

BAB V

PENUTUP

Bagian penutup ini menguraikan hasil keseluruhan dari penelitian ini dalam bentuk kesimpulan yang merupakan jawaban atas perumusan masalah dengan memberikan saran atau rekomendasi pada aspek-aspek yang sekiranya perlu diperbaiki demi meningkatkan kembali jumlah kunjungan ke obyek wisata ini.

A. Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan:

1. Atraksi Wisata Bahari Lamongan dinilai cukup baik menurut atribut-atribut atraksi yang telah dipersepsikan oleh pengunjung. Kekuatan daya tarik Wisata Bahari Lamongan terletak pada atraksi utamanya yaitu wisata untuk menikmati laut dan pantai dipadukan dengan berbagai jenis wahana permainan. Namun, untuk wahana permainan dinilai kurang ekstrim oleh responden sehingga mereka menginginkan adanya penambahan wahana ekstrim. Untuk atribut souvenir masih mendapat persepsi tidak baik dalam hal kekhasan. Pengunjung menganggap bahwa souvenir yang dijual masih belum khas kota Lamongan. Ketersediaan aksesibilitas di Wisata Bahari Lamongan dinilai baik dengan tersedianya transportasi umum (bus, angkutan kota), papan penunjuk jalan yang jelas baik dari arah Surabaya, Tuban, maupun Bojonegoro. Selain itu, persepsi responden terhadap akses jalan juga dinilai cukup baik karena jalan menuju ke Wisata Bahari Lamongan memang sudah diaspal dengan baik dan jalannya pun lebar dari

arah Pantura maupun Bojonegoro. Jalan dapat diakses kendaraan pribadi sampai bus pariwisata. Dari hasil penelitian mengenai aksesibilitas didapatkan hasil yaitu aksesibilitas menuju ke Wisata Bahari Lamongan sudah memadai, baik, dan layak.

2. Ketersediaan *amenities* di sekitar area Wisata Bahari Lamongan dinilai baik dan memadai dimana lokasi Wisata Bahari Lamongan telah menyediakan area parkir yang memadai beserta dengan pengaturan dan pengelolaan parkir oleh petugas telah dilaksanakan dengan cukup baik pula. Kawasan di dalam area Wisata Bahari Lamongan pun telah dilengkapi dengan titik-titik toilet yang mudah dijangkau dan ditemukan, sarana prasarana kebersihan yang banyak, serta pusat layanan informasi yang sangat dibutuhkan bagi pengunjung. Meski demikian, terdapat aspek yang dirasa masih kurang baik (cukup), yaitu kurang terlihatnya fasilitas-fasilitas pemadam kebakaran.

3. Ketersediaan layanan tambahan diluar area Wisata Bahari Lamongan untuk menunjang jalannya kegiatan wisata para wisatawan juga dinilai cukup baik. Mesin ATM, SPBU dan pos polisi dapat dengan mudah ditemui sehingga para pengunjung tidak mengalami kesulitan apabila membutuhkan ketiga hal tersebut. Mesin ATM telah menjadi kebutuhan bagi masyarakat karena praktis sehingga pengunjung akan merasa nyaman dan aman apabila mesin ATM mudah dijumpai, seperti halnya kebutuhan akan SPBU. Jarak antara SPBU satu dengan yang lain sudah cukup diperhitungkan sehingga para pengunjung yang membawa motor, mobil

pribadi, maupun rombongan yang membawa bis tidak perlu khawatir akan kehabisan bahan bakar.

B. Saran

Kesimpulan di atas menunjukkan bahwa ada hal positif dan negatif yang terdapat pada Wisata Bahari Lamongan. Maka dapat disarankan untuk pemerintah Kabupaten Lamongan dan pihak pengelola Wisata Bahari Lamongan agar dapat terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas dan pelayanan kepariwisataan di Wisata Bahari Lamongan kepada masyarakat sebagai pengunjung. Harapannya adalah adanya peningkatan jumlah pengunjung setelah dilakukan evaluasi dari tanggapan persepsi responden. Oleh karena itu, beberapa saran dibawah ini kiranya baik untuk dipertimbangkan:

1. Pengembangan ide-ide kreatif dalam menambahkan wahana permainan atraksi yang lebih menarik (terutama atraksi-atraksi ekstrim), mengingat atraksi jenis-jenis ini diungkapkan dalam pertanyaan terbuka. Contohnya: *jet coaster*, *drop zone* dari ketinggian 50m, dan *flying fish* untuk wahana air.
2. Souvenir yang dapat dibeli oleh pengunjung sudah beraneka ragam tetapi tidak khas Lamongan, maka Wisata Bahari Lamongan dapat mengeksplor terhadap kekhasan yang dimiliki oleh Lamongan sehingga dapat diangkat sebagai souvenir. Contoh untuk souvenir adalah keripik siwalan dan *landmark* Tanjung Kodok untuk pernak pernik. Lamongan sebagai penghasil siwalan dapat berinovasi membuat keripik siwalan sehingga

kemudian Lamongan dapat dikenal dengan penghasil keripik siwalan. Batu berbentuk Kodok yang terkenal sebagai Tanjung Kodok dapat dijadikan berbagai macam souvenir seperti gantungan kunci, miniatur Tanjung Kodok, kaos, atau topi sehingga ketika melihat souvenir-souvenir tersebut, masyarakat akan langsung mengetahui asalnya adalah dari Wisata Bahari Lamongan.

3. Pada saat hari libur Nasional atau *high season* sebaiknya diterjunkan petugas kepolisian untuk membantu dalam mengatur kondisi jalan, serta bantuan dari warga lokal misalnya dengan pengaturan kerapian area parkir umum.
4. Wisata Bahari Lamongan dapat memikirkan tempat parkir yang lebih luas untuk pengunjung yang membawa motor maupun mobil pribadi, sebaiknya untuk parkir bus disendirikan sehingga akan terlihat lebih aman dan rapi.
5. Perbaikan terhadap sistem antrian loket kiranya perlu dilakukan, termasuk diantaranya menyediakan kursi tunggu bagi para pengantri di bagian loket.
6. Kurang terlihatnya fasilitas-fasilitas pemadam kebakaran juga merupakan aspek yang harus dipertimbangkan untuk diperbaiki, dengan penambahan rambu-rambu atau papan informasi terkait dengan fasilitas darurat ini, sehingga dalam kondisi darurat, pengunjung tidak kesulitan menjangkau alat tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

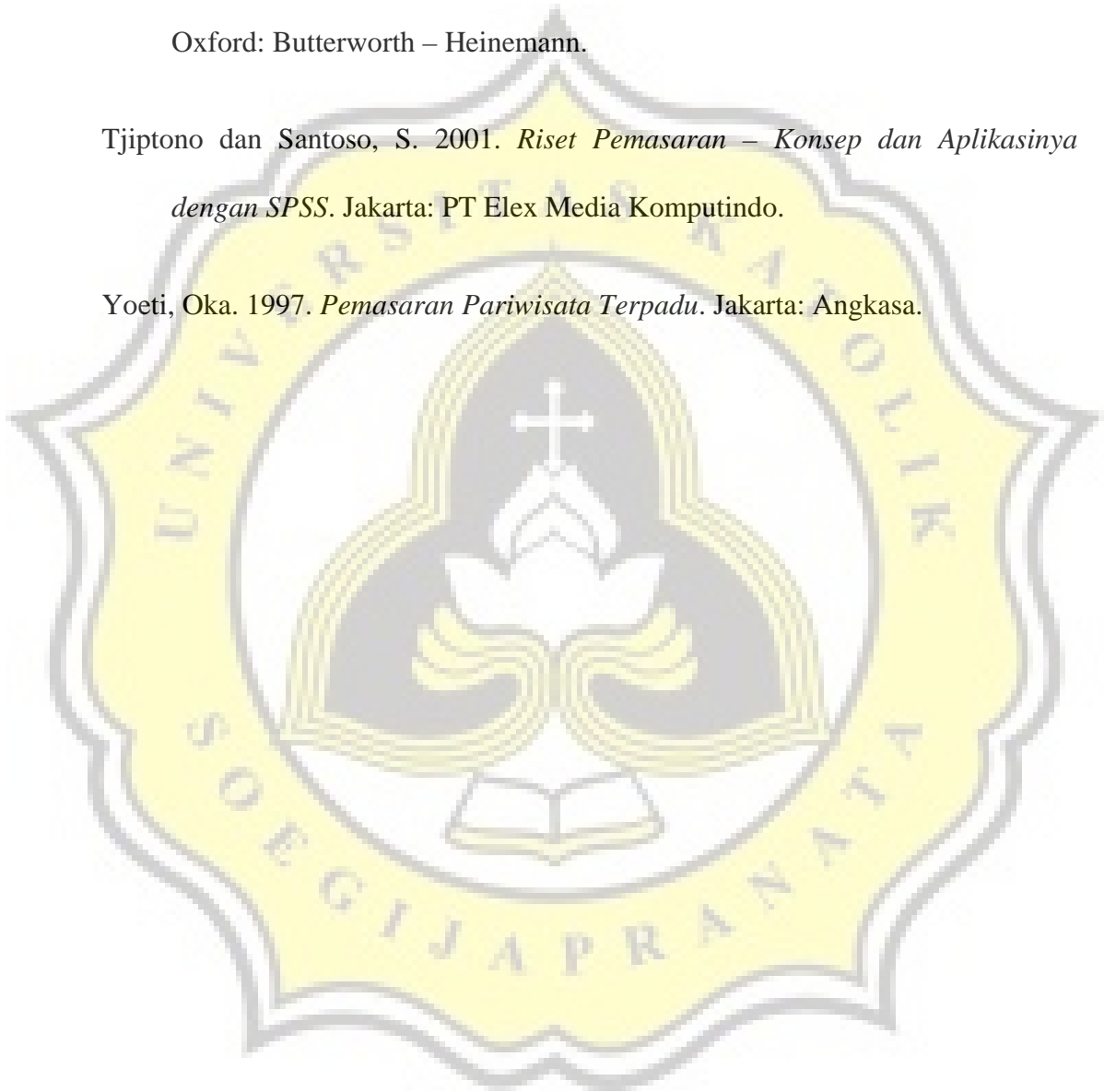
- Badan Pusat Statistik Jawa Timur. 2013. Kabupaten Lamongan dalam Angka 2013.
- Burkart. A J dan Medlik, S. 1987. *Tourism, Past, Present and Future*. London: Heinemann.
- Cooper, Chris, Fletcher and Stephen. 1996. *Tourism Principle & Practice*. London: Longman Group Limited.
- Fridgen J, D. 1996. *Dimension of Tourism*. USA: Educational Institute.
- Indriyanto, Nur dan Supomo. 2004. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: BPF
- Ismayanti. 2010. *Pengantar Pariwisata*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Pitana, I Gede. 2005. *Sosiologi Pariwisata, Kajian Sosiologis terhadap Struktur, Sistem, dan Dampak-Dampak Pariwisata*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Schiffman dan Kanuk, Leslie Lazar. 2004. *Perilaku Konsumen* (edisi ketujuh). Jakarta: PT.Indeks.
- Sihite, Richard. 2000. *Tourism Industry*. Surabaya: SIC.
- Soekardijo, RG. 1997. *Anatomi Pariwisata, Memahami Pariwisata sebagai System Linkage*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Sugiyono. 2000. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Kedua. Bandung: PT. Alfa Beta.

