

# 3 Plagiasi - Tugas Akhir Artikel Amei Riska Nandita.docx

*by*

---

**Submission date:** 22-Jun-2023 05:51PM (UTC+0700)

**Submission ID:** 2120823083

**File name:** 3 Plagiasi - Tugas Akhir Artikel Amei Riska Nandita.docx (7.04M)

**Word count:** 3130

**Character count:** 19981



**Pengaruh Media Sosial, Sarana Wisata, Kualitas Pelayanan dan Keamanan terhadap  
Kepuasan Wisatawan Pengunjung Legok Asri Sukolegok di Sidoarjo.**

*The Influence of Social Media, Tourist Facilities, Services Quality and Security on Tourist  
Satisfaction with Legok Asri Sukolego Visitors in Sidoarjo.*

Amei Riska Nandita  
162010200088

Dosen Pembimbing  
Dr. Kumara Adji Kusuma. S.Fil.I., CIFP

Dosen Penguji

**Prodi Manajemen**

**Fakultas Bisnis, Hukum, dan Ilmu Sosial  
Universitas Muhammadiyah Sidoarjo  
Juni, 2023**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Media Sosial, Sarana Wisata, Kualitas Pelayanan dan Keamanan terhadap Kepuasan Wisatawan Pengunjung Legok Asri Sukolegok di Sidoarjo.  
Nama Mahasiswa : Arnei Riska Nandiya  
NIM : 162010200088

Disetujui oleh

Dosen Pembimbing  
(Dr. Kumara Adji Kusuma, S.Fil.L., CIPP)

\_\_\_\_\_

Dosen Penguji 1  
(Nama lengkap dan Gelar)

\_\_\_\_\_

Dosen Penguji 2  
(Nama lengkap dan Gelar)

\_\_\_\_\_

Diketahui oleh

Ketua Program Studi  
(Detak Prapanca, S.E., M.M.)  
NIDN. 0715028403

\_\_\_\_\_

Dekan  
(Poppy Febriana, S.Sos. M.Med.Kom)  
NIDN. 0711028001

\_\_\_\_\_

14  
Tanggal Ujian  
(tanggal pelaksanaan ujian / / )

Tanggal Lulus  
(Tanggal ditandatangani oleh dekan / / )

## DAFTAR ISI

A. Bagian Pengesahan .....	i
1. Sampul.....	i
2. Lembar Pengesahan .....	i
3. Daftar Isi .....	ii
B. Bagian Isi.....	1
1. Judul.....	1
2. Abstrak.....	1
3. Pendahuluan .....	1
4. Metode Penelitian.....	4
5. Hasil Dan Pembahasan.....	4
6. Simpulan.....	12
7. Ucapan Terima Kasih.....	12
8. Referensi .....	12
C. Pernyataan .....	14
1. Pernyataan Publikasi Ilmiah.....	14
2. Pernyataan Mengenai Karya Tulis Ilmiah Dan Sumber Informasi Serta Pelimpahan Hak Cipta .....	15

## *The Influence of Social Media, Tourist Facilities, Services Quality and Security on Tourist Satisfaction with Legok Asri Sukolego Visitors in Sidoarjo.*

### **Pengaruh Media Sosial, Sarana Wisata, Kualitas Pelayanan dan Keamanan terhadap Kepuasan Wisatawan Pengunjung Legok Asri Sukolegok di Sidoarjo.**

15

Abstrak : Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif dengan pengujian hipotesis. Sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 100 responden yaitu pelanggan yang pernah berkunjung di Legok Asri Sukolegok di Sidoarjo. Teknik pengambilan menggunakan metode accidental sampling. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi (R<sup>2</sup>), koefisien korelasi parsial, uji t, uji f, dan uji asumsi klasik dengan menggunakan program aplikasi SPSS versi 18.0. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data kuesioner dan data yang bersumber dari pengunjung di Legok Asri Sukolegok di Sidoarjo. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisisioner. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa media sosial berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Sarana wisata berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Keamanan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Media sosial, sarana wisata, kualitas pelayanan dan keamanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan wisatawan di Legok Asri Sukolegok di Sidoarjo.

Kata kunci: Media Sosial, Sarana Wisata, Kualitas Pelayanan, Keamanan, Kepuasan Wisatawan.

**1** Abstract : *This research is a type of quantitative research with hypothesis testing. The sample used in this study was 100 respondents, namely customers who had visited Legok Asri Sukolegok in Sidoarjo. The sampling technique used the accidental sampling method. The analytical tools used in this research are multiple linear regression analysis, coefficient of determination (R<sup>2</sup>), partial correlation coefficient, t test, f test, and classical assumption test using SPSS version 18.0 application program. The data used in this study are questionnaire data and data sourced from visitors at Legok Asri Sukolegok in Sidoarjo. Data collection techniques using questionnaires. The results of this study prove that social media has an effect on tourist satisfaction. Tourist facilities have an effect on tourist satisfaction. Service quality has an effect on tourist satisfaction. Security has an effect on tourist satisfaction. Social media, tourist facilities, service quality and security simultaneously influence tourist satisfaction at Legok Asri Sukolegok in Sidoarjo.*

Keywords: Social Media, Tourist Facilities, Services Quality, Security, and Tourist Libraries

#### **I. Pendahuluan**

Sektor pariwisata merupakan salah satu sector ekonomi sangat penting dan menjanjikan bagi perekonomian nasional di masa depan sebagai pengganti sector migas dewasa ini. Di satu sisi ini merupakan konsekuensi logis dari "Triple-T Revolution", yaitu *trade-transport* dan *tourism* sebagai akibat pesatnya kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Sehingga sector pariwisata bias menjadi penggerak perkonomian yang baik untuk devisa Negara, memperluas lapangan kerja maupun mendorong pembangunan didaerah dalam menghadapi era globalisasi, lebih utamanya MasyarakatmEkonomi Asean (MEA). Aktivitas ekonomi adalah gerak dinamis yang tiada henti, sumber daya ekonomi akan berkembang karena dikelola dan diputar [1].

Pertumbuhan pariwisata adalah suatu hal yang menarik, meski pariwisatajuga sector yang amat sangat sensitif terhadap segala perubahan yang terjadi di Negara tersebut baik secara internal atau eksternal. Industri pariwisata memberikan dampak yang baik dalam bidang ekonomi, sosial dan budaya. Potensi pariwisata di Kota Sidoarjo yang besar menjadi modal utama untuk menjadi tujuan wisatawan untuk berkunjung. Saat ini berbagai keunikan telah ditampilkan sedemikian rupa yang mempunyai nilai jual bagi berjalannya aktifitas wisata. semua memilki segmen pasar tersendiri untuk setiap objek wisata [2].

Kepuasan merupakan hal yang perlu diperhatikan dalam suatu bidang usaha karena kepuasan hal utama yang membuat konsumen untuk mempertimbangkan pembelian ulang [3]. Kepuasan adalah perasaan

senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan, [4]. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan adalah evaluasi setelah pembelian dari hasil perbandingan antara harapan sebelum pembelian dengan kinerja sesungguhnya. Indikator yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan wisatawan yaitu Kepuasan keseluruhan (*overall customersatisfaction*). Pelanggan langsung ditanya seberapa puas dengan produk jasa. Dimensi kepuasan pelanggan. Mengidentifikasi dimensi kunci kepuasan dan memintamemilai produk jasa berdasarkan item spesifik seperti keramahan staf, fasilitas dan kecepatan layanan. Konfirmasi harapan. Kepuasan tidak diukur langsung, namun disimpulkan kesesuaian/ketidasesuaian antara harapan dengan kinerja actual produk pada dimensi penting atau sejumlah atribut. Minat ulang berkunjung. Biasa ditanyakan langsung apakah akan menggunakan jasa perusahaan lagi, [5].

