

**PENGARUH LOKASI DAN DAYA TARIK WISATA TERHADAP
KEPUASAN PENGUNJUNG: STUDI KASUS PUNCAK MARGA
SILIMA, SUMATERA UTARA**

SKRIPSI

OLEH :

**HANDIKA RAMADHANA
228320010**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2025**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 10/8/26

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)10/8/26

**PENGARUH LOKASI DAN DAYA TARIK WISATA TERHADAP
KEPUASAN PENGUNJUNG: STUDI KASUS PUNCAK MARGA
SILIMA, SUMATERA UTARA**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Medan Area



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2025**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Lokasi dan Daya Tarik Wisata Terhadap
Kepuasan Pengunjung: Studi Kasus Puncak Marga Silima
Sumatera Utara

Nama : Handika Ramadhana

NPM : 228320010

Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis/Manajemen

Disetujui Oleh


(Dr. Wan Suryani SE, M.Si)
Pembimbing


(Muslim Wijaya, S.E, M.Si)
Pembimbing

Mengetahui :


(Prof. Dr Syafrida Hafni Sahir, S.E, M.Si)
Dekan


(Dr. Fitriani Tobing, SE, M. Si)
Ketua Program Studi

Tanggal Lulus :
Jumat-13-03-2026

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh Lokasi dan Daya Tarik Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung: Studi Kasus Puncak Marga Silima Sumatera Utara”. yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, Maret 2026



Handika Ramadhana

228320010

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Handika Ramadhana
NPM : 228320010
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jenis karya : Tugas Akhir Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul Pengaruh Lokasi dan Daya Tarik Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung: Studi Kasus Puncak Marga Silima Sumatera Utara. Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir/skripsi/tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Medan

Pada tanggal :Maret 2026

Yang menyatakan,



Handika Ramadhana
228320010

RIWAYAT HIDUP

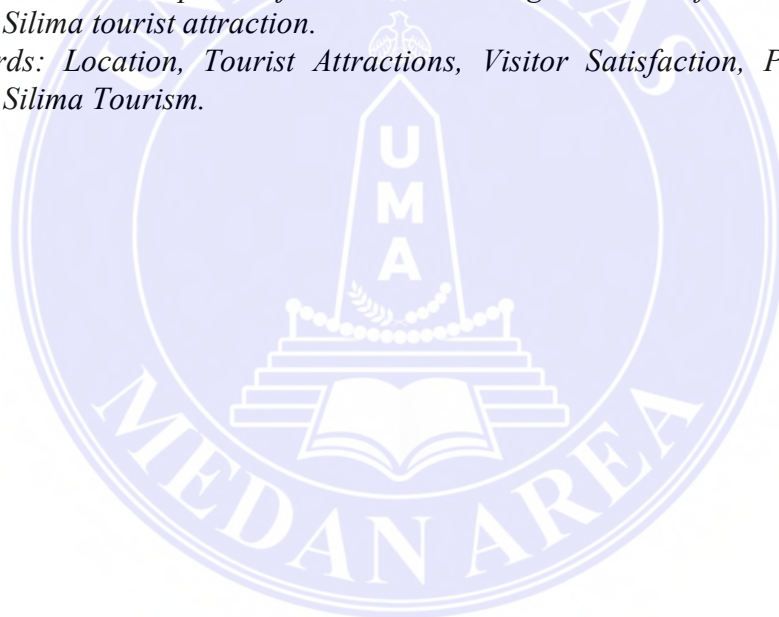


Nama	Handika Ramadhana
NPM	228320010
Tempat, Tanggal Lahir :	Tuntungan, 01-11-2003
Nama Orang Tua :	
Ayah	Franki Hariadi
Ibu	Sulastri
Riwayat Pendidikan :	
SMP	SMP Swasta Nur Adia
SMA/SMK	SMA Negeri I Kutalimbaru
Riwayat Studi Di UMA:	Organisasi Himpunan Mahasiswa Manajemen 2024-2025
Pengalaman Kerja :	-
NO. HP/WA	082177100592
Email	Ramadhanahandika81@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of Location and Tourist Attractions on Visitor Satisfaction at the Puncak Marga Silima Tourist Attraction, Suka Makmur Village, Kutalimbaru District, Deli Serdang Regency. The study used a quantitative approach with a population of 14,519 visitors to the Puncak Marga Silima tourist attraction during 2024. The sampling technique used the Slovin formula with a 10% error rate so that 99 respondents were obtained. Data were obtained through field surveys and analyzed using SPSS with multiple linear regression analysis. The results showed that Location had a positive and significant influence on Visitor Satisfaction with a Standardized Beta Coefficient value of 0.453 and a significance value (0.000) < 0.05 . Tourist Attractions also had a positive and significant influence with a Standardized Beta Coefficient value of 0.441 and a significance value (0.000) < 0.05 . Simultaneously, location and tourist attractions significantly correlated with visitor satisfaction, with nearly equal contributions, indicating that both variables are important factors in increasing visitor satisfaction at the Puncak Marga Silima tourist attraction.

Keywords: Location, Tourist Attractions, Visitor Satisfaction, Puncak Marga Silima Tourism.



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Lokasi dan Daya Tarik Wisata terhadap Kepuasan Pengunjung di Objek Wisata Puncak Marga Silima, Desa Suka Makmur, Kecamatan Kutalimbaru, Kabupaten Deli Serdang. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan populasi pengunjung objek wisata Puncak Marga Silima selama tahun 2024 yang berjumlah 14.519 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10% sehingga diperoleh 99 responden. Data diperoleh melalui survei lapangan dan dianalisis menggunakan SPSS dengan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung dengan nilai Standardized Coefficients Beta sebesar 0,453 dan nilai signifikansi $(0,000) < 0,05$. Daya Tarik Wisata juga memiliki pengaruh positif dan signifikan dengan nilai Standardized Coefficients Beta sebesar 0,441 dan nilai signifikansi $(0,000) < 0,05$. Secara simultan, Lokasi dan Daya Tarik Wisata berhubungan signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung dengan kontribusi yang hampir berimbang, menunjukkan bahwa kedua variabel merupakan faktor penting dalam meningkatkan kepuasan pengunjung objek wisata Puncak Marga Silima.

Kata Kunci: Lokasi, Daya Tarik Wisata, Kepuasan Pengunjung, Wisata Puncak Marga Silima.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Lokasi Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung: Studi Kasus Puncak Marga Silima”** ini dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada program Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Medan Area.

Penulis sampaikan rasa hormat dan terimakasih kepada semua pihak yang terlibat penyusunan skripsi ini, karena penulis menyadari terselesaikannya penyusunan skripsi ini tidak lepas dari dukungan, motivasi, dan bantuan dari pihak-pihak yang telah ikut terlibat di dalamnya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis dengan tulus memberikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Teristimewa untuk kedua orang tua terkasih, Ayahanda **Franki Hariadi, Sulastri** tersayang yang tiada hentinya memberikan semangat dan dukungan moral maupun material serta doa kepada penulis. Serta seluruh keluarga besar penulis terimakasih semua nya, kiranya Allah SWT membalas dengan segala berkahnya.
2. Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng., M.Sc./Ketua Perguruan Tinggi, selaku pimpinan institusi yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas dalam menyelesaikan studi.
3. Prof. Dr. Syafrida Hafni Sahir, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
4. Dr. Fitriani Tobing, S.E, M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen.
5. DR.Wan Suryani S.E, M.Si., selaku pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh dosen dan staf akademik Fakultas Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu dan bantuan selama masa perkuliahan.
8. Teman-teman dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan serta dukungan dalam berbagai bentuk.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun guna perbaikan di masa mendatang. Besar harapan penulis, skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

Akhir kata, semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa memberikan petunjuk dan keberkahan bagi kita semua.

Medan, 13 Maret 2026

Handika Ramadhana



x

DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Pertanyaan Penelitian	9
1.4. Tujuan Penelitian	9
1.5. Manfaat Penelitian.....	10
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	 11
2.1 Kepuasan Pengunjung	11
2.1.1 Pengertian Kepuasan Pengunjung.....	11
2.1.2 Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pengunjung	13
2.1.3 Indikator Kepuasan Pengunjung	14
2.2 Lokasi.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.1 Pengertian Lokasi	14
2.2.2 Indikator Lokasi.....	17
2.3 Daya Tarik Wisata.....	18
2.3.1 Pengertian Daya Tarik Wisata	18
2.3.2 Komponen Pengembangan Daya Tarik Wisata	19
2.3.3 Indikator - Indikator Daya Tarik Wisata	20
2.4 Penelitian Terdahulu.....	21
2.5 Kerangka Konseptual	23
2.6 Hipotesis Penelitian	24
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	 25
3.1 Jenis Penelitian.....	25
3.2 tempat dan Waktu Penelitian	25
3.3 Populasi dan Sampel.....	26
3.3.1 Populasi	26
3.2.1. Sampel	26
3.4 Defenisi Operasional	28
3.5 Skala Pengukuran Data.....	29
3.6 Metode Pengumpulan Data	29
3.7 Jenis dan Sumber Data	30
3.8 Uji Instrumen Penelitian.....	31
3.9 Uji Asumsi Klasik	33
3.9.1 Uji Normalitas	34
3.9.2 Uji Multikolinearitas	34
3.9.3 Uji Heteroskedastisitas.....	34

3.10.1 Analisis Statistik Deskriptif	35
3.10.2 Analisis Regresi Linear Berganda	35
3.10.3 Uji Hipotesis	36
3.10.3.1 Uji t (Uji Parsial).....	36
3.10.3.2 Uji F (Uji Simultan).....	36
3.10.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1 Gambaran Umum objek wisata Puncak Marga Silima, Desa Suka Makmur	38
4.2 Analisis Deskriptif Responden	40
4.2.1 Analisis Karakteristik Responden	40
4.2.2 Frekuensi Jawaban Responden	43
4.3 Hasil pengujian asumsi Klasik	53
4.3.1 Uji Normalitas.....	53
4.3.2 Uji Multikolinearitas.....	55
4.3.3 Uji Heteroskedastisitas	56
4.4 Analisis Regresi Linear Berganda	57
4.5 Pengujian Hipotesis.....	58
4.5.1 Uji Signifikansi Parsial (Uji-t).....	58
4.5.2 Uji Signifikansi Serempak (Uji F).....	59
4.5.3 Pengujian Koefisien Determinasi (R^2).....	60
4.6 Pembahasan	61
4.6.1 Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan pengunjung	61
4.6.2 Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Kepuasan pengunjung.....	63
4.6.3 Pengaruh Lokasi <i>Dan</i> Daya Tarik Wisata Terhadap Pendapatan Usaha	65
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	68
5.1 Kesimpulan	68
5.2 Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	71

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pengunjung Wisatawan puncak Marga Silima.....	5
Tabel 1.2 Hasil Pra-Survei Kepuasan Pengunjung puncak Marga Silima	8
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	30
Tabel 3.1 Rencana Waktu Penelitian.....	35
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel	38
Tabel 3.3 Instrumen Skala <i>Likert</i>	39
Tabel 3.4 Uji Validitas Pada Penelitian Ini.....	42
Tabel 3.5 Uji Reliabilitas.....	43
Tabel 4.1 Distribusi Jawaban Berdasarkan Usia.....	50
Tabel 4.2 Distribusi Jawaban Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Tabel 4.3 Distribusi Jawaban Berdasarkan Pendapatan	52
Tabel 4.5 Instrumen Skala <i>Mean</i>	53
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden (X1).....	55
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden (X2).....	64
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden (X3).....	69
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden (Y)	46
Tabel 4.9 <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>	73
Tabel 4.10 Hasil Uji Nilai <i>Tolerance</i> dan VIF.....	74
Tabel 4.11 Hasil Regresi Linier Berganda	75
Tabel 4.12 Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji-t).....	76
Tabel 4.13 Hasil Uji F Signifikansi Serempak (Uji-F).....	78
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Wisata Puncak Marga Silima	4
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	33
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas dengan Histogram	72
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas dengan Normal P-P Plot	72
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastitas (Grafik Scatterplot).....	74



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	91
---------------------------------------	----



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pariwisata merupakan salah satu sektor unggulan yang memiliki kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, serta peningkatan kesejahteraan masyarakat. Menurut (Rachim & Santoso, 2021), industri pariwisata tidak hanya menghasilkan devisa negara, tetapi juga memanfaatkan sumber daya domestik sehingga dapat mendorong pembangunan daerah secara berkelanjutan. Seiring dengan meningkatnya mobilitas masyarakat dan kemajuan teknologi informasi, preferensi wisatawan pun mengalami pergeseran ke arah pengalaman wisata yang lebih autentik dan berkualitas. Hal ini menuntut setiap destinasi wisata untuk meningkatkan daya saing melalui pengelolaan lokasi, layanan, dan daya tarik yang dimiliki.

