

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Deskripsi Lokasi Penelitian**

##### **1. Profil Wisata Edukasi Kampung Coklat**

Kampung Coklat Blitar terletak di Jl. Banteng Blorok 18, Desa Plosorejo, Kademangan, Blitar. Dari arah Kota Blitar ke selatan, setelah melewati jembatan kademangan akan ada pertigaan dengan petunjuk menuju ke lokasi. Hanya sekitar 3,5 kilometer pengunjung akan sampai di lokasi. Berikut ini adalah profil dan sejarah serta fasilitas yang ada di lokasi tempat wisata edukasi Kampung Coklat Blitar.

Berawal dari kegagalan ternak Ayam petelur akibat terjangkit Virus Flu Burung pada tahun 2004, Kholid Mustofa mulai menekuni budidaya Kakao dikebun keluarga yang telah ditanami Kakao sejak tahun 2000. Harga Kakao Rp.9000/kilo, pada waktu itu menjadi motivasi untuk mendalami budidaya kakao dengan magang di Ptpn XII Blitar dan dilanjutkan di Puslit Kota Jember.

Gapoktan Guyub Santoso - Setelah mengikuti magang di PTPN XII Blitar dan Puslit Kota Jember, akhirnya beliau menekuni budidaya kakao dengan mengajak beberapa rekan yang kemudian membentuk Gapoktan Guyub Santoso. Gapoktan Guyub Santoso berdiri sejak 1 Januari 2005. Pada perkembangannya Gapoktan Guyub Santoso membentuk badan hukum UD, CV dan KSU yang kesemuanya bernama Guyub Santoso dan

bergerak di bidang pemasaran biji Kakao baik di pasar regional, nasional maupun ekspor.

Program gerakan Kakao semakin berkembang tidak hanya bidang budidaya dengan azas keterbukaan harga kepada Petani, perdagangan biji Kakao semakin meningkat. Kepercayaan untuk memasok biji kakao ke pabrik coklat kian berkembang. Hingga saat ini tidak kurang dari 15 ton / hari biji Kakao kering di kirim dari tempat ini, kedalam maupun luar Negeri.<sup>1</sup>

## **2. Visi dan Misi Wisata Edukasi Kampung Coklat**

### **a. Visi**

- 1) Membangun masyarakat Indonesia yang cerdas, mandiri berdaya dan sejahtera.
- 2) Tumbuhnya perekonomian masyarakat Indonesia yang berkeadilan.

### **b. Misi**

- 1) Mengedukasi masyarakat indonesia akan pentingnya komoditas kakao Indonesia.
- 2) Mendorong pertumbuhan produksi kakao dan coklat olahan indonesia.
- 3) Menumbuhkan generasi penerus yang peka terhadap kearifan lokal dan pemanfaatanya untuk kesejahteraan masyarakat.

---

<sup>1</sup> <http://www.kampungcoklat.com/profile/> diakses pada tanggal 25 februari 2018 pukul 18:40

### 3. Struktur Organisasi PT. Kampung Coklat Blitar (Wisata Edukasi Kampung Coklat

**Tabel 4.1**

#### **Struktur organisasi PT KAMPUNG COKLAT**

<b>NO.</b>	<b>Nama</b>	<b>Jabatan</b>
1.	Samiyem	Komisaris
2.	Kholid Mustofa	Direktur Utama
3.	Mustakim	Direktur SDM
4.	Kamsun	Direktur Pengembangan
5.	Imam Bahrowi	Direktur Produksi
6.	Akhsin Al Fata	Direktur Operasional
7.	Edi Perwanto	Manager Front Office
8.	Rulia Dyah Agustin	Manager Keuangan
9.	Asry Nuril Hutami	Manager Edukasi
10.	Ayu Rustiana Sari	Manager Distribusi <sup>2</sup>

#### **B. Karakteristik Responden**

Sebelum dilakukan analisis, terlebih dahulu penulis akan menjelaskan mengenai data-data responden pengunjung yang digunakan sebagai sampel yang diambil responden pengunjung Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar berikut ini:

##### 1. Jenis Kelamin Responden

Adapun data mengenai jenis kelamin responden pengunjung Wisata Edukasi Kampung Coklat adalah sebagai berikut:

---

<sup>2</sup> Data diperoleh dari Manajer Operasional Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar pada tanggal 6 Februari 2018 pukul 12:30

**Tabel 4.2**  
**Jenis Kelamin Responden**

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1.	Laki-laki	21	42%
2.	Perempuan	29	58%
Total		50	100%

Berdasarkan keterangan tabel diatas, dapat diketahui tentang jenis kelamin responden pengunjung Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar yang diambil sebagai responden, yang menunjukkan bahwa jumlah responden laki-laki dan perempuan hampir seimbang dengan selisih 6% lebih banyak perempuan, yaitu sebanyak 29 orang, sedangkan sisanya adalah responden laki-laki sebanyak 21 orang.

## 2. Pekerjaan Responden

Adapun data mengenai pekerjaan responden pengunjung Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar sebagai berikut:

**Tabel 4.3**  
**Pekerjaan Responden**

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1.	Pelajar	11	22%
2.	Mahasiswa	14	28%
3.	Wiraswasta	15	30%
4.	PNS	3	6%
5.	Lain-lain	7	14%

Total	50	100%
-------	----	------

Berdasarkan keterangan pada tabel diatas dapat dijelaskan bahwa pengunjung Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar datang dari bermacam-macam profesi yang diambil sebagai responden. Namun responden yang diambil terbanyak adalah yang bekerja sebagai wiraswasta sebanyak 15 orang, dan responden lainnya pelajar 11 orang, mahasiswa 14 orang, PNS 3 orang dan lain-lain sebanyak 7 orang.

### 3. Usia Responden

Adapun data mengenai usia responden pengunjung Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.4**

#### **Usia Responden**

No.	Usia	Jumlah	Persentase
1.	10 – 20	16	32%
2.	21 – 30	18	36%
3.	31 – 40	11	22%
4.	41 – 50	5	10%
Total		50	100%

Berdasarkan keterangan pada tabel diatas memperlihatkan bahwa pengunjung Wisata Edukasi Kamung Coklat Blitar yang diambil sebagai responden datang dari berbagai kalangan usia.

Berdasarkan tabel tersebut, memberikan informasi bahwa mayoritas responden berusia 21 – 30 tahun yaitu sebanyak 18 orang, sedangkan yang berusia 10 – 20 tahun sebanyak 16 orang, usia 31 – 40 tahun sebanyak 11 orang dan yang berusia 41 – 50 tahun sebanyak 5 orang.

#### 4. Pendidikan Responden

Adapun data mengenai pendidikan pengunjung Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.5**

**Pendidikan Terakhir Responden**

No.	Pendidikan	Jumlah	Persentase
1.	SD	5	10%
2.	SMP	7	14%
3.	SMA	20	40%
4.	Diploma	5	10%
5.	Sarjana	13	22%
Total		50	100%

Berdasarkan keterangan pada tabel diatas memperlihatkan bahwa pengunjung Wisata Edukasi Kmpung Coklat yang diambil sebagai responden sebagian besar berpendidikan SMA. Berdasarkan tabel tersebut, memberikan informasi bahwa mayoritas responden berpendidikan SD sebanyak 5 orang, resonden yang berpendidikan SMP sebanyak 7 orang, responden yang berpendidikan Diploma sebanyak 5 orang, dan yang berpendidikan Sarjana sebanyak 13 orang.

### C. Deskripsi Variabel Penelitian

#### 1. Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

**Tabel 4.6**

**Tanggapan Responden Tentang Variabel Kualitas Pelayanan yang meliputi Daya Tanggap, Keandalan, Jaminan, Perhatian, Kemampuan Fisik.**

<b>Jawaban</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Tidak Setuju	6	2%
Tidak Setuju	11	4%
Ragu-ragu	39	16%
Setuju	144	58%
Sangat Setuju	50	20%
Total	250	100%

Data pada tabel diatas menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan yang diwakili oleh 5 item pertanyaan. Sebanyak 2% responden menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 4% responden menyatakan tidak setuju, yang menyatakan ragu-ragu sebanyak 16%. Sebanyak 58% responden menyatakan setuju. Dan sebanyak 20% responden menyatakan sangat setuju.

