permainan ini berbentuk seperti sepeda dan didepannya terdapat lingkaran besar yang terdapat beraneka ragam warna. Ketika sepeda dikayuh maka lingkaran akan berputar dan membentuk spektrum warna.

s. Tapak prestasi

Sebagai bentuk penghargaan kepada pelajar-pelajar berprestasi di Indonesia. Tapak prestasi terletak pada area penerimaan playground. Tapak prestasi memajang nama, tanda tangan dan ukiran prestasi yang pernah disandang. Target audiens adalah untuk semua pengunjung dengan kapasitas 60 orang.

t. Sculpture

Sebagai salah satu daya tarik pada area penerimaan sekaligus menggambarkan semangat Taman Pintar. Sculpture pada area penerimaan Taman Pintar berupa bentuk kubus dan *double parahelic*. Kubus yang disusun dalam bentuk permainan kubik menggambarkan permainan interaktif yang menggunakan pemikiran, sedangkan *double parahelic* melambangkan sifat genetik manusia. Target audiens adalah untuk semua pengunjung, dengan kapasitas pengunjung 20 orang.

2. Gedung Heritage

a. Sains dan teknologi

Anak dapat melihat, berpendapat, melakukan tindakan yang dapat menimbulkan kebiasaan untuk membentuk karakter yang dapat mengembangkan kecerdasan. Ruang ini merupakan tempat bagi anak-anak untuk mengenal sains dan teknologi. Pada ruangan ini dilengkapi dengan area permainan puzzle 3 dimensi yang bertemakan pekerjaan konstruksi bangunan. Area untuk permainan perakitan kendaraan, jembatan dan lain-lain. Permainan kendaraan angkasa luar, mobil, kapal yang digerakkan oleh anak secara mekanik. Model kapal selam yang dapat dimasuki anak dengan permainan periskop. Untuk menguatkan suasana anjungan perlu dilakukan dengan melukis dinding yang bertema pesawat angkasa luar. Target audiens adalah anak usia 2-6 tahun, dengan kapasitas 10 orang anak.

b. Budaya dan religius

Anak dapat bereksplorasi, berekspresi, dan berimajinasi sehingga dapat memiliki wawasan kebangsaan sejak dini. Merupakan tempat untuk mengenalkan keragaman budaya dan agama di Indonesia. Pada ruangan ini dilengkapi dengan miniature rumah-rumah ibadah serta boneka tanpa wajah yang mengenakan pakaian daerah, sebagai sarana untuk pembuatan foto, alat-alat musik tradisional yang dapat dimainkan oleh anak, Miniatur rumah-rumah adat, pakaian adat, dan pusaka adat. Untuk menguatkan suasana anjungan dilakukan dengan melukis dinding yang bertema tarian daerah, kegiatan ibadah, rumah adat, dan lain-lain. Target audiens adalah anak usia 2-6 tahun, dengan kapasitas 8 orang anak.

c. Profesi anak

Anak dapat memilih berbagai macam profesi, tempat ini merupakan tempat untuk mengenal dan memerankan berbagai profesi. Pada ruangan ini bisa memperagakan profesi dokter, perawat, tentara, polisi, teknisi, insinyur, mekanik elektronik, wartawan, juru kamera, penyiar serta guru, dll. Target audiens adalah anak usia 2-6 tahun, dengan kapasitas 8 orang anak.

d. Ruang komputer kids

Pada area ini disediakan komputer bagi anak-anak sehingga anak bisa lebih tahu dan bisa belajar tentang komputer itu sendiri serta bisa mencobanya secara langsung dengan bantuan para pemandu.

e. Ruang petualangan

Pada area ini Anak dapat bereksplorasi, berekspresi dan berkreasi dan berimajinasi sehingga mempunyai keberanian untuk menghadapi masalah, kemampuan memecahkan persoalan dan mendapatkan pertumbuhan fisik secara optimal dan merupakan tempat untuk mengembangkan kemampuan motorik kasar. Sarana pada arena petualangan meliputi lorong-lorong jembatan goyang, papan luncur, kolam bola, lempar bola, dan lain-lain.

f. Forum terbuka interaksi sosial anak-anak

Merupakan kelas terbuka untuk keperluan forum diskusi anak-anak. Sarana yang disediakan berupa meja batu dan kursi batu yang disusun melingkari meja batu.

g. Alam sekitar

Anak dapat bereksplorasi, berekspresi, dan berimajinasi sehingga dapat mengoptimalkan kecerdasan. Ruang ini merupakan tempat bagi anak-anak untuk mengenal alam sekitar. Pada ruangan ini antara lain dilengkapi dengan permainan puzzle 2 dimensi dengan bentuk-bentuk binatang model ikan lumba-lumba yang tergantung di langit-langit, tombol-tombol yang dapat bersuara binatang yang terletak pada dinding, model hewan ternak/liar yang dapat bersuara apabila dipegang. Untuk menguatkan suasana anjungan perlu dilakukan dengan melukis yang bertema kebun buah-buahan, langit dan suasana peternakan. Target audiens adalah anak usia 2-6 tahun, dengan kapasitas 10 orang anak.

h. Konsultasi tumbuh kembang

Di sini merupakan tempat bagi orang tua untuk mengetahui tumbuh kembang anak pada usia dini melalui konsultasi psikologi dan kesehatan anak dengan kebutuhan khusus. Target audiens adalah anak usia 2-6 tahun, dengan kapasitas 1 orang anak.

i. Panggung anak

Panggung anak ditargetkan sebagai ruang eksebisi berbagai disiplin ilmu pengetahuan untuk anak-anak, mempunyai materi-materi eksebisi yang meliputi :

- Simulasi gunung berapi
- Medan pertempuran, reaksi redok antara asam sulfat dan alkohol
- Demonstrasi penemuan api
- Demonstrasi sistem kerja mesin uap
- Demonstrasi penerapan hukum kelembaman
- Gerak melingkar, dua benda yang dikaitkan dengan tali
- Prinsip kekekalan energi, ring kecil akan selalu bergerak jika ring besar diputar.
- Transfer energi bunyi dalam bentuk cahaya
- Prinsip kerja spiker

3. Gedung Oval

a. Dome area

Dome area menempati Gedung oval lantai 1. Area dome bukan merupakan sebuah sub tema, akan tetapi berupa ruang eksepsi bagi pemaparan ilmu pengetahuan dan prestasi pelajar dan guru-guru di DIY. Pada area ini dipajang karya-karya guru dan pelajar, model atau peraga sebagai penjelasan ilmu pengetahuan dan teknologi serta secara berkala dilakukan pertunjukkan/eksepsi ilmu pengetahuan dengan sasaran audiens anak-anak. Area Dome diharapkan mempunyai spektrum lebih luas, bagi guru dan pelajar di DIY diharapkan dapat memacu prestasinya, bagi anak-anak melalui eksepsi diharapkan dapat meningkatkan minat akan ilmu pengetahuan dan teknologi sedangkan bagi pengunjung secara umum diharapkan dapat meningkatkan ketertarikan untuk mengunjungi Taman Pintar. Pada Dome Area program yang ditawarkan bersifat temporer, secara garis besar meliputi :

- Pameran karya siswa maupun guru terbaik secara periodik mingguan
- Penempatan permainan berupa pohon jamur
- Rumah laba-laba.