Provinsi Sumatera Utara merupakan salah satu wilayah yang memiliki beragam objek wisata yang menarik dan unik, seperti danau, pegunungan, air terjun, adapun situs sejarah, wisata budaya. Kabupaten Deli Serdang, sebagai bagian dari provinsi tersebut, memiliki potensi wisata yang belum sepenuhnya dikembangkan secara optimal. Salah satu destinasi wisata yang sedang berkembang adalah Wisata Puncak Marga Silima yang berlokasi di Desa Suka Makmur, Kecamatan Kutalimbaru. Tempat ini menawarkan panorama perbukitan yang hijau, udara sejuk, serta nuansa budaya khas Suku Karo yang menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan.

Salah satu faktor penting dalam pengelolaan destinasi pariwisata adalah lokasi wisata atau Lokasi. Menurut (Tjiptono,2017), lokasi wisata merupakan lokasi strategis yang memengaruhi aksesibilitas dan kenyamanan pengunjung dalam mencapai destinasi. Lokasi yang mudah dijangkau, aman, serta dekat dengan pusat aktivitas masyarakat dapat menjadi keunggulan kompetitif suatu destinasi (Cynthia et al 2022) Sebaliknya, lokasi yang sulit diakses atau tidak memiliki daya tarik wisata penunjang dapat menurunkan minat kunjungan dan kepuasan wisatawan. Oleh karena itu, keputusan dalam menentukan lokasi wisata menjadi faktor yang tidak dapat diabaikan dalam perencanaan strategis pariwisata.

Selain lokasi, Lokasi juga memainkan peran kunci dalam membentuk persepsi dan kepuasan pengunjung. Lokasi mencakup keunikan, keindahan, serta pengalaman yang ditawarkan oleh suatu destinasi (Suwena & Widyatmaja,2017). Menurut (Saputri et al.,2019) Lokasi terdiri atas tiga komponen utama, yaitu *something to see* (apa yang dapat dilihat), *something to do* (aktivitas yang dapat dilakukan), dan *something to buy* (produk yang dapat dibeli). Keberadaan atraksi alam, kebudayaan lokal, serta produk ekonomi kreatif menjadi faktor pendorong terjadinya kunjungan ulang serta pembentukan citra positif terhadap suatu tempat wisata (Juliana et al.,2021)

Kepuasan pengunjung merupakan indikator penting untuk mengukur keberhasilan destinasi dalam memberikan pengalaman yang sesuai dengan harapan wisatawan. Kepuasan terbentuk ketika pengunjung merasakan bahwa pengalaman yang diperoleh sejalan atau melebihi ekspektasi mereka (Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra,2019). Pengunjung yang puas tidak hanya cenderung untuk

melakukan kunjungan ulang, tetapi juga bersedia merekomendasikan destinasi kepada orang lain (Keller, 2019), Sebaliknya ketidakpuasan dapat memicu persepsi negatif yang tersebar melalui ulasan digital dan media sosial.

Desa suka makmur merupakan salah satu desa yang ada di kecamatan kotalimbaru, Kabupaten Deli Serdang, provinsi Sumatera Utara, Indonesia. Desa suka makmur ini mayoritasnya dihuni oleh beberapa suku salah satunya yaitu suku Karo yang terletak sekitar 44 km dengan waktu tempuh 1 jam dari pusat kota medan. Desa suka makmur tersebut memiliki beberapa wisata alam, salah satunya yaitu wisata puncar marga silima, puncak marga silima merupakan objek wisata yang sudah berdiri sejak tahun 2020, Selain menyediakan lingkungan yang aman, Marga Silima juga menawarkan kesempatan untuk mempelajari lebih lanjut tentang budaya dan adat istiadat setempat. Nama “Merga Silima” berasal dari bahasa Karo yang berarti “Lima Marga”. Istilah ini merujuk pada lima marga utama dalam suku Karo, yaitu Karo-karo, Sembiring, Perangin-angin, Tarigan, dan Ginting. Penamaan ini mencerminkan kekayaan budaya dan tradisi masyarakat setempat yang masih terjaga hingga kini. Hal itu dapat diketahui dari gambar 1.1 sebagai berikut:



Gambar 1.1
Denah Lokasi Wisata Puncak Marga Silima

Gambar 1.1 menunjukkan bahwa puncak marga silima sendiri memiliki keunikan yang membuatnya berbeda dari wisata yang lain, yaitu Dengan Panorama Perbukitan yang hijau dan udara yang sejuk. Tempat ini menjadi magnet bagi wisatawan yang mencari ketenangan dan keindahan alam. Hal tersebut juga menjadi keunggulan dari Wisata Puncak Marga Silima yang mampu menarik minat wisatawan untuk kembali mengunjungi Objek Wisata Puncak Marga Silima di kemudian hari. Wisatawan yang datang juga sangat banyak. Hal ini diketahui melalui data pengunjung wisatawan Puncak Marga Silima pada Tabel 1.2

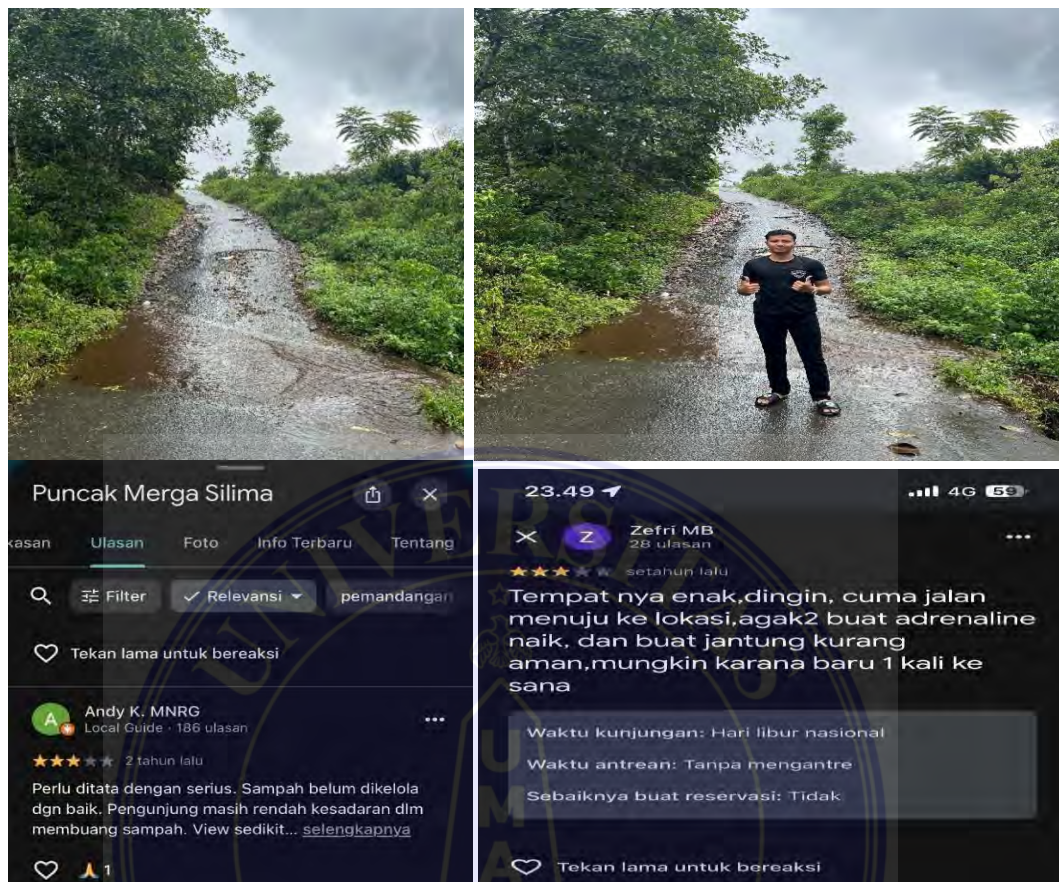
Tabel 1.2
Data Pengunjung Wisatawan Puncak Marga Silima Tahun 2021-2024

Tahun	Pengunjung
2021	12.663 orang
2022	17.822 orang
2023	23.064 orang
2024	14.519 orang

Sumber: Data hasil penjualan tiket (2024)

Berdasarkan Tabel 1.2 dapat diketahui bahwa jumlah kunjungan ke wisata Puncak Marga Silima Desa Suka Makmur Deli Serdang mengalami fluktuasi selama periode 2021-2024. Meskipun memiliki potensi alam dan budaya yang menarik, jumlah kunjungan ke objek wisata Puncak Marga Silima mengalami fluktuasi. Berdasarkan data penjualan tiket tahun 2021–2024, tercatat penurunan jumlah pengunjung dari 23.064 orang pada tahun 2023 menjadi 14.519 orang pada tahun 2024. Penurunan ini menunjukkan indikasi menurunnya tingkat kepuasan pengunjung, yang dapat berdampak negatif terhadap keberlanjutan destinasi wisata tersebut.

Permasalahan mengenai kepuasan pengunjung juga dialami oleh objek wisata Puncak Marga Silima, yang terletak di Desa Suka Makmur, Kecamatan Kutalimbaru, Kabupaten Deli Serdang. Berdasarkan data penjualan tiket tahun 2021–2024, jumlah pengunjung mengalami fluktuasi, dengan penurunan signifikan dari 23.064 orang pada tahun 2023 menjadi 14.519 orang pada tahun 2024 (Data Penjualan Tiket, 2024). Hasil observasi dan ulasan pengunjung di Google Review menunjukkan bahwa beberapa aspek seperti akses jalan yang sulit, minimnya fasilitas, dan belum optimalnya pengelolaan kebersihan turut berkontribusi pada penurunan kepuasan pengunjung.



Gambar 1.2
Komentor Negatif Puncak Marga Silima

Permasalahan tersebut dapat ditinjau dari pengamatan langsung maupun dari komentar negatif dan saran positif yang ditinggalkan oleh pengunjung di Google Review untuk wisata Puncak Marga Silima, Desa Suka Makmur Kecamatan Kutalimbaru. Salah satu komentarnya adalah jalan menuju tempat ini curam, melewati banyak perkebunan rakyat yang sunyi, dan tidak ada SPBU setelah melewati daerah tersebut, sehingga pengunjung disarankan untuk mengisi penuh bahan bakar, sampah masih menjadi salah satu kendala, baik sisa makanan maupun sisa minuman yang masih berserakan. Berdasarkan pengamatan langsung, juga ditemukan beberapa permasalahan lainnya yaitu, (1) fasilitas, dimana masih kurangnya daya tarik wisata yang ada disana, hanya sebatas duduk dan menikmati

pemandangan alam. (2) aksesibilitas, salah satunya jalan yang masih kurang luas dan terdapat beberapa jalan berlubang serta berbatu, sehingga dapat menyulitkan pengendara bermotor maupun bermobil. Semakin banyak kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan terhadap suatu layanan, maka kepuasan pelanggan terhadap suatu tempat wisata yang dimilikinya semakin kuat (Tjiptono, 2016).

Penelitian terdahulu oleh Gurito dan Nugraheni (2023) menyatakan bahwa Lokasi dan Lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Hal serupa juga ditemukan oleh Nurmala et al. (2022) yang meneliti objek wisata Pantai Ujong Blang. Namun Sudrajat (2019) menunjukkan bahwa Lokasi tidak selalu berpengaruh signifikan, tergantung pada kondisi lingkungan dan karakteristik pengunjung. Hal ini menandakan perlunya kajian empiris yang lebih kontekstual pada destinasi lokal seperti Puncak Marga Silima.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara empiris pengaruh Lokasi dan Daya Tarik Wisata terhadap kepuasan pengunjung di objek wisata Puncak Marga Silima, Desa Suka Makmur. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pengelola dan pemangku kepentingan dalam upaya meningkatkan kualitas layanan dan pengalaman wisata yang berkelanjutan di Kabupaten Deli Serdang.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, diketahui bahwa Puncak Marga Silima memiliki potensi alam dan budaya yang dapat dikembangkan menjadi destinasi wisata unggulan di Kabupaten Deli Serdang. Namun, dalam beberapa tahun terakhir terjadi penurunan jumlah kunjungan wisatawan yang diduga disebabkan oleh menurunnya kepuasan pengunjung terhadap pengalaman wisata yang diperoleh.

Faktor-faktor seperti lokasi wisata yang kurang strategis, sulit dijangkau oleh transportasi umum, minimnya daya tarik wisata fisik, serta Lokasi yang belum optimal menjadi perhatian utama dalam upaya meningkatkan kualitas destinasi tersebut. Aksesibilitas menuju lokasi yang terbatas, visibilitas yang rendah, serta ketidakterpaduan antara potensi alam dan penyediaan atraksi wisata turut memengaruhi persepsi dan kenyamanan pengunjung.

Kepuasan pengunjung merupakan indikator penting dalam menentukan keberhasilan suatu destinasi wisata, dan sangat dipengaruhi oleh aspek lokasi serta Lokasi yang ditawarkan. Oleh karena itu, penting untuk mengidentifikasi dan mengukur sejauh mana kedua faktor tersebut dapat memberikan pengaruh terhadap kepuasan pengunjung di destinasi ini.

Berdasarkan kondisi tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung di objek Wisata Puncak Marga Silima Desa Suka Makmur Kecamatan Kutalimbaru?

