

LAMPIRAN

Lampiran 1
Kuesioner Pra Survey

KUESIONER PRA SURVEY

**PENGARUH CITRA DESTINASI DAN *EXPERIENTIAL MARKETING*
TERHADAP LOYALITAS WISATAWAN MELALUI KEPUASAN SEBAGAI
VARIABEL *INTERVENING* PADA PANTAI MUTUN**

I. Identitas Responden

Mohon memberi tanda (x) pada jawaban berikut ini:

a. Jenis kelamin :

- Pria Wanita

b. Usia

- 19 – 23 Tahun
 24 - 26 Tahun
 27 - 30 Tahun
 31 - 34 Tahun
 35 – 38 Tahun

c. Pekerjaan

- PNS
 Wiraswasta
 Pelajar / Mahasiswa
 Pegawai Swasta
 Lainnya, sebutkan.....

d. Dalam kurun waktu 1 tahun terakhir, sudah berapa kali melakukan kunjungan ke Pantai Mutun?

- a. 1 kali c. 3 kali
 b. 2 kali d. Lebih dari 3

II. Informasi Umum

1. Alasan berkunjung ke pantai Mutun?

- Pantai Mutun memiliki pemandangan yang indah

- Lokasi Pantai Mutun dekat dengan pusat Kota Bandar Lampung
- Fasilitas dan wahana bermain di Pantai Mutun cukup lengkap
- Pantai Mutun memiliki lokasi pantai yang bersih

2. Apakah ingin berkunjung kembali?

- Ya Tidak

3. Apakah akan merekomendasikan Pantai Mutun ke orang lain?

- Ya Tidak

4. Keluhan apa saja saat berkunjung ke Pantai Mutun?

- Sampah yang berserakan tidak dibersihkan
- Terdapat hewan laut yang membahayakan pengunjung
- Gazebo yang kurang baik
- Terlalu ramai
- Akses menuju Pantai Mutun yang buruk

Lampiran 2

ANGKET PENELITIAN (KUISONER)



INSTITUT INFORMATIKA DAN BISNISDARMAJAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Zainal Abidin Pagar Alam No.93 Lampung 35142

KUISIONER

PENGARUH CITRA DESTINASI DAN *EXPERIENTIAL MARKETING*
TERHADAP LOYALITAS WISATAWAN MELALUI KEPUASAN SEBAGAI
VARIABEL *INTERVENING* PADA PANTAI MUTUN

IDENTITAS PENELITI

Nama : Nova Handayati
Jurusan : Manajemen
Alamat : Jl. Satria, Gg. Jambu, Pringsewu Barat, Pringsewu
E-Mail : novahandayati98@gmail.com

Bandar Lampung, 1 Februari 2020

Hal : Mohon Bantu Pengisian Kuesioner

Kepada Yth.

Bapak/Ibu/Sdr.

DiTempat

Dengan Hormat,

Berkenannya dengan penelitian yang saya lakukan dalam rangka menyelesaikan studi pada program Strata Satu (S1) Manajemen Ibi Darmajaya Bandar Lampung tentang **“Pengaruh Citra Destinasi dan *Experiential Marketing* Terhadap Loyalitas Wisatawan Melalui Kepuasan Sebagai Variabel *Intervening* Pada Pantai Mutun”** maka saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr untuk mengisi kuesioner terlampir.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan hasil yang bermanfaat, oleh karenanya diharapkan kesediaan Bapak/Ibu/Sdr untuk menjawab kuesioner ini dengan sejujurnya. Perlu diberitahukan bahwa informasi yang Bapak/Ibu/Sdr berikan semata-mata untuk kepentingan penelitian ini. Untuk itu saya menjamin kerahasiaannya.

Atas perhatian, bantuan dan kerjasama yang baik dari Bapak/Ibu/Sdr, saya mengucapkan banyak terimakasih.

Hormat saya,
Peneliti

Nova Handayati
NPM : 1612110218

KUESIONER PENELITIAN

Pernyataan ini berguna dalam rangka penelitian skripsi yang berjudul :
**PENGARUH CITRA DESTINASI DAN *EXPERIENTIAL MARKETING*
TERHADAP LOYALITAS WISATAWAN MELALUI KEPUASAN
SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* DI PANTAI MUTUN**

Petunjuk pengisian daftar pernyataan :

1. Jawablah pernyataan yang diajukan dibawah ini dengan benar dan jujur.
2. Pertanyaan/pernyataan harus dijawab semua jangan sampai ada yang terlewatkan, agar data dapat sepenuhnya di olah oleh peneliti.
3. Berilah tanda (√) pada jawaban yang telah disediakan oleh peneliti.