Swarbrooke, J. 1999. *Sustainable Tourism Management*. New York: CABI Publishing Internasional.

Swarbrooke, J. 2000. *The Development and Management of Visitor Attractions*. Oxford: Butterworth – Heinemann.

Tjiptono dan Santoso, S. 2001. *Riset Pemasaran – Konsep dan Aplikasinya dengan SPSS*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Yoeti, Oka. 1997. *Pemasaran Pariwisata Terpadu*. Jakarta: Angkasa.



LAMPIRAN 1 KUESIONER

No. Kues : _____

KUESIONER

Dengan Hormat,

Saya Hanna Fransiska , mahasiswi program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang . Sehubungan dengan penelitian saya yang berjudul **“Analisis Persepsi Pengunjung terhadap Attractions, Accessibilities, Amenities dan Anciliary Services pada Obyek Wisata Bahari Lamongan, Jawa Timur.”**, saya mohon kesediaan saudara untuk mengisi kuesioner ini secara lengkap. Informasi yang diterima dari kuesioner ini bersifat rahasia dan digunakan untuk kepentingan akademis. Atas partisipasi Saudara saya ucapkan terima kasih.

I. PROFIL RESPONDEN

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : Laki – laki / Perempuan
3. Alamat :
4. Usia :
5. Hobi :
6. Pekerjaan :
7. Pendidikan :
8. No. Hp :
9. Sudah berapa kali Anda pernah mengunjungi WBL?
 - a. < 3 kali
 - b. 3-10 kali
 - c. >10 kali
10. Dari mana Anda tahu tentang WBL?
 - a. Media elektronik (TV atau radio)
 - b. Media massa (koran, majalah, buletin, dsb)
 - c. Cerita dan orang (keluarga atau teman)
 - d. Papan reklame

e. Lainnya,

11. Jika Anda melihat promosi mengenai WBL, maka yang menjadi fokus perhatian Anda adalah :

- | | |
|---------------------------|---------------------------|
| a. Pemandangan yang indah | d. Aksesibilitasnya |
| b. Suasana yang segar | e. Biaya yang dikeluarkan |
| c. Nilai pengetahuan | f. Fasilitas permainan |

