

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Wisatwan Objek Wisata Tahun 2020.....	5
Tabel 1.2	Hasil Tanggapan Terkait Pengaruh Bauran Pemasaran Marketing Mix Terhadap Kepuasan Pengunjung Taman Safari II Prigen...	9
Tabel 2.1	Ulasan Jurnal Internasional .....	26
Tabel 2.2	Ulasam Jurnal Nasional.....	33
Tabel 2.3	Ulasan Skripsi Terdahulu .....	39
Tabel 3.1	Operasional Variabel <i>Marketing Mix</i> Kepuasan Pengunjung...	54
Tabel 3.2	Instrumen Skala Likert .....	58
Tabel 3.3	Uji Validitas <i>Marketing Mix</i> dan Kepuasan Pengunjung.....	62
Tabel 3.4	Hasil Uji Reabilits .....	64
Tabel 3.5	Kriteria Interpretasi Skor.....	67
Tabel 4.1	Perincian Penyebaran Kuesioner Penelitian.....	76
Tabel 4.2	Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Product</i> ( $X_1$ ).....	80
Tabel 4.3	Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Price</i> ( $X_2$ ) .....	82
Tabel 4.4	Tanggapan Respnonden Mengenai Variabel <i>Place</i> ( $X_3$ ).....	84
Tabel 4.5	Tanggapan Respnonden Mengenai Variabel <i>Promotion</i> ( $X_4$ ).....	85
Tabel 4.6	Tanggapan Respnonden Mengenai Variabel <i>People</i> ( $X_5$ ).....	87
Tabel 4.7	Tanggapan Respnonden Mengenai Variabel <i>Process</i> ( $X_6$ ) .....	89
Tabel 4.8	Tanggapan Respnonden Mengenai Variabel <i>Physical Evidanve</i> ( $X_4$ ) .....	91
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kepuasan Pengunjung (Y) .....	94
Tabel 4.10	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	98
Tabel 4.11	Uji Multikolineartias .....	99
Tabel 4.12	Hasil Uji Regeresi Linear Berganda.....	101
Tabel 4.13	Hasil Uji F .....	102
Tabel 4.14	Hasil Uji T .....	103
Tabel 4.15	Besarnya Pengaruh Secara Parsial.....	105

Tabel 4.16	Koefisien Determinasi .....	106
------------	-----------------------------	-----