b. Petualangan lingkungan

Petualangan lingkungan menempati Gedung Oval lantai 1, merupakan tempat untuk memperkenalkan sains dan kepedulian terhadap lingkungan dengan penekanan pada keseimbangan lingkungan. Pada subtema petualangan lingkungan pengunjung akan disugahi anjungan aquarium air

tawar, hutan buatan dan kawasan karst Gunung sewu. Hasil kunjungan yang diharapkan pada sub tema ini adalah sikap perhatian terhadap lingkungan dalam pengembangan teknologi dimana manusia dan lingkungannya merupakan kesatuan yang tak terpisahkan. Pengunjung diharapkan dapat mempunyai sikap arif terhadap lingkungan dan meningkatkan apresiasi akan ilmu pengetahuan dan teknologi, serta minat untuk mengunjungi Taman Pintar.

c. Aquarium

Pengunjung mendapatkan gambaran keanekaragaman biota air tawar di Indonesia dan peranannya terhadap kualitas lingkungan. Anjungan aquarium air tawar menyajikan berbagai jenis ikan air tawar yang ada di Indonesia yang telah beradaptasi didalam aquarium, sehingga dapat membentuk ekosistem sendiri. Panel-panel yang menjelaskan jenis dan asal ikan ditampilkan di sekitar aquarium. Target audiensnya adalah untuk semua umur, dengan kapasitas 20 orang.

d. Hutan buatan

Pengunjung mendapatkan gambaran keanekaragaman hayati hutan tropis dan bakau serta peranan hutan bagi lingkungan dan ekonomi. Arena ini memaparkan peranan hutan hujan tropis dan hutan bakau bagi lingkungan dan ekonomi. Anjungan hutan buatan terdiri dari pohon-pohon hutan tropis dan pohon bakau yang terbuat dari bahan sintesis. Suasana yang diharapkan pada anjungan ini seperti halnya hutan sebenarnya dengan suasana hening dan

pencahayaannya berupa berkas-berkas sinar yang melewati daun-daun pohon hutan. Target audiensnya untuk semua umur, dengan kapasitas 20 orang.

e. Kawasan karst Gunung Sewu

Pengunjung mendapatkan gambaran kawasan karst Gunung Sewu baik dari sisi eksokarst dan endokarst. Fenomena endokarst (*sub surface*) digambarkan dengan lorong gua dengan skala yang sebenarnya yang dapat dilewati oleh pengunjung. Fenomena eksokarst (*surface*) digambarkan dengan peta 3D sebagian kawasan karst Gunung Sewu, peta ini diletakkan pada bagian atas gua sehingga hanya dapat dilihat dari *ram* dan *void* lantai 2. Target audiensnya untuk semua umur, dengan kapasitas 10 orang

f. Titian penemuan

Titian penemuan menempati Gedung oval lantai 2. Merupakan tempat untuk memperkenalkan dan pembelajaran, penemuan penciptaan, perkembangan sains serta implikasinya terhadap peradapan umat manusia. Area ini terbagi menjadi dua bagian yaitu sejarah sains dan penemu besar dunia.

- **Sejarah sains**

Bagian ini memaparkan perkembangan peradapan manusia seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Anjungan pada bagian ini berupa pemaparan penemuan zaman prasejarah dan penemuan sejak zaman renaissance hingga revolusi industri. Penekanan pada sejarah sains adalah pengunjung dapat memahami keterkaitan penemuan terdahulu dengan

perkembangan teknologi saat ini, alur penyajian pada bagian ini disusun secara *historical*.

- **Penemu besar dunia**

Pada bagian ini memaparkan penemu-penemu besar dunia sejak zaman Yunani kuno hingga para penemu abad 20.

g. Titian sains

Titian sains menempati Gedung oval Lantai 2, merupakan tempat untuk memperkenalkan dan pembelajaran, penemuan, penciptaan, perkembangan sains serta implikasinya terhadap peradapan umat manusia. Ada dua anjungan pada area ini yaitu duga-duga dan penggalian fosil.

- **Anjungan duga-duga**

Anjungan duga-duga memaparkan urutan langkah-langkah dalam metode penelitian. Anjungan penemuan fosil merupakan contoh bentuk konkret dari langkah-langkah penelitian. Anjungan ini lebih diperuntukkan bagi anak-anak guna meningkatkan minat dalam penelitian. Pada area duga-duga, pengunjung mengetahui langkah-langkah penelitian dan mendapatkan pemahaman tentang alat-alat pengamatan berikut cara kerjanya. Anjungan ini menekankan pada hierarki langkah-langkah penelitian yang disusun dalam bentuk panel-panel dinding. Sebagai kelengkapannya dipaparkan berbagai alat-alat pengamatan seperti mikroskop, theodolit, waterpas yang

diikuti dengan penjelasan prinsip kerjanya. Target audiens adalah untuk semua umur, dengan kapasitas 4-5 orang.

- **Penggalian fosil**

Pengunjung dapat merasakan pengalaman menjadi paleontolog saat di lapangan melakukan proses penggalian fosil dari beberapa jenis dinosaurus. Anjungan ini menjelaskan lokasi penggalian fosil. Sebagai kelengkapannya disediakan sarana berupa : replika fosil dan tempat tinggal manusia purba, replika fosil dari beberapa jenis dinosaurus yang muncul dari bebatuan yang tertutup tanah, replika telur dinosaurus yang diperbesar delapan kali di mana anak-anak dapat meringkuk didalamnya, potongan-potongan puzzle kerangka dinosaurus yang dapat saling mengait terbuat dari *polyethylene* setebal 2 cm, panel dinding berupa lukisan mural kerangka dinosaurus dalam ukuran yang skalatis. Target audiensnya adalah anak usia 4-8 tahun dengan kapasitas 4 orang.

4. Gedung Kotak

a. Course class (kelas-kelas untuk kursus)

Di ruangan ini terdapat kelas-kelas yang disediakan bagi pengunjung yang berminat untuk mengikuti kursus-kursus yang diadakan oleh pihak Taman Pintar.

b. Indonesiaku

Indonesiaku menempati gedung kotak lantai 2, merupakan tempat untuk memperkenalkan dan pembelajaran tentang Indonesia secara geografis, kekayaan warisan leluhur dan perkembangan teknologi modern. Sub tema Indonesiaku terdiri atas tiga bagian yaitu :

- 1) Kekayaan alam Indonesia, bagian ini memaparkan kekayaan alam Indonesia dalam bentuk peta multilayer yang interaktif. Pemaparan kekayaan alam Indonesia dimaksudkan sebagai tantangan dalam penerapan teknologi guna kemajuan bangsa dan negara.
- 2) Warisan leluhur, bagian ini memaparkan penerapan teknologi tradisional yang telah digunakan oleh para leluhur, penekanan pada bagian ini lebih diarahkan pada rasa bangga sebagai orang Indonesia.
- 3) Teknologi modern, bagian ini memaparkan penerapan teknologi modern oleh bangsa Indonesia. Penekanan yang diharapkan dari subtema Indonesiaku adalah rasa bangga sebagai orang Indonesia dan keinginan untuk berkreasi dalam ilmu pengetahuan dan teknologi guna kemajuan bangsa dan negara.

c. Jembatan sains

Jembatan sains menempati gedung Kotak Lantai 2, merupakan tempat untuk memperkenalkan dan pembelajaran ilmu-ilmu dasar (matematika, fisika, kimia dan biologi) dengan penekanan pada penerapannya dalam

kehidupan sehari-hari. Penekanan pada subtema jembatan sains adalah penyampaian ilmu-ilmu dasar dalam bentuk-bentuk yang lebih interaktif sehingga diharapkan dapat meningkatkan ekspresi dan apresiasi terhadap ilmu pengetahuan dan teknologi.

d. Animasi dan TV

Di tempat ini pengunjung dapat belajar tentang hal-hal yang berkaitan dengan dunia animasi.

