

# SKRIPSI

## ANALISIS PERSEPSI PENONTON TERHADAP FESTIVAL QUALITY PACU JALUR DI KABUPATEN KUANTAN SINGINGI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata  
Satu (S-1) Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam  
Riau Pekanbaru*



**Disusun oleh:**

**IKE WAHYUNI**  
**NPM : 145211010**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS ISLAM RIAU  
PEKANBARU  
2021**

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan :

1. Karya tulis ini, Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar Akademik sarjana, baik di Universitas Islam Riau maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penilaian saya sendiri tanpa bantuan pihak manapun, kecuali arahan tim pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dalam naskah dengan disebutkan nama pengarah dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi Akademik berupa pencabutan yang diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lain sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi ini.

Pekanbaru, 12 Desember 2021

Saya yang membuat pernyataan



Ike Wahyuni

# Analisis Persepsi Penonton Terhadap *Festival Quality* Pacu Jalur Di Kabupaten Kuantan Singingi

Oleh :

**Ike Wahyuni**  
**NPM : 145211010**

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis persepsi penonton terhadap kualitas festival (*festival quality*) pacu jalur di Kabupaten Kuantan Singingi. Populasi penelitian ini adalah orang yang menonton festival pacu jalur mulai dari anak-anak sampai dengan dewasa dari umur 10-50 tahun. Pengambilan sampel berjumlah 100 orang penonton. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner dan wawancara. Teknik analisa yang digunakan adalah deskriptif. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa *festival quality* yang di ukur dengan menggunakan 6 dimensi ukur yaitu : fasilitas, staf, fasilitas kenyamanan, ketersediaan informasi, kenyamanan, dan program, secara rata-rata adalah baik dan positif. Faktor fasilitas memiliki nilai paling tinggi, hal ini menunjukkan fasilitas untuk penonton pacu jalur telah dipersiapkan dengan baik oleh panitia sedangkan yang paling rendah adalah fasilitas kenyamanan (*comfort amenities*).

**Kata Kunci : Kualitas Festival, Pacu Jalur, Persepsi Penonton**

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Puji Syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**Analisis Persepsi Penonton Terhadap *Festival Quality Pacu Jalur Di Kabupaten Kuantan Singingi* ”**. Adapun skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau dan juga dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana kemampuan penulis menganalisa dan mengekspresikan pengetahuan yang diperoleh selama masa perkuliahan.

Dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini penulis telah banyak mendapatkan bimbingan, pengarahan serta motivasi dan berbagai pihak, untuk itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Syafrinaldi, SH., MCL, selaku Rektor Universitas Islam Riau.
2. Bapak DR. Firdaus AR,SE.,MM.,CRBC selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau.
3. Ibu DR. Ellyan Sastraningsih, SE.,M.Si selaku Wakil Dekan I dan Ibu DR. Eva Sundari, SE., MM.,CRBC selaku wakil Dekan II dan Bapak DR. Zulhelmy,SE.,M.Si.,AK.CA.,ACPA selaku wakil dekan III Fakultas Ekonomi.
4. Bapak Azmansyah, SE., M.Ecom selaku Ketua jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi.
5. Bapak Awliya Afwa.,SE.,MM selaku sekretaris jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi.



6. Ibu Hj.Susie Suryani, SE.,MM selaku pembimbing pertama penulis yang telah memberikan bimbingan yang terbaik kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

7. Bapak Syaefullah, M.Si selaku pembimbing kedua penulis yang telah memberikan bimbingan yang terbaik kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

8. Seluruh dosen pengajar di lingkungan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau yang telah memberikan ilmu dibidangnya kepada penulis.

9. Staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau yang selama ini memberikan kemudahan administrasi selama masa perkuliahan.

10. Kedua orang tua tercinta, Bapak Mukhlis dan Ibu Rahmawati yang tidak henti hentinya memberikan do'a, dukungan dan motivasi kepada saya. Terimakasih sudah membesarkan anak-anakmu dan menjadi orang tua terbaik. Semoga Allah selalu memberikan kebahagiaan untuk omak dan bapak saya. Aamiin

11. Kepada ketiga saudara saya yaitu: abang Marwanto, abang Jonhendri, dan kakak Nurfitri. yang tidak henti-hentinya memberikan semangat kepada saya serta motivasi dan saudara/keluarga besar saya lainnya juga Terimakasih memberikan dukungan, dan do'anya, saya sangat bangga menjadi adik bungsu dari keluarga ini.

12. Kepada Sahabat-sahabat saya yang selalu membantu dan memberikan support yaitu Rendi Iqbal, Fauzi Yansuardi, Dina Marjonita, Ona gustina dan teman-teman angkatan 2014 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah menjadi keluarga kedua bagi saya.

13. Kepada Anak angkatan 2014 seperjuangan di Universitas Islam Riau Fakultas Ekonomi jurusan Manajemen untuk tetap semangat dan terimakasih atas dukungannya. Semoga cepat wisuda.

14. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan dan dukungannya.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini jauh dari sempurna. Masih banyak terdapat kesalahan dan kekurangan baik dari segi isi maupun cara penulisan. Demi tercapainya kesempurnaan skripsi ini. Dengan segenap kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca yang sifatnya membangun.

Semoga Allah SWT memberikan kasih sayang dan membalas semua kebaikan kepada mereka yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, aamiin. Akhir kata penulis berharap semoga pengorbanan dan keikhlasan yang diberikan akan mendapatkan balasan yang berlipat ganda dari Tuhan Yang Maha Esa.

Pekanbaru, 25 Juli 2021

Penulis

**IKE WAHYUNI**  
**145211010**

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I : PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
1.5 Sistematika Penulisan .....	6
<b>BAB 2 : TELAAH PUSTAKA .....</b>	<b>8</b>
2.1 Telaah Pustaka .....	8
2.1.1 Pengertian Prilaku Konsumen.....	8
2.1.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Prilaku Konsumen.....	9
2.1.3 Model Prilaku Konsumen.....	14
2.1.4 Pengertian Persepsi.....	15
2.1.5 Proses Persepsi .....	17
2.1.6 Faktor Yang Menyebabkan Terjadinya Perbedaan Persepsi .....	19
2.1.7 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi .....	20
2.1.8 Dimensi Persepsi .....	21
2.1.9 Festival Quality .....	24
2.1.10 Penelitian Terdahulu.....	26

2.1.11 Kerangka Berfikir.....	31
2.1.12 Hipotesis .....	31
<b>BAB III : METODE PENELITIAN.....</b>	<b>33</b>
3.1 Lokasi Penelitian.....	33
3.2 Operasional Variabel.....	33
3.3 jenis Dan Sumber Data.....	36
3.3.1 Data Primer .....	36
3.3.2 Data Sekunder .....	36
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	37
3.4.1 Kuesioner.....	37
3.4.2 Wawancara .....	37
3.5 Populasi dan Sampel .....	37
3.5.1 Populasi .....	37
3.5.2 Sampel.....	37
3.6 Analisis Data .....	38
<b>BAB IV : GAMBARAN UMUM FESTIVAL .....</b>	<b>39</b>
4.1 Sejarah Singkat Pacu Jalur.....	39
4.2 Struktur Organisasi Pacu Jalur.....	40
<b>BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>43</b>
5.1 Hasil Penelitian .....	43
5.1.1 Karakteristik Responden .....	43
5.1.1.1 Usia Responden .....	43
5.1.1.2 Pekerjaan Responden .....	44
5.1.1.3 Status Perkawinan Responden .....	45
5.1.1.4 Pendidikan Terakhir Responden .....	45
5.1.1.5 Pendapatan Responden .....	46
5.1.1.6 Frekuensi Menonton Pacu Jalur.....	47
5.1.2 Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Konsumen .....	48
5.1.2.1 Fasilitas .....	48
5.1.2.2 Staff.....	52



5.1.2.3 Fasilitas Kenyamanan .....	55
5.1.2.4 Ketersediaan Informasi .....	58
5.1.2.5 Kenyamanan .....	60
5.1.2.5 Program.....	62
5.2 Pembahasan.....	68
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	<b>71</b>
6.1 Kesimpulan .....	71
6.2 Saran.....	72
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>73</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>74</b>



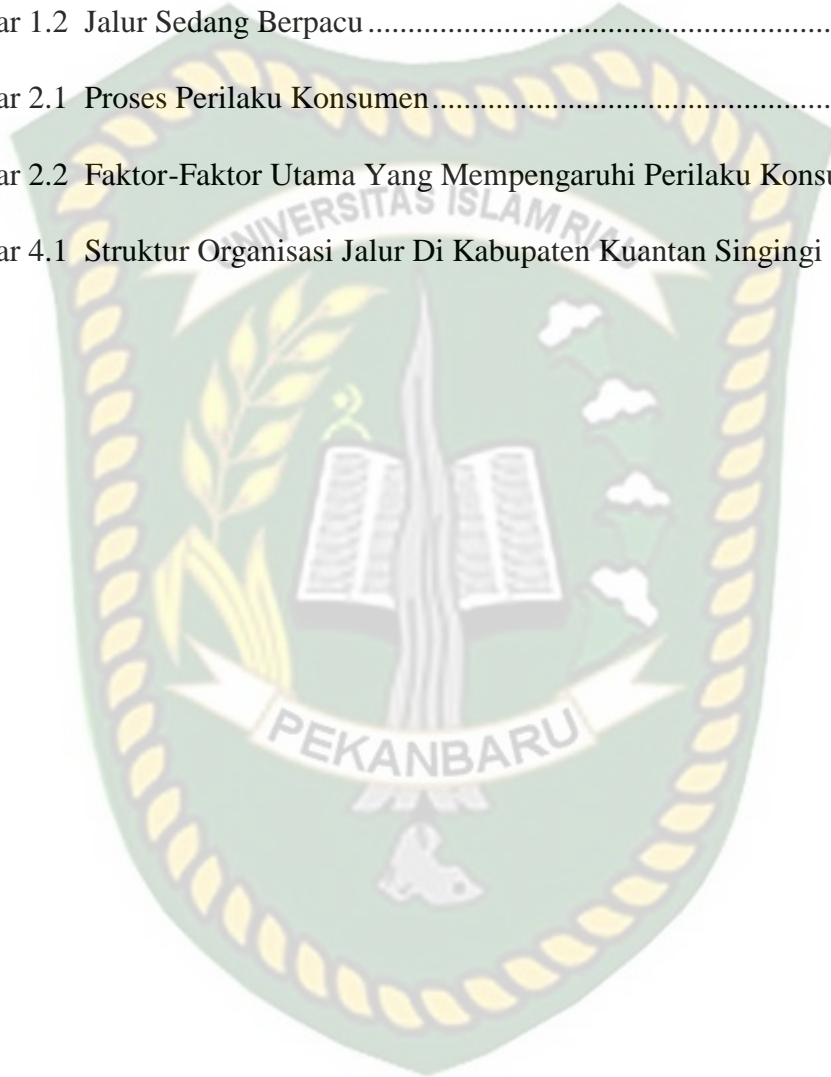
## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Jumlah Kunjungan Turis ke Kabupaten Kuantan Singingi .....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	27
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	33
Tabel 5.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	43
Tabel 5.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	44
Tabel 5.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Perkawinan .....	45
Tabel 5.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	46
Tabel 5.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	46
Tabel 5.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Menonton Pacu Jalur .....	47
Tabel 5.7 Tanggapan Responden tentang Fasilitas yang ada pada pacu jalur memadai (tribun atau tempat menonton) .....	48
Tabel 5.8 Tanggapan responden tentang lokasi festival pacu jalur yang mudah ditempuh.....	49
Tabel 5.9 Tanggapan responden tentang Fasilitas MCK memadai .....	50
Tabel 5.10 Tanggapan responden tentang toilet pada pacu jalur bersih .....	50
Tabel 5.11 Tanggapan responden tentang fasilitas ibadah memadai .....	51
Tabel 5.12 Tanggapan responden tentang stand penjual makanan dan minuman banyak tersedia.....	52
Tabel 5.13 Tanggapan Responden tentang panitia pacu jalur berpengalaman luas tentang festival pacu jalur .....	52
Tabel 5.14 Tanggapan responden tentang pacu jalur bersifat professional .....	53
Tabel 5.15 Tanggapan responden tentang panitia pacu jalur bersedia membantu pengunjung.....	54
Tabel 5.16 Tanggapan responden tentang jumlah panitia pacu jalur cukup .....	54
Tabel 5.17 Tanggapan responden tentang jumlah panitia pacu jalur ramah.....	55

Tabel 5.18 Tanggapan responden tentang sound system pada pacu jalur nyaman didengar.....	56
Tabel 5.19 Tanggapan responden tentang tempat duduk saat pacu jalur mudah di dapat.....	56
Tabel 5.20 Tanggapan responden tentang kemudahan memperoleh informasi pada saat pacu jalur.....	57
Tabel 5.21 Tanggapan responden tentang papan petunjuk pada pacu jalur jelas.....	58
Tabel 5.22 Tanggapan responden tentang spanduk yang dipasang jelas.....	58
Tabel 5.23 Tanggapan responden tentang petunjuk arah menuju festival pacu jalur jelas.....	59
Tabel 5.24 Tanggapan responden tentang ruang parkir pada festival cukup luas dan aman.....	60
Tabel 5.25 Tanggapan Responden tentang jam operasional pacu jalur sudah di tetapkan.....	61
Tabel 5.26 Tanggapan responden tentang taman tempat beristirahat penonton sudah tersedia.....	61
Tabel 5.27 Tanggapan responden tentang program acara pada pacu jalur bervariasi.....	62
Tabel 5.28 Tanggapan responden tentang program acara pada pacu jalur menarik.....	63
Tabel 5.29 Tanggapan responden tentang program acara pada pacu jalur mendidik.....	63
Tabel 5.30 Tanggapan responden tentang program acara pacu jalur terorganisir dengan baik.....	64
Tabel 5.31 Rekapitulasi Hasil Perhitungan Keseluruhan Variabel Persepsi Konsumen.....	65

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jalur .....	2
Gambar 1.2 Jalur Sedang Berpacu .....	3
Gambar 2.1 Proses Perilaku Konsumen.....	9
Gambar 2.2 Faktor-Faktor Utama Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	10
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Jalur Di Kabupaten Kuantan Singingi .....	40





# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Sektor pariwisata dalam era globalisasi saat ini, telah menjadi salah satu industri terbesar dan terkuat di dunia, dimana pariwisata merupakan salah satu penyumbang terbesar dalam pemasok pendapatan Negara serta pendorong perekonomian masyarakat. Pemerintah daerah, terutama yang sedang berusaha memajukan ekonomi di daerahnya mulai menyadari akan pentingnya peranan pariwisata dalam mendongkrak peningkatan pertumbuhan ekonomi. Kegiatan pariwisata di suatu daerah tidak dapat dipungkiri juga berpengaruh pada kemajuan perekonomian suatu negara. Sehingga beban yang di tanggung oleh negara pun ikut berkurang karena masing-masing negara ikut berpartisipasi secara aktif dalam pembangunan ekonomi. Hal ini membuktikan bahwa peranan pariwisata dalam pembangunan ekonomi daerah sangatlah besar.

