



**PENGARUH PENGGUNAAN *E-TICKET* TERHADAP
KEPUASAN WISATAWAN PADA OBJEK WISATA
ISTANO BASA PAGARUYUNG**

SKRIPSI

*Ditulis Sebagai Syarat Mendapat Gelar Sarjana (S1)
Pada Jurusan Pariwisata Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam*

Oleh:

NABILA KHAIRUNNISA
NIM. 1830406019

**JURUSAN PARIWISATA SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
BATUSANGKAR
2022**

ABSTRAK

NABILA KHAIRUNNISA, NIM: 1830406019, Judul Skripsi “Pengaruh Penggunaan *E-ticket* Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Objek Wisata Istano Basa Pagaruyung”, Jurusan Pariwisata Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan *e-ticket* terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata Istano Basa Pagaruyung. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penggunaan *e-ticket* sebagai variabel independent/bebas dan variabel kepuasan wisatawan sebagai variabel dependent/terikat.

Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan uji regresi linear sederhana, yaitu untuk mengetahui pengaruh secara langsung antar variabel. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh wisatawan yang berkunjung ke Istano Basa Pagaruyung. Sampel penelitian berjumlah 100 responden karena menggunakan teknik pengambilan sampel *probability sampling* dengan jenis sampling insidental yang merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner dengan *skala likert* yang telah teruji validitas dan reliabilitasnya. Data diolah dengan menggunakan program aplikasi SPSS versi 25.

Hasil penelitian didapatkan bahwa penggunaan *e-ticket* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

Kata Kunci: Objek Wisata, *E-ticket*, Kepuasan Wisatawan

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah segala puji syukur peneliti ucapkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya peneliti dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Penggunaan *E-ticket* Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Objek Wisata Istano Basa Pagaruyung”**. Shalawat beserta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarganya, semoga kita tergolong kepada umat yang akan diberikan syafaat di akhirat nanti.

Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Jurusan Pariwisata Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar. Pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada keluarga terkhusus untuk kedua orang tua tercinta, yakni ibunda Refdawati dan ayahanda Feri Nelson yang telah membesarkan dan mendidik peneliti dengan penuh cinta dan kasih sayang, serta tak henti-hentinya memberikan dukungan dan do'a sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.

Selanjutnya ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan baik materil maupun non-materil, maka dari itu peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Marjoni Imamora, M. Sc selaku Rektor IAIN Batusangkar.
2. Bapak Dr. H. Rizal, M. Ag., CRP[®] selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Batusangkar.
3. Bapak Fitra Kasma Putra, M.Kom selaku Ketua Jurusan Pariwisata Syariah beserta staf yang telah memberikan kemudahan dalam pengurusan surat menyurat dan memberikan fasilitas selama perkuliahan.
4. Ibu Rini Anita, M.Pd selaku pembimbing akademik dan pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan arahan akademik serta dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Siska Mandalia, S.S.M.B.A selaku penguji skripsi yang telah memberikan masukan dan saran sehingga penulis bisa mengetahui kesalahan dan

memperbaiki kesalahan pada skripsi ini, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan benar.

6. Seluruh staf pengajar, teknisi dan administrasi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar yang telah membantu penulis selama menempuh pendidikan.
7. Pihak Dinas Pariwisata Tanah Datar dan pihak Istano Basa Pagaruyung yang telah bersedia memberikan izin penelitian sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Abang, kakak, dan adik penulis yang telah memberikan do'a dan dukungan kepada peneliti dalam penulisan skripsi ini.
9. Seluruh rekan-rekan Jurusan Pariwisata Syariah angkatan 18 yang telah membantu memberikan informasi dan memberikan dukungan dalam penulisan skripsi ini.
10. Berbagai pihak yang telah membantu penulis untuk menyelesaikan penelitian ini.

Penulis sadar bahwasanya skripsi ini jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritikan dan saran yang bersifat membangun sangat peneliti harapkan untuk kesempurnaan skripsi ini. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua, sehingga ilmu yang telah didapatkan bermanfaat bagi semua pihak. *Aamin Ya Rabbal'alamin*

Batusangkar, Juli

2022

Peneliti,

Nabila Khairunnisa
NIM. 1830406019

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	5
C. Batasan Masalah.....	5
D. Rumusan Masalah.....	5
E. Tujuan Penelitian.....	5
F. Manfaat Penelitian dan Luaran Penelitian.....	5
BAB II KAJIAN TEORI	7
A. Landasan Teori.....	7
1. Pariwisata.....	7
a. Pengertian Pariwisata.....	7
b. Objek Wisata.....	9
c. Fasilitas Wisata.....	10
2. Tiket Elektronik.....	12
a. Pengertian Tiket Elektronik (<i>E-ticket</i>).....	12
b. Kelebihan dan Kekurangan Tiket Elektronik (<i>E-ticket</i>).....	13
c. Aspek Tiket Elektronik.....	14
3. Kepuasan Wisatawan.....	18
a. Pengertian Kepuasan Wisatawan.....	18
b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Wisatawan.....	19
c. Metode Mengukur Kepuasan Wisatawan.....	19
d. Indikator Kepuasan Wisatawan.....	20
e. Hubungan Penggunaan <i>E-ticket</i> terhadap Kepuasan Wisatawan.....	21
4. Istano Basa Pagaruyung.....	22
a. Sejarah Istano Basa Pagaruyung.....	22

b. Arti dan Makna.....	23
B. Kajian Penelitian yang Relevan.....	29
C. Kerangka Berfikir.....	31
D. Hipotesis.....	32
BAB III METODE PENELITIAN.....	33
A. Jenis Penelitian.....	33
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	33
C. Populasi dan Sampel.....	33
D. Defenisi Operasional.....	35
E. Instrumen Penelitian.....	37
F. Teknik Pengumpulan Data.....	42
G. Teknik Analisis Data.....	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
A. Deskripsi Data.....	46
1. Deskripsi Karakteristik Responden.....	46
2. Deskripsi Jawaban Responden.....	50
B. Pengujian Prasyarat Analisis.....	53
1. Uji Asumsi Klasik.....	53
C. Pengujian Hipotesis.....	55
1. Analisis Regresi Linear Sederhana.....	55
2. Uji Secara Parsial (Uji t).....	57
3. Koefisien Determinasi.....	57
D. Pembahasan.....	58
BAB V PENUTUP.....	60
A. Kesimpulan.....	60
B. Implikasi.....	60
C. Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA.....	62

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Defenisi Operasional	36
Tabel 2 Penilaian Skala Likert	37
Tabel 3 Hasil Uji Validitas Penggunaan E-ticket (X)	39
Tabel 4 Hasil Uji Validitas Kepuasan Wisatawan (Y)	40
Tabel 5 Hasil Uji Reliabilitas	42
Tabel 7 Karakteristik Raesponden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	47
Tabel 9 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	48
Tabel 10 Krakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	49
Tabel 11 Karakteristik Responden Berdasarkan Daerah Asal	49
Tabel 12 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan	50
Tabel 13 Uji Frekuensi Jawaban Variabel Penggunaan E-ticket	51
Tabel 14 Uji Frekuensi Jawaban Variabel Kepuasan Wisatawan	52
Tabel 15 Hasil Uji Normalitas	54
Table 16 Hasil Uji Linearitas	55
Tabel 17 Regresi Linear Sederhana	55
Table 18 Uji t	57
Tabel 19 Koefisien Determinasi	58

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Surat Tugas Pembimbing Skripsi **Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 2. Surat Mohon Izin Melaksanakan Penelitian Dari LPPM IAIN
Batusangkar **Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 3. Surat Keterangan/Rekomendasi Penelitian dari KESBANGPOL
..... **Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 4. Kuesioner Penelitian **Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 5. Data Responden **Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 6. Tabulasi Data Variabel Penggunaan E-ticket **Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 7. Tabulasi Data Variabel Kepuasan Wisatawan. **Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 8. Tabel Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Penggunaan E-ticket **Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 9. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kepuasan Wisatawan **Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 10. Hasil Uji Asumsi Klasik **Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 11. Hasil Pengujian Hipotesis **Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 12 Data Kunjungan Wisatawan Istano Basa Pagaruyung **Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 13. Tabel Nilai r *Product Moment* (Pearson) **Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 14. Tabel Nilai t_{tabel} **Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 15. Tabel Penelitian Relevan **Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 16 Kisi-kisi Instrumen **Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 17 Dokumentasi **Error! Bookmark not defined.**

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata merupakan salah satu kegiatan perekonomian yang menjadi pusat perhatian bagi sejumlah negara. Hal ini dikarenakan pariwisata merupakan sektor yang dianggap menguntungkan dan sangat berpotensi untuk dikembangkan sebagai salah satu aset yang digunakan sebagai sumber yang menghasilkan bagi Bangsa dan Negara. Salah satunya yaitu Indonesia yang memiliki posisi wilayah yang sangat strategis dan memiliki sumber daya alam yang sangat kaya dan kehidupan masyarakat yang sangat ramah. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, “pariwisata merupakan segala sesuatu yang berhubungan dengan perjalanan untuk rekreasi, pelancong, turisme” (Departemen Pendidikan Nasional, 2005). Kemudian menurut UU No.10/2009 tentang kepariwisataan, yang dimaksud dengan pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah.

Salah satu sektor yang mendukung kegiatan pariwisata yaitu adanya fasilitas wisata. Fasilitas wisata merupakan pelayanan pendukung yang dapat dimanfaatkan wisatawan dengan menawarkan mutu dan harga yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan (Mill, 2000). Fasilitas wisata berfungsi sebagai media yang dapat menunjang kepuasan wisatawan, fasilitas wisata juga memiliki fungsi sebagai tolak ukur bagi suatu objek untuk meningkatkan daya tarik wisatawan terhadap objek yang nantinya dapat digunakan sebagai referensi untuk meningkatkan pelayanan kepada wisatawan.

Salah satu fasilitas wisata yang diberikan oleh pengelola objek wisata yaitu gerbang masuk tempat pembelian tiket masuk objek wisata. Untuk meningkatkan fasilitas dan pelayanan kepada wisatawan dalam transaksi pembelian tiket masuk diberlakukanlah penggunaan tiket elektronik (*e-ticket*) pada saat transaksi pembelian tiket masuk objek wisata. Tiket elektronik

(*e-ticket*) adalah suatu cara untuk mendokumentasikan proses penjualan dari aktifitas perjalanan pelanggan tanpa harus mengeluarkan dokumen berharga secara fisik ataupun *paper ticket*. (Eros Kinska, 2007)

Penerapan *e-ticket* telah diberlakukan di objek wisata Sumatera Barat, seperti objek wisata yang berada di Bukittinggi yaitu Lobang Jepang serta Taman Margasatwa dan Budaya Kinantan. Di kedua objek wisata tersebut telah di berlakukan *e-money* Brizzi. *E-money* Brizzi merupakan uang elektronik yang berbentuk kartu yang diterbitkan oleh BRI (Bank Rakyat Indonesia) sebagai alat pembayaran. Penggunaan kartu Brizzi dapat mempermudah para wisatawan untuk melakukan transaksi pembelian tiket masuk objek wisata tanpa harus mengeluarkan uang tunai yaitu dengan cara menempelkan kartu ke mesin pembaca dan juga penggunaan kartu Brizzi pada masa kini dapat memutuskan penyebaran *Covid19*. Selain itu kartu Brizzi juga bisa digunakan secara nasional untuk pembayaran jalan tol, parkir, pembayaran transaksi belanja dan lainnya.

Di objek wisata Kabupaten Tanah Datar juga telah diberlakukan penggunaan *e-ticket* yaitu di objek wisata Istano basa pagaruyung. Istano basa pagaruyung merupakan salah satu objek wisata yang terletak di Nagari Pagaruyuang, Kecamatan Tanjung Emas, Kabupaten Tanah Datar, Sumatera Barat. Istano ini merupakan objek wisata budaya yang terkenal sebagai pusat pengembangan adat dan budaya Minangkabau serta *open museum*, dan juga dapat dikatakan sebagai representasi dari budaya adat Minangkabau yang sudah sangat terkenal ke dunia. Istano basa pagaruyung menjadi destinasi populer bagi wisatawan lokal maupun mancanegara. Karena selain sebagai tempat wisata budaya dan sejarah, Istano basa pagaruyung juga sering dijadikan tempat pelaksanaan *event-event* besar seperti Festival Pesona Minangkabau, *Tour de Singkarak*, arakan *bajamba* dan masih banyak lainnya. Hal ini lah yang menjadi daya tarik bagi wisatawan mancanegara maupun wisatawan lokal. Selain itu daya tarik Istano basa pagaruyung juga terletak pada arsitektur bangunan tersebut yang memperlihatkan ciri khusus dibandingkan dengan rumah *Gadang* yang lainnya, kekhasan yang dimiliki

bangunan ini tersirat dari bentuk fisik bangunan yang dilengkapi ukiran-ukiran falsafah dan budaya adat Minangkabau. Istana basa pagaruyung terdiri dari 3 lantai, 72 tonggak serta 11 gonjong.