Kriteria Penilaian :

SS	: Sangat Setuju	5
S	: Setuju	4
N	: Netral	3
TS	: Tidak Setuju	2
STS	: Sangat Tidak Setuju	1

IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama Responden :

2. Jenis Kelamin : Laki-laki
 Perempuan

3. Usia :

4. Pekerjaan

- a. Mahasiswa/Pelajar c. Pegawai Swasta
 b. Pegawai Negeri Sipil d. Wiraswasta

INFORMASI UMUM

1. Apakah anda mengenal Pantai Mutun? Ya
 Tidak
2. Dalam kurun waktu 1 tahun terakhir, sudah berapa kali melakukan kunjungan ke Pantai Mutun?
- a. 1 kali c. 3 kali
 b. 2 kali d. Lebih dari 3

1. Citra Destinasi

- *Cognitive Destination Images*

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		1	2	3	4	5
		STS	TS	N	S	SS
1	Terdapat keindahan pemandangan di Pantai Mutun.					
2	Akses menuju Pantai Mutun mudah dijangkau.					
3	Berkunjung ke Pantai Mutun menyenangkan.					
4	Pantai Mutun menyediakan fasilitas karaoke yang bisa digunakan oleh pengunjung jika ingin bernyanyi					

Sumber : Hailin Qu et.al (2018)

- *Unique Images*

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		1	2	3	4	5
		STS	TS	N	S	SS
1	Pantai Mutun memiliki MS Town dengan lokasi pasir putih yang lebih luas dari tempat wisata pantai lain.					
2	Pantai Mutun memiliki lokasi pantai yang bersih.					

Sumber : Hailin Qu et.al (2018)

- *Affective Destination Images*

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		1	2	3	4	5
		STS	TS	N	S	SS
1	Berkunjung ke Pantai Mutun menyenangkan					
2	Pantai Mutun memiliki pelayanan yang baik dan masyarakat yang ramah					
3	Pantai Mutun memiliki kondisi aman dan nyaman.					

Sumber : Hailin Qu et.al (2018)

2. *Experiential Marketing*

- *Sense*

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		1	2	3	4	5
		STS	TS	N	S	SS
1	Pantai Mutun memiliki pemandangan yang indah					
2	Lokasi Pantai Mutun jauh dari kebisingan lalu lintas kendaraan bermotor					
3	Pantai Mutun memiliki udara yang sejuk					
4	Pantai Mutun bersih dan tidak berbau sampah					

Sumber : Manap (2016)

- *Feel*

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		1	2	3	4	5
		STS	TS	N	S	SS
1	Merasa senang ketika berada di Pantai Mutun					
2	Merasa tenang ketika berada di Pantai Mutun					

Sumber : Manap (2016)

- *Think*

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		1	2	3	4	5
		STS	TS	N	S	SS
1	Pantai Mutun memiliki beberapa spot foto					
2	Keunikan Pantai Mutun yang memiliki MS Town dengan lokasi pasir putih yang lebih luas dari tempat wisata pantai lain.					

Sumber : Manap (2016)

- *Act*

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		1	2	3	4	5
		STS	TS	N	S	SS
1	Terdapat spot foto yang bisa digunakan untuk berswafoto di Pantai Mutun yang merupakan tren masyarakat saat ini.					
2	Masyarakat disekitar Pantai Mutun ramah					

Sumber : Manap (2016)

• *Relate*

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		1	2	3	4	5
		STS	TS	N	S	SS
1	Pantai Mutun cocok dikunjungi untuk berlibur sendirian ataupun beramai-ramai					
2	Pantai Mutun dapat dijumpai siger di perahu-perahu maupun di spot foto yang menjadikan pengenalan budaya Lampung					

Sumber : Manap (2016)

3. Kepuasan Wisatawan

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		1	2	3	4	5
		STS	TS	N	S	SS
1	Merasa puas dengan fasilitas gazebo yang tersedia di Pantai Mutun					
2	Merasa puas dengan kondisi alam berupa pantai yang dikunjungi					
3	Merasa puas dengan banyaknya ketersediaan kedai yang menjual makanan atau pernak-pernik disekitar Pantai Mutun					
4	Merasa puas dengan adanya live musik pada Pantai Mutun					
5	Merasa puas dengan ketersediaan jalan menuju lokasi Pantai Mutun yang mudah ditempuh					
6	Merasa puas dengan kebersihan sekitar objek wisata Pantai Mutun					

Sumber : Chi dan Qu dalam Salman (2016)

4. Loyalitas Wisatawan

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		1	2	3	4	5
		STS	TS	N	S	SS
1	Akan mengunjungi kembali Pantai Mutun pada suatu saat nanti.					
2	Menggunakan fasilitas yang disediakan di Pantai Mutun					
3	Akan merekomendasikan Pantai Mutun kepada orang lain.					

Sumber : Griffin dalam Oryz dkk (2019)