Kesediaan merekomendasi. Untuk produk yang pembelian ulangnya relative lama atau bukan hanya terjadi satu kali pembelian (seperti pembelian mobil, rumah, asuransi) apakah customer bersedia untuk merekomendasikan produk kepada teman dan keluarga apabila puas. Beberapa komponen produk wisata akan menjadi pertimbangan wisatawan untuk berkunjung ke suatu destinasi wisata. Komponen tersebut diantaranya adalah media sosial, sarana wisata, pelayanan, dan keamanan yang akan berpengaruh kepada kepuasan wisatawan. Kota Sidoarjo yang sekarang adalah Kota maju dengan penduduk yang cukup banyak yang sudah memiliki pola pikir yang moderen sehingga tidak asing lagi dengan media sosial yang mempermudah kegiatan serta memperoleh informasi yang mereka butuhkan.

Media sosial adalah alat pemasaran baru yang memungkinkan untuk mengetahui pelanggan dan calon pelanggan dengan cara yang sebelumnya tidak mungkin [6]. Media sosial merupakan aplikasi online, sarana dan media yang ditujukan untuk memfasilitasi interaksi, kolaborasi dan sharing materi [7]. Media sosial penggunaannya dirasa mudah, biaya murah dan efektif dalam pemasaran wisata bagi suatu daerah, maka hal tersebut yang membuat media sosial sangat diminati untuk sarana komunikasi dan promosi [8]. Penelitian terkait media social pernah dilakukan oleh [9], [10], [11], dan [12] hasil penelitian menunjukkan bahwa media social berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel media social yaitu : *Selectivity* (Kemampuan Memilih) Kemampuan individu dalam menetapkan sesuatu terhadap media yang akan dieksposnya. *Utilitarianism* (Pemanfaatan) Kemampuan individu untuk mengungkapkan tujuan dan mendapat manfaat dari penggunaan media. *Intentionally* (Kesengajaan). Tingkat kesengajaan individu menggunakan media. *Involvement* (Keterlibatan) Ke ikut sertaan pikiran dan perasaan individu dalam menggunakan media dan pesan media. *Impervious to Influence* (Ketahanan terhadap Pengaruh Media) Kemampuan individu melawan arus pengaruh media, [13].

Selanjutnya komponen yang dapat mempengaruhi kepuasan wisata adalah sarana wisata. Fasilitas atau sarana wisata adalah bagian penting dalam suatu destinasi yang membuat wisatawan merasa nyaman tinggal di destinasi tersebut untuk menikmati atau berpartisipasi dalam atraksi yang ditawarkan, [14]. Sarana wisata merupakan kelengkapan daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk melayani kebutuhan wisatawan dalam menikmati perjalanan wisatanya [15]. Penelitian mengenai sarana wisata pernah dilakukan oleh [16], [17] dan [18] hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sarana wisata berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Indikator yang dapat digunakan untuk mengukur variabel sarana wisata yaitu : Kelengkapan, kebersihan, dan kerapian fasilitas yang ditawarkan. Kondisi dan fungsi fasilitas yang akan ditawarkan. Kemudahan menggunakan fasilitas yang ditawarkan [19].

Memberikan pelayanan yang baik sudah menjadi hal yang sangat di utamakan oleh tempat wisata karena memberikan dampak atau pengaruh yang sangat besar terhadap image sebuah tempat wisata atau perusahaan. Kualitas pelayanan merupakan salah satu elemen penting yang menjadi pertimbangan bagi pelanggan dalam melakukan pembelian suatu produk. Kualitas Pelayanan merupakan penilaian atau sikap global berkenaan dengan superioritas suatu pelayanan [20]. Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima /peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan / inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan [21]. Penelitian terkait variabel pelayanan pernah dilakukan oleh [22], [23], dan [24] hasil penelitian ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Indikator yang dapat digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan yaitu : Reliabilitas (*reliability*), kemampuan untuk memberikan pelayanan sesuai yang akurat dan memuaskan. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan untuk membantu para konsumen dan memberikan pelayanan dengan baik. Jaminan/kevakinan (*assurance*), yaitu kesopanan santunan para pegawai perusahaan serta kemampuan menumbuhkan rasa percaya para konsumennya kepada perusahaan. Empati (*empathy*), meliputi kemudahan melakukan hubungan komunikasi yang baik perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan. Bukti langsung (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, sarana komunikasi pegawai dan perlengkapan [25].

Selain ketiga komponen factor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan wisatawan yaitu keamanan. Memang dalam sebuah kawasan atau destinasi wisata persoalan keamanan dan keselamatan menjadi tanggungjawab semua khususnya pengelola obyek wisata aparat keamanan, maupun para pengunjung atau wisatawan pada umumnya [26]. Konsep keamanan dalam konteks hubungan internasional kamus besar bahasa indonesia mendefinisikan keamanan sebagai suatu situasi yang terlindungi dari bahaya (keamanan objektif), adanya perasaan (keamanan) subjektif dan bebas dari keraguan-keraguan. Penelitian terkait keamanan pernah dilakukan oleh [27] dan [28] yang menunjukkan hasil bahwa keamanan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Indikator terkait variabel keamanan yaitu : Jaminan keamanan yaitu memberikan perasaan aman kepada pengunjung seperti asuransi dan perlengkapan perlindungan [29].

Tempat wisata Legok Asri menawarkan berbagai wahana permainan serta fasilitas yang memadai untuk semua jenis kalangan dari anak-anak hingga orang dewasa bisa melakukan kegiatan wisata di tempat Legok Asri, serta tempat wisata Legok Asri menyediakan penginapan. Memberikan pelayanan yang baik sudah menjadi hal yang sangat diutamakan oleh tempat wisata karena memberikan dampak atau pengaruh yang sangat besar terhadap image sebuah tempat wisata atau perusahaan. Akan tetapi menurut sebagian besar wisatawan yang sudah berkunjung yang memberikan ulasan di website wisata Legok Asri merasa nyaman telah berkunjung ke tempat wisata Legok Asri.

Namun, berdasarkan uraian diatas maka dapat disimpulkan adanya ketidak sesuain antara teori dengan upaya yang diterapkan oleh objek wisata. Hal ini dapat dilihat dari jumlah wisatawan yang berkunjung pada tahun 2017-2020 dibawah ini:

**Tabel 1.** Data Pengunjung Wisata Legok Asri Tahun 2017-2020

Tahun	Jumlah Pengunjung
2017	7.070
2018	6.894
2019	8.686
2020	5.002

Sumber : Wisata Legok Asri,2020

Berdasarkan tabel di atas bahwa jumlah pengunjung yang datang di wisata Legok Asri pada tahun 2017-2020 cenderung fluktuatif. Untuk mendapatkan pengetahuan lebih jauh mengenai judul yang diteliti ini, maka pada bagian selanjutnya diuraikan landasan teori penelitian, metodologi penelitian, serta hasil dan pembahasan. Dari uraian latar belakang di atas, maka penelitian ini berjudul **"Pengaruh Media Sosial, Sarana Wisata, Kualitas Pelayanan, dan Keamanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Pengunjung Legok Asri Suko legok di Sidoarjo."**

Rumusan Masalah: Pengaruh Media Sosial, Sarana Wisata, Pelayanan, dan Keamanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Pengunjung Legok Asri Suko legok di Sidoarjo.