Tujuan diberlakukannya penggunaan *e-ticket* dapat bermanfaat bagi pemerintah setempat, salah satunya yaitu untuk menekan kemungkinan adanya penyelewengan retribusi tiket masuk dan untuk mendapatkan data kunjungan yang *real* pada objek wisata. Dan secara tidak langsung dapat meminimalisir penyebaran *Covid19* dengan penggunaan *e-ticket*.

Setelah melakukan survey langsung ke lapangan penulis mewawancarai salah seorang pihak dari UPT Istana Basa Pagaruyung. Berdasarkan wawancara tersebut dapat diketahui bahwa dengan adanya perubahan penjualan tiket masuk ke Istana Basa Pagaruyung lebih meminimalisir kesalahan dalam mengolah data pengunjung dan mendapatkan hasil data yang real. Tetapi terdapat juga kelemahan dalam penggunaan *e-ticket* ini, yang biasanya pada saat masih penggunaan penjualan tiket secara manual para wisatawan yang datang dengan rombongan dan memiliki kekurangan biaya untuk beberapa rombongannya, masih bisa diatasi dengan memperbolehkan beberapa wisatawan itu masuk, karena ada toleransi antar sesama oleh pihak Istana Basa Pagaruyung. Tetapi pada saat ini telah diberlakukannya penjualan secara *e-ticket* tentu saja tindakan tersebut sudah tidak bisa lagi dilakukan, karena data kunjungan wisatawan telah secara otomatis dicek melalui *e-ticket* tersebut. Maka dari itu pengunjung yang datang secara rombongan lebih memilih untuk tidak masuk ke Istana Basa Pagaruyung karena ada beberapa dari rombongan tersebut yang tidak bisa masuk dikarenakan keterbatasan biaya dari pihak rombongan. Dan ini berkaitan dengan wisata budaya yang ada di Istana Basa Pagaruyung, dimana adat orang Minangkabau mementingkan toleransi antar sesama, dan dengan adanya pembaharuan penjualan tiket masuk secara *e-ticket* ini secara tidak langsung menghilangkan toleransi antar sesama.

E-ticket termasuk kedalam fasilitas wisata, dimana fasilitas merupakan sarana wisata yang mempermudah wisatawan dan fasilitas dapat

mempengaruhi kepuasan wisatawan, tingkat kunjungan, dan minat kunjung balik. Menurut Kotler (2002) kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan dengan produk terhadap ekspektasi pelanggan. Dan menurut Andreas (2019), kepuasan wisatawan merupakan evaluasi dari para wisatawan setelah berkunjung ke suatu destinasi wisata dimana akan menimbulkan perasaan gembira ataupun kekecewaan dari pengalaman berkunjung mereka. Kepuasan wisatawan akan memberikan manfaat bagi objek wisata maupun wisatawan, yaitu terciptanya konsumen yang loyal serta membentuk komunikasi yang baik dari mulut ke mulut. Adapun indikator dari kepuasan wisatawan menurut Ningsih (2020) meliputi, 1) kesesuaian harapan, 2) minat berkunjung kembali, 3) ketersediaan merekomendasikan.

Ada beberapa penelitian yang membahas tentang penggunaan *e-ticket*. Diantaranya yaitu Agung Sesaria (2014) meneliti tentang pengaruh penggunaan *e-ticketing* terhadap kepuasan pelanggan (studi kasus PT. Masindo buana wisata di Kota Malang). Oktafiantri (2021) meneliti tentang pengaruh penerapan *e-ticketing* terhadap kepuasan konsumen PT. ASDP Indonesia Ferry (persero) cabang Bakauheni Lampung menurut perspektif islam. Hasil penelitiannya menyatakan bahwa secara simultan kualitas sistem, kualitas informasi dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Dari hasil penelitian tersebut menjadi motivasi bagi peneliti untuk mengetahui pengaruh penerapan *e-ticket* terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata Istano basa pagaruyung yang mana dalam penelitian ini akan menggunakan kualitas sistem, kualitas informasi dan kualitas pelayanan sebagai indikator pengukuran penggunaan *e-ticket*.

Berdasarkan penelitian terdahulu dan beberapa hal yang melatar belakangi penelitian ini, peneliti tertarik untuk mengetahui pengaruh *e-ticket* terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata Istano Basa Pagaruyung, yang mana objek wisata ini merupakan objek wisata budaya. Maka dari itu penulis tertarik untuk mengangkat sebuah judul penelitian yaitu **Pengaruh**

Penggunaan Tiket Elektronik (*E-ticket*) Terhadap Kepuasan Wisatawan pada Objek Wisata Istando basa pagaruyung.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Pengaruh penggunaan *e-ticket* terhadap kepuasan wisatawan
2. Pengaruh penggunaan *e-ticket* terhadap kunjungan wisatawan

C. Batasan Masalah

Penulis membuat batasan masalah dengan hanya membahas pengaruh penggunaan tiket elektronik (*e-ticket*) terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata Istando basa pagaruyung.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang telah diuraikan diatas, maka penulis merumuskan masalah yaitu bagaimana pengaruh penggunaan tiket elektronik (*e-ticket*) terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata Istando basa pagaruyung.

E. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh penggunaan tiket elektronik (*e-ticket*) terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata Istando basa pagaruyung.

F. Manfaat Penelitian dan Luaran Penelitian

1. Manfaat dari Penelitian

Manfaat yang diharapkan penulis dengan adanya penelitian ini adalah:

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi terhadap perkembangan pariwisata pada saat sekarang ini, khususnya mengenai penggunaan tiket elektronik (*e-ticket*).

b. Manfaat Praktis

- 1) Bagi Pengelola Istando Basa Pagaruyung

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan masukan kepada pihak pengelola objek wisata Istano basa pagaruyung mengenai penggunaan *e-ticket* terhadap kepuasan wisatawan.

2) Bagi Mahasiswa Jurusan Pariwisata Syariah Batusangkar

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran terhadap tingkat kepuasan wisatawan terhadap penggunaan *e-ticket* pada objek wisata Istano Basa Pagaruyung mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Batusangkar terutama jurusan pariwisata syariah.

3) Bagi Penulis

Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Program Studi Pariwisata Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Batusangkar. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan menambah pengetahuan dan pemahaman penulis di bidang pariwisata.

2. Luaran Penelitian

Adapun luaran penelitian ini yaitu dapat dipublikasikan pada jurnal ilmiah.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Pariwisata

a. Pengertian Pariwisata

Pariwisata berasal dari bahasa Sanskerta yang terdiri atas dua kata yaitu pari dan wisata. Pari berarti “banyak” atau “berkeliling”, sedangkan wisata berarti “pergi” atau “bepergian”. Atas dasar itu, maka kata pariwisata seharusnya diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputar-putar, dari suatu tempat ke tempat lain, yang dalam bahasa Inggris disebut dengan kata “*tour*”, sedangkan untuk pengertian jamak, kata “Kepariwisataan” dapat digunakan kata “*tourisme*” atau “*tourism*” (Yoeti, 1996).

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia pariwisata merupakan suatu kegiatan yang berhubungan dengan perjalanan dan rekreasi. Sedangkan menurut UU No. 10/2009 tentang Kepariwisataan, yang dimaksud dengan pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah.

Menurut WTO (*World Tourist Organization*) Pengertian Wisata dapat dijabarkan sebagai berikut:

- 1) Melakukan kegiatan perjalanan / sebagian perjalanan.
- 2) Dilakukan dengan sukarela
- 3) Bersifat sementara
- 4) Dilakukan tidak untuk mencari nafkah
- 5) Berlangsung lebih dari 24 jam. Karena kurang dari 24 jam hanya disebut “*Excursionist*”.

Berikut ini beberapa pengertian pariwisata menurut beberapa para ahli:

- 1) Menurut Wahab (1992), Pariwisata mengandung tiga unsur diantara lain: manusia, yakni sebagai pelaku kegiatan pariwisata, tempat, yakni unsur fisik yang sebenarnya tercakup oleh kegiatan itu sendiri, dan waktu, yakni unsur tempo yang dihabiskan dalam perjalanan tersebut dan selama berdiam di tempat tujuan. Jadi, definisi pariwisata adalah salah satu industri baru yang mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi dengan cepat dalam hal kesempatan kerja, pendapatan, taraf hidup dan dalam hal mengaktifkan sektor produksi lain dalam negara penerimaan wisatawan.
- 2) Soekadijo (1996), pariwisata adalah gejala yang kompleks dalam masyarakat, di dalamnya terdapat hotel, objek wisata, souvenir, pramuwisata, angkutan wisata, biro perjalanan wisata, rumah makan dan banyak lainnya (Suwena & Widyatmaja, 2010a)
- 3) Koen Meyers (2009), pariwisata adalah aktivitas perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu dari tempat tinggal semula ke daerah tujuan dengan alasan bukan untuk menetap atau mencari nafkah melainkan hanya untuk bersenang-senang, memenuhi rasa ingin tahu, menghabiskan waktu senggang atau waktu libur serta tujuan-tujuan lainnya (Suwena & Widyatmaja, 2010a).
- 4) Spillane (1987), pariwisata adalah perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain, bersifat sementara dilakukan secara perorangan maupun kelompok, sebagai usaha untuk mencari keseimbangan dan keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya juga alam dan ilmu (Erika Evida, dkk, 2020).

5) Marpaung (2002), pariwisata adalah perpindahan sementara yang dilakukan oleh manusia dengan tujuan keluar dari pekerjaan-pekerjaan rutin, keluar dari tempat kediamannya. Aktivitas yang dilakukan selama mereka tinggal di tempat yang dituju dan fasilitas dibuat untuk memenuhi kebutuhan mereka (Erika Evida, dkk, 2020).

Menurut Yoeti (2003), syarat suatu perjalanan disebut sebagai perjalanan pariwisata apabila:

- 1) Perjalanan dilakukan dari suatu tempat ke tempat yang lain, di luar tempat kediaman orang tersebut biasa tinggal
- 2) Tujuan perjalanan semata-mata untuk bersenang-senang dan tidak mencari nafkah di tempat atau negara yang dikunjungi
- 3) Semata-mata sebagai konsumen di tempat yang dikunjungi

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan pengertian dari pariwisata yaitu kegiatan atau aktivitas perjalanan yang dilakukan oleh seseorang ataupun secara berkelompok untuk sementara waktu dari suatu tempat ke tempat lain secara berulang-ulang hanya untuk bersenang-senang dan menikmati keindahan alam tanpa tujuan untuk bekerja, dimana nantinya perjalanan tersebut akan didukung oleh fasilitas serta layanan pendukung.

b. Objek Wisata

Objek wisata adalah segala sesuatu yang ada di daerah tujuan wisata yang merupakan daya tarik agar orang-orang ingin datang berkunjung ke tempat tersebut. Objek dan daya tarik wisata menurut Undang-undang No 10 tentang kepariwisataan yaitu daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan dan daerah tujuan pariwisata yang selanjutnya disebut destinasi pariwisata.

Wardiyanta (2006) dalam jurnal Jamaludin menjelaskan bahwa objek wisata adalah suatu yang menjadi pusat daya tarik wisatawan dan tempat memberikan kepuasan pada wisatawan. Hal yang dimaksud berupa:

- 1) Berasal dari alam, misalnya air terjun, pantai dan hutan.
- 2) Merupakan hasil budaya, misalnya museum, candi dan galeri.
- 3) Merupakan kegiatan masyarakat keseharian, misalnya tarian, karnaval dan lain-lain.

Menurut Ridwan (2012) dalam jurnal Jamaludin objek wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.

Dari defenisi di atas dapat disimpulkan bahwa objek wisata merupakan tempat yang dikunjungi dengan berbagai keindahan, tempat untuk melakukan kegiatan pariwisata, tempat untuk bersenang-senang dengan waktu yang cukup lama untuk mendapatkan kepuasan, pelayanan yang baik, dan keindahan yang indah di tempat wisata tersebut.

c. Fasilitas Wisata

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia fasilitas adalah sarana untuk melancarkan pelaksanaan fungsi; kemudahan. Menurut Marpaung (2002), mengatakan bahwa fasilitas wisata adalah sarana yang bertujuan untuk melayani dan mempermudah kegiatan atau aktivitas wisatawan yang dilakukannya untuk mendapatkan pengalaman dalam rekreasi. Fasilitas yang diberikan kepada wisatawan yaitu dalam bentuk *tangibel* (berwujud) dan

intangibel (jasa pelayanan) yang diberikan oleh pengelola objek wisata.