## 2. Variabel Hubungan Masyarakat (X2)

**Tabel 4.7**

**Tanggapan Responden Tentang Variabel Hubungan Masyarakat  
Meliputi Berita, Kegiatan Pelayanan Masyarakat, Media**

<b>Jawaban</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Tidak Setuju	4	2 %
Tidak Setuju	9	4 %
Ragu-ragu	47	19%
Setuju	122	49%
Sangat Setuju	68	27%
Total	250	100%

Data pada tabel diatas menunjukkan bahwa untuk variabel Hubungan masyarakat yang diwakili oleh 5 item pertanyaan sebanyak 2% responden menyatakan sangat tidak setuju, sedangkan 4% responden menyatakan tidak setuju, sebanyak 19% responden menyatakan ragu-ragu, 49% responden menyatakan setuju, dan 27% responden menyatakan sangat setuju.

## 3. Variabel Kepuasan Pengunjung

**Tabel 4.8**

**Tanggapan Responden Tentang Variabel Kepuasan Pengunjung  
yang Meliputi Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Faktor  
Emosional, Kemudahan dan Biaya**

<b>Jawaban</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Tidak Setuju	8	4%
Tidak Setuju	14	6%



Ragu-ragu	40	16%
Setuju	128	51%
Sangat Setuju	60	24%
Totalkepu	250	100%

Data pada tabel diatas menunjukkan bahwa untuk variabel kepuasan pengunjung yang diwakili oleh 5 item pertanyaan sebanyak 4% responden menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 6% responden menyatakan tidak setuju, sebanyak 16% responden menyatakan ragu-ragu, sebanyak 51% responden menyatakan setuju. Dan sebanyak 24% responden menyatakan sangat setuju

#### **D. Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen**

Untuk menguji validitas dan reabilitas instrument, penulis menggunakan analisis dengan SPSS. Berikut ini adalah hasil pengujian validitas dari data yang diperoleh oleh penulis. Untuk tingkat validitas dilakukan uji signifikansi dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel. Untuk degree of freedom (df) =  $n - 2$  dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Pada kasus ini besarnya df dapat dihitung  $50 - 2$  atau  $df = 48$  dengan alpha 0.05 didapat r tabel 0.2787, jika r hitung (untuk tiap-tiap butir pertanyaan dapat dilihat pada kolom corrected item total correlation) lebih besar dari r tabel dan nilai r positif, maka butir pertanyaan tersebut dikatakan valid

**Tabel 4.9****Hasil Uji Validitas Instrumen Kualitas Pelayanan (X1)**

<b>Variabel</b>	<b>Item Pertanyaan</b>	<b>Corrected Item Total Correlation</b>	<b>r Tabel</b>	<b>Keterangan</b>
<b>Kualitas pelayanan (X1)</b>	X1.1	0.594	0.278	Valid
	X1.2	0.429	0.278	Valid
	X1.3	0.676	0.278	Valid
	X1.4	0.634	0.278	Valid
	X1.5	0.726	0.278	Valid

Dari data tabel diatas dapat diketahui bahwa hasil uji validitas variabel kualitas pelayanan masing-masing item pertanyaan memiliki r hitung > dari r tabel (0.278) dan bernilai positif. Dengan demikian butir pertanyaan pada variabel kualitas pelayanan dikatakan valid.

**Tabel 4.10****Hasil Uji Validitas Instrumen *Public Relations* (X2)**

<b>Variabel</b>	<b>Item Pertanyaan</b>	<b>Corrected Item Total Correlation</b>	<b>r Tabel</b>	<b>Keterangan</b>
<b><i>Public Relations</i> (X2)</b>	X2.1	0.382	0.278	Valid
	X2.2	0.592	0.278	Valid
	X2.3	0.515	0.278	Valid
	X2.4	0.440	0.278	Valid
	X2.5	0.404	0.278	Valid

Dari data tabel diatas dapat diketahui bahwa hasil uji validitas variabel *public Relations* masing-masing item pertanyaan memiliki r hitung > dari r tabel (0.278) dan bernilai positif. Dengan demikian butir pertanyaan pada variabel *Public Relations* dikatakan valid.

