

KATA PENGANTAR

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Produk Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung di Taman Wisata Telaga Patengan (Survei Pada Pengunjung Taman Wisata Telaga Patengan)” di susun untuk memperoleh temuan mengenai gambaran produk wisata dan keputusan berkunjung di Taman Wisata Telaga Patengan, serta untuk mengetahui pengaruh produk wisata terhadap keputusan berkunjung di Taman Wisata Telaga Patengan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini belum dapat dikatakan sempurna, hal ini dikarenakan keterbatasan pengetahuan, pengalaman, maupun kemampuan yang dimiliki. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, khususnya pembaca.

Bandung, September 2011

Nurwulan

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur Penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, tidak lupa shalawat dan salam tercurah pada Nabi Muhammad SAW. Dengan rahmat dan ridha-Nya sehingga Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Untuk itu dengan segala kerendahan hati, dengan penuh rasa hormat Penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Sunaryo Kartadinata, M.Pd., selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia.
2. Bapak Prof. Dr. H. Karim Suryadi, M.Si., selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Pendidikan Indonesia.
3. Ibu H.P. Diyah Setyorini, MM., selaku Ketua Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata dan pembimbing II penyusunan skripsi atas segala dedikasi beliau dalam memberikan bimbingan, saran, motivasi, kesabaran hati, dan ketelitian sehingga Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Dr. Vanessa Gaffar, SE., Ak., MBA., selaku Ketua Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata pada periode masa jabatan 2005-2010 atas segala dedikasi beliau pada Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata.
5. Ibu Dewi Pancawati N.,S.Pd, MM., selaku Koordinator Akademik Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata atas segala keikhlasan, kesabaran hati, serta ketelitian dalam mengatur dan membantu penyelenggaraan ujian sidang.

6. Bapak Dr. H. Suwatno, M.Si., selaku pembimbing I penyusunan skripsi atas segala dedikasi beliau dengan memberikan bimbingan, saran, motivasi, serta keikhlasan sehingga Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak Gitasiswhara, SE., Par.,MM., selaku pembimbing pra seminar atas segala keikhlasan, bimbingan, serta saran dalam menyelesaikan proposal pra seminar.
8. Bapak Dr. Lili Adi Wibowo, S.Sos., S.Pd., MM., selaku Dosen Mata Kuliah Riset Pemasaran Pariwisata di Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata yang telah banyak memberikan bekal ilmu pengetahuan selama perkuliahan.
9. Seluruh dosen dan staff di Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata yang telah membekali ilmu dan pengetahuan selama Penulis mengikuti perkuliahan.
10. Bapak Dadang Suryadi selalu siap dan sentiasa membantu dalam segala urusan administratif perkuliahan.
11. Seluruh Staff Balai Besar Konservasi Sumber Daya Alam (BBKSDA) Jawa Barat yang telah membantu, memberikan izin serta do'a kepada Penulis untuk melaksanakan penelitian di Taman Wisata Telaga Patengan
12. Sahabat-sahabat seperjuangan (Indri Irmayanti, Reli Trigantiarsyah S.Par, Nurul Andini S.Par, Lilis Nurhayati S.Par, Eniati S.Par, Fitriana Yulia S.Par, Annisa Hasanah S.Par, Adelina Kartika Sari S.Par, Yesi Asiah S.Par, Sri Utami) yang selalu memberi semangat, motivasi, keikhlasan, bantuan dan do'a.

13. Teman-Teman dilintas jurusan, angkatan maupun universitas (Fanji Lesmana S.Par, Maily Nisa Ayu Millatahaq, Harman Yusiwa S.Par, Fahmi Azhar S.Par, Wawan Kurniawan S.Par, Sri Juwita Kusumawadani, Dara Rubi, Yemima R.) yang memberi semangat, bantuan, motivasi dan do'a.
14. Sahabat-sahabat lintas generasi (Muhamad Yusuf Turnaji, Lani Yuanita, Adi Subagyo, Ahmad Fauzan, Heri Hermawan, Ageng Darmansyah) yang selslu menghibur, memberi semangat, bantuan, dan do'a
15. Teman-teman Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata 2006 atas suka dan duka selama perkuliahan sampai selesainya kebersamaan di bangku kuliah.
16. Rekan-rekan Puspa Iptek Sundial dan Kota Baru Parahyangan (Pak Joko, Pak Iwa Kustiwa, Wiwi Legiawati, Nurani H., Ayu Yulianti, Rima A.W., Disti Sofia, Fransiska N.C, Veleria Alice, Rahadian C., Syarip A.R., Evi Suryamin, Zajuliadi, Jajang, Pak Ano Supriyadi, Pak Mahmud, Pak Yan Marthiana) yang selama ini ada dalam suka maupun duka ketika bekerja bersama.
17. Seluruh pihak yang tidak dapat Penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan do'a dan membantu Penulis
Freddy Andri Yadi yang menjadi bagian dalam hidup penulis yang telah membantu, memberikan saran, motivasi, do'a, kesabaran hati, kasih sayang, serta keikhlasan selama ini baik suka maupun duka. Keluarga Besar Pak Barentsz Supriyadi (mama Tien Kartini, papap Barentz Supriyadi, Erick Ariyadi, Vicky Rafi Yadi, Chacha, Bi Lilis, Mang Yana) yang selalu menghibur, memberi do'a, semangat, motivasi dan bantuan.