Pertanyaan Penelitian:

Apakah Media Sosial berpengaruh terhadap Kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Legok Asri?

Apakah Sarana Wisata berpengaruh terhadap Kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Legok Asri?

Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Legok Asri?

Apakah Keamanan berpengaruh terhadap Kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Legok Asri?

Apakah Media Sosial, Sarana Wisata, Kualitas Pelayanan, dan Keamanan berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Legok Asri?

Kategori SDGs: Sesuai dengan kategori SDGs 9 yaitu Industri, Inovasi dan Infrastruktur [30]. Infrastruktur dan inovasi merupakan penggerak bagi pertumbuhan ekonomi dan pembangunan. Investasi pada infrastruktur dan inovasi mempunyai beberapa target seperti penciptaan lapangan pekerjaan, meningkatkan akses teknologi informasi dan komunikasi, serta menyediakan akses internet yang terjangkau [31].

**Hipotesis:**

H1 : Media sosial berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan

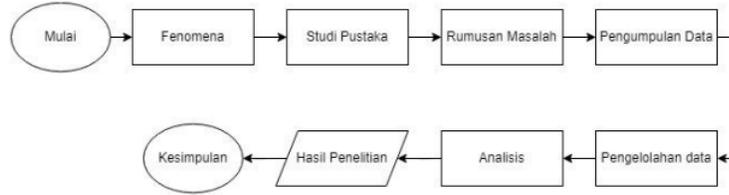
H2 : Sarana wisata berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan

H3 : Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan

H4: Keamanan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan

H5: Media sosial, sarana wisata, kualitas pelayanan dan keamanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan wisatawan.

## II. Metode



Gambar 1. Tahapan Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dengan metode survei. Adapun fokus dalam penelitian ini terdapat empat variabel, yaitu Media Sosial (X1), Sarana Wisata (X2), Kualitas Pelayanan (X3), dan Keamanan (X4) dengan Kepuasan Wisatawan sebagai variabel (Y). Pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan data primer berupa kuisioner dan data sekunder sebagai sumber informasi data dari penelitian terdahulu. Pada penelitian ini, pengukuran variabel menggunakan skala likert untuk menilai sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena yang dibahas. Peneliti menggunakan lima alternative jawaban kepada responden untuk masing-masing variabel dengan menggunakan skala 1 sampai 5. Populasi adalah wilayah yang generalisasi terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian di tarik kesimpulannya [32]. Dalam penelitian ini, populasi penelitian mengacu pada wisatawan yang pernah berkunjung ke Legok Asi Sukolegok di Sidoarjo. Teknik pengambilan sampel yang digunakan melalui pendekatan *non probability sampling* dengan teknik *accidental sampling* yaitu penentuan sampelnya berdasarkan siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, apabila dirasa orang yang ditemui tersebut cocok dijadikan responden. Karena dalam penelitian ini tidak diketahui jumlah populasi maka, besar kecilnya jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui. Dikarenakan jumlah populasi yang tidak diketahui, maka penarikan jumlah sampel dapat dilakukan dengan menggunakan rumus Lemeshow.

Berdasarkan rumus tersebut, maka didapatkan jumlah sampel sebanyak 96,04 orang yang kemudian dibulatkan menjadi 100 orang. Jadi, jumlah responden yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 100 responden. Kemudian data tersebut akan dilakukan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji asumsi klasik, uji regresi linear, uji T, uji f, dan uji  $R^2$  yang dioperasikan menggunakan program SPSS. Uji validitas ini digunakan untuk mengetahui valid tidaknya data dalam suatu kuisioner. Uji reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur satu kuisioner dalam indikator agar dapat memperoleh informasi sebagai pengumpulan data. Uji normalitas untuk mengetahui seberapa diketahuinya data pada saat penyebaran kuisioner.

## III. Hasil dan Pembahasan

### Hasil penelitian

#### Uji Validitas

Valid tidaknya suatu item Instrumen dapat diketahui dengan menghitung validitas menggunakan Correlation Pearson Moment. Analisis faktor dilakukan dengan cara mengkorelasikan jumlah skor faktor dengan skor total, dengan ketentuan sebagai berikut:

Jika nilai koefisien korelasi ( $r_{hitung}$ ) lebih besar dari 0,3 maka dikatakan valid.

Jika nilai koefisien korelasi ( $r_{hitung}$ ) lebih kecil dari 0,3 maka dikatakan tidak valid.

**Tabel 2.** Uji Validitas

Variabel	Variabel ( <i>r</i> -hitung)	Kritis	Sig.	Keterangan
Variabel Media Sosial	X <sub>1,1</sub>	0,430	0,00	Valid
	X <sub>1,2</sub>	0,475	0,00	Valid
	X <sub>1,3</sub>	0,506	0,00	Valid
	X <sub>1,4</sub>	0,616	0,00	Valid
	X <sub>1,5</sub>	0,469	0,00	Valid
Variabel Sarana Wisata	X <sub>2,1</sub>	0,836	0,00	Valid
	X <sub>2,2</sub>	0,722	0,00	Valid
	X <sub>2,3</sub>	0,662	0,00	Valid
Variabel Kualitas Pelayanan	X <sub>3,1</sub>	0,755	0,03	Valid
	X <sub>3,2</sub>	0,720	0,00	Valid
	X <sub>3,3</sub>	0,751	0,00	Valid
	X <sub>3,4</sub>	0,718	0,00	Valid
Variabel Keamanan	X <sub>3,5</sub>	0,709	0,00	Valid
	X <sub>4,1</sub>	1,000	0,00	Valid
Variabel Kepuasan Wisatawan	Y <sub>1,1</sub>	0,686	0,00	Valid
	Y <sub>1,2</sub>	0,739	0,00	Valid
	Y <sub>1,3</sub>	0,739	0,00	Valid
	Y <sub>1,4</sub>	0,705	0,00	Valid
	Y <sub>1,5</sub>	0,716	0,00	Valid

Pada hasil pengujian validitas menyatakan bahwa seluruh item pernyataan kuesioner dari variabel (X) dan variabel (Y) memiliki nilai koefisien korelasi diatas 0,30 (>0,30) sehingga dapat dikatakan bahwa item pernyataan kuesioner dari variabel (X) dan Variabel (Y) dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk mengukur variabel yang telah diteliti.

#### Uji Reabilitas

Sebuah kuesioner dikatakan reliabel apabila responden menjawab suatu pertanyaan dari kuesioner dengan benar. Dalam menghitung reliabilitas menggunakan *Alpha Cronbach*. Dengan ketentuan sebagai berikut :

Jika nilai *Alpha Cronbach* lebih besar dari 0,6 maka instrumen dikatakan mempunyai reliabilitas.

Jika nilai *Alpha Cronbach* lebih kecil dari 0,6 maka instrumen dikatakan mempunyai reliabilitas.

**Tabel 3.** Uji Reabilitas

Variabel	Nilai Alpha <i>Cronbach</i>	Nilai Kritis	Keterangan
Media Sosial	0,659	0,6	Reliabel
Sarana Wisata	0,798	0,6	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,787	0,6	Reliabel
Keamanan	1,000	0,6	Reliabel
Kepuasan Wisata	0,783	0,6	Reliabel

Berdasarkan tabel diatas, dapat diperoleh nilai koefisien reliabilitas *Cronbach alpha* pada variabel media social sebesar 0,659, variabel sarana wisata sebesar 0,798, variabel kualitas pelayanan 0,787, variabel keamanan 1,000 dan variabel kepuasan wisata sebesar 0,783. Dari seluruh variabel tersebut diketahui nilai koefisien reliabilitas *Cronbach alpha* lebih besar 0,6, maka dapat dikatakan bahwa instrument kuisoner yang digunakan dikatakan memiliki reliabilitas.