Menurut Bukart dan Medilk (1974), fasilitas wisata sangat dibutuhkan dalam melayani dan mempermudah aktivitas wisatawan. Ketiadaan dari fasilitas wisata dapat menghalangi wisatawan dalam menikmati atraksi wisata. Dan menurut Sammeng (2001) salah satu hal penting untuk mengembangkan pariwisata adalah melalui fasilitas (kemudahan).

Lawson dan Boud-Bovy (1997) juga membagi fasilitas pendukung wisata ke dalam enam jenis, yaitu :

- 1) Akomodasi (hotel, motel, cottage, apartemen dan lain-lain)
- 2) Makan dan minuman (restoran, coffe shop, snack bar, dan lain-lain)
- 3) Sanitasi
- 4) Aksesibilitas (jalan akses, setapak, pintu masuk atau gerbang utama dan tempat parkir)
- 5) Fasilitas aktif yaitu fasilitas yang dijadikan sebagai salah satu penunjang kegiatan wisata yang dapat dilakukan oleh wisatawan.
- 6) Fasilitas lainnya seperti kantor administrasi, pos keamanan, pos penjaga dan lain-lain.

Komponen fasilitas dan jasa pelayanan perjalanan biasanya terdiri dari unsur alat transportasi, fasilitas akomodasi, fasilitas makan dan minum dan fasilitas penunjang lainnya yang bersifat spesifik dan disesuaikan dengan kebutuhan perjalanan. Komponan ini tidak terlepas dari adanya komponen prasarana atau infrastuktur, yaitu suatu komponen yang menjamin bagi tersedianya kelengkapan fasilitas. Fasilitas transportasi baru dapat disediakan apabila ada jaminan bahwa prasarana jalan sudah tersedia, demikian juga fasilitas telekomunikasi dapat disediakan

apabila prasana jaringan penghubung ke destinasi pariwisata tersebut sudah tersedia (Isdarmanto, 2017).

Dari beberapa persepsi diatas dapat disimpulkan bahwa fasilitas wisata adalah sebuah kemudahan yang diberikan oleh pengelola objek wisata kepada wisatawan untuk menikmati atraksi wisata dan dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi sebuah objek wisata. Fasilitas wisata berupa makan dan minum, penginapan, tempat ibadah, tempat pembelian tiket masuk wisata, tempat parkir, toilet, akses menuju objek wisata yang mudah dan lainnya.

2. Tiket Elektronik

a. Pengertian Tiket Elektronik (*E-ticket*)

Menurut Eros Kinska (2007, 6) “tiket Online atau *E-ticketing*” adalah suatu cara untuk mendokumentasikan proses penjualan dari aktifitas perjalanan pelanggan tanpa harus mengeluarkan dokumen berharga secara fisik ataupun *paper ticket*. Semua informasi mengenai *electronic ticketing* disimpan secara digital dalam sistem komputer milik airline. Sebagai bukti pengeluaran *e-ticket*, pelanggan akan diberikan *Itinerary Receipt* yang hanya berlaku sebagai alat untuk masuk ke dalam bandara yang masih mengharuskan penumpang untuk membawa tanda bukti perjalanan. *E-ticketing* (ET) adalah peluang untuk meminimalkan biaya dan mengoptimalkan kenyamanan penumpang. *E-ticketing* mengurangi biaya proses tiket, menghilangkan fomulir kertas dan meningkatkan fleksibilitas penumpang dan agen perjalanan dalam membuat perubahan-perubahan dalam jadwal perjalanan.

E-ticket berarti sebuah tiket dalam bentuk digital, digunakan semenjak 1 Juni 2009, ketika Asosiasi Transportasi Udara Internasional / IATA (*International Air Transport Association*) memberikan mandat kepada semua anggotanya agar

menggunakan *e-ticket* dalam segala bentuk transaksi. Melalui *e-ticket* pelanggan dapat mendokumentasikan proses penjualan dari aktivitas perjalanan mereka tanpa harus mengeluarkan dokumen berharga secara fisik. (https://id.wikipedia.org/tiket_elektronik)

Menurut Blenz (2008) *e-ticketing* atau *electronic ticketing* adalah sebuah metode perdagangan, pembelian dan penjualan tiket dari berbagai produk jasa khususnya jasa perjalanan melalui media internet dan komputer.

Dapat disimpulkan bahwa *e-ticket* merupakan sebuah sistem dalam pembelian tiket dalam bentuk digital yang memudahkan semua orang dalam transaksi pembeliannya tanpa harus mengeluarkan dokumen berharga. Dengan *e-ticket* dapat melakukan pembelian melalui situs web atau langsung datang ke lokasi penjualan tiket, dan melakukan pembayarannya juga bisa melalui internet maupun secara langsung datang ke lokasi. Dengan *e-ticket* tidak perlu lagi mengkhawatirkan akan keamanan dari tiket.

b. Kelebihan dan Kekurangan Tiket Elektronik (*E-ticket*)

E-ticket memiliki beberapa kelebihan yang dijelaskan Blenz (2008) yaitu:

- 1) Mengurangi biaya yang berkaitan dengan pencetakan dan surat tiket
- 2) Mengurangi tenaga kerja yang terkait dengan pencetakan surat tiket
- 3) Keamanan terjamin karena berkode validasi dan menghilangkan kemungkinan tiket palsu atau duplikat
- 4) Pemesanan *e-ticket* atau elektronik ticket oleh konsumen berarti mengetahui berapa banyak konsumen perusahaan, karena perusahaan menyimpan data konsumen di database perusahaan
- 5) Memberi informasi tambahan yang perlu diketahui pelanggan

- 6) Menyediakan kemampuan untuk beriklan, dapat menambah pendapatan perusahaan dengan menawarkan ruang iklan di portal situs perusahaan

Adapun kekurangan dari *e-ticket* yaitu:

- 1) Reservasi lama (karena masih ticket di tulis manual)
- 2) Tidak bisa di *re-print*
- 3) Ticket tidak bisa dikirim via email maupun fax
- 4) Jika terjadi kehilangan tiket anda tidak bisa check in

Hal-hal yang dibutuhkan untuk implementasi tiket elektronik menurut Mohamed Mezghani (2008) yaitu:

- 1) Ketersediaan teknologi yang mendukung tiket elektronik adalah jaringan internet sehingga masyarakat dapat membeli tiket secara online melalui internet dan melalui media web yang telah tersedia.
- 2) Ketersediaan perangkat yang ada untuk mendukung jalannya tiket elektronik yaitu adanya media komputer dan jaringan internet yang bisa diakses dan dijangkau demi tercapainya dan berjalannya sistem tiket elektronik, *e-payment* untuk pembayaran tiket yang telah dipesan. Untuk konfirmasi tentang tiket yang telah dipesan menggunakan fasilitas email serta internet *mobile phone* yang dikirim sesuai dengan data pelanggan
- 3) Ketersediaan data pendukung. Dengan adanya info pendukung, *e-ticketing* bisa berjalan seiring dengan perkembangan teknologi serta dengan adanya instansi yang menerapkan (Kuswati & Herawati, 2010).

c. Aspek Tiket Elektronik

Menurut Oktafiantri (2021), aspek tingkat kepuasan penggunaan *e-ticket* mencakup aspek kualitas informasi, kualitas sistem, dan kualitas pelayanan.

Kualitas informasi, kualitas sistem dan kualitas layanan aplikasi RTS (*rail ticket system*) berpengaruh terhadap kepuasan penggunaannya. Menurut Zahedi (1997) dalam Oktafiantri, kemudahan penggunaan merupakan salah satu komponen pengukuran kualitas sistem. Kemudahan penggunaan adalah konsep yang saling berhubungan tentang penilaian individu terhadap keterlibatan usahanya dalam proses penggunaan sistem.

1) Kualitas sistem

Kualitas sistem berfokus pada karakteristik kinerja sistem. Menurut DeLone dan McLean (2003), kualitas sistem merupakan ciri karakteristik kualitas yang diinginkan dari sistem informasi itu sendiri. Yang menjadi fokus dalam kualitas sistem adalah sistem yang ada di website yang memberikan kemudahan bagi konsumen untuk melakukan aktivitas berinteraksi dengan website, kemudahan dalam menemukan informasi, kenyamanan melakukan transaksi.

Lima indikator untuk menilai dimensi kualitas sistem menurut DeLone dan McLean (2003), yaitu:

- a) Kemudahan Penggunaan (*ease of use*). Suatu sistem informasi dapat dikatakan berkualitas jika sistem tersebut dirancang untuk memenuhi kepuasan pengguna melalui kemudahan dalam menggunakan sistem informasi tersebut.
- b) Kecepatan Akses (*response time*). Kecepatan akses merupakan salah satu indikator kualitas sistem informasi yang dapat diukur melalui kecepatan pemrosesan dan waktu respon.
- c) Keandalan Sistem (*reability*). Keandalan sistem informasi adalah ketahanan sistem informasi dari kerusakan dan kesalahan. Keandalan pelayanan akan dapat dikatakan reliabel apabila dalam perjanjian yang telah diungkapkan dicapai secara akurat, ketepatan dan keakuratan ini yang

akan menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap lembaga penyedia layanan jasa.

- d) Fleksibilitas (*flexibility*) merupakan kemampuan sistem informasi dalam melakukan perubahan untuk memenuhi kebutuhan pengguna.
- e) Keamanan (*security*). Keamanan sistem dapat dilihat melalui data pengguna yang aman disimpan oleh suatu sistem informasi.

2) Kualitas Informasi

Menurut Loudon (2004:15) dalam jurnal Fendini, menyatakan bahwa sistem informasi adalah sekumpulan komponen yang saling berhubungan, mengumpulkan, memproses, menyimpan, dan mendistribusikan informasi untuk menunjang suatu pengambilan keputusan.

Indikator pengukuran kualitas informasi yaitu:

- a) Kelengkapan (*completeness*), informasi yang lengkap sangat dibutuhkan oleh pengguna dalam pengambilan keputusan. Informasi yang lengkap mencakup seluruh informasi yang dibutuhkan oleh pengguna dalam menggunakan sistem informasi tersebut.
- b) Relevan (*relevance*), sistem informasi dikatakan baik jika relevan terhadap kebutuhan pengguna. Relevansi informasi untuk tiap-tiap pengguna berbeda sesuai dengan kebutuhan.
- c) Akurat (*accurate*), sistem informasi harus akurat karena sangat berperan bagi pengambilan keputusan penggunanya. Informasi harus jelas mencerminkan maksud informasi yang disediakan oleh sistem informasi.
- d) Ketepatan Waktu (*timeliness*), informasi merupakan landasan didalam mengambil keputusan. Informasi yang datang pada penerima tidak boleh terlambat, informasi yang sudah usang tidak akan mempunyai nilai lagi.

- e) Format penyajian informasi, informasi yang disampaikan harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa sehingga menarik perhatian penerima informasi.

3) Kualitas Pelayanan

Menurut Rohaeni (2018), kualitas pelayanan adalah pemenuhan kebutuhan konsumen berdasarkan tingkat keunggulan dari produk dan jasa yang sesuai dengan harapan sehingga dapat memnuhi keinginan para konsumen.

Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1988) dalam jurnal Astuti mengidentifikasikan lima dimensi ukuran kualitas layanan yaitu:

- a) Keandalan (*reability*), yaitu kemampuan untuk mewujudkan pelayanan yang dijanjikan dengan handal dan akurat.
- b) Daya Tanggap (*responsiveness*), yaitu kemauan untuk membantu para konsumen dengan menyediakan pelayanan yang cepat dan tepat.
- c) Jaminan (*assurance*), yaitu meliputi pengetahuan, kemampuan dan kesopanan atau kebaikan serta kemampuan untuk mendapatkan kepercayaan dan keinginan.
- d) Empati (*empathy*), menjaga dan memberikan tingkat perhatian secara individu atau pribadi terhadap kebutuhan pelanggan.
- e) Bukti Langsung (*tangible*), meliputi fasilitas fisik, peralatan atau perlengkapan, harga dan penampilan personal dan material tertulis.

3. Kepuasan Wisatawan

a. Pengertian Kepuasan Wisatawan

Kotler (2002) dalam jurnal Listyawati, menyatakan bahwa kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan dengan produk terhadap ekspektasi pelanggan. Sedangkan menurut Andreas (2019), menyatakan bahwa kepuasan wisatawan adalah evaluasi dari para wisatawan setelah berkunjung ke suatu destinasi wisata dimana akan menimbulkan perasaan kegembiraan atau kekecewaan yang disebabkan oleh pengalaman kunjungan mereka. Menurut Setiyawati (2009) dalam jurnal Dewi, kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berkelanjutan.

