

No. Daftar FPIPS: 1258/UN.40.2.5.2/PL/2012

**PENGARUH *SERVICE DELIVERY* TERHADAP KEPUASAN
WISATAWAN DALAM MENGGUNAKAN PAKET
OUTBOUND DI OBJEK WISATA LINGGARJATI
INDAH KABUPATEN KUNINGAN
(Survey pada Wisatawan yang Menggunakan Paket *Outbound* di Objek
Wisata Linggarjati Indah Kabupaten Kuningan)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Menempuh Ujian Sidang Sarjana Pariwisata
Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata



Oleh
Mega Tresna Asih
0808235

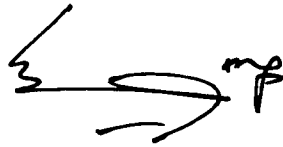
**FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
2012**

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH *SERVICE DELIVERY* TERHADAP KEPUASAN
WISATAWAN DALAM MENGGUNAKAN PAKET
OUTBOUND DI OBJEK WISATA LINGGARJATI
INDAH KABUPATEN KUNINGAN
(Survey pada Wisatawan yang Menggunakan Paket *Outbound* di Objek
Wisata Linggarjati Indah Kabupaten Kuningan)**

Skripsi ini Disetujui dan Disahkan Oleh:

Pembimbing I



Dr. Elly Malihah M.Si.,
NIP. 19660425 199203 2 002

Pembimbing II



Rini Andari, S.Pd., SE.Par., MM
NIP. 19810916 200812 2 002

Mengetahui,

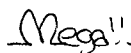
Ketua Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata
FPIPS Universitas Pendidikan Indonesia



Hp. Diah Setyorini, MM
NIP. 19761031 200812 2 001

Tanggung Jawab Yuridis

Ada Pada Penulis,



Mega Tresna Asih
NIM. 0808235

SKRIPSI INI DIUJI

Pada:

Hari/ Tanggal : Kamis, 30 Agustus 2012

Waktu : 08.00 s/d selesai

Tempat : Ruang Sidang 02 Lantai 2 FPIPS
Universitas Pendidikan Indonesia

Panitia Ujian terdiri dari:

Ketua : Prof. Dr. H. Karim Suryadi, M.Si

Sekretaris : HP. Diyah Setiyorini, MM

Anggota : Dr. Elly Malihah, M.Si

Prof. Dr. R. Gurniwan Kamil P, M.Si

Suharto, S.Pd.,M.A.P

Didin Sarifudin S.Pd

Penguji I : Dr. H. Hari Mulyadi

Penguji II : Gitasiswhara, SE.,Par.,MM

Penguji III : Marceilla Hidayat, BA (Hons), Par.,MM

AKU BISA ADALAH KARENA ALLAH, AKU TIDAK BISA
ADALAH MAKSUD ALLAH, KARENA ALLAH BISA

*Someday, you'll find me easily on google and wikipedia, as
a succesfull woman. I promise !! ☺*

Ketika seseorang berhenti bermimpi, nggak akan ada bedanya
dia dengan benda mati - @popokman

Orang bodoh adalah orang yang bertahan di dalam rumah saat
rumahnya terbakar. Orang bodoh juga adalah orang yang tidak
mau bertahan di rumah saat di luar banyak berkeliaran para
pemangsa - Zarry Hendrik

*"Sesungguhnya, terlalu perhatiannya orangtua kita adalah
gangguan terbaik yang pernah kita terima"*
Manusia Setengah Salmon - Raditya Dika

Skripsi ini kupersembahkan untuk:
mamah, mamah, mamah, bapak,
kedua kakak perempuanku, teh iyang dan teh nay
dan
adik kecilku tercinta, gugi



PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan pada skripsi dengan judul "**Pengaruh *Service Delivery* Terhadap Kepuasan Wisatawan Dalam Menggunakan Paket *Outbound* Di Objek Wisata Linggarjati Indah Kabupaten Kuningan**" (Survey pada Wisatawan yang Menggunakan Paket *Outbound* di Objek Wisata Linggarjati Indah Kabupaten Kuningan) beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri, dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan.

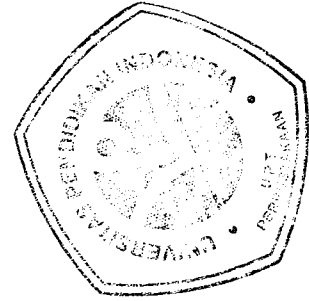
Berdasarkan pernyataan tersebut, saya siap menanggung resiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika-etika keilmuan dalam karya saya ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya ini.

