Lampiran: Data Responden

No	Place Branding (X1)							Fasilitas (X2)			
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4
1	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5
4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
11	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
36	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
37	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

No	Place Branding (X1)							Fasilitas (X2)			
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4
38	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
41	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
42	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
43	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
44	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
48	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
49	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
51	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
53	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
54	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
55	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
56	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
57	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
60	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
61	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
62	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
63	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
64	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
65	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
66	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
67	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
68	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
69	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
70	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
71	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
72	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
73	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
74	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
75	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
76	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

No	Place Branding (X1)							Fasilitas (X2)			
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4
77	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
78	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
79	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
80	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
81	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
82	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
83	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
84	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
85	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
86	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
87	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
88	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
89	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
90	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
91	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
92	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
93	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
94	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
95	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
96	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
97	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
98	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
99	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
100	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
101	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
102	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
103	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
104	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
105	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
106	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
107	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
108	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
109	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5
110	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
111	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
112	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
113	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5
114	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
115	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

No	FaktorPsikologi (X3)					Keputusan Berwisata (Y)		
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Y.1	Y.2	Y.3
1	5	5	5	4	5	5	5	5
2	5	5	5	5	5	5	5	5
3	5	4	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	5	5	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
6	5	4	4	5	4	5	5	5
7	5	5	5	5	5	5	5	5
8	5	5	5	5	5	5	5	5
9	5	5	5	5	5	5	5	5
10	5	5	5	5	5	5	5	5
11	5	5	4	5	5	5	5	5
12	5	5	5	5	5	5	5	5
13	5	5	5	5	5	5	5	5
14	5	5	5	5	5	5	5	5
15	5	5	5	5	5	5	5	5
16	5	5	5	5	5	5	5	5
17	5	5	5	5	5	5	5	5
18	5	5	5	5	5	5	5	5
19	5	5	5	5	5	5	5	5
20	5	5	5	5	5	5	5	5
21	5	5	5	5	5	5	5	5
22	5	5	5	5	5	5	5	5
23	5	5	5	5	5	5	5	5
24	5	5	5	5	5	5	5	5
25	5	5	5	5	5	5	5	5
26	5	5	5	5	5	5	5	5
27	5	5	5	5	5	5	5	5
28	5	5	5	5	5	5	5	5
29	5	5	5	5	5	5	5	5
30	5	5	5	5	5	5	5	5
31	5	5	5	5	5	5	5	5
32	5	5	5	5	5	5	5	5
33	5	5	5	5	5	5	5	5
34	5	5	5	5	5	5	5	5
35	5	5	5	5	5	5	5	5
36	5	5	5	5	5	5	5	5
37	5	5	5	5	5	5	5	5
38	5	5	5	5	5	5	5	5

No	FaktorPsikologi (X3)					Keputusan Berwisata (Y)		
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Y.1	Y.2	Y.3
39	5	5	5	5	5	5	5	5
40	5	5	5	5	5	5	5	5
41	5	5	5	5	5	5	5	5
42	5	5	5	5	5	5	5	5
43	5	5	5	5	5	5	5	5
44	5	5	5	5	5	5	5	5
45	5	5	5	5	5	5	5	5
46	5	5	5	5	5	5	5	5
47	5	5	5	5	5	5	5	5
48	5	5	5	5	5	5	5	5
49	5	5	5	5	5	5	5	5
50	5	5	5	5	5	5	5	5
51	5	5	5	5	5	5	5	5
52	5	5	5	5	5	5	5	5
53	5	5	5	5	5	5	5	5
54	5	5	5	5	5	5	5	5
55	5	5	5	5	5	5	5	5
56	5	5	5	5	5	5	5	5
57	5	5	5	5	5	5	5	5
58	5	5	5	5	5	5	5	5
59	5	5	5	5	5	5	5	5
60	5	5	5	5	5	5	5	5
61	5	5	5	5	5	5	5	5
62	5	5	5	5	5	5	5	5
63	5	5	5	5	5	5	5	5
64	5	5	5	5	5	5	5	5
65	5	5	5	5	5	5	5	5
66	5	5	5	5	5	5	5	5
67	5	5	5	5	5	5	5	5
68	5	5	5	5	5	5	5	5
69	5	5	5	5	5	5	5	5
70	5	5	5	5	5	5	5	5
71	5	5	5	5	5	5	5	5
72	5	5	5	5	5	5	5	5
73	5	5	5	5	5	5	5	5
74	5	5	5	5	5	5	5	5
75	5	5	5	5	5	5	5	5
76	5	5	5	5	5	5	5	5
77	5	5	5	5	5	5	5	5