12. Cara Anda memutuskan untuk mengunjungi WBL:

- | | |
|--------------|-------------|
| a. Terencana | b. Mendadak |
|--------------|-------------|

13. Apa yang mendorong Anda datang ke WBL?

- | | |
|----------------------|------------------------------|
| a. Mau melihat-lihat | d. Bersantai dgn keluarga |
| b. Relaksasi | e. Menikmati keindahan alam |
| c. Menambah wawasan | f. Menikmati wahana yang ada |

14. Menurut pengamatan Anda, WBL memiliki beragam atraksi (daya tarik) yang dapat dikelompokkan ke dalam jenis wisata:

- | | |
|------------------|---------------------|
| a. Theme Park | d. Wisata adventure |
| b. Wisata budaya | e. Wisata edukasi |
| c. Wisata Religi | f. Wisata belanja |

15. Dengan transportasi apa Anda mengunjungi WBL?

- | | |
|------------------|----------------------|
| a. Mobil pribadi | c. Transportasi umum |
| b. Motor | d. Lainnya, |

16. Dengan siapa Anda berkunjung ke WBL?

- | | |
|-------------|-------------------|
| a. Pasangan | d. Teman |
| b. Keluarga | e. Lainnya, |

II. BERILAH TANDA (x) PADA PERNYATAAN YANG ANDA PILIH

Keterangan :

1. STS = Sangat Tidak Setuju ;
2. TS = Tidak Setuju ;
3. N = Netral ;
4. S = Setuju ;
5. SS = Sangat Setuju

No	Atribut WBL	SS	S	N	TS	STS
Attractions						
1.	Atraksi yang dihadirkan oleh WBL lengkap.					
2.	Saya lebih senang menikmati laut dan pantai.					
3.	Saya lebih tertarik pada wahana permainan yg ada.					
4.	Tiap wahana dijaga karyawan operator.					
5.	Tiap wahana permainan menyediakan safety tools.					
6.	Toko-toko penjual cinderamata rapi.					
7.	Souvenir yang dijual sangat beragam (misal: Topi, kaos, mainan, gantungan kunci dll)					
8.	Souvenir yang dijual sangat khas kota Lamongan.					
Accessibilities						
9.	Kondisi jalan menuju ke WBL baik.					
10.	Secara umum perjalanan ke WBL lancar.					
11.	Ada petunjuk jalan ke arah lokasi WBL.					
12.	Penunjuk jalan ke arah WBL jelas.					
13.	Tersedia transportasi umum menuju WBL.					
Amenities						
14.	Area parkir luas.					
15.	Parkir dikelola dengan baik.					
16.	Toilet bersih.					
17.	Titik-titik toilet mudah dijumpai.					

18.	Terdapat sarana beribadah.					
19.	Sistem antri loket baik.					
20.	Terdapat papan penunjuk wahana.					
21.	Sarana kebersihan (tempat sampah) banyak.					
22.	Tersedia fasilitas Pemadam Kebakaran.					
23.	Tersedia pusat layanan informasi dalam area.					
24.	Tersedia staf keamanan dalam area.					
Ancillary Service						
25.	Terdapat mesin ATM.					
26.	Mudah mendapatkan bahan bakar (SPBU dekat).					
27.	Jaringan telekomunikasi dapat diakses dengan baik.					
28.	Mudah mendapatkan tempat makan.					
29.	Penginapan mudah didapat.					
30.	Dekat dengan Pos Polisi (keamanan).					

Secara keseluruhan, hal apa yang sekiranya baik untuk ditambahkan atau diperbaiki di area ini, untuk lebih memberikan kepuasan atau kenyamanan berwisata Ibu/Bapak/Saudara di sini? Silahkan di tulis di bawah ini:

.....

.....

.....

.....

TERIMA KASIH ATAS PARTISIPASI

IBU/BAPAK RESPONDEN

LAMPIRAN 2 OUTPUT SPSS

Data Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	L	53	53,0	53,0	53,0
	P	47	47,0	47,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Data Asal Kota