e. Macam-macam keilmuan

- *Golden ratio* : bertujuan agar pengunjung dapat melihat keterkaitan matematika dengan alam
- Fenomena gump pasir : bertujuan agar pengunjung dapat mengetahui pergerakan dan pembentukan bukit-bukit pasir oleh sebab angin.
- Putaran turbulensi : bertujuan agar pengunjung dapat mengetahui pergolakan fluida di lapisan polycarbonate sehingga dapat mengingatkan kepada aliran bergolak yang terjadi dalam atmosfer.
- Bayangan berwarna : bertujuan agar pengunjung menikmati sensasi perubahan warna bayangan dan mengetahui konsep pencampuran warna oleh cahaya.
- Keseimbangan bola : bertujuan agar pengunjung mengetahui prinsip-prinsip dasar hukum Bernoulli.

f. Teknologi populer

Teknologi Populer menempati gedung Kotak Lantai 2, merupakan tempat untuk memperkenalkan dan pembelajaran teknologi masa kini dan terapan dalam kehidupan sehari-hari.

g. Teknologi canggih

Teknologi canggih menempati gedung kotak lantai 2, merupakan tempat untuk memperkenalkan dan menumbuhkan imajinasi perkembangan teknologi canggih.

h. Perpustakaan

Perpustakaan menempati gedung kotak Lantai 2. Perpustakaan ditekankan untuk membantu siswa dan masyarakat umum dalam pembelajaran ilmu pengetahuan dan teknologi. Fasilitas yang disediakan perpustakaan meliputi buku-buku cetak dan buku-buku digital. Perpustakaan di tempat ini merupakan perpustakaan modern, terdiri dari perpustakaan elektronik dan perpustakaan konvensional yang menyediakan literatur ilmu pengetahuan dan teknologi.

i. Laboratorium sains

Laboratorium ini direncanakan untuk membantu siswa dalam pembelajaran ilmu pengetahuan dan teknologi yang tidak didapat di sekolah. Laboratorium sains juga diperuntukkan bagi sekolah-sekolah yang tidak mempunyai kelengkapan peralatan laborat, serta untuk keperluan eksepsi sains

dalam bentuk program-program. Program-program yang ditawarkan oleh laboratorium sains secara garis besar meliputi : *Eart science*, *Space science*, *Physical science* dan *life science* terperinci dalam paket-paket program yang terdiri dari optik gelombang, listrik, magnet, astronomi, opto elektronik, elektroforesis, mikroba, kultur, jaringan, kimia rumah tangga, mineral. (www.tamanpintar.com)

5. HARGA TIKET

Berikut adalah Waktu Layanan Kunjungan Objek Wisata Taman Pintar :

- Buka Layanan : Selasa-Minggu pukul 09.00-16.00 WIB
- Tutup Layanan : Senin kecuali libur nasional

Informasi harga tiket masuk di objek wisata Taman Pintar adalah sebagai berikut:

Tingkat Usia	Harga Tiket Masuk	Keterangan
Anak-anak	Rp. 10.000,-	-
Dewasa	Rp. 18.000,-	-

Untuk wahana tertentu pengunjung dibebankan biaya lagi

Jenis Wahana	Harga Tiket Masuk	Keterangan
Gedung PAUD	Rp. 3.000,-	Anak usia 2-7 tahun
Planetarium	Rp. 15.000,-	-

Wahana Theater 3D

Tingkat Usia	Harga Tiket Masuk	Keterangan
Dewasa/Umum	Rp. 20.000,-	-
Pelajar	Rp. 15.000,-	-
Rombongan	Rp. 15.000,-	Minimal 20 orang

Wahana Bahari

Tingkat Usia	Harga Tiket Masuk	Keterangan
Umum	Rp. 4.000,-	-

Program Kreativitas

Program Kreativitas	Anak Umum	Dewasa Umum
Kreasi Batik	Rp. 5.000,-	Rp. 5.000,-
Kreasi Gerabah	Rp. 5.000,-	Rp. 5.000,-
Lukis Kaos	Rp. 30.000,-	Rp. 40.000,-
Lukis Gerabah	Rp. 10.000,-	Rp. 10.000,-
Hand On Science	Rp. 5.000,-	Rp. 5.000,-
Presenter TV	Rp. 10.000,-	Rp. 10.000,-

(www.tamanpintar.com)

4.4 Taman Pintar Ditinjau Dari Segi Fasilitas

Akses menuju Taman Pintar tidak terlalu sulit karena letaknya persis di pinggir utara Jalan Panembahan Senopati No. 3. Di samping itu, taman ini juga relatif dekat dari Bandara Adi Sucipto (sekitar 8 km), dari Terminal Giwangan (sekitar 6 km), dari Stasiun Lempuyangan (sekitar 3 km), dan dari Stasiun Tugu (sekitar 2 km).

Bagi pengunjung yang berangkat dari Bandara Adi Sucipto dapat menggunakan Bus Trans-Jogja (trayek 3A atau 3B) melewati Jalan Malioboro. Setelah sekitar 25 menit dan membayar ongkos sekitar Rp 3.000, wisatawan dapat turun di depan Taman Pintar. Sedangkan wisatawan yang berangkat dari Terminal Giwangan dapat menggunakan bus kota jalur 4 atau 10 melewati Jalan Malioboro, kemudian turun di depan Benteng Vredeburg dengan membayar ongkos sekitar Rp 2.500. Dari Benteng Vredeburg, wisatawan dapat berjalan kaki ke arah timur menuju Taman Pintar. Bagi wisatawan yang berangkat dari Stasiun Tugu dapat menggunakan becak atau andong menuju taman ini dengan membayar ongkos kurang lebih sebesar Rp 10.000. Sedangkan wisatawan yang berangkat dari Stasiun Lempuyangan dapat menggunakan taksi menuju taman ini dengan membayar ongkos kurang lebih sebesar Rp 20.000.

Banyak yang berkunjung ke Taman Pintar ini mengaku karena nyaman berada di dalamnya. Pengunjung merasakan kenyamanan tentu karena kebersihan lingkungan yang senantiasa dijaga baik oleh pengunjung maupun pengelola. Berdasarkan observasi hampir tidak terlihat sampah berserakan, hanya bisa dijumpai beberapa daun kering yang berguguran secara alami, itupun sangat sedikit jumlahnya. Kebersihan di sini juga dikarenakan telah diupayakannya pengelolaan sampah secara benar, terbukti dengan adanya bak kompos sampah yang besar, namun tidak menunjukkan bahwa itu bak kompos karena dibuat sedemikian rupa agak menarik dan tidak terlihat kotor dengan berbentuk strawberri.

Berikut ini adalah fasilitas yang terdapat di Taman Pintar untuk memenuhi kebutuhan para pengunjung :

1. Alat-alat peraga Iptek yang interaktif

Alat-alat peraga pendidikan yang memiliki penekanan ke arah sains eksakta/teknologi dengan tidak meninggalkan kearifan lokal dan pengenalan lingkungan hidup, guna merangsang keingintahuan dan kebutuhan akan pemahaman sains dan teknologi. Para pengunjung bisa terlibat secara langsung.

2. *Exhibition Hall*

Exhibition hall berada di gedung kotak lantai 1. Tempat ini dapat digunakan untuk mengadakan event dan pameran sekolah/instansi dalam ruang.

3. Audiovisual Room

Ruang audiovisual ini berada di gedung kotak lantai 1, berupa ruang pertemuan dengan kapasitas 30 kursi serta mempunyai fasilitas AC dan *Whiteboard*.

4. Radio Anak Jogja

Radio yang berfungsi sebagai media publikasi dan penyiaran segala kegiatan anak di Yogyakarta, khususnya yang berlangsung di Taman Pintar Yogyakarta. Mengudara pada frekuensi 1188 AM dan 99,9 FM mulai pukul 05.55 - 22.00 WIB. Di tempat ini anak bisa mendapatkan tambahan

pengetahuan tentang dunia penyiaran serta bisa mengembangkan bakat potensinya.