Akhir kata ucapan ini terangkai untuk kedua Orangtua tercinta dan tersayang mamah Lilis Surtini dan alm. papap Asep yang telah membesarkan, merawat, mendidik, yang selalu memberi nasihat, perhatian, dukungan, do'a yang mengalir tiada henti dan semua yang telah dilakukan beliau untuk Penulis yang tidak ternilai harganya. Intan Purnama Sari, Shandra Permata Citra, dan Rizka Sugiharta adik-adikku tersayang yang selalu membantu, menghibur, dan memberi saran di saat suka maupun duka. Keluarga Besar Alm. Bapak Engko dan Keluarga Besar Alm. Bapak Enju Supendi yang memberikan kasih sayang, saran, motivasi, do'a dan mendidik selama ini.

Semoga kebaikan kemurahan hati dan do'a dari semua pihak yang telah membantu dibalas berlipat ganda oleh Allah SWT. Aamiin.

Bandung, Oktober 2011

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Kegunaan Penelitian	10
1.4.1 Kegunaan Teoritis	10
1.4.2 Kegunaan Praktis	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN	
HIPOTESIS	11
2.1 Kajian Pustaka	11
2.1.1 Produk Wisata	11
2.1.1.1 Produk Wisata dalam Pemasaran	11
2.1.1.2 Dimensi Produk Wisata	21

2.1.1.3 Wisata Alam	26
2.1.2 Keputusan Berkunjung	30
2.1.2.1 Perilaku Wisatawan	30
2.1.2.2 Proses Pengambilan Keputusan Berkunjung	32
2.1.2.3 Konsep Keputusan Berkunjung	37
2.1.3 Pengaruh Produk Wisata terhadap Keputusan Berkunjung	43
2.1.4 Penelitian Terdahulu dan Orisinalitas Penelitian	45
2.2 Kerangka Pemikiran	48
2.3 Hipotesis	53
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	58
3.1 Objek Penelitian	58
3.2 Metode Penelitian	59
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan	59
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	60
3.2.3 Sumber Data dan Alat Pengumpulan Data	65
3.2.3.1 Sumber Data.....	65
3.2.3.2 Alat Pengumpulan Data	67
3.2.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling	67
3.2.4.1 Populasi	67
3.2.4.2 Sampel	68
3.2.4.3 Teknik Sampling	70
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data	71
3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas	72

3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas	73
3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas	78
3.2.7 Rancangan Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	80
3.2.7.1 Rancangan Analisis Data	80
3.2.7.2 Pengujian Hipotesis	92
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	94
4.1 Profil dan Pengunjung Taman Wisata Telaga Patengan	94
4.1.1 Profil Taman Wisata Telaga Patengan	94
4.1.1.1 Identitas Taman Wisata Telaga Patengan	94
4.1.1.2 Sejarah Singkat Taman Wisata Alam Telaga Patengan	94
4.1.1.3 Produk dan Jasa yang Ditawarkan	96
4.1.2 Profil Pengunjung Taman Wisata Alam Telaga Patengan	97
4.1.2.1 Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Jenis Kelamin	97
4.1.2.2 Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Usia	98
4.1.2.3 Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Status Pernikahan	99
4.1.2.4 Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Pekerjaan	100
4.1.2.5 Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Rata-rata Pendapatan per bulan dan Pekerjaan	102
4.1.2.6 Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Asal Pengunjung	103
4.1.2.7 Pengalaman Pengunjung Berdasarkan Banyaknya Kunjungan	104