Bandung, Agustus 2012



Mega Tresna Asih





ABSTRAK

Mega Tresna Asih (0808235), “Pengaruh *Service Delivery* terhadap Kepuasan Wisatawan yang Menggunakan Paket *Outbound* di Objek Wisata Linggarjati Indah Kabupaten Kuningan” (Survei pada Wisatawan yang Menggunakan Paket *Outbound* di Objek Wisata Linggarjati Indah Kabupaten Kuningan), dibawah bimbingan Dr. Elly Malihah M.Si. dan Rini Andari S.Pd.,SE.Par.,MM.

Pariwisata merupakan salah satu sektor perekonomian yang tumbuh menjadi industri yang memberikan devisa menguntungkan bagi suatu negara di dunia. Pengembangan dan pembangunan sektor pariwisata seharusnya bisa dijadikan pendapatan asli daerah dengan cara mengembangkan potensi yang sudah ada seperti keindahan alam dan kebudayaan dengan tujuan menarik minat wisatawan nusantara yang selanjutnya bisa dikenal oleh wisatawan mancanegara. Kabupaten Kuningan adalah salah satu daerah tujuan wisata yang memiliki banyak objek wisata berupa situs-situs peninggalan pada jaman dulu yang mempunyai nilai sejarah bagi Kabupaten Kuningan. Selain ditinjau dari sejarahnya, Kabupaten Kuningan merupakan daerah yang bisa dikembangkan sebagai kawasan ekowisata. Tidak jauh dari Gedung Perundingan Linggarjati, tersedia objek wisata alam sebagai pelengkap wisata Gedung Perundingan Linggarjati. Tempat tersebut dinamakan Objek Wisata Linggarjati Indah.

Pihak Objek Wisata Linggarjati Indah Kabupaten Kuningan berfokus pada upaya meningkatkan kepuasan wisatawan melalui sistem penyampaian jasa (*service delivery*). Kepuasan konsumen akan terpenuhi apabila proses penyampaian jasa dari penyedia jasa kepada konsumen sesuai dengan apa yang dipersepsikan wisatawan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran *service delivery*, gambaran tingkat kepuasan wisatawan dan pengaruh *service delivery* terhadap kepuasan wisatawan. Objek dalam penelitian ini adalah wisatawan yang menggunakan paket *outbound* di Objek Wisata Linggarjati Indah Kabupaten Kuningan. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *service delivery* (X). Sedangkan variabel terikat pada penelitian ini adalah kepuasan wisatawan (Y). Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif, dengan metode *explanatory survey*. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis regresi berganda dengan program SPSS 18.0. for windows. Hasil penelitian menunjukkan sub variabel *service delivery* yaitu *service facilities*, *personnel*, *roles* dan *scripts* berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan wisatawan yang menggunakan paket *outbound* di Objek Wisata Linggarjati Indah Kabupaten Kuningan. Sedangkan secara parsial hanya *personnel* dan *roles* yang berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

Kata Kunci: *Service Delivery*, Kepuasan Wisatawan



ABSTRACT

Mega Tresna Asih (0808235), "***The influence of service delivery towards the tourist satisfaction who using outbound package at Linggarjati Indah tourism object of Kuningan District***" (A survey on tourist who using outbound package at Linggarjati Indah Tourism Object of Kuningan District), under supervised by Dr. Elly Malihah M.Si. and Rini Andari S.Pd.,SE.Par.,MM.

Tourism is one sector of the economy that grew into the industry that provides income benefits for a country in the world. Development and construction of the tourism sector should be used as revenue by developing the existing potential of such natural beauty and culture with the aim of attracting tourists who could be known by foreign tourists. Kuningan district is one of tourist destination that has many attractions of heritage sites in earlier times that have historical value to the District of Kuningan. In addition to review of its history, District of Kuningan is an area that could be developed as a tourism object. Not far from the building of Linggarjati conference, there are available the natural attractions to complement the tourist area of Linggarjati building conference. The place is called Linggarjati Indah. The administrator of Linggarjati Indah of Kuningan District focuses on improving traveler satisfaction through a system of service delivery. Customer satisfaction will be filled if the process of delivering services from providers to consumers in accordance with what is perceived by tourists. This study aims to determine the picture of service delivery, picture of the level of tourist satisfaction and service delivery impact on tourist satisfaction. The object in this study is, that tourists are using outbound package of Linggarjati Indah of Kuningan District. The independent variable in this study is the service delivery (X). And the dependent variable in this study is the satisfaction of tourists (Y). This research uses descriptive and verified method, by the method of explanatory survey. The data analysis technique, the writer uses the technique of multiple regression analysis with SPSS 18.0 program for windows. The results showed that variables of service delivery service facilities, personnel, roles and scripts simultaneously affect the satisfaction of tourists who use the outbound package at Linggarjati Indah of Kuningan District. Whereas only partial personnel and roles that significantly influence tourist satisfaction.