Liang et al (2018) menyatakan bahwa perayaan meningkatkan sosial industri perjalanan jaringan lingkungan, memberikan kebebasan jaringan untuk berbagi dan memuji budaya dan prestasi dengan tamu sambil membantu setiap daerah dengan mengembangkan karakternya sendiri. Sosial industri perjalanan dan perayaan mengambil peran penting dalam keberadaan individu lingkungan. When-chiang chen (2012:9) mengusulkan bahwa *festival quality* terdiri dari 6 ukuran, yaitu: *fasilities, staff, comfort aminities, information availability, confinience, program*.

Provinsi Riau tepatnya di Kabupaten Kuantan Singingi memiliki kegiatan event pariwisata yang cukup besar yaitu Pacu Jalur, Kuantan Singingi merupakan

daerah yang banyak memiliki aliran. Kondisi topografi yang demikian membuat sebagian besar orang membutuhkan jalur sebagai sarana transportasi dan kemudian muncul jalur-jalur yang diberi ukiran indah, seperti ukiran kepala ular, buaya, atau harimau, baik pada struktur maupun bentuknya. Apalagi ditambah dengan perangkat keras payung, fiksasi, selendang, poros fokus (gulang-gulang) dan lambaian (tempat juru mudi berdiri). Perubahan ini selain menunjukkan peningkatan kapasitas jalur menjadi sarana transportasi, namun juga menunjukkan karakter sosial. Karena, hanya para pemimpin lokal, bangsawan, dan kakek-nenek yang menunggangi jalur berhias tersebut.

Pacu jalur adalah sejenis lomba perahu dayung tradisional berukuran panjang lebih kurang 25-40 meter dengan awak perahu 40-60 orang. Upacara adat orang rantau kuantan ini diselenggarakan setiap setahun sekali, bersempena dengan Hari Ulang Tahun Kemerdekaan Republik Indonesia (HUT RI), tepatnya tanggal 23 sampai dengan 26 agustus setiap tahunnya.

Gambar 1.1: Jalur



Pada awalnya, pacu jalur tersebut hanya diikuti oleh beberapa orang saja.

Namun dalam pergantian peristiwanya, gerakan ini mendapat banyak perhatian dan kasih sayang dari berbagai daerah, khususnya Riau dan faktor lingkungannya dan luar negeri, maka Lintasan Pacu tidak hanya mendapat tempat dengan

kelompok masyarakat Kuansing, namun telah menjadi milik individu Riau dan sekitarnya. Perayaan bernuansa publik ini telah ditetapkan untuk diingat oleh publik pada jadwal industri perjalanan (peristiwa penting).

Selain permainan yang menarik perhatian banyak orang, Pacu juga memiliki pesona manggis tersendiri, Festival Pacu jalur dalam bentuknya bisa menjadi produk budaya dan novel yang dapat berupa campuran olahraga, keahlian, budaya, dan kegiatan rohani. Namun, masyarakat sekitar dengan tegas mengakui bahwa yang menentukan kemenangan dalam perlawanan ini adalah pekerjaan batin dan terlebih lagi menurut cara pengawas atau dukun jalur.

Lokasi diadakannya pacu jalur ini berada didalam kota, di pinggir sungai kuantan yang populer dengan nama Tepian Narosa di Kecamatan Kuantan Tengah Kabupaten Kuantan Singingi, Provinsi Riau, Indonesia.

Gambar 1.2: Jalur sedang berpacu



Dengan banyaknya para wisatawan mancanegara maupun domestik yaitu singapura, Malaysia yang berkunjung ke kabupaten kuantan singingi ini karena Tradisi Pacu Jalur ini memiliki makna budaya yang terkandung didalamnya, yaitu keuletan, kerjasama, kerja keras, ketangkasan, dan sportivitas. Budaya khasanah dari kuantan singingi ini tidak hilang begitu saja oleh waktu dan dapat



dipertahankan dari generasi ke generasi. Kegiatan pacu jalur telah menjadi wisata bagi masyarakat kuantan singingi yang ingin melihat tidak hanya jalur yang bertanding. Oleh karena itu perlu dikembangkan suatu model persepsi konsumen terhadap *festival quality* pacu jalur yang membuat para wisatawan selalu berkunjung setiap tahunnya.

Untuk melihat jumlah kunjungan wisatawan dalam melihat pacu jalur di kabupaten kuantan singingi dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 1.1**  
**Jumlah kunjungan turis ke Kuantan Singingi**

No	Tahun	Jumlah
1.	2015	316.300
2.	2016	475.700
3.	2017	516.300
4.	2018	610.000
5.	2019	650.000

Sumber : Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan olahraga Kabupaten Kuantan Singingi

Dari data di atas menampilkan, kalau terjalin kenaikan jumlah kunjungan turis yang tiba ke Kabupaten Kuantan singingi buat melaksanakan wisata dengan motif wisata budaya. Nampak pada tahun 2015 turis yang berkunjung mulai menikmati wisata budaya yang terdapat di Kabupaten Kuantan Singingi ini bertambah pada tahun 2016 dari angka 316. 300 ke 475. 700, setelah itu kembali



hadapi kenaikan pada tahun 2017 yaitu 516.300. lalu naik lagi pada tahun 2018 hingga mencapai 610.000, dan di tahun 2019 naik lagi menjadi 650.000 orang.

Hal ini menampilkan antusiasme wisatawan yang lumayan besar buat melaksanakan wisata daerah dan juga menunjukkan bahwa potensi wisata budaya di Kabupaten Kuantan Singingi mendapat nilai positif dan diterima oleh wisatawan sehingga selalu melakukan perjalanan wisata budaya setiap tahunnya.

Jalur adalah salah satu metode transportasi masyarakat Kuantan Singingi di Provinsi Riau. Perahu yang terbuat dari kayu gelondongan ini biasa digunakan sebagai sarana transportasi dan pertukaran, seperti halnya sarana lomba pada Festival Pacu jalur yang diadakan setiap perayaan hari Kemerdekaan Republik Indonesia (17 Agustus) di Sungai Kuantan. Selain itu, Dinas Kebudayaan, Pariwisata, dan Olahraga Kabupaten Kuantan Singingi berupaya keras agar acara konvensional yang diadakan di Kabupaten Kuantan Singingi menjadi acara yang layak dan tidak merusak adat yang ada serta dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan yang masuk ke Kabupaten Kuantan Singingi.

Alasan penulis dalam meneliti pacu jalur karena antusias warga Kuantan Singingi dan para wisatawan dari dalam maupun luar dalam menonton festival pacu jalur sangat kuat mengapa karena pada saat event itu tiba masyarakat akan meninggalkan pekerjaan mereka demi menonton pacu jalur. Dan uniknya lagi pada saat jalur kebanggaan mereka hilir mereka seakan-akan hilang kendali mereka berteriak dan bersorak-sorak sangat kencang untuk menyemangati anak pacuan agar jalur kebanggaan mereka menang bahkan ada yang sampai masuk kedalam air secara tidak sadar dan setelah jalur sampai ke finish mereka baru

menyadari kalau mereka berada di dalam air. Karena budaya itulah yang membuat saya tertarik untuk meneliti pacu jalur.

## 1.2 Perumusan Masalah

Perumusan masalah yang di uraikan di atas yaitu : “Bagaimana Persepsi penonton terhadap *festival quality* pacu jalur di Kabupaten Kuatan Singingi”

## 1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui dan menganalisis persepsi penonton terhadap *festival quality* pacu jalur di Kabupaten Kuatan Singingi.

## 1.4 Manfaat Penelitian

### 1. Bagi penulis

Bagi penulis bermanfaat untuk mengetahui tentang persepsi penonton dan bagaimana *festival quality* pacu jalur di Kabupaten Kuantan Singingi.

### 2. Bagi pemerintah

Penelitian ini sebagai bahan masukkan dalam rangka pengembangan kebudayaan.

### 3. Untuk ilmu pengetahuan

Agar dapat memberikan sumbangan bagi dunia pendidikan khususnya dalam wisata budaya.

## 1.5 Sistematika Penulisan

Dalam komposisi penulisan ini dibagi dalam 6 (enam) bab dan dirinci dalam beberapa sub dengan penjelasan sebagai berikut:

## **BAB I : PENDAHULUAN**

Dalam bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, dan mengemukakan tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

## **BAB II : TELAAH PUSTAKA DAN HIPOTESIS**

Pada bab ini penulis mengemukakan berbagai konsep dan teori-teori tentang strategi pemasaran sehingga dapat mengemukakan suatu hipotesis pada penelitian.

## **BAB III : METODE PENELITIAN**

Pada bab ini penulis mengemukakan tentang daerah penelitian, sumber informasi, populasi dan sampel, prosedur pemilahan informasi, serta prosedur analisis data.

## **BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

Pada bab ini penulis mengemukakan mengenai gambaran umum perusahaan, stuktur organisasi dan aktifitas yang di jalankan oleh perusahaan.

## **BAB V : HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada bagian ini merupakan konsekuensi dari pemeriksaan dan percakapan terhadap objek eksplorasi.

## **BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini merupakan penutup, dalam bab ini terdiri dari kesimpulan dan saran yang ditarik dari pembahasan sebelumnya dan beberapa saran sebagai sumbangan pemikiran yang dapat diberikan pada yang membutuhkan terutama pada perusahaan untuk mengatasi masalah yang dihadapi.

## BAB II

### TELAAH PUSTAKA

#### 2.1 Telaah Pustaka

##### 2.1.1 Pengertian Perilaku Konsumen

Motivasi di balik penelitian tentang perilaku pembeli secara praktis setara dengan alasan untuk merenungkan perilaku manusia pada umumnya, baik perilaku individu dalam perkumpulan, maupun perilaku berkumpul dalam suatu perkumpulan.

Kotler dan Keller (2009:166) mendefinisikan perilaku pembeli adalah : “studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan. Dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.”

Kristianto (2011:40) dan Febriyanti (2003:6) mendefinisikan perilaku pembeli adalah “kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa, termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut.”

Djarmiko (2012:79) dan Febriyani (2013:6) mendefinisikan perilaku pembeli adalah “kondisi disaat seseorang berproses mencari, memilih, dan mengevaluasi produk untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya.”

Setiadi (2008:3) dan Arifin Zainul (2003:2) mendefinisikan perilaku pembeli adalah “tindakan yang terlibat langsung dalam mendapatkan,



mengonsumsi dan menghabiskan produk atau jasa, termasuk proses yang mendahului dan menyusuli tindakan ini.”



Gambar 2.1 Proses Perilaku Konsumen

### 2.1.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen

Dalam mempelajari perilaku konsumen ini terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembeli yang harus diketahui secara sistematis proses keputusan konsumen merupakan kompleksitas faktor-faktor yang mempengaruhi dan membentuk proses keputusan.

Para konsumen tidak sembarangan dalam membuat keputusan untuk membeli atau menggunakan barang dan jasa yang dibutuhkan. banyak faktor yang mempengaruhi konsumen antara lain. terlihat dalam gambar 2.2 berikut ini :

Gambar 2.2 : Faktor-faktor utama yang mempengaruhi perilaku konsumen :



Sumber : Angipora, *dasar-dasar pemasaran* (2002 : 128)

Ada empat kelompok pengaruh utama yang dipandang mempengaruhi perilaku konsumen :

1. Faktor-faktor kebudayaan
2. Faktor-faktor sosial
3. Faktor-faktor pribadi
4. Faktor-faktor psikologis

#### 1. Faktor Kebudayaan

kebudayaan telah didefenisikan dengan berbagai cara, salah satu defenisi klasik menyatakan kebudayaan adalah seperangkat pola perilaku yang diperoleh secara sosial dan disalurkan secara simbolis melalui bahasa dan

cara-cara lain kepada anggota masyarakat tertentu. Defenisi lain menyatakan bahwa kebudayaan adalah kumpulan interaktif dari karakteristik umum yang mempengaruhi respon kelompok terhadap lingkungannya. Kebudayaan faktor penentu yang paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang. Bila makhluk-makhluk lainnya bertindak berdasarkan naluri, maka perilaku manusia umumnya dipelajari.

## 2. Faktor Sosial

Perilaku konsumen didalam melakukan pembelian atas barang dan jasa yang diperlukan juga sangat dipengaruhi oleh faktor sosial dan konsumen itu sendiri.

## 3. Faktor pribadi

Faktor pribadi dapat mempengaruhi keputusan pembelian, pengaruh pribadi menggambarkan akibat dari pernyataan-pernyataan mengenai produk yang dibuat seseorang terhadap sikap dan kemungkinan pembeli lain. Faktor-faktor pribadi dibagi atas 5 kategori yaitu :

### a. Usaha dan tahap daur hidup

Tahap-tahap daur hidup tradisionl meliputi bujangan dan pasangan muda dengan anak. Akan tetapi dewasa ini pemasara semakin bnayak melayani tahap alternative non tradisional yang jumlahnya bertambah seperti pasangan yang tidak menikah, pasangan yang menikah di kemudian hari, pasangan tanpa anak, orang tua tunggal, orang tua dengan anak dewasa.

### b. Pekerjaan

Pekerjaan seseorang mempengaruhi barang dan jasa yang dibelinya.

#### c. Situasi Ekonomi

Situasi ekonomi seseorang akan mempengaruhi pilihan produk. Yang dimaksud dengan keadaan ekonomi seseorang adalah terdiri dari pendapatan yang dibelanjakan (tingkatnya, stabilitasnya, dan polanya), tabungan dan hartanya (termasuk presentase yang mudah dijadikan uang), kemampuan untuk meminjam dan sikap terhadap mengeluarkan lawan menabung. Pemasar produk yang peka terhadap pendapatan mengamati kecenderungan dalam pendapatan pribadi, tabungan, dan tingkat minat. Bila indikator ekonomi menunjukkan resesi, pemasaran dapat mengambil langkah untuk merancang ulang, memposisikan kembali dan mengubah harga produknya.

#### d. Kepribadian dan konsep diri

Kepribadian setiap orang yang jelas mempengaruhi tingkah laku dalam memilih barang dan jasa yang akan digunakan. Kepribadian mengacu pada karakteristik psikologi unik yang menyebabkan respon yang relative konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan dirinya sendiri, dan keagresifan. Kepribadian dapat bermanfaat untuk menganalisis tingkah laku konsumen untuk memilih barang dan jasa yang dibutuhkan.

