

Pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Keputusan Berkunjung ke Anjungan

Damas Aryo Anggoro & Dimas Aryo Baskoro

Sekolah Tinggi Pariwisata Bogor
Jln. Curug Mekar No. 17, Yasmin. Kota Bogor, Jawa Barat 16113, Indonesia

ARTICLE INFO

Keywords:

Tourist Attraction,
Decision to visit,
Tourism Object.

Kata kunci:

Daya Tarik Wisata,
Keputusan Berkunjung,
Anjungan,

Corresponding author:

Email: damasaryo@yahoo.co.id

Copyright © 2023 by Authors,
Published by Garuda.
This is an open access article
under the CC BY-SA License



ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the influence of tourist attraction to the decision to visit the tourist attraction. This research uses quantitative approach method, data analysis in this research is by using descriptive statistical analysis, with the nature of wanting to test the truth of a hypothesis made through the collection of primary data and secondary data, in order to predict and explain the relationship or influence of one variable to another. The effect of tourist attraction on guest decisions has a strong relationship. This result with a result of 0.601 shows a strong tourist attraction to the decision to visit the tourist attraction. Analysis by calculating the determination to know the strong influence given by the tourist attraction to the holiday decision, that is by squaring that happened. From the result show R Square = 0,361 or equal to 36,1% owned by tourist attraction and the remaining 63,9% owned by other variable which not examined and the conclusion obtained that the variable of tourist attraction has a strong influence on the decision to visit the the tourist attraction.

SARI PATI

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung ke objek wisata. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif analisa data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisa statistik deskriptif, dengan sifat ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilakukan melalui pengumpulan data primer dan data sekunder agar dapat memprediksi serta menjelaskan hubungan atau pengaruh dari satu variabel ke variabel lainnya. Banyaknya sample yang diteliti adalah sebanyak 100 responden yang merupakan wisatawan yang berkunjung ke objek wisata. Pengaruh antara daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung ke objek wisata memiliki hubungan yang kuat. Hal ini ditunjukkan dengan hasil nilai koefisien b sebesar 0,601 menunjukkan bahwa daya tarik wisata berpengaruh kuat terhadap keputusan berkunjung ke objek wisata. Analisis korelasi dilanjutkan dengan menghitung koefisien determinasi untuk mengetahui kuatnya pengaruh yang diberikan oleh daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung ke objek wisata, yaitu dengan cara mengkuadratkan koefisien b yang ditemukan. Dari hasil menunjukkan R Square = 0,361 atau sebesar 36,1% dipengaruhi oleh daya tarik wisata dan sisanya 63,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dan kesimpulan yang didapatkan bahwa variabel daya tarik wisata mempunyai pengaruh yang kuat terhadap keputusan berkunjung ke objek wisata.

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara kepulauan yang banyak memiliki destinasi wisata. Jakarta merupakan ibu kota negara Republik Indonesia, yang terletak di pesisir bagian Barat Laut Pulau Jawa. Sebagai ibu kota negara, Jakarta menjadi pusat bisnis, politik, dan juga kebudayaan, dimana aktivitas masyarakat ini sangat tinggi. Selain sebagai pusat bisnis, Jakarta memiliki banyak sekali tempat-tempat menarik untuk dikunjungi, baik destinasi buatan manusia, alami, ataupun budaya dan *event*.

Tabel 1.

Provinsi	Jumlah Perjalanan Wisata Nusantara	
	2015	2016
DKI Jakarta	24,134,824.00	24,046,943.00

Sumber: Badan Pusat Statistik

Anjungan merupakan salah satu objek wisata berbasis budaya terkemuka dan setiap harinya didatangi oleh banyak pengunjung baik dari Jakarta maupun sekitarnya. Hingga saat ini, masih tetap banyak dikunjungi oleh wisatawan. Hal ini dikarenakan oleh seringnya liputan yang dilakukan oleh media televisi nasional atau lokal yang menayangkan berbagai macam acara yang diselenggarakan di kawasan anjungan ini.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), arti kata anjungan adalah anjung-anjung. Arti lainnya dari anjungan adalah

bangunan di taman atau lapangan, yang kadang-kadang dibuat secara artistik, dipakai sebagai tempat rekreasi.

Dalam UU. No 10 Tahun 2009 disebutkan “Daya Tarik Wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan”. Jadi dapat disimpulkan bahwa atraksi wisata merupakan sesuatu yang dapat menimbulkan daya tarik bagi wisatawan dan merupakan alasan utama untuk mengunjungi objek dan daya tarik wisata.

Minat wisata yaitu sebuah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang dengan tujuan rekreasi dan hiburan serta memiliki persiapan tentang kegiatan perjalanan ini menurut UU No.10 Tahun 2009 tentang pariwisata yaitu berbagai macam kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat.

Minat berkunjung adalah mempunyai dorongan motivasi yang melakukan suatu tindakan yang merupakan aktivitas psikis terhadap perasaan dan pikiran suatu barang atau jasa yang diinginkan.

Keputusan berkunjung dengan kunjungan wisata mempunyai arti yang sama dengan keputusan pembelian. Keputusan pembelian adalah membeli merek yang disukai dari berbagai sumber yang ada.

Tabel 2.