Lampiran 3

Hasil Jawaban Responden

1. Jawaban Kuisisioner Citra Destinasi (X1)

No	CD1	CD2	CD3	CD4	CD5	CD6	CD7	CD8	CD9	Total_CD
1	5	5	5	4	5	4	5	4	5	42
2	3	5	4	5	4	4	4	5	4	38
3	4	5	4	4	5	4	5	4	4	39
4	5	5	5	4	4	4	5	3	4	39
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	44
6	5	5	4	4	4	5	5	4	5	41
7	3	4	4	3	3	4	4	4	4	33
8	3	4	3	3	3	3	4	3	3	29
9	4	5	3	3	3	3	3	3	4	31
10	4	4	4	4	5	4	4	4	4	37
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
12	5	5	4	5	5	4	4	4	5	41
13	3	4	3	3	1	3	3	3	3	26
14	3	5	3	3	3	3	3	3	3	29
15	5	5	5	4	4	3	5	4	5	40
16	3	5	4	3	4	4	4	4	5	36
17	2	5	2	2	4	2	3	3	3	26
18	4	5	4	4	3	2	4	4	5	35
19	3	4	4	4	5	3	4	3	3	33
20	4	4	4	3	4	4	4	4	4	35
21	4	5	5	4	4	4	5	4	5	40
22	4	5	5	5	5	3	5	3	4	39
23	3	4	4	2	3	3	4	3	3	29
24	5	5	4	4	4	5	4	4	3	38
25	3	4	3	4	4	4	4	3	4	33
26	3	5	4	3	4	5	4	5	4	37
27	4	4	4	4	5	5	5	4	4	39
28	3	5	4	3	2	2	3	2	2	26
29	4	4	3	3	3	2	3	4	4	30
30	4	5	4	3	4	4	4	4	4	36
31	3	3	3	4	4	4	3	5	3	32
32	3	2	3	3	4	3	3	3	3	27
33	4	3	4	3	3	4	4	4	3	32
34	3	4	4	3	3	4	4	4	4	33
35	4	3	3	3	3	4	4	4	3	31
36	5	4	5	4	4	4	5	4	3	38

37	3	4	4	4	4	3	4	3	4	33
38	5	3	5	3	5	4	5	4	4	38
39	5	4	3	5	3	3	5	3	3	34
40	3	5	3	4	5	4	4	4	4	36
41	4	5	4	4	3	3	3	4	3	33
42	4	3	5	3	4	4	4	5	4	36
43	4	5	4	3	4	4	5	4	4	37
44	3	4	4	3	3	4	4	4	4	33
45	4	3	4	4	3	4	3	3	3	31
46	4	4	4	5	5	3	5	5	4	39
47	3	4	3	2	3	3	4	3	3	28
48	3	3	5	5	4	3	3	3	3	32
49	5	5	5	5	4	4	4	4	4	40
50	4	5	4	3	4	4	3	4	4	35
51	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
52	4	4	4	3	4	3	4	3	3	32
53	3	3	4	4	4	4	3	3	3	31
54	4	3	5	4	5	3	4	3	4	35
55	5	5	4	3	3	4	4	3	4	35
56	5	4	3	4	3	2	3	4	5	33
57	4	3	4	5	5	4	4	5	4	38
58	4	3	4	3	5	4	5	4	3	35
59	4	4	3	3	4	3	4	4	4	33
60	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
61	4	3	4	3	3	3	3	3	3	29
62	4	3	3	4	3	4	4	4	3	32
63	4	5	3	4	5	4	5	4	3	37
64	4	3	3	5	4	5	4	5	4	37
65	4	5	4	5	4	4	5	4	5	40
66	4	5	4	5	4	4	5	4	5	40
67	5	4	5	4	4	4	4	5	5	40
68	5	4	5	4	4	4	4	5	5	40
69	5	4	5	4	5	4	5	4	5	41
70	3	4	3	4	4	3	4	3	4	32
71	3	3	4	3	2	4	3	5	4	31
72	5	4	4	5	4	4	5	4	4	39
73	3	4	3	3	4	4	3	3	5	32
74	3	4	3	4	4	5	3	4	5	35
75	3	3	4	3	4	4	4	3	4	32
75	4	5	4	3	5	4	5	4	4	38

77	5	4	4	5	5	3	4	4	3	37
78	5	4	5	4	5	3	3	4	3	36
79	4	4	5	4	5	4	3	4	3	36
80	4	5	4	4	4	4	4	3	5	37
81	4	4	5	4	5	3	4	5	4	38
82	5	4	5	4	5	5	5	4	5	42
83	5	5	4	3	5	4	5	4	4	39
84	4	4	5	4	4	5	4	4	5	39
85	4	4	5	4	4	5	4	5	5	40
86	5	4	4	5	5	3	4	4	4	38
87	4	5	3	3	4	4	5	5	4	37
88	4	5	3	4	5	4	5	4	4	38
89	4	3	3	3	3	3	5	4	3	31
90	4	5	4	4	4	3	4	4	3	35
91	4	3	5	3	4	4	4	3	4	34
92	4	5	4	4	5	4	5	3	4	38
93	5	5	4	5	4	5	4	4	5	41
94	4	5	4	4	4	5	4	5	5	40
95	5	4	3	5	4	5	3	4	4	37
96	4	5	4	4	4	4	3	4	4	36
97	5	4	3	4	4	5	3	4	5	37
98	4	5	4	5	5	4	3	3	5	38
99	4	5	4	4	4	5	3	4	4	37
100	4	4	5	4	4	4	5	4	5	39