### 4. Faktor psikologis

#### a. Motivasi

Psikolog telah mengembangkan teori-teori motivasi manusia. Tiga teori yang paling terkenal adalah teori Sigmund Freud, Abraham Maslow dan



Federick Herzberg, membawa implikasi yang berada atau analisa konsumen dan strategi pemasaran.

c. Proses Belajar (pembelajaran)

Meliputi perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman. Sebagian perilaku manusia adalah hasil belajar. Ahli teori pembelajaran yakin bahwa pembelajaran dihasilkan melalui perpaduan kerja, dorongan, rangsanagan, petunjuk, tanggapan dan penguatan. Dorongan adalah rangsangan internal yang kuat untuk memotivasi tindakan.

d. Kepercayaan dan Sikap

Melalui bertindak dan belajar, orang mendapatkan keyakinan dan sikap. Hal ini mempengaruhi perilaku pembelian mereka. Kepercayaan adalah sutu gagasan deskriptif yang dimiliki seseorang terhadap sesuatu . sedangkan sikap yaitu evaluasi, perasaan emosional dan kecenderungan tindakan yang menguntungkan dan bertahan lama dari seseorang terhadap beberpa objek atau gagasan. Keputusan membeli seseorang merupakan hasil suatu hubungan yang saling mempengaruhi dan rumi antara faktor-faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologi. Faktor-faktor ini sangat berguna untuk mengidentifikasi pembeli-pembeli yang mungkin memiliki minat terbesar terhadap suatu produk atau jasa.

Dalam perilaku konsumen terdapat faktor-faktor yang beranekaragam yang mempengaruhinya. Setiap faktor tersebut memiliki pengaruh yang berbeda dari tiap faktornya. Dominan tidaknya pengaruh dari faktor tersebut tergantung pada

sikap atau perilaku konsumen itu sendiri dalam menentukan atau membuat keputusan tentang suatu hal.

### 2.1.3 Model Perilaku Konsumen

Berbicara mengenai perilaku konsumen, pada akhirnya akan sampai pada bagaimana implikasinya terhadap langkah-langkah strategi pemasaran. Dengan perkataan lain, mempelajari perilaku konsumen bertujuan untuk mengetahui berbagai aspek yang ada pada konsumen.

Ada tiga faktor yang mempengaruhi keputusan pembeli, faktor utama adalah pembeli individu. Hal ini menyiratkan bahwa keputusan untuk memilih suatu barang dengan merek tertentu dipengaruhi oleh hal-hal yang ada pada pelanggan. Kebutuhan, kesan kualitas merek, perspektif, kondisi topografi, gaya hidup, dan atribut karakter individu akan mempengaruhi keputusan tunggal dari berbagai pilihan merek yang dapat diakses.

Faktor kedua adalah iklim yang mempengaruhi pelanggan, keputusan pembeli tentang merek dipengaruhi oleh iklim yang melingkupi mereka.

Faktor ketiga yaitu stimulasi pemasaran atau juga disebut strategi pemasaran. Strategi pemasaran yang banyak dibahas adalah satu-satunya variabel dalam model ini yang dikendalikan oleh pemasar. Dalam hal ini pemasar berusaha mempengaruhi konsumen dengan menggunakan stimulasi-stimulasi pemasaran seperti iklan dan sejenisnya agar konsumen bersedia memilih merek produk yang di tawarkan.

#### 2.1.4 Pengertian Persepsi

Ries dan Trout (1987) mengatakan bahwa pemasaran adalah peperangan antar produsen untuk merebutkan persepsi konsumen. Demikianlah pentingnya persepsi dibenak konsumen, sehingga bermacam-macam strategi dirancang perusahaan supaya produk atau merek yang mereka tawarkan bisa menjadi nomor satu dibenak konsumen. Penataan wawasan yang tepat pada pelanggan membuat mereka memiliki kesan dan penilaian yang tepat, mengingat hal ini pembeli tertarik dan akan membeli. Berikut akan dibahas persepsi konsumen dimulai dengan definisinya, menguraikan proses terbentuknya persepsi, faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi, hingga tentang bagaimana persepsi seseorang mempengaruhi perilaku belinya. Persepsi (*perception*) adalah proses dimana individu mengatur dan menginterpretasikan kesan-kesan sensoris mereka guna memberikan arti bagi lingkungan mereka. Namun, apa yang seseorang persepsikan terhadap sesuatu atau apa yang diterima seseorang pada dasarnya bisa berbeda dari realitas objektif. Secara etimologi persepsi berasal dari bahasa latin *perceptio* yang berarti menerima atau mengambil. Persepsi adalah suatu proses bermakna.

Menurut Stanton (2001) Kebijakan dapat dicirikan sebagai signifikansi yang kita tunjukkan pada pertemuan masa lalu, peningkatan yang kita dapatkan melalui lima indra.

Mowen (1998) menyebut tahap pemaparan, perhatian, dan pemahaman menurut persepsi. Persepsi ini bersama keterlibatan konsumen (*level of consumer involvement*). Memori akan mempengaruhi pengolahan informasi.

Kotler (2008:179) penegasan adalah interaksi di mana kita memilih, mengumpulkan, dan menguraikan data masukan untuk membuat citra dunia yang signifikan.

Schifman dan Kanuk (2000:146) *perception is process by which an individuals select, organiers, and interprets stimuli into the meaningfull and chherent picture of the world* kurang lebihnya dalam bahasa Indonesia bahwa persepsi merupakan suatu proses yang membuat seseorang untuk memilih, mengorganisasikan, dan menginterpretasikan rangsangan-rangsangan yang diterima menjadi suatu gambaran yang berarti dan lengkap tentang dunia ini.

Fred Luthans (1992) mengatakan siklus persepsi dapat dicirikan sebagai komunikasi yang tidak terduga dalam penentuan, asosiasi, dan pemahaman tentang perbaikan. Seperti yang ditunjukkan oleh Milton (1981) persepsi adalah interaksi penentuan, asosiasi, dan pemahaman tentang dorongan yang dimulai dari lingkungan.

Shiffman dan Kanuk (1997) persepsi akan sesuatu berasal dari interaksi antara dua jenis faktor :

- a. Faktor pendorong yaitu khususnya atribut aktual seperti ukuran, berat, bayangan, atau bentuk. Kehadiran suatu item, baik bundling maupun quality, sebenarnya akan ingin melakukan upgrade terhadap pendeteksian manusia, untuk memberikan kesan terhadap item yang dilihatnya.
- b. Komponen tunggal, yang menggabungkan lima fakultas serta siklus pertemuan komparatif dan dorongan utama dan asumsi untuk individu itu sendiri.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa persepsi seseorang tidak akan sama dengan orang lain. Perspektif tidak diragukan lagi



dipengaruhi dari dalam dan luar individu itu sendiri. Komunikasi yang luas dalam keseluruhan strukturnya dapat membentuk wawasan komparatif di antara individu-individu dari pertemuan lokal tertentu. Sejauh menampilkan, dampak publikasi dalam komunikasi yang luas, bundling item, pengumuman, dll dapat mempengaruhi kesan individu terhadap suatu item atau merek.

### **2.1.5 Proses Persepsi**

Seperti telah di jelaskan sebelumnya bahwa persepsi merupakan proses yang terdiri dari seleksi, organisasi, dan interpretasi terhadap stimulus.

#### **a. Seleksi persepsi**

Siklus persepsi dimulai dengan adanya dorongan yang mempengaruhi lima kemampuan yang disebut sensasi. Peningkatan ini mengambil struktur yang berbeda dan secara konsisten akan menyerang perasaan pelanggan. Jika dilihat dari awal, ada perbaikan yang datang dari luar individu seperti wewangian, promosi dan lain-lain. Juga, ada yang datang dari individu yang sebenarnya, khususnya asumsi, kebutuhan dan pertemuan. Dalam perilaku pembeli, peningkatan yang memengaruhi pemahaman pembeli sepenuhnya merupakan upaya yang dilakukan oleh pengiklan melalui teknik promosi mereka.

Ada dua faktor yang mempengaruhi stimuli yang akan dipersepsi oleh konsumen yaitu :

#### **a) Faktor dari stimuli itu sendiri**

Atribut dorongan akan mempengaruhi pertimbangan pelanggan. Yang akan menarik perhatian anda yang lama atau yang baru, suara berdaya tinggi atau rendah.

- Kekontarasan atau perbedaan yang menyolok
- Kebaruan
- Intensitas
- Besarnya ukuran
- Gerakan
- Pengulangan

a) Faktor internal

Faktor internal adalah faktor yang berasal dari individu yang sebenarnya. Faktor prinsip yang secara teratur mempengaruhi pertimbangan tunggal dalam memilih upgrade adalah asumsi dan proses berpikir. Pelanggan secara keseluruhan akan melihat apa yang mereka harapkan tergantung pada pengalaman mereka. Dalam menampilkan, biasanya, pembeli akan melihat item tergantung pada keterlibatan mereka dalam item atau jenis yang biasanya seperti item yang diperhatikan.

a. Pengorganisasian persepsi

Setelah pembeli memilih peningkatan publikasi mana yang akan difokuskan, pembeli akan mengumpulkan peningkatan saat ini. Pembeli akan berkumpul, menghubungkan dorongan yang mereka temukan untuk menguraikannya sehingga mereka memiliki makna.

b. Interpretasi Persepsi

Proses akhir dari persepsi adalah memberikan interpretasi atas stimulus yang diterima konsumen. Pada tahap penerjemahan ini, pembeli dengan sengaja atau tidak sadar bermitra dengan semua data yang mereka miliki

untuk memiliki opsi untuk memberikan signifikansi yang tepat. Dalam siklus ini, pertemuan masa lalu seperti kondisi mental pembeli seperti persyaratan, asumsi, dan minat akan mengambil bagian penting dalam menguraikan perbaikan.

#### c. Perhatian Selektif

Pada dasarnya individu akan mengambil bagian dalam hasutan hari demi hari. Sebagian besar dorongan akan disaring, karena seseorang mungkin tidak akan memiliki pilihan untuk bereaksi.

#### 2.1.6 Faktor yang menyebabkan terjadinya perbedaan persepsi

Menurut Philip Kotler (2007:228) individu dapat memiliki berbagai kesan terhadap barang yang sama sebagai hasil dari tiga siklus, yaitu:

- Peningkatan diidentifikasi dengan persyaratannya saat ini
- Peningkatan yang mereka harapkan
- Tingkatkan dengan penyimpangan besar kontras dengan ukuran peningkatan

Perhatian selektif menyebabkan pengiklan perlu berusaha untuk menonjol bagi konsumen. Pesan mereka akan disia-siakan pada individu yang berada di pasar barang tertentu. Bahkan individu di pasar mungkin tidak fokus pada sebuah pesan kecuali jika pesan itu terpisah dari peningkatan yang berbeda di sekitarnya.

#### b. Distorsi Selektif

Distorsi selektif adalah kecenderungan individu untuk mengubah data kedalam pengertian pribadi dalam menginterpretasikan informasi dengan cara yang akan mendukung para konsep mereka bukannya menantang para konsep tersebut.

### c. Ingatan Selektif

Ingatan selektif menjelaskan mengapa pengiklan menggunakan pertunjukan dan pengulangan dalam mengirim pesan ke sektor bisnis tujuan mereka. Karena individu akan mengabaikan banyak hal, mereka akan beradaptasi tetapi pada umumnya akan mengingat informasi yang akan mendukung perspektif dan keyakinan mereka.

Perpaduan dari dua jenis informasi yang berbeda, ke dalam dan ke luar, menghasilkan citra yang individual dan tidak salah lagi.

### 2.1.7 Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi

Menurut Nugroho. J Setiadi (2003) faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi adalah visi dan sasaran yang didapat dan dimana keadaan wawasan itu terjadi. Reaksi yang muncul terhadap peningkatan tersebut akan dipengaruhi oleh kualitas orang yang melihatnya, atribut yang dapat mempengaruhi wawasan yaitu:

#### a. Karakter

Karakter yang dapat mempengaruhi positif atau negatifnya tanggapan yang akan diberikan seseorang.

#### b. Motivasi

Motivasi ialah hal yang mendorong seseorang mendasari sikap tindakan yang dilakukannya.

#### c. Minat



Ialah faktor yang membedakan penilaian seseorang terhadap sesuatu hal atau objek tertentu, yang mendasari kesukaan atau ketidaksukaan terhadap objek tertentu.

d. Pengalaman masa lalu

Bisa pengaruhi anggapan seorang sebab kita umumnya hendak menarik kesimpulan yang sama dengan apa yang sempat dilihat serta didengar.

e. Harapan

Pengaruhi anggapan seorang dalam membuat keputusan, kita hendak cenderung menolak gagasan, ajakan, ataupun tawaran, yang tidak cocok dengan apa yang di idamkan.

f. Sasaran

Target bisa pengaruhi penglihatan yang kesimpulannya hendak pengaruhi anggapan.

g. Situasi

Suasana ataupun kondisi disekitar sasaran yang kita lihat akan turut mempengaruhi persepsi. Sasaran atau benda yang sama yang kita lihat dalam situasi yang berbeda akan menghasilkan persepsi yang berbeda pula.

### 2.1.8 Dimensi Persepsi

Menagacu pada Zeithmalt, Bery, dan Parasuraman (1985), Tati suryani dkk (2008:256) ada beberapa dimensi persepsi yaitu sebagai berikut :

a. Kinerja

Menyertakan bermacam ciri operasional utama, misalnya ciri operasional mobil merupakan kecepatan, akselerasi, sistem, kemudi serta kenyamanan. Konsumen memiliki perilaku yang berbeda dalam memperhitungkan atribut- atribut kinerja tersebut sebab aspek kepentingan konsumen berbeda satu sama lain.

#### b. Pelayanan

Mencerminkan keahlian toko dalam membagikan pelayanan kepada konsumen terpaut dengan produk yang dipasarkan, terus menjadi baik pelayanan yang diberikan toko kepada konsumen, terus menjadi baik pula evaluasi konsumen terhadap image toko itu.

#### c. Energi Paham( responsiveness)

merupakan sesuatu keahlian buat menolong serta membagikan pelayanan yang cepat serta pas kepada konsumen lewat penyampaian data yang jelas, dan didukung dengan terdapatnya para staf ataupun karyawan buat menolong para pelanggan serta membagikan pelayanan yang paham.

#### d. Keandalan( reliability)

Keahlian industri buat membagikan pelayanan cocok dengan yang disajikan secara akurat serta terpercaya. Selaku contoh bila indomaret melaporkan kalau jam buka layanan merupakan 24 jam layanan hendak dinilai konsumen konsistensinya.