Key words: service delivery, tourist satisfaction.



KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji serta syukur kehadirat Allah SWT, karena hanya berkat rahmat, taufik serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi yang berjudul "Pengaruh *Service Delivery* Terhadap Kepuasan Wisatawan Dalam Menggunakan Paket *Outbound* Di Objek Wisata Linggarjati Indah Kabupaten Kuningan".

Skripsi ini disusun untuk mengetahui gambaran mengenai *service delivery* Objek Wisata Linggarjati Indah Kabupaten Kuningan dan kepuasan wisatawan yang menggunakan paket *outbound* di Objek Wisata Linggarjati Indah Kabupaten Kuningan serta seberapa besar pengaruh di antara keduanya, baik secara simultan maupun parsial.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini jauh dari sempurna. Oleh sebab itu, penyusun menerima kritik serta saran yang membangun agar kesalahan yang sama tidak terulang kembali pada penyusunan laporan hasil penelitian berikutnya.

Bandung, Agustus 2012

Penulis



UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan taufik dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis banyak mendapatkan bantuan serta dukungan dari berbagai pihak dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, perkenankanlah penulis untuk menyampaikan rasa terima kasih 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 HP. Diyah Setyorini MM., selaku Ketua Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata Universitas Pendidikan Indonesia.
4. Ibu Dewi Pancawati N, S.Pd.,MM., selaku Koordinator Bidang Akademik Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata, yang telah memberikan bimbingan kepada penulis.
5. Ibu Dr. Elly Malihah M.Si., selaku Pembimbing I, yang telah memberikan bimbingan, mengarahkan serta memberikan motivasi kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

6. Ibu Rini Andari, S.Pd.,SE.Par.,MM. selaku Pembimbing II yang telah mencurahkan waktunya, memberi motivasi, dan membimbing serta memberi berbagai masukan terbaik bagi penulis dalam penyusunan skripsi ini.
7. Bapak Gitasiswhara, SE.Par.,MM., Bapak Oce Ridwanudin SE.,MM., Ibu Yeni Yuniawati, S.Pd dan segenap Dosen di Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata yang selalu memberikan berbagai pembelajaran, informasi, pengetahuan, bimbingan dan bantuan kepada penulis dalam menyelesaikan studi di Universitas Pendidikan Indonesia.
8. Bapak Dadang Suryadi selaku staf Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata yang telah membantu penulis dalam setiap urusan perkuliahan.
9. Bapak Ir. H. Kosasih WF selaku *General Manager* Objek Wisata Linggarjati Indah Kabupaten Kuningan yang telah membantu, memberikan informasi serta berbagai kemudahan kepada penulis.
10. Bapak Hasan Sofyan selaku *Manager* Objek Wisata Linggarjati Indah Kabupaten Kuningan Indah Kabupaten Kuningan yang telah membantu, memberikan informasi serta berbagai kemudahan kepada penulis.
11. Bapak Oji SF selaku *staff marketing* Objek Wisata Linggarjati Indah Kabupaten Kuningan yang telah membantu dan memberikan informasi kepada penulis selama penyusunan skripsi.
12. Ibu Shanti Umbara Dewi, S.IP, yang selalu memberikan semangat dan motivasi saat penulis melaksanakan Program Latihan Akademik (PLA) di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat.