Data Tingkat Kunjungan Wisatawan di Anjungan Tahun 2015

Bulan	Data Kunjungan Anjungan 2015	
	Mancanegara	Domestik
Januari	577	3.922
Februari	232	1.566
Maret	188	2.920

April	244	2.468
Mei	290	3.311
Juni	199	4.887
Juli	389	5.786
Agustus	1.922	9.044
September	128	3.211
Oktober	99	2.339
November	223	2.022
Desember	178	4.022
Jumlah	4.669	334.578

Sumber: Anjungan 2015

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa tingkat kunjungan wisatawan d'ke Anjungan secara keseluruhan meningkat pada tahun 2015 yaitu dengan jumlah pengunjung Mancanegara adalah sebanyak 4.669 orang dan pengunjung Domestik adalah sebanyak 334.578 orang.

Berdasarkan tabel di bawah dapat dilihat bahwa tingkat kunjungan wisatawan di Anjungan secara keseluruhan menurun pada tahun 2016 yaitu dengan jumlah pengunjung Mancanegara adalah 11.588 orang, dan pengunjung Domestik adalah 49.562 orang.

Tabel 2. 1

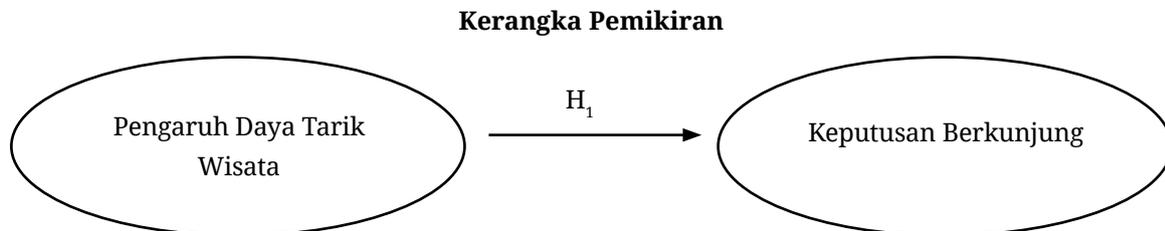
Data Tingkat Kunjungan di Anjungan Tahun 2016

Bulan	Data Kunjungan Anjungan Riau 2016	
	M mancanegara	Domestik
Januari	192	2.112
Februari	422	4.164
Maret	130	3.561
April	1.004	4.157
Mei	1.947	5.961
Juni	135	2.344
Juli	462	5.448
Agustus	773	3.061
September	2.037	5.698
Oktober	703	2.299
November	1.441	4.619
Desember	2.342	6.138
Jumlah	11.588	49.562

Sumber: Anjungan, 2016

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu Daya Tarik Wisata dan Keputusan Berkunjung.

penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.



Sumber: Gamal Suwanto (2004:48), Dasar-dasar Pariwisata

Gambar di atas terdiri dari *variable independent* yaitu daya tarik wisata serta *variable dependent* yaitu keputusan berkunjung.

Pendekatan yang digunakan oleh penulis untuk mendapatkan data dilakukan melalui survei kuesioner yang mencantumkan bobot nilai pada setiap pilihan jawabannya.

Dari penjelasan kerangka pemikiran diatas, dapat disimpulkan bahwa hipotesa yang dibuat adalah sebagai berikut:

H_0 : Daya tarik wisata tidak berpengaruh terhadap tingkat kunjungan wisatawan

● Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan penulis dalam melakukan pengumpulan data didapatkan dengan cara:

H_1 : Daya tarik wisata berpengaruh terhadap tingkat kunjungan wisatawan

1. Kuesioner

Merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan untuk mengumpulkan data dengan cara membagi daftar pertanyaan kepada responden agar responden tersebut memberikan jawabannya. Mengenai Daya Tarik Wisata dan Keputusan Berkunjung ke objek wisata.

METODE

Metode penelitian yang digunakan penulis dalam melakukan penelitian mengenai Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung ke objek wisata adalah metode kuantitatif, dimana metode tersebut dilakukan melalui pendekatan penelitian yang bersifat objektif, mencakup pengumpulan dan analisis data kuantitatif. Menurut Sugiyono (2014:13) mendefinisikan metode penelitian kuantitatif sebagai berikut: “Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen

Pilihan Jawaban Kuesioner

Kategori	Bobot
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu-ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Gamal Sugiyono(2012:87)

Menurut sugiyono (2014:142), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien apabila peneliti tahu dengan siapa variabel akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Dalam penelitian ini untuk variabel- variabel yang akan diteliti menggunakan skala *likert*. Skala *likert* ini umumnya menggunakan lima angka penilaian, yaitu:

“Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial”. Dengan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item- item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Untuk setiap pilihan jawaban diberi skor, maka responden harus menggambarkan, mendukung pertanyaan (item positif) atau tidak mendukung pernyataan (item negatif).

2. Studi Kepustakaan

Data yang berupa teori ini diambil dari beberapa sumber terpercaya dan teruji seperti buku dan jurnal.

Menurut Sugiyono (2012:291), “studi kepustakaan berkaitan dengan kajian teoritis dan referensi lain yang berkaitan dengan nilai, budaya dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti, selain itu studi kepustakaan sangat penting dalam melakukan penelitian, hal ini dikarenakan penelitian tidak akan lepas dari literatur-literatur ilmiah”.