2. Jawaban Kuisisioner *Experiential Marketing* (X2)

No	EM1	EM2	EM3	EM4	EM5	EM6	EM7	EM8	EM9	EM10	EM11	EM12	Total EM2
1	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	54
2	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
3	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	53
4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	52
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
6	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	57
7	4	4	5	3	3	3	4	3	4	4	3	4	44
8	3	4	3	3	4	2	3	3	2	3	3	3	36
9	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	42
10	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	46
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
12	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	55
13	3	3	4	4	3	3	3	1	1	3	3	2	33
14	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
15	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	55
16	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	51
17	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	2	3	38
18	4	3	4	2	4	4	2	4	2	4	5	3	41
19	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	43
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
21	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	50
22	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	49
23	3	3	4	3	3	3	2	3	2	3	3	4	36
24	4	4	4	5	3	4	4	4	4	3	4	4	47
25	4	3	3	3	4	4	4	4	5	4	4	3	45
26	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	52
27	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	53
28	3	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	35
29	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	47
30	4	3	4	4	4	4	4	3	3	5	4	4	46
31	4	4	4	3	3	5	4	3	5	4	4	4	47
32	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	38
33	4	3	4	3	4	4	4	4	3	2	4	4	43
34	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	5	4	43
35	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	44
36	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	54
37	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	41

38	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	54
39	5	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	41
40	5	5	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	49
41	3	5	4	3	3	4	5	4	5	4	5	5	50
42	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	48
43	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	56
44	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	46
45	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	42
46	4	4	4	4	5	5	3	5	5	3	5	5	52
47	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	39
48	4	3	3	2	3	4	4	3	3	3	3	3	38
49	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	54
50	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	40
51	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
52	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	43
53	4	3	5	3	3	4	3	2	3	4	3	4	41
54	4	3	5	4	4	5	4	3	4	5	4	4	49
55	4	4	3	4	4	5	5	5	5	5	4	5	53
56	3	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	54
57	5	5	4	4	4	5	4	4	3	4	4	5	51
58	5	3	4	4	4	4	5	3	4	4	4	5	49
59	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	38
60	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	37
61	4	4	3	3	4	4	4	3	4	2	3	4	42
62	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	42
63	4	5	4	3	5	4	4	4	3	4	4	4	48
64	4	4	3	5	4	4	5	4	3	5	4	4	49
65	4	3	5	4	4	5	4	4	5	3	4	3	48
66	4	3	5	4	4	5	4	4	5	3	4	3	48
67	4	4	3	5	5	4	4	5	5	4	5	3	51
68	4	4	3	5	5	4	4	5	5	4	5	3	51
69	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	3	52
70	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	39
71	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	41
72	4	4	3	3	4	4	4	5	4	5	3	4	47
73	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	41
74	4	3	4	3	4	3	3	2	4	3	4	3	40
75	4	2	4	3	3	3	3	4	3	2	3	4	38
75	3	4	4	5	3	5	4	4	3	4	5	4	48
77	3	4	4	5	4	4	3	5	4	4	4	4	48

78	4	3	4	5	4	3	3	3	5	5	4	4	47
79	4	3	4	5	4	3	3	3	5	5	4	4	47
80	5	5	4	4	5	3	3	4	4	3	5	3	48
81	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	3	50
82	4	5	5	3	4	4	4	4	5	4	5	3	50
83	5	4	4	3	4	5	5	4	5	4	3	3	49
84	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	3	50
85	4	3	5	4	4	3	4	5	4	5	4	3	48
86	5	4	4	4	5	3	5	5	4	4	5	4	52
87	5	4	4	5	4	3	5	4	5	5	4	4	52
88	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	52
89	4	3	4	5	4	4	3	4	3	4	3	3	44
90	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	44
91	5	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	44
92	4	4	5	3	5	4	4	4	5	4	4	5	51
93	4	3	4	3	5	4	4	4	3	4	4	4	46
94	4	4	5	3	5	4	4	4	4	4	4	4	49
95	5	4	4	3	4	4	5	4	4	5	4	4	50
96	4	4	5	4	5	5	4	3	4	5	4	4	51
97	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	52
98	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	54
99	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	51
100	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	53

3. Jawaban Kuisisioner Kepuasan Wisatawan (Y)

No	KW1	KW2	KW3	KW4	KW5	KW6	Total_KW
1	5	4	5	4	5	4	27
2	5	4	4	4	5	5	27
3	4	4	5	4	5	4	26
4	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	5	30
6	5	5	4	4	4	4	26
7	4	4	3	4	5	4	24
8	3	2	2	3	4	3	17
9	3	4	4	4	4	3	22
10	4	4	4	3	3	3	21
11	4	4	4	4	4	4	24
12	5	5	4	4	4	5	27
13	2	3	3	3	3	3	17
14	3	3	3	3	3	3	18
15	5	5	4	4	5	4	27
16	4	4	5	4	5	4	26
17	3	3	3	3	3	2	17
18	4	4	3	4	4	3	22
19	3	3	3	4	4	4	21
20	4	4	4	4	4	3	23
21	4	4	3	3	5	4	23
22	4	4	3	5	3	4	23
23	3	3	2	4	4	2	18
24	4	4	4	4	5	4	25
25	3	4	4	4	4	4	23
26	4	4	4	5	4	4	25
27	4	5	5	5	5	4	28
28	3	3	3	3	3	3	18
29	3	4	3	3	4	3	20
30	4	3	3	4	4	4	22
31	2	3	4	3	4	4	20
32	3	5	4	3	3	3	21
33	2	3	3	4	2	3	17
34	4	4	3	3	4	4	22
35	4	5	4	3	4	4	24
36	4	4	4	4	4	4	24
37	4	3	3	3	4	3	20
38	5	4	4	3	5	5	26
39	2	4	4	3	2	2	17
40	3	4	4	3	4	4	22