**Tabel 4.11**

**Hasil Uji Validitas Instrumen Kepuasan Pengunjung (Y)**

Variabel	Item Pertanyaan	Corrected Item Total Correlation	r Tabel	Keterangan
<b>Kepuasan Pengunjung (Y)</b>	Y.1	0.473	0.278	Valid
	Y.2	0.382	0.278	Valid
	Y.3	0.477	0.278	Valid
	Y.4	0.689	0.278	Valid
	Y.5	0.712	0.278	Valid

Dari data tabel diatas dapat diketahui bahwa hasil uji validitas variabel Kepuasan Pengunjung masing-masing item pertanyaan memiliki r hitung > dari r tabel (0.278) dan bernilai positif. Dengan demikian butir pertanyaan pada variabel Kepuasan Pengunjung dikatakan valid.

**Tabel 4.12**

**Hasil Uji Reabilitas Instrumen**

Variabel	Reliabilitas Coefficient	Cronbach Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	5 Item Pertanyaan	0.818	Sangat Reliabel
<i>Public Relations</i>	5 Item Pertanyaan	0.698	Reliabel

(X2)			
Kepuasan Pengunjung (Y)	5 Item pertanyaan	0.772	Reliabel

Dari data tabel diatas dapat diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki Alpha Cronbach 0.818 diantara nilai Alpha Cronbach 0.81 s.d. 1.00 maka dikatakan kuesioner yang digunakan untuk menguji responden sangat reliabel. Untuk variabel Hubungan Masyarakat memiliki nilai Alpha Cronbach sebesar 0.698 yang berada diantara nilai alpha cronbach 0.61 s.d. 0.80 maka dikatakan kuesioner yang digunakan untuk menguji responden reliabel. Dan variabel yang terakhir kepuasan pengunjung memiliki nilai Alpha Cronbach sebesar 0.772 berada diantara nilai Alpha Cronbach 0.61 s.d 0.80 maka dapat dikatakan kuesioner yang digunakan untuk menguji responden reliabel.

## **E. Hasil Analisis Data**

### **1. Asumsi Klasik**

#### **a. Uji Normalitas**

Pada uji normalitas data menggunakan Kolmogorov-Smirnov yang dipadukan dengan kurva normal P-P Plots, maka untuk mengetahui normalitas data peneliti menyajikan tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.13**  
**Nilai Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov Untuk Kualitas**  
**Pelayanan (X1), Hubungan Masyarakat, dan Kepuasan**  
**Pengunjung**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Kualiatas_Pelay anan	Hubungan_Masy arakat	Kepuasan_Peng unjung
N		50	50	50
Normal	Mean	19.42	19.82	19.36
Parameters <sup>a</sup>	Std. Deviation	3.283	2.898	3.331
Most Extreme	Absolute	.189	.118	.162
Differences	Positive	.096	.102	.134
	Negative	-.189	-.118	-.162
Kolmogorov-Smirnov Z		1.337	.835	1.142
Asymp. Sig. (2-tailed)		.056	.488	.147
a. Test distribution is Normal.				

Tabel one sample kolmogorov smirnov Test diperoleh angka probabilitas atau Asym. Sig (2-tailed). Dengan nilai Asym. Sig (2-tailed) Kualitas Pelayanan (X1) sebesar 0.056 Hubungan Masyarakat (X2) Sebesar 0.488, dan Kepuasan Pengunjung (Y) sebesar 0.147 . nilai ini dibandingkan dengan 0.05 untuk pengambilan keputusan dengan pedoman bahwa, apabila nilai sig.