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Babat	3	3,0	3,0	3,0
	Blora	1	1,0	1,0	4,0
	Bojonegoro	25	25,0	25,0	29,0
	Cepu	6	6,0	6,0	35,0
	Gresik	1	1,0	1,0	36,0
	Jakarta	1	1,0	1,0	37,0
	Jombang	2	2,0	2,0	39,0
	Kalitidu	2	2,0	2,0	41,0
	Kapas	5	5,0	5,0	46,0
	Kudus	1	1,0	1,0	47,0
	Lamongan	6	6,0	6,0	53,0
	Malang	1	1,0	1,0	54,0
	Nganjuk	1	1,0	1,0	55,0
	Pemalang	1	1,0	1,0	56,0
	Ponco	1	1,0	1,0	57,0
	Prambon	1	1,0	1,0	58,0
	Rengel	2	2,0	2,0	60,0
	Semarang	8	8,0	8,0	68,0
	Sidoarjo	1	1,0	1,0	69,0
	Sumberejo	1	1,0	1,0	70,0
	Surabaya	10	10,0	10,0	80,0
	Trucuk	1	1,0	1,0	81,0
	Tuban	18	18,0	18,0	99,0
	Tulung Agung	1	1,0	1,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Data Hobby Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid -	19	19,0	19,0	19,0
Basket	6	6,0	6,0	25,0
Berenang	3	3,0	3,0	28,0
Bermain game	1	1,0	1,0	29,0
Bermain komputer	1	1,0	1,0	30,0
Jalan-jalan	4	4,0	4,0	34,0
Memancing	4	4,0	4,0	38,0
Memasak	7	7,0	7,0	45,0
Membaca	12	12,0	12,0	57,0
Menggambar	2	2,0	2,0	59,0
Menjahit	1	1,0	1,0	60,0
Menonton TV	1	1,0	1,0	61,0
Menyanyi	5	5,0	5,0	66,0
Modelling	1	1,0	1,0	67,0
Motor Sport	1	1,0	1,0	68,0
Musik	5	5,0	5,0	73,0
Nonton	2	2,0	2,0	75,0
Nonton bola	1	1,0	1,0	76,0
Nonton film	1	1,0	1,0	77,0
Olahraga	8	8,0	8,0	85,0
Rekreasi	1	1,0	1,0	86,0
Sepakbola	3	3,0	3,0	89,0
Sepeda	1	1,0	1,0	90,0
Snorkling	1	1,0	1,0	91,0
Tenis	1	1,0	1,0	92,0
Travelling	8	8,0	8,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Data Pendidikan Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid D3	2	2,0	2,0	2,0
S1	26	26,0	26,0	28,0
S2	1	1,0	1,0	29,0
SMA	53	53,0	53,0	82,0
SMK	11	11,0	11,0	93,0
SMP	7	7,0	7,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Data Pekerjaan Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid -	1	1,0	1,0	1,0
Agen Asuransi	1	1,0	1,0	2,0
Agen Travel	1	1,0	1,0	3,0
Guru	4	4,0	4,0	7,0
Ibu rumah tangga	7	7,0	7,0	14,0
Karyawan	1	1,0	1,0	15,0
Kepala Accounting	1	1,0	1,0	16,0
Kuli	1	1,0	1,0	17,0
Mahasiswa	5	5,0	5,0	22,0
Manajer	1	1,0	1,0	23,0
Marketing	5	5,0	5,0	28,0
mekanik	1	1,0	1,0	29,0
Owner Butik	1	1,0	1,0	30,0
Pegadaian	1	1,0	1,0	31,0
Pelajar	14	14,0	14,0	45,0
Pelatih Basket	1	1,0	1,0	46,0
Pemilik Depot	1	1,0	1,0	47,0
Pemilik laundry	1	1,0	1,0	48,0
PNS	1	1,0	1,0	49,0
Supervisor	3	3,0	3,0	52,0
Swasta	20	20,0	20,0	72,0
Tukang bangunan	1	1,0	1,0	73,0
Wiraswasta	27	27,0	27,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Data Frekuensi Kunjungan (P9)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < 3 kali	56	56,0	56,0	56,0
3-10 kali	39	39,0	39,0	95,0
> 10 kali	5	5,0	5,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Data Informasi tentang Wisata Bahari Lamongan yang Diketahui Responden (P10)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid media elektronik	10	10,0	10,0	10,0
media massa	17	17,0	17,0	27,0
cerita keluarga / teman	67	67,0	67,0	94,0
papan reklame	6	6,0	6,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Data Fokus Perhatian Responden (P11)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid pemandangan indah	18	18,0	18,0	18,0
suasana segar	8	8,0	8,0	26,0
nilai pengetahuan	4	4,0	4,0	30,0
aksesibilitasnya	2	2,0	2,0	32,0
biaya yg dikeluarkan	12	12,0	12,0	44,0
fasilitas permainan	56	56,0	56,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Data Cara Memutuskan Kunjungan (P12)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid terencana	86	86,0	86,0	86,0
mendadak	14	14,0	14,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Data Faktor Pendorong Kunjungan (P13)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid melihat-lihat	9	9,0	9,0	9,0
relaksasi	7	7,0	7,0	16,0
menambah wawasan	4	4,0	4,0	20,0
bersantai dgn keluarga	27	27,0	27,0	47,0
menikmati keindahan alam	10	10,0	10,0	57,0
menikmati wahana	43	43,0	43,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Data Jenis WBL menurut Responden (P14)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid theme park	54	54,0	54,0	54,0
wisata budaya	9	9,0	9,0	63,0
wisata adventure	29	29,0	29,0	92,0
wisata edukasi	7	7,0	7,0	99,0
wisata belanja	1	1,0	1,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Data Transportasi yang Digunakan Responden (P15)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid mobil pribadi	56	56,0	56,0	56,0
motor	25	25,0	25,0	81,0
transportasi umum	19	19,0	19,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Data Dengan Siapa Mengunjungi WBL (P16)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid pasangan	13	13,0	13,0	13,0
keluarga	49	49,0	49,0	62,0
teman	34	34,0	34,0	96,0
lainnya	4	4,0	4,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Krostabulasi antara Pekerjaan dan Faktor Pendorong Kunjungan