Jika berada di bawah harapan, wisatawan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, wisatawan puas. Jika kinerja melebihi harapan, wisatawan amat puas atau senang. Kepuasan konsumen adalah evaluasi pasca pembelian, dimana alternatif yang dibeli minimal sama atau melebihi harapan konsumen (Rangkuti, 2013).

Kepuasan pengguna umumnya dianggap sebagai salah satu faktor penting untuk mengukur suksesnya sistem informasi. Ada lima komponen dari kepuasan pengguna yaitu: isi, ketetapan, format, mudah digunakan dan ketepatan waktu (Li Xiao and Subhasish Dasgupta, 2002).

Dari beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan wisatawan adalah reaksi dari para wisatawan terhadap apa yang mereka rasakan setelah berkunjung ke destinasi wisata apakah sesuai dengan ekspektasi wisatawan atau tidak seperti perasaan senang atau puas dan kecewa. Dan apabila sesuai dengan ekspektasi wisatawan tersebut yang sesuai dengan kebutuhan atau

yang diinginkan, maka wisatawan itu akan mendapatkan kepuasan tersendiri yang akan banyaknya jumlah wisatawan, mengakibatkan kesetiaan berkelanjutan dan meningkatkan minat berkunjung kembali. Akan tetapi apabila wisatawan merasa kecewa maka dan merasa tidak puas maka itu akan berdampak pada destinasi wisata tersebut.

b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Wisatawan

Menurut Lupiyoadi (2001) ada lima faktor utama yang perlu diperhatikan dalam kaitannya dengan kepuasan pelanggan, yaitu:

- 1) Kualitas Produk Wisata, salah satu faktor pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
- 2) Kualitas Pelayanan Wisata, konsumen (wisatawan) akan merasa puas bila mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan harapan.
- 3) Emosional, keadaan emosional konsumen (wisatawan) berupa perasaan senang dan puas.
- 4) Harga, produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi.
- 5) Biaya dan kemudahan, konsumen (wisatawan) tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

c. Metode Mengukur Kepuasan Wisatawan

Kepuasan pelanggan (wisatawan) menjadi sangat penting bagi suatu perusahaan, untuk mengukurnya. Menurut Kotler (1997) dalam jurnal Khaldun ada beberapa cara untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan (wisatawan), yaitu:

- 1) Sistem Keluhan dan Saran (*Complaint and suggestion system*)
Memberi kesempatan kepada pelanggan (wisatawan) untuk menyampaikan keluhan, kritik dan saran yang dapat dilakukan dengan berbagai media seperti kotak saran, telepon layanan konsumen, dan kartu komentar. Dimana keluhan ini nantinya akan menjadi masukan untuk menciptakan strategi dimasa depan sebagai bentuk kepedulian akan keluhan yangtelah disampaikan oleh pelanggan.
- 2) Survei Kepuasan Pelanggan (*Customer satisfaction surveys*)
Dilakukan untuk memperoleh tingkat kepuasan pelanggan secara langsung dengan melakukan survey.
- 3) *Ghost Shopping*
Mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan sebagai pembeli potensial produk/jasa perusahaan pesaing untuk mengetahui informasi mengenai kekuatan dan kelemahan produk/jasa nya. Informasi itu nantinya akan berguna dalam rangka menghadapi persaingan dengan kompetitor yang ada.
- 4) *Lost Customer Analysis*
Menghubungi para pelanggan untuk mencari tahu penyebab pelanggan tersebut berhenti menggunakan produk/jasa perusahaan, agar nantinya mengetahui permasalahan dan dapat segera memperbaikinya.

d. Indikator Kepuasan Wisatawan

Menurut Ningsih (2020) ada beberapa indikator kepuasan yaitu:

- 1) Kesesuaian Harapan, merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang sesuai dengan harapan.
- 2) Minat Berkunjung Kembali, merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali ke tempat wisata tersebut.

- 3) Ketersediaan merekomendasi merupakan ketersediaan pelanggan untuk merekomendasikan wisata tersebut ke orang lain.

e. Hubungan Penggunaan *E-ticket* terhadap Kepuasan Wisatawan

Sebagai upaya dalam mempertahankan wisatawan dan untuk meningkatkan pelayanan terhadap wisatawan suatu objek wisata perlu untuk memperhatikan cara bagaimana untuk meningkatkan kepuasan wisatawan. Tingkat kepuasan wisatawan merupakan suatu ukuran kunci karena kepuasan wisatawan mengarahkan ke loyalitas wisatawan.

Tiket elektronik (*e-ticket*) merupakan metode perdagangan, pembelian dan penjualan tiket dari produk jasa khususnya perjalanan melalui media elektronik. *E-ticket* merupakan suatu bentuk layanan jasa yang diberikan oleh penyedia jasa kepada calon pengguna jasa dengan maksud tujuan agar mempermudah calon pengguna jasa.

Alma (2004) dalam jurnal Oktafiantri menyatakan bahwa harapan konsumen mempunyai peran dalam menentukan kualitas suatu produk baik barang atau jasa dan kepuasan konsumen. Selama produk memnerikan keuntungan yang maksimal dihati konsumen, maka konsumen itu akan merasa puas akan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan sehingga akan menguntungkan perusahaan.

Tjiptono (2002) dalam jurnal Oktafiantri menyatakan bahwa terciptanya kepuasan pelanggan akan memberikan banyak manfaat bagi kedua belah pihak diantaranya yaitu terciotanya konsumen yang loyal, serta membentuk komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*).

Kepuasan wisatawan sangat diharapkan oleh suatu objek wisata, selain dapat meningkatkan pelayanan, tingkat kunjungan

dan loyalitas, juga merupakan alat promosi yang paling baik. Karena wisatawan yang puas akan bersikap loyal dan dengan senang hati menceritakan pengalamannya selama menggunakan jasa/pelayanan yang ada di objek wisata tersebut.

4. Istano Basa Pagaruyung

a. Sejarah Istano Basa Pagaruyung

Istano basa pagaruyung berlokasi di Nagari Pagaruyuang, Kecamatan Tanjung Emas, Kabupaten Tanah Datar, Provinsi Sumatera Barat, Padang. Istano basa pagaruyung merupakan bangunan tempat tinggal raja dan tempat menjalankan pemerintahan pada zaman dahulu. Istano ini berbentuk rumah gadang yang dibuat khusus dengan mempedomani istana yang pernah ada sebelumnya.

Komplek Istano basa pagaruyung mulai dibangun pada tanggal 27 Desember 1976. Istano basa pagaruyung merupakan duplikat dari istano yang dibakar Belanda pada tahun 1804 kemudian 1976 dibangun kembali. Kebakaran kedua terjadi pada tahun 2007 yang diakibatkan oleh petir.

Istano basa pagaruyung merupakan objek wisata primadona di Kabupaten Tanah Datar khususnya dan Sumatera Barat pada umumnya. Dari segi arsitekturnya bangunan Istano basa pagaruyung mempunyai ciri-ciri khas dibandingkan dengan bangunan rumah *gadoang* yang terdapat di Minangkabau. Kekhasan yang dimiliki bangunan ini tersirat dari bentuk fisik bangunan yang dilengkapi ukiran falsafah dan budaya Minangkabau. Istano Basa Pagaruyung dilengkapi dengan surau, Tabuah Larangan, Rangkang Patah Sambilan, Tanjuang Mamutuih dan Pincuran Tujuh.

Istano basa pagaruyung terdiri dari 3 tingkat. Tingkat pertama yaitu tempat aktivitas umum harian, ruangan lepas dengan singgasana raja ditengahnya. Di bagian samping terdapat masing-

masing satu kamar di ujungnya serta bagian belakang. Kamar-kamar tersebut diperuntukan untuk putri raja yang sudah menikah. Lantai kedua ditempatkan untuk putri raja yang belum menikah. Dan untuk lantai teratas yang disebut dengan *anjung peranginan* merupakan tempat raja dan permaisuri. Letaknya di tengah bangunan tepat di bawah gonjong, sehingga area ini juga seringkali disebut mahligai.

b. Arti dan Makna

Istano basa pagaruyung dibangun kembali pasca kebakaran 2007 dengan bentuk sama persis dengan istano sebelum terbakar, hanya saja posisi dari bangunan ditempatkan mundur kebelakang lebih kurang 40 meter. Konstruksi bangunan Istano Basa Pagaruyung unik terutama bila dilihat dari luar. Semua tiang berdiri dengan posisi miring ke kiri dan ke kanan, kecuali *Tonggak Tuo* yang berdiri tegak lurus. Konstruksi seperti ini mempunyai nilai-nilai falsafah sebagai berikut:

- 1) Konstruksi bangunan yang semakin besar ke atas melambangkan bahwa adat dan budaya Minangkabau terus berkembang sejalan dengan kemajuan peradaban.
- 2) Konstruksi yang semakin mengecil ke bawah memproyeksikan seolah-olah semua tiang tersebut bertemu pada suatu titik jauh dari perut bumi, yang melambangkan satu kesatuan.

Bangunan Istano basa pagaruyung terdiri dari 3 unsur, yaitu:

- a) Kerangka dasar
- b) Unsur utama
- c) Unsur penunjang

Berikut arti dan makna yang ada pada bangunan Istanto basa pajaruyung:

1) Kerangka Dasar

Kerangka dasar Istanto basa pajaruyung terdiri dari batu sandi, tiang, unsur pemersatu, unsur pengokoh dan deretan tiang.

a) Batu Sandi

Batu Sandi adalah tempat berdirinya masing-masing tiang. Batu sandi melambangkan kesepakatan dan kesatuan anggota kaum untuk memilih salah seorang laki-laki dalam kaum untuk menjadi pemimpin, suri teladan, penasehat, wakil dan pelindung mereka. Selain itu, batu sandi juga melambangkan dukungan anggota kaum untuk mematuhi, melaksanakan dan mendukung kebijakan yang diambil untuk kepentingan bersama.

b) Tiang

Bangunan Istanto basa pajaruyung terdiri dari 72 tiang, 3 lantai dan 11 gonjong. Pengelompokan tiang Istanto basa pajaruyung:

i) Tiang Panagua Alek

Deretan yang pertama dari depan dinamakan tiang panagua alek yang mewakili dan melambangkan peran penghulu kaum sebagai penasehat dari setiap pertemuan, kegiatan sosial dan keramaian ditengah-tengah masyarakat, deretan tiang panagua alek juga dinamakan tiang tapi.

ii) Tiang Temben

Melambangkan keramah-tamahan, suka menerima tamu dan suka menolong tanpa membedakan agama, bangsa dan warna kulit, tapi berdasarkan saling pengertian.

iii) Tiang Panjang

Melambangkan kemampuan pemimpin Minangkabau dalam mengorganisir, memimpin, menciptakan, memberi, menjaga dan melindungi stabilitas, persatuan dan kesatuan kerajaan dalam aspek kehidupan.

iv) Tiang Pati Bakuruang

Melambangkan batas-batas ruang gerak dan tanggung jawab urang sumando dirumah istrinya.

v) Tiang Suko Dilabo

Melambangkan komitmen kaum wanita untuk menyajikan yang terbaik yang bisa mereka lakukan demi kelangsungan hidup, keutuhan keluarga, kaum, adat dan kebudayaan Minangkabau.

vi) Tiang Salek

Melambangkan para generasi muda dan generasi penerus masyarakat Minangkabau dan merekan adat dan kebudayaan dahn diwariskan.

c) Unsur Pemersatu

i) Rasuak

Rasuak adalah balok pemersatu tiang dengan tiang menurut lebar bangunan.

ii) Peran

Peran adalah balok pemersatu antara tiang dengan tiangmenurut panjang bangunan.

Kedua unsur pemersatu ini mewakili dan melambangkan peran yang demban oleh Langgam Adat dan Undang-Undang Luhak sebagai pedoman utama yang akan menyatukan semua versi mensyarakat dalam kehidupan.

d) Unsur Pengokoh

i) Singitan

Singgitan adalah balok kayu yang diletakkan di atas permukaan Rasuak untuk membentuk permukaan datar

antara rasuak dan palanca. Melambangkan peran “*mungkin jo patuik*” yang menjadi standar dalam setiap kegiatan masyarakat Minangkabau.

ii) Jariau

Jariau adalah balok kayu yang dipasang paralel dengan Palanca dan kedua ujungnya diletakkan pada Singgitan.