Secara khusus, penulis menyampaikan hormat dan penghargaan yang mendalam kepada Ayahanda tercinta, Abdul Wahab dan Ibunda tersayang, Raohilah, terima kasih atas doa yang diberikan, dukungan baik moril maupun materiil, semangat, dan kasih sayang yang telah dicurahkan kepada penulis. Tak lupa penulis mengucapkan terima kasih kepada saudara-saudara:

1. Kedua kakakku tersayang, Dian Maolida Utami, S.Si dan Dini Arias Pitaloka, ST, adik kecilku Gugi Akbar Mahendra, kakak iparku Mas Edi Gunarto, S.Pd, dan keponakanku Fathina Awwalunajha yang memberikan keceriaan kepada penulis beserta keluarga besar yang telah memberikan doa dan dorongan serta kasih sayang yang tiada terhingga kepada penulis.
2. Sepupuku Intan Ratu Wulan, S.Pdi, terimakasih selalu mendengarkan keluhan, berbagi tawa dan canda serta memberikan dukungan dan do'anya.
3. Seluruh keluarga besar yang tidak bisa disebutkan satu persatu, kedua Almarhum Abah, Mi Wetan, Mi Enih dan Ma Uwa atas dukungan serta do'a yang selalu dipanjatkan untuk penulis.
4. Sahabat-sahabatku tersayang di kampus, Nurmala Dewi, Lissa Utami Dewi, David Nickolas Pintu Batu, Desi Aryanti, Rizka Putri Ananda, Rd. Lusy Dwi Maharani, Nena Kurnia Putri, S.Par dan Farina Novrianti, S.Par, terima kasih menjadi sahabat tempat berbagi suka dan duka selama perkuliahan, terima kasih untuk semua dukungan, kasih sayang, waktu, kenangan serta bantuan, semangat dan motivasi selama ini.

5. Teman-teman seperjuangan, Dina Nur Fathina dan Teh Siti Maspiyah (2005), yang saling membantu, memotivasi dan mendoakan selama proposal skripsi, seminar proposal, hingga penyusunan skripsi ini selesai.
6. Teman-teman MPP 2008, Anasti Desliana, S.Par, Liana Sukmawati, M.Ikhfar Tsalahudin, Diany Junita Chandra, Wahyuni Nofianti, Yulvina Kusuma Putri, Conny Maharani, Riane Rahayu, Rakhmat Wahyu Winangun, Azmi Pringadi, Masroulina Septiani dan Fadilla Shanny serta seluruh mahasiswa MPP 2008 yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terima kasih atas motivasi dan doa yang diberikan.
7. Kakak tingkat penulis, Untung Novianto, S.Par, Fahry Ahmad, S.Par, Merliyani M dan Nissa Dwi Utami, terima kasih atas masukan, waktu, doa dan motivasi yang telah diberikan.
8. Teman-teman KKN Surgawi 2011, Desa Wangunsari Kecamatan Lembang, terima kasih atas 40 hari yang memberikan banyak cerita. Semoga silaturahmi kita tetap terjaga.
9. Sahabat terbaik, Okky Ade Chandra dan Yana Maliyana, terima kasih atas nasehat, masukan, kenangan serta keceriaan yang selalu membuat penulis termotivasi.
10. Sahabat-sahabat alumni SMA N 7 Cirebon, angkatan 2005, khususnya IPA 3, Ekka Putri Oktavani, Siti Julaeha, Isnar Nurul Alfiyah, Rina Fitriani, Muhammad Luqmanul Alim, Imam Nurrohim, Adhietya Nugroho dan Punky Wahyuni Noor, terima kasih atas doa dan motivasi yang diberikan.

11. Sahabat-sahabat alumni SMP N 1 Mandirancan, angkatan 2002, Erna Septiana, SE, Ina Marlina, Lely Lidiastuti, Ferry Pradana Bella Supati, Galih Pratomo, Rika Rifqiyatul Hikmah, SE dan Victor Ismiya Nugraha, terima kasih atas doa yang selalu dipanjatkan.
12. Semua mahasiswa MPP angkatan 2005, 2006, 2007, 2008, 2009, 2010 dan 2011, serta semua pihak yang telah banyak membantu dan memberikan masukan kepada penulis selama penulisan skripsi ini.

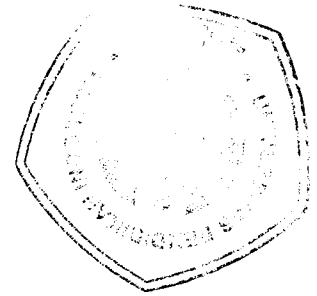
Penulis berharap semoga amal baik yang telah diberikan kepada penulis mendapat imbalan yang setimpal dari Allah SWT, dan semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi kita semua serta bisa memberikan perkembangan bagi semuanya.