● Rencana Uji Validitas, Reliabilitas Untuk Kuesioner

a. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2014:363), “Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dilaporkan oleh peneliti”. Berdasarkan definisi, maka validitas dapat

diartikan sebagai suatu karakteristik dari ukuran terkait dengan tingkat pengukuran sebuah alat test (kuesioner) dalam mengukur secara benar apa yang diinginkan peneliti untuk diukur. Dengan demikian data yang valid adalah data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian.

Uji validitas instrumen dalam penelitian ini dengan menggunakan metode pengujian validitas isi dengan analisis item, yaitu dengan mengkorelasikan antara skor butir instrumen dengan skor total. Untuk menghitung validitas alat ukur yang digunakan rumus:

$$R_{hitung} = \frac{n(\sum XiYi) - (\sum Xi) \cdot (\sum Yi)}{\sqrt{\{n \cdot \sum Xi^2 - (\sum Xi)^2\} \cdot \{n \cdot \sum Yi^2 - (\sum Yi)^2\}}}$$

Dimana:

r_{hitung} = Koefisien Kolerasi

$\sum Xi$ = Jumlah Skor Item

$\sum Yi$ = Jumlah Skor Total (Seluruh Item)

n = Jumlah Responden

Distribusi (Tabel t) untuk $\alpha = 0,05$ dan derajat kebebasan ($dk = n - 2$)

Keputusan Pengujian validitas instrumen adalah:

1. Item pernyataan dikatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$
2. Item pernyataan dikatakan tidak valid apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$

b. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2012:121) “instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.” Setelah instrumen di uji validitasnya maka langkah selanjutnya yaitu menguji reliabilitas. Adapun menurut

Imam Ghozali pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan dua cara yaitu:

1. *Repeated Measure* atau pengukuran ulang: disini seseorang akan disodori pertanyaan yang sama pada waktu yang berbeda, dan kemudian dilihat apakah ia tetap konsisten dengan jawabannya.
2. *One Shot* atau pengukuran sekali saja: disini pengukurannya hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau pengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji *statistic Cronbach Alpha* (α). (Ghozali, 2011:48)

Penelitian yang akan dilakukan menggunakan pengukuran reliabilitas cara kedua yaitu *One Shot* atau pengukuran sekali saja. Pengukuran reliabilitas dalam penelitian ini dibantu dengan SPSS V.16.0 untuk uji *statistik Cronbach Alpha* (α). Hasil dari uji statistik *Cronbach Alpha* (α) akan menentukan instrument yang digunakan dalam penelitian ini reliabel digunakan atau tidak. Metode mencari reliabilitas internal yaitu menganalisis realibilitas alat ukur dari satu kali pengukuran, rumus yang digunakan adalah *Alpha*.

Langkah-langkah mencari nilai reliabilitas dengan metode *Alpha* adalah sebagai berikut:

1. Langkah 1 – menghitung varians skor tiap-tiap item dengan rumus:

$$S_i = \frac{\sum X_i^2 - \frac{(\sum x_i)^2}{N}}{N}$$

Dimana:

- S_i = Varians skor tiap-tiap i
- $\sum X_i^2$ = Jumlah kuadrat item X
- $(\sum x_i)^2$ = Jumlah item S_i dikuadratkan
- N = Jumlah responden

2. Langkah 2 – kemudian menjumlahkan *variens* semua item dengan rumus:

$$\sum S_i = S_1 + S_2 + S_3 \dots S_n$$

Dimana:

- S_i = Varians skor tiap-tiap i
- $S_1 + S_2 + S_3 \dots S_n$ = Jumlah kuadrat item X

3. Langkah 3 – menghitung *variens* total dengan rumus:

$$S_t = \frac{\sum X_t^2 - \frac{(\sum X_t^2)}{N}}{N}$$

Dimana:

- S_t = Varians total
- $\sum X_t^2$ = Jumlah kuadrat X total
- $(\sum X_t)^2$ = Jumlah X total dikuadratkan

4. Langkah 4 – memasukan nilai *Alpha* dengan rumus:

$$r_{11} = \left(\frac{K}{K-1} \right) \left(1 - \frac{\sum S_i}{S_t} \right)$$

Dimana:

- r_{11} = Nilai reliabilitas
- $\sum S_i$ = Jumlah varians skor tiap-tiap item
- S_t = Varians total
- K = Jumlah item

Pengukuran reliabilitas adalah dengan cara membandingkan r hitung dengan r tabel. Maka kaidah keputusan dapat dituliskan sebagai berikut:

Kaidah keputusan: Jika $> r$ tabel berarti reliable, dan sebaliknya.

c. Uji Normalitas

Menurut Sunyoto (2014:84) menyatakan bahwa: uji “asumsi ini dilakukan untuk menguji data variabel bebas (X) dan data variabel terikat (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan, apakah berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal”. Persamaan regresi dikatakan baik jika mempunyai data variabel bebas dan data variabel terikat yang berdistribusi mendekati normal atau normal. Untuk menguji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan SPSS V.16.0 dengan melihat sig pada tabel *test of normality* kemudian kolom *kolmogorov – smirnova* dan membandingkan dengan alpha yang digunakan. Jika $sig > alpha$ maka data berdistribusi normal, jika $sig < alpha$ maka

data berdistribusi tidak normal. Selain itu, normal atau tidaknya suatu data dilihat dari penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal grafik, jika datanya menyebar di sekitar garis diagonal, maka regresi memenuhi asumsi normalitas dan sebaliknya.