41	3	4	4	5	4	3	23
42	4	4	4	4	4	4	24
43	5	5	5	5	5	5	30
44	4	4	4	4	3	3	22
45	3	4	4	3	4	4	22
46	4	4	4	5	5	5	27
47	4	3	3	3	3	3	19
48	4	3	4	3	3	2	19
49	5	5	5	5	5	4	29
50	3	4	4	3	4	4	22
51	5	5	5	5	5	5	30
52	3	4	4	3	4	3	21
53	4	4	3	4	4	3	22
54	5	3	4	4	4	4	24
55	4	4	4	5	5	3	25
56	4	5	4	3	4	2	22
57	3	3	4	3	4	4	21
58	4	3	3	4	5	4	23
59	3	4	3	3	4	3	20
60	3	3	3	3	3	3	18
61	3	3	4	3	4	4	21
62	3	3	4	3	4	4	21
63	4	4	5	4	3	4	24
64	4	4	4	3	5	4	24
65	5	4	3	4	4	5	25
66	5	4	3	4	4	5	25
67	4	4	5	4	4	5	26
68	4	4	5	4	4	5	26
69	5	4	4	5	5	4	27
70	3	4	3	4	4	3	21
71	3	4	4	3	3	3	20
72	5	4	4	5	4	4	26
73	3	4	3	4	3	4	21
74	4	3	3	3	4	3	20
75	3	4	3	3	4	4	21
76	4	5	4	3	5	4	25
77	3	4	5	3	4	5	24
78	4	3	5	4	4	5	25
79	4	3	5	4	4	5	25
80	5	4	4	4	4	4	25
81	5	3	4	4	4	5	25
82	5	4	4	5	3	4	25
83	5	4	4	3	4	4	24

84	5	4	4	4	5	5	27
85	5	4	4	5	4	4	26
86	4	4	4	4	5	5	26
87	4	5	4	3	4	4	24
88	4	5	4	5	4	5	27
89	4	3	4	3	4	3	21
90	3	4	3	4	5	4	23
91	4	3	4	4	4	4	23
92	4	5	4	5	4	5	27
93	4	3	4	4	4	3	22
94	4	5	4	4	4	4	25
95	5	4	5	5	4	5	28
96	4	4	5	4	4	5	26
97	4	4	5	4	5	4	26
98	4	5	4	4	5	4	26
99	4	5	4	5	5	4	27
100	4	4	4	4	5	5	26

4. Jawaban Kuesioner Loyalitas Wisatawan (Z)

No	LW1	LW2	LW3	Total_LW
1	5	4	5	14
2	4	5	4	13
3	4	5	5	14
4	4	4	4	12
5	5	4	5	14
6	4	4	4	12
7	4	4	3	11
8	3	3	3	9
9	4	4	4	12
10	4	4	5	13
11	4	4	4	12
12	5	5	5	15
13	3	3	2	8
14	3	4	3	10
15	5	5	5	15
16	5	4	5	14
17	2	3	3	8
18	4	5	5	14
19	4	4	4	12
20	4	3	4	11

21	4	4	5	13
22	4	4	4	12
23	3	4	3	10
24	4	4	4	12
25	4	4	4	12
26	4	4	3	11
27	4	5	3	12
28	3	4	3	10
29	3	3	4	10
30	4	4	3	11
31	4	4	3	11
32	3	3	4	10
33	4	4	4	12
34	5	4	3	12
35	4	4	3	11
36	4	4	4	12
37	3	3	4	10
38	5	4	5	14
39	5	3	5	13
40	3	3	4	10
41	3	3	4	10
42	4	4	4	12
43	5	5	5	15
44	3	4	4	11
45	4	3	4	11
46	5	5	5	15
47	3	3	3	9
48	5	3	3	11
49	5	5	5	15
50	4	3	5	12
51	5	5	5	15
52	3	3	4	10
53	3	5	3	11
54	3	5	5	13
55	3	2	4	9
56	3	3	4	10
57	4	3	4	11
58	4	4	3	11
59	3	3	3	9
60	3	3	3	9
61	5	4	4	13
62	3	3	4	10
63	3	4	4	11

64	4	4	5	13
65	5	3	4	12
66	5	3	3	11
67	5	4	3	12
68	5	4	3	12
69	3	5	5	13
70	3	3	3	9
71	4	3	4	11
72	5	4	4	13
73	3	3	4	10
74	4	3	5	12
75	3	4	4	11
76	5	5	4	14
77	4	4	5	13
78	3	4	3	10
79	3	4	3	10
80	5	5	3	13
81	5	4	3	12
82	4	4	5	13
83	5	5	5	15
84	5	4	3	12
85	3	4	3	10
86	3	4	5	12
87	5	3	4	12
88	4	3	3	10
89	3	3	3	9
90	5	4	4	13
91	4	3	4	11
92	4	4	5	13
93	4	5	3	12
94	5	4	5	14
95	4	5	4	13
96	5	3	4	12
97	3	3	3	9
98	3	3	3	9
99	3	3	4	10
100	4	3	4	11