#### e. Fakta Raga( tangibles)

Ditunjukkan dari keahlian industri dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan kantor, karyawan, posisi, ruangan, tempat parkir dan

fasilitas raga yang terdapat jadi aspek yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam memperhitungkan.

f. Kompetensi

pelanggan hendak memperhitungkan mutu layanan dari kompetensi karyawan yang menanggulangi layanan kepada pelanggan. Kompetensi dari keahlian petugas dalam memahami produk yang ditawarkan, prosedur, intruksi kerja, serta kebijakan terpaut.

g. Akses

Bila industri membagikan kepada konsumen buat kontak dengan industri serta karyawannya ataupun berupaya mendekatkan lokasinya pada konsumen, sehingga konsumen memperoleh kemudahan buat berhubungan langsung kepada industri, hingga konsumen hendak memperhitungkan memperoleh kemudahan dalam mengakses dinilai sebagian berarti dari layanan yang bermutu.

h. Kesopanan

Tiap pelanggan tentu sangat bahagia bila dilayani dengan sopan cocok dengan tata krama yang berlaku di warga. Oleh sebab itu kesopanan karyawan ialah salah satu perihal yang dinilai oleh konsumen.

i. Keahlian Komunikasi

Keahlian karyawan dalam berhubungan langsung dengan konsumen jadi salah satu evaluasi konsumen terhadap mutu layanan yang diberikan. Konsumen hendak merasa tidak puas serta membagikan evaluasi kurang baik, bila kala menanyakan

suatu yang terpaut dengan produk yang ditawarkan, datanya tidak pas, tidak lengkap ataupun salah satu komunikasinya tidak pas.

#### j. Kredibilitas

Kredibilitas karyawan ialah perihal berarti yang dinilai konsumen. Kredibilitas ini tidak hanya terpaut dengan aspek kejujuran pula terpaut dengan hal-hal yang sifatnya psikologis yang menuju pada timbulnya keyakinan serta ketertarikan pelanggan pada produk/ layanan yang diberikan.

#### k. Keamanan

Keamanan merupakan unsur penting yang dipertimbangkan konsumen .

Persepsi konsumen terhadap suatu perusahaan maupun produk akan menjadi pertimbangan konsumen dalam menentukan pilihan produk mana yang akan dibeli dan dimana akan membeli produk tersebut. Jika persepsi tersebut tinggi dan baik maka konsumen akan tertarik untuk membeli produk tersebut di tempat tersebut.

#### 2.1.9 Festival Quality

*Festival quality* merupakan teori kualitas layanan yang mengalami penyesuaian terhadap jasa event festival. *Festival quality* dimaknai sebagai evaluasi yang dilakukan pengunjung festival untuk mengukur kinerja tersebut.

Parasuraman (1988) dalam Santouridis dan Travelas (2010;333) menyatakan : *service quality as “the overall evolution of a specific service firm that result from comparing that firm’s performance with the customers general expectation of how firm in that industry sould perform”*. Kualitas layanan dinilai sebagai keseluruhan hasil evaluasi layanan sebagai hasil kinerja perusahaan



dikaitkan dengan harapan pelanggan, dalam hal ini menunjukkan seberapa tinggi kinerja perusahaan berdasarkan penilaian pelanggan. Pengukuran kualitas layanan organisasi tergantung pada evaluasi pelanggan atas layanan tersebut.

Zheithmalt (1998) dalam Hawary, et al (2010;70) menyatakan bahwa sifat pembeli yang nyata menggambarkan sentimen pembeli tentang prevalensi bantuan. Bantuan berkualitas jika penyajian barang atau administrasi lebih unggul dari administrasi lain yang dapat diakui klien. Estimasi ini adalah struktur yang serupa. Lethinen (1982) mengungkapkan bahwa berdasarkan pada perspektif pelanggan, evaluasi atas kualitas dilihat dari dua perspektif yaitu perspektif proses dan perspektif outcome. Perspektif proses menjelaskan seberapa baik penilaian pelanggan atas berlangsungnya proses penyampaian jasa dan perspektif outcome menunjukkan seberapa tinggi kualitas atau manfaat yang bisa didapatkan dari layanan bersangkutan.

Mckercher( 2006) melaporkan uraian terhadap kemauan wisatawan buat mendatangi festival serta pengalaman yang bisa diberikan kepada wisatawan dikala mendatangi festival, jadi penilaian tertentu untuk kemajuan festival dalam persaingan.

Penentuan festival quality di dasarkan pada riset tadinya ialah tentang servicescape. Bagi bitner( 1992) servicescape merupakan area dimana layanan terbuat serta terdapatnya interaksi antara pelakon layanan serta konsumen, dikombinasikan dengan komoditas nyata yang memfasilitasi kinerja layanan. Servicescape pada festival merupakan perihal yang mempunyai perbandingan dibandingkan pada jasa yang lain. Cole and chancellor( 2009) berkomentar

terdapat 3 perihal yang sangat mempengaruhi pada festival quality ialah: program, amenities, entertainments.

Wen- chian chen( 2012: 9) mengemukakan festival quality terdiri dari 6 ukuran:

a. Facilities

Seluruh aspek yang berwujud serta bisa dilihat oleh wisatawan festival, semacam: keelokan festival, tata ruang, serta alterasi sarana.

b. Staff

Anggota yang bekerja secara professional serta mempunyai pengetahuan tentang festival supaya bisa berhubungan dengan wisatawan buat membagikan pertolongan bila diperlukan.

c. Comfort Amenities

Seluruh fitur yang digunakan buat menaikkan kenyamanan wisatawan sepanjang terletak di festival.

d. Information Availability

Ketersediaan data buat memudahkan wisatawan dalam melaksanakan kegiatan sepanjang festival ataupun mengarah ke festival.

e. Convinience

Seluruh aspek yang bisa membagikan kemudahan pada wisatawan festival.

f. Program

Atraksi utama yang jadi energi tarik wisatawan pada festival.

### 2.1.10 Penelitian Terdahulu

Penelitian-penelitian terdahulu yang digunakan sebagai bahan perbandingan dan referensi dalam penelitian ini terlihat dalam tabel 2.2 sebagai berikut :

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama penelitian	Judul penelitian	Objek penelitian	Alat analisis	Kesimpulan
1.	Fitri Novika Widjaja. Raditya Pratama Akbari Widiyatmoko (2015)	Analisis faktor festival quality pada jember fasion carnival menurut persepsi penonton	Festival pada jember fashion carnival (jfc)	Deskriptif dan pendekatan kualitatif	Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa pengukuran <i>festival quality</i> dapat dilakukan dengan menggunakan 6 dimensi ukur yaitu <i>program, facilities, staff, comform amenities, information availability, convenience</i> . Keenam dimensi tersebut diperoleh dari mereduksi 24 indikator pengukuran melalui <i>confirmatory factor</i> analisis.

No	Nama penelitian	Judul penelitian	Objek penelitian	Alat analisis	Kesimpulan
2.	Frea purnama. Nurman	Tradisi Pacu Itiak Dalam Melestarikan Nilai- Nilai Budaya Di Payakumbuh	Pacu Itiak Di Payakumbuh	Kualitatif dan pendekatan Deskriptif	Dalam riset ini ada hambatan dalam melakukan nilai-nilai budaya tradisi pacu itik sebab kurang terdapatnya landasan dalam uraian tradisi pacu itik. Upaya yang dicoba dalam melestarikan nilai- nilai budaya merupakan dengan awal turut berpartisipasi apabila terdapat aktivitas dalam rangka pelestarian tradisi, kedua mensosialisasikan kepada warga kalau tradisi pacu itik ini ialah

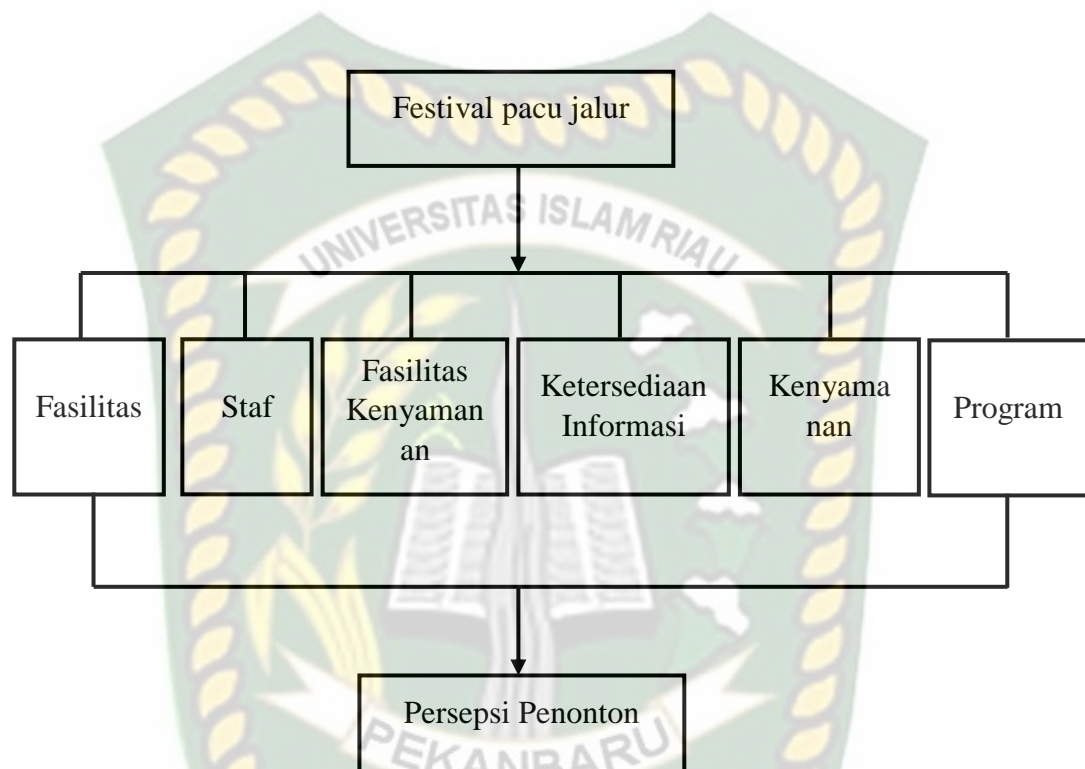


No	Nama penelitian	Judul penelitian	Objek penelitian	Alat analisis	Kesimpulan
					fenomena unik yang pantas buat dilindungi kelestariannya serta dipertahankan keasliannya sebab tradisi pacu itik ialah salah satunya yang terdapat diIndonesia.
3.	Purnama Suzanti (2014)	Energi Tarik Pacu Jawi Selaku Aktraksi Wisata Budaya Di Kabupaten Tanah Datar	Pacu Jawi Di Kabupaten Tanah Datar	Kualitatif	Energi tarik pacu jawi terletak pada gairah ataupun semangat serta kegembiraan yang nampak pada peternak, joki, warga, tokoh warga, pemerintah serta turis dan keadaan alam yang mendesak gairah tersebut. Estetika pacu

No	Nama penelitian	Judul penelitian	Objek penelitian	Alat analisis	Kesimpulan
					<p>jawi terletak pada keharmonisan semangat serta kegembiraan dengan bentang alam, aksi di arena pacu serta keelokan hasil fotografi. Keunikan pacu jawi tergambar pada posisi penyelenggaraan di rangkaian sawah yang berteras-terras dengan arena pacu sawah yang berlumpur serta berair, dilaksanakan berpindah-pindah dari satu nagari ke nagari lain.</p>

### 2.1.11 Kerangka Berfikir

Penelitian ini dilakukan untuk melihat analisis persepsi penonton terhadap *festival quality* pacu jalur di Kabupaten Kuantan Singingi.



### 2.1.12 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Terdapat dua hipotesis yang digunakan dalam penelitian yaitu hipotesis kerja dinyatakan dalam kalimat positif dan hipotesis nol dinyatakan dalam kalimat negative berikut penjelasannya:

1. Hipotesis kerja (alternative) yang disusun berdasarkan atas teori yang dipandang handal ( $H_a$ ). Hipotesis ini menyatakan ada hubungan atau pengaruh Variabel X dan Y.
2. Hipotesis nol (nihil) dirumuskan karena teori yang digunakan masih diragukan keandalannya ( $H_0$ ). Hipotesis ini menyatakan tidak ada hubungan atau pengaruh antara variable X dan Y.

Untuk hipotesa nihil diberi symbol  $H_0$  dan untuk hipotesa alternative diberi symbol  $H_1$ ,  $H_2$ ,  $H_3$ . Dalam penelitian ini penulis akan menggunakan hipotesis yang tujuannya untuk mencari tau bagaimana persepsi penonton terhadap *festival quality* pacu jalur di Kabupaten Kuantan Singingi. Hipotesis yang dibuat penulis dalam penelitian ini:

- $H_a$  : Ada pengaruh persepsi penonton terhadap *festival quality* pacu jalur di Kabupaten Kuantan Singingi
- $H_0$  : Tidak ada pengaruh persepsi penonton terhadap *festival quality* pacu jalur di Kabupaten Kuantan Singingi



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini penulis mengambil lokasi pada penelitian di lakukan secara sengaja yaitu di kota Teluk Kuantan Kabupaten Kuantan Singingi dalam penentuan lokasi ini berdasarkan tempat terlaksananya event festival pacu jalur setiap tahunnya.

#### 3.2 Operasional Variabel

**Tabel 3.1**  
**Operasional Variabel**

Variabel	Dimensi	Indikat Or	Skala
<i>Festival quality</i> merupakan teori mutu layanan yang hadapi penyesuaian terhadap jasa event festival, festival quality dimaknai selaku penilaian yang dilakukan wisatawan festival buat mengukur kinerja festival tersebut.	1. fasilitas ( <i>facilities</i> )	<ul style="list-style-type: none"><li>• Fasilitas yang ada pada pacu jalur memadai (tribun/ tempat menonton)</li><li>• Lokasi festival pacu jalur mudah di tempuh</li><li>• Fasilitas MCK memadai</li><li>• Toilet pada pacu jalur bersih</li><li>• Fasilitas ibadah memadai</li><li>• Stand penjual makanan dan minuman banayak tersedia</li></ul>	Interval

Variabel	Dimensi	Indikat Or	Skala
	2. staf ( <i>staff</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Panitia pacu jalur berpengetahuan luas tentang festival pacu jalur</li> <li>• Panitia pacu jalur bersikap profesional</li> <li>• Panitia pacu jalur bersedia membantu pengunjung</li> <li>• Jumlah panitia pacu jalur cukup.</li> <li>• Panitia pacu jalur ramah</li> </ul>	Interval
	3. Fasilitas Kenyamanan (Comfort Amenities)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Sound system</i> pada pacu nyaman didengar</li> <li>• Tempat duduk saat pacu jalur mudah didapat</li> <li>• Kemudahan memperoleh informasi saat pacu jalur</li> </ul>	Interval
	4. Ketersediaan Informasi ( <i>information availability</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Papan petunjuk pada pacu jalur jelas</li> </ul>	Interval

Variabel	Dimensi	Indikat Or	Skala
<p><b>Persepsi konsumen</b> adalah suatu proses yang membuat seseorang memilih, mengorganisasikan</p>	5. Kenyamanan ( <i>convenience</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Spanduk yang di pasang jelas</li> <li>• Petunjuk arah menuju festival pacu jalur jelas.</li> <li>• Ruang parkir pada festival pacu jalur cukup luas dan aman</li> <li>• Jam operasional pacu jalur sudah ditetapkan</li> <li>• Taman tempat beristirahat penonton sudah disediakan.</li> </ul>	Interval
	6. Program	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Program acara pada pacu jalur bervariasi</li> <li>• Program acara pada pacu jalur menarik</li> <li>• Program acara pada pacu jalur mendidik</li> <li>• Program acara pada pacu jalur terorganisir dengan baik</li> </ul>	Interval
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Persepsi penonton tentang fasilitas</li> </ul>	Interval

Variabel	Dimensi	Indikat Or	Skala
dan menginterpretasikan rangsangan – rangsangan yang diterima menjadi suatu gambaran yang berarti dan lengkap tentang dunianya.		• Persepsi penonton tentang staff	Interval
		• Persepsi penonton tentang comfort amenities	Interval
		• Persepsi penonton tentang ketersediaan informasi	Interval
		• Persepsi penonton tentang kenyamanan	Interval
		• Persepsi penonton tentang program	Interval

### 3.3 Jenis Dan Sumber Data

#### 3.3.1 Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari penelitian langsung menyangkut kemudahan dan kepercayaan pada penerapan persepsi penonton yang diperoleh dari festival pacu jalur.