Amin Ya Rabbal A'lam.

Bandung, Agustus 2012

Mega Tresna Asih

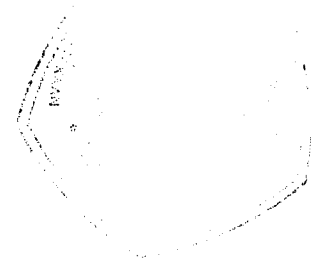




DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Kegunaan Penelitian	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	15
2.1 Kajian Pustaka.....	15
2.1.1 <i>Service Delivery</i>	15
2.1.1.1 <i>Service Delivery</i> bagian dari Pemasaran Jasa	15
2.1.1.2 <i>Service Delivery</i> bagian dari <i>Consumer Behavior</i>	21
2.1.1.3 Konsep <i>Outbound</i>	25
2.1.1.4 Konsep <i>Service Delivery</i>	29
2.1.1.5 Penyebab Kegagalan <i>Service Delivery</i>	38
2.1.1.6 Dimensi <i>Service Delivery</i>	40
2.1.2 Kepuasan Wisatawan	41
2.1.2.1 Definisi Kepuasan Wisatawan.....	41
2.1.2.2 Tipe Kepuasan Wisatawan....	52
2.1.2.3 Model Pengukuran Kepuasan Wisatawan	53
2.1.3 Pengaruh <i>Service Delivery</i> terhadap Kepuasan Wisatawan.....	57
2.1.4 Resume Penelitian Terdahulu dan Orisinalitas Penelitian	64
2.2 Kerangka Pemikiran	66





DAFTAR TABEL

No	Judul Tabel	Hal
1.1	Pertumbuhan Wisatawan Mancanegara dan Wisatawan Nusantara ke Objek Wisata Di Provinsi Jawa Barat Tahun 2006-2010.....	2
1.2	Data Pengunjung Objek Wisata Kabupaten Kuningan Tahun 2009-2011	5
1.3	Data Pengunjung Wisatawan Nusantara Objek Wisata Linggarjati Indah Kabupaten Kuningan Tahun 2005-2011	6
1.4	Paket <i>Outbound</i> di Objek Wisata Linggarjati Indah	8
1.5	Persentase Wisatawan yang Menggunakan Paket <i>Outbound</i> di Objek Wisata Linggarjati Indah.....	8
2.1	<i>The Three Stages Model Service Consumption</i>	23
2.2	Definisi <i>Service Delivery</i> Menurut Beberapa Ahli	35
2.3	Definisi Kepuasan Wisatawan Menurut Beberapa Ahli	41
2.4	Tipe-tipe Kepuasan dan Ketidakpuasan Konsumen	52
2.5	Kriteria Kepuasan Wisatawan	56
2.6	Penelitian Terdahulu yang Berkaitan dengan Masalah Penelitian.....	66
3.1	Operasionalisasi Variabel Penelitian	76
3.2	Jenis dan Sumber Data.....	87
3.3	Populasi Penelitian.....	89
3.4	Jumlah Proporsional Sampel Responden Penelitian.....	90
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	93
3.6	Pedoman Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi.....	96
3.7	Hasil Pengujian Validitas.....	96
3.8	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian	103
4.1	Tarif Fasilitas Objek Wisata Linggarjati Indah	120
4.2	Profil Wisatawan Objek Wisata Linggarjati Indah Kabupaten Kuningan Berdasarkan Asal Kota	122
4.3	Profil Wisatawan Objek Wisata Linggarjati Indah Kabupaten Kuningan Berdasarkan Jenis Kelamin.....	124
4.4	Profil Wisatawan Objek Wisata Linggarjati Indah Kabupaten Kuningan Berdasarkan Usia	125