Lampiran 4

Karakteristik Responden

1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Laki-laki	53	53.0	53.0	53.0
Valid Perempuan	47	47.0	47.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

2. Responden Berdasarkan Usia

Usia				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
16 tahun	2	2.0	2.0	2.0
17 tahun	1	1.0	1.0	3.0
19 tahun	2	2.0	2.0	5.0
20 tahun	4	4.0	4.0	9.0
21 tahun	16	16.0	16.0	25.0
22 tahun	18	18.0	18.0	43.0
23 tahun	24	24.0	24.0	67.0
Valid 24 tahun	13	13.0	13.0	80.0
25 tahun	9	9.0	9.0	89.0
27 tahun	6	6.0	6.0	95.0
28 tahun	2	2.0	2.0	97.0
30 tahun	1	1.0	1.0	98.0
34 tahun	1	1.0	1.0	99.0
39 tahun	1	1.0	1.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

3. Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Mahasiswa/Pelajar	51	51.0	51.0	51.0
Pegawai Negeri Sipil	5	5.0	5.0	56.0
Valid Pegawai Swasta	23	23.0	23.0	79.0
Wiraswasta	21	21.0	21.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

4. Responden Berdasarkan Kunjungan Ke Pantai Mutun dalam kurun waktu 1 tahun

Kunjungan Ke Pantai Mutun Dalam Kurun Waktu 1 Tahun

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2 kali	42	42.0	42.0	42.0
Valid 3 kali	26	26.0	26.0	68.0
Valid lebih dari 3 kali	32	32.0	32.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Lampiran 5

Hasil Jawaban Responden

1. Jawaban Responden Daya Tarik Iklan Humur (X)

CD1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	1	1.0	1.0	1.0
3	26	26.0	26.0	27.0
Valid 4	47	47.0	47.0	74.0
5	26	26.0	26.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

CD2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	1	1.0	1.0	1.0
3	19	19.0	19.0	20.0
Valid 4	39	39.0	39.0	59.0
5	41	41.0	41.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

CD3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	1	1.0	1.0	1.0
3	26	26.0	26.0	27.0
Valid 4	49	49.0	49.0	76.0
5	24	24.0	24.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

CD4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	3	3.0	3.0	3.0
3	34	34.0	34.0	37.0
Valid 4	45	45.0	45.0	82.0
5	18	18.0	18.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

CD5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	1	1.0	1.0	1.0
2	2	2.0	2.0	3.0
Valid 3	21	21.0	21.0	24.0
4	48	48.0	48.0	72.0
5	28	28.0	28.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

CD6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	5	5.0	5.0	5.0
3	27	27.0	27.0	32.0
Valid 4	52	52.0	52.0	84.0
5	16	16.0	16.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

CD7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3	26	26.0	26.0	26.0
Valid 4	45	45.0	45.0	71.0
5	29	29.0	29.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

CD8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	1	1.0	1.0	1.0
3	29	29.0	29.0	30.0
Valid 4	54	54.0	54.0	84.0
5	16	16.0	16.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

CD9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	1	1.0	1.0	1.0
3	29	29.0	29.0	30.0
Valid 4	44	44.0	44.0	74.0
5	26	26.0	26.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

2. Jawaban Responden *Experiential Marketing* (X2)

EM1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3	20	20.0	20.0	20.0
Valid 4	56	56.0	56.0	76.0
5	24	24.0	24.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

EM2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	1	1.0	1.0	1.0
3	29	29.0	29.0	30.0
Valid 4	52	52.0	52.0	82.0
5	18	18.0	18.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

EM3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	1	1.0	1.0	1.0
3	21	21.0	21.0	22.0
Valid 4	53	53.0	53.0	75.0
5	25	25.0	25.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

EM4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	3	3.0	3.0	3.0
3	37	37.0	37.0	40.0
Valid 4	34	34.0	34.0	74.0
5	26	26.0	26.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

EM5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3	25	25.0	25.0	25.0
Valid 4	53	53.0	53.0	78.0
5	22	22.0	22.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

EM6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	1	1.0	1.0	1.0
3	24	24.0	24.0	25.0
Valid 4	56	56.0	56.0	81.0
5	19	19.0	19.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

EM7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	2	2.0	2.0	2.0
3	26	26.0	26.0	28.0
Valid 4	50	50.0	50.0	78.0
5	22	22.0	22.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

EM8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	1	1.0	1.0	1.0
2	2	2.0	2.0	3.0
Valid 3	25	25.0	25.0	28.0
4	61	61.0	61.0	89.0
5	11	11.0	11.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

EM9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	1	1.0	1.0	1.0
2	3	3.0	3.0	4.0
Valid 3	24	24.0	24.0	28.0
4	43	43.0	43.0	71.0
5	29	29.0	29.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

EM10

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	3	3.0	3.0	3.0
3	28	28.0	28.0	31.0
Valid 4	46	46.0	46.0	77.0
5	23	23.0	23.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