Sedangkan menurut Ghozali (2011) menyatakan bahwa: “ Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal”. Dengan kata lain, uji normalitas dilakukan untuk mengetahui sifat distribusi data penelitian yang berfungsi untuk mengetahui apakah sampel yang diambil normal atau tidak dengan menguji sebaran data yang dianalisis. Ada beberapa cara yang dapat digunakan untuk melihat normalitas data dalam penelitian ini, yaitu dengan menggunakan 3 alat uji, yaitu:

- a. Uji *Kolmogorov Smirnov*, dalam uji pedoman yang digunakan dalam pengambilan keputusan yaitu:
- b. Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka distribusi data tidak normal.
- c. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka distribusi normal.

Hipotesis yang digunakan:

- a. H_0 : data residual berdistribusi normal.
 - b. H_1 : data residual tidak berdistribusi normal.
1. Histogram, yaitu pengujian dengan menggunakan ketentuan bahwa data normal berbentuk lonceng (*bell shaped*). Data yang baik adalah data yang memiliki pola distribusi normal. Jika data miring ke kanan atau miring ke kiri berarti memberitahukan bahwa data tidak berdistribusi normal.
 2. Grafik *Non Probability Plot*, ketentuan yang digunakan adalah:
 - a. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
 - b. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

● Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data yang bersifat kuantitatif karena dinyatakan dengan angka-angka yang menunjukkan nilai terhadap besaran atas variabel yang diwakilinya. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek yang diteliti. Menurut Sugiyono (2010:137) yang menyatakan bahwa: “Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data”. Data primer yang diperoleh dengan cara penyebaran kuesioner kepada pengunjung Anjungan.

2. Data Sekunder

Pengertian dari data sekunder menurut Sugiyono (2010:137) adalah “Sumber data

yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen”. Data sekunder antara lain disajikan dalam bentuk data-data, tabel-tabel, diagram- diagram, atau mengenai topik penelitian. . Data ini merupakan data yang berhubungan secara langsung dengan penelitian yang dilaksanakan dan bersumber dari Anjungan yaitu laporan data kunjungan wisatawan dari tahun 2014 sampai dengan tahun 2016 per 31 Desember dan data-data lain yang diperlukan dari perusahaan tersebut, hasil *searching* di internet mengenai artikel-artikel, jurnal, dan adanya hasil dari penelitian sebelumnya yang dapat digunakan oleh peneliti sebagai bahan perbandingan dengan penelitian yang dilakukan.

b. Sampel

Pengertian sampel menurut Sugiyono (2010:81) adalah sebagai berikut: “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Penarikan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik penarikan Nonprobability Sampling Design yaitu dengan menggunakan purposive sampling. Pengertian Nonprobability sampling menurut Sugiyono (2010:218) sebagai berikut: “Nonprobability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel”.

Tabel 3.

Data Primer dan data Sekunder

No	Data Penelitian	Jenis Data	Sumber Data
1.	Data kunjungan wisatawan Anjungan Tahun 2015-2016.	Data Sekunder	Manajemen Anjungan
2.	Profil Perusahaan.	Data Sekunder	Manajemen Anjungan
3.	Gambaran Daya Tarik wisata Anjungan.	Data Primer	Wisatawan Anjungan
4.	Gambaran Keputusan berkunjung wisatawan di Anjungan.	Data Primer	Wisatawan Anjungan

● **Populasi dan Sampel**

a. Populasi

Menurut Sugiyono (2010:215) adalah sebagai berikut: “Populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Berdasarkan pengertian populasi diatas, maka yang akan dijadikan populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan data kunjungan wisatawan pada tabel 1. di Anjungan mulai tahun 2015 sampai dengan tahun 2016 Per 31 Desember, yakni sebanyak 6.138 orang.

Populasi dalam penelitian ini sebanyak 6.138 Orang, maka penetapan sampel menurut slovin menggunakan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = batas toleransi kesalahan (error tolerance)

Berdasarkan teori di atas maka cara perhitungan sampel yang penulis lakukan yaitu berdasarkan jumlah pengunjung Anjungan Riau di Taman Mini Indonesia

Indah (TMII) dalam 1 bulan terakhir yaitu 6.138 orang dilihat berdasarkan rumus slovin penentuan jumlah sampel dari populasi tertentu dengan taraf kesalahan 10% maka $n = 98$. Dibulatkan hasilnya menjadi 100 sampel. Perhitungannya adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{6.138}{1 + 100 (0,10)^2}$$

$$N = 98$$

● Rencana Teknik Pengolahan Data Dan Analisis

a. Teknik Pengolahan Data

Dalam penelitian ini, penulis melakukan teknik pengolahan data dengan menggunakan SPSS V.16.0. Dengan metode analisis data yang digunakan adalah dengan analisa uji hipotesis dengan pendekatan data kuantitatif. Tujuan digunakannya metode ini adalah untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidaknya variabel independen yaitu variabel daya tarik wisata, dengan variabel dependen yakni keputusan berkunjung.