Atau signifikansi atau probabilitas  $< 0.05$  Distribusi data adalah tidak normal, dan apabila nilai sig. Atau signifikansi atau nilai probabilitas  $> 0.05$  distribusi data adalah normal. Sehingga dapat diambil keputusan bahwa data pendistribusian normal. Karena seluruh nilai Asym sig. Lebih dari 0.05.

b. Uji Multikolinearitas

**Tabel 4.14**

**Uji Multikolinearitas**

**Nilai Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov Untuk Kualitas**

**Pelayanan (X1), Hubungan Masyarakat, dan Kepuasan**

**Pengunjung**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.923	2.436		1.200	.236		
	Kualiatas_Pelayanan	.544	.129	.536	4.221	.000	.629	1.589
	Hubungan_Masyarakat	.296	.146	.258	2.028	.048	.629	1.589

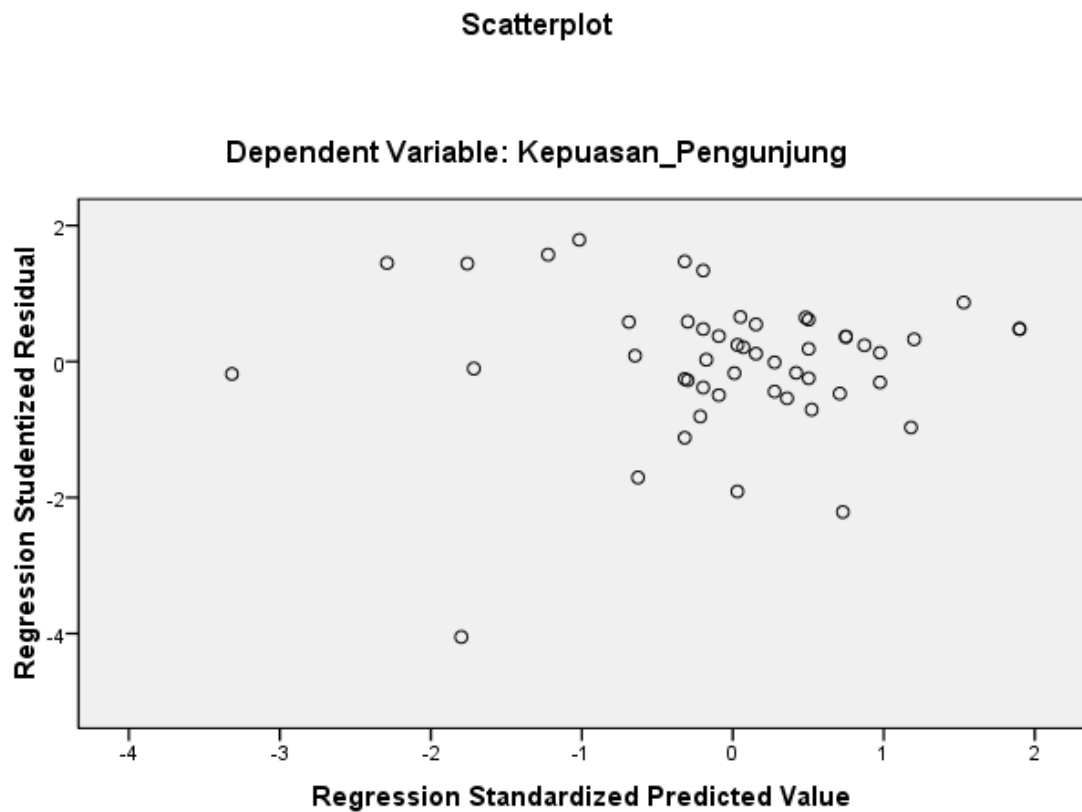
a. Dependent Variable:

Kepuasan\_Pengunjung

Dari hasil pengujian multikolinearitas yang dilakukan diketahui bahwa nilai *variance inflation factor* (VIF) dari kualitas pelayanan sebesar 1.589 dan variabel hubungan masyarakat sebesar 1.589 yang kedua-duanya lebih kecil dari 10, sehingga antar variabel independen tidak terjadi persoalan multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedasitas

Cara yang dapat digunakan untuk melihat adanya heterokedasitas adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel independen (ZPRED), dengan residualnya (SRESID). Sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi-Y sesungguhnya). Heterokedasitas dapat dilihat dari grafik, apabila grafik membentuk pola tertentu maka terjadi gejala heterokedasitas, dan apabila titik-titik menyebar maka tidak terjadi heterokedasitas.

**Gambar 4.1****Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Dari gambar diatas terlihat titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y, tidak ada pola tertentu yang teratur, oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi ini.