2) Unsur Utama Istano basa pagaruyung

Adapun unsur-unsur utama Istano basa pagaruyung sebagai berikut:

a) Batu Tapakan

Dalam kehidupan sehari-hari, masyarakat hanya mengenal atau mengetahui bahwa batu tapakan tempat mencuci kaki sebelum naik rumah gadang, dahulunya masyarakat Minangkabau tidak mengenal istilah “alas kaki“, disini disediakan sebuah “Guci” yaitu tempat air dan dilengkapi dengan gayung air (*Cibuak*).

b) Janjang

Janjang dengan anak *janjang*, *tanggo* dan tangan-tangan *janjang* adalah jalan atau sarana masuk kedalam bangunan Istano basa pagaruyung dan akan mewakili serta melambangkan sistim demokrasi Minangkabau yang disalurkan melalui mufakat dengan prosesnya yang dikenal dengan istilah “*Bajanjang naiak batanggo turun*”.

c) Anak Janjang

Anak *janjang* Istano basa pagaruyung ada 11 buah. Keberadaan *janjang* melambangkan kedudukan empat dari Kelarasan Koto Piliang dan empat dari Kelarasan Budi Caniago. Sedangkan 3 lagi melambangkan kedudukan Rajo Nan Tigo Selo, yaitu: Rajo Adat, Rajo Ibadat dan Rajo Alum

d) Tanggo

Tanggo adalah selembur kayu vertikal antara anak *janjang* ke anak *janjang* yang lebih rendah, ia mewakili kekuatan keputusan mufakat pada masing-masing tingkat mufakat yang disahkan dan diperkuat oleh keputusan pimpinan disetiap tingkat pemerintahan.

e) Tangan-tangan Janjang

Tangan-tangan *janjang* melambangkan norma-norma dalam pelaksanaan demokrasi melalui mufakat.

f) Beranda

Beranda mempunyai 4 buah tiang yang berdiri disebelah kanan dan kiri *janjang*, ke 4 tiang tersebut melambangkan bahwa pada mulanya hanya ada 4 buah suku kecil dalam masyarakat Minangkabau yang terdiri dari Suku Koto, Piliang, Bodi dan Caniago.

g) Surambi Papek

Surambi Papek adalah sebuah ruangan sempit yang terletak antara *tanggo* paling atas dengan pintu masuk kedalam ruangan istano.

h) Gonjong

Gonjong pada Istano basa pagaruyung keterpaduan dan kekuatan dari seluruh rakyat dengan Pemerintah.

i) Singgasana (Kedudukan Bundo Kanduang)

Disinilah *Bundo Kanduang* duduk sambil melihat-lihat siapa yang datang, atau yang belum datang apabila ada rapat dan mengatur segala sesuatu di atas rumah.

j) Anjuang Rajo Babandiang

Anjung Rajo Babandiang berada dibagian kanan atau pangkal rumah dan mempunyai 3 langgam (tingkat) fungsi anjungan ini adalah sebagai tempat sidang langgam pertama, tempat beristirahat langgam kedua dan sebagai tempat tidur Raja dan Permaisuri pada langgam ke tiga.

k) Dinding

Dinding adalah unsur yang tak kalah pentingnya dibandingkan unsur-unsur penting lainnya karena ia menutupi semua kerangka bangunan Istana basa pagaruyung dari semua sisi.

3) Unsur Penunjang Istana Basa Pagaruyung

a) Surau

Surau letaknya dibelakang Istana, fungsinya sebagai tempat shalat, belajar, mengaji (membaca Al-Quran) dan tempat tidur putra raja yang telah akil baliqh atau yang telah berumur 7 tahun keatas. Disamping mengaji, disinilah mereka di ajarkan tentang Undang–Undang Adat, Hukum Syarak, Sejarah, Seni Budaya dan Bela Diri.

b) Rangkiang Patah Sembilan

Rangkiang Patah Sembilan berada di halaman Istana Basa Pagaruyung, Rangkiang Patah Sembilan berfungsi sebagai tempat penyimpanan padi.

c) Tanjuang Mamutuih

Tanjuang Mamutuih berada pada sisi kanan bangunan Istana basa pagaruyung, dan terdapat sebuah pohon beringin yang dilingkari oleh batuan yang tersusun rapi. Lokasi ini berfungsi sebagai tempat bermain anak raja, seperti main layang–layang, main sepak tekong.

d) Pincuran Tujuh

Pincuran Tujuh terletak dibelakang dapur, merupakan tempat pemandian keluarga raja. Tapiian tampek mandi atau pemandian ini mempunyai tujuh buah pincuran yang terbuat dari batang sampir.

e) Tabuah Larangan

Tabuah atau dikenal juga dengan Beduk, merupakan sebuah gendang yang dibuat dari kulit sapi atau kulit

kambing, tabuah biasanya digunakan juga sebagai menandakan masuknya waktu sholat di Masjid atau Surau.

f) Taman Istando basa pagaruyung

Taman Istando basa pagaruyung mewakili dan melambangkan semua potensi dan fasilitas daerah Minangkabau agar tampil lebih dikenal, lebih dihormati, lebih dikagumi, lebih cemerlang, lebih produktif, lebih potensial, lebih berarti dan lebih berdaya guna dalam berbagai aspek kehidupan berbangsa dan bernegara, karena potensi dan fasilitas tersebut memperindah Minangkabau dalam arti yang luas.

B. Kajian Penelitian yang Relevan

Berdasarkan penelusuran kajian kepustakaan yang penulis lakukan, sejauh yang penulis ketahui pembahasan skripsi yang penulis buat ini belum ada yang membahasnya secara lengkap. Akan tetapi, ada beberapa tulisan ilmiah yang mendekati pembahasan penulis yaitu:

1. Pada penelitian yang diteliti oleh Sesaria Agung P (2014) dengan judul “Pengaruh Penggunaan E-ticket Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada PT. Masindo Buana Wisata di Kota Malang). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa tanggapan pelanggan dalam penggunaan *e-ticketing* yang terdiri dari kemudahan penggunaan, kualitas informasi, desain *website*, keamanan pembayaran, dan interaktivitas dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Dimana variabel yang paling berpengaruh sekali terhadap kepuasan pelanggan yaitu kemudahan penggunaan *e-ticketing*. Persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang penulis lakukan yaitu sama-sama membahas mengenai pengaruh *e-ticketing* terhadap kepuasan pelanggan atau wisatawan. Dan perbedaannya pada penelitian terdahulu membahas penggunaan *e-ticketing* pada sebuah biro perjalanan dan wisata. Sedangkan pada penelitian yang penulis teliti membahas penggunaan *e-ticketing* pada objek wisata budaya.

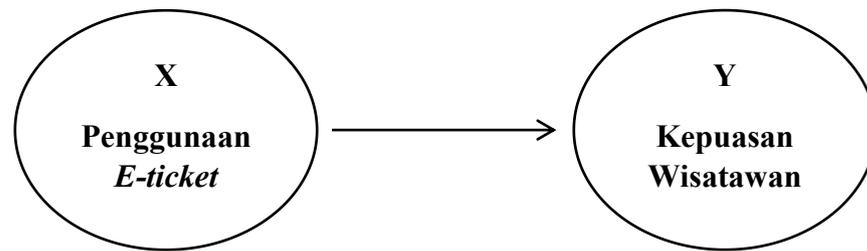
2. Pada penelitian yang ditulis oleh Nuranisa Oktafiantri (2021), dengan judul penelitian “Pengaruh Penerapan *e-ticketing* Terhadap Kepuasan Konsumen PT. ASDP Indonesia Ferry (persero) Cabang Bakauheni Lampung Menurut Perspektif Islam”. Hasil dari penelitian ini Secara simultan kualitas sistem, kualitas informasi dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan, sedangkan secara parsial kualitas sistem tidak berpengaruh secara positif dan signifikan, kualitas informasi dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan layanan tiket elektronik pada PT. ASDP Indonesia Ferrary (Persero). Persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang penulis lakukan yaitu sama-sama membahas mengenai pengaruh *e-ticket* terhadap kepuasan. Dan perbedaanya yaitu pada penelitian terdahulu membahas penelitian pada sebuah PT Persero, sedangkan penelitian yang penulis teliti membahas penggunaan *e-ticketing* pada objek wisata budaya.
3. Pada penelitian yang ditulis oleh Putra Rama Mahardika (2017), dengan judul penelitian “Pengukuran Tingkat Penerimaan Sistem *E-ticket* Di Taman Margasatwa Ragunan Menggunakan Model *Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technolgy* (UTAUT)”. Hasil dari penelitian ini adalah Terdapat beberapa varibael di dalam model UTAUT yang berpengaruh dalam pengukuran tingkat penerimaan sistem *e-ticket* di TMR yaitu, *variable performance expectancy*, *effort expectancy*, *facililtating conditions*, *price value*, dan *behavioral intentions*. Dan untuk variabel *social influence* tidak memiliki pengaruh. Dan Variabel yang memiliki pengaruh terbesar terhadap pengukuran tingkat penerimaan sistem *e-ticket* adalah *variabel effort expectancy*, selanjutnya *performance expectancy*, *price value*, *behavioral intention*, dan *facililtating conditions*. Persamaan penelitian yang sedang penulis lakukan dengan penelitian terdahulu yaitu sama-sama membahas tentang *e-ticket*. Pada penelitian penulis membahas tentang pengaruh penggunaan *e-ticket* terhadap kepuasan wisatawan

sedangkan di penelitian terdahulu membahas mengenai sistem pengukuran tingkat penggunaan *e-ticket*.

4. Pada penelitian yang ditulis oleh Artika Surniandari (2017), dengan judul penelitian “Pengaruh Penerapan *E-ticketing* Terhadap Tingkat Kepuasan dan Loyalitas Pengguna Jasa Kereta”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas pelayanan *e-ticketing* terhadap kepuasan pengguna (*user satisfaction*) dan loyalitas pelanggan. Persamaan penelitian terdahulu dan penelitian yang penulis lakukan yaitu sama-sama membahas tentang penggunaan *e-ticket* terhadap kepuasan pengguna. Perbedaannya yaitu terletak pada objek penelitian, pada penelitian terdahulu pada pengguna jasa kereta api dan penelitian yang penulis lakukan yaitu objek penelitiannya kepada wisatawan sebuah objek wisata.
5. Pada penelitian yang ditulis oleh Christy Elsa Ulita (2019), dengan judul “Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Eka Sari Lorena “*ESL Express*”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Persamaan penelitian terdahulu dan penelitian yang penulis lakukan yaitu sama membahas mengenai kepuasan pelanggan. Dan perbedaannya yaitu pada penelitian terdahulu kualitas sistem, kualitas informasi dan kualitas layanan menjadi variabel bebas dalam penelitian tersebut, sedangkan pada penelitian yang penulis lakukan kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas pelayanan tersebut merupakan indikator dari variabel *e-ticket*.

C. Kerangka Berfikir

Kerangka berpikir yang menjadi dasar penelitian yang akan peneliti lakukan. Adapun kerangka berpikir dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1
Kerangka Berfikir

D. Hipotesis

Berdasarkan teori dan latar belakang permasalahan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat dibuat hipotesis terhadap permasalahan tersebut sebagai berikut

- H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan antara penggunaan tiket elektronik (*e-ticket*) terhadap kepuasan wisatawan pada objek Istano basa pagaruyung.
- H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara penggunaan tiket elektronik (*e-ticket*) terhadap kepuasan wisatawan pada objek Istano basa pagaruyung.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2014) metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Dalam penelitian ini, penulis menjelaskan sebab akibat antar variabel, yaitu pengaruh penggunaan *e-ticket* terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata Istando basa pagaruyung.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Istando basa pagaruyung, Kecamatan Tanjung Emas, Kabupaten Tanah Datar, Sumatera Barat. Waktu penelitian dilakukan pada bulan November 2021 sampai bulan Juli 2022.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2014), “populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung ke Istando Basa Pagaruyung dari bulan Juni 2021.

2. Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2014), “sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi”. Terdapat beberapa kriteria pemilihan sampel dalam penelitian ini, yang pertama yaitu: 1) wisatawan yang berkunjung ke Istando Basa Pagaruyung yang memiliki

umur diatas 15 tahun, 2) Wisatawan yang berkunjung ke Istano Basa Pagaruyung pada tahun 2021 sampai dengan 2022, 3) Wisatawan yang sudah pernah menggunakan *e-ticket* atau semacamnya, 4) Wisatawan yang mengerti dengan penggunaan *e-ticket* atau semacamnya.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah teknik *probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi yang dipilih menjadi anggota sampel. Dalam penelitian ini menggunakan teknik penarikan Sampling Insidental. Menurut Sugiyono (2014) sampling insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Peneliti menyimpulkan bahwa sampel merupakan bagian dari populasi yang ditentukan oleh peneliti seberapa banyak jumlahnya kemudian dijadikan responden dalam suatu penelitian.