#### Pengujian Uji Asumsi Klasik

##### Uji Normalitas

Adapun ketentuan yang digunakan sebagai berikut:

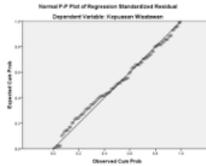
Angka signifikansi uji Kolmogrov-Smirnov Sig. > 0,05 maka data berdistribusi normal.

Angka signifikansi uji Kolmogrov-Smirnov Sig. < 0,05 maka data tidak berdistribusi normal.

**Tabel 4.** Hasil Pengujian Normalitas  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,58824164
Most Extreme Differences	Absolute	,062
	Positive	,040
	Negative	,062
Kolmogorov-Smirnov Z		,619
Asymp. Sig. (2-tailed)		,838

Dari hasil pengujian diperoleh nilai asymp.sig dari uji Kolmogrov Smimov sebesar 0,838 ( $0,838 > 0,05$ ). Sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Untuk mengetahui normal atau tidaknya menggunakan Plot Of Regression Standardized Residual. Data dikatakan berdistribusi normal jika sebaran data membentuk titik – titik yang mendekati garis diagonal.



Gambar 5. Normal Probability Plot

Dari hasil pengujian normalitas pada penelitian ini menunjukkan bahwa grafik normal probability plot yang mensyaratkan jika sebaran data tersebut harus terletak pada wilayah garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Berdasarkan gambar diatas maka hasil yang didapat memenuhi syarat normal probability plot, yang artinya data dalam penelitian tersebut berdistribusi normal.

#### Uji Linieritas

Jika nilai signifikansi pada Linearity lebih kecil dari 0,05 ( $<0,05$ ) maka hubungan antar variabel dinyatakan linier, sebaliknya apabila Linearity lebih besar dari 0,05 ( $>0,05$ ) maka hubungan antara variabel dinyatakan tidak linier. Seperti yang ada di tabel berikut:

Tabel 6. Hasil Pengujian Linieritas

Variabel	F	Sig. Linearity	Kondisi	Kesimpulan
X1 → Y	4,996	0,000	Sig. < 0,05	Linier
X2 → Y	48,437	0,000	Sig. < 0,05	Linier
X3 → Y	69,802	0,000	Sig. < 0,05	Linier
X4 → Y	11,080	0,000	Sig. < 0,05	Linier

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai sig. linearity untuk variabel kepuasan wisatawan dengan media social sebesar 0,000 ( $0,000 < 0,05$ ), variabel kepuasan wisatawan dengan sarana wisata sebesar 0,000 ( $0,000 < 0,05$ ), kepuasan wisatawan dengan kualitas pelayanan sebesar 0,000 ( $0,000 < 0,05$ ) dan variabel kepuasan wisatawan dengan keamanan 0,000 ( $0,000 > 0,05$ ). Dari keempat variabel diatas yakni media social, sarana wisata, kualitas pelayanan, dan keamanan menunjukkan bahwa nilai sig linearity  $< 0,05$ , maka dikatakan hubungan antar variabel bersifat linear, yang artinya jika ada kenaikan skor variabel bebas diikuti kenaikan skor variabel terikat.

#### Uji Autokorelasi

Adapun standart yang biasanya digunakan dalam sebuah penetian dapat dikatakan bahwa tidak terjadi autokorelasi jika nilai yang didapatkan dari Durbin-Watson ini dibawah 5.

Tabel 7. Hasil Pengujian Autokorelasi

Model Summary <sup>a</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
Dimension 0	1	,720 <sup>a</sup>	,518	,498	1,621

Predictors: (Constant), Keamanan, Media Sosial, Kualitas Pelayanan, Sarana Wisata  
Dependent Variable: Kepuasan Wisatawan

Berdasarkan hasil pengujian autokorelasi diperoleh nilai Durbin Watson sebesar 1,697 menunjukkan bahwa nilai Durbin-Watson dibawah 5. Yang artinya, regresi linier yang digunakan dalam penelitian ini tidak terjadi autokorelasi.

#### Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas dilihat dari besaran VIF (Variance Inflation Factor) dan tolerance. Jadi nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena  $VIF = 1/tolerance$ ). Nilai cutoff yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai tolerance  $> 0,01$  atau sama dengan nilai  $VIF < 10$ .

**Tabel 8.** Hasil Pengujian Multikolinearitas  
*Coefficients<sup>a</sup>*

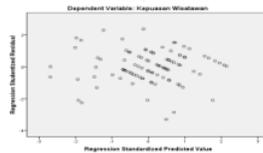
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Media Sosial	,981	1,019
	Sarana Wisata	,644	1,553
	Kualitas Pelayanan	,674	1,484
	Keamanan	,926	1,080

Dependent Variable: Kepuasan Wisatawan

Dari hasil pengujian diperoleh nilai VIF untuk variabel media sosial sebesar 1,019 ( $< 10$ ), variabel sarana wisata sebesar 1,553 ( $< 10$ ), variabel kualitas pelayanan sebesar 1,484 ( $< 10$ ) dan variabel keamanan sebesar 1,080 ( $< 10$ ). Berdasarkan hasil yang diperoleh maka dapat dinyatakan bahwa regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini bebas dari multikolinieritas. Artinya bahwa diantara variabel bebas (media sosial, sarana wisata, kualitas pelayanan, dan keamanan) tidak saling mempengaruhi.

#### Uji Heteroskedastisitas

Dasar analisisnya jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.



**Gambar 2.** Hasil Pengujian Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar yang ada diatas, menunjukkan bahwa tidak terjadi pola tertentu dan scatterplot titik - titik menyebar secara acak, baik di bagian atas angka 0 atau dibagian bawah angka 0 dari sumbu vertical atau sumbu Y, maka dapat menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk meramalkan pengaruh dua atau lebih variable predictor (variable bebas) terhadap satu kriterium (variable terikat) atau untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsional antara dua buah variable bebas (X) atau lebih dengan sebuah variable terikat (Y). Didalam penelitian ini, variabel tersebut adalah media social (X1), sarana wisata (X2), kualitas pelayanan (X3), keamanan (X4) dalam mempengaruhi variabel kepuasan wisatawan (Y) pengunjung legok asri sukolegok di Sidoarjo.

**Tabel 9.** Tabel Uji Regresi Linier Berganda  
*Coefficients<sup>a</sup>*

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	3,966	1,821		2,178	,032		
	Media Sosial	,103	,050	,148	2,064	,042	,981	1,019
	Sarana Wisata	,465	,144	,286	3,219	,002	,644	1,553
	Kualitas Pelayanan	,395	,080	,426	4,904	,000	,674	1,484
	Keamanan	,315	,133	,176	2,373	,020	,926	1,080

<sup>a</sup> Dependent Variable: Kepuasan Wisatawan

Berdasarkan hasil yang ada pada tabel diatas dapat diketahui model regresinya dari keempat variabel sebagai berikut:

$$Y_1 = b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e_1$$

$$Y = 3,966 + 0,103 X_1 + 0,465 X_2 + 0,395 X_3 + 0,315 e$$

Berdasarkan hasil perolehan persamaan dapat dijelaskan makna dan arti dari koefisien regresi sebagai berikut:

**Konstanta (a)**

Nilai konstanta yang bernilai positif 3,966. Hal ini menunjukkan bahwa tanpa adanya pengaruh variabel bebas yaitu media sosial ( $X_1$ ), sarana wisata ( $X_2$ ), kualitas pelayanan ( $X_3$ ), dan keamanan ( $X_4$ ), maka nilai variabel terikat yaitu kepuasan wisatawan ( $Y$ ) tetap konstan sebesar 3,966.