PEKERJAAN	P13 (Faktor Pendorong Kunjungan)						Total
	melihat-lihat	relaksasi	menambah wawasan	bersantai dgn keluarga	menikmati keindahan alam	menikmati wahana	
-	0	0	0	0	0	1	1
Agensi Asuransi	0	0	0	1	0	0	1
Agensi Travel	0	0	0	1	0	0	1
Guru	0	1	0	1	0	2	4
Ibu rumah tangga	0	0	0	3	0	4	7
Karyawan	0	0	0	1	0	0	1
Kepala Accounting	0	0	0	0	0	1	1
Kuli	0	0	0	0	0	1	1
Mahasiswa	2	1	0	0	1	1	5
Manajer	0	0	0	0	0	1	1
Marketing mekanik	1	0	0	1	0	3	5
Owner Butik	0	0	0	0	1	0	1
Pegadaian	0	0	1	0	0	0	1
Pelajar	0	0	3	0	1	10	14
Pelatih Basket	0	0	0	1	0	0	1
Pemilik Depot	0	0	0	1	0	0	1
Pemilik laundry	0	0	0	1	0	0	1
PNS	0	1	0	0	0	0	1
Supervisor	0	0	0	0	1	2	3
Swasta	1	0	0	5	2	12	20
Tukang bangunan	1	0	0	0	0	0	1
Wiraswasta	4	4	0	11	4	4	27
Total	9	7	4	27	10	43	100

Krostabulasi antara Cara Memutuskan

Kunjungan dan Jenis Kelamin

Count

Cara Memutuskan	Jenis Kelamin		Total
	L	P	
terencana	45	41	86
mendadak	8	6	14
Total	53	47	100

Krostabulasi antara Pekerjaan dan Jenis Kelamin

Count

PEKERJAAN	JNSKLMN		Total
	L	P	
-	0	1	1
Agensi Asuransi	1	0	1
Agensi Travel	1	0	1
Guru	3	1	4
Ibu rumah tangga	0	7	7
Karyawan	0	1	1
Kepala Accounting	0	1	1
Kuli	1	0	1
Mahasiswa	2	3	5
Manajer	1	0	1
Marketing	3	2	5
mekanik	1	0	1
Owner Butik	0	1	1
Pegadaian	1	0	1
Pelajar	7	7	14
Pelatih Basket	1	0	1
Pemilik Depot	0	1	1
Pemilik laundry	0	1	1
PNS	1	0	1
Supervisor	3	0	3
Swasta	6	14	20
Tukang bangunan	1	0	1
Wiraswasta	20	7	27
Total	53	47	100

Krostabulasi antara Pekerjaan dan Cara Memutuskan Kunjungan

Count

PEKERJAAN	P12		Total
	terencana	mendadak	
-	1	0	1
Agen Asuransi	0	1	1
Agen Travel	1	0	1
Guru	4	0	4
Ibu rumah tangga	5	2	7
Karyawan	1	0	1
Kepala Accounting	1	0	1
Kuli	1	0	1
Mahasiswa	4	1	5
Manajer	1	0	1
Marketing	5	0	5
mekanik	1	0	1
Owner Butik	1	0	1
Pegadaian	1	0	1
Pelajar	13	1	14
Pelatih Basket	1	0	1
Pemilik Depot	1	0	1
Pemilik laundry	1	0	1
PNS	1	0	1
Supervisor	3	0	3
Swasta	18	2	20
Tukang bangunan	1	0	1
Wiraswasta	20	7	27
Total	86	14	100