4.5	Profil Wisatawan Objek Wisata Linggarjati Indah Kabupaten Kuningan Berdasarkan Pekerjaan.....	126
4.6	Profil Wisatawan Objek Wisata Linggarjati Indah Kabupaten Kuningan Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	128
4.7	Profil Wisatawan Objek Wisata Linggarjati Indah Kabupaten Kuningan Berdasarkan Uang Saku/Pendapatan Perbulan.....	129
4.8	Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Frekuensi Berkunjung ke Objek Wisata Linggarjati Indah Kabupaten Kuningan.....	131
4.9	Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Sumber Informasi Mengenai Objek Wisata Linggarjati Indah Kabupaten Kuningan.....	132
4.10	Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Alasan Wisatawan Berkunjung ke Objek Wisata Linggarjati Indah Kabupaten Kuningan.....	134
4.11	Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Alasan Wisatawan Memilih Objek Wisata Linggarjati Indah Kabupaten Kuningan.....	135
4.12	Komposisi Wisatawan yang Menggunakan Paket <i>Outbound</i> Di Objek Wisata Linggarjati Indah Kabupaten Kuningan Dilihat Dari Usia dan Jenis Kelamin.....	137
4.13	Komposisi Wisatawan yang Menggunakan Paket <i>Outbound</i> Di Objek Wisata Linggarjati Indah Kabupaten Kuningan Dilihat Dari Pekerjaan dan Uang Saku/Pendapatan Perbulan.....	139
4.14	Tanggapan Wisatawan Objek Wisata Linggarjati Indah Kabupaten Kuningan Terhadap <i>Service Facilities</i>	141
4.15	Tanggapan Wisatawan Objek Wisata Linggarjati Indah Kabupaten Kuningan Terhadap <i>Personnel</i>	147
4.16	Tanggapan Wisatawan Objek Wisata Linggarjati Indah Kabupaten Kuningan Terhadap <i>Roles</i>	153
4.17	Tanggapan Wisatawan Objek Wisata Linggarjati Indah Kabupaten Kuningan Terhadap <i>Scripts</i>	157
4.18	Rekapitulasi Tanggapan Wisatawan Objek Wisata Linggarjati Indah Kabupaten Kuningan Mengenai Program <i>Service Delivery</i> yang Diterima (<i>Perceived</i>).....	164

4.19	Tanggapan Wisatawan Objek Wisata Linggarjati Indah Kabupaten Kuningan Terhadap <i>Service Facilities</i>	165
4.20	Tanggapan Wisatawan Objek Wisata Linggarjati Indah Kabupaten Kuningan Terhadap <i>Personnel</i>	171
4.21	Tanggapan Wisatawan Objek Wisata Linggarjati Indah Kabupaten Kuningan Terhadap <i>Roles</i>	176
4.22	Tanggapan Wisatawan Objek Wisata Linggarjati Indah Kabupaten Kuningan Terhadap <i>Scripts</i>	180
4.23	Rekapitulasi Tanggapan Wisatawan Objek Wisata Linggarjati Indah Kabupaten Kuningan Mengenai Program <i>Service Delivery</i> yang Diharapkan (<i>Expected</i>).....	187
4.24	Tanggapan Wisatawan yang Menggunakan Paket <i>Outbound</i> di Objek Wisata Linggarjati Indah Kabupaten Kuningan Terhadap Kepuasan Dari Program <i>Service Delivery</i>	189
4.25	Hasil Uji Multikolinearitas	196
4.26	<i>Output</i> Pengaruh <i>Service Delivery</i> Terhadap Kepuasan Wisatawan yang Menggunakan Paket <i>Outbound</i> di Objek Wisata Linggarjati Indah Kabupaten Kuningan	197
4.27	<i>Output</i> ANOVA.....	198
4.28	<i>Output</i> Koefisien Regresi.....	199
4.29	Matriks Korelasi Antar Variabel <i>Service Delivery</i> Dengan Kepuasan.....	203