● Operasional Variabel

Operasional Variabel Daya Tarik Wisata

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Daya Tarik Wisata (X)	Keunikan	1. Wisata edukasi dan pelestarian nilai budaya	Likert
		2. Wisata Ruang Terbuka Hijau	
	Keindahan	1. Tata Ruang dan Bangunan	
		2. Kebersihan Lingkungan Wisata	
	Amenitas	Sarana dan Prasarana	
	Aksesibilitas	1. Akses Informasi	
		2. Akses Transportasi	
	Fungsi Sosial	1. Pemberdayaan Masyarakat	
		2. Identitas Daerah	

Sumber: Avenzora, (2003)

Operasional Variabel Keputusan Berkunjung

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Keputusan Berkunjung (Y)	Pengenalan Masalah	1. Rangsangan dari dalam diri	Likert
		2. Rangsangan dari luar diri	
	Pencarian Informasi	1. Pribadi	
		2. Komersial	
		3. Publik	
	Evaluasi Alternatif	Mengenal Informasi yang diperoleh	
	Keputusan Berkunjung	1. Perlakuan yang diterima	
		2. Situasi yang tidak terduga	

Sumber: Kotler dan Keller, (2009:184)

b. Teknik Analisa Data

Analisa data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari wawancara, catatan, lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting, dan yang akan dipelajari serta membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami, serta dimengerti oleh diri sendiri maupun orang lain, menurut (Sugiyono, 2008). Analisis data dalam penelitian ini adalah statistik verifikatif. Analisis verifikatif yaitu penelitian yang dilakukan dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2012).

● Rancangan Uji Hipotesis

Menurut Sugiyono (2007), hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk pertanyaan. Peneliti akan menguji dengan menggunakan spss serta akan dilihat keterkaitan dua variabel dengan uji validitas, realibilitas, uji R dan uji t. Peneliti akan melakukan uji realibitas dengan melihat nilai Alpha Chronbach dengan $> 0,7$ (Sugiarto, 2015).

a. Analisis Regresi (Uji R)

Metode analisis yang digunakan adalah model regresi linier sederhana Menurut Sugiyono (2013:261), menyatakan bahwa:

“Analisis regresi linier sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen”. Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk memprediksikan berapa jauh perubahan nilai variabel dependen, bila nilai variabel independen berubah-ubah atau naik turun.

Adapun persamaan umum regresi linier sederhana adalah:

$$Y_1 = a + bX_1$$

Keterangan:

Y1 = Variabel tak bebas

X1 = Variabel bebas

a = Penduga bagi intersep (‘)

b = Penduga bagi koefisiensi regresi (b)

untuk mencari nilai a digunakan rumus sebagai berikut:

$$a = \frac{(\sum X^2)(\sum Y) - (\sum X)(\sum XY)}{N \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

untuk mencari nilai b digunakan rumus sebagai berikut:

$$b = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{N \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

Analisis regresi linear sederhana memiliki kemampuan prediksi (prediction) dan kemampuan eksplanasi (explanation). Dengan kemampuan prediksinya, hasil analisis regresi mampu memprediksi perubahan nilai variabel dependen akibat perubahan-perubahan nilai dalam variabel independen. Dengan kemampuan eksplanasinya hasil analisis regresi mampu mengkaji kontribusi variabel independen kepada variabel dependen.

b. Analisis Korelasi

Dalam analisis korelasi yang dicari adalah koefisien korelasi yaitu angka yang menyatakan derajat hubungan antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y) atau untuk mengetahui kuat atau lemahnya hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Teknik korelasi ini digunakan untuk mencari hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan dua

variabel bila data kedua variabel berbentuk interval atau ratio, dan sumber data dari dua variabel atau lebih tersebut adalah sama. Sebagai berikut:

$$r = \frac{n \sum XY - (\sum X) (\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

- r = Koefisien Korelasi
- n = Jumlah Tahun yang di hitung
- x = Variabel bebas (*Independent*)
- y = Variabel terikat (*Dependent*)

Nilai koefisien korelasi menurut Husein Umar (2007:134) berkisar antara -1 dan +1 yang kriteria pemanfaatannya dijelaskan sebagai berikut:

1. Jika nilai $r = + 1$, hal ini menunjukkan bahwa terdapat korelasi positif sempurna antara variabel X dan variabel Y.
2. Jika nilai $r = - 1$, hal ini menunjukkan bahwa terdapat korelasi negatif sempurna antara variabel X dan variabel Y.
3. Jika nilai $r = 0$, hal ini menunjukkan bahwa tidak ada korelasi antara variabel X dan variabel Y.

Kemudian nilai r yang diperoleh tersebut dibandingkan dengan kriteria angka korelasi untuk menentukan kuat atau lemahnya kedua variabel. Kriteria untuk menentukan korelasi tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.