2. Apakah Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung di objek wisata Puncak Marga Silima Desa Suka Makmur Kecamatan Kutalimbaru?
3. Apakah Lokasi dan Lokasi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung di objek Wisata Puncak Marga Silima Desa Suka Makmur Kecamatan Kutalimbaru?

1.3. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan Latar belakang yang diuraikan penulis maka muncul pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Puncak Marga Silima Desa Suka Makmur Kecamatan Kutalimbaru?
2. Apakah Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Puncak Marga Silima Desa Suka Makmur Kecamatan Kutalimbaru?
3. Apakah Lokasi dan Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Puncak Marga Silima Desa Suka Makmur Kecamatan Kutalimbaru?

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun Tujuan penelitian yang telah dibuat penulis adalah

1. Untuk mengetahui pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Puncak Marga Silima Desa Suka Makmur Kecamatan Kutalimbaru

2. Untuk mengetahui pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Puncak Marga Silima Desa Suka Makmur Kecamatan Kutalimbaru
3. Untuk mengetahui pengaruh Lokasi dan Lokasi terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Puncak Marga Silima Desa Suka Makmur Kecamatan Kutalimbaru.

1.5. Manfaat Penelitian

Berdasarkan judul yang telah ditentukan oleh penulis maka manfaat penelitian tersebut adalah:

1. Bagi Mahasiswa

Manfaat penelitian bagi mahasiswa untuk dapat menambah wawasan agar kedepannya mahasiswa dapat memecahkan masalah terkait judul penelitian.

2. Bagi Akademik

Adapun manfaat penelitian ini bagi akademik adalah untuk menambah referensi bagi akademik untuk melakukan penelitian selanjutnya.

3. Bagi Wirausaha

Untuk menambah informasi serta masukan dan saran bagi usaha pariwisata daerah Deli serdang guna untuk meningkatkan jumlah pengunjung dan masukan.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Guna untuk menjadi bahan referensi penelitian selanjutnya terkait dengan topik-topik yang sama serta dapat mengembangkan penelitian masa yang akan datang.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kepuasan Pengunjung

2.1.1 Pengertian Kepuasan Pengunjung

Menurut (Firmansyah 2019) “Kepuasan pengunjung adalah pengukuran atau indikator sejauh mana pengunjung atau pengguna produk perusahaan atau jasa sangat senang dengan produkproduk atau jasa yang diterima. Menurut Aziz (2022) bahwa kepuasan pengunjung adalah perbandingan antara harapan terhadap persepsi pengalaman (dirasakan/diterima). Kepuasan pengunjung merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja di bawah harapan, maka pengunjung akan sangat kecewa. Bila kinerja sesuai harapan, maka pengunjung akan sangat puas. Sedangkan bila kinerja melebihi harapan pengunjung akan sangat puas harapan pengunjung dapat dibentuk oleh komentar dari teman dan keluarga serta janji dan informasi dari berbagai media.

Apabila kinerja jauh dari ekspektasi, pengunjung kecewa. Jika kinerja memenuhi harapan, pengunjung puas. Jika melebihi ekspektasi, pengunjung senang. (Bahrudin & Zuhro 2016) menyatakan kepuasan pengunjung adalah evaluasi pilihan yang disebabkan oleh keputusan pembelian tertentu dan pengalaman dalam menggunakan atau mengkonsumsi barang atau jasa. Sedangkan, Tjiptono dan Chandra (2019) mengkonseptualisasikan kepuasan pengunjung seperti perasaan yang muncul menjadi *output* penilaian terhadap pengalaman pemakaian produk atau jasa.

Menurut Keller (2019) kepuasan pengunjung adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil produk

yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan. Oleh karena itu mengukur tingkat kepuasan pengunjung sangatlah diperlukan. Banyak manfaat yang akan diterima perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan pengunjung yang tinggi, dimana akan meningkatkan loyalitas pengunjung dan mencegah perputaran Lupiyoadi (2018) Ada beberapa metode mengukur kepuasan pengunjung.

Menurut Tjiptono dan Chandra (2019) mengidentifikasi empat metode untuk mengukur kepuasan pengunjung yaitu:

1. Sistem keluhan dan saran

Perusahaan yang berorientasi kepada pengunjung akan memudahkan pengunjung untuk memberikan saran dan keluhan. Cara ini memudahkan perusahaan untuk mengetahui kekurangan dan kelebihan di mata pengunjung. Dalam hal ini perusahaan yang berorientasi pada pengunjung perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pengunjung untuk menyampaikan saran, pendapat dan keluhan mereka.

2. *Ghost Shopping*

Metode ini dilaksanakan dengan cara mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan sebagai pembeli produk perusahaan pesaing. Kemudian *ghost shopper* akan menyampaikan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan dari produk perusahaan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam melakukan pembelian produk-produk tersebut. *Ghost shopper* ini juga dapat berpura-pura membuat masalah tertentu untuk menguji apakah pegawai perusahaan mampu menangani situasi dengan baik.

3. *Lost Costumer Analysis*

Metode ini dilakukan sedikit unik dengan perusahaan berusaha untuk menghubungi para pengunjungnya yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok dengan harapan akan diperolehnya informasi penyebab terjadinya hal tersebut. Informasi ini sangat berguna bagi perusahaan dan dapat digunakan sebagai masukan bagi perusahaan untuk memperbaiki pelayanan kepada pengunjung.

4. Survei Kepuasan Pengunjung

Perusahaan tidak dapat beranggapan bahwa sistem keluhan dan saran dapat menggambarkan secara lengkap kepuasan dan ketidakpuasan pengunjung. Oleh karena itu, dilakukan survei pada pengunjung agar diperoleh data yang lebih akurat dan rinci. Melalui survei, perusahaan akan mengetahui tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pengunjung dan sekaligus memberikan tanda positif bahwa perusahaan menaruh perhatian pada pengunjungnya.

2.1.2 Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pengunjung

Menurut Keller (2019) dalam menentukan tingkat kepuasan pengunjung, terdapat lima faktor utama dan harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu:

1. Kualitas produk, pengunjung akan merasa puas bila evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan memang berkualitas.
2. Kualitas pelayanan, pengunjung akan merasa puas apabila mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.

3. Emosional, pengunjung akan merasa bangga dan yakin bahwa orang lain akan kagum terhadap mereka, apabila memakai produk tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.
4. Harga, produk dengan kualitas yang sama tetapi harga yang relatif rendah menawarkan nilai yang lebih besar kepada pengunjung.
5. Biaya, pengunjung yang tidak mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk cenderung merasa puas dengan produk tersebut.

2.1.3 Indikator Kepuasan Pengunjung

Indikator untuk mengukur kepuasan pengunjung, menurut Keller (2019) terdiri dari 3 (tiga) indikator kepuasan pengunjung yaitu:

1. Kesesuaian Harapan yaitu tingkat kesesuaian antara kinerja jasa yang diharapkan dan dirasakan oleh pengunjung.
2. Minat Berkunjung Kembali yaitu kesediaan pengunjung untuk berkunjung kembali.
3. Kesediaan Merekomendasi yaitu kesediaan pengunjung untuk melakukan merekomendasikan jasa yang telah dirasakan kepada teman atau keluarga.

2.2 Lokasi

2.2.1 Pengertian Lokasi

Lokasi merupakan kedudukan perusahaan dalam melakukan kegiatan agar produk yang dihasilkan atau dijual terjangkau serta tersedia bagi pasar sasaran.

Lokasi merupakan gabungan antara lokasi. dan keputusan atas saluran distribusi

dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana cara menyampaikan kepada para pengunjung dimana Lokasi yang strategis (Ansori,2020)

Teori Lokasi dari *Losch* “melihat persoalan dari sisi permintaan (pasar)”. *Losch* mengatakan bahwa “Lokasi penjual sangat berpengaruh terhadap jumlah pengunjung yang dapat digarapnya, makin jauh dari tempat penjual, pengunjung makin enggan membeli (Nurcahyo,2020) karena biaya transportasi untuk mendatangi tempat penjual semakin mahal “Lokasi merupakan tempat usaha yang sangat memengaruhi keinginan seseorang pengunjung untuk datang dan berbelanja” (Suwarman,2019) Tempat merupakan aktivitas perusahaan untuk menyediakan produk bagi target pengunjung (Kurniawan,2018)

Lokasi termasuk di dalamnya adalah masalah Daya Tarik Wisata seperti tipe saluran. Lokasi adalah suatu faktor yang memengaruhi biaya maupun pendapatan yang seringkali dapat memengaruhi suatu strategi bisnis dan Lokasi diharapkan dapat memberikan memaksimalkan keuntungan yang didapat dari perusahaan (Rosalina,2018). Pemilihan Lokasi adalah memilih Lokasi usaha yang tepat sangat menentukan keberhasilan dan kegagalan usaha dimasa yang akan datang (Damanuri,2022)

Selanjutnya tujuan strategi Lokasi adalah untuk memaksimalkan keuntungan Lokasi bagi perusahaan. Keputusan Lokasi sering bergantung kepada tipe bisnis. Pada analisis Lokasi di sektor industri strategi yang dilakukan terfokus pada minimalisasi biaya, Hal ini disebabkan karena perusahaan manufaktur mendapatkan bahwa biaya cenderung sangat berbeda di Lokasi yang berbeda, sementara pada sektor jasa, fokus ditujukan untuk memaksimalkan pendapatan. Hal

ini disebabkan karena perusahaan manufaktur mendapatkan bahwa biaya cenderung berbeda di antara Lokasi yang berbeda (Megawati,2020)

Lokasi berarti berhubungan dengan tempat di mana perusahaan harus bermarkas melakukan operasi. Lokasi yaitu keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan dimana operasi dan staffnya akan ditempatkan (Lupiyoadi,2018)

Dalam hal ini ada tiga jenis interaksi yang memengaruhi lokasi, yaitu:

1. Pengunjung mendatangi pemberi jasa (perusahaan), apabila keadaannya seperti ini maka Lokasi menjadi sangat penting. Perusahaan sebaiknya memilih tempat dekat dengan pengunjung sehingga mudah dijangkau dengan kata lain harus strategis;
2. Pemberi jasa mendatangi pengunjung, dalam hal ini Lokasi tidak terlalu penting tetapi yang harus diperhatikan adalah penyampaian jasa harus tetap berkualitas;
3. Pemberi jasa dan pengunjung tidak bertemu langsung, berarti service provider dan pengunjung berinteraksi melalui sarana tertentu seperti telepon, komputer, dan surat;

Memilih tempat atau Lokasi yang baik merupakan keputusan yang penting, karena (Lestari,2022)

1. Tempat merupakan komitmen sumber daya jangka panjang yang dapat mengurangi fleksibilitas masa depan usaha;
2. Lokasi akan memengaruhi pertumbuhan dimasa depan. Area yang dipilih haruslah mampu untuk tumbuh dari segi ekonomi sehingga ia dapat mempertahankan kelangsungan hidup usaha. Lingkungan setempat dapat saja berubah setiap waktu, jika nilai Lokasi memburuk, maka Lokasi usaha harus

dipindahkan atau ditutup. Berdasarkan pendapat dari beberapa ahli diatas dapat di simpulkan bahwa Lokasi mempunyai peranan penting dalam kelangsungan usaha, Karena Lokasi yang strategis, mudah dijangkau pada umumnya sangat di sukai oleh pengunjung dan menjadi daya tarik tersendiri untuk dapat melakukan pembelian suatu produk.

2.2.2 Indikator Lokasi

Lokasi pada dasarnya mempunyai peranan yang penting dalam melakukan usaha. Karena apabila Lokasi usaha tersebut sangat strategis berdekatan dengan pusat keramaian, mudah dijangkau dan mempunyai nilai lebih merupakan Lokasi usaha yang di sukai oleh pengunjung. Indikator Lokasi adalah sebagai berikut (Tjiptono (2017))

1. Akses, misalnya Lokasi yang sering dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi;
2. Visibilitas, yaitu Lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal;
3. Lalu lintas, menyangkut dua pertimbangan utama, yaitu:
 - a. Banyak orang yang berlalu lalang bisa memberikan peluang besar terjadinya *impulse buying*, yaitu keputusan pembelian yang sering terjadi spontan atau tanpa perencanaan;
 - b. Kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa juga menjadi hambatan.
4. Tempat parkir yang luas, nyaman, dan aman baik untuk kendaraan roda dua maupun roda empat;

5. Ekspansi, yaitu tersedia tempat yang cukup luas untuk perluasan usaha di kemudian hari;
6. Lingkungan yaitu lingkungan sekitar yang mendukung produk/jasa yang ditawarkan. Sebagai contoh, pesaing yang berdekatan;
7. Kompetisi (Lokasi pesaing) sebagai contoh, dalam menentukan Lokasi yang perlu dipertimbangkan apakah di jalan atau daerah yang sama terdapat pesaing lainnya;

2.3 Daya Tarik Wisata

2.3.1 Pengertian Daya Tarik Wisata

Daya tarik merupakan sesuatu yang memikat yang dapat memotivasi untuk berkunjung (Juliana,2021). Daya tarik merupakan alasan terpenting untuk rekreasi wisata ke suatu tujuan. Lokasi dibedakan menjadi Lokasi alam dan Lokasi buatan manusia. Lokasi alam seringkali dilihat dari kualitas sumber daya alam baik itu bersifat nasional maupun internasional. Daya tarik wisata alam tidak hanya terbatas pada bentang alam seperti gunung, pantai, dan danau namun juga mencakup iklim, vegetasi, hutan, dan satwa liar Juliana,(2021).