4.1.2.8	Pengalaman Pengunjung Berdasarkan Informasi yang Diperoleh Mengenai Taman Wisata Telaga Patengan	106
4.1.2.9	Pengalaman Pengunjung Berdasarkan Alasan Berkunjung ke Taman Wisata Telaga Patengan	107
4.1.2.10	Pengalaman Pengunjung Berdasarkan Alat Transportasi yang digunakan.....	109
4.1.2.11	Pengalaman Pengunjung Berdasarkan Lama Berkunjung ke Taman Wisata Telaga Patengan.....	110
4.1.2.12	Pengalaman Pengunjung Berdasarkan Jumlah Rekan yang Ikut	112
4.1.2.13	Pengalaman Pengunjung Berdasarkan Rekan yang Datang Bersama Pengunjung.....	113
4.1.2.14	Pengalaman Pengunjung Berdasarkan Keseluruhan Biaya untuk Berwisata ke Taman Wisata Telaga Patengan	114
4.1.2.15	Pengalaman Pengunjung Berdasarkan Daya Tarik Wisata Lain yang Dikunjungi Selain Taman Wisata Telaga Patengan	116
4.2	Pelaksanaan dan Gambaran Produk Wisata di Taman Wisata Telaga Patengan	117
4.2.1	Tanggapan Pengunjung Terhadap <i>Destination Attractions</i> di Taman Wisata Telaga Patengan	118
4.2.2	Tanggapan Pengunjung Terhadap <i>Destination Facilities and Service</i> di Taman Wisata Telaga Patengan	122
4.2.3	Tanggapan Pengunjung Terhadap <i>Accessibilities of Destinations</i> di Taman Wisata Telaga Patengan	127
4.2.4	Tanggapan Pengunjung Terhadap <i>Image of The Destinations</i> di Taman Wisata Telaga Patengan	131
4.2.5	Tanggapan Pengunjung Terhadap <i>Price to The consumers</i> di Taman Wisata Telaga Patengan	135
4.2.6	Rekapitulasi Tanggapan Pengunjung Terhadap Produk Wisata Alam di Taman Wisata Telaga Patengan.....	140

4.3 Pelaksanaan dan Gambaran Keputusan Berkunjung di Taman Wisata Telaga Patengan.....	144
4.3.1 Tanggapan Pengunjung Terhadap Pemilihan Produk di Taman Wisata Telaga Patengan	145
4.3.2 Tanggapan Pengunjung Terhadap Pemilihan Merek di Taman Wisata Telaga Patengan	148
4.3.3 Tanggapan Pengunjung Terhadap Pemilihan Waktu Berkunjung di Taman Wisata Telaga Patengan	150
4.3.4 Tanggapan Pengunjung Terhadap Pemilihan Jumlah Berkunjung di Taman Wisata Telaga Patengan	152
4.3.5 Rekapitulasi Tanggapan Pengunjung Terhadap Keputusan Berkunjung di Taman Wisata Telaga Patengan.....	154
4.4 Pengaruh Bauran Produk Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung di Taman Wisata Telaga Patengan.....	157
4.4.1 Kontribusi <i>Destination Attractions</i> Terhadap Keputusan Berkunjung di Taman Wisata Telaga Patengan.....	167
4.4.2 Kontribusi <i>Destination Attractions</i> Terhadap Keputusan Berkunjung di Taman Wisata Telaga Patengan.....	168
4.4.3 Kontribusi <i>Destination Attractions</i> Terhadap Keputusan Berkunjung di Taman Wisata Telaga Patengan.....	169
4.4.4 Kontribusi <i>Destination Attractions</i> Terhadap Keputusan Berkunjung di Taman Wisata Telaga Patengan.....	170
4.4.4 Kontribusi Produk Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung di Taman Wisata Telaga Patengan.....	171
4.5 Implikasi Hasil Temuan Penelitian	172
4.5.1 Temuan Penelitian Bersifat Teoritik	172
4.5.2 Temuan Penelitian Bersifat Empirik	178
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	179
5.1 Kesimpulan	179
5.2 Rekomendasi	182