#### 3.3.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak terkait dari dinas pariwisata yang mencakup data gambaran umum tentang festival pacu jalur.



### **3.4 Teknik Pengumpulan Data**

#### **3.4.1 Kuesioner**

Kuesioner adalah prosedur pengumpulan informasi melalui struktur yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang diajukan direkam sebagai hard copy kepada individu atau pengumpulan individu untuk menemukan solusi atau reaksi dan data yang dibutuhkan oleh analis (Mardalis, 2009:66).

#### **3.4.2 Wawancara**

Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah wawancara langsung kepada para penonton atau pecinta pacu jalur untuk mendapatkan data tentang masalah yang sedang diselidiki.

### **3.5 Populasi dan Sampel**

#### **3.5.1 Populasi**

Populasi merupakan wilayah spekulasi yang terdiri dari artikel atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2005:72)

Populasi dalam penyelidikan ini adalah orang yang menonton festival pacu jalur mulai dari anak-anak sampai dengan dewasa, dari umur 10-50 tahun.

#### **3.5.2 Sampel**

Sampel sangat penting untuk jumlah dan kualitas yang digerakkan oleh penduduk (Sugiono, 2005:72). Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *non probability sampling* artinya tidak memberi kemungkinan yang sama bagi tiap unsur populasi untuk dipilih karena tidak diketahui dan dikenal dengan populasi yang sebenarnya (S. Nasution 2008:95). Karena jumlah populasi yang sangat

besar yaitu bisa mencapai ribuan dan keterbatasan waktu, serta tenaga yang dimiliki maka penulis mengambil sampel sebanyak 100 orang penonton dengan metode kuota sampling.

### 3.6 Analisis Data

Dalam menganalisis data pada penelitian ini, penulis menggunakan metode deskriptif yaitu : suatu metode yang mencoba menjelaskan semua data dan informasi yang diperoleh dengan jalan mengelompokkan dan di susun sedemikian rupa. Lalu dijelaskan dan kemudian dianalisis dengan mengaitkan beberapa teori yang relevan dengan permasalahan yang ada, yang selanjutnya diambil suatu kesimpulan.

Penulis juga menggunakan skala likert untuk menganalisa jawaban responden, dimana setiap jawaban diklasifikasikan sebagai berikut :

SS : Sangat Sepakat = 5

S : Sepakat = 4

KS : Kurang Sepakat = 3

TS : Tidak Sepakat = 2

STS : Sangat Tidak Sepakat = 1

## BAB IV

### GAMBARAN UMUM FESTIVAL

#### 4.1 Sejarah singkat Pacu jalur

Pacu jalur adalah ajang pesta rakyat yang selalu ditunggu masyarakat kuantan singingi, Riau. Ajang lomba mendayung dengan perahu bermuatan 40-60 orang ini biasanya berlangsung di sungai batang kuantan. lomba ini berkembang mengikuti perkembangan zaman dengan luwes, sejarahnya pun terbilang unik.

Ribuan orang bersilaturahmi melihat adu cepat dayung panjang. Inilah event yang telah ada satu abad yang lalu. Setelah Indonesia merdeka, pacu jalur dilaksanakan untuk merayakan hari raya islam seperti idul fitri, kini pacu jalur diselenggarakan untuk merayakan Kemerdekaan Republik Indonesia. Namun asal usul pacu jalur terbilang unik, riuh semangat tim pendayung, warni warni kostum, dan dentuman suara meriam penanda mulai lomba, serta teriakan pemberi semangat menjadi daya Tarik khazanah budaya lokal asli Riau yang pantas untuk dinikmati secara langsung.

Wisatawan yang melihat festival pacu jalur ini tidak dipungut bayaran. Akomodasi serta sarana yang lain, pemerintah kota setempat pula sudah mempersiapkan fasilitas- fasilitas penunjang disekitar arena pacu ini, semacam toilet universal, masjid, tribun pemirsa, tower air bersih, trotoar, wisma, hotel, speed boat penolong, posko kesehatan, warung makan, toko souvenir serta lain-lain.

## 4.2 Struktur Organisasi Pacu Jalur

**Gambar 4.1 Struktur Organisasi Pacu Jalur di Kabupaten Kuantan Singingi**



Pada organisasi/ panitia jalan ada 3 pihak yang ikut serta langsung dengan urusan jalan antara lain:

1. partuo/ patua

Merupakan panitia ataupun organisasi jalan yang terdiri dari orang- orang yang dituakan pada sesuatu banjar/ kampung, yang mempunyai tugas:

- a. mencari, memilah, ataupun memastikan kayu jalur
- b. memastikan tukang jalan serta tenaga dorongan dari masyarakat
- c. memastikan dukun jalur
- d. mengadakan rapat- rapat ataupun musyawarah tentang jalur

2. Dukun jalur

Mayoritas tiap kampung cuma memiliki satu orang dukun buat satu jalan, tetapi bisa saja satu orang dukun membawah lebih dari satu buah jalan ataupun



lebih mempunyai lebih dari satu orang dukun. Ada pula tugas dukun jalan merupakan:

- a. berikan masukan tentang penentuan serta memilah kayu jalan pada patua
- b. mengetuai upacara menobang jalur
- c. memastikan langkah jalan semacam: waktu maelo jalan, waktu turun kebatang kuantan, waktu berangkat ke tempat pacu dsb.
- d. menawari jalan semacam: membacakan mantra dikala jalan telah diisi oleh anak pacu.

### 3. Anak pacu

Merupakan sekumpulan orang-orang yang terletak didalam/ diatas jalan yang berkisar menggapai 50 orang serta dibagi bagi guna serta tugas mereka tiap-tiap, antara lain:

#### **a. tukang tari**

Berjumlah 1 orang, posisinya berada di haluan jalur paling depan yang memiliki peran menari baik jika jalur menang maupun kalah. Dengan tujuan untuk memberi semangat kepada anak pacu.

#### **b. tukang concang**

Berjumlah 2 orang, posisinya berada dibelakang setelah tukang tari yang berperan bagaikan kapten kesebelasan dalam sepak bola, menentukan lambat atau pacu berkayuh.

#### **c. tukang kayuh**

Jumlah nya bisa mencapai 40 orang, posisinya disepanjang jalur bertugas mengayuh jalur dan harus serempak.

#### **d. tukang timbo**

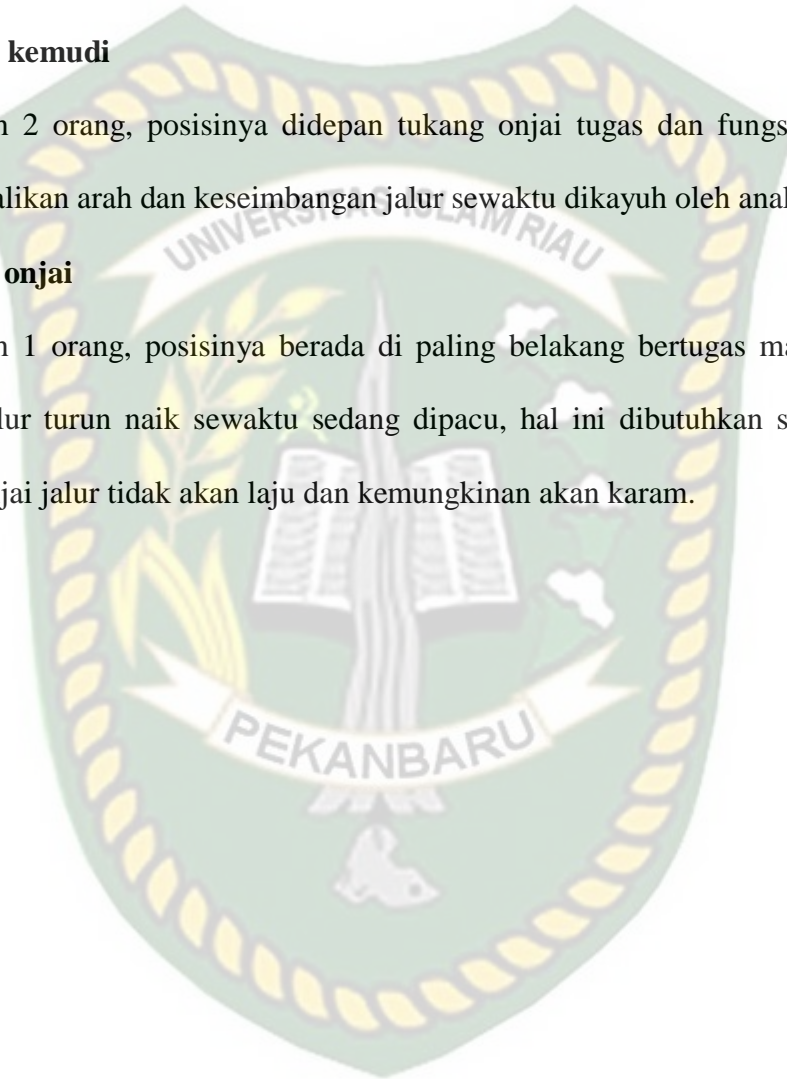
Berjumlah 1 orang, posisinya ditengah-tengah jalur bertugas menimba air yang masuk kedalam jalur dan memberi aba-aba untuk mulai berkayuh dengan cara melucutkan upih ke air serta memberikan semangat kepada anak pacuan dalam berpacu.

**e. tukang kemudi**

Berjumlah 2 orang, posisinya didepan tukang onjai tugas dan fungsinya untuk mengendalikan arah dan keseimbangan jalur sewaktu dikayuh oleh anak pacu.

**f. tukang onjai**

Berjumlah 1 orang, posisinya berada di paling belakang bertugas maonjai agar haluan jalur turun naik sewaktu sedang dipacu, hal ini dibutuhkan sebab tanpa tukang onjai jalur tidak akan laju dan kemungkinan akan karam.



## BAB V

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 5.1 Hasil penelitian

##### 5.1.1 Karakteristik Umum Responden Penelitian

Dalam penelitian ini responden yang dijadikan sampel berjumlah 100 orang responden. Seluruh responden yang dijadikan sampel mengembalikan kuisioner yang diberikan. Adapun karakteristik responden yang di gunakan dalam penelitian ini adalah diklasifikasikan berdasarkan usia, pekerjaan, status perkawinan, pendidikan terakhir, pendapatan. Berikut ini akan di bahas mengenai kondisi dari masing-masing klasifikasi demografis responden tersebut:

##### 5.1.1.1 Usia Responden

Usia dapat memepengaruhi keputusan menonton seseorang, semakin tinggi tingkat usia, maka keputusan yang di ambil akan di lakukan dengan berbagai pertimbangan lebih matang. Komposisi usia responden pada tabel 5.1 berikut ini adalah data usia pengunjung pacu jalur Kabupaten Kuantan Singingi:

**Tabel 5.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

Usia Responden	Jumlah	Persentase (%)
10 – 20 Tahun	9 Orang	9 %
20 – 30 Tahun	46 Orang	46 %
30 – 40 Tahun	16 Orang	16 %
40 – 50 Tahun	14 Orang	14 %
>50 Tahun	15 Orang	15 %
<b>Total</b>	<b>100 Orang</b>	<b>100 %</b>

*Sumber: Data primer yang diolah 2019*

Berdasarkan tabel diatas responden dengan rentang usia 10 – 20 tahun berjumlah 9 orang atau 9%. Responden dengan rentang usia 20 – 30 tahun berjumlah 46 orang atau 46% . Responden dengan rentang usia 30 – 40 tahun berjumlah 16 orang atau 16%. Responden dengan rentang usia 40 – 50 tahun

berjumlah 14 orang atau 14 %. Responden dengan rentang usia >50 tahun berjumlah 15 orang atau 15%. Penonton yang menonton festival didominasi pengunjung dengan rentang usia 20 – 30 tahun dengan jumlah 46 orang pengunjung atau 46%.

### 5.1.1.2 Pekerjaan Responden

Pekerjaan juga dapat mempengaruhi pengunjung dalam menonton festival pacu jalur di Kabupaten Kuantan Singingi. Komposisi responden menurut pekerjaan pada Tabel 5.2 berikut ini adalah data pekerjaan pengunjung pada pacu jalur di Kabupaten Kuantan Singingi:

**Tabel 5.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
Ibu Rumah Tangga	22 Orang	22 %
Wirausaha/wiraswasta	37 Orang	37 %
Mahasiswa/i	16 Orang	16 %
Petani	8 Orang	8 %
PNS	7 Orang	7 %
Guru	9 Orang	9 %
Notaris	1 Orang	1 %
<b>Total</b>	<b>100 Orang</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data primer yang di olah 2019

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden dengan latar belakang sebagai ibu rumah tangga berjumlah 22 orang atau 22%. Responden dengan latar belakang sebagai wirausaha berjumlah 37 orang atau 37%. Responden dengan latar belakang mahasiswa/I berjumlah 16 orang atau 16%. Responden dengan latar belakang Petani berjumlah 8 orang atau 8%. Responden dengan latar belakang PNS berjumlah 7 orang atau 7%. Responden dengan latar belakang guru berjumlah 9 orang atau 9%. Dan responden dengan latar belakang notaris berjumlah 1 orang atau 1%.