Sedangkan menurut (Mahendra,2022) pada daerah tujuan wisata harus memiliki beberapa komponen antara lain daya tarik (*attraction*), mudah dicapai karena ada transportasi lokal dan terminal (*access*), tersedianya berbagai daya tarik wisata seperti akomodasi, restoran, tempat hiburan, tempat perbelanjaan dan pelayanan lainnya (*amenities*), dan organisasi kepariwisataan yang dibutuhkan untuk pelayanan wisatawan (*ancillary service*).

Menurut (Kawatu,2020) menyatakan bahwa Lokasi adalah segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi wisatawan untuk mengunjungi suatu daerah tertentu. Lokasi ialah suatu hal yang memiliki keindahan sehingga memperoleh perhatian wisatawan terhadap suatu daerah (Purwanto,2021) Lokasi diartikan sebagai hal yang menarik untuk dapat dinikmati dan dikunjungi oleh wisatawan (Soleh,2017) Begitu juga menurut Suwena & (Ihsannudin,2022) menyatakan bahwa Lokasi mempunyai keunikan sendiri sebagai unsur dari produk wisata karena diyakini bisa menumbuhkan motivasi dan menarik pengunjung untuk melaksanakan kunjungan wisata, terutama menyangkut berbagai macam daya tarik atau objek wisata yang dimiliki oleh destinasi wisata tersebut Isdarmanto,(2017)

2.3.2 Komponen Pengembangan Daya Tarik Wisata

Menurut (Wiratama,2024) suatu desa yang akan dikembangkan menjadi desa wisata setidaknya harus memiliki beberapa aspek komponen pariwisata, yaitu:

- a. Atraksi wisata, yaitu semua yang mencakup alam, budaya dan hasil ciptaan manusia. Atraksi yang dipilih adalah yang paling menarik dan atraktif di desa.
- b. Jarak tempuh, yaitu jarak tempuh dari kawasan wisata terutama tempat tinggal wisatawan dan juga jarak tempuh dari ibukota provinsi dan jarak tempuh dari kabupaten.
- c. Besaran desa, menyangkut masalah jumlah rumah, jumlah penduduk, karakteristik dan luas wilayah desa. Kriteria ini berkaitan dengan daya dukung kepariwisataan pada suatu desa.
- d. Sistem kepercayaan dan kemasyarakatan, merupakan aspek penting mengingat adanya aturan-aturan yang khusus pada komunitas sebuah desa. Perlu

dipertimbangkan adalah agama yang menjadi mayoritas dan sistem kemasyarakatan yang ada.

- e. Ketersediaan Infrastruktur, meliputi daya tarik wisata dan pelayanan transportasi, daya tarik wisata listrik, air bersih, jaringan telepon dan sebagainya.

2.3.3 Indikator - Indikator Daya Tarik Wisata

Indikator Lokasi Menurut (Saputri,2019) ada tiga kriteria yang harus dipenuhi sebuah objek wisata yang diminati oleh pengunjung, yaitu sebagai berikut:

1) *Something to see*

Something to see ialah menyuguhkan sesuatu hal yang dapat dilihat oleh pengunjung wisata. Dengan kata lain, disuatu daerah harus memiliki sesuatu yang menjadi daya tarik khusus destinasi wisata, hal ini diharapkan bisa memberikan hiburan bagi para pengunjung wisata, seperti daya tarik pemandangan alam, pertunjukan, kesenian, atraksi dan sebagainya.

2) *Something to do*

Something to do merupakan penyediaan daya tarik wisata dari objek wisata yang dapat menghasilkan suatu aktivitas dalam berwisata. Hal ini bertujuan untuk memberikan kesan pengalaman yang dirasakan oleh pengunjung supaya pengunjung wisata merasa puas dan nyaman untuk tinggal di sebuah tempat.

3) *Something to buy*

Something to buy merupakan sesuatu yang dapat dibeli oleh pengunjung wisata seperti icon destinasi, buah tangan, souvenir dari kerajinan masyarakat

setempat yang berfungsi sebagai oleh-oleh untuk dibawa pulang ketempat asal wisatawan. *Something to buy* meliputi sesuatu yang dapat dibeli baik yang sudah include atau exclude dengan biaya tiket masuk yang disediakan.

2.4 Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian terdahulu digunakan sebagai bahan referensi dan pembandingan dalam penelitian ini dan ditabulasikan dalam bentuk Tabel 2.1 sebagai berikut:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti / Tahun	Judul Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1	(Guritno & Nugraheni, 2023)	Pengaruh Lokasi dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pengunjung Taman Rekreasi Candi Mendut Kabupaten Magelang	Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.	secara parsial lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung, Lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung, dan secara simultan lokasi dan Lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung
1	Nurmala et al. (2022)	Pengaruh Daya tarik wisata Wisata, Lokasi Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Pantai Ujong Blang Lhokseumawe	Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.	Secara parsial daya tarik wisata wisata berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung Wisata Pantai Ujong Blang, Lokasi mempengaruhi kepuasan pengunjung Wisata Pantai Ujong Blang dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung Wisata Pantai Ujong Blang Kota Lhokseumawe
2	(Chuswondo et al., 2023)	Pengaruh Harga Lokasi Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Sumber Gentong	Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.	Penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan Wisata Sumber Gentong secara simultan dipengaruhi secara signifikan, menurut hasil penelitian. Meskipun hanya sedikit, pelanggan

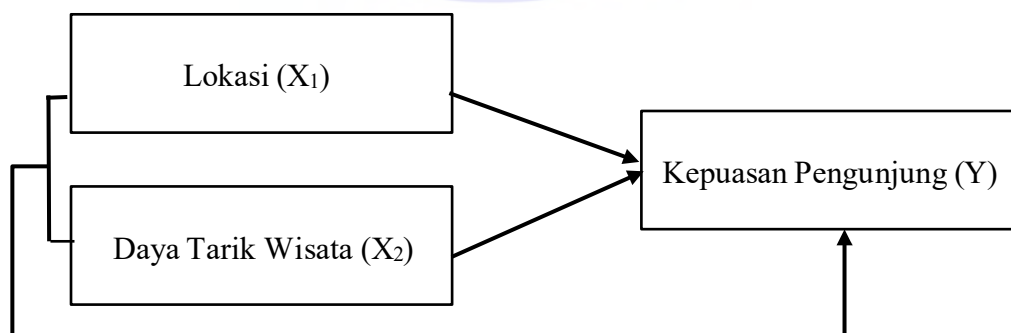
No	Peneliti / Tahun	Judul Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
				Wisata Sumber Gentong secara signifikan dipengaruhi oleh Harga, Lokasi, dan Kualitas Layanan.
3	(Fajrin et al., 2021)	Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pengunjung Objek Wisata Linjuang Di Kota Lubuk Sikaping	Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan SPSS.	Penelitian ini menunjukkan bahwa lokasi dan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan
4	(Pratama et al., 2019)	Pengaruh lokasi dan daya tarik wisata terhadap kepuasan pengunjung limasan kafe karawang	Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan verifikasi melalui analisis jalur dan untuk pengujian	Berdasarkan hasil penelitian Daya tarik wisata berpengaruh terhadap Kepuasan Pengunjung. Namun lokasi Tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung
5	(Rutjuhan & Ismunandar, 2020)	Pengaruh Daya tarik wisata dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pengunjung: Studi Kasus Mahfoed Life Gym	Jenis penelitian yang digunakan adalah asosiatif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Alat analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan SPSS.	Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial Daya tarik wisata tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sedangkan Lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Secara simultan terdapat pengaruh antara daya tarik wisata dan lokasi terhadap terhadap kepuasan pengunjung Mahfoed Life.
6	(Hardina & Sudarusman, 2021)	Pengaruh Harga, Lokasi, dan Daya tarik wisata terhadap Kepuasan Berkunjung Wisata Taman Sari di Yogyakarta	Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan SPSS.	Hasil penelitian menunjukkan hipotesis kedua dan ketiga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan berkunjung.
7	(Jayanti & Yulianthini, 2022)	Pengaruh Daya tarik wisata serta Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung Domestik Objek Wisata Taman Air Tirtanegara	Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.	Daya tarik wisata dan Kualitas Pelayanan memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Daya tarik wisata memberikan pengaruh positif serta signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

No	Peneliti / Tahun	Judul Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
				Kualitas Pelayanan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
8	(Nurheti & Hidayati, 2022)	Pengaruh Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan Jasa terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Potong Hewan (RPH) Waylaga Bandar Lampung	Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.	Pengaruh Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung
9	(Guritno & Nugraheni, 2023)	<i>The Effect Of Lokasi And Tourist Attractions On Visitor Satisfaction At Puncak Marga Silima Tourist Attraction In Suka Makmur Village Kutalimbaru District</i>	<i>The data analysis technique used is multiple linear regression analysis.</i>	<i>The results of the analysis show that partially location affects visitorsatisfaction and tourist attraction affects visitor satisfaction, and simultaneously location, andtourist attraction affect visitor satisfaction</i>

Sumber : Diolah Peneliti, (2025)

2.5 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual menurut (Sugiyono,2019) adalah hubungan yang dihubungkan secara teoritis antar variabel penelitian, yaitu antara variabel bebas dan variabel terikat yang diamati atau diukur dengan penelitian yang dilakukan.



Gambar 2.1
Kerangka Konseptual

2.6 Hipotesis Penelitian

Menurut (Sugiyono,2019) Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap perumusan maslah penelitian ini di dasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data rumusan masalah dan kerangka penelitian yang telah disusun serta membandingkan dengan teori yang ada maka hipotesis secara keseluruhan adalah sebagai berikut:

- H1: Lokasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Puncak Marga Silima Desa Suka Makmur Kutalimbaru.
- H2: Lokasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung. Wisata Puncak Marga Silima Desa Suka Makmur Kutalimbaru.
- H3: Lokasi dan Lokasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Puncak Marga Silima Desa Suka Makmur Kutalimbaru.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan secara kuantitatif, dimana akan menemukan besarnya pengaruh dari variabel bebas (independen) terhadap variabel terkait (variabel dependen). Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang melibatkan proses pengumpulan dan analisis data numerik secara obyektif untuk menggambarkan, memprediksi, atau mengontrol variabel yang menarik. Penelitian ini diekspresikan dalam angka dan grafik dan digunakan untuk menguji atau mengkonfirmasi teori dan asumsi Sugiyono, (2019)

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.2.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Puncak Marga Silima Desa Suka Makmur Kutalimbaru yang berada pada Kabupaten Deli serdang, Sumatera Utara.

3.2.2 Rencana Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan dari bulan Maret 2025. Berikut adalah uraian rencana waktu penelitian :

Tabel 3.1
Rencana Waktu Penelitian

No	Jenis Kegiatan	2025										2026		
		Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus	Sept	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar
1	Pengajuan Judul													
2	Seminar Proposal													
3	Penelitian													
4	Seminar Hasil													

No	Jenis Kegiatan	2025										2026		
		Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus	Sept	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar
5	Revisi Seminar Hasil													
6	Sidang Meja Hijau													

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi merupakan keseluruhan elemen atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu dan relevan dengan permasalahan yang diteliti. Menurut (Sugiyono, 2019) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini, populasi yang dijadikan sasaran adalah seluruh wisatawan yang mengunjungi objek wisata Puncak Marga Silima yang berlokasi di Desa Suka Makmur, Kecamatan Kutalimbaru, Kabupaten Deli Serdang, selama tahun 2024. Berdasarkan data dari pengelola objek wisata, jumlah kunjungan selama tahun tersebut tercatat sebanyak 14.519 orang.

3.2.1. Sampel

Karena jumlah populasi cukup besar, maka peneliti tidak melakukan sensus, melainkan menggunakan teknik pengambilan sampel. Sampel adalah bagian dari populasi yang dianggap dapat mewakili karakteristik populasi tersebut (Sekaran & Bougie, 2016). Penelitian ini menggunakan *non-probability* sampling dengan metode *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu yang dibuat oleh peneliti. Kriteria yang

digunakan dalam penelitian ini adalah: (1) responden berusia 17 tahun ke atas, agar memiliki kemampuan memahami dan menilai objek wisata secara rasional, dan (2) responden telah mengunjungi objek wisata minimal dua kali, agar penilaian terhadap kepuasan bersifat reflektif dan berdasarkan pengalaman berulang. (Sugiyono, 2019)

Untuk menentukan ukuran sampel, peneliti menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan (*error margin*) sebesar 10%. Adapun rumus Slovin adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + (N \times e^2)}$$

n = Jumlah elemen/anggota sampel

N = Jumlah elemen/anggota populasi

e = *Error level*

Maka:

$$n = \frac{14.519}{1 + (14.519 \times 0.1^2)}$$

$$n = 99,316$$

$$n = 99$$

Dengan memasukkan nilai populasi (N = 14.519) dan tingkat kesalahan (e = 0,10), diperoleh jumlah sampel sebanyak 99 responden. Jumlah ini dinilai cukup representatif untuk dianalisis menggunakan metode statistik regresi linear berganda, serta dapat menggambarkan hubungan antara variabel-variabel yang diteliti secara valid dan reliabel.