**Media Sosial ( $X_1$ )**

Koefisien bernilai positif (0,103) antara variabel media sosial ( $X_1$ ) dengan variabel kepuasan wisatawan ( $Y$ ). Dapat diartikan bahwa variabel tersebut memiliki hubungan positif. Maka dapat disimpulkan bahwa jika variabel media sosial mengalami kenaikan satu satuan, maka variabel kepuasan wisatawan akan mengalami kenaikan sebesar 0,103 satuan.

**Sarana Wisata ( $X_2$ )**

Nilai koefisien bernilai positif (0,465) antara variabel sarana wisata ( $X_2$ ) dan variabel kepuasan wisatawan ( $Y$ ) yang artinya variabel tersebut memiliki hubungan positif. Maka dapat disimpulkan bahwa jika variabel sarana wisata mengalami kenaikan satu satuan maka variabel kepuasan wisatawan akan mengalami kenaikan sebesar 0,465 satuan.

**Kualitas Pelayanan ( $X_3$ )**

Koefisien bernilai positif (0,395) antara variabel kualitas pelayanan ( $X_3$ ) dan variabel kepuasan wisatawan ( $Y$ ) yang artinya variabel tersebut memiliki hubungan positif. Maka dapat disimpulkan bahwa jika variabel kualitas pelayanan mengalami kenaikan satu satuan maka variabel kepuasan wisatawan akan mengalami kenaikan sebesar 0,395 satuan.

**Keamanan ( $X_4$ )**

Koefisien bernilai positif (0,315) antara variabel keamanan ( $X_4$ ) dan variabel kepuasan wisatawan ( $Y$ ) yang artinya variabel tersebut memiliki hubungan positif. Maka dapat disimpulkan bahwa jika variabel keamanan mengalami kenaikan satu satuan maka variabel kepuasan wisatawan akan mengalami kenaikan sebesar 0,315 satuan.

**Pengujian Hipotesis**

**Uji Parsial (Uji t)**

Uji t (Parsial) digunakan untuk menguji pengaruh media sosial ( $X_1$ ), sarana wisata ( $X_2$ ), kualitas pelayanan ( $X_3$ ), dan keamanan ( $X_4$ ) secara parsial terhadap kepuasan wisatawan ( $Y$ ) menggunakan uji t. Berikut adalah hasil uji parsial dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 10. Uji t**  
*Coefficients<sup>a</sup>*

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3,966	1,821		2,178	,032
Media Sosial	,103	,050	,148	2,064	,042
Sarana Wisata	,465	,144	,286	3,219	,002
Kualitas Pelayanan	,395	,080	,426	4,904	,000
Keamanan	,315	,133	,176	2,373	,020

a. Dependent Variable : Kepuasan Wisatawan

Dengan menggunakan tingkat kepercayaan sebesar 5% ( $\alpha = 0,05$ ) dan *degree of freedom* sebesar  $k=4$  dan  $df_2 = n-k-1$  ( $100-4-1=95$ ) sehingga diperoleh  $t_{tabel}$  sebesar 1,66105, maka dapat disimpulkan:

**Pengaruh media sosial terhadap kepuasan wisatawan**

$H_0$  = variabel media sosial secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

$H_1$  = variabel media sosial secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

Berdasarkan tabel uji t diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 2,064 hal ini menunjukkan  $t_{hitung}$  2,064 lebih besar dari  $t_{tabel}$  1,66105. Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya variabel media sosial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan wisatawan pengunjung legok asri suko legok di Sidoarjo.

**Pengaruh sarana wisata terhadap kepuasan wisatawan**

$H_0$  = variabel sarana wisata secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

$H_2$  = variabel sarana wisata secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

Berdasarkan tabel uji t diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 3,219 hal ini menunjukkan  $t_{hitung}$  3,219 lebih besar dari  $t_{tabel}$  1,66105. Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima, artinya variabel sarana wisata mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan wisatawan pengunjung legok asri suko legok di Sidoarjo.

**Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan.**

$H_0$  = variabel kualitas pelayanan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

$H_3$  = variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

Berdasarkan tabel uji t diperoleh  $t_{hitung}$  4,904, hal ini menunjukkan  $t_{hitung}$  4,904 lebih besar dari  $t_{tabel}$  1,66105. Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima, artinya variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan wisatawan pengunjung legok asri suko legok di Sidoarjo.

**Pengaruh keamanan terhadap kepuasan wisatawan**

$H_0$  = variabel keamanan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

$H_4$  = variabel keamanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

Berdasarkan tabel uji t diperoleh  $t_{hitung}$  2,373, hal ini menunjukkan  $t_{hitung}$  2,373 lebih besar dari  $t_{tabel}$  1,66105. Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_4$  diterima, artinya variabel keamanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan wisatawan pengunjung legok asri suko legok di Sidoarjo.

**Uji Simultan (F)**

Uji Simultan (Uji F) bertujuan untuk menguji pengaruh variabel kepercayaan (X1), media sosial (X2) dan sarana wisata (X3), keamanan (X4) secara simultan terhadap kepuasan wisatawan (Y) Dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

$H_0 = F_{hitung} < F_{tabel}$  berarti  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh secara simultan antara variabel X1, X2 dan X3 terhadap variabel Y.

$H_a = F_{hitung} > F_{tabel}$  berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara variabel X1, X2 dan X3 terhadap variabel Y.

Berikut adalah hasil uji simultan dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 11. Hasil Uji F ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	268,631	4	67,158	25,548	,000 <sup>a</sup>
Residual	249,729	95	2,629		
Total	518,360	99			

Predictors : (Constant), Keamanan, Media Sosial, Kualitas Pelayanan, Sarana Wisata

Dependent Variable : Kepuasan Wisatawan

Dari hasil pengujian secara simultan menunjukkan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 25,548 sedangkan  $F_{tabel}$  2,47 pada tingkat kepercayaan signifikansi sebesar 5% dan df sebesar k=4 dan df2 = n-k-1 (100-4-1=95) maka didapat nilai  $F_{tabel}$  sebesar 2,47. Oleh karena itu  $F_{hitung}$  25,548 lebih besar dari  $F_{tabel}$  2,47 dan tabel diatas juga menunjukkan nilai sig = 0,000 yang lebih kecil dari  $\alpha=0,05$  maka dari hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya variabel bebas mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel terikat.

Jadi dapat disimpulkan bahwa media sosial (X1), sarana wisata (X2) kualitas pelayanan (X3) dan keamanan (X4) berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan wisatawan (Y) pengunjung legok asri suko legok di Sidoarjo.