Berdasarkan jumlah data kunjungan wisatawan pada objek wisata Istano Basa Pagaruyung dari bulan Juni 2021 sampai dengan Desember 2022 diperoleh jumlah kunjungan sebanyak 142.309 orang. Dari data kunjungan tersebut untuk menentukan besarnya sampel dapat diukur menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Na^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel yang dibutuhkan

N = Jumlah populasi (diambil dari data kunjungan wisatawan pada tahun 2021, yaitu sebanyak 142.309 orang).

α = Margin eror yang diperkenankan atau dignifikansi, dalam penelitian ini sebesar 0,10 (10%).

Berdasarkan rumus Slovin diatas data yang diperoleh dari Istano Basa Pagaruyung, maka diperoleh perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{142.309}{1 + 142.309 (10\%)^2}$$

$$n = \frac{142.309}{1 + 142.309 (0,01)}$$

$$n = \frac{142.309}{1.424,09}$$

$$n = 99,92 \text{ (dibulatkan menjadi 100 sampel wisatawan)}$$

Jadi dari perhitungan rumus di atas, dapat di tetapkan jumlah sampel pada penelitian ini adalah 100 responden.

D. Defenisi Operasional

Menurut Sugiyono (2013), “defenisi operasional variabel adalah penentuan kontrak atau sifat yang akan dipelajari hingga menjadi variabel yang dapat diukur menjelaskan cara tertentu yang digunakan untuk meneliti dan mengoptimalkan kontrak, sehingga memungkinkan bagi peneliti yang lain untuk melakukan replikasi pengukuran dengan cara yang sama atau mengembangkan cara pengukuran kontrak yang lebih”.

Berikut ini merupakan definisi operasional dari masing-masing variabel, sebagaimana dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1
Defenisi Operasional

No	Variabel	Definisi	Indikator	Sumber	Alat Ukur
1	Penggunaan <i>E-ticket</i> (X)	Sebuah sistem dalam pembelian tiket dalam bentuk digital yang memudahkan semua orang dalam transaksi pembeliannya tanpa harus mengeluarkan dokumen berharga.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas sistem 2. Kualitas informasi 3. Kualitas pelayanan 	Oktafia ntri (2021)	Skala likert
2	Kepuasan Wisatawan (Y)	Perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian harapan 2. Minat berkunjung kembali 3. Bersedia merekomenda sikan 	Ningsih (2020)	Skala likert

E. Instrumen Penelitian

Untuk mengumpulkan data dalam penelitian kuantitatif diperlukan penggunaan instrumen. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisioner (angket) yang disusun menurut skala *likert* dengan penyusunan dalam bentuk kalimat yang bersifat positif dan negatif yang berhubungan dengan kedua variabel penelitian. Menurut Sugiyono (2014), “Skala *likert* merupakan salah satu bentuk skala pengukuran yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok tentang fenomena sosial”. Setiap jawaban yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi dari positif sampai negatif. Bentuk gradasi tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 2
Penilaian Skala Likert

Pilihan Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu-ragu (RG)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2014:94)

Untuk mendapatkan hasil penelitian yang memuaskan, peneliti menyusun rancangan kisi-kisi instrumen penelitian berdasarkan teori oleh Oktafiantri (2021). Menurut Arikunto (2006) “kisi-kisi bertujuan untuk menunjukkan keterkaitan antara variabel yang diteliti dengan sumber data atau teori yang diambil”. Tabel kisi-kisi instrumen dapat dilihat pada lampiran halaman.

1. Uji Coba Instrumen

a. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2014), “Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh peneliti”. Alat ukur dikatakan valid apabila mampu mengukur apa saja yang diinginkan serta dapat mengungkapkan data variabel yang diteliti secara tepat.

Untuk mengetahui validitas angket maka peneliti menggunakan rumus korelasi *product moment*, dengan rumus yaitu:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n(\sum X^2) - (\sum X)^2][n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

r_{xy}	=	koefisien korelasi suatu butir/item
n	=	jumlah subyek
X	=	skor suatu butir/item
Y	=	skor total

Uji validitas menggunakan analisis korelasi *pearson product moment* dengan bantuan SPSS menggunakan rumus *analyze – correlate – bivariate*. Menurut Sari et al., (2015) dalam Alfian, R. & Putra (2017) pernyataan kuesioner yang diuji berdasarkan uji korelasi *pearson product moment* yang diukur berdasarkan:

- Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka dinyatakan valid
- Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka dinyatakan tidak valid.

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan SPSS versi 25, yang mana bertujuan untuk melihat kemampuan dari pernyataan yang diberikan kepada responden dalam bentuk angket/kuesioner, apakah pernyataan tersebut dapat mengukur sesuatu yang akan diukur dalam penelitian. Uji coba instrumen dalam penelitian ini

dilakukan dengan data 100 responden dengan taraf signifikan 5% sehingga dapat menghasilkan r_{tabel} sebesar 0,195. Pernyataan kuesioner diuji berdasarkan uji korelasi *pearson product moment* diukur dengan ketentuan apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka data dapat dinyatakan valid. Hasil uji validitas menyatakan:

a) Uji Validitas Variabel Penggunaan E-ticket (X)

Tabel 3
Hasil Uji Validitas Penggunaan E-ticket (X)

Pernyataan	r_{tabel}	<i>Sig. (2-Tailed)</i>	r_{hitung}	Keterangan
X1	0,754	0,000	0,195	Valid
X2	0,757	0,000	0,195	Valid
X3	0,754	0,000	0,195	Valid
X4	0,662	0,000	0,195	Valid
X5	0,748	0,000	0,195	Valid
X6	0,783	0,000	0,195	Valid
X7	0,705	0,000	0,195	Valid
X8	0,757	0,000	0,195	Valid
X9	0,837	0,000	0,195	Valid
X10	0,737	0,000	0,195	Valid
X11	0,642	0,000	0,195	Valid
X12	0,707	0,000	0,195	Valid
X13	0,728	0,000	0,195	Valid
X14	0,684	0,000	0,195	Valid

X15	0,645	0,000	0,195	Valid
X16	0,795	0,000	0,195	Valid
X17	0,701	0,000	0,195	Valid

Sumber: Olah Data Primer 2022

Berdasarkan data pada tabel di atas, diketahui bahwa jumlah pernyataan pada variabel penggunaan *e-ticket* sebanyak 17 buah dan seluruh pernyataan tersebut memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel. Maka dapat disimpulkan bahwa masing-masing pernyataan pada variabel penggunaan *e-ticket* dinyatakan valid.

b) Uji Validitas Variabel Kepuasan Wisatawan (Y)

Tabel 4
Hasil Uji Validitas Kepuasan Wisatawan (Y)

Pernyataan	r _{tabel}	Sig. (2-Tailed)	r _{hitung}	Keterangan
Y1	0,751	0,000	0,195	Valid
Y2	0,814	0,000	0,195	Valid
Y3	0,777	0,000	0,195	Valid
Y4	0,623	0,000	0,195	Valid
Y5	0,786	0,000	0,195	Valid
Y6	0,651	0,000	0,195	Valid
Y7	0,772	0,000	0,195	Valid
Y8	0,803	0,000	0,195	Valid
Y9	0,609	0,000	0,195	Valid

Sumber: Olah Data Primer 2022

Berdasarkan data pada tabel di atas, diketahui bahwa jumlah pernyataan pada variabel kepuasan wisatawan sebanyak 9 buah dan seluruh pernyataan tersebut memiliki nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Maka dapat disimpulkan bahwa masing-masing pernyataan pada variabel kepuasan wisatawan dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula (Siregar, 2017). Rumus yang digunakan dalam menguji reliabilitas adalah menggunakan rumus *alpha cronbach*, yaitu:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{V_t^2} \right]$$

Keterangan:

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varian butir/item

V_t^2 = varian total

Pengambilan keputusan untuk uji reabilitas yaitu:

- a. Jika suatu variabel nilai reabilitasnya (*alpha cronbach*) $\geq 0,60$, maka variabel tersebut dikatakan reliabel.
- b. Jikan suatu variabel nilai reabilitasnya (*alpha cronbach*) $\leq 0,60$, maka variabel tersebut dikatakan tidak reliabel.

Hasil uji Reliabilitas untuk masing-masing variabel dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5
Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics		
Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items
Penggunaan <i>E-ticket</i>	.944	17
Kepuasan Wisatawan	.892	9

Sumber: Olah Data Primer 2022 dengan SPSS versi 25

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel di atas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* dari masing-masing variabel lebih besar dari 0,60. Jadi dapat disimpulkan bahwa pernyataan pada masing-masing variabel pada kuesioner ini dinyatakan reliabel.

F. Teknik Pengumpulan Data

Dalam melakukan penelitian teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah:

1. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2014), “kuesioner merupakan instrumen untuk pengumpulan data, dimana partisipan atau responden mengisi pertanyaan atau pernyataan yang diberikan oleh peneliti”. Kuesioner tersebut berupa pertanyaan tertutup yang diberikan kepada responden secara langsung dengan menggunakan skala *likert*. Bentuk kuesioner tertutup, dimana responden hanya dapat memilih jawaban dengan pilihan jawaban yang telah disediakan. Pada penelitian ini dalam penyebaran kuesioner penulis akan menyebarkan angket dengan cara membagikan kepada respon pernyataan tersebut dalam bentuk file pernyataan yang sudah di *print out* dan diberikan secara langsung kepada responden. Dengan begitu akan mempermudah responden untuk mengisi kuesioner itu.

Pembagian kuesioner pada penelitian ini dilakukan pada objek penelitian Istano Basa Pagaruyung mulai dari tanggal 12 Juli sampai

dengan 18 Juli 2022. Dimana kuesioner penelitian di sebarakan secara langsung pada wisatawan yang berkunjung pada objek wisata Istando Basa Pagaruyung.

G. Teknik Analisis Data

Sugiyono (2014), mengatakan bahwa dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah: mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, untuk melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan statistik. Terdapat dua macam statistik yang digunakan untuk analisis data dalam penelitian, yaitu statistik deskriptif dan statistik inferensial, statistik inferensial meliputi statistik parametris dan statistik nonparametris.

1. Uji Persyaratan Analisis

Uji persyaratan analisis dimaksudkan untuk menganalisis dengan menggunakan teknik analisis korelasi. Maka data harus terdistribusi normal dan homogen.

a. Uji Normalitas

Menurut Siregar (2017) “tujuan dilakukannya uji normalitas terhadap serangkaian data adalah untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak”. Uji normalitas dilakukan dengan uji kolmogorof smirnov dengan menggunakan SPSS dengan ketentuan sebagai berikut:

- a) Nilai signifikan atau probabilitas $\leq 0,05$, distribusi adalah tidak normal (asimetris).
- b) Nilai signifikan atau probability $\geq 0,05$ distribusi adalah normal (simetris).

b. Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah hubungan variabel X dan Y bersifat linear atau tidak. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan SPSS, dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila nilai *Deviation from Linearity* $\geq 0,05$.

2. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis digunakan untuk mengetahui derajat hubungan variabel bebas dengan variabel terikat. Ada beberapa langkah dalam menguji hipotesis diantaranya:

a. Uji Regresi Linier Sederhana

Regresi linier sederhana digunakan untuk satu variabel bebas (independent) dan satu variabel tak bebas (dependent) (Siregar, 2017). Tujuan penerapan metode ini adalah untuk meramalkan atau memprediksi besaran nilai variabel tak bebas yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Rumus regresi linear sederhana:

$$Y = a + bX + e$$

Keterangan:

- Y = Subyek dalam variabel yang diprediksikan
- a = Harga Y bila X = 0 (harga konstanta)
- b = Koefisien menunjukkan arah peningkatan atau penurunan variabel dependent yang didasarkan pada variabel independent. Bila b (+) maka naik, bila b (-) maka terjadi penurunan.
- X = Subyek pada variabel independent yang mempunyai nilai tertentu.
- e = Tingkat error (*error terms*)

b. Uji t

Uji terhadap nilai statistik t merupakan uji signifikansi parameter individual. Nilai statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individual terhadap variabel dependennya (Purwanto, 2017). Uji terhadap nilai statistik t juga disebut uji parsial yang berupa koefisien regresi. Untuk melakukan pengujian t maka dapat digunakan dengan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{\beta n}{S\beta n}$$

Keterangan :

t = Mengikuti fungsi t dengan derajat kebebasan (df)

βn = Koefisien regresi masing-masing variabel

$S\beta n$ = Standar error masing-masing variabel

Dasar pengambilan keputusan:

- a) Jika probabilitas (signifikansi) $> 0,05$ (α) atau $T_{hitung} < T_{tabel}$ berarti hipotesa tidak terbukti maka H_0 diterima H_a ditolak, bila dilakukan uji secara parsial.
- b) Jika probabilitas (signifikansi) $< 0,05$ (α) atau $T_{hitung} > T_{tabel}$ berarti hipotesa tidak terbukti maka H_0 ditolak H_a diterima, bila dilakukan uji secara parsial.

c. Koefisien Determinasi

Untuk menyatakan besar kecilnya pengaruh variabel X terhadap variabel Y dapat ditentukan dengan rumus koefisien determinan sebagai berikut:

$$Kp = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

Kp = Besarnya koefisien penentu

r = Koefisien Korelasi

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

Dalam penelitian yang dilakukan, penulis menyebarkan 100 kuesioner kepada wisatawan Istano Basa Pagaruyung sebagai responden. Sehingga diperoleh data berdasarkan karakteristik dan jawaban responden sebagai berikut:

1. Deskripsi Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini dibedakan berdasarkan jenis kelamin, umur, pendidikan, pekerjaan, daerah asal, dan jumlah kunjungan. Berikut adalah hasil dari analisi karakteristik responden:

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin pada penelitian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 7
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	Laki-laki	48	48%
2	Perempuan	52	52%
Total		100	100

Sumber: Olah Datar Primer 2022

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 48 orang (48%) dan responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 52 orang (52%). Dimana pada objek wisata Istano Basa Pagaruyung lebih banyak dikunjungi oleh wisatawan perempuan.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Karakteristik responden berdasarkan umur pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 8
Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

No	Umur	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	17-26 tahun	86	86%
2	27-36 tahun	10	10%
3	37-46 tahun	1	1%
4	>47 tahun	3	3%
Total		100	100

Sumber: Olah Data Primer 2022

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa proporsi terbanyak yang menjadi sampel yaitu berusia 17-26 tahun sebanyak 86 responden, 10 responden yang berusia 27-36 tahun, 1 responden yang berusia 37-46 tahun merupakan yang paling sedikit, dan 3 responden yang berusia > 47 tahun.