3.4 Defenisi Operasional

Menurut (Sugiyono,2019) Operasional variabel adalah untuk mendefinisikan variabel penelitian, menentukan indikator-indikator dan menentukan skala pengukuran, dengan demikian pengukuran yang dilakukan menjadi objektif.

Tabel 3.2
Operasionalisasi Variabel

No	Variabel	Defenisi Operasional	Indikator	Skala
1	Kepuasan Pengunjung	Menurut (Meithiana, 2019)kepuasan pengunjung didefinisikan sebagai suatu keadaan emosional pengunjung yang muncul sebagai hasil dari evaluasi pengalaman mereka dengan suatu produk atau layanan. Kepuasan ini tercapai ketika kinerja atau hasil yang dirasakan dari produk atau layanan tersebut memenuhi atau melampaui harapan pengunjung.	1. Kesesuaian harapan 2. Minat berkunjung kembali 3. Kesediaan merekomendasikan (Meithiana, 2019)	<i>Likert</i>
2.	Lokasi	Menurut (Tjiptono,2017) Lokasi adalah tempat atau area geografis di mana suatu bisnis atau organisasi menjalankan operasinya atau menyediakan layanan kepada pelanggannya. Lokasi sangat penting karena berpengaruh langsung pada aksesibilitas, visibilitas, dan daya tarik bagi pelanggan. Pemilihan Lokasi yang strategis dapat meningkatkan peluang keberhasilan bisnis dengan menarik lebih banyak pelanggan dan mempermudah distribusi produk atau layanan.	1. Akses. 2. Visibilitas 3. Lalu lintas, 4. Tempat 5. Ekspansi, 6. Lingkungan 7. Kompetisi (Tjiptono, 2017)	<i>Likert</i>
3	Daya Tarik Wisata	Menurut (Hermawan et al., 2017) Lokasi adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang dapat menarik minat	1) <i>Something to see</i> 2) <i>Something to do</i> 3) <i>Something to buy</i>	<i>Likert</i>

No	Variabel	Defenisi Operasional	Indikator	Skala
		wisatawan untuk datang berkunjung ke suatu tempat. Lokasi dapat berupa keindahan alam, warisan budaya, daya tarik wisata rekreasi, atau kegiatan-kegiatan tertentu yang disediakan di Lokasi wisata tersebut.	(Setyanto, 2019)	

Sumber : Data Diolah peneliti (2024)

3.5 Skala Pengukuran Data

Penelitian ini menggunakan Skala *Likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Skala ini juga sering disebut *summated rating scale*, karena digunakan untuk memberi peluang kepada responden untuk mengekspresikan jawaban pernyataan atau pertanyaan yang diberikan Situmorang,(2017)

Skala *likert* yang digunakan didalam penelitian ini adalah bersifat *favorable* dimana :

Tabel 3.3
Instrumen Skala Likert

No	Skala	Skor
1.	Sangat Setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Kurang Setuju	3
4.	Tidak Setuju	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Situmorang (2018)

3.6 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah :

1. Wawancara

Dengan cara melakukan komunikasi dengan pihak-pihak yang terkait sesuai dengan topik yang diteliti.

2. Kuesioner

Kuesioner adalah cara pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan kepada responden tentang variabel-variabel dalam penelitian. Metode ini digunakan untuk menyingkap identitas penelitian dan untuk mengungkap variabel-variabel dalam penelitian guna mendapatkan informasi spesifik dan melibatkan pengelolaan data dimana pengumpulan data menggunakan alat berupa kuesioner. Metode pengumpulan data dengan kuesioner atau angket memiliki kelebihan yaitu mudah dikelola, data yang diperoleh dapat dipercaya, serta penetapan kode, analisis, dan interpretasi data relatif sederhana. Sedangkan kekurangan dari teknik ini adalah responden mungkin tidak mampu atau tidak bersedia memberikan informasi yang diharapkan dan penyusunan pertanyaan agar mudah dipahami merupakan hal yang tidak mudah.

3.7 Jenis dan Sumber Data

3.7.1 Jenis Data

Menurut Alfito,(2021) berdasarkan pengelompokannya, data dapat dikelompokkan menjadi data primer dan data sekunder.

3.7.2 Sumber Data

Menurut Alfito,(2021) Sumber data mengacu pada informasi mentah atau pengamatan yang dikumpulkan sebagai informasi. Data yang digunakan yaitu data primer dan sekunder dengan penjelasan sebagai berikut :

- a. Data Primer merupakan data yang diperoleh langsung dari para responden yang terpilih pada wisatawan Puncak Marga Silima. Data primer diperoleh dengan memberikan kuesioner dan melakukan wawancara singkat kepada responden baik.
- b. Data sekunder merupakan berbagai informasi yang telah ada sebelumnya dan dengan sengaja dikumpulkan oleh peneliti yang digunakan untuk melengkapi kebutuhan data penelitian. Biasanya data ini berupa diagram, grafik, atau tabel sebuah informasi penting seperti sensus penduduk. Data sekunder yang diperoleh untuk melengkapi data primer yang meliputi sumber dari literatur buku untuk teori-teori, situs internet, dan penelitian terdahulu yang berupa skripsi, jurnal ilmiah nasional dan internasional serta data mengenai penggunaan *google form* yang diperoleh sehubungan dengan masalah yang diteliti.

3.8 Uji Instrumen Penelitian

3.8.1 Uji Validitas

Menurut Alfifto,(2021)) uji validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin di ukur. Kuesioner dapat dikatakan mempunyai kevalidan jika pertanyaan yang diajukan peneliti mampu untuk mengungkapkan jawaban dari rumusan masalah suatu penelitian. Suatu kuesioner dapat dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila memberikan hasil ukur yang tepat dan akurat sesuai dengan tujuan awal penelitian. Apabila hasil dari kuesioner menghasilkan data yang tidak relevan maka kuesioner tersebut mempunyai validitas yang rendah.

Validnya suatu kuesioner dapat diakui apabila nilai r hitung $\geq r$ tabel (pada taraf signifikansi 5%) maka dapat dikatakan item pertanyaan tersebut valid. Apabila nilai r hitung $\leq r$ tabel (pada taraf signifikansi 5%) maka dapat dikatakan item pertanyaan tersebut tidak valid. Jika hasil menunjukkan nilai yang signifikan maka masing-masing indikator pertanyaan adalah valid. Dalam penelitian ini uji validitas dilakukan menggunakan program *Statistical Package for Social Sciences* (SPSS).

Tabel 3.4
Uji Validitas

Variabel	Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
Lokasi	x1.1	0.862	0.361	Valid
	x1.2	0.886	0.361	Valid
	x1.3	0.881	0.361	Valid
	x1.4	0.870	0.361	Valid
	x1.5	0.886	0.361	Valid
	x1.6	0.824	0.361	Valid
Daya Tarik Wisata	x1.7	0.893	0.361	Valid
	x2.1	0.870	0.361	Valid
	x2.2	0.856	0.361	Valid
	x2.3	0.868	0.361	Valid
	x2.4	0.876	0.361	Valid
	x2.5	0.843	0.361	Valid
Kepuasan Pengunjung	x2.6	0.890	0.361	Valid
	y1.1	0.873	0.361	Valid
	y1.2	0.915	0.361	Valid
	y1.3	0.901	0.361	Valid
	y1.4	0.858	0.361	Valid
	y1.5	0.859	0.361	Valid
	y1.6	0.850	0.361	Valid

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan tabel 3.4 seluruh pernyataan memiliki nilai r hitung $> r$ tabel (0,361) sehingga dapat disimpulkan hasil yang didapat valid

3.8.2 Uji Reliabilitas

Menurut Alfito,(2021) Realibilitas merupakan alat untuk menguji kekonsistenan jawaban responden atas pertanyaan di kuisioner. Suatu kuisioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu Suatu konstruk atau variabel dapat dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* (α) > 0,60 maka, dinyatakan *reliable* atau valid. Sebaliknya jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* (α)< 0,60 maka, dinyatakan tidak *reliable* atau tidak valid.

Tabel 3.5
Hasil uji realiabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Lokasi	0,822> 0,6	<i>Reliabel</i>
Daya Tarik Wisata	0,964> 0,6	<i>Reliabel</i>
Kepuasan Pengunjung	0,968> 0,6	<i>Reliabel</i>

Sumber : Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan hasil uji realiabilitas pada tabel diatas, disimpulkan bahwa Lokasi, Daya Tarik Wisata Dan Kepuasan Pengunjung dinyatakan reliabel. Dari nilai Cronbach Alpha > 0,60 maka hasil bisa dinyatakan reliabel

3.9 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linier berganda yang berbasis *ordinary least square* (OLS) (Alfito, 2024) Pengujian asumsi klasik bertujuan untuk menguji mengenai ada atau tidaknya pelanggaran terhadap asumsi klasik. Hasil pengujian hipotesis yang baik adalah pengujian yang tidak melanggar tiga asumsi klasik, dimana ketiga asumsi klasik tersebut adalah sebagai berikut:

3.9.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengenali apakah model regresi variabel independen dan variabel dependen, keduanya mempunyai distribusi wajar atau tidak. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan pendekatan uji histogram, uji *kolmogorov-smirnov*, dan normal p-plot.

3.9.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen atau tidak. Model regresi yang baik seharusnya tidak terdapat korelasi antar variabel independen. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas dalam model regresi maka dilakukan dengan melihat nilai toleransi 0,1 dan sebaliknya, Sebab *Variance Inflation Factor* (VIF) <10 menunjukkan jika data tidak mempunyai masalah multikolinearitas.

3.9.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika varians dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya berbeda, disebut heteroskedastisitas. Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan uji Glejser dan uji Scatterplot.

3.10 Teknik Analisis Data

3.10.1 Analisis Statistik Deskriptif

Metode analisis data yang digunakan kuantitatif yang merupakan data berupa angka-angka. Proses penyederhanaan data kedalam bentuk yang mudah dibaca dan diinterpretasikan. Prosedur pengolahan data dalam penelitian ini akan dimulai dengan memilah data ke dalam variabel-variabel yang digunakan pada penelitian ini. Dari hasil operasionalisasi variabel yang akan diuji, nilai variabel tersebut akan dimasukkan dalam uji SPSS (*statistical program for social science*).

3.10.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengukur intensitas pengaruh antara variabel-variabel independen terhadap variabel dependen yaitu profitabilitas, leverage, kebijakan deviden Terhadap struktur modal.

Maka model analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Pengunjung

α = konstanta

β = koefisien regresi

X_1 = Lokasi

X_2 = Daya Tarik Wisata

e = Error (Tingkat Kesalahan)

3.10.3 Uji Hipotesis

Menurut (Alfifto,2021) uji hipotesis merupakan suatu proporsi atau anggapan yang mungkin benar dan sering digunakan sebagai dasar pembuatan keputusan. Uji hipotesis adalah pengujian yang dicoba untuk bertujuan mencari tingkatan signifikan paling tinggi dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Uji hipotesis dicoba dengan cara analisis regresi berganda, disebabkan terdapatnya variabel independen yang lebih dari satu.

3.10.3.1 Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk pengujian regresi secara parsial (uji t) dilakukan guna mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen (X_1 , X_2) secara parsial terhadap variabel dependen. Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara individu. Toleransi yang diterapkan dalam penelitian ini adalah 5% ($\alpha = 0,05$) dengan batasan:

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $Sig < 0,05$, maka H_1 diterima, menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat.
2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $Sig > 0,05$, maka H_0 diterima dan menunjukkan tidak adanya pengaruh signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

3.10.3.2 Uji F (Uji Simultan)

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Apabila tingkat probabilitas lebih kecil dari 5% (0,05) maka model penelitian dapat digunakan atau dinyatakan layak.

Kriteria dalam pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

1. Jika $f_{hitung} > f_{tabel}$ atau $Sig < 0,05$, maka H_1 diterima, menunjukkan adanya pengaruh signifikan secara simultan antara variabel bebas dengan variabel terikat.
2. Jika $f_{hitung} < f_{tabel}$ atau $Sig > 0,05$, maka H_0 diterima, menunjukkan tidak adanya pengaruh signifikan secara simultan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

3.10.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

menyatakan bahwa koefisien determinasi (R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi (R^2) adalah 0 (nol) dan 1 (satu). Dari sini dapat diketahui seberapa besar variabel dependen akan mampu dijelaskan oleh variabel independennya, sedangkan sisanya akan dijelaskan oleh sebab lain diluar model. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi dependen.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut

- 1 Lokasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan pengunjung
- 2 Daya Tarik Wisata *berpengaruh* Positif Dan signifikan terhadap Keputusan Kepuasan pengunjung
- 3 Lokasi dan Daya Tarik Wisata Positif Dan signifikan berpengaruh terhadap Kepuasan pengunjung

5.2 Saran

1. Untuk Variabel Lokasi, aspek keamanan tempat parkir menunjukkan nilai mean terendah (4.01). Peneliti menyarankan agar pengelola Wisata Puncak Marga Silima meningkatkan sistem keamanan area parkir dengan menambahkan petugas keamanan khusus, memasang CCTV di seluruh area parkir, memberikan tanda atau nomor parkir yang jelas, serta menyediakan area parkir yang lebih terorganisir dengan pembagian zona untuk kendaraan roda dua dan roda empat. Pemerintah daerah melalui Dinas Pariwisata Kabupaten Deli Serdang juga diharapkan dapat memberikan bantuan dana atau fasilitas untuk peningkatan infrastruktur keamanan parkir, sehingga wisatawan merasa lebih nyaman dan aman meninggalkan kendaraan mereka selama berkunjung.