Tingkat Keeratan Antara Variabel Bebas Dengan Variabel Terikat

Koefisien korelasi	Tingkat Keeratan
0,80-1,00	Sangat kuat
0,60-0,79	Kuat
0,40-0,59	Sedang
0,20-0,39	Rendah
0,00-0,19	Sangat rendah

Sumber: Sugiyono(2010:184)

c. Uji t (Parsial)

Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah ada atau tidaknya pengaruh signifikan dari Daya Tarik Wisata (variabel X) sebagai variabel bebas dengan Keputusan Berkunjung (variabel Y) sebagai variabel tidak bebas atau terikat. Jika tidak terdapat pengaruh yang signifikan maka di formulasikan dalam Hipotesis Nol (H0), yaitu hipotesis untuk ditolak. Apabila kedua variabel tersebut dihipotesiskan memiliki pengaruh yang signifikan, maka diformulasikan dalam hipotesis alternatif (H1) yaitu merupakan hipotesis yang diharapkan untuk diterima. Dari uraian tersebut dapat dilakukan hipotesis penelitian sebagai berikut, H0 P = 0, artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung ke Anjungan.

(H1) P ≠ 0, artinya terdapat pengaruh signifikan antara Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung ke Anjungan.

Untuk pengujian ini digunakan uji statistik “t” dengan rumus:

$$t_{hitung} = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

- t = Nilai Uji t (Probabilitas)
- r = Koefisien Korelasi
- n = Jumlah Sampel

Sumber: Sugiyono, (2010:187)

Menurut Sarwono, (2012: 125) Menyatakan bahwa pengertian Uji T (T-test) adalah untuk membandingkan rata - rata dua sampel. Kriteria uji adalah t hitung > t tabel maka H0 ditolak dan H1 diterima yang didapat dari tabel distribusi t dengan a = 0,10 (10%), apabila t hitung < t tabel maka H0 diterima dan H1 ditolak yang didapat dari tabel distribusi t dengan a = 0,10 (10%).

Untuk mengetahui ditolak atau tidaknya dinyatakan dengan yang dikatakan oleh Sarwono, (2012: 125). Sebagai berikut:

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak, berarti H_1 diterima atau Daya Tarik Wisata berpengaruh Terhadap Keputusan Berkunjung di Anjungan.
2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_1 ditolak atau Daya Tarik Wisata tidak berpengaruh Terhadap Keputusan Berkunjung ke Anjungan.

HASIL DAN DISKUSI

Gambaran aktivitas hasil penelitian akan memberikan gambaran tentang proses pengumpulan data dan kendala atau hambatan yang dialami selama proses pengumpulan data di objek penelitian. Proses pengumpulan data menggunakan kuesioner yang dilakukan selama dua minggu dan dimulai dari pukul 10.00 WIB sampai dengan pukul 17.00 WIB.

Tabel 5.
Gambaran Aktivitas Penelitian

No	Kegiatan	Bulan / Tahun											
		Mei 2017				Juni 2017				Juli 2017			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Penyebaran Kuesioner	■											
2	Penyusunan Instrumen		■										
3	Koleksi Data				■								
4	Mentabulasi Data			■									
5	Pengolahan Data					■							
6	Analisi Data							■					
7	Penafsiran Hasil Analisis									■			
8	Pelaporan											■	

Sumber: Data Olah Penelitian (2017)

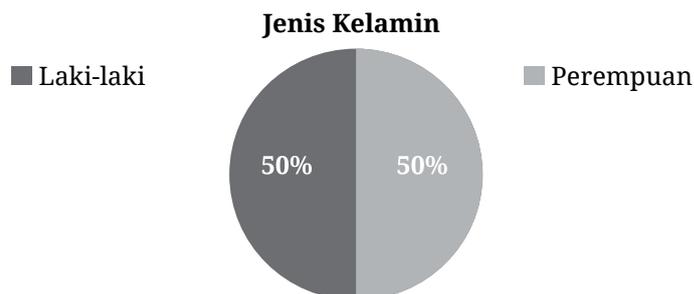
● **Gambaran Umum Responden (Karakteristik)**

Tabel 5.
Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid = Laki-laki	50	50.0	50.0	50.0
= Perempuan	50	50.0	50.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data Olahan Penelitian, SPSS 16.0 (2017)

Gambar Diagram 6.
Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



Sumber: Data Olahan Penelitian, SPSS 16.0 (2017)

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa dari 100 *responden*, pria dan perempuan stabil dengan data frekuensi 50% untuk responden pria dan 50 responden untuk perempuan.

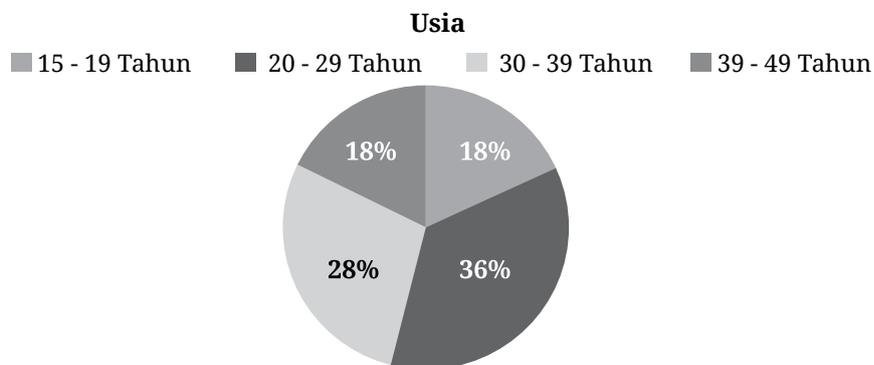
Dari hasil kuesioner yang peneliti sebarakan kepada 100 responden di Tempat Wisata Anjungan, peneliti mendapatkan data bahwa konsumen yang berkunjung ke Tempat Wisata Anjungan lebih dominan adalah usia antara 20 – 29 Tahun sebanyak 36% dan data paling terkecil usia antara 15 – 19 Tahun dan 39 – 49 Tahun sebanyak 18%.