EM11

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	1	1.0	1.0	1.0
3	28	28.0	28.0	29.0
Valid 4	46	46.0	46.0	75.0
5	25	25.0	25.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

EM12

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	1	1.0	1.0	1.0
3	31	31.0	31.0	32.0
Valid 4	50	50.0	50.0	82.0
5	18	18.0	18.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

3. Jawaban Responden Kepuasan Wisatawan (Y)

KW1.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	4	4.0	4.0	4.0
3	26	26.0	26.0	30.0
Valid 4	47	47.0	47.0	77.0
5	23	23.0	23.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

KW2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	1	1.0	1.0	1.0
3	25	25.0	25.0	26.0
Valid 4	55	55.0	55.0	81.0
5	19	19.0	19.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

KW3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	2	2.0	2.0	2.0
3	26	26.0	26.0	28.0
Valid 4	54	54.0	54.0	82.0
5	18	18.0	18.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

KW4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3	36	36.0	36.0	36.0
Valid 4	45	45.0	45.0	81.0
5	19	19.0	19.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

KW5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	2	2.0	2.0	2.0
Valid 3	15	15.0	15.0	17.0
4	55	55.0	55.0	72.0
5	28	28.0	28.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

KW6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	5	5.0	5.0	5.0
Valid 3	25	25.0	25.0	30.0
4	47	47.0	47.0	77.0
5	23	23.0	23.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

4. Jawaban Responden Loyalitas Wisatawan (Z)

LW1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	1	1.0	1.0	1.0
Valid 3	33	33.0	33.0	34.0
4	38	38.0	38.0	72.0
5	28	28.0	28.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

LW2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	1	1.0	1.0	1.0
3	35	35.0	35.0	36.0
Valid 4	46	46.0	46.0	82.0
5	18	18.0	18.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

LW3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	1	1.0	1.0	1.0
3	33	33.0	33.0	34.0
Valid 4	40	40.0	40.0	74.0
5	26	26.0	26.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
	Pearson Correlation	.316**	.232*	.314**	.308**	.381**	1	.423**	.390**	.439**	.303**	.363**	.390**	.613**
EM6	Sig. (2-tailed)	.001	.020	.001	.002	.000		.000	.000	.000	.002	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	.514**	.420**	.250*	.406**	.388**	.423**	1	.430**	.542**	.481**	.403**	.411**	.724**
EM7	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.012	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	.365**	.394**	.151	.379**	.489**	.390**	.430**	1	.453**	.323**	.437**	.359**	.654**
EM8	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.135	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	.407**	.306**	.396**	.374**	.474**	.439**	.542**	.453**	1	.378**	.445**	.333**	.717**
EM9	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	.354**	.264**	.328**	.556**	.365**	.303**	.481**	.323**	.378**	1	.396**	.417**	.668**
EM10	Sig. (2-tailed)	.000	.008	.001	.000	.000	.002	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	.385**	.441**	.396**	.424**	.579**	.363**	.403**	.437**	.445**	.396**	1	.340**	.715**
EM11	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	.352**	.381**	.363**	.338**	.360**	.390**	.411**	.359**	.333**	.417**	.340**	1	.638**
EM12	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.001		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Experiential	Pearson Correlation	.646**	.563**	.561**	.649**	.700**	.613**	.724**	.654**	.717**	.668**	.715**	.638**	1

Marketing	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

3. Hasil Uji Validitas Kepuasan Wisatawan (Y)

		Correlations						
		KW1	KW2	KW3	KW4	KW5	KW6	Total_KW
KW1	Pearson Correlation	1	.384**	.382**	.505**	.477**	.517**	.772**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
KW2	Pearson Correlation	.384**	1	.430**	.375**	.363**	.321**	.656**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
KW3	Pearson Correlation	.382**	.430**	1	.350**	.319**	.492**	.688**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.001	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
KW4	Pearson Correlation	.505**	.375**	.350**	1	.343**	.424**	.697**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
KW5	Pearson Correlation	.477**	.363**	.319**	.343**	1	.503**	.698**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
KW6	Pearson Correlation	.517**	.321**	.492**	.424**	.503**	1	.773**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Kepuasan Wisatawan	Pearson Correlation	.772**	.656**	.688**	.697**	.698**	.773**	1
	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).

4. Hasil Uji Validitas Loyalitas Wisatawan (Z)

Correlations					
	LW1	LW2	LW3	Total_LW	
LW1	Pearson	1	.369**	.322**	.770**
	Correlation				
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000
	N	100	100	100	100
LW2	Pearson	.369**	1	.283**	.726**
	Correlation				
	Sig. (2-tailed)	.000		.004	.000
	N	100	100	100	100
LW3	Pearson	.322**	.283**	1	.728**
	Correlation				
	Sig. (2-tailed)	.001	.004		.000
	N	100	100	100	100
Loyalitas Wisatawan	Pearson	.770**	.726**	.728**	1
	Correlation				
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

Lampiran 7

Hasil Uji Reliabilitas

1. Hasil Uji Reliabilitas Citra Destinasi (X1)

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

Cronbach's Alpha	N of Items
,882	9

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

2. Hasil Uji Reliabilitas *Experiential Marketing* (X2)

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

Cronbach's Alpha	N of Items
,934	12

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

3. Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Wisatawan (Y)