Pengunjung yang menonton pacu jalur didominasi oleh pengunjung dengan latar belakang wirausaha/wiraswasta sebesar 37 orang pengunjung atau 37% dikarenakan pendapatan wirausaha/wiraswasta lebih besar dan mereka juga mempunyai banyak waktu luang untuk menonton pacu jalur, jika mereka bekerja sebagai pedagang maka itu peluang emas untuk mereka berjualan di arena pacu jalur.

#### 5.1.1.3 Status Perkawinan Responden

Status perkawinan sangat mempengaruhi keputusan seseorang dalam menonton pacu jalur. Komposisi responden menurut status perkawinan disajikan pada tabel 5.3 berikut ini adalah data status perkawinan pengunjung pada festival pacu jalur :

**Tabel 5.3: Karakteristik Responden Berdasarkan Status Perkawinan**

Status Perkawinan	Jumlah	Persentase (%)
Belum Menikah	45 Orang	45 %
Sudah Menikah	55 Orang	55 %
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data primer yang diolah 2019

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden belum menikah sebanyak 45 orang dengan persentase 45% sedangkan yang sudah menikah 55 orang dengan persentase 55%.

Pengunjung yang menonton pacu jalur didominasi oleh pengunjung dengan status menikah sebesar 55 orang pengunjung atau 55%.

#### 5.1.1.4 Pendidikan Terakhir Responden

Pendidikan juga dapat mempengaruhi seseorang dalam menonton festival pacu jalur di Kabupaten Kuantan Singingi. Komposisi responden menurut

pendidikan terakhir disajikan pada tabel 5.4. Berikut ini adalah data pendidikan terakhir pengunjung pada pacu jalur di Kabupaten Kuantan Singingi.

**Tabel 5.4 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

Pendidikan	Jumlah	Persentase (%)
SD	2 Orang	2 %
SMP	18 Orang	18 %
SMA	48 Orang	48 %
D3	9 Orang	9 %
S1	23 Orang	23 %
<b>Total</b>	<b>100 Orang</b>	<b>100 %</b>

Sumber: Data primer yang diolah 2019

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden dengan latar belakang pendidikan SD berjumlah 2 orang atau 2%. Responden dengan latar belakang pendidikan SMP berjumlah 18 orang atau 18%. Responden dengan latar belakang pendidikan SMA berjumlah 48 orang atau 48%. Responden dengan latar belakang pendidikan D3 berjumlah 9 orang atau 9%. Dan responden dengan latar belakang pendidikan berjumlah 23 orang atau 23%. pengunjung yang menonton pacu jalur didominasi oleh pengunjung dengan latar belakang pendidikan SMA sebesar 48 orang pengunjung atau 48%.

#### 5.1.1.5 Pendapatan Responden

Pendapatan juga sangat mempengaruhi keputusan pengunjung dalam menonton pacu jalur. Komposisi responden menurut pendapatan disajikan pada Tabel 5.5 berikut ini adalah data pendapatan pengunjung pacu jalur di Kabupaten Kuantan Singingi:

**Tabel 5.5: Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan**

Pendapatan	Jumlah	Persentase (%)
>5 Juta	8 Orang	8 %
3 – 5 Juta	15 Orang	15 %
< 2 – 1 Juta	34 Orang	34 %
< 1 Juta	43 Orang	43 %

<b>Total</b>	<b>100 Orang</b>	<b>100 %</b>
--------------	------------------	--------------

Sumber: Data Olahan 2019

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden dengan Pendapatan >5 Juta berjumlah 8 orang atau 8%. Responden dengan pendapatan 3 – 5 Juta berjumlah 15 orang atau 15%. Responden dengan pendapatan <2 – 1 Juta berjumlah 34 orang atau 34%. Dan responden dengan pendapatan <1 Juta berjumlah 43 orang atau 43%. Pengunjung yang menonton didominasi oleh pengunjung dengan pendapatan <1 Juta sebesar 43 orang konsumen atau 43%.

#### 5.1.1.6 Frekuensi menonton pacu jalur

Frekuensi menonton juga dapat mempengaruhi pengunjung dalam menonton festival pacu jalur di Kabupaten Kuantan Singingi. Komposisi responden menurut frekuensi menonton pacu jalur disajikan pada Tabel 5.6 berikut ini adalah data frekuensi pengunjung:

**Tabel 5.6**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Menonton Pacu Jalur**

<b>Frekuensi Berbelanja</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
Baru satu kali	2 Orang	2 %
Sudah beberapa kali	13 Orang	13 %
Hampir setiap tahun	13 Orang	13 %
Setiap tahun	72 Orang	72 %
<b>Total</b>	<b>100 Orang</b>	<b>100 %</b>

Sumber: data primer yang di olah 2019

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden dengan frekuensi menonton baru satu kali berjumlah 2 orang atau 2%. Responden dengan frekuensi menonton sudah beberapa kali berjumlah 13 orang atau 13%. Responden dengan frekuensi menonton hampir setiap tahun berjumlah 13 orang atau 13%. Dan responden dengan frekuensi menonton setiap tahun berjumlah 72

orang atau 72%. Pengunjung yang menonton didominasi oleh pengunjung dengan frekuensi menonton setiap tahun sebanyak 72 orang pengunjung atau 72%.

### 5.1.2 Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Konsumen

Persepsi dalam arti sempit ialah penglihatan, bagaimana cara seseorang melihat sesuatu, sedang kan dalam arti luas ialah pandangan atau pengertian, yaitu bagaimana seseorang memandang atau mengartikan sesuatu (Sobur, 2005: 445).

Menurut Kotler (2008: 179) persepsi adalah proses dimana kita memilih, mengatur, dan menerjemakan masukan masukan informasi untuk menciptakan gambaran dunia yang berarti. Untuk mengetahui persepsi konsumen pada penelitian ini yang terdiri dari fasilitas, staff, fasilitas kenyamanan, ketersediaan informasi, kenyamanan, dan program yang mana objek penelitian ini yaitu konsumen yang menonton festival pacu jalur di Kabupaten Kuantan Singingi maka dapat dilihat pada tabel dan analisis deskriptif sebagai berikut :

#### 5.1.2.1 Fasilitas

Berikut adalah hasil tanggapan pengunjung mengenai fasilitas :

**Tabel 5.7**  
**Tanggapan Responden tentang Fasilitas yang ada pada pacu jalur memadai (tribun atau tempat menonton)**

No	Kategori	Jumlah Responden	Persentase
1.	Sangat Sepakat	37	37%
2.	Sepakat	55	55%
3.	Kurang sepakat	7	7%
4.	Tidak sepakat	1	1%
5.	Sangat Tidak sepakat	-	-
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Olahan 2019



Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat tanggapan responden mengenai fasilitas yang ada pada pacu jalur memadai (tribun atau tempat menonton) yaitu dari 100 responden sangat sepakat 37 ataupun 37%, yang sepakat 55 ataupun 55%, yang kurang sepakat 7 ataupun 7%, dan tidak sepakat 1 ataupun 1%.

Dapat dilihat dari 100 responden diketahui 55 ataupun 55% dari responden menyatakan sepakat dikarenakan fasilitas yang ada pada pacu jalur memang memadai seperti tribun atau tempat menonton memang sudah disediakan oleh panitia supaya memudahkan pengunjung yang menonton festival pacu jalur.

**Tabel 5.8**  
**Tanggapan responden tentang lokasi festival pacu jalur yang mudah di tempuh**

No	Kategori	Jumlah Responden	Persentase
1.	Sangat sepakat	31	31%
2.	Sepakat	62	62%
3.	Kurang sepakat	7	7%
4.	Tidak sepakat	-	-
5.	Sangat Tidak sepakat	-	-
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data Olahan 2019

Berdasarkan tabel di atas, cenderung terlihat reaksi terhadap lokasi festival pacu jalur mudah di tempuh yaitu dari 100 responden sangat sepakat 31 ataupun 31%, yang sepakat 62 ataupun 62%, dan kurang sepakat 7 ataupun 7%.

Dapat dilihat dari 100 responden diketahui bahwa 62 ataupun 62% dari responden menyatakan sepakat dikarenakan lokasi festival pacu jalur berada di tengah kota yaitu kota Teluk Kuantan dan jalan menuju ke lokasi pun sangat bagus sehingga pengunjung yang datang tidak kesulitan untuk menemukan lokasi festival pacu jalur.

**Tabel 5.9**  
**Tanggapan responden tentang Fasilitas MCK memadai**

No	Kategori	Jumlah Responden	Persentase
1.	Sangat sepakat	9	9%
2.	Sepakat	36	36%
3.	Kurang sepakat	28	28%
4.	Tidak sepakat	11	11%
5.	Sangat Tidak sepakat	16	16%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Data Olahan 2019*

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat tanggapan responden mengenai fasilitas MCK memadai yaitu dari 100 responden sangat sepakat 9 ataupun 9%, sepakat 36 ataupun 36%, kurang sepakat 28 ataupun 28%, tidak sepakat 11 orang ataupun 11%, dan sangat tidak sepakat 16 ataupun 16%.

Dapat dilihat dari 100 responden diketahui bahwa 36 orang ataupun 36% dari responden sepakat dikarenakan fasilitas MCK dapat membantu pengunjung jika pengunjung ingin bersih-bersih atau mandi sehingga pengunjung tidak susah lagi untuk turun ke kuantan (sungai).

**Tabel 5.10**  
**Tanggapan responden tentang toilet pada pacu jalur bersih**

No	Kategori	Jumlah Responden	Persentase
1.	Sangat sepakat	2	2%
2.	Sepakat	41	41%
3.	Kurang sepakat	25	25%
4.	Tidak sepakat	18	18%
5.	Sangat Tidak sepakat	14	14%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

*Sumber : Data Olahan 2019*

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat tanggapan responden mengenai toilet pada pacu jalur bersih yaitu dari 100 responden sangat sepakat 2 ataupun 2%, sepakat 41 ataupun 41%, kurang sepakat 25 ataupun 25%, tidak sepakat 18 ataupun 18%, dan sangat tidak sepakat 14 ataupun 14%.

Dapat dilihat dari 100 responden diketahui bahwa 41 ataupun 41% dari responden menyatakan sepakat toilet pada pacu jalur bersih dikarenakan panitia selalu menjaga kebersihan toilet supaya pengunjung merasa nyaman.

**Tabel 5.11**  
**Tanggapan responden tentang fasilitas ibadah memadai**

No	Kategori	Jumlah Responden	Persentase
1.	Sangat sepakat	49	49%
2.	Sepakat	43	43%
3.	Kurang sepakat	6	6%
4.	Tidak sepakat	2	2%
5.	Sangat Tidak sepakat	-	-
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Olahan 2019

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat tanggapan responden mengenai fasilitas ibadah memadai yaitu dari 100 responden, sangat sepakat 49 ataupun 49%, sepakat 43 ataupun 43%, kurang sepakat 6 ataupun 6%, dan tidak sepakat 2 ataupun 2%.

Dapat dilihat dari 100 responden diketahui bahwa 49 ataupun 49% dari responden menyatakan sepakat dikarenakan tempat festival pacu jalur berada di tengah kota sehingga banyak tempat ibadah yang tersedia dan itu memudahkan dan tidak menghambat masyarakat muslim untuk melakukan ibadah.

**Tabel 5.12**  
**Tanggapan responden tentang stand penjual makanan dan minuman**  
**banyak tersedia**

No	Kategori	Jumlah Responden	Persentase
1.	Sangat sepakat	68	68%
2.	Sepakat	32	32%
3.	Kurang sepakat	-	-
4.	Tidak sepakat	-	-
5.	Sangat Tidak sepakat	-	-
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Olahan 2019

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat reaksi responden mengenai stand penjual makanan dan minuman banyak tersedia yaitu dari 100 responden, sangat sepakat 68 ataupun 68%, dan sepakat 32 ataupun 32%.

Dapat dilihat dari 100 responden diketahui bahwa 68 orang ataupun 68% dari responden menyatakan sangat sepakat karena dengan adanya stand makanan dan minuman yang tersedia pengunjung dapat menikmati makanan dan minuman tersebut sambil melihat jalur kebanggaannya bertanding.

#### 5.1.2.2 Staff

Berikut adalah hasil tanggapan pengunjung mengenai staff sebagai berikut :

**Tabel 5.13**  
**Tanggapan Responden tentang panitia pacu jalur berpengetahuan luas**  
**tentang festival pacu jalur**

No	Kategori	Jumlah Responden	Persentase
1.	Sangat sepakat	37	37%
2.	Sepakat	57	57%
3.	Kurang sepakat	6	6%
4.	Tidak sepakat	-	-
5.	Sangat Tidak sepakat	-	-
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Olahan 2019



Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat reaksi responden mengenai panitia pacu jalur berpengetahuan luas tentang festival pacu jalur yaitu dari 100 responden, sangat sepakat 37 ataupun 37%, sepakat 57 ataupun 57%, dan kurang sepakat 6 ataupun 6%.

Dapat dilihat dari 100 responden diketahui bahwa 57 orang ataupun 57% dari responden menyatakan sepakat karena panitia pacu jalur itu memang harus berpengetahuan luas dan berpengalaman tentang festival pacu jalur supaya event tersebut terlaksana dengan baik dan aman.

**Tabel 5.14**  
**Tanggapan responden tentang pacu jalur bersifat profesional**

No	Kategori	Jumlah Responden	Persentase
1.	Sangat sepakat	22	22%
2.	Sepakat	63	63%
3.	Kurang sepakat	14	14%
4.	Tidak sepakat	1	1%
5.	Sangat Tidak sepakat	-	-
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Data Olahan 2019*

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat reaksi responden mengenai pacu jalur bersifat profesional yaitu dari 100 responden, sangat sepakat 22 ataupun 22%, yang sepakat 63 ataupun 63%, yang kurang sepakat 14 ataupun 14%, dan yang tidak sepakat 1 ataupun 1%.

Dapat dilihat dari 100 responden diketahui bahwa 63 orang ataupun 63% dari responden menyatakan sepakat dikarenakan panitia pelaksana sudah bekerja semaksimal mungkin untuk pelaksanaan event pacu jalur.

**Tabel 5.15**  
**Tanggapan responden tentang panitia pacu jalur bersedia membantu pengunjung**

No	Kategori	Jumlah Responden	Persentase
1.	Sangat sepakat	17	17%
2.	Sepakat	63	63%
3.	Kurang sepakat	14	14%
4.	Tidak sepakat	6	6%
5.	Sangat Tidak Setuju	-	-
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Olahan 2019

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat reaksi responden mengenai panitia pacu jalur bersedia membantu pengunjung yaitu dari 100 responden, sangat sepakat 17 ataupun 17%, sepakat 63 ataupun 63%, kurang sepakat 14 ataupun 14%, dan tidak sepakat 6 ataupun 6%.