Krostabulasi antara Jenis Kelamin dan Frekuensi Kunjungan

Count

Frekuensi Kunjungan	JNSKLMN		Total
	L	P	
< 3 kali	29	27	56
3-10 kali	19	20	39
> 10 kali	5	0	5
Total	53	47	100

Krostabulasi antara Asal Kota dan Frekuensi Kunjungan
Count

KOTA	Frekuensi Kunjungan			Total
	< 3 kali	3-10 kali	> 10 kali	
Babat	2	1	0	3
Blora	1	0	0	1
Bojonegoro	14	9	2	25
Cepu	4	2	0	6
Gresik	0	1	0	1
Jakarta	1	0	0	1
Jombang	1	1	0	2
Kalitidu	1	1	0	2
Kapas	4	1	0	5
Kudus	1	0	0	1
Lamongan	1	4	1	6
Malang	1	0	0	1
Nganjuk	0	0	1	1
Pemalang	1	0	0	1
Ponco	1	0	0	1
Prambon	1	0	0	1
Rengel	0	2	0	2
Semarang	7	1	0	8
Sidoarjo	1	0	0	1
Sumberejo	1	0	0	1
Surabaya	3	7	0	10
Trucuk	1	0	0	1
Tuban	9	8	1	18
Tulung Agung	0	1	0	1
Total	56	39	5	100

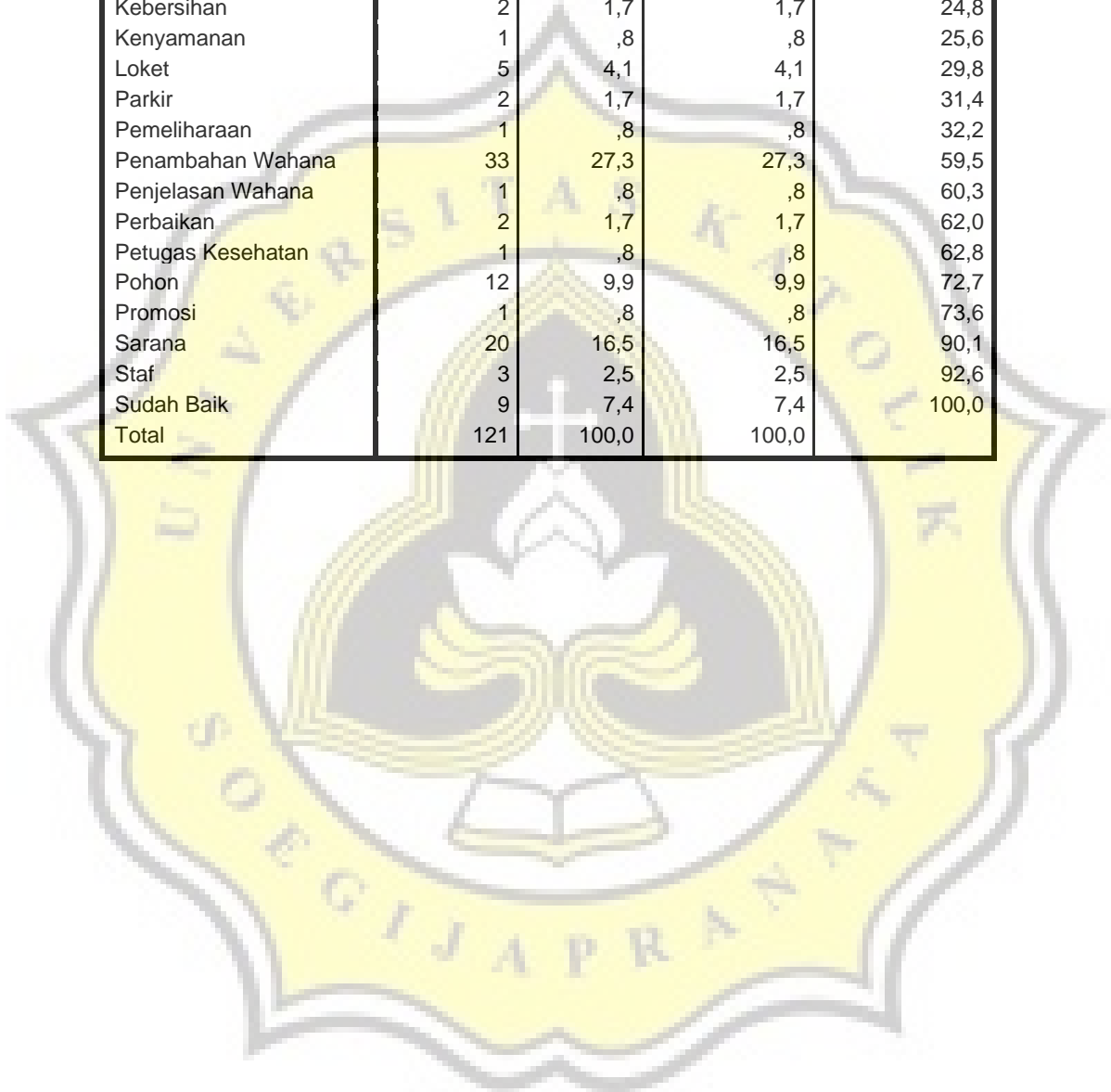
**Krostabulasi antara Asal Kota dengan Kondisi Jalan
menuju WBL**