5. *Food Court*

Di tempat ini terdapat beberapa stand penjual makanan yang menyajikan menu dengan banyak pilihan sehingga pengunjung bias memilih makanan yang mereka inginkan.

6. Mushola

Mushola di Taman Pintar bernama Musholla "Izul Ilmi". Mushola ini diresmikan oleh Bp. Arif Noor Hartanto, SIP, Ketua DPRD Kota Jogja pada tanggal 20 Mei 2006. Pendirian mushola ini dimaksudkan untuk menyeimbangkan (*balance*) ilmu pengetahuan dan teknologi (iptek) dengan iman dan taqwa (imtaq) kepada Tuhan YME. Mushola yang berkapasitas antara 60-70 orang ini telah diaktifkan untuk sholat Jumat dan juga Sholat taraweh pada bulan Ramadhan.

7. Souvenir Counter

Tempat ini menjual aneka *merchandise* obyek wisata Taman Pintar yang unik dan menarik sehingga dapat dibeli untuk kenang- kenangan dan buah tangan.

8. Pusat informasi dan layanan kunjungan rombongan

Di tempat ini, pengunjung bisa mendapatkan informasi mengenai obyek wisata Taman Pintar serta mendapatkan kemudahan pelayanan kunjungan rombongan.

9. Toilet

Toilet di objek wisata menjadi salah satu unsur kenyamanan bagi wisatawan. Dengan toilet yang bersih, wisatawan merasa nyaman berada di kawasan objek wisata itu.

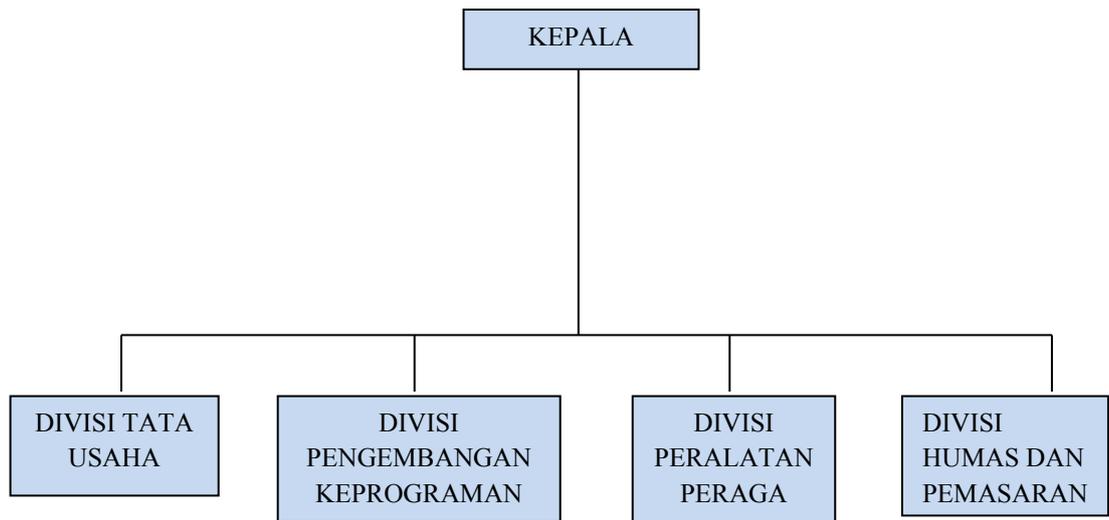
(www.tamanpintar.com)

4.5. Taman Pintar Ditinjau Dari Segi Sumber Daya

Struktur organisasi merupakan unsur yang sangat penting bagi sebuah perusahaan. Mekanisme kerja atau operasionalisasi seluruh kegiatan perusahaan dapat berjalan dengan baik bila struktur organisasinya jelas. Selain itu dengan pembagian kerja karyawan dan *job description* yang jelas akan memperlancar tercapainya tujuan perusahaan.

Gambar 4.3

STRUKTUR ORGANISASI TAMAN PINTAR



Pengelola Taman Pintar :

1. Kepala Taman Pintar : Yunianto Dwisutono

Job Description : Bertanggung jawab terhadap manajemen Taman Pintar

2. Ka. Divisi Tata Usaha : Maria Novi Setyawati membawahi 25 orang staf.

Job Description divisi tata usaha :

- Mengakomodir, mengkoordinasikan, bahkan mengevaluasi berbagai program dan kegiatan secara menyeluruh di Taman Pintar
- Menganalisis Sarana Prasarana di Taman Pintar
- Menganalisis Keuangan
- Memelihara Listrik, Alat dan Jaringan
- Mengurusi berkas-berkas SPJ dari semua seksi yang ada di Taman Pintar

- Mengurusi akuntansi dan pelaporan, mengurus konsumsi berbagai kegiatan di Taman Pintar.
- Memelihara Bangunan
- Mengurusi persediaan logistik sebagai Pengelola Gudang Taman Pintar
- Penatalaksana dan Penjual Tiket
- Membuat Dokumen Penerimaan.
- Menjaga bangunan/gedung Taman Pintar beserta utilitas dan segala perlengkapannya termasuk juga jaringan air bersih dan air kotor agar selalu bisa berfungsi dengan baik
- Menelaah Kepegawaian.

3. Ka. Divisi Pengembangan Keprograman : Krismono Adjie membawahi 5 orang staf.

Job Description divisi pengembangan keprograman:

- Merencanakan dan melaksanakan program sains dan teknologi
- Mengelola Seni dan Budaya
- Memastikan pelayanan di Perpustakaan Taman Pintar
- Menganalisis Pengembangan Alat Peraga dan Perpustakaan

4. Ka. Divisi Peralatan Peraga : Retno Yuliani membawahi 11 orang staf.

Job Description divisi peralatan peraga:

- Mengorganisir tim Pemandu di Taman Pintar
- Memelihara Peralatan Peraga

5. Ka. Divisi Humas dan Pemasaran : Afia Rosdiana membawahi 5 orang staf.

Job Description divisi humas dan pemasaran:

- Membuat konsep berbagai materi iklan dan promosi Taman Pintar.
- Melakukan kerjasama atau sewa area di Taman Pintar
- Mengelola Layanan Informasi.

(www.tamanpintar.com)

4.6 Hasil dan Pembahasan Kuesioner

1. UJI VALIDITAS

Uji Validitas bertujuan untuk mengetahui keakurasian pertanyaan pada kuesioner (Hair, 2006). Instrumen penelitian harus valid, sehingga sebelum dilakukan suatu penelitian, setiap butir instrumen harus dianalisis hubungan antara skor tiap butir dengan skor total menggunakan rumus korelasi Pearson's Product Moment. Dari perhitungan tersebut menghasilkan butir-butir valid dan tidak valid. Pengujian validitas penelitian ini dilakukan dengan bantuan program SPSS 20.0 for windows.

a. Atraksi Wisata

		ATW_1	ATW_2	ATW_3	ATW_4	ATW_5	ATW_6	ATW_7	TOTAL_ATW
ATW_1	Pearson Correlation	1	.635**	.824**	.412**	.523**	.525**	.555**	.790**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
ATW_2	Pearson Correlation	.635**	1	.760**	.643**	.532**	.742**	.620**	.883**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