Tabel 7.
Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	CumulativePercent
Valid 15 - 19 Tahun	18	18.0	18.0	18.0
20 - 29 Tahun	36	36.0	36.0	54.0
30 - 39 Tahun	28	28.0	28.0	82.0
39 - 49 Tahun	18	18.0	18.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data Olahan Penelitian, SPSS 16.0 (2017)

Gambar Diagram 8.
Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia



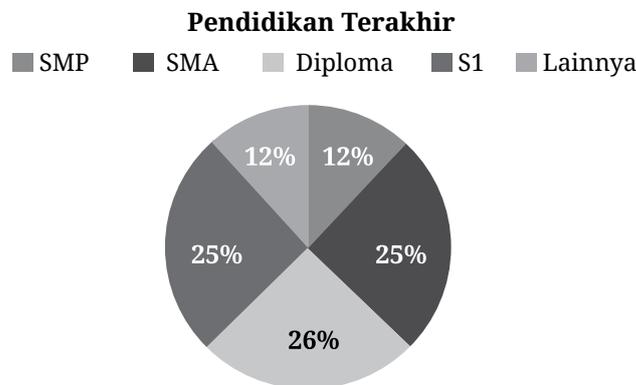
Sumber: Data Olahan Penelitian, SPSS 16.0 (2017)

Tabel 9.
Gambaran Umum Responden Pendidikan Terakhir

	Frequency	Percent	Valid Percent	CumulativePercent
Valid SMP	12	12.0	12.0	12.0
SMA	25	25.0	25.0	37.0
DIPLOMA	26	26.0	26.0	63.0
S1	25	25.0	25.0	88.0
Lainnya	12	12.0	12.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data Olahan Penelitian, SPSS 16.0 (2017)

Gambar Diagram 10.
Gambaran Umum Responden Pendidikan Terakhir



Sumber: Data Olahan Penelitian, SPSS 16.0 (2017)

Dari hasil kuesioner yang peneliti sebarakan kepada 100 responden di Tempat Wisata Anjungan, peneliti mendapatkan data bahwa konsumen yang berkunjung ke tempat wisata Anjungan memiliki tingkat pendidikan terakhir lebih dominan adalah Pendidikan Diploma sebanyak 26%.

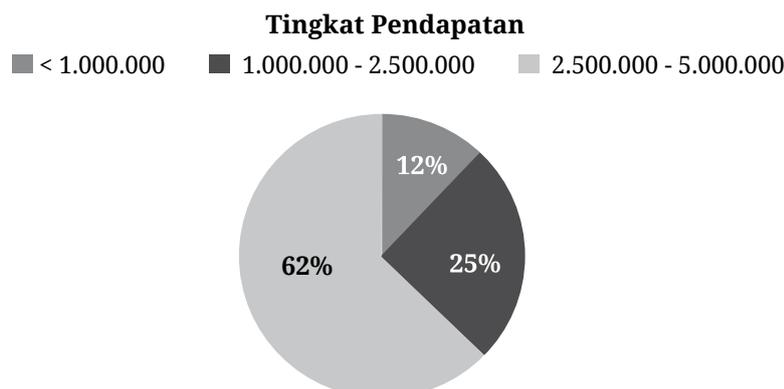
Berdasarkan hasil data pada tabel 11 dapat diartikan bahwa tingkat pendapatan wisatawan yang berkunjung ke Anjungan yang memiliki presentasi terbesar adalah Rp 2.500.000 – Rp 5.000.000 dengan presentasi 61%.

Tabel 11.
Gambaran Umum Pendapatan Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < 1.000.000	14	14.0	14.0	14.0
1.000.000 - 2.500.000	23	23.0	23.0	37.0
2.500.000 - 5.000.000	61	61.0	61.0	98.0
4	2	2.0	2.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Data Olahan Penelitian, SPSS 16.0. (2017)

Gambar Diagram 12.
Gambaran Umum Pendapatan Responden

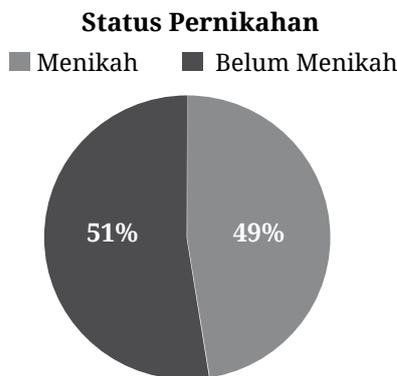


Tabel 13.
Gambaran Umum Status Pernikahan

	Frequency	Percent	Valid Percent	CumulativePercent
Valid Menikah	49	49.0	49.0	49.0
Belum Menikah	51	51.0	51.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Data Olahan Penelitian, SPSS 16.0. (2017)

Gambar Diagram 14.
Gambaran Umum Status Pernikahan



Sumber : Data Olahan Penelitian, SPSS 16.0. (2017)

Berdasarkan hasil data di atas dapat diartikan bahwa tingkat status pernikahan wisatawan di Anjungan yang memiliki presentasi terbesar adalah Belum Menikah, presentasi 51%.