### Koefisien Korelasi Berganda (Uji R)

Digunakan untuk menghitung tingkat keeratan hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Berikut adalah tabel hasil pengujian uji R:

1  
Tabel 12. Uji R

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson	
Dimension 0	1	,720 <sup>a</sup>	,518	,498	1,621	1,697

Predictors: (Constant), Keamanan, Media Sosial, Kualitas Pelayanan, Sarana Wisata  
Dependent Variable: Kepuasan Wisatawan

Jangkauan nilai R adalah berkisar antara 0 – 1. Semakin mendekati 1 berarti hubungan antara variabel bebas secara bersama-sama dan variabel terikat adalah semakin kuat. Semakin mendekati 0 berarti hubungan antara variabel bebas secara bersama-sama dan variabel terikat semakin lemah atau bahkan tidak ada sama sekali. Dapat dilihat pada tabel uji R, nilai R sebesar 0,720 (72,0%) hal ini menunjukkan bahwa hubungan variabel independen dan variabel dependen cukup kuat karena nilainya lebih dari 28%.

### Koefisien Determinan Berganda (Uji R<sup>2</sup>)

Uji R Square digunakan untuk menghitung kemampuan model regresi dalam menjelaskan perubahan variabel terikat akibat variasi variabel bebas. Berikut ini adalah tabel dari hasil pengujianya :

5

Tabel 13. Hasil Uji R<sup>2</sup>

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson	
Dimension 0	1	,720 <sup>a</sup>	,518	,498	1,621	1,697

Predictors: (Constant), Keamanan, Media Sosial, Kualitas Pelayanan, Sarana Wisata  
Dependent Variable: Kepuasan Wisatawan

Berdasarkan tabel uji R Square dapat dijelaskan bahwa koefisien determinan pada penelitian ini sebesar 0,518 atau 51,8% sehingga media sosial (X1), sarana wisata (X2), kualitas pelayanan (X3), dan keamanan (X4) dapat menjelaskan pengaruhnya terhadap kepuasan wisatawan (Y). dan sisanya 48,2% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### Pembahasan

Hasil dari penelitian yang ada di atas dapat diketahui seberapa besar pengaruh media social, sarana wisata, kualitas pelayanan, dan keamanan terhadap kepuasan wisatawan dengan menggunakan aplikasi pengolahan data SPSS statistik versi 18.0.

#### Hipotesis Pertama : media social berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan

Berdasarkan analisis membuktikan bahwa media social berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Sehingga dapat dinyatakan bahwa media social dapat mempengaruhi kepuasan wisatawan pengunjung legok asri sukolegok di Sidoarjo.

Pengunjung mengetahui wisata legok asri suko legok dari media social. Di media social memberikan semua informasi mengenai yang ada di legok asri suko legok sehingga dapat mempengaruhi pengunjung untuk berkunjung ke wisata legok asri suko legok. Pengaruh komentar yang positif di media social sangat mempengaruhi pengunjung untuk berkunjung ke legok asri suko legok, karena komentar positif dapat menjadi bahan pertimbangan pengunjung. Di media social juga membagikan wahana yang ada di legok asri suko legok, yaitu wahana kolam renang, kolam pancing, flying fox, dan wisata outbond untuk anak-anak dan dewasa.

Keterlibatan informasi wahana, tempat, dan harga yang di informasikan di media social membuat wisatawan ingin berkunjung di legok asri suko legok. Selain itu jika kesesuaian yang di informasikan di media social juga dapat mempengaruhi kepuasan wisatawan dalam berkunjung. Ketika pengunjung sudah merasakan apa yang di sampaikan di media sosial secara tidak langsung pengunjung akan merasakan kepuasan berkunjung di wisata legokasri suko leok di Sidoarjo.

Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh [9], [10], [11] dan [12] yang menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

**Hipotesis Kedua : sarana wisata berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan**

Berdasarkan analisis membuktikan bahwa sarana wisata berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Sehingga dapat dinyatakan bahwa sarana wisata dapat mempengaruhi kepuasan wisatawan pengunjung legok asri suko legok di Sidoarjo.

Wisata legok asri suko legok merupakan wisata yang mempunyai kondisi dan fungsi yang terawatt. Legok asri juga mengusung tema alam yang bersifat edukatif dan rekreatif. Sehingga pengunjung yang berkunjung merasakan kepuasan atas fasilitas yang ada di legok asri suko legok. Selain itu sarana parkir, tempat makan, tempat ibadah, juga toilet yang bersih dan nyaman untuk digunakan. Kelengkapan, kebersihan, kerapian sarana wisata yang ditawarkan oleh legok asri suko legok sangat memadai sehingga pengunjung merasakan kepuasan setelah berkunjung di legok asri suko legok.

Dengan adanya fasilitas, wahana permainan dan pelayanan yang memuaskan pengunjung akan senang untuk berkunjung kembali di legok asri suko legok di Sidoarjo. Jika pengunjung merasakan kepuasan secara tidak langsung pengunjung akan merekomendasikan wisata legok asri kepada pengunjung lainnya.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh [16], [17], dan [18] yang menunjukkan bahwa variabel sarana wisata berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan.

**Hipotesis Ketiga : kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan**

Berdasarkan analisis membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Sehingga dapat dinyatakan bahwa kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan wisatawan pengunjung legok asri suko legok di Sidoarjo.

Legok asri suko legok memberikan pelayanan yang memudahkan wisatawan untuk merasakan kepuasan berwisata di legok asri. Selain itu pelayanan yang diberikan juga memperhatikan kebutuhan para pengunjung legok asri suko legok. Pengelola wisata legok asri suko legok memberikan pelayanan yang baik, dimana pelayanan ini meliputi fasilitas perlengkapan, pegawai yang ramah, sopan, dan sarana komunikasi yang baik sehingga memudahkan untuk pengunjung dapat berkomunikasi dengan para petugas jika mengalami kendala ketika berwisata di legok asri suko legok di Sidoarjo.

Legok asri suko legok mempunyai petugas yang sopan dalam melayani pengunjung, sehingga membuat pengunjung percaya dengan tempat wisata legok asri. Petugas yang ada di legok asri juga siap membantu wisatawan dalam berkunjung jika ada yang membutuhkan jasa petugas. Selain itu petugas yang ada di legok asri memberikan pelayanan yang cepat tanggap dan memuaskan sehingga pengunjung akan merasakan kepuasan dalam berwisata di legok asri suko legok di Sidoarjo.

Hal didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh [22], [23], dan [24] yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan.

**Hipotesis Keempat : keamanan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan.**

Berdasarkan analisis membuktikan bahwa keamanan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Sehingga dapat dinyatakan bahwa keamanan dapat mempengaruhi kepuasan wisatawan pengunjung legok asri suko legok di Sidoarjo.

Legok asri suko legok mempunyai jaminan keamanan yang bagus. Selain itu legok asri juga memberikan perlindungan kepada wisatawan. Jaminan keamanan yang diberikan legok asri misalnya di dalam legok asri ada wahana kolam renang dan outbond. Petugas akan menjamin keamanan selama berada di kolam renang. Petugas tetap memantau para pengunjung yang berenang sehingga jika terjadi sesuatu dengan pengunjung maka petugas dengan sigap membantu pengunjung. Begitupun sebaliknya petugas wahana yang ada di outbond. Dengan begitu kepuasan akan dirasakan oleh wisatawan pengunjung legok asri suko legok di Sidoarjo. Pengunjung juga akan merasakan kepuasan sesuai dengan harapan berwisata di legok asri.

Hal didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh [27] dan [28] yang menyatakan variabel keamanan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan.

**Hipotesis Kelima : media social, sarana wisata, kualitas pelayanan, dan keamanan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan**

Berdasarkan analisis membuktikan bahwa media social, sarana wisata, kualitas pelayanan, dan keamanan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Sehingga dapat dinyatakan bahwa social media, sarana wisata, kualitas pelayanan, dan keamanan dapat mempengaruhi kepuasan wisatawan pengunjung legok asri suko legok di Sidoarjo.