Count

KOTA	Kondisi Jalan menuju WBL baik					Total
	SS	S	N	TS	STS	
Babat	0	2	1	0	0	3
Blora	1	0	0	0	0	1
Bojonegoro	0	9	11	4	1	25
Cepu	0	4	1	1	0	6
Gresik	0	1	0	0	0	1
Jakarta	0	0	0	1	0	1
Jombang	0	2	0	0	0	2
Kalitidu	0	1	1	0	0	2
Kapas	1	2	2	0	0	5
Kudus	0	1	0	0	0	1
Lamongan	0	2	4	0	0	6
Malang	0	0	1	0	0	1
Nganjuk	1	0	0	0	0	1
Pemalang	0	0	1	0	0	1
Ponco	0	1	0	0	0	1
Prambon	0	0	0	0	1	1
Rengel	1	0	0	0	1	2
Semarang	0	7	1	0	0	8
Sidoarjo	0	0	1	0	0	1
Sumberejo	0	0	0	1	0	1
Surabaya	0	3	5	2	0	10
Trucuk	0	0	1	0	0	1
Tuban	2	9	7	0	0	18
Tulung Agung	0	1	0	0	0	1
Total	6	45	37	9	3	100

IntiSaran dari Pertanyaan Terbuka

Inti Saran	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Area Parkir	5	4,1	4,1	4,1
Harga Tiket	12	9,9	9,9	14,0
Ijin Bawa Makanan	2	1,7	1,7	15,7
Keamanan	9	7,4	7,4	23,1
Kebersihan	2	1,7	1,7	24,8
Kenyamanan	1	,8	,8	25,6
Loket	5	4,1	4,1	29,8
Parkir	2	1,7	1,7	31,4
Pemeliharaan	1	,8	,8	32,2
Penambahan Wahana	33	27,3	27,3	59,5
Penjelasan Wahana	1	,8	,8	60,3
Perbaikan	2	1,7	1,7	62,0
Petugas Kesehatan	1	,8	,8	62,8
Pohon	12	9,9	9,9	72,7
Promosi	1	,8	,8	73,6
Sarana	20	16,5	16,5	90,1
Staf	3	2,5	2,5	92,6
Sudah Baik	9	7,4	7,4	100,0
Total	121	100,0	100,0	



Data Usia Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	13,00	1	1,0	1,0	1,0
	15,00	1	1,0	1,0	2,0
	16,00	3	3,0	3,0	5,0
	17,00	5	5,0	5,0	10,0
	18,00	6	6,0	6,0	16,0
	19,00	4	4,0	4,0	20,0
	20,00	3	3,0	3,0	23,0
	21,00	8	8,0	8,0	31,0
	22,00	1	1,0	1,0	32,0
	23,00	3	3,0	3,0	35,0
	24,00	6	6,0	6,0	41,0
	25,00	7	7,0	7,0	48,0
	26,00	2	2,0	2,0	50,0
	27,00	6	6,0	6,0	56,0
	28,00	2	2,0	2,0	58,0
	29,00	4	4,0	4,0	62,0
	30,00	6	6,0	6,0	68,0
	31,00	1	1,0	1,0	69,0
	32,00	3	3,0	3,0	72,0
	33,00	6	6,0	6,0	78,0
	35,00	4	4,0	4,0	82,0
	36,00	2	2,0	2,0	84,0
	37,00	5	5,0	5,0	89,0
	38,00	1	1,0	1,0	90,0
	42,00	1	1,0	1,0	91,0
	43,00	1	1,0	1,0	92,0
	44,00	1	1,0	1,0	93,0
	45,00	1	1,0	1,0	94,0
	46,00	2	2,0	2,0	96,0
	49,00	1	1,0	1,0	97,0
	51,00	1	1,0	1,0	98,0
	56,00	1	1,0	1,0	99,0
	65,00	1	1,0	1,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	