DAFTAR GAMBAR

No	Judul Gambar	Hal
1.1	Persentase Kunjungan Wisatawan Berdasarkan Atraksi Wisata Di Objek Wisata Linggarjati Indah	7
1.2	Persentase Kepuasan Wisatawan Dalam Menggunakan Paket <i>Outbound</i> Di Objek Wisata Linggarjati Indah Kabupaten Kuningan.....	10
2.1	<i>Four Service Characteristic</i>	16
2.2	Tiga Jenis Pemasaran Jasa	17
2.3	<i>Level of Customer Contact with Service Organizations</i>	30
2.4	<i>The Servuction Model</i>	33
2.5	<i>The Gaps Model</i>	38
2.6	Model Kepuasan Pelanggan.....	43
2.7	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi Pelanggan Terhadap Jasa	46
2.8	<i>An Expectancy Disconfirmation Approach To Satisfaction</i>	51
2.9	Kerangka Pemikiran Pengaruh <i>Service Delivery</i> terhadap Kepuasan Wisatawan dalam Menggunakan Paket <i>Outbound</i> Di Objek Wisata Linggarjati Indah.....	70
2.10	Paradigma Penelitian Pengaruh <i>Service Delivery</i> terhadap Kepuasan Wisatawan dalam Menggunakan Paket <i>Outbound</i> Di Objek Wisata Linggarjati Indah.....	71
3.1	Regresi Berganda.....	109
4.1	Profil Wisatawan Objek Wisata Linggarjati Indah Kabupaten Kuningan Berdasarkan Asal Kota	123
4.2	Profil Wisatawan Objek Wisata Linggarjati Indah Kabupaten Kuningan Berdasarkan Jenis Kelamin.....	124
4.3	Profil Wisatawan Objek Wisata Linggarjati Indah Kabupaten Kuningan Berdasarkan Usia	126
4.4	Profil Wisatawan Objek Wisata Linggarjati Indah Kabupaten Kuningan Berdasarkan Pekerjaan.....	123
4.5	Profil Wisatawan Objek Wisata Linggarjati Indah Kabupaten Kuningan Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	129

4.6	Profil Wisatawan Objek Wisata Linggarjati Indah Kabupaten Kuningan Berdasarkan Uang Saku/Pendapatan Perbulan	130
4.7	Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Frekuensi Berkunjung ke Objek Wisata Linggarjati Indah Kabupaten Kuningan	132
4.8	Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Sumber Informasi Mengenai Objek Wisata Linggarjati Indah Kabupaten Kuningan	133
4.9	Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Alasan Wisatawan Berkunjung ke Objek Wisata Linggarjati Indah Kabupaten Kuningan.....	135
4.10	Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Alasan Wisatawan Memilih Objek Wisata Linggarjati Indah Kabupaten Kuningan	136
4.11	Komposisi Wisatawan yang Menggunakan Paket <i>Outbound</i> Di Objek Wisata Linggarjati Indah Kabupaten Kuningan Dilihat Dari Usia dan Jenis Kelamin.....	138
4.12	Komposisi Wisatawan yang Menggunakan Paket <i>Outbound</i> Di Objek Wisata Linggarjati Indah Kabupaten Kuningan Dilihat Dari Pekerjaan dan Uang Saku/Pendapatan Perbulan	140
4.13	Garis Kontinum Tanggapan Wisatawan Objek Wisata Linggarjati Indah Kabupaten Kuningan Terhadap <i>Service Facilities</i>	147
4.14	Garis Kontinum Tanggapan Wisatawan Objek Wisata Linggarjati Indah Kabupaten Kuningan Terhadap <i>Personnel</i>	152
4.15	Garis Kontinum Tanggapan Wisatawan Objek Wisata Linggarjati Indah Kabupaten Kuningan Terhadap <i>Roles</i>	156
4.16	Garis Kontinum Tanggapan Wisatawan Objek Wisata Linggarjati Indah Kabupaten Kuningan Terhadap <i>Scripts</i>	163
4.17	Garis Kontinum Tanggapan Wisatawan Objek Wisata Linggarjati Indah Kabupaten Kuningan Terhadap <i>Service Facilities</i>	170
4.18	Garis Kontinum Tanggapan Wisatawan Objek Wisata Linggarjati Indah Kabupaten Kuningan Terhadap <i>Personnel</i>	175
4.19	Garis Kontinum Tanggapan Wisatawan Objek Wisata Linggarjati Indah Kabupaten Kuningan Terhadap <i>Roles</i>	180

4.20	Garis Kontinum Tanggapan Wisatawan Objek Wisata Linggarjati Indah Kabupaten Kuningan Terhadap <i>Scripts</i>	186
4.21	<i>Histogram Dependent Variable</i> Kepuasan Wisatawan yang Menggunakan Paket <i>Outbound</i> Di Objek Wisata Linggarjati Indah Kabupaten Kuningan.....	193
4.22	<i>Normal Probability Plot</i>	194
4.23	Uji Asumsi Heteroskedastisitas	195