Pengunjung mengetahui wisata legok asri suko legok dari media social. Di media social memberikan semua informasi mengenai yang ada di legok asri suko legok sehingga dapat mempengaruhi pengunjung untuk berkunjung kewisata legok asri suko legok.

Wisata legok asri suko legok merupakan wisata yang mempunyai kondisi dan fungsi yang terawatt. Legok asri juga mengusung tema alam yang bersifat edukatif dan rekreatif. Sehingga pengunjung yang berkunjung merasakan kepuasan atas fasilitas yang ada di legok asri suko legok. Selain itu sarana parkir, tempat makan, tempat ibadah, juga toilet yang bersih dan nyaman untuk digunakan.

Legok asri suko legok memberikan pelayanan yang memudahkan wisatawan untuk merasakan kepuasan berwisata di legok asri. Selain itu pelayanan yang diberikan juga memperhatikan kebutuhan para pengunjung legok asri suko legok. Pengelola wisata legok asri suko legok memberikan pelayanan yang baik, dimana pelayanan ini meliputi fasilitas perlengkapan, pegawai yang ramah, sopan, dan sarana komunikasi yang baik sehingga memudahkan untuk pengunjung dapat berkomunikasi dengan para petugas jika mengalami kendala ketika berwisata di legok asri suko legok di Sidoarjo.

Legok asri suko legok mempunyai jaminan keamanan yang bagus. Selain itu legok asri juga memberikan perlindungan kepada wisatawan. Jaminan keamanan yang diberikan legok asri misalnya di dalam legok asri ada wahana kolam renang dan outbond. Petugas akan menjamin keamanan selama berada di kolam renang. Petugas tetap memantau para pengunjung yang berenang sehingga jika terjadi sesuatu dengan pengunjung maka petugas dengan sigap membantu pengunjung. Begitupun sebaliknya petugas wahana juga ada di outbond.

Penelitian ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh [9] dan [10] yang menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh [16] dan [17] yang menunjukkan bahwa variabel sarana wisata berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Penelitian yang dilakukan oleh [4], [22] dan [23] menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Dan penelitian yang dilakukan oleh [27] dan [28] yang menyatakan variabel keamanan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan.

### III. **3** **Simpulan**

Berdasarkan hasil dari penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan diatas, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut : Berdasarkan hasil dari pengujian hipotesis membuktikan bahwa variabel media sosial berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan pengunjung legok asri suko legok di Sidoarjo. Sarana wisata berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan pengunjung legok asri suko legok di Sidoarjo. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan pengunjung legok asri suko legok di Sidoarjo. Keamanan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan pengunjung legok asri suko legok di Sidoarjo. Secara simultan media social, sarana wisata, kualitas pelayanan, dan keamanan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan pengunjung legok asri suko legok di Sidoarjo.

#### **2** **Ucapan Terima Kasih**

Penelitian ini dapat selesai dengan baik dan tepat waktu sebab adanya bantuan dan bimbingan dari beberapa pihak. Oleh karena itu peneliti mengucapkan terima kasih untuk Bapak/Ibu dosen dan staff Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing penelitian.

#### **Daftar Pustaka**

- [1] Kusuma, Kumara Adji. 2018. *Pengantar Ilmu Ekonomi Islam*. Sidoarjo: UMSIDA PRESS.
- [2] Setiawan Priatmoko. 2017. Pengaruh Atraksi, Mediasosial, Dan Infrastruktur Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Desa Wisata Pentingsari Yogyakarta. *Jurnal Khasanah Ilmu*. STIE Pariwisata API Yogyakarta.
- [3] Hasan, Ali. (2015). *Tourism Marketing*. Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- [4] Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks.
- [5] Tjiptono. 2012. *Service Management*. Yogyakarta: Andi.
- [6] Maxmanroe. 2019. Pengertian Media Sosial Secara Umum, Fungsi, Tujuan, Jenis Sosmed. Diakses pada 28 September 2019. dari <https://www.maxmanroe.com/vid/teknologi/internet/pengertian-media-sosial.html>.

- [7] Nur Rahmat, Y. 2018. Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram sebagai Media Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Frozento Homemade Ice Cream and Café Di Samarinda. *eJournal Administrasi Bisnis*. Universitas Mulawarman.
- [8] Gohil, N. (2015). Role and Impact of Social Media in Tourism: A Case Study on the Initiatives of Madhya Pradesh State Tourism Introduction: Review of Literature:, 5(4), 8–15.
- [9] Arpan, Yunada. 2023. Pengaruh Destination Image, Social Media Marketing dan Daya Tarik, terhadap Kepuasan Wisatawan Melalui Keputusan Berkunjung (Studi pada Kebun Raya Liwa, Lampung Barat). *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, Vol. 7, No. 1. DOI: 10.33087/ekonomis.v7i1.1075.
- [10] Wahyono, Indra Siam. 2022. Media Sosial Dan Kualitas Layanan Meningkatkan Kepuasan Pelanggan (Survei Pada Media Sosial Toko Buku Online Redaksi Loveable). *Jurnal Inspirasi Ilmu Manajemen*, Vol. 1, No. 1.
- [11] Azzahra, Annisa., B. MH Nainggolan. 2022. Pengaruh media social, e-wom, citra merek, kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di R hotel rancamaya. *Sinomika journal*, vol. 1, no. 3.
- [12] Jaya, Chairman Lawvandy et al. 2022. Pengaruh Sosial Media Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan Di The Wrappers, Medan. *Politeknik Cendana Medan*.
- [13] Athika S., Achmad F., dan Inggang P. Pengaruh Terpaan Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Berkunjung Dengan Citra Destinasi Sebagai Variabel. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Universitas Brawijaya.
- [14] Hary Hermawan. 2017. Pengaruh Daya Tarik Wisata, Keselamatan, dan Sarana Wisata Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan. *Jurnal Media Wisata*. Dosen Sekolah Tinggi Pariwisata ARS Internasional Bandung.
- [15] Meizannur dan Christine Wulandari. 2015. Analisis Pengembangan Obyek Wisata Alam di Resort Balik Bukit Taman Nasional Bukit Barisan Selatan. *Jurnal Sylva Lestari. Jurusan Kehutanan Fakultas Pertanian Universitas Lampung*.
- [16] Sjukriana, Juke et al. 2023. Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan Dan Sarana Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung. *JHT : Journal of Hospitality and Tourism*, Vol. 1, No. 2. <https://ejournal.poltektegal.ac.id/index.php/>
- [17] Nugraha, Rizki Nurul et al. 2022. Kajian Kelengkapan Fasilitas , Sarana ,Dan Prasarana Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Destinasi Wisata Museum Di Tengah Kebun Jakarta. *Jurnal Inovasi Penelitian*, Vol.3 No.6.
- [18] Idris, Fahmy dan Salju. 2023. Pengaruh Budaya Kerja, Kualitas Pelayanan, Sarana Dan Prasarana Terhadap Kepuasan Masyarakat. *Kelola: Journal of Islamic Education Management*, Vol. 8, No.1.<https://ejournal.iainpalopo.ac.id/index.php/kelola>.
- [19] Kiswanto, Anjar Hari. 2011. Pengaruh Harga, Lokasi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Dampo Awang Beach Rembang. *Eprint:UNNES*.
- [20] Yulia Larasati Putri dan Hardi Utomo. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Among Makart*. STIE AMA Salatiga.
- [21] Poppy Margaretith, N.S. ,Altje Tumbel. 2016. Pelayanan , Keamanan dan Daya Tarik Mempengaruhi Minat Wisatawan yang Berkunjung Ke Objek Wisata Alam Gunung Mahawu, Tomohon. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*. Universitas Sam Ratulangi Manado.
- [22] Sagala, Feronika Clara Natalia., Fareis Althalets. 2022. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Hotel Kyriad Sadurengas Kabupaten Paser. *ETNIK : Jurnal Ekonomi – Teknik*, vol. 1, No. 4. <https://etnik.rifainstitute.com>
- [23] Maulana, Fariz Rachmat. 2022. Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung di Gor Bulutangkis Gunper Tasikmalaya. *ULIL ALBAB : Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, Vol.1, No.8.
- [24] Suyatno, Rekawati et al. 2022. Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung (Studi pada Wisata Jurang Senggani (Buper) Kecamatan Sendang Kabupaten Tulungagung). *Jurnal Edueco*, Vol. 5, No. 2.
- [25] Sopyan. 2015. Analisis Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Pengunjung dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening. Skripsi. Universitas Diponegoro Semarang.
- [26] Suryadana, M. Liga dan Vanny Octavia. 2015. *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Alfabeta.
- [27] Haqiqi, Irfan Maulana et al. 2023. Pengaruh Tingkat Keamanan Dan Pelayanan Petugas Avsec Pasca Event Motogp Terhadap Kepuasan Penumpang Di Bandar Udara Internasional Zainuddin Abdul Madjid Lombok. *Jurnal Mahasiswa*, Vol.5, No.1.
- [28] Zainuddin M et al. 2022. Analisis Pengaruh Faktor Transportasi, Keamanan, Dan Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Wisatawan Pulau Derawan Kabupaten Berau Kalimantan Timur. *Jurnal Pembangunan Perikanan dan Agribisnis*, Vol. 9 No. 1