## 2. Uji Regresi Berganda

Penelitian ini menggunakan uji hipotesis regresi linier berganda yang akan diuji secara empirik untuk mencari hubungan fungsional dua variabel bebas dengan variabel terikat, dan guna meramalkan dua variabel bebas terhadap variabel terikat, hasil uji regresi linear berganda dalam penelitian ini dapat dilihat dalam tabel dibawah ini:

**Tabel 4.15**

### Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2.923	2.436		1.200	.236		
Kualiatas_Pelayanan	.544	.129	.536	4.221	.000	.629	1.589
Hubungan_Masyarakat	.296	.146	.258	2.028	.048	.629	1.589

a. Dependent Variable:

Kepuasan\_Pengunjung

l tabel diatas, maka didapat persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 2.923 + 0.544X_1 + 0.296X_2 + E \text{ atau Kepuasan pengunjung} = 4.044 + 0.544 (\text{Kualitas Pelayanan}) + 0.296 (\text{Hubungan Masyarakat})$$

Keterangan:

- a. Konstanta sebesar 2.923 menyatakan bahwa jika dalam keadaan konstanta (tetap) variabel kualitas pelayanan, dan hubungan masyarakat nilainya adalah 0 (tidak ada) maka minat nasabah nilainya positif sebesar 2.923.
- b. Koefisien regresi  $X_1$  (Kualitas Pelayanan) sebesar 0.544 menyatakan setiap penambahan (karena positif) 1 satu satuan pada variabel promosi, akan meningkatkan nilai minat nasabah sebesar 0.544 satu satuan.
- c. Koefisien regresi  $X_2$  (Hubungan Masyarakat) sebesar 0.296 menyatakan bahwa setiap kenaikan (karena positif) 1 satu satuan, preferensi akan meningkatkan kepuasan pengunjung sebesar 0.296 satu satuan.
- d. Tanda ( + ) menandakan arah hubungan yang searah, sedangkan tanda ( - ) menunjukkan arah hubungan yang berbanding terbalik antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y).

### 3. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji t dan uji f. Uji t digunakan untuk membuktikan pengaruh secara parsial variabel bebas terhadap variabel terikat. Sedangkan uji f digunakan untuk

membuktikan pengaruh secara bersama-sama variabel bebas terhadap variabel terikat.

a. Parsial (Uji Statistik t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel independen, dimana jika nilai t hitung lebih besar daripada t tabel maka uji regresi dikatakan signifikan. Atau dengan melihat angka signifikansinya. Jika nilai sig. Lebih kecil dari 0.05 maka secara parsial atau sendiri-sendiri variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Berdasarkan uji SPSS diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.16**

**UJI T**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2.923	2.436		1.200	.236		
Kualiatas_Pelayanan	.544	.129	.536	4.221	.000	.629	1.589
Hubungan_Masyarakat	.296	.146	.258	2.028	.048	.629	1.589

a. Dependent Variable:

Kepuasan\_Pengunjung

Diketahui bahwa untuk mencari t tabel yaitu tingkat kepercayaan dibagi 2 : jumlah responden dikurangi jumlah variabel bebas dikurangi satu. Jika nditulis dalam bentuk rumus maka t tabel =  $(0.05/2 : n-k-1) = (0.05/2 : 50-2-1) = (0.025 : 47)$  maka mencari t tabelnya pada baris ke 47 dan kolom 0.025. dan didapatkan t tabel sebesar 2.011. untuk mengetahui apakah hipotesis yang diajukan adalah signifikan atau tidak, maka perlu membandingkan antara t hitung dengan t tabel. Dimana jika nilai t hitung > t tabel, maka hipotesa dapat diterima, dan sebaliknya, jika t hitung < t tabel maka hipotesis 1 diatas tidak dapat diterima.

1) Hipotesis 1 yang berbunyi : Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung

Dari tabel diatas diketahui bahwa nilai t hitung adalah 4.221 sedangkan nilai t tabel adalah 2.011, hal ini berarti t hitung lebih besar dari pada t tabel. Dengan nilai signifikansi sebesar 0.000 lebih kecil dibandingkan dengan nilai signifikansi alpha yang telah ditetapkan yaitu 0.05. sehingga kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung.