DAFTAR PUSTAKA xix

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

No. Tabel		Halaman
1.1	Tingkat Kunjungan Wisatawan Provinsi Jawa Barat Tahun 2006 - 2010.....	1
1.2	Data Potensi Daya Tarik Wisata di Provinsi Jawa Barat.....	2
1.3	Tingkat Kunjungan Wisatawan di Taman Wisata Telaga Patengan Pada Tahun 2006 - 2010	5
2.1	Pengertian Produk Wisata Menurut Ahli	17
2.2	Pengertian Atraksi Wisata Menurut beberapa Ahli	21
2.3	Pengertian Keputusan Berkunjung Menurut Beberapa Ahli	38
2.4	Penelitian Terdahulu dan orisinalitas Penelitian	45
3.1	Operasionalisasi Variabel	60
3.2	Sumber dan Cara Penentuan Data	66
3.3	Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai R	75
3.4	Hasil Pengujian Validitas	75
3.5	Hasil Pengujian Reliabilitas	80
3.6	Kriteria Penafsiran Hasil Perhitungan Responden	83
4.1	Produk dan Jasa yang ditawarkan Taman Wisata Telaga Patengan	96
4.2	Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Jenis Kelamin	97
4.3	Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Usia.....	98
4.4	Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Status Pernikahan	100
4.5	Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Pekerjaan	101
4.6	Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Rata-rata Pendapatan per bulan dan Pekerjaan	102

4.7	Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Asal Pengunjung	103
4.8	Pengalaman Pengunjung Berdasarkan Banyaknya Kunjungan	105
4.9	Pengalaman Pengunjung Berdasarkan Informasi yang Diperoleh Mengenai Taman Wisata Telaga Patengan	106
4.10	Pengalaman Pengunjung Berdasarkan Alasan Berkunjung ke Taman Wisata Telaga Patengan	107
4.11	Pengalaman Pengunjung Berdasarkan Alat Transportasi yang digunakan	109
4.12	Pengalaman Pengunjung Berdasarkan Lama Berkunjung ke Taman Wisata Telaga Patengan	110
4.13	Pengalaman Pengunjung Berdasarkan Jumlah Rekan yang Ikut	112
4.14	Pengalaman Pengunjung Berdasarkan Rekan yang Datang Bersama Pengunjung	112
4.15	Pengalaman Pengunjung Berdasarkan Keseluruhan Biaya untuk Berwisata ke Taman Wisata Telaga Patengan	113
4.16	Pengalaman Pengunjung Berdasarkan Daya Tarik Wisata Lain yang Dikunjungi Selain Taman Wisata Telaga Patengan	116
4.17	Tanggapan Pengunjung Terhadap <i>Destination Attractions</i> di Taman Wisata Telaga Patengan	118
4.18	Tanggapan Pengunjung Terhadap <i>Destination Facilities and Service</i> di Taman Wisata Telaga Patengan	122
4.19	Tanggapan Pengunjung Terhadap <i>Accessibilities of Destinations</i> di Taman Wisata Telaga Patengan	127
4.20	Tanggapan Pengunjung Terhadap <i>Image of The Destinations</i> di Taman Wisata Telaga Patengan	131
4.21	Tanggapan Pengunjung Terhadap <i>Price to The consumers</i> di Taman Wisata Telaga Patengan	135
4.22	Rekapitulasi Tanggapan Pengunjung Terhadap Produk Wisata di Taman Wisata Telaga Patengan.....	140

4.23	Tanggapan Pengunjung Terhadap Pemilihan Produk di Taman Wisata Telaga Patengan	145
4.24	Tanggapan Pengunjung Terhadap Pemilihan Merek di Taman Wisata Telaga Patengan	148
4.25	Tanggapan Pengunjung Terhadap Pemilihan Waktu Berkunjung di Taman Wisata Telaga Patengan	150
4.26	Tanggapan Pengunjung Terhadap Pemilihan Jumlah Berkunjung di Taman Wisata Telaga Patengan	152
4.27	Rekapitulasi Tanggapan Pengunjung Terhadap Keputusan Berkunjung di Taman Wisata Telaga Patengan.....	154
4.28	Matriks Korelasi Antar Variabel Produk Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung di Taman Wisata Telaga Patengan.....	158
4.29	Pengujian Secara Simultan	159
4.30	Hasil Pengujian Koefisien Jalur.....	161
4.31	Matriks Korelasi Antar Variabel Produk Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung di Taman Wisata Telaga Patengan Menggunakan Model <i>Trimming</i>	162
4.32	Pengujian Secara Simultan Menggunakan Model <i>Trimming</i>	164
4.33	Hasil Pengujian Koefisien Jalur Menggunakan Model <i>Trimming</i>	165
4.34	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung dari <i>Destinations Attractions</i> Terhadap Keputusan Berkunjung di Taman Wisata Telaga Patengan Menggunakan Model <i>Trimming</i>	167
4.35	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung dari <i>Destinations Facilities and Service</i> Terhadap Keputusan Berkunjung di Taman Wisata Telaga Patengan Menggunakan Model <i>Trimming</i>	168
4.36	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung dari <i>Image of The Destinations</i> Terhadap Keputusan Berkunjung di Taman Wisata Telaga Patengan Menggunakan Model <i>Trimming</i>	169