ATW_3	Pearson Correlation	.824**	.760**	1	.715**	.623**	.659**	.582**	.910**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
ATW_4	Pearson Correlation	.412**	.643**	.715**	1	.532**	.578**	.433**	.756**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
ATW_5	Pearson Correlation	.523**	.532**	.623**	.532**	1	.405**	.433**	.743**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
ATW_6	Pearson Correlation	.525**	.742**	.659**	.578**	.405**	1	.489**	.765**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
ATW_7	Pearson Correlation	.555**	.620**	.582**	.433**	.433**	.489**	1	.751**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL_A TW	Pearson Correlation	.790**	.883**	.910**	.756**	.743**	.765**	.751**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan hasil uji validitas dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan untuk mengukur Atraksi Wisata dinyatakan *valid* karena nilai *significant (2-tailed)* untuk seluruh pertanyaan bernilai 0,000 lebih kecil dari 0,005. Diringkas sebagai berikut:

Tabel 4.1

Hasil Uji Validitas Variabel Atraksi Wisata (X1) dalam Uji Coba Kuesioner

Nomor Pertanyaan	<i>Pearson Correlation</i>	<i>Significant (2-tailed)</i>	Kesimpulan
1	0,790	0,000	Valid
2	0,883	0,000	Valid
3	0,910	0,000	Valid
4	0,756	0,000	Valid
5	0,743	0,000	Valid
6	0,765	0,000	Valid
7	0,751	0,000	Valid

Sumber : Data yang telah diolah dengan SPSS 20.0

b. Fasilitas

Correlations

		FLT_1	FLT_2	FLT_3	FLT_4	FLT_5	FLT_6	TOTAL FLT
FLT_1	Pearson Correlation	1	.596**	.488**	.634**	.507**	.566**	.802**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
FLT_2	Pearson Correlation	.596**	1	.504**	.588**	.420**	.684**	.771**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
FLT_3	Pearson Correlation	.488**	.504**	1	.606**	.638**	.524**	.801**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
FLT_4	Pearson Correlation	.634**	.588**	.606**	1	.632**	.545**	.834**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100

FLT_5	Pearson Correlation	.507**	.420**	.638**	.632**	1	.459**	.781**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
FLT_6	Pearson Correlation	.566**	.684**	.524**	.545**	.459**	1	.780**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL_FL	Pearson Correlation	.802**	.771**	.801**	.834**	.781**	.780**	1
T	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan hasil uji validitas dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan untuk mengukur Fasilitas dinyatakan *valid* karena nilai *significant (2-tailed)* untuk seluruh pertanyaan bernilai 0,000 lebih kecil dari 0,005. Diringkas sebagai berikut:

Tabel 4.2

Hasil Uji Validitas Variabel Fasilitas (X2) dalam Uji Coba Kuesioner

Nomor Pertanyaan	<i>Pearson Correlation</i>	<i>Significant (2-tailed)</i>	Kesimpulan
1	0,802	0,000	Valid
2	0,771	0,000	Valid
3	0,801	0,000	Valid
4	0,834	0,000	Valid
5	0,781	0,000	Valid
6	0,780	0,000	Valid

Sumber : Data yang telah diolah dengan SPSS 20.0

c. SDM

		Correlations							
		SDM_1	SDM_2	SDM_3	SDM_4	SDM_5	SDM_6	SDM_7	TOTAL_ SDM
SDM_1	Pearson Correlation	1	.681**	.689**	.390**	.411**	.709**	.617**	.780**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
SDM_2	Pearson Correlation	.681**	1	.794**	.571**	.723**	.723**	.612**	.873**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
SDM_3	Pearson Correlation	.689**	.794**	1	.519**	.751**	.648**	.654**	.862**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
SDM_4	Pearson Correlation	.390**	.571**	.519**	1	.761**	.560**	.775**	.783**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
SDM_5	Pearson Correlation	.411**	.723**	.751**	.761**	1	.577**	.638**	.823**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
SDM_6	Pearson Correlation	.709**	.723**	.648**	.560**	.577**	1	.636**	.852**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
SDM_7	Pearson Correlation	.617**	.612**	.654**	.775**	.638**	.636**	1	.845**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL_ SDM	Pearson Correlation	.780**	.873**	.862**	.783**	.823**	.852**	.845**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan hasil uji validitas dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan untuk mengukur Sumber Daya Manusia dinyatakan *valid* karena nilai *significant (2-tailed)* untuk seluruh pertanyaan bernilai 0,000 lebih kecil dari 0,005. Diringkas sebagai berikut:

Tabel 4.3

Hasil Uji Validitas Variabel SDM (X3) dalam Uji Coba Kuesioner

Nomor Pertanyaan	<i>Pearson Correlation</i>	<i>Significant (2-tailed)</i>	Kesimpulan
1	0,780	0,000	Valid
2	0,873	0,000	Valid
3	0,862	0,000	Valid
4	0,783	0,000	Valid
5	0,823	0,000	Valid
6	0,852	0,000	Valid
7	0,845	0,000	Valid

Sumber : Data yang telah diolah dengan SPSS 20.0

d. Kepuasan Pengunjung

Correlations						
	KPG_1	KPG_2	KPG_3	KPG_4	KPG_5	TOTAL_KPG
Pearson Correlation	1	.677**	.576**	.376**	.708**	.832**
KPG_1 Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100
KPG_2 Pearson Correlation	.677**	1	.711**	.388**	.631**	.848**

	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
KPG_3	Pearson Correlation	.576**	.711**	1	.462**	.673**	.873**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
KPG_4	Pearson Correlation	.376**	.388**	.462**	1	.295**	.613**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.003	.000
	N	100	100	100	100	100	100
KPG_5	Pearson Correlation	.708**	.631**	.673**	.295**	1	.831**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.003		.000
	N	100	100	100	100	100	100
TOTAL_KPG	Pearson Correlation	.832**	.848**	.873**	.613**	.831**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan hasil uji validitas dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan untuk mengukur Kepuasan Pengunjung dinyatakan *valid* karena nilai *significant (2-tailed)* untuk seluruh pertanyaan bernilai 0,000 lebih kecil dari 0,005. Diringkas sebagai berikut:

Tabel 4.4

Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pengunjung (Y) dalam Uji Coba

Kuesioner

Nomor Pertanyaan	<i>Pearson Correlation</i>	<i>Significant (2-tailed)</i>	Kesimpulan
1	0,832	0,000	Valid
2	0,848	0,000	Valid
3	0,873	0,000	Valid
4	0,613	0,000	Valid
5	0,831	0,000	Valid

Sumber : Data yang telah diolah dengan SPSS 20.0

2. UJI RELIABILITAS

Uji Realibilitas bertujuan untuk mengetahui konsekuensi jawaban responden (reliabel jika Cronbach alfa $> 0,7$) (Hair, 2006). Untuk mengetahui tingkat pemahaman responden terhadap kuesioner yang diajukan, maka digunakan uji reabilitas terhadap kuesioner yang digunakan. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan teknik *Formula Alpha Cronbach* dan dengan menggunakan SPSS 20.0 *for windows*.

a. Atraksi Wisata

Tabel 4.5

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Atraksi Wisata (X1) dalam Uji Coba Kuesioner

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.791	.933	7

Sumber : Data yang telah diolah dengan SPSS 20.0

Atraksi Wisata dinyatakan sudah *reliable* karena nilai dari *Cronbach Alpha* > 0,70.

b. Fasilitas

Tabel 4.6

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Fasilitas (X2) dalam Uji Coba Kuesioner

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.797	.922	6

Sumber : Data yang telah diolah dengan SPSS 20.0

Fasilitas dinyatakan sudah *reliable* karena nilai dari *Cronbach Alpha* > 0,70

c. Sumber Daya Manusia

Tabel 4.7

Hasil Uji Reliabilitas Variabel SDM (X3) dalam Uji Coba Kuesioner

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.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
.819	.946	7

Sumber : Data yang telah diolah dengan SPSS 20.0

Sumber Daya Manusia dinyatakan sudah *reliable* karena nilai dari *Cronbach Alpha* > 0,70.

d. Kepuasan Pengunjung

Tabel 4.8

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pengunjung (Y) dalam Uji Coba Kuesioner

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.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
.806	.912	5

Sumber : Data yang telah diolah dengan SPSS 20.0
Kepuasan Pengunjung dinyatakan sudah *reliable* karena nilai dari

Cronbach Alpha > 0,70.