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

Cronbach's Alpha	N of Items
,902	6

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

4. Hasil Uji Reliabilitas Loyalitas Wisatawan (Z)

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

Cronbach's Alpha	N of Items
,797	3

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

Lampiran 8

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		total_CD	total_EM	total_KW	total_LW
N		100	100	100	100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	35.54	47.02	23.49	11.65
	Std. Deviation	4.155	5.826	3.202	1.731
	Absolute	.117	.117	.101	.120
Most Extreme Differences	Positive	.070	.059	.069	.120
	Negative	-.117	-.117	-.101	-.120
Kolmogorov-Smirnov Z		1.174	1.168	1.014	1.201
Asymp. Sig. (2-tailed)		.127	.131	.255	.112

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Lampiran 9

Hasil Uji Linieritas

1. Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan

ANOVA Table						
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	(Combined)	747.943	18	41.552	12.604	.000
	Between Linearity	675.684	1	675.684	204.947	.000
total_KW*	Groups Deviation	72.259	17	4.251	1.289	.221
total_CD	from Linearity					
	Within Groups	267.047	81	3.297		
	Total	1014.990	99			

2. Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Wisatawan

ANOVA Table						
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	(Combined)	796.659	24	33.194	11.403	.000
	Between Linearity	746.771	1	746.771	256.527	.000
total_KW *	Groups Deviation	49.888	23	2.169	.745	.784
total_EM	from Linearity					
	Within Groups	218.331	75	2.911		
	Total	1014.990	99			

3. Kepuasan Wisatawan Terhadap Loyalitas Wisatawan

ANOVA Table						
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	(Combined)	109.092	13	8.392	3.846	.000
	Between Linearity	94.162	1	94.162	43.153	.000
total_LW*	Groups Deviation		12	1.244	.570	.860
total_KW	from Linearity					
	Within Groups	187.658	86	2.182		
	Total	296.750	99			

4. Citra Destinasi Terhadap Loyalitas Wisatawan

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
		(Combined)	131.146	18	7.286	3.564	.000
total_LW *	Between Groups	Linearity	120.564	1	120.564	58.970	.000
total_KW		Deviation from Linearity	10.582	17	.622	.304	.996
		Within Groups	165.604	81	2.044		
		Total	296.750	99			

5. Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Wisatawan

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
		(Combined)	135.092	24	5.629	2.611	.001
total_LW *	Between Groups	Linearity	83.823	1	83.823	38.889	.000
total_EM		Deviation from Linearity	51.268	23	2.229	1.034	.437
		Within Groups	161.658	75	2.155		
		Total	296.750	99			

Lampiran 10

Hasil Analisis Jalur

1. Model Rantai Kausal Pertama

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	-.572	1.374		-.416	.678
1	total_CD	.253	.069	.328	3.677	.000
	total_EM	.321	.049	.584	6.543	.000

a. Dependent Variable: total_KW

2. Model Rantai Kausal Kedua

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	2.277	1.187		1.918	.058
1	total_CD	.241	.063	.579	3.811	.000
	total_EM	-.035	.051	-.116	-.681	.498
	total_KW	.103	.088	.190	1.174	.243

a. Dependent Variable: total_LW

Lampiran 11

Tabel-r

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392

Lampiran 12

Tabel t

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Lampiran 13
Plagiarism Checker X



Plagiarism Checker X Originality Report

Similarity Found: 18%

Date: Wednesday, June 17, 2020

Statistics: 2485 words Plagiarized / 13475 Total words

Remarks: Low Plagiarism Detected - Your Document needs Optional Improvement.

BAB I PENDAHULUAN Latar Belakang Perkembangan ekonomi di **Indonesia saat ini mengalami** pertumbuhan yang pesat. Sektor yang mendukung pertumbuhan perekonomian salah satunya adalah sektor pariwisata. Pariwisata di Indonesia saat ini sedang gencar dipromosikan pemerintah melalui program "Pesona Indonesia" yang bertujuan agar banyak wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara yang datang berkunjung di berbagai tempat wisata yang ada di Indonesia. Salah satu wilayah di Indonesia yang saat ini sedang dalam pengembangan dan memiliki potensi besar dalam sektor pariwisata yaitu di Provinsi Lampung.

Hal ini disebabkan letak Provinsi Lampung yang berada di pintu masuk untuk ke Pulau Sumatera dengan keadaan alam yang mendukung dan dalam pariwisatanya Provinsi Lampung memiliki banyak daerah pantai dan daerah pegunungan. Hal inilah yang seharusnya dimanfaatkan serta dikelola dengan maksimal sehingga dapat membawa dampak positif yang lebih besar terhadap pendapatan perekonomian masyarakat yang berada di dalam kawasan maupun di luar kawasan pariwisata. Berikut adalah grafik yang menunjukkan **jumlah wisatawan yang berkunjung ke** Provinsi Lampung. _ Gambar 1.1 Grafik **Jumlah Wisatawan yang Berkunjung ke** Provinsi Lampung Dari Tahun 2015 sampai 2018.