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Karakteristik responden berdasarkan pendidikan pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 9
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	SD	0	0%
2	SMP	3	3%
3	SMA	43	43%
4	Diploma	10	10%
5	D4/S1	44	44%
6	S2	0	0%
7	S3	0	0%
Total		100	100

Sumber: Olah Data Primer 2022

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa karakteristik pendidikan diketahui bahwa proporsi paling sedikit yaitu 3 responden yang berpendidikan SMP, 43 responden yang berpendidikan SMA, 10 responden yang berpendidikan Diploma, dan 44 responden yang berpendidikan D4/S1.

d. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 10
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	Pelajar/Mahasiswa	61	61%
2	PNS	2	2%
3	Wiraswasta	11	11%
4	Lain-lain	26	26%
Total		100	100

Sumber: Olah Data Primer 2022

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa proporsi terbanyak adalah yang berprofesi sebagai pelajar/mahasiswa yaitu sebanyak 61 responden, dan yang paling sedikit adalah berprofesi sebagai PNS yaitu sebanyak 2 orang. 11 orang responden berprofesi sebagai wiraswasta dan 26 responden berprofesi lainnya.

e. Karakteristik Responden Berdasarkan Daerah Asal

Karakteristik responden berdasarkan daerah asal pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 11
Karakteristik Responden Berdasarkan Daerah Asal

No	Daerah Asal	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	Sumbar	68	68%
2	Luar Sumbar	32	32%
Total		100	100

Sumber: Olah Data Primer 2022

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa proporsi terbanyak berasal dari daerah Sumbar yaitu sebanyak 68 responden, dan untuk Luar Sumbar sebanyak 32 responden.

f. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan

Karakteristik responden berdasarkan jumlah kunjungan pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 12
Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan

No	Jumlah Kunjungan	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	1 Kali	38	38%
2	2 Kali	15	15%
3	3 Kali	9	9%
4	Lebih dari 3 kali	38	38%
Total		100	100

Sumber: Olah Data Primer 2022

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa, proporsi yang berkunjung 1 kali sebanyak 38 responden, yang berkunjung 2 kali sebanyak 15 responden, yang berkunjung 3 kali sebanyak 9 responden, dan yang berkunjung lebih dari 3 kali sebanyak 38 responden.

2. Deskripsi Jawaban Responden

a. Hasil Uji Frekuensi Jawaban Variabel Penggunaan *E-ticket* (X)

Variabel penggunaan *e-ticket* diukur melalui persepsi atau penilaian responden terhadap 3 indikator yaitu kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas pelayanan. Persepsi atau penilaian responden terhadap penggunaan *e-ticket* dapat dilihat melalui tabel berikut:

Tabel 13
Uji Frekuensi Jawaban Variabel Penggunaan E-ticket

No Item	Frekuensi Responden					Total	Total %	Mean
	STS	TS	RG	S	SS			
X1	2	6	13	58	21	100	100%	3,9
X2	0	7	21	47	25	100	100%	3,9
X3	2	4	31	46	17	100	100%	3,72
X4	0	6	15	50	29	100	100%	4,02
X5	0	7	24	53	16	100	100%	3,78
X6	0	5	19	63	13	100	100%	3,84
X7	0	7	23	56	14	100	100%	3,77
X8	1	4	16	64	15	100	100%	3,88
X9	1	4	24	50	21	100	100%	3,86
X10	1	2	16	57	24	100	100%	4,01
X11	0	2	14	62	22	100	100%	4,04
X12	0	5	15	66	14	100	100%	3,89
X13	0	7	26	47	20	100	100%	3,8
X14	2	1	8	64	25	100	100%	4,09
X15	2	4	33	42	19	100	100%	3,72
X16	2	1	30	49	18	100	100%	3,8
X17	2	1	25	53	19	100	100%	3,86

Sumber: Olah Data Primer 2022

Berdasarkan tabel di atas, terdapat 17 butir pernyataan mengenai penggunaan e-ticket yang dijawab oleh 100 orang responden. Diketahui bahwa sebagian besar responden menjawab setuju dan netral terhadap pernyataan yang diajukan. Pernyataan yang menyatakan “*E-ticket* mempermudah transaksi pembelian tiket” merupakan pernyataan yang paling dominan dalam penggunaan e-ticket pada objek wisata Istano Basa Pagaruyung dengan nilai rata-rata sebesar 4,09. Sedangkan pernyataan yang menyatakan “Penggunaan *e-ticket* handal dan tidak mudah mengalami kerusakan/eror” dan pernyataan “Ketika wisatawan mendapat masalah pihak Istano Basa Pagaruyung menyelesaikan dengan cepat” merupakan yang paling rendah dengan nilai rata-rata 3,72.

b. Hasil Uji Frekuensi Jawaban Variabel Kepuasan Wisatawan (Y)

Variabel kepuasan wisatawan diukur melalui persepsi atau penilaian responden terhadap 3 indikator yaitu sesuai harapan, minat penggunaan ulang produk/jasa sesuai dengan kebutuhan, merekomendasikan kepada orang lain. Persepsi atau penilaian responden terhadap kepuasan wisatawan dapat dilihat melalui tabel:

Tabel 14
Uji Frekuensi Jawaban Variabel Kepuasan Wisatawan

No Item	Frekuensi Responden					Total	Total %	Mean
	STS	TS	RG	S	SS			
Y1	0	5	20	57	18	100	100%	3,88
Y2	0	8	15	60	17	100	100%	3,86
Y3	3	4	18	54	21	100	100%	3,86
Y4	0	1	9	57	33	100	100%	4,22

Y5	1	7	18	52	22	100	100%	3,87
Y6	0	3	3	58	36	100	100%	4,27
Y7	1	4	14	57	24	100	100%	3,99
Y8	2	2	24	52	20	100	100%	3,86
Y9	2	2	14	55	27	100	100%	4,03

Sumber: Olah Data Primer 2022

Berdasarkan tabel di atas, terdapat 9 butir pernyataan mengenai kepuasan wisatawan yang dijawab oleh 100 responden. Diketahui bahwa sebagian besar responden menjawab setuju terhadap pernyataan yang diajukan. Pernyataan yang menyatakan “Saya memiliki minat untuk berkunjung kembali ke objek wisata Istano Basa Pagaruyung” merupakan pernyataan paling dominan dalam membentuk kepuasan wisatawan dengan nilai rata-rata 4,22. Sedangkan ada beberapa pernyataan yang memiliki nilai terendah yaitu “Apa yang saya rasakan sesuai dengan yang diharapkan”, Saya berniat menggunakan pelayanan *e-ticket* lagi dikemudian hari”, dan pernyataan “*E-ticket* memenuhi harapan saya sesuai format yang dibutuhkan”. Dimana pernyataan tersebut memiliki nilai terendah yaitu 3,86.

B. Pengujian Prasyarat Analisis

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui data berdistribusi secara normal atau tidak. Dalam penelitian ini pengujian normalitas menggunakan uji *kolmogrof smirnov* dengan ketentuan nilai Asymp Sig. (2-Tailed) > 0,05 maka dikatakan data berdistribusi normal. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 15
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.59507876
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.070
	Positive	.070
	Negative	-.063
Test Statistic		.070
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Olah Data Primer 2022 dengan SPSS versi 25

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa hasil pengujian uji kolmogorof smirnov memiliki nilai *Asymp. Sig* sebesar $0,200 > 0,05$ yang artinya data dalam model regresi pada penelitian ini berdistribusi normal.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas dilakukan untuk mengetahui apakah kedua variabel mempunyai pengaruh yang linear atau tidak secara signifikan. Kedua variabel dikatakan mempunyai pengaruh yang linear apabila signifikansi dari *Deviation from Linearity* $< 0,05$. Hasil uji linearitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Table 16
Hasil Uji Linearitas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Wisatawan * Penggunaan E-ticket	Between Groups	(Combined)	2300.833	34	67.672	11.261	.000
		Linearity	2024.731	1	2024.731	336.931	.000
		Deviation from Linearity	276.102	33	8.367	1.392	.127
	Within Groups		390.607	65	6.009		
	Total		2691.440	99			

Sumber: Olah Data Primer 2022 dengan SPSS versi 25

Berdasarkan hasil uji linearitas pada tabel di atas, diperoleh nilai signifikan pada tabel *Deviation from Linearity* sebesar 0,127 lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear pada kedua variabel tersebut.

C. Pengujian Hipotesis

1. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel dengan variabel lainnya. Hasil uji regresi linear sederhana diperoleh dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 25, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 17
Regresi Linear Sederhana
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5.573	1.774		3.142	.002
Penggunaan E-ticket	.459	.027	.867	17.252	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Wisatawan

Sumber: Olah Data Primer 2022 dengan SPSS versi 25

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai Constant (a) sebesar 5,573, sedangkan nilai penggunaan *e-ticket* (b/koeffisien regresi) sebesar 0,459, sehingga persamaan regresinya dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$
$$Y = 5,573 + 0,459X$$

Dari persamaan di atas dapat diambil kesimpulan bahwa:

- a. Konstanta sebesar 5,573, mengandung arti bahwa nilai konsisten variabel kepuasan wisatawan adalah sebesar 5,573.
- b. Koefisien regresi penggunaan *e-ticket* atau X sebesar 0,459 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 satuan nilai penggunaan *e-ticket*, maka akan meningkatkan nilai kepuasan wisatawan sebesar 0,459. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif.

Hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa H penggunaan *e-ticket* memiliki signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa penggunaan *e-ticket* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Jadi hipotesis dalam penelitian ini adalah H_a diterima dan H_0 ditolak.

2. Uji Secara Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independent secara parsial berpengaruh signifikansi atau tidak terhadap variabel dependent, dapat dilihat pada tabel berikut:

Table 18
Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5.573	1.774		3.142	.002
Penggunaan E-ticket	.459	.027	.867	17.252	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Wisatawan

Sumber: Olah Data Primer 2022 dengan SPSS versi 25

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat pada nilai signifikansi dari tabel Coefficients diperoleh nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel penggunaan e-ticket (X) berpengaruh terhadap variabel kepuasan wisatawan (Y).

Berdasarkan nilai t diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar $17,252 > t_{tabel} = (a/2 : n-1-1) = 0,025:98$ maka diperoleh r_{tabel} 1,987. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel penggunaan e-ticket (X) berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan (Y).

3. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh dari variabel penggunaan e-ticket (X) terhadap kepuasan wisatawan (Y). Hasil pengujian koefisien determinasi dapat dilihat dari nilai *R Square* pada tabel berikut ini:

Tabel 19
Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.867 ^a	.752	.750	2.60829

a. Predictors: (Constant), Penggunaan E-ticket

Sumber: Olah Data Primer 2022 dengan SPSS versi 25

Dari tabel di atas dapat menjelaskan bahwa besarnya nilai korelasi/hubungan (R) sebesar 0,867. Dari output tersebut diperoleh koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,752, yang berarti bahwa pengaruh variabel penggunaan *e-ticket* (X) terhadap variabel kepuasan wisatawan (Y) adalah sebesar 75,2%. Sedangkan sisanya 24,8% dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel yang tidak ada dalam penelitian.