No.	Variabel	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items
1	Atraksi Wisata	0,933
2	Fasilitas	0,922
3	Sumber Daya Manusia	0,946
4	Kepuasan Pengunjung	0,912

Berdasarkan tabel tersebut dapat dinyatakan bahwa variabel Atraksi Wisata, Fasilitas, Sumber Daya Manusia dan Kepuasan Pengunjung sudah *reliable* karena nilai dari *Cronbach Alpha* > 0,70.

3. UJI ASUMSI KLASIK

A. UJI Normalitas

Syarat dalam analisis parametrik yaitu distribusi data harus normal. Dalam penelitian ini, pengujian menggunakan uji *Kolgomorov-Smirnov (Analisis Explore)* untuk mengetahui apakah distribusi pada setiap variabel adalah normal atau tidak.

Kriteria pengambilan keputusan yaitu :

- a) Jika tingkat signifikansi > 0.05 maka data berdistribusi normal
- b) Jika tingkat signifikansi < 0.05 maka tidak berdistribusi data normal

Tabel 4.9 Hasil Pengujian Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	.87224063
	Absolute	.096
Most Extreme Differences	Positive	.096
	Negative	-.044
Kolmogorov-Smirnov Z		.964
Asymp. Sig. (2-tailed)		.311

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Data yang telah diolah dengan SPSS 20.0

Berdasarkan table nilai K-S dapat dilihat probabilitas signifikansi sebesar 0,311 dan nilainya di atas 0,05 yang berarti data dalam penelitian ini terdistribusi secara normal.

B. Uji Multikolinearitas

Uji multikoleniaritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau independen (Imam Ghozali, 2011:105). Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya multikolinearitas. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas,

dengan melihat nilai VIF (*varians inflation factor*) dan melihat nilai tolerance .
 Kriteria pengambilan keputusan menurut *Hair et al* dalam *Duwi Priyatno (2009)* yaitu jika VIF kurang dari 10 dan nilai Tolerance lebih besar 0,10 maka tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 4.10 Hasil Pengujian Uji Multikolinearitas

Model		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	.416	.987		.422	.674		
	TOTAL_ATW	.310	.071	.410	4.388	.000	.145	6.882
	TOTAL_FLT	.323	.086	.382	2.976	.004	.139	4.190
	TOTAL_SDM	.358	.071	.477	2.585	.011	.186	6.103

a. Dependent Variable: TOTAL_KPG

Sumber : Data yang telah diolah dengan SPSS 20.0

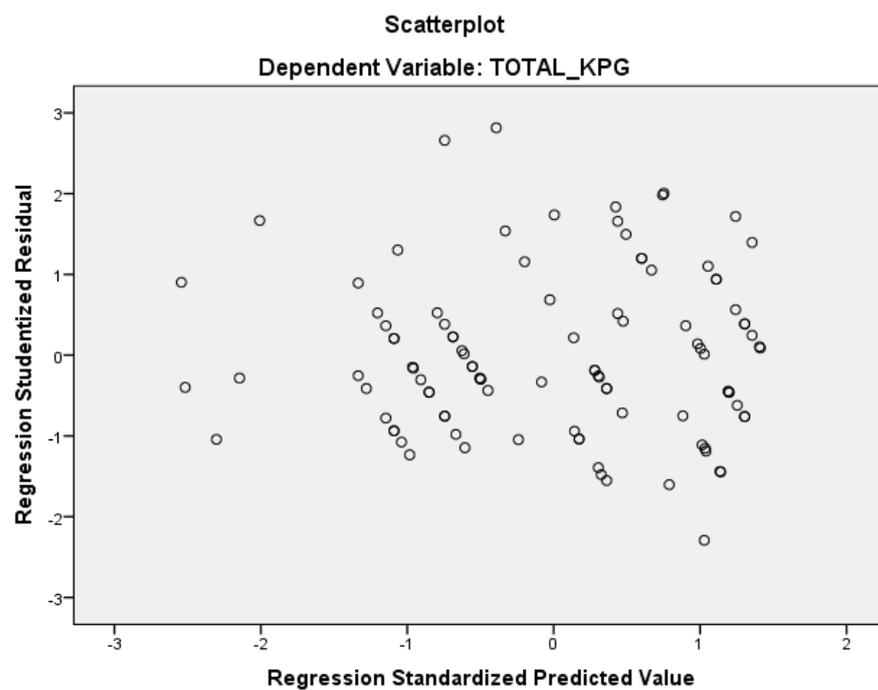
Berdasarkan Tabel dapat dilihat bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai *tolerance* di atas 0,10 dan nilai VIF di bawah 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolonieritas antar variable independen pada penelitian ini.

C. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain, jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda maka disebut heteroskedastisitas (Imam Ghozali, 2011:139). Prasyarat

yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada tidaknya heterokedastisitas dengan melihat ada tidaknya heterokedastisitas dengan melihat pola titik-titik pada *scatterplots* regresi. Jika titik-titik menyebar dengan pola yang tidak jelas di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Gambar 4.1. Hasil Pengujian Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Data yang telah diolah dengan SPSS 20.0

Berdasarkan Gambar dapat dinyatakan bahwa tidak ada pola jelas pada *scatterplot*, serta titik-titik pada *scatterplot* menyebar di atas dan di

bawah angka 0 pada sumbu Y, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada penelitian ini.

4. UJI KOEFISIEN KORELASI R

Analisis ini digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antara variabel X dengan variabel Y (Sugiyono, 2008:230).

Tabel 4.11 Hasil Pengujian Uji Koefisien Korelasi R

3 Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.942 ^a	.887	.883	.886

a. Predictors: (Constant), TOTAL_SDM, TOTAL_ATW, TOTAL_FLT

b. Dependent Variable: TOTAL_KPG

Sumber : Data yang telah diolah dengan SPSS 20.0

Dari Tabel dapat diperoleh nilai R sebesar 0,942. Hasil ini mengindikasikan bahwa Nilai R menuju +1 menunjukkan korelasi menuju kuat dan positif, artinya jika variabel X bertambah, bertambah pula nilai variabel Y.

5. UJI KOEFISIEN DETERMINASI (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Imam

Ghozali, 2011:97). Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

Berikut ini adalah hasil dari pengujian koefisien determinasi variabel atraksi wisata, fasilitas, dan sumber daya manusia secara bersama-sama terhadap variabel kepuasan pengunjung :

Tabel 4.12 Hasil Pengujian Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.942 ^a	.887	.883	.886

a. Predictors: (Constant), TOTAL_SDM, TOTAL_ATW, TOTAL_FLT

b. Dependent Variable: TOTAL_KPG

Sumber : Data yang telah diolah dengan SPSS 20.0

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa $R = 0.942$ yang menunjukkan kekuatan hubungan antara ketiga variabel independen (atraksi wisata, fasilitas, dan sumber daya manusia) dengan variabel dependen Y (kepuasan pengunjung). Dan nilai koefisien determinasi (*R-Square*) 0.883, menunjukkan pengertian bahwa kepuasan pengunjung (Y) dipengaruhi sebesar 88,3% oleh variable atraksi wisata (X_1), variable fasilitas (X_2), dan variable sumber daya manusia (X_3). Sedangkan sisanya 11,7% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel independen tersebut.