2) Hipotesisi 2 yang berbunyi : Hubungan Masyarakat (*Public Relations*)s berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung

Dari tabel diatas diketahui bahwa nilai t hitung adalah 2.028 sedangkan nilai t tabel 2.011 hal ini berarti t hitung lebih besar dari pada t tabel. Dengan nilai signifikansi sebesar 0.048 lebih kecil dibandingkan dengan nilai signifikansi alpha yang telah ditetapkan yaitu 0.05. sehingga Hubungan Masyarakat (*Public Relations*) berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung.

### 3) Uji F (Simultan)

Uji simultan atau uji F adalah uji statistik yang digunakan untuk menilai apakah uji regresi yang dilakukan mempunyai pengaruh yang signifikan atau tidak, dimana jika nilai F hitung lebih besar daripada F tabel maka uji regresi dikatakan signifikan. Atau dengan melihat angka signifikansinya. Jika nilai sig. lebih kecil dari 0.05 maka secara simultan atau bersama-sama pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen adalah signifikan.

**Tabel 4.17****UJI F****ANOVA<sup>p</sup>**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	283.919	2	141.960	25.701	.000 <sup>a</sup>
Residual	259.601	47	5.523		
Total	543.520	49			

a. Predictors: (Constant), Hubungan\_Masyarakat, Kualitas\_Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan\_Pengunjung

Dari uji Anova atau uji F didapat F hitung sebesar 25.701 dan F tabel sebesar 3.20 (Dari perhitungan  $df_1 = k$  (adalah Jumlah variabel bebas) = 2 (dengan artian kolom ke 2) dan  $df_2 = n - k - 1 = 50 - 2 - 1 = 47$  (berarti baris ke 47)). Dengan demikian F hitung lebih besar daripada F tabel. Dengan tingkat signifikansi sebesar 0.000 (kurang dari 0.05), hasil uji statistik menunjukkan bahwa variabel independen (Kualitas pelayanan dan hubungan masyarakat) secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar.

Hal ini menunjukkan bahwa model regresi dapat digunakan untuk memprediksi Kepuasan pengunjung dalam berpariwisata ke Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar, dengan kata lain Hipotesis

3 H3 yang berbunyi “Kualitas pelayanan dan *Public Relation* secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung dalam berpariwisata ke Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar” dapat diterima.

#### 4. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi memiliki fungsi untuk mengetahui besarnya variasi variabel independen dalam menerangkan variabel dependen atau untuk menjelaskan sejauh mana kemampuan variabel independen (Kualitas Pelayanan dan *Public relations*) terhadap variabel dependen (Kepuasan Pengunjung).

Dari hasil penelitian melalui alat ukur statistik didapatkan nilai koefisien determinasi sebagai berikut :

**Tabel 4.18**

#### **Hasil Koefisien Korelasi dan Determinasi**

##### **Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.723 <sup>a</sup>	.522	.502	2.350

a. Predictors: (Constant), Hubungan\_Masyarakat, Kualitas\_Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan\_Pengunjung

Modal Summary pada tabel diatas adalah :

- a. Angka R sebesar 0.723 menunjukkan korelasi atau hubungan antara 2 variabel independen (Kualitas pelayanan dan *Public Relations*) terhadap kepuasan pengunjung dalam berpariwisata ke Wisata Edukasi Kampung Coklat adalah kuat.
- b. Angka R Square atau koefisien determinasi adalah 0.522 berasal dari  $(0.723 \times 0.723 = 0.522)$
- c. Adjusted R Square digunakan jika jumlah variabel independen lebih dari dua. Nilai Adjusted R square pada model ini adalah 0.502 hal ini berarti 50.2% variabel minat nasabah bisa dijelaskan variabel kualitas pelayanan dan Hubungan Masyarakat (*Public Relations*). Sisanya sebesar 49.8% (100% - 50.2%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian.
- d. Std. Error Of the Estimate sebesar 2.350, semakin kecil nilai Std. Error of the Estimate akan membuat regresi semakin tepat dalam memprediksi Variabel dependen.