Dapat dilihat dari 100 responden diketahui bahwa 63 orang ataupun 63% dari responden menyatakan sepakat karena panitia pacu jalur tugasnya selain mengamankan proses pertandingan panitia juga bertugas untuk membantu pengunjung yang sedang kesulitan.

**Tabel 5.16**  
**Tanggapan responden tentang jumlah panitia pacu jalur cukup**

No	Kategori	Jumlah Responden	Persentase
1.	Sangat sepakat	15	15%
2.	Sepakat	75	75%
3.	Kurang sepakat	7	7%
4.	Tidak sepakat	3	3%
5.	Sangat Tidak sepakat	-	-
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Olahan 2019

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat reaksi responden mengenai jumlah panitia cukup yaitu dari 100 responden, sepakat 15 orang ataupun 15%, yang

sepakat 75 ataupun 75%, yang kurang sepakat 7 ataupun 7%, dan yang tidak sepakat 3 ataupun 3%.

Dapat dilihat dari 100 responden diketahui bahwa 75 ataupun 75% dari responden menyatakan sepakat dikarenakan festival pacu jalur itu adalah event nasional jadi dibutuhkan tenaga panitia cukup banyak juga agar festival tersebut berjalan sesuai yang diinginkan.

**Tabel 5.17**  
**Tanggapan responden tentang jumlah panitia pacu jalur ramah**

No	Kategori	Jumlah Responden	Persentase
1.	Sangat sepakat	15	15%
2.	Sepakat	61	75%
3.	Kurang sepakat	15	15%
4.	Tidak sepakat	8	8%
5.	Sangat Tidak sepakat	1	1%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Olahan 2019

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat reaksi responden mengenai jumlah panitia ramah yaitu dari 100 responden, sangat sepakat 15 ataupun 15%, yang sepakat 61 ataupun 61%, yang kurang sepakat 15 ataupun 15%, yang tidak sepakat 8 ataupun 8%, dan yang sangat tidak sepakat 1 ataupun 1%.

Dapat dilihat dari 100 responden diketahui bahwa 61 orang ataupun 61% dari responden menyatakan sepakat karena panitia pacu jalur ramah supaya dapat berinteraksi dengan baik kepada pengunjung festival pacu jalur.

### 5.1.2.3 Fasilitas Kenyamanan (comfort amenities)

Berikut adalah tanggapan pengunjung mengenai comfort amenities sebagai berikut :

**Tabel 5.18**  
**Tanggapan responden tentang sound system pada pacu jalur nyaman**  
**didengar**

No	Kategori	Jumlah Responden	Persentase
1.	Sangat sepakat	24	24%
2.	Sepakat	59	59%
3.	Kurang sepakat	13	13%
4.	Tidak sepakat	3	3%
5.	Sangat Tidak sepakat	1	1%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Olahan 2019

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat tanggapan responden mengenai sound system pada pacu jalur nyaman didengar yaitu dari 100 responden, sangat sepakat 24 ataupun 24%, yang sepakat 59 ataupun 59%, yang kurang sepakat 13 ataupun 13%, yang tidak sepakat 3 ataupun 3%, dan yang sangat tidak sepakat 1 ataupun 1%.

Dapat dilihat dari 100 responden diketahui bahwa 59 orang ataupun 59% dari responden menyatakan sepakat dikarenakan panitia sudah mengaturnya dengan baik supaya terdengar jelas oleh penonton hasil pemenang lomba pacu jalur sehingga penonton tidak bertanya-tanya lagi siapa pemenangnya karena sudah terdengar jelas di sound system.

**Tabel 5.19**

**Tanggapan responden tentang tempat duduk saat pacu jalur mudah di**  
**dapat**

No	Kategori	Jumlah Responden	Persentase
1.	Sangat sepakat	18	18%
2.	Sepakat	69	69%
3.	Kurang sepakat	9	9%
4.	Tidak sepakat	1	1%
5.	Sangat Tidak sepakat	3	3%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Olahan 2019



Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat reaksi responden mengenai tempat duduk saat pacu jalur mudah di dapat yaitu dari 100 responden, sangat sepakat 18 ataupun 18%, yang sepakat 69 atau 69%, yang kurang sepakat 9 ataupun 9%, yang tidak sepakat 1 ataupun 1%, dan yang sangat tidak sepakat 3 ataupun 3%.

Dapat dilihat dari 100 responden diketahui bahwa 69 ataupun 69% dari responden menyatakan sepakat karena selain adanya tribun ditempat arena pacu jalur juga terdapat tangga batu untuk para pengunjung duduk sambil menonton jalur kebanggannya bertanding sehingga pengunjung tidak kesulitan lagi mencari tempat duduk.

**Tabel 5.20**  
**Tanggapan responden tentang kemudahan memperoleh informasi pada saat pacu jalur**

No	Kategori	Jumlah Responden	Persentase
1.	Sangat sepakat	23	23%
2.	Sepakat	69	69%
3.	Kurang sepakat	6	6%
4.	Tidak sepakat	2	2%
5.	Sangat Tidak sepakat	-	-
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Olahan 2019

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat reaksi responden mengenai kemudahan memperoleh informasi pada saat pacu jalur yaitu dari 100 responden yang sangat sepakat 23 ataupun 23%, yang sepakat 69 ataupun 69%, kurang sepakat 6 ataupun 6%, dan tidak sepakat 2 ataupun 2%.

Dapat dilihat dari 100 responden diketahui bahwa 69 ataupun 69% dari responden menyatakan sepakat karena pacu jalur ini sudah masuk event nasional maka acara pacu jalur tersebut di siarkan langsung melalui stasiun tv dan radio,

sehingga untuk para masyarakat yang tidak bisa menonton atau yang berada di perantauan mereka bisa melihat dan mendengarkan di tv atau radio.

#### 5.1.2.4 Ketersediaan Informasi

Berikut adalah tanggapan pengunjung mengenai ketersediaan informasi sebagai berikut :

**Tabel 5.21**  
**Tanggapan responden tentang papan petunjuk pada pacu jalur jelas**

No	Kategori	Jumlah Responden	Persentase
1.	Sangat sepakat	25	25%
2.	Sepakat	61	61%
3.	Kurang sepakat	8	8%
4.	Tidak sepakat	5	5%
5.	Sangat Tidak sepakat	1	1%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Olahan 2019

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat reaksi responden mengenai papan petunjuk pada pacu jalur jelas yaitu dari 100 responden yang sangat sepakat 25 ataupun 25%, yang sepakat 61 ataupun 61%, kurang sepakat 8 ataupun 8%, tidak sepakat 5 ataupun 5%, dan sangat tidak sepakat 1 ataupun 1%.

Dapat dilihat dari 100 responden diketahui bahwa 61 orang ataupun 61% dari responden menyatakan sepakat dikarenakan kota Teluk Kuantan itu lumayan luas jadi di pasanglah papan petunjuk menuju lokasi festival pacu jalur supaya pengunjung tidak salah arah.

**Tabel 5.22**  
**Tanggapan responden tentang spanduk yang dipasang jelas**

No	Kategori	Jumlah Responden	Persentase
1.	Sangat sepakat	24	24%
2.	Sepakat	72	72%
3.	Kurang sepakat	4	4%

4.	Tidak sepakat	-	-
5.	Sangat Tidak sepakat	-	-
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Olahan 2019

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat reaksi responden mengenai spanduk yang di pasang jelas yaitu dari 100 responden, sangat sepakat 24 ataupun 24%, sepakat 72 ataupun 72%, dan kurang sepakat 4 orang ataupun 4%.

Dapat dilihat dari 100 responden diketahui bahwa 72 ataupun 72% dari responden menyatakan sepakat karena spanduk yang dipasang itu juga sebagai penanda bahwa sedang di adakannya acara event nasional yaitu pacu jalur di kabupaten kuantan singingi.

**Tabel 5.23**  
**Tanggapan responden tentang petunjuk arah menuju festival pacu jalur jelas**

No	Kategori	Jumlah Responden	Persentase
1.	Sangat sepakat	26	26%
2.	Sepakat	61	61%
3.	Kurang sepakat	8	8%
4.	Tidak sepakat	2	2%
5.	Sangat Tidak sepakat	3	3%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Olahan 2019

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat reaksi responden mengenai petunjuk arah menuju festival pacu jalur jelas yaitu dari 100 responden, sangat sepakat 26 ataupun 26%, sepakat 61 ataupun 61%, kurang sepakat 8 ataupun 8%, tidak sepakat 2 ataupun 2%, dan sangat tidak sepakat 3 ataupun 3%.

Dapat dilihat dari 100 responden diketahui bahwa 61 ataupun 61% dari responden menyatakan sepakat karena jika pengunjung kesulitan mencari dimana

kota teluk kuantan itu maka pengunjung bisa menggunakan aplikasi maps untuk pentunjuk arahnya.

### 5.1.2.5 Kenyamanan

Berikut adalah tanggapan pengunjung mengenai kenyamanan sebagai berikut :

**Tabel 5.24**  
**Tanggapan responden tentang ruang parkir pada festival cukup luas dan aman**

No	Kategori	Jumlah Responden	Persentase
1.	Sangat sepakat	29	29%
2.	Sepakat	52	52%
3.	Kurang sepakat	17	17%
4.	Tidak sepakat	1	1%
5.	Sangat Tidak sepakat	1	1%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Data Olahan 2019*

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat reaksi responden mengenai ruang parkir pada festival pacu jalur cukup luas dan aman yaitu dari 100 responden, sangat sepakat 29 ataupun 29%, sepakat 52 ataupun 52%, sepakat 17 ataupun 17%, tidak sepakat 1 ataupun 1%, dan tidak sepakat 1 ataupun 1%.

Dapat dilihat dari 100 responden diketahui bahwa 52 orang ataupun 52% dari responden menyatakan sepakat karena panitia sudah bekerja sama untuk membuat lahan parkir yang luas supaya pengunjung tidak kesulitan mendapatkan tempat parkir dan mereka bisa meninggalkan kendaraannya dengan aman.



**Tabel 5.25**  
**Tanggapan Responden tentang jam operasional pacu jalur sudah di tetapkan**

No	Kategori	Jumlah Responden	Persentase
1.	Sangat sepakat	23	23%
2.	Sepakat	60	60%
3.	Kurang sepakat	13	13%
4.	Tidak sepakat	3	3%
5.	Sangat Tidak sepakat	1	1%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Olahan 2019

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat tanggapan responden mengenai jam operasional pacu jalur sudah di tetapkan yaitu dari 100 responden yang sangat sepakat 23 ataupun 23%, yang sepakat 60 ataupun 60%, yang kurang sepakat 13 ataupun 13%, yang tidak sepakat 3 ataupun 3%, dan yang sangat tidak sepakat 1 ataupun 1%.

Dapat dilihat dari 100 responden diketahui bahwa 60 ataupun 60% dari responden menyatakan sepakat dikarenakan jalur yang akan bertanding itu lumayan banyak jadi panitia sengaja menetapkan waktu supaya festival pacu jalur selesai tepat pada waktunya.

**Tabel 5.26**  
**Tanggapan responden tentang taman tempat beristirahat penonton sudah tersedia**

No	Kategori	Jumlah Responden	Persentase
1.	Sangat sepakat	18	18%
2.	Sepakat	68	68%
3.	Kurang sepakat	10	10%
4.	Tidak sepakat	1	1%
5.	Sangat Tidak sepakat	3	3%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Olahan 2019

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat reaksi responden mengenai taman tempat beristirahat penonton sudah tersedia yaitu dari 100 responden, sangat sepakat 18 ataupun 18%, sepakat 68 ataupun 68%, kurang sepakat 10 ataupun 10%, tidak sepakat 1 ataupun 1%, dan sangat tidak sepakat 3 ataupun 3%.

Dapat dilihat dari 100 responden diketahui bahwa 68 ataupun 68% dari responden menyatakan sepakat karena di kota Teluk Kuantan memang ada taman untuk tempat bermain, bersantai dll, dan terhubung taman tersebut dekat dengan acara festival pacu jalur maka dari itu pengunjung juga bisa menikmati suasana taman sambil menonton pacu jalur.

#### 5.1.2.6 Program

Berikut adalah tanggapan pengunjung mengenai program acara sebagai berikut :

**Tabel 5.27**  
**Tanggapan responden tentang program acara pada pacu jalur bervariasi**

No	Kategori	Jumlah Responden	Persentase
1.	Sangat sepakat	29	29%
2.	Sepakat	64	64%
3.	Kurang sepakat	7	7%
4.	Tidak sepakat	-	-
5.	Sangat Tidak sepakat	-	-
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Data Olahan 2019*

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat reaksi responden mengenai program acara pada pacu jalur bervariasi yaitu dari 100 responden, sangat sepakat 29 ataupun 29%, sepakat 64 ataupun 64%, dan kurang sepakat 7 ataupun 7%.

Dapat dilihat dari 100 responden diketahui bahwa 64 orang ataupun 64% dari responden menyatakan sepakat karena selain pacu jalur terdapat juga acara pentas seni, kesenian tradisional Kabupaten Kuantan Singingi dan acara tersebut dilaksanakan pada malam hari.

**Tabel 5.28**  
**Tanggapan responden tentang program acara pada pacu jalur menarik**

No	Kategori	Jumlah Responden	Persentase
1.	Sangat sepakat	38	38%
2.	Sepakat	57	57%
3.	Kurang sepakat	5	5%
4.	Tidak sepakat	-	-
5.	Sangat Tidak sepakat	-	-
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Data Olahan 2019*

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat reaksi responden mengenai program acara pacu jalur menarik yaitu dari 100 responden, sangat sepakat 38 ataupun 38%, sepakat 57 ataupun 57%, dan kurang sepakat 5 ataupun 5%.

Dapat dilihat dari 100 responden diketahui bahwa 57 ataupun 57% dari reponden menyatakan sepakat karena dengan adanya kesenian budaya kuantan singingi yaitu kesenian randai membuat pengunjung makin terhibur setelah lelah menonton festival pacu jalur.

**Tabel 5.29**  
**Tanggapan responden tentang program acara pada pacu jalur mendidik**

No	Kategori	Jumlah Responden	Persentase
1.	Sangat sepakat	33	33%
2.	Sepakat	64	64%
3.	Kurang sepakat	3	3%
4.	Tidak sepakat	-	-
5.	Sangat Tidak sepakat	-	-
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Data Olahan 2019*

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat reaksi responden mengenai papan petunjuk pada pacu jalur jelas yaitu dari 100 responden, sangat sepakat 33 ataupun 33%, sepakat 64 ataupun 64%, dan kurang sepakat 3 ataupun 3%.