6. Uji Statistik

A. UJI PARSIAL (UJI T)

Uji t dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel independen menerangkan variabel dependen (Ghozali,2001). Dalam penelitian ini Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (atraksi wisata, fasilitas, sumber daya manusia) secara parsial terhadap variable dependen (kepuasan pengunjung) apakah pengaruhnya signifikan atau tidak.

Tabel 4.13 Hasil Pengujian Uji T

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	.416	.987		.422	.674		
1 TOTAL_ATW	.310	.071	.410	4.388	.000	.145	6.882
TOTAL_FLT	.323	.086	.382	2.976	.004	.139	4.190
TOTAL_SDM	.358	.071	.477	2.585	.011	.186	6.103

a. Dependent Variable: TOTAL_KPG

Sumber : Data yang telah diolah dengan SPSS 20.0

ATW = Atraksi Wisata

FLT = Fasilitas

SDM = Sumber Daya Manusia

Dari Tabel diperoleh :

- a. Untuk Atraksi Wisata (X1) nilai T sebesar 4.388 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat dinyatakan bahwa H_{a1} dapat diterima dan membuktikan bahwa atraksi wisata berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

- b. Untuk Fasilitas (X2) nilai T sebesar 2.976 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,004 lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat dinyatakan bahwa H_{a2} dapat diterima dan membuktikan bahwa fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung.
- c. Untuk sumber daya manusia (X3) nilai T sebesar 2.585 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,011 lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat dinyatakan bahwa H_{a3} dapat diterima dan membuktikan bahwa sumber daya manusia berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

B. UJI SIMULTAN (UJI F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen apakah pengaruhnya signifikan atau tidak.

Hipotesis : variable atraksi wisata, fasilitas, dan sumber daya manusia secara bersama-sama (secara simultan) berpengaruh terhadap variabel kepuasan pengunjung

$H_0 : \rho_{123} = 0$; variabel atraksi wisata, fasilitas, dan sumber daya manusia secara bersama-sama tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung

$H_0 : \rho_{123} \neq 0$; variabel atraksi wisata, fasilitas, dan sumber daya manusia secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

Tabel 4.14 Hasil Pengujian Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	589.640	3	196.547	250.513	.000 ^b
Residual	75.320	96	.785		
Total	664.960	99			

a. Dependent Variable: TOTAL_KPG

b. Predictors: (Constant), TOTAL_SDM, TOTAL_ATW, TOTAL_FLT

Sumber : Data yang telah diolah dengan SPSS 20.0

Dari Tabel diperoleh nilai F sebesar 250,513 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat dinyatakan bahwa H_{a4} dapat diterima dan membuktikan bahwa atraksi wisata, fasilitas dan sumber daya manusia secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Semakin tinggi atraksi wisata, fasilitas dan sumber daya manusia akan meningkatkan kepuasan pengunjung.

7. UJI REGRESI

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui bagaimana variabel dependen dapat diprediksi melalui variabel independen secara parsial ataupun simultan. Analisis regresi ganda adalah suatu alat analisis peramalan nilai dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat.

Analisis regresi ganda digunakan untuk membuktikan ada atau tidaknya pengaruh dua variabel atau lebih.

$$Y = 0,416 + 0,310 X_1 + 0,323 X_2 + 0,358 X_3$$

Dari persamaan regresi dapat dinyatakan bahwa keempat variabel memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung. Hal ini dapat dilihat dari korelasi parsial setiap variabel, yaitu $ATW=0,310$, $FLT=0,323$, $SDM=0,358$.

Dengan mengacu pada persamaan regresi yang diperoleh maka model regresi tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a) Konstanta $a = 0,416$, artinya apabila nilai atraksi wisata (X_1), fasilitas (X_2), dan sumber daya manusia (X_3) sama dengan nol, maka kepuasan pengunjung (Y) nilainya sebesar 0,416.
- b) Koefisien $b_1 = 0,310$, artinya apabila atraksi wisata (X_1) naik sebesar 100%, sementara variabel independen lainnya tetap maka variabel kepuasan pengunjung (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 31% dan sebaliknya apabila atraksi wisata (X_1) terjadi penurunan sebesar 100% sementara variabel independen lainnya tetap maka variabel kepuasan pengunjung (Y) akan mengalami penurunan 31%. Jadi tanda (+) menyatakan arah hubungan yang searah, di mana kenaikan/penurunan variabel bebas (X) akan mengakibatkan kenaikan/penurunan variabel terikat (Y).

c) Koefisien $b_2 = 0,323$, artinya apabila fasilitas (X_2) naik sebesar 100%, sementara variabel independen lainnya tetap maka variabel kepuasan pengunjung (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 32,3% dan sebaliknya apabila fasilitas (X_2) terjadi penurunan sebesar 100% sementara variabel independen lainnya tetap maka variabel kepuasan pengunjung (Y) akan mengalami penurunan 32,3%. Jadi tanda (+) menyatakan arah hubungan yang searah, di mana kenaikan/penurunan variabel bebas (X) akan mengakibatkan kenaikan/penurunan variabel terikat (Y).

d) Koefisien $b_3 = 0,358$, artinya apabila sumber daya manusia (X_3) naik sebesar 100%, sementara variabel independen lainnya tetap maka variabel kepuasan pengunjung (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 35,8 % dan sebaliknya apabila sumber daya manusia (X_3) terjadi penurunan sebesar 100% sementara variabel independen lainnya tetap maka variabel kepuasan pengunjung (Y) akan mengalami penurunan sebesar 35,8%. Jadi tanda (+) menyatakan arah hubungan yang searah, di mana kenaikan/penurunan variabel bebas (X) akan mengakibatkan kenaikan/penurunan variabel terikat (Y).

4.7 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan Tabel hasil uji t menunjukkan koefisien regresi sebesar 0,310 untuk variabel atraksi wisata. Dengan demikian, setiap kenaikan atraksi wisata 1 satuan akan menyebabkan peningkatan kepuasan

pengunjung sebesar 0,310 atau sebesar 31%. Uji statistik t menunjukkan nilai t sebesar 4,338 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 atau lebih kecil dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa H_{a1} diterima, sehingga disimpulkan bahwa Atraksi Wisata berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung di Taman Pintar Yogyakarta. Semakin tinggi dan atraktif suatu atraksi wisata di Taman Wisata Yogyakarta akan meningkatkan kepuasan pengunjung yang datang ke Taman Pintar Yogyakarta

Berdasarkan Tabel uji statistik t menunjukkan koefisien regresi sebesar 0,323 untuk variabel fasilitas. Dengan demikian, setiap fasilitas 1 satuan akan menyebabkan peningkatan kepuasan pengunjung sebesar 0,323 atau sebesar 32,3%. Uji statistik t menunjukkan nilai t sebesar 2,976 dan nilai signifikansi sebesar 0,004 atau lebih kecil dari 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa H_{a2} diterima, sehingga disimpulkan bahwa fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung di Taman Wisata Yogyakarta. Semakin baik fasilitas yang terdapat di Taman Pintar Yogyakarta semakin meningkatkan kepuasan pengunjung untuk datang ke Taman Pintar Yogyakarta.

Berdasarkan Tabel uji statistik t menunjukkan koefisien regresi sebesar 0,358 untuk variabel sumber daya manusia. Dengan demikian, setiap sumber daya manusia 1 satuan akan menyebabkan peningkatan kepuasan pengunjung sebesar 0,358 atau sebesar 35,80%. Uji statistik t menunjukkan nilai t sebesar 2,585 dan nilai signifikansi sebesar 0,011 atau

lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat dinyatakan bahwa H_{a3} diterima dan dapat disimpulkan bahwa Sumber daya manusia berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung di Taman Pintar Yogyakarta. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang baik dari pekerja di Taman Pintar Yogyakarta akan meningkatkan kepuasan pengunjung untuk datang ke Taman Pintar Yogyakarta.