No	FaktorPsikologi (X3)					Keputusan Berwisata (Y)		
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Y.1	Y.2	Y.3
78	5	5	5	5	5	5	5	5
79	5	5	5	5	5	5	5	5
80	5	5	5	5	5	5	5	5
81	5	5	5	5	5	5	5	5
82	5	5	5	5	5	5	5	5
83	5	5	5	5	5	5	5	5
84	5	5	5	5	5	5	5	5
85	5	5	5	5	5	5	5	5
86	5	5	5	5	5	5	5	5
87	5	5	5	5	5	5	5	5
88	5	5	5	5	5	5	5	5
89	5	5	5	5	5	5	5	5
90	5	5	5	5	5	5	5	5
91	5	5	5	5	5	5	5	5
92	5	5	5	5	5	5	5	5
93	5	5	5	5	5	5	5	5
94	5	5	5	5	5	5	5	5
95	5	5	5	5	5	5	5	5
96	5	5	5	5	5	5	5	5
97	5	5	5	5	5	5	5	5
98	5	5	5	5	5	5	5	5
99	5	5	5	5	5	5	5	5
100	5	5	5	5	5	5	5	5
101	5	5	5	5	5	5	5	5
102	5	5	5	5	5	5	5	5
103	5	5	5	5	5	5	5	5
104	5	5	5	5	5	5	5	5
105	5	5	5	5	5	5	5	5
106	5	5	5	5	5	5	5	5
107	5	5	5	5	5	5	5	5
108	5	5	5	5	5	5	5	5
109	5	5	5	5	4	5	5	4
110	5	5	5	5	5	5	5	5
111	5	5	5	5	5	5	5	5
112	5	5	5	5	5	5	5	5
113	5	5	5	5	4	5	5	5
114	5	5	5	5	5	5	5	5
115	5	5	5	5	5	5	5	5

Lampiran: Kuesioner

KUESIONER

PENGARUH PLACE BRANDING, FASILITAS SERTA FAKTOR PSIKOLOGI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN SAAT ERA NEW NORMAL

(Studi pada Pengunjung Wisata Pintu Langit Prigen, Pasuruan)

I. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Isilah kuesioner dibawah ini dengan memberi tanda cheklist (✓) pada jawaban yang anda pilih.

Keterangan:

1 = SangatTidakSetuju**(STS)**

2 = TidakSetuju**(TS)**

3 = Netral**(N)**

4 = Setuju**(S)**

5 = SangatSetuju**(SS)**

II. Identitas Responden

1. Nama : ……
2. Jenis kelamin :
   ☐ Laki-Laki ☐ Perempuan
3. Usia :
   ☐ 18-27 tahun ☐ 28-37 tahun ☐ > 38 tahun
4. Pekerjaan :
   ☐ Pelajar ☐ Mahasiswa ☐ Petani
   ☐ Wiraswasta ☐ Swasta ☐ Guru / TU
   ☐ Tidak bekerja ☐ ASN

5. Pendidikan Terakhir :

☐ SD sederajat ☐ SMP sederajat

☐ SMA sederajat ☐ Perguruan Tinggi

Penghasilan/Bulan :

☐ < 500.000 ☐ 500.000 - 3jt

☐ 3jt - 6jt ☐ > 6jt

A. Pengaruh place branding pada keputusanberkunjung (X^1)

NO	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Wisata Pintu Langit mudah diakses/dijangkau dengan kendaraan pribadi atau minibus					
2	Wisata Pintu Langit mempunyai konsep wisata yang menarik					
3	Lingkungan atau suasana Wisata Pintu Langit sesuai dengan pengunjung					

B. Pengaruh fasilitas terhadap keputusan pengunjung (X^2)

NO	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Ketersediaan fasilitas yang memadai dan sesuai pada Wisata Pintu Langit					
2	Adanya penerapan fasilitas protokol kesehatan pada Wisata Pintu Langit					
3	Fungsi fasilitas yang tersedia pada Wisata Pintu Langit berfungsi dengan baik					
4	Fasilitas yang tersedia di Wisata Pintu Langit dapat digunakan fungsinya dengan mudah					

C. Pengaruh faktor psikologi konsumen pada keputusan berkunjung (X^3)

NO	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Berkunjung ke Wisata Pintu Langit karena dipengaruhi sebuah dorongan/kebutuhan					
2	Berkunjung ke Wisata Pintu Langit berdasarkan pengaruh dari orang lain/ media sosial					
3	Berkunjung ke wisata Pintu Langit karena pengaruh diri sendiri					
NO	**Pernyataan**	**STS**	**TS**	**N**	**S**	**SS**
4	Kepuasan konsumen dapat mempengaruhi anda dan orang lain untuk berkunjung ke wisata Pintu Langit					
5	Penilaian/pendapat orang lain terhadap Wisata Pintu Langit baik/buruk dapat mempengarauhi anda untuk berkunjung atau tidak					

D. Keputusan Berkunjung (Y)

NO	Pernyataan	STS	TS	CS	S	SS
1	Melakukan persiapan sebelum pergi berkunjung atau berwisata					
2	Bercerita pengalaman berkunjung atau merekomendasikan Wisata Pintu Langit pada orang lain setalah anda melakukan kunjungan					

3	Setelah anda berkunjung dengan segala fasilitas dan suasana yang ada, anda akan bersedia berkunjung kembali ke wisata Pintu Langit.					