- [29] Raman, Arasu., dan Viswanathan, A. 2011. Web Services and e-Shopping Decisions: A Study on Malaysian e-Consumer. IJCA Special Issue on:Wireless Information Networks & Business Information System, hal.54-60.
- [30] D. of E. and S. Affairs, "THE 17 GOALS," United Nations, 2022. <https://sdgs.un.org/goals> (accessed Nov. 02, 2022).
- [31] D. of E. and S. Affairs, "Build resilient infrastructure, promote inclusive and sustainable industrialization and foster innovation," United Nations, 2022. <https://sdgs.un.org/goals/goal9> (accessed Nov. 02, 2022).
- [32] Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

### SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama Mahasiswa : Amei Riska Nandita  
NIM : 162010200088  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Bisnis Hukum dan Ilmu Sosial

**DAN**

Dosen Pembimbing : Dr. Kumara Adji Kusuma. S.Fil.I., CIPP  
NIK/NIP : 0705107805  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Bisnis Hukum dan Ilmu Sosial

**MENYATAKAN** bahwa, karya tulis ilmiah dengan rincian:

Judul : Pengaruh Media Sosial, Sarana Wisata, Kualitas Pelayanan dan Keamanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Pengunjung Legok Asri Sukolegok di Sidoarjo.  
Kata Kunci : Media Sosial, Sarana Wisata, Kualitas Pelayanan, Keamanan Kepuasan Wisatawan.

**TELAH:**

1. Disesuaikan dengan petunjuk penulisan di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Berdasarkan Surat Keputusan Rektor UMSIDA tentang Pedoman Karya Tulis Ilmiah Mahasiswa.
2. Lolos uji cek kesamaan sesuai ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.

**SERTA\*:**

- **Bertanggung jawab untuk** melakukan publikasi karya tulis ilmiah tersebut ke jurnal ilmiah/prosiding sesuai ketentuan Surat Keputusan Rektor UMSIDA tentang Pedoman Karya Tulis Ilmiah. Khususnya Lampiran Huruf B.
- **Menyerahkan tanggung jawab untuk** melakukan publikasi karya tulis ilmiah tersebut ke jurnal ilmiah/prosiding sesuai ketentuan Surat Keputusan Rektor UMSIDA tentang Pedoman Karya Tulis Ilmiah khususnya Lampiran Huruf B kepada Bidang Pengembangan Publikasi Ilmiah DRPM UMSIDA.

Demikian pernyataan dari saya, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya. Terima Kasih

Menyetujui,  
Dosen Pembimbing

Sidoarjo, (14/06/2023)  
Mahasiswa

(Dr. Kumara Adji Kusuma. S.Fil.I., CIPP)  
NIDN. 0705107805

(Amei Riska Nandita)  
NIM. 162010200088

\*Centang salah satu.

**PERNYATAAN MENGENAI KARYA TULIS ILMIAH DAN SUMBER INFORMASI SERTA  
PELIMPAHAN HAK CIPTA**

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis ilmiah tugas akhir saya dengan judul "**Pengaruh Media Sosial, Sarana wisata, Pelayanan dan Keamanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Pengunjung Legok Asri Sukolegok di Sidoarjo.**" adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir karya tulis ilmiah tugas akhir saya ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Sidoarjo, 16 Juni 2023

Amei Riska Nandita  
NIM. 162010200088

# 3 Plagiasi - Tugas Akhir Artikel Amei Riska Nandita.docx

## ORIGINALITY REPORT

14%

SIMILARITY INDEX

12%

INTERNET SOURCES

8%

PUBLICATIONS

5%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1	<a href="http://ijins.umsida.ac.id">ijins.umsida.ac.id</a> Internet Source	2%
2	<a href="http://www.researchgate.net">www.researchgate.net</a> Internet Source	1%
3	<a href="http://journal.um-surabaya.ac.id">journal.um-surabaya.ac.id</a> Internet Source	1%
4	Submitted to KYUNG HEE UNIVERSITY Student Paper	1%
5	<a href="http://eprints.uny.ac.id">eprints.uny.ac.id</a> Internet Source	1%
6	<a href="http://pt.scribd.com">pt.scribd.com</a> Internet Source	1%
7	<a href="http://thesis.binus.ac.id">thesis.binus.ac.id</a> Internet Source	1%
8	<a href="http://ejurnal.ubharajaya.ac.id">ejurnal.ubharajaya.ac.id</a> Internet Source	1%
9	<a href="http://media.neliti.com">media.neliti.com</a> Internet Source	1%

10	<a href="http://univ-tridinanti.ac.id">univ-tridinanti.ac.id</a> Internet Source	1 %
11	Jihan Qatrunnada Benklah, Sri Rahayu, Trisniarty AM. "Pengaruh Harga dan Tempat terhadap Kepuasan Wisatawan dengan Loyalitas Wisatawan sebagai Variabel Intervening Pada Wisata Rekreasi Air Buatan (Waterpark) Kota Palembang", Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM, 2022 Publication	1 %
12	<a href="http://repository.uin-suska.ac.id">repository.uin-suska.ac.id</a> Internet Source	1 %
13	<a href="http://adoc.pub">adoc.pub</a> Internet Source	1 %
14	<a href="http://archive.umsida.ac.id">archive.umsida.ac.id</a> Internet Source	1 %
15	<a href="http://erepository.uwks.ac.id">erepository.uwks.ac.id</a> Internet Source	1 %
16	<a href="http://ijler.umsida.ac.id">ijler.umsida.ac.id</a> Internet Source	1 %

Exclude quotes  On

Exclude matches  < 1%

Exclude bibliography  On