Dari Tabel diperoleh nilai F sebesar 250,513 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat dinyatakan bahwa H_{a4} dapat diterima dan membuktikan bahwa atraksi wisata, fasilitas dan sumber daya manusia secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Semakin tinggi atraksi wisata, fasilitas dan sumber daya manusia akan meningkatkan kepuasan pengunjung.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan atraksi wisata terhadap kepuasan pengunjung di Taman Pintar sebesar 31%. Semakin baik atraksi wisata yang terdapat di Taman Pintar Yogyakarta semakin meningkatkan kepuasan pengunjung untuk datang ke Taman Pintar Yogyakarta.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan fasilitas terhadap kepuasan pengunjung di Taman Pintar sebesar 32,3%. Semakin baik fasilitas yang terdapat di Taman Pintar Yogyakarta semakin meningkatkan kepuasan pengunjung untuk datang ke Taman Pintar Yogyakarta.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan sumber daya manusia terhadap kepuasan pengunjung di Taman Pintar sebesar 35,8%. Semakin baik sumber daya manusia yang terdapat di Taman Pintar Yogyakarta semakin meningkatkan kepuasan pengunjung untuk datang ke Taman Pintar Yogyakarta.
4. Nilai koefisien korelasi diperoleh sebesar 0,942. Hal ini berarti adanya hubungan positif antara atraksi wisata, fasilitas, dan sumber daya manusia

terhadap kepuasan pengunjung. Hubungan variabel tersebut termasuk kategori sangat kuat. Dengan demikian atraksi wisata, fasilitas, dan sumber daya manusia memiliki hubungan kuat terhadap terhadap kepuasan pengunjung.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil analisis dari kesimpulan, maka terdapat beberapa saran sebagai berikut :

1. Beberapa saran berkaitan dengan atraksi wisata di Taman Pintar yang dapat dilakukan dengan cara seperti :
 - a. Memberikan potongan harga untuk waktu tertentu misalnya HUT Taman Pintar, HUT kota Yogyakarta, Hari Pendidikan Nasional, dll.
 - b. Menambah kreasi wahana agar lebih bervariasi dalam menghibur sekaligus menambah pengetahuan para pengunjung.
 - c. Mengadakan agenda program untuk waktu tertentu misalnya awal bulan dengan pertunjukan yang menarik, festival makanan/minuman khas Yogyakarta.
 - d. Penyajian kesenian dan kebudayaan pada waktu tertentu misalnya setiap hari Minggu dimana para wisatawan dapat mengikuti kursus singkat gratis untuk belajar tarian tradisional, karawitan, seni membatik, dll.

- e. Lebih gencar dalam mempromosikan obyek wisata Taman Pintar melalui media cetak ataupun elektronik.
2. Beberapa saran untuk fasilitas yang ada di Taman Pintar adalah sebagai berikut:
- a. Menggalakkan kebersihan lokasi dan area wahana Taman Pintar dengan menyediakan tempat sampah yang cukup, dan menggerakkan petugas kebersihan agar pengunjung merasa nyaman.
 - b. Memudahkan transportasi sebagai akses untuk mencapai obyek wisata Taman Pintar seperti angkutan umum yaitu bus, becak, andong yang dapat ditemukan dengan mudah dan biaya yang terjangkau.
 - c. Melengkapi keberadaan sarana dan prasarana seperti hotel atau penginapan, *food court*, *souvenir shop*, mushola, toilet, dan pusat informasi untuk kebutuhan para pengunjung.
3. Beberapa saran untuk sumber daya manusia yang ada di Taman Pintar adalah sebagai berikut :
- a. Membenahi kualitas karyawan sebagai motor penggerak Taman Pintar dengan menempatkan karyawan sesuai dengan tingkat dan bidang pendidikannya, membekali karyawan dengan training sesuai dengan bidangnya masing-masing.
 - b. Mengoptimalkan jumlah karyawan sesuai dengan fungsinya agar dapat memenuhi kebutuhan pengunjung seperti bagian *ticketing*, petugas layanan informasi, dan *tour guide* antar wahana.

- c. Penampilan karyawan Taman pintar sebagai petugas pelayanan pengunjung harus *good looking*, ramah, dan cekatan dalam melayani para wisatawan.
- 4. Taman Pintar sebaiknya selalu mengupayakan agar atraksi wisata, fasilitas, dan sumber daya manusia dapat dikelola secara optimal demi tercapainya kepuasan pengunjung. Dengan demikian target penerimaan pengunjung dapat terealisasi.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU-BUKU :

- Edward, Inskip. 1991. *Tourism Planning An Integrated and Sustainable Development Approach*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Evans, N., Campbell, D., & Stonehouse, G. 2003. *Strategic Management for Travel and Tourism*. Burlington: Butterworth-Heinemann.
- Ghozali, Imam. 2006. *Statistik Nonparametrik*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- _____. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang : BP Universitas Diponegoro.
- Istijanto.2009. *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran: Cara Praktis Meneliti Konsumen dan Pesaing*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Jogiyanto. 2009. *Analisis dan Desain Sistem Informasi*. Yogyakarta: Andi.
- Keegan, Warren J, and Mark. 1995. *Principle of Global Marketing*. Engle wood.
- Kotler, Philip.1997. *Marketing For Health, Care Organizations*. New Jersey : Prentice Hall.
- Lynch, R. 2000. *Corporate Strategy*. London: Pitman.
- Mason,.* 2000. *Teknik Statistika Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Edisi Kesembilan. Jakarta: Erlangga.
- Mill, Robert Christie.1990. *Tourism: The International Business*. Singapore: Prentice- Hall.
- Nawawi, Hadari. 2001. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Pendit, Nyoman S. 1994. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Poerwanto. 1998. *Geografi Pariwisata dalam Diktat Kuliah*. Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI. Universitas Jember.

- Rangkuti, Freddy. 2006. Analisis Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Situmorang, Et. al. 2010. Analisis Data Penelitian; Menggunakan Program SPSS. Terbitan Pertama. Medan: USU Press.
- Sugiyono. 2002. Metode Penelitian Bisnis. Bandung : Alfabeta.
- _____. 2004. Metode Penelitian Bisnis. Bandung : Alfabeta.
- _____. 2008. Metode Penelitian Bisnis. Cetakan kedua belas 2008. Bandung: Alfabeta.
- Suswanto, G., 2004. Dasar-Dasar Pariwisata. Yogyakarta : Andi Offset.
- Soekadji, R.G. 1997. Anatomi Pariwisata. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- _____. 2000. Anatomi Pariwisata. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Tjiptono, Fandy. 1997. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi.
- Tse David K & Peter C Wilton. 1988. Model of Consumer Satisfaction Formation: An Extension. Journal Of Marketing Research.
- Yamane, Taro. 1967. *Elementary Sampling Theory*. Englewood Cliffs. Prentice Hall.
- Yoeti, Oka A. 1985. Budaya Tradisional yang Nyaris Punah. Jakarta: Depdikbud.
- _____. 1995. Pengantar Ilmu Pariwisata. Jakarta: Angkasa.
- _____. 1996. "Pengantar Ilmu Pariwisata". Bandung: Angkasa.

LAIN-LAIN :

- Undang-undang RI Nomor 10 Tahun tentang Kepariwisataaan.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 24/1979 tentang Penyerahan Sebagian Urusan Pemerintah Dalam Bidang Kepariwisataaan Pada Daerah Tingkat I.

www.parekraf.go.id

www.tamanpintar.com