DAFTAR PUSTAKA

- Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kuningan. 2012. Data dan Informasi Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kuningan. Kuningan.
- Duwi Priyanto. 2011. *Buku Saku SPSS, Analisis Statistik Data*. Jakarta: PT. Buku Seru.
- Eva Ratna Sari. 2009. *Pengembangan Wisata Kawasan Linggarjati Tahun 1996-2006*: Skripsi Sarjana Fakultas Ilmu Budaya UNDIP, UNDIP Semarang: tidak diterbitkan.
- Fandy Tjiptono. 2011. Pemasaran Jasa. Sleman: Bayu Media.
- _____ dan Gregorius Chandra. 2008. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Farida Jasfar. 2009. *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*. Ciawi Bogor: Ghalia Indonesia
- Hannie. 2008. Analisis Keamanan dan Kualitas Pelayanan Pada PT. Vayatour Dengan Metode *Customer Satisfaction Index (CSI)*. Bekasi: tidak diterbitkan
- Hendra Hermawan. 2010. *Analisis Purchase and Service Encounter Cost di Grand Pasundan Convention Hotel Terhadap Kepuasan Tamu*. Skripsi Sarjana Pariwisata FPIPS UPI. Bandung; tidak diterbitkan.
- Hoyer and Macinnis. 2008. *Consumer Behavior* 5th ed. South-Western, Cengage Learning.
- Husein Umar. 2009. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi Kedua*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Iqbal Hasan. 2009. *Analisis Data Penelitian Statistik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kaihatu, Thomas Stefanus. 2010. *Analisa Kesenjangan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Pengunjung Plaza Tunjungan Surabaya*. Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Petra, Surabaya.
- Kotler and Armstrong. 2012. *Principles of Marketing* 14th ed. Pearson Hall. New Jersey.
- _____ and Keller. 2012. *Marketing Management* 14th ed. Pearson Hall. New Jersey.
- Kurtz, D. L, and Boone. 2011. *Principles of Contemporary Marketing*. International Edition.
- Lovelock, Christopher and Laurant Wirtz. 2011. *Service Marketing* 7th ed. Pearson Hall. New Jersey.
- _____, _____ and Lauren Wright. 2002. *Principles of marketing and management, second edition*. Phipe Prentice Hall.
- Lucas, R. W. 2009. *Customer Service Skills for Success* 4th ed. The McGraw-Hill. International Edition.
- Morrison, A. M. 2010. *Hospitality and Travel Marketing* 4th ed. Delmar Cengage Learning.
- Peter, J. Paul and Olson, Jerry C. 2010. *Consumer Behavior & Marketing Strategy* 9th ed. The McGraw-Hill. International Edition.
- Rangkuti, Freddy. 2006. *Measuring Customer Satisfaction*. Jakarta: PT. Sun

- Ryan Kurniawan, SE., MM. *Pengaruh Kinerja Penyampaian Jasa (Service Delivery) terhadap Nilai Pelanggan (Customer Value) serta Implikasinya Pada Loyalitas Pelanggan (Suatu Studi Pada Pelanggan Hotel Savoy Homann Bandung)*.
- Riduwan, Dr. M.B.A. 2009. *Pengantar Statistika Sosial*. Bandung: Alfabeta
- Schiffman, Leon. G and Lazer, Leslie. 2010. *Consumer Behavior*, 10th ed. Pearson
- Suwantoro, Gamal. 2004. *Dasar-Dasar Pariwisata*. Andi: Yogyakarta
- Ulber Silalahi. 2009. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama
- Solomon, Marshall, Stuart. 2009. *Marketing* 6th ed, (*Real People, Real Choices*). Pearson. International Edition.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- _____. 2011. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Suharsimi Arikunto. 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek* (edisi revisi 2010). Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Swink, Melnyk, Cooper, and Hartley. 2011. *Managing Operations Across The Chain*. The McGraw-Hill. International Edition.
- Uma Sekaran. 2008. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis, Edisi 4*. Yogyakarta: Salemba.
- Undang-Undang Kepariwisata No. 10 (2009).
- Walker, Orville C dan John W. Mullins. 2011. *Marketing Strategy A Decision Focused Approach* 7th ed. The McGraw-Hill. International Edition.
- Yoeti, Oka A. 2008. *Tours and Travel Management*. PT. Pradnya Paramita: Jakarta
- Zeithaml, V.A., M.J. Bitner. 2009. *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* 5th ed. Mc-Graw-Hill. Boston.

Internet:

analisis.vivanews.com
kerockan.blogspot.com
rahmat-adventure.blogspot.com
www.bps.com
www.kabarbisnis.com
www.kimpraswil.go.id
www.linggarjati-indah.co.id
www.tempointeraktif.com
www.westjava-indonesia.com