Dapat dilihat dari 100 responden diketahui bahwa 64 orang ataupun 64% dari responden menyatakan sepakat karena program-program yang di buat oleh panitia itu merupakan kebudayaan yang ada di kabupaten Kuantan Singingi sehingga kebudayaan tersebut bisa di jadikan pedoman bagi generasi supaya budaya itu tidak hilang dan tetap jadi tradisi bagi masyarakat Kuantan Singingi.

**Tabel 5.30**  
**Tanggapan responden tentang program acara pacu jalur terorganisir dengan baik**

No	Kategori	Jumlah Responden	Persentase
1.	Sangat sepakat	32	32%
2.	Sepakat	60	60%
3.	Kurang sepakat	8	8%
4.	Tidak sepakat	-	-
5.	Sangat Tidak sepakat	-	-
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Olahan 2019

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat reaksi responden mengenai papan petunjuk pada pacu jalur jelas yaitu dari 100 responden, sangat sepakat 32 ataupun 32%, sepakat 60 ataupun 60%, dan kurang sepakat 8 ataupun 8%.

Dapat dilihat dari 100 responden diketahui bahwa 60 ataupun 60% dari responden menyatakan sepakat dikarenakan panitia sudah merancang dengan baik dan teratur program-program yang akan di adakan di festival pacu jalur agar event ini tetap menjadi objek pariwisata terbaik.



Untuk mengetahui hasil penelitian dan pembahasan terhadap analisis persepsi penonton terhadap *festival quality* pacu jalur di Kabupaten Kuantan Singingi adalah sebagai berikut :

**Tabel 5.31**  
**Rekapitulasi Hasil Perhitungan Keseluruhan Variabel Persepsi Konsumen**

No	Dimensi	Indikator	Skor Jawaban					Skor
			5	4	3	2	1	
1.	Fasilitas ( <i>facilities</i> )	1.Fasilitas yang ada pada pacu jalur memadai (tribun/tempat menonton)	185	220	21	2	-	428
		2.Lokasi festival pacu jalur mudah ditempuh	155	248	21	-	-	424
		3.Fasilitas MCK memadai	45	144	84	22	16	311
		4.Toilet pada pacu jalur bersih	10	164	75	36	14	299
		5.Fasilitas ibadah memadai	245	172	18	4	-	439
		6.Stand penjual makanan dan minuman banayak tersedia	340	128	-	-	-	468
<b>Jumlah</b>			<b>980</b>	<b>1076</b>	<b>219</b>	<b>64</b>	<b>30</b>	<b>2369</b>
2.	Staf (staff)	1.Panitia pacu jalur berpengetahuan luas tentang festival pacu jalur	185	228	18	-	-	431
		2.Panitia pacu jalur bersikap professional	110	252	42	2	-	406

No	Dimensi	Indikator	Skor Jawaban					Skor
			5	4	3	2	1	
		3.Panitia pacu jalur bersedia membantu pengunjung	85	252	42	12	-	391
		4.Jumlah panitia pacu jalur cukup	75	300	21	6	-	402
		5.Panitia pacu jalur ramah	75	244	75	16	1	411
<b>Jumlah</b>			<b>530</b>	<b>1276</b>	<b>198</b>	<b>36</b>	<b>1</b>	<b>2041</b>
3.	Fasilitas kenyamanan (Comfort amenities)	1. <i>Sound</i> system pada pacu jalur nyaman di dengar	120	236	39	6	1	402
		2.tempat duduk saat pacu jalur mudah didapat	90	276	27	2	3	398
		3.kemudahan memperoleh informasi saat pacu jalur.	115	276	18	4	-	413
<b>Jumlah</b>			<b>325</b>	<b>788</b>	<b>84</b>	<b>12</b>	<b>4</b>	<b>1213</b>
4.	Ketersediaan informasi	1.Papan petunjuk pada pacu jalur jelas	125	244	24	10	1	404
		2.Spanduk yang dipasang jelas	120	288	12	-	-	420
		3.Petunjuk arah menuju festival pacu jalur jelas.	130	244	24	4	3	405
<b>Jumlah</b>			<b>375</b>	<b>776</b>	<b>60</b>	<b>14</b>	<b>4</b>	<b>1229</b>
5.	Kenyamanan	1.Ruang parkir pada pacu jalur cukup luas dan aman	145	208	51	2	1	407
		2.Jam operasional	115	240	39	6	1	401

No	Dimensi	Indikator	Skor Jawaban					Skor
			5	4	3	2	1	
		pacu jalur sudah ditetapkan						
		3.taman tempat beristirahat penonton sudah tersedia.	90	272	30	2	3	397
<b>Jumlah</b>			<b>390</b>	<b>720</b>	<b>120</b>	<b>10</b>	<b>5</b>	<b>1245</b>
6.	Program	1.Program acara pada pacu jalur bervariasi	145	256	21	-	-	422
		2.Program acara pacu jalur menarik	190	228	15	-	-	433
		3.Program acara pada pacu jalur mendidik	165	256	9	-	-	430
		4.Program acara pada pacu jalur terorganisir dengan baik	160	240	24	-	-	424
<b>Jumlah</b>			<b>660</b>	<b>980</b>	<b>69</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>1709</b>
<b>Rata-rata</b>			<b>543</b>	<b>936</b>	<b>125</b>	<b>22</b>	<b>7</b>	<b>9806</b>

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa hasil penelitian tentang analisis persepsi penonton terhadap *festival quality* pacu jalur di Kabupaten Kuantan Singingi skor tertinggi terdapat pada dimensi fasilitas (facilities) dengan jumlah skor 2369 dan skor terendah pada penelitian ini terdapat pada dimensi fasilitas kenyamanan (comfort amenities) dengan skor 1213.

Maka penelitian ini termasuk kedalam penilaian yang positif. Dengan demikian pengunjung akan berpendapat lebih baik dalam menentukan persepsi penonton terhadap *festival quality* pacu jalur di Kabupaten Kuantan Singingi.

Di dalam penelitian ini kategori yang positif pada tingkat fasilitas (facilities). Hal ini dikarenakan *festival quality* yang diberikan sudah maksimal dan memuaskan penonton.

## 5.2 Pembahasan

Penelitian tentang analisis persepsi penonton terhadap *festival quality* pacu jalur di Kabupaten Kuantan Singingi menggunakan metode analisis deskriptif dan memiliki 6 dimensi ukur yaitu :

Fasilitas merupakan seluruh aspek berwujud yang bisa dilihat oleh wisatawan festival. Contohnya semacam tata ruang, kenyamanan, serta keelokan dari festival yang diadakan.

Berdasarkan hasil rekapitulasi keseluruhan pernyataan mengenai fasilitas pada pacu jalur di Kabupaten Kuantan Singingi, dimana mayoritas penonton menyatakan setuju terhadap fasilitas yang ada pada pacu jalur di Kabupaten Kuantan Singingi, sehingga dapat disimpulkan bahwa Fasilitas mempengaruhi persepsi penonton dalam menonton festival pacu jalur di Kabupaten Kuantan Singingi.

Staff merupakan anggota ataupun kru yang bekerja secara profesional serta mempunyai pengetahuan yang lumayan terpaut. Dengan festival yang diadakan supaya bisa berhubungan dengan wisatawan.

Berdasarkan hasil rekapitulasi keseluruhan pernyataan mengenai staff pada pacu jalur di Kabupaten Kuantan Singingi, dimana mayoritas penonton menyatakan setuju terhadap staff yang ada pada pacu jalur di Kabupaten Kuantan Singingi, sehingga dapat disimpulkan bahwa staff mempengaruhi persepsi penonton dalam menonton festival pacu jalur di Kabupaten Kuantan Singingi.



Fasilitas kenyamanan (comfort amenities) merupakan seluruh sarana serta fitur yang disediakan buat menaikkan kenyamanan wisatawan sepanjang festival berlangsung.

Berdasarkan hasil rekapitulasi keseluruhan pernyataan mengenai fasilitas kenyamanan pada pacu jalur di Kabupaten Kuantan Singingi, dimana mayoritas penonton menyatakan setuju terhadap fasilitas kenyamanan yang ada pada pacu jalur di Kabupaten Kuantan Singingi, sehingga dapat disimpulkan bahwa fasilitas kenyamanan mempengaruhi persepsi penonton dalam menonton festival pacu jalur di Kabupaten Kuantan Singingi.

Ketersediaan informasi berperan buat memudahkan wisatawan pada dikala festival berlangsung ataupun pada dikala mengarah ke festival.

Berdasarkan hasil rekapitulasi keseluruhan pernyataan mengenai ketersediaan informasi pada pacu jalur di Kabupaten Kuantan Singingi, dimana mayoritas penonton menyatakan setuju terhadap ketersediaan informasi yang ada pada pacu jalur di Kabupaten Kuantan Singingi, sehingga dapat disimpulkan bahwa ketersediaan informasi mempengaruhi persepsi penonton dalam menonton festival pacu jalur di Kabupaten Kuantan Singingi.

Kenyamanan (convenience) ialah aspek yang membagikan kemudahan-kemudahan kepada wisatawan semacam: lahan parkir, wc maupun tempat rehat.

Berdasarkan hasil rekapitulasi keseluruhan pernyataan mengenai kenyamanan pada pacu jalur di Kabupaten Kuantan Singingi, dimana mayoritas konsumen menyatakan setuju terhadap kenyamanan/keamanan yang ada pada pacu jalur di Kabupaten Kuantan Singingi, sehingga dapat disimpulkan bahwa kenyamanan

mempengaruhi persepsi penonton dalam menonton festival pacu jalur di Kabupaten Kuantan Singingi.

Program merupakan atraksi utama yang jadi energi tarik wisatawan pada festival yang diadakan. Semacam: kemenarikan kegiatan, penampilan dari kegiatan ataupun nilai- nilai yang bisa di ambil dari kegiatan ataupun festival tersebut.

Berdasarkan hasil rekapitulasi keseluruhan pernyataan mengenai program pada pacu jalur di Kabupaten Kuantan Singingi, dimana mayoritas penonton menyatakan setuju terhadap program yang ada pada pacu jalur di Kabupaten Kuantan Singingi, sehingga dapat disimpulkan bahwa program mempengaruhi persepsi penonton dalam menonton festival di Kabupaten Kuantan Singingi.

Dari hasil perhitungan keseluruhan, persepsi penonton terhadap *festival quality* pacu jalur termasuk kedalam kategori baik karena pacu jalur merupakan festival budaya yang menarik bagi penonton dan nilai persepsi tertinggi terdapat pada dimensi fasilitas dan persepsi terendah terdapat pada dimensi kenyamanan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fitri Novika Widjaja dan Raditya Pratama (2015), pengukuran festival quality bisa dicoba dengan memakai 6 ukuran ukur ialah: program, fasilitas, staf, fasilitas kenyamanan, ketersediaan informasi, kenyamanan. Hal yang sama juga dijelaskan dalam penelitian Purnama Suzanti (2014) yaitu energi tarik pacu jawi terletak pada gairah ataupun semangat serta kegembiraan yang nampak pada peternak, joki, warga, tokoh warga, pemerintah serta turis dan keadaan alam yang mendesak gairah tersebut.

## BAB VI

### PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian yang diterangkan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan dan saran yang dapat penulis kemukakan sebagai berikut :

#### 6.1 Kesimpulan

Bersumber pada hasil riset bisa disimpulkan bahwa *festival quality* bisa dicoba dengan memakai 6 ukuran ukur yaitu: Fasilitas, Staf, fasilitas kenyamanan(*comfort amenities*), Ketersediaan Informasi, Kenyamanan, dan Program. Pada penelitian ini even yang di ukur yaitu festival pacu jalur yang merupakan sebuah event besar dalam bidang pariwisata di Kabupaten Kuantan Singingi. Dengan manajemen event yang baik sudah membuktikan kalau penyelenggaraan pacu jalur dari tahun ketahun terus menjadi meningkat wisatawan yang menyaksikan festival tersebut. Perihal ini pula dibuktikan dengan bertambahnya turis luar yang berkunjung ke Teluk Kuantan. Persepsi penonton Pacu Jalur pada penyelenggaraan tiap tahunnya menampilkan suatu anggapan positif, perihal ini bisa di artikan kalau pacu jalur merupakan suatu kegiatan festival budaya yang menarik untuk penonton. Aspek fasilitas mempunyai nilai sangat besar hal ini menunjukkan fasilitas untuk penonton pacu jalur telah dipersiapkan dengan baik oleh panitia. Dimensi berikutnya yang dipersepsikan positif adalah program yaitu program acara pada pacu jalur menarik, selanjutnya disusul dengan staf, fasilitas kenyamanan, ketersediaan informasi, kenyamanan.

## 6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan saran- saran yaitu:

1. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan di masa yang akan datang dapat dipergunakan sebagai salah satu sumber data penelitian dan dilakukan penelitian lebih lanjut berdasarkan faktor-faktor lainnya dengan variable yang berbeda, jumlah sampel yang lebih banyak, serta dimensi dan indikator - indikator yang lebih baik lagi.
2. Bagi masyarakat, supaya tradisi kita tetap dikenang dan diingat oleh masyarakat luar maka kita perlu melestarikan dan mengembangkan kebudayaan yang ada.
3. Bagi pembaca, diharapkan agar dapat mengambil sisi positif dari hasil penelitian ini dan tidak mengambil sisi negatifnya. Selain itu penulis juga berharap agar pembaca dapat menerima kekurangan dari penelitian ini dan dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya.



## Daftar Pustaka

- Amstrong, Gary & Philip Kotler, 2006. Prinsip-prinsip Pemasaran, jilid 1, Edisi 12, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Belinda Sofia Nuraeni, 2014. “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Kunjung Ulang Wisatawan Museum Ranggawarsita Semarang”. Skripsi. Universitas Semarang.
- Fred luthans, 1992. Perilaku organisasi, organizational behavior. Yogyakarta.
- Kotler & Keller, 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta : Erlangga
- Mowen C. Jhon, Michael Minor, 2002. Perilaku Konsumen, Jilid 1, Edisi ke 5, Penerbit Erlangga, Jakarta
- Novika fitri, Raditya.2015. “Faktor Festival Quality Pada Jember Fashion Carnival (Jfc) Menurut Persepsi Penonton”. Forum manajemen Indonesia ke 7. Jakarta
- Noor, Any, 2009. Manajemen Evet. Bandung: Alfabeta
- Nugroho, 2003. Persepsi Kosumen, Edisi pertama, Prenada Media, Jakarta.
- Philip Kotler, 2007, Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi kedua belas, PT. Indeks, Jakarta.
- Rizka R, 2016. “Persepsi Konsumen Tentang Wisata Syariah Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Berkunjung”. Skripsi. Universitas Lampung.
- Setiadi, Nugroho. 2008. Perilaku konsumen. Edisi revisi. Cetakan pertama, Penerbit Kencana. Jakarata.
- Statonet al, 1998. Prinsip Pemasaran. Edisi ketujuh. Jilid I. Jakarta: Erlangga