Jadi, kesimpulan hasilnya yaitu: H_a diterima atau terdapat pengaruh penggunaan *e-ticket* terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata Istano Basa Pagaruyung dengan signifikansi sebesar 0,000 dengan tingkat toleransi 0,05 ($0,000 < 0,05$). Dan H_0 ditolak atau tidak terdapat pengaruh penggunaan *e-ticket* terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata Istano Basa Pagaruyung.

D. Pembahasan

Berdasarkan hasil uji statistik regresi sederhana diketahui bahwa pengaruh antar variabel tersebut memiliki nilai signifikan sebesar 0,000 dengan tingkat toleransi 0,05 ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian pengaruh penggunaan *e-ticket* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata Istano Basa Pagaruyung atau **H_a diterima**. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nuranisa Oktafiantri (2021) dengan judul “*Pengaruh Penerapan E-ticketing*

Terhadap Kepuasan Konsumen PT.ASDP Indonesia Ferry (Persero) Cabang Bakauheni Lampung Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Pengguna Jasa Penyeberangan Pelabuhan Bakauheni Lampung)”, yang mana hasil penelitiannya menerangkan bahwa variabel penerapan *e-ticketing* berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa item pernyataan dari indikator kualitas pelayanan yaitu *e-ticket* mempermudah transaksi pembelian merupakan faktor yang paling mempengaruhi minat kunjungan wisatawan. Apabila terdapat kemudahan dalam bertransaksi dengan menggunakan *e-ticket* akan meningkatkan kepuasan wisatawan terhadap penggunaan *e-ticket* pada objek wisata Istana Basa Pagaruyung. Penelitian ini sejalan dengan penelitian penelitian yang dilakukan oleh Agung. P (2014) dengan judul “*Pengaruh Penggunaan E-ticketing Terhadap Kepuasan Pelanggan (studi Pada PT. Masindo Buana Wisata di Kota Malang)*”, yang mana dari hasil penelitiannya dapat disimpulkan bahwa kemudahan penggunaan, kualitas informasi, desain website, keamanan pembayaran, dan interaktivitas terdapat pengaruh bersama-sama terhadap kepuasan wisatawan.

Koefisien regresi sederhana penggunaan *e-ticket* yang bernilai positif mengindikasikan apabila penggunaan *e-ticket* mengalami peningkatan sebesar 1 satuan, maka kepuasan wisatawan akan meningkat sebesar 45,9%. Yang artinya semakin baik penggunaan *e-ticket* yang digunakan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan wisatawan pada objek wisata Istana Basa Pagaruyung.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dengan tahap pengumpulan data, pengolahan data, dan analisis data, terdapat pengaruh yang signifikan antara penggunaan *e-ticket* terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata Istano Basa Pagaruyung. Dengan hasil statistik uji parsial (uji t), variabel penggunaan *e-ticket* (X) terhadap kepuasan wisatawan (Y), diperoleh $t_{hitung} 17,252 > t_{tabel}$ sebesar 1,987 dan nilai signifikan sebesar 0,000 dengan tingkat toleransi sebesar 0,05 ($0,000 < 0,05$). Maka H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya penggunaan *e-ticket* secara langsung berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Dan pada hasil statistik uji koefisien determinasi (R Square), diperoleh nilai sebesar 0,752. Artinya pengaruh penggunaan *e-ticket* terhadap kepuasan wisatawan sebesar 75,2% sedangkan 24,8% dipengaruhi oleh faktor lain

B. Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat ditemukan implikasi sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan *e-ticket* memiliki pengaruh dalam meningkatkan kepuasan wisatawan. Dengan demikian, bagi pihak Dinas Pariwisata dapat menerapkan penggunaan *e-ticket* tidak hanya di Istano Basa Pagaruyung melainkan di seluruh objek wisata yang ada di Tanah Datar.
2. Untuk akademisi penelitian ini bisa dijadikan rujukan sebagai data awal untuk mengembangkan penelitian selanjutnya

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai pengaruh penggunaan *e-ticket* terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata Istano Basa Pagaruyung, peneliti memiliki beberapa saran dengan harapan dapat dijadikan acuan dalam mewujudkan konsep yang lebih baik, yaitu:

1. Pihak pihak pengelola Istano Basa Pagaruyung

Bagi pihak pengelola Istano Basa Pagaruyung senantiasa diharapkan untuk lebih memperhatikan dan meningkatkan aspek dari penggunaan *e-ticket* terutama aspek kualitas sistem, kualitas informasi dan kualitas pelayanan yang dibutuhkan oleh wisatawan Istano Basa Pagaruyung. Selain itu juga ditingkatkan lagi penggunaan *e-ticket* dari sistem kemudahan, mengakses *e-ticket*, dan mensosialisasikan cara penggunaan *e-ticket* bagi wisatawan yang belum pernah menggunakan *e-ticket* sebelumnya dengan cara memberikan informasi berupa papan pengumuman atau baliho yang menyebutkan bahwasanya untuk masuk Istano Basa Pagaryung sudah menggunakan *e-ticket* agar semua wisatawan tau akan keberadaan *e-ticket* tersebut. Hal ini dimaksudkan agar dapat membuat kesan yang baik bagi wisatawan agar mereka merasa puas akan kunjungannya ke Istano Basa Pagaruyung.

2. Peneliti selanjutnya

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk judul skripsi yang berkaitan dengan topik penelitian ini yang juga berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan agar memperoleh hasil yang beragam.

DAFTAR PUSTAKA

- Agum, A. T. (2017). Pengelolaan Objek Wisata Istano Basa Pagaruyung Oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Tanah Datar (Doctoral dissertation, Universitas Andalas).
- Artika Surniadari, Pengaruh Penerapan E-Ticketing Terhadap Tingkat Kepuasan Dan Loyalitas Pengguna Jasa Kereta. (jurnal ekonomi dan pembangunan vol.25 no 1, 2017
- Baud-Bovy, Manuel & Fred Lawson. 1997. *Tourism and Recreation Development: A Handbook of Physical Planning*. Great Britain: The Architectural Pres Ltd.
- Christy Elsa Ulita, Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Eka Sari Lorena Esl Express, Jom Fisip Vol. 6: Edisi II Juli – Desember 201
- DeLone, W. H., & McLean, E. R. (2003). The DeLone and McLean model of information systems success: a ten-year update. *Journal of management information systems*, 19(4), 9-30.
- Dr. Ridwan Nurazi, SE., M.Sc., A. (2014). Management Insight. *Management Science*, 9(3), 353.
- Fendini, D. S. (2013). Pengaruh kualitas sistem dan kualitas informasi terhadap kepuasan pengguna (survei pada karyawan pengguna aplikasi pelayanan pelanggan terpusat (ap2t) di PT. PLN (Persero) area Malang) (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Gumanti, M., Utami, B. H., & Irviani, R. (2020). *E-ticket: Aplikasi Efektif Dalam Menghadapi New Normal Covid-19 Bagi Pengunjung Wisata Talang Indah Kabupaten Pringsewu. Prosiding Snitt Poltekba*, 4, 93-100.
- Harahap, N. (2018). Pengaruh Transaksi Non Tunai menggunakan Layanan Virtual Bisnis terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Indomarco Prismaatama Cabang Medan. *Bisnis-Net Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 1(1).
- Huda, A. M. S., & Fernando, Y. (2021). E-Ticketing Penjualan Tiket Event Musik Di Wilayah Lampung Pada Karcismu Menggunakan Library Reactjs. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi*, 2(1), 96-103.
- Isdarmanto, I. (2017). Dasar Dasar Kepariwisata Dan Pengelolaan Destinasi Wisata.
- Jamaludin, M. (2021). Pengelolaan Objek Wisata Curug Bojong Oleh Kelompok Penggerak Pariwisata Di Desa Sukahurip Kecamatan Pangandaran Kabupaten Pangandaran.
- Kabu, M. (2019). Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Aksesibilitas Terhadap Tingkat Kunjungan Wisata ke Desa Boti Kabupaten Timor Tengah Selatan. *Jurnal Tourism*, 2(1), 24-31.
- Khaldun, M. I., & Prihatini, A. E. (2016). Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Atas Kualitas Pelayanan Dan Harga Pada Po. Sindoro Satriamas Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(3), 193-203.
- Kinska, E. (2007). Penerapan E-Ticketing dalam Bidang Transportasi Udara. *Erlangga, Jakarta*.
- Kuswati, A. S., & Herawati, H. (2010). Analisis Penerapan Tiket Elektronik KRL

- Jabodetabek. *Warta Penelitian Perhubungan*, 22(7), 711-727.
- Listyawati, I. H. (2020). Pengaruh Fasilitas Wisata, Citra Destinasi, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Wisatawan. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, 6(2), 35-44.
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. (2001) *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat
- Mahadika, P. R., Subiyakto, A., & Susanto, A. (2017). Pengukuran Tingkat Penerimaan Sistem *E-ticket* Di Taman Margasatwa Ragunan Menggunakan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). 134.
- Marpaung. (2002). *Pengetahuan Kepariwisata*. Bandung: Alfabeta.
- Mezghani, M. (2008). Study on electronic ticketing in public transport. *European Metropolitan Transport Authorities (EMTA)*, 56, 38.
- Mill, R. C. (2000). *Tourism The International Business* (Alih Bahasa Sastro Tribudi). *Jakarta: PT Raja Grafindo Persada*.
- Morlok. (1978). Transportasi dan angkutan. Paper Knowledge . *Toward a Media History of Documents*, 53(10), 12–26.
- Ningsih, S. S. (2021). Pengaruh Amenitas, Atraksi wisata dan Aksesibilitas terhadap loyalitas pengunjung wisatawan ke destinasi wisata Tangkahan Kabupaten dengan kepuasan sebagai variabel Intervening. *Kumpulan Karya Ilmiah Mahasiswa Fakultas Sosial Sains*, 2(02).
- Nuranisa, O. (2022). Pengaruh Penerapan *E-ticketing* Terhadap Kepuasan Konsumen PT. ASDP Indonesia FERRY (PERSERO) Cabang Bakauheni Lampung Menurut Perspektif Ekonomi Islam (*Study Pada Pengguna Jasa Penyeberangan Pelabuhan Bakauheni Lampung* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Orientani, R., & Jumhur, H. M. (2017). Kualitas Layanan Tiket Elektronik Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen (JRBM)*, 10(2), 42-50.
- Pof.Dr.Sugiyono. (2014). *metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*.
- Pribadi, A. (2014). Pengaruh Penggunaan *E-ticketing* Terhadap Kepuasan Pelanggan Sistem *E-ticketing* (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).
- Purwanto, E. A. (2007). Dyah Ratih sulistyastuti.“. *Metode Penelitian kuantitatif*”. *Yogyakarta; Gava Media*.
- Rai Utami, I Gusti Bagus. (2017). *Pemasaran Pariwisata*.
- Rangkuti, F. (2013). *Customer Service Satscaction & Call Centre Berdasarkan ISO 9001*. Gramedia Pustaka Utama.
- Revida, E., Gaspersz, S., Uktolseja, L. J., Nasrullah, N., Warella, S. Y., Nurmiati, N., & Purba, R. A. (2020). *Pengantar Pariwisata*. Yayasan Kita Menulis.
- Rohaeni, H., & Marwa, N. (2018). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ecodemica*, 2(2), 312-318.
- Sammeng, A. M. (2001). *Cakrawala pariwisata*. Balai Pustaka
- Selano, L. A., & Nadjamuddin, S. (2021). Aplikasi Pencarian Objek Wisata Bandung Raya Berbasis Mobile (Study Kasus: Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Bandung, Kabupaten Bandung, Kabupaten Bandung Barat, Kabupaten Sumedang Dan Kota Cimahi). *Informatics Journal: Indonesian*

- Journal for the Information and Communication Technology, 8(2), 30-43..
- Setyowati, Y., Ramadhani, A. N., Daniel, D. R., & Utama, A. G. S. (2017). E-Money Banyuwangi Tourism: Qr Code Sebagai Alat Transaksi Di Wisata Pulau Merah. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Airlangga*, 2(2).
- Siregar, Syofian. 2017. Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual Dan Aplikasi SPSS Versi 17. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sujali, F. (2018). Sistem Informasi Pariwisata pada Istana Basa Pagaruyung Berbasis Web.
- Suwena, I. K., Widyatmaja, I. G. N., & Atmaja, M. J. (2010). *Pengetahuan dasar ilmu pariwisata*. Udayana University Press.
- Zeithaml, V. A. Bitner.(2000). Service Marketing 2nd edition: Integrating Customer Focus.