2. Untuk Variabel Daya Tarik Wisata, aspek keasrian kondisi wisata alam memiliki nilai mean terendah (3.98). Peneliti menyarankan agar pengelola wisata lebih aktif melakukan program konservasi lingkungan dan pemeliharaan kebersihan secara rutin, seperti mengadakan kegiatan gotong royong membersihkan area wisata setiap minggu, menyediakan tempat sampah yang memadai di berbagai titik strategis, memasang papan edukasi tentang pentingnya menjaga kelestarian alam, serta melibatkan masyarakat lokal dan wisatawan dalam program "Wisata Hijau" atau "Green Tourism". Selain itu, pengelola dapat membuat peraturan yang tegas tentang larangan merusak tanaman, membuang sampah sembarangan, atau melakukan aktivitas yang dapat merusak ekosistem alam. Kerjasama dengan LSM lingkungan atau komunitas pecinta alam juga dapat dijalin untuk memberikan edukasi dan monitoring berkala terhadap kelestarian lingkungan wisata.
3. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi Minat Berkunjung Wisatawan, seperti Kualitas Pelayanan, Fasilitas Wisata, Harga Tiket Masuk, Promosi dan Pemasaran Digital, Pengalaman Wisatawan (Tourist Experience), Electronic Word of Mouth (e-WOM), atau faktor eksternal seperti tren pariwisata, kondisi ekonomi masyarakat, dan kebijakan pemerintah dalam sektor pariwisata. Selain itu, penelitian dapat diperluas dengan melibatkan responden dari berbagai segmen demografis (usia, pendapatan, asal daerah), membandingkan dengan destinasi wisata sejenis di wilayah lain, atau menggunakan pendekatan kualitatif melalui wawancara mendalam untuk memahami motivasi dan ekspektasi wisatawan

secara lebih komprehensif. Penelitian longitudinal juga dapat dilakukan untuk melihat perubahan minat berkunjung wisatawan sebelum dan sesudah dilakukan perbaikan atau pengembangan fasilitas wisata. Dengan demikian, hasil penelitian dapat memberikan rekomendasi yang lebih menyeluruh dan bermanfaat bagi pengembangan industri pariwisata, khususnya untuk destinasi wisata alam di Kecamatan Kutalimbaru dan Kabupaten Deli Serdang secara umum.



DAFTAR PUSTAKA

- Akos, M., & Novita, H. D. (2017). Peningkatan Kunjungan Wisatawan Hubungannya Dengan Daya tarik wisata Sarana dan Prasarana di Berbagai Objek Wisata Kabupaten Barito Kuala. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Keuangan*, 7(1), 11-20.
- Alfifto. (2024). *Statistika Penelitian: Konsep dan Kasus*. Medan: UMA Press.
- Alma, B. (2018). *Manajemen Daya Tarik Wisata dan Daya Tarik Wisata Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Aliyah, I. (2017). Konservasi Permainan Tradisional Sebagai Lokasi Kampung (Studi Kasus Kampung Dolanan Sidowayah, Kabupaten Klaten). *Cakra Wisata*, 18(2), 35–47. <https://jurnal.uns.ac.id/cakra-wisata/article/view/34379>.
- Andari (2017) Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Daya tarik wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung Studi kasus Pengunjung The Sila's Agrotourism.
- Alfifto. (2024). *konsep dan kasus* (2nd ed.).
- Ansori, P. B., & Ansori, P. B. (2020). Pengaruh Harga, Lokasi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cv. Zafira Teknik Pekanbaru. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis (Riau Economic and Business Review) Vol, 11*.
- Aziz, Z. A. (2022). Pengaruh daya tarik wisata dan pengalaman pengunjung terhadap loyalitas pengunjung yang dimediasi oleh kepuasan pengunjung (Survey pada pengunjung wisata umbul ponggok klaten). *Jurnal Studi Manajemen Organisasi*, 17(2), 8–18.
- Bahrudin, M., & Zuhro, S. (2016). Pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 3(1), 1–17.
- Chuswondo, F. A. A., Basalamah, M. R., & Arsyianto, M. T. (2023). Pengaruh Harga Lokasi Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Sumber Gentong. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 12(02).
- Cynthia, D., Hermawan, H., & Izzuddin, A. (2022). Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Publik*, 9(1), 104–112.
- Fajrin, A. R., Wijayanto, G., & Kornita, S. E. (2021). Pengaruh Daya tarik wisata dan Lokasi terhadap Kepuasan dan Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Candi Muara Takus Kecamatan XIII Koto Kampar Kabupaten Kampar. *Jurnal Ekonomi KIAT*, 32(1).
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. (2019). *Service, quality dan customer satisfaction* (5th ed.). CV Andi Offset.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, M. A. (2019). *Daya Tarik Wisata jasa: Strategi, mengukur kepuasan, dan loyalitas pelanggan*. Penerbit Deepublish.

- Guritno, B., & Nugraheni, K. S. (2023). Pengaruh Lokasi dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pengunjung Taman Rekreasi Candi Mendut Kabupaten Magelang. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 9(2), 442–456.
- Hardina, M. S., & Sudarusman, E. (2021). Pengaruh harga, lokasi, dan daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung wisata Taman Sari di Yogyakarta. *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2(1).
- Hermawan, H., Brahmanto, E., Hamzah, F., Ghani, Y. A., Somantri, P. R., & Priyanto, R. (2017). *Buku panduan wisata edukasi: Program pengabdian masyarakat STP ARS Internasional Bandung*. Center for Open Science.
- Ihsannudin, I., & Arifiyanti, N. (2022). Asesmen Atraksi Beka'Ecotourism Guna Peningkatan Kunjungan Wisatawan di Pulau Masakambing Sumenep. *Sigmagri*, 2(2), 92–104.
- Isdarmanto, I. (2017). *Dasar Dasar Kepariwisata Dan Pengelolaan Destinasi Wisata*. Gebang Media Aksara: Yogyakarta.
- Jayanti, N. L. S., & Yulianthini, N. N. (2022). Pengaruh daya tarik wisata serta kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan domestik objek wisata Taman Air Tirtagangga. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 5(3), 306–312.
- Juliana, J., Sitorus, N. B., Kristiana, Y., Ardania, J., & Natalie, N. (2021). Pengenalan Lokasi Kampung Batu Malakasari Bagi Siswa-Siswi SMK Jakarta Wisata I Jakarta Selatan. *Jurnal Abdimas Berdaya: Jurnal Pembelajaran, Pemberdayaan Dan Pengabdian Masyarakat*, 4(02), 102–110.
- Kawatu, V. S., Mandey, S. L., & Lintong, D. C. A. (2020). Pengaruh Lokasi terhadap niat kunjungan ulang dengan kepuasan sebagai variabel intervening pada tempat wisata bukit kasih kanonang. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(3).
- Keller, K. and. (2019). *Marketing Management*, (15th ed.). Pearson Pretice Hall,.
- Kurniawan, H. D. (2018). Pengaruh harga, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1(4), 73–82.
- Lestari, N., & Nainggolan, B. (2022). Pengaruh Promosi, Lokasi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Berkunjung Di Telaga Sarangan Magetan. *Human Capital Development*, 9(3), 1–15.
- Lupiyoadi, R. (2018). *Manajemen Daya Tarik Wisata jasa: Berbasis kompetensi; edisi 3*.
- Mahendra, D. M., & Althalets, F. (2022). Pengaruh Pengembangan Destinasi Wisata Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Pada Desa Pela Kecamatan Kota Bangun Kabupaten Kutai Kartanegara. *ETNIK: Jurnal Ekonomi Dan Teknik*, 1(4), 306–316.
- Megawati, C., & Marlina, M. A. E. (2020). Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap

- Keputusan Pembelian Di Toko Podo Jodo. *Performa*, 5(2), 89–94.
- Meithiana, I. (2019). *Daya Tarik Wisata dan kepuasan pelanggan*. Unitomo Press.
- Mitra, N. N., & Nurcahyo, G. W. (2020). Sistem Pakar Menggunakan Metode Certainty Factor Dalam Akurasi Identifikasi Jenis Penyakit alergi Kulit Pada Balita. *Jurnal Informasi Dan Teknologi*, 126–132.
- Nurheti, N., & Hidayati, N. (2022). Pengaruh Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan Jasa terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Potong Hewan (RPH) Waylaga Bandar Lampung. *Jurnal Enterpreneur Dan Bisnis (JEBI)*, 1(1).
- Nurmala, N., Sullaida, S., & Damanhur, D. (2022). Pengaruh Daya tarik wisata Wisata, Lokasi Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Pantai Ujong Blang Lhokseumawe. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 23(2), 73–78.
- Pratama, A. R., Sudrajat, S., & Harini, R. (2019). Analisis ketersediaan dan kebutuhan beras di Indonesia tahun 2018. *Media Komunikasi Geografi*, 20(2), 101–114.
- Purwanto, H., Kadi, D. C. A., & Rismawati, G. (2021). Pengaruh daya tarik dan E-WOM terhadap keputusan berkunjung melalui minat berkunjung sebagai variabel intervening. *MBR (Management and Business Review)*, 5(2), 251–264.
- Puspitaningrum, Y., & Damanuri, A. (2022). Analisis lokasi usaha dalam meningkatkan keberhasilan bisnis pada grosir Berkah Doho Dolopo Madiun. *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, 2(2), 289–304.
- Rachim, H. A., & Santoso, M. B. (2021). *Mainstreaming the Halal Lifestyle: Between Opportunities and Challenges of Social Protection Capacity in Global Trends*. *AdBispreneur: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 6(2), 181–182.
- Rosalina, S. S. (2018). Strategi penentuan lokasi global perusahaan (studi kasus di starbucks jakarta). *BISMA: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 12(2), 233–239.
- Rutjuhan, A., & Ismunandar, I. (2020). Pengaruh daya tarik wisata dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan: Studi kasus Mahfoed Life Gym. *Jurnal Pamator: Jurnal Ilmiah Universitas Trunojoyo*, 13(1), 105–109.
- Sabar, M., & Suwarman, H. R. (2019). APLIKASI ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN DENGAN METODE FUZZY SERVQUAL BERBASIS ANDROID (Studi Kasus di CV. Vieneth Corp). *Naratif: Jurnal Nasional Riset, Aplikasi Dan Teknik Informatika*, 1(2), 58–61.
- Saputri, D. O., Ta'alidin, Z., & Prihatiningrum, A. (2019). Klasifikasi Lokasi Unggulan Provinsi Bengkulu sebagai Upaya Menyongsong Visit 2020 Wonderful Bengkulu. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 6(1), 48–62.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill building*

approach. John Wiley & Sons.

- Setyanto, T. J. (2019). *Pesona Candi Cetho sebagai Salah Satu Lokasi di Karanganyar Jawa Tengah*. Center for Open Science.
- Situmorang, C., & Suryawan, I. B. (2017). Lokasi Unggulan Di Daerah Transit Kota Pematangsiantar, Sumatera Utara. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 5(1).
- Soleh, H., & Achnes, S. (2017). Faktor–Faktor yang Mempengaruhi Lokasi Air Terjun Aek Martua di Desa Tangun Kecamatan Bangun Purba Kabupaten Rokan Hulu Provinsi Riau. Riau University.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R dan D / Sugiyono* (2nd ed.).
- Suwena, I. K., & Widyatmaja, I. G. N. (2017). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata (P. Larasan*.
- Tjiptono. (2017a). mengupas Daya Tarik Wisata strategik, branding *strategi, customer satisfaction* (2nd ed.). dany.
- Tjiptono. (2017b). *Service, quality, dan satisfaction*.
- Wiratama, G. M. I., Hartati, P. S., & Gede, I. K. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung Betutu Dewi Sri Kabupaten Tabanan. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 4(12), 2478–2486.