4.37	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung dari <i>Price to The Consumers</i> Terhadap Keputusan Berkunjung di Taman Wisata Telaga Patengan Menggunakan Model <i>Trimming</i>	170
4.38	Hasil Pengujian Pengaruh Produk Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung di Taman Wisata Telaga Patengan Menggunakan Model <i>Trimming</i>	171



DAFTAR GAMBAR

No. Gambar		Halaman
2.1	Proses Pengambilan Keputusan Berkunjung	33
2.2	Tahap – Tahap Antara Evaluasi Alternatif dan Keputusan Berkunjung untuk Setiap Karakteristik Jasa	35
2.3	Kerangka Pemikiran Pengaruh Produk Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung di Taman Wisata Telaga Patengan	52
2.4	Paradigma Penelitian Pengaruh Produk Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung di Taman Wisata Telaga Patengan	53
3.1	Diagram Jalur Hipotesis	86
3.2	Diagram Jalur Sub Struktur Hipotesis.....	87
4.1	Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Jenis Kelamin	98
4.2	Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Usia.....	99
4.3	Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Status Pernikahan	100
4.4	Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Pekerjaan	101
4.5	Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Rata-rata Pendapatan per bulan dan Pekerjaan	103
4.6	Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Asal Pengunjung	104
4.7	Pengalaman Pengunjung Berdasarkan Banyaknya Kunjungan	105
4.8	Pengalaman Pengunjung Berdasarkan Informasi yang Diperoleh Mengenai Taman Wisata Telaga Patengan.....	107
4.9	Pengalaman Pengunjung Berdasarkan Alasan Berkunjung ke Taman Wisata Telaga Patengan	108
4.10	Pengalaman Pengunjung Berdasarkan Alat Transportasi yang digunakan	109
4.11	Pengalaman Pengunjung Berdasarkan Lama Berkunjung	

	ke Taman Wisata Telaga Patengan	111
4.12	Pengalaman Pengunjung Berdasarkan Jumlah Rekan yang Ikut.....	112
4.13	Pengalaman Pengunjung Berdasarkan Rekan yang Datang Bersama Pengunjung.....	114
4.14	Pengalaman Pengunjung Berdasarkan Keseluruhan Biaya untuk Berwisata ke Taman Wisata Telaga Patengan	115
4.15	Pengalaman Pengunjung Berdasarkan Daya Tarik Wisata Lain yang Dikunjungi Selain Taman Wisata Telaga Patengan	117
4.16	Tanggapan Pengunjung Terhadap <i>Destination Attractions</i> di Taman Wisata Telaga Patengan	119
4.17	Tanggapan Pengunjung Terhadap <i>Destination Facilities and Service</i> di Taman Wisata Telaga Patengan	124
4.18	Tanggapan Pengunjung Terhadap <i>Accessibilities of Destinations</i> di Taman Wisata Telaga Patengan	128
4.19	Tanggapan Pengunjung Terhadap <i>Image of The Destinations</i> di Taman Wisata Telaga Patengan	132
4.20	Tanggapan Pengunjung Terhadap <i>Price to The consumers</i> di Taman Wisata Telaga Patengan	137
4.21	Rekapitulasi Tanggapan Pengunjung Terhadap Produk Wisata di Taman Wisata Telaga Patengan.....	141
4.22	Tanggapan Pengunjung Terhadap Pemilihan Produk di Taman Wisata Telaga Patengan	147
4.23	Tanggapan Pengunjung Terhadap Pemilihan Merek di Taman Wisata Telaga Patengan	149
4.24	Tanggapan Pengunjung Terhadap Pemilihan Waktu Berkunjung di Taman Wisata Telaga Patengan	151
4.25	Tanggapan Pengunjung Terhadap Pemilihan Jumlah Berkunjung di Taman Wisata Telaga Patengan	153
4.26	Rekapitulasi Tanggapan Pengunjung Terhadap Keputusan Berkunjung di Taman Wisata Telaga Patengan.....	154
4.27	Diagram Jalur Pengujian Hipotesis.....	166