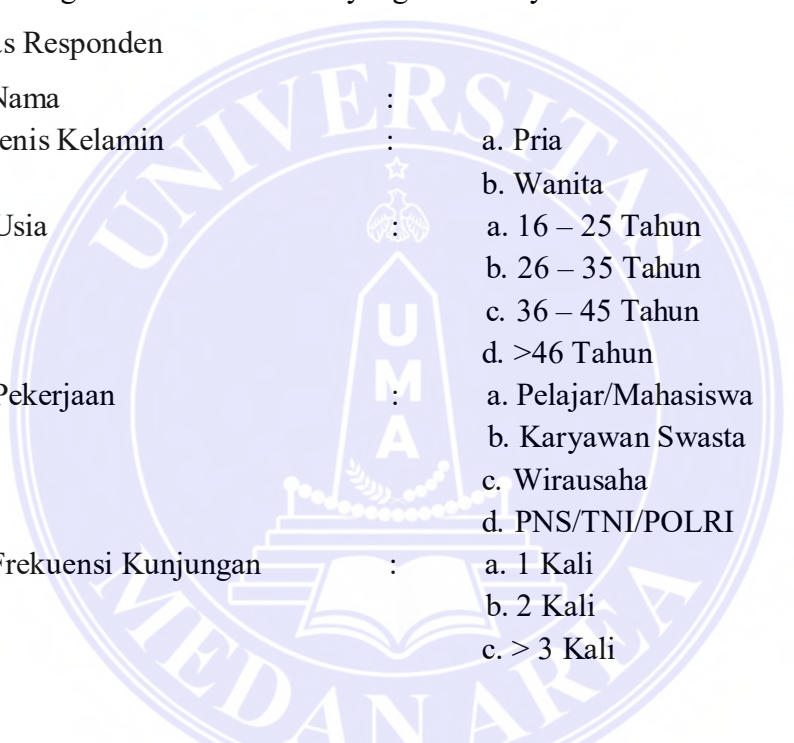
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Petunjuk Pengisian :

Pada pertanyaan dibawah ini, anda dimohon untuk mengisi pertanyaan – pertanyaan tersebut dengan keadaan / kondisi yang sebenarnya.

Identitas Responden

- 
1. Nama :
 2. Jenis Kelamin :
a. Pria
b. Wanita
 3. Usia :
a. 16 – 25 Tahun
b. 26 – 35 Tahun
c. 36 – 45 Tahun
d. >46 Tahun
 4. Pekerjaan :
a. Pelajar/Mahasiswa
b. Karyawan Swasta
c. Wirausaha
d. PNS/TNI/POLRI
 5. Frekuensi Kunjungan :
a. 1 Kali
b. 2 Kali
c. > 3 Kali

Pilihlah salah satu jawaban dari setiap pernyataan yang paling sesuai dengan keadaan/perasaan diri Anda, dengan cara memberi tanda check list (√) pada kolom jawaban yang tersedia.

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Daftar Pertanyaan Kuisisioner

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 10/8/26

Access From (repository.uma.ac.id)10/8/26

Kuesioner Variabel Kepuasan Pengunjung (Y)

No	Pertanyaan untuk Kuesioner	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
1. Kesesuaian harapan						
1.	Pemandangan alam disekitar Wisata Puncak Marga Silima Desa Suka Makmur Kecamatan Kutalimbaru sangat indah					
2.	Iklim dan suasana di disekitar Wisata Puncak Marga Silima Desa Suka Makmur Kecamatan Kutalimbaru begitu menyenangkan.					
2. Minat berkunjung kembali						
3.	Saya ingin mengunjungi tempat wisata ini lain waktu					
4.	Keramahan warga sekitar, petugas dan pemilik Wisata Puncak Marga Silima Desa Suka Makmur Kecamatan Kutalimbaru sangat baik					
3 .Kesediaan merekomendasikan						
5.	Tempat Wisata Puncak Marga Silima Desa Suka Makmur Kecamatan Kutalimbaru ini layak direkomendasikan kepada orang lain.					
6	Saya bersedia menjadikan diri saya merekomendasikan Obyek wisata Wisata Puncak Marga Silima Desa Suka Makmur Kecamatan Kutalimbaru yang bagus ini dan sangat digemari oleh wisatawan lokal maupun non lokal					

Kuisisioner Variabel Lokasi (X1)

No	Pertanyaan untuk Kuesioner	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
1. Akses						

1.	Wisata Puncak Marga Silima Desa Suka Makmur Kecamatan Kutalimbaru terletak di Lokasi yang strategis dan mudah dijangkau					
2. Visibilitas						
2.	Tempat Wisata Puncak Marga Silima Desa Suka Makmur Kecamatan Kutalimbaru terletak di dekat wisata penduduk					
3. Lalu lintas						
3.	Letak Wisata Puncak Marga Silima Desa Suka Makmur Kecamatan Kutalimbaru tidak terlalu jauh bagi anda					
4. Tempat						
4.	Wisata Puncak Marga Silima Desa Suka Makmur Kecamatan Kutalimbaru memiliki tempat parkir yang aman					
5. Ekspansi						
5.	Wisata Puncak Marga Silima Desa Suka Makmur Kecamatan Kutalimbaru memiliki tempat yang luas					
6.	Lingkungan					
6.	Wisata Puncak Marga Silima Desa Suka Makmur Kecamatan Kutalimbaru dekat dengan titi jembatan merek jalan alternatif berastagi					
7. Kompetisi						
7.	Wisata Puncak Marga Silima Desa Suka Makmur Kecamatan Kutalimbaru memiliki skat atau batasan dengan wisata yang lain.					

Kuisioner Variabel Lokasi (X2)

No	Pertanyaan untuk Kuesioner	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
1. <i>Something to see</i>						
1.	Menurut saya kondisi Wisata Puncak Marga Silima Desa Suka Makmur Kecamatan Kutalimbaru dinilai masih asri keindahannya sebagai objek wisata alam					

2.	Menurut saya pemandangan alam sekitar Puncak Marga Silima Desa Suka Makmur Kecamatan Kutalimbaru memiliki peran dalam peningkatan minat wisatawan untuk berkunjung					
2. <i>Something to do</i>						
3.	Puncak Marga Silima Desa Suka Makmur Kecamatan Kutalimbaru memiliki berbagai spot foto yang menarik					
4.	Puncak Marga Silima Desa Suka Makmur Kecamatan Kutalimbaru memiliki berbagai macam bangunan atau tempat yang mempunyai nilai historis					
3. <i>Something to do buy</i>						
5.	Anda melakukan pembelian di Puncak Marga Silima Desa Suka Makmur Kecamatan Kutalimbaru Deli serdang untuk menemukan berbagai macam jenis makanan atau hasil UMKM wilayah tersebut dengan murah dan terjangkau					
6.	Anda memutuskan membeli produk wisata di Andari (2017) Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Daya tarik wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung Studi kasus Pengunjung <i>The Sila's Agrotourism</i> . Karena memberikan hasil yang memuaskan.					

x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5	x1.6	x1.7
3	5	3	3	5	4	4
3	4	5	4	4	4	4
4	5	5	4	5	4	5
5	3	5	4	4	4	3
3	5	3	3	4	4	3
4	3	3	4	4	4	4
4	3	3	3	3	3	3
3	3	4	4	3	4	4
5	4	4	4	5	3	3
4	5	3	4	4	4	5
5	3	4	3	5	3	5
3	3	5	3	5	4	4
3	5	5	5	4	4	5
5	3	5	5	4	5	4
5	5	4	5	3	3	5
3	3	5	5	4	4	5
4	4	4	5	4	4	4
4	5	4	4	4	4	5
5	5	4	4	4	5	5
5	5	5	4	4	5	4
4	4	4	4	4	5	5
5	4	5	4	5	4	5
4	5	4	4	4	4	5
4	5	5	5	4	4	5
5	3	5	5	3	4	3
5	5	4	3	4	3	3
3	5	5	3	4	3	5
5	5	5	5	5	3	5
5	3	3	5	4	3	3
4	4	4	3	5	5	3
3	4	4	3	3	5	4
5	4	3	4	4	4	4
3	5	5	4	5	4	3
3	3	5	5	4	4	4
5	3	4	3	3	4	4
5	4	4	5	5	3	4
4	3	4	4	4	5	4
5	4	5	3	4	5	4
4	4	5	3	3	3	4
5	4	4	5	5	4	3
5	4	4	4	4	5	5
5	4	5	4	5	4	5

x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5	x1.6	x1.7
4	4	5	4	4	5	4
4	2	5	4	4	1	4
3	5	5	1	5	5	2
2	5	4	1	4	2	2
4	5	5	4	5	5	4
5	4	5	4	5	5	4
4	5	5	5	4	5	5
5	4	4	5	4	5	4
5	4	4	5	4	5	4
5	5	5	4	4	5	4
5	5	5	5	4	4	5
4	4	5	5	5	5	5
4	4	4	5	4	5	4
5	4	5	4	4	5	4
5	5	4	4	4	5	4
4	4	4	4	4	5	5
4	5	5	4	4	5	4
5	4	5	5	4	5	4
5	4	4	4	5	5	5
5	4	4	5	5	5	4
5	4	5	5	4	5	4
5	4	5	4	4	5	5
4	5	5	5	5	4	4
5	5	4	4	4	5	4
5	5	4	5	4	5	4
1	1	3	5	5	3	3
2	2	1	2	3	2	4
4	3	2	2	2	3	3
5	4	5	5	5	4	5
5	5	5	2	4	4	4
1	4	4	3	3	5	3
4	2	2	1	1	5	2
5	5	5	5	4	5	5
5	5	5	4	4	4	5
5	5	4	4	5	4	5
5	4	4	5	5	5	5
4	5	5	4	4	4	5
4	4	5	4	4	4	4
4	4	5	5	5	4	4
5	5	4	5	5	4	5
2	3	4	3	3	2	3
4	4	3	1	1	4	4

x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5	x1.6	x1.7
3	1	3	1	3	1	1
5	5	4	5	4	5	4
5	4	4	5	4	5	4
4	5	4	5	4	5	4
5	5	4	5	4	5	5
4	5	4	4	4	5	4
5	5	5	4	5	5	4
3	3	4	5	5	1	1
3	3	1	3	1	1	3
4	2	4	5	2	3	4
5	5	4	4	4	4	5
4	4	4	5	5	5	5
5	4	5	4	5	5	4
5	4	5	4	5	5	4
5	4	5	5	5	4	5

x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5	x2.6
4	4	3	3	3	3
3	3	4	5	4	3
3	4	4	3	5	5
5	3	3	4	3	3
5	5	5	5	4	3
5	4	4	3	5	4
5	4	4	5	4	5
4	5	4	5	5	3
3	4	4	4	5	3
4	3	5	5	5	4
3	5	5	3	4	3
3	5	4	4	5	5
5	3	5	3	5	5
3	4	3	4	4	3
5	5	3	4	3	5
5	5	4	5	4	4
4	5	5	4	5	4
4	4	4	4	4	5
5	5	5	4	4	4
5	4	5	5	4	4
4	5	5	4	5	4
5	4	4	5	5	4
4	4	4	4	5	5
5	5	5	5	5	4

x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5	x2.6
4	5	5	5	4	4
4	4	3	3	3	5
5	3	4	5	5	3
3	4	4	5	4	5
3	3	3	4	5	5
3	3	4	3	5	5
4	4	4	5	4	3
3	5	3	4	5	3
3	4	5	3	4	3
4	3	5	4	5	3
4	3	4	5	5	4
5	3	4	5	5	5
5	3	4	5	3	4
3	4	4	3	3	5
3	5	3	4	3	3
3	5	3	4	5	3
4	5	5	4	5	4
5	5	4	5	5	5
4	4	5	5	4	5
3	5	3	5	2	5
3	3	4	4	3	5
2	1	1	1	4	1
4	5	4	5	4	5
5	4	4	5	4	5
4	5	5	5	5	4
5	5	5	5	4	5
4	5	4	5	4	4
4	5	4	5	4	4
4	5	5	4	4	5
4	5	4	4	5	5
5	4	5	4	5	4
4	4	4	5	5	5
4	5	5	5	4	5
4	5	4	5	4	5
5	4	5	4	4	4
5	4	5	5	4	5
4	5	4	5	5	5
4	5	5	4	4	5
5	5	5	4	5	4
4	5	4	5	5	4
4	5	4	5	5	5
5	4	5	4	4	5

x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5	x2.6
4	5	5	5	4	5
2	4	4	2	3	2
1	5	1	5	3	5
1	5	1	5	4	1
5	4	5	4	5	4
4	4	2	5	5	1
2	3	1	1	1	5
5	2	3	3	5	5
4	5	5	4	4	5
5	5	4	4	5	5
5	5	5	5	5	5
4	4	5	5	4	5
5	4	5	5	4	5
5	4	4	4	4	5
5	5	4	4	4	5
4	4	4	5	4	5
5	3	2	4	5	5
1	4	1	1	4	1
2	5	2	3	4	3
4	4	4	5	4	5
4	4	4	5	5	4
5	4	5	4	4	4
4	5	5	4	4	5
4	4	5	4	5	4
5	4	5	5	5	5
1	4	4	4	5	4
5	4	3	1	2	5
2	5	2	1	4	2
4	5	5	4	4	5
5	4	4	4	4	4
5	4	4	4	5	5
4	5	4	4	5	5
5	5	4	4	3	3

Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6
4	3	5	5	4	3
4	5	3	4	4	4
3	4	4	4	4	3
3	4	4	4	4	3
5	5	4	5	5	3
5	3	4	4	3	3

Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6
5	3	4	4	5	4
3	5	5	5	4	4
5	4	3	3	4	3
4	4	5	4	5	4
5	3	3	5	3	4
5	5	3	4	5	5
5	3	4	4	3	3
5	5	4	4	5	4
5	3	3	4	5	3
4	3	4	5	5	3
4	5	4	4	4	4
4	4	4	4	5	4
5	5	5	4	5	4
4	4	4	5	5	5
4	4	4	5	5	5
5	4	5	5	5	4
5	4	5	4	4	5
5	5	5	4	4	4
5	5	5	3	4	5
3	3	5	5	5	4
4	3	4	3	3	3
5	4	5	5	5	5
5	3	5	3	4	3
5	4	5	4	4	5
4	4	4	3	4	4
5	5	5	4	4	5
5	4	3	5	5	3
4	3	5	3	4	3
5	4	4	3	5	5
3	3	5	4	3	4
5	3	5	5	4	4
5	5	3	3	4	3
4	4	3	5	3	5
5	4	4	4	3	4
5	5	4	4	4	5
5	4	4	5	4	5
4	4	4	4	5	5
2	3	1	5	5	3
5	1	2	5	2	5
1	2	1	4	3	3
4	4	5	5	4	4
4	5	5	4	4	5

Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6
5	5	5	4	4	5
5	5	4	5	4	5
4	4	5	5	5	4
5	5	5	5	5	4
4	5	4	5	4	5
4	5	5	4	4	5
5	5	5	5	5	5
4	5	5	4	5	5
5	5	5	4	5	4
4	4	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5
5	5	4	4	4	4
4	4	5	5	5	5
5	4	4	4	4	5
5	4	5	5	4	4
5	5	4	4	4	5
5	5	5	4	5	5
4	5	5	5	4	5
5	4	4	4	5	4
5	1	2	2	1	1
3	4	4	5	3	3
1	3	2	2	5	1
5	4	4	4	5	5
1	2	3	4	5	4
3	2	5	3	1	4
5	4	1	3	4	1
4	4	5	4	5	5
4	5	4	5	4	4
4	4	4	4	5	5
4	4	5	4	5	4
5	5	4	5	5	4
4	4	4	4	5	4
5	5	4	5	4	5
5	5	4	4	5	5
3	1	1	3	1	3
4	1	2	4	3	2
2	4	5	1	5	2
5	5	4	5	4	4
5	5	5	4	5	4
5	4	4	5	4	5
4	5	5	5	5	5
4	5	4	4	5	5

Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6
5	4	4	5	5	5
2	2	3	1	2	3
1	3	5	2	4	4
4	1	3	2	4	2
4	4	5	5	5	5
4	5	5	4	4	5
5	5	4	4	5	5
4	5	5	4	5	5
5	5	5	5	4	5

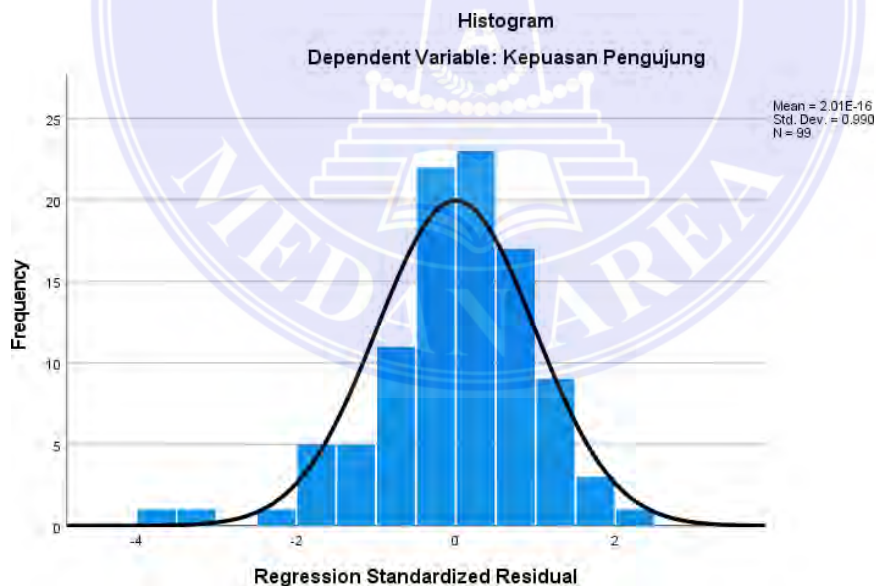
Variabel	Pertanyaan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
Lokasi	x1.1	0.862	0.361	Valid
	x1.2	0.886	0.361	Valid
	x1.3	0.881	0.361	Valid
	x1.4	0.870	0.361	Valid
	x1.5	0.886	0.361	Valid
	x1.6	0.824	0.361	Valid
Daya Tarik Wisata	x1.7	0.893	0.361	Valid
	x2.1	0.870	0.361	Valid
	x2.2	0.856	0.361	Valid
	x2.3	0.868	0.361	Valid
	x2.4	0.876	0.361	Valid
	x2.5	0.843	0.361	Valid
	x2.6	0.890	0.361	Valid
Kepuasan Pengunjung	y1.1	0.873	0.361	Valid
	y1.2	0.915	0.361	Valid
	y1.3	0.901	0.361	Valid
	y1.4	0.858	0.361	Valid
	y1.5	0.859	0.361	Valid
	y1.6	0.850	0.361	Valid
Variabel		Cronbach's Alpha		Keterangan
Lokasi		0,822 > 0,6		Reliabel
Daya Tarik Wisata		0,964 > 0,6		Reliabel
Kepuasan Pengunjung		0,968 > 0,6		Reliabel

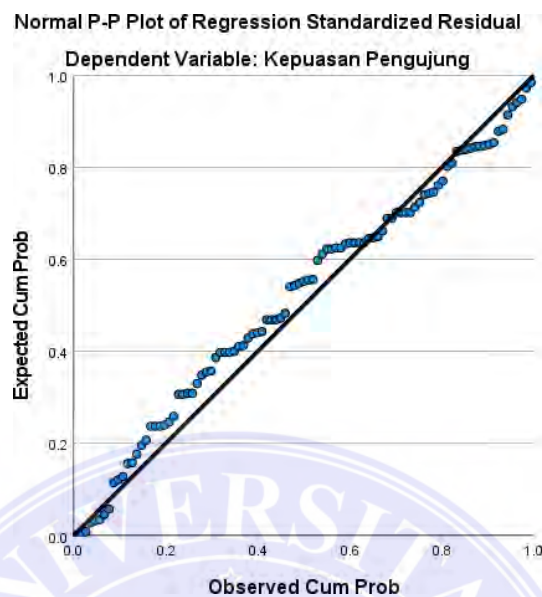
Kategori	Jumlah	
	Responden	Persentase

>35 Tahun	22	22.2
17 - 20 Tahun	32	32.3
21 - 25 Tahun	39	39.4
26 - 30 Tahun	6	6.1
Total	99	100.0

Kategori	Jumlah	
	Responden	Persentase
Laki - laki	27	27.3
Perempuan	72	72.7
Total	99	100.0

Kategori	Jumlah	
	Responden	Persentase
<1 Juta	33	33.3
>5 Juta	11	11.1
1 - 2 Juta	26	26.3
2 - 3 Juta	23	23.2
4 - 5 Juta	6	6.1
Total	99	100.0

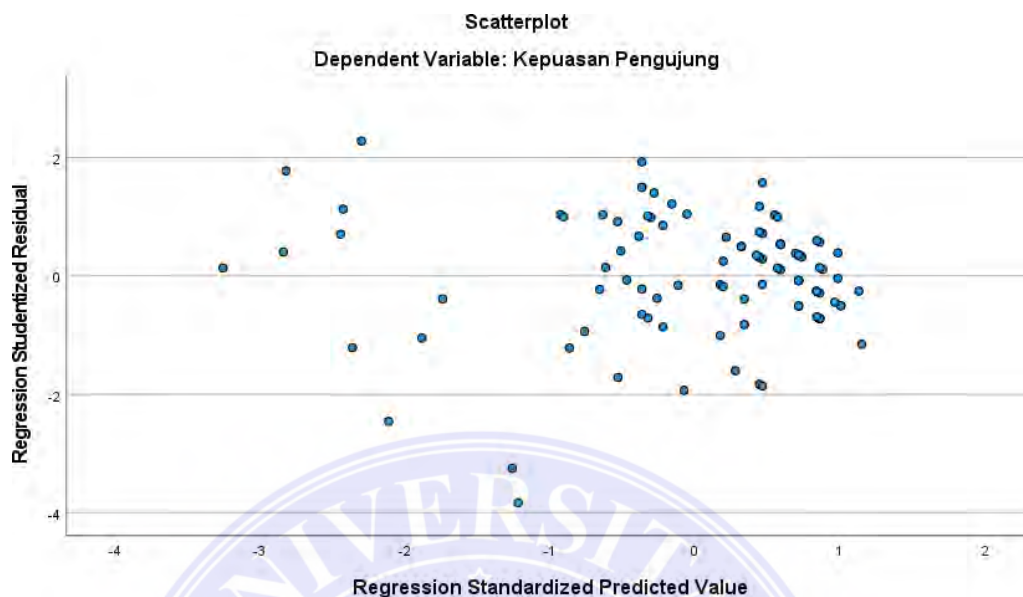




One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		99
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.32044778
Most Extreme Differences	Absolute	.084
	Positive	.063
	Negative	-.084
Test Statistic		.084
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.085

		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Lokasi	.501	1.995
	Daya Tarik	.501	1.995
	Wisata		



Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.313	1.724		.181	.856
	Lokasi	.424	.076	.453	5.566	.000
	Daya Tarik Wisata	.493	.091	.441	5.418	.000

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1128.503	2	564.251	102.654	.000 ^b
	Residual	527.679	96	5.497		
	Total	1656.182	98			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengujung

b. Predictors: (Constant), Daya Tarik Wisata, Lokasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.825 ^a	.681	.675	2.34449

a. Predictors: (Constant), Daya Tarik Wisata, Lokasi

b. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung





UNIVERSITAS MEDAN AREA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, Medan 20223
 Kampus II : Jalan Setiabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 42402994, Medan 20122
 Website: www.ekonomi.uma.ac.id E-Mail: ekonomi@uma.ac.id

Medan, 04 Agustus 2025

Nomor : 2523/FEB/01.1/VIII/2025
 Lamp. : -
 Perihal : Surat Pengantar Izin Riset

Kepada Yth,
 Bapak/Ibu
Pengelola Wisata Marga Silima
 di -
 Tempat

Dengan hormat,

Bersama ini kami berharap Bapak/Ibu berkenan memberikan izin dan kesempatan kepada mahasiswa kami untuk melaksanakan pengambilan data penelitian di lingkungan **Wisata Marga Silima** sebagai bagian dari penyusunan tugas akhir. Adapun data diri mahasiswa yang dimaksud adalah sebagai berikut:

Nama : Handika Ramadhana
 NPM : 228320010
 Program Studi : Manajemen
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Mahasiswa tersebut akan melaksanakan penelitian dengan judul "**Pengaruh Lokasi Toko Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung: Studi Kasus Puncak Marga Silima, Sumatera Utara**". Kegiatan pengumpulan data akan berlangsung di **Wisata Marga Silima**. Penelitian ini bersifat akademik dan ditujukan untuk penyusunan skripsi sebagai salah satu syarat kelulusan program Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.

Sehubungan dengan hal tersebut, kami sangat mengharapkan dukungan Bapak/Ibu dalam memfasilitasi proses pengambilan data yang diperlukan. Selain itu, apabila proses penelitian telah selesai, kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk menerbitkan **Surat Keterangan** yang menyatakan bahwa mahasiswa yang bersangkutan telah menyelesaikan kegiatan pengumpulan data di tempat Bapak/Ibu Pimpin.

Demikian surat ini kami sampaikan. Atas perhatian dan kerja sama yang baik, kami ucapkan terima kasih.

A.n Dekan,
 Ketua Program Studi Manajemen

Dr. Fitriani Tobing, SE, M.Si





Suka Makmur, Kec. Kotalimbaru, Kabupaten Deli
Serdang, Sumatera Utara,
No hp 082177100592

Nomor : 15/Marga Silima/Riset/III/2025

Hal : Konfirmasi Selesai Izin RISET

Kepada Yth

Ketua Program Studi Manajemen

Dengan Hormat,

Berdasarkan Surat Nomor 2523/FEB/01.1/II/2025 Tanggal 4 Agustus 2025 Perihal tentang selesai riset di Puncak Marga Silima sebagai surat keterangan tugas akhir mahasiswa/i yang bernama.

Nama : Handika Ramadhan

NPM : 228320010

Jurusan : Manajemen

Judul : pengaruh Lokasi dan Daya Tarik Wisata terhadap kepuasan pengunjung di objek wisata Puncak Marga Silima, Desa Suka Makmur

Bersama ini kami sampaikan bahwa mahasiswa tersebut di atas dapat nyatakan telah menyelesaikan, tugas akhir di Puncak Marga Silima kami.

Demikianlah surat ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terimakasih.

Hormat

Medan, 2 November 2025

Hadi Hasibuan
Pengelola

 Dipindai dengan CamScanner