● Sajian Data Statistik Deskriptif

Deskriptif statistik bertujuan untuk memberikan gambaran suatu data yang ditinjau dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, nilai minimum, dan nilai maksimum. Demikian pula nilai maksimum adalah jawaban (skala) tertinggi yang dipilih responden. Statistik untuk setiap variabel dalam penelitian ini secara keseluruhan dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa nilai rata-rata jawaban responden adalah sebesar 39,18. Dari hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa jawaban responden atas daya tarik wisata yang ada adalah tinggi, sedangkan standar deviasi yang ada adalah sebesar 5,173 yang berarti jawaban dari responden adalah bervariasi. Masih dalam tabel yang sama, jawaban responden atas pertanyaan keputusan berkunjung adalah sebesar 30,92 dan dapat diartikan tinggi dengan standar deviasi sebesar 4,958 yang berarti jawaban responden adalah bervariasi. Nilai maksimum yang diberikan oleh responden adalah sebesar 50 sedangkan yang terendah adalah sebesar 21.

Tabel 15.
Statistik Deskriptif

<i>Descriptive Statistics</i>					
	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
Daya Tarik Wisata	100	39,18	5,173	28	50
Keputusan Berkunjung	100	30,92	4,958	21	40

Sumber: Data Olahan Penelitian, SPSS 16.0 (2017)

Berikut adalah nilai penjabaran hasil jawaban responden atas variabel daya tarik wisata dan keputusan berkunjung:

A. Daya Tarik Wisata

Berdasarkan data-data yang diperoleh dari kuesioner yang peneliti bagikan kepada seluruh responden di Anjungan Riau, dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Maka untuk memudahkan penilaian dari jawaban responden maka dibuat kriteria pengukuran skala interval sebagai berikut:

- Sangat Tidak Setuju / Sangat Tidak Sesuai = 1
- Tidak Setuju / Tidak Sesuai = 2
- Setuju / Sesuai = 3
- Sangat Setuju / Sangat Sesuai = 4
- Sangat Setuju Sekali / Sangat Sesuai Sekali = 5

Selanjutnya dicari rata-rata tiap jawaban responden. Untuk memudahkan penilaian dari rata-rata tersebut maka dibuat kelas interval. Dalam penelitian ini peneliti menentukan banyaknya interval sebanyak 5 menggunakan rumus menurut Lind, Marchal, dan Wathen (2007) yaitu sebagai berikut. Dimana:
Rentang adalah Nilai Tertinggi - Nilai Terendah. Dengan demikian interval dari kriteria penilaian adalah sebagai berikut :

$$\text{Interval jawaban} = \frac{\text{Rentang}}{\text{Jumlah Kelas}}$$

$$\text{Interval jawaban} = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

- 1,00 – 1,80 = Sangat Rendah
- 1,81 – 2,61 = Rendah
- 2,62 – 3,42 = Sedang
- 3,43 – 4,43 = Tinggi
- 4,44 – 5,00 = Sangat Tinggi

Berikut hasil penyebaran kuesioner dengan dimensi daya tarik wisata berikut indikatornya.

• **Sebaran Data Variabel Daya Tarik Wisata dan Keputusan Berkunjung**

Maka dari itu untuk mengetahui gambaran Daya Tarik Wisata yang ada di Anjungan peneliti telah menyebarkan kuesioner yang telah diisi oleh para responden yang merupakan pengunjung Anjungan Riau, yaitu sebanyak 100 responden. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner terhadap 100 responden, dapat diketahui Daya Tarik Wisata yang ada di Anjungan yaitu sebagai berikut:

- 1) Keunikan

Tabel 16. Dimensi Keunikan

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Wisata edukasidan pelestarian	100	2	5	3,63	,837
Wisata ruangterbuka hijau	100	2	5	4,18	,833
Valid N (listwise)	100				

Sumber: Data Olahan Penelitian, SPSS 16.0. (2017)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai rata-rata yang didapatkan adalah sebesar 3,63 dan 4,18 dari skala 5, yang memiliki arti masuk ke dalam kategori tinggi.

2) Keindahan

Tabel 17. Dimensi Keindahan

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Tata ruang dan bangunan	100	3	5	4,00	,765
Kebersihan lingkungan wisata	100	2	5	3,57	,795
Valid N (listwise)	100				

Sumber: Data Olahan Penelitian, SPSS 16.0. (2017)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai rata-rata yang didapatkan adalah sebesar 4,00 dan 3,57 dari skala 5, yang memiliki arti masuk ke dalam kategori tinggi.

3) Amenitas

Tabel 18. Dimensi Amenitas

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Sarana dan prasarana	100	2	5	3,99	,823
Valid N (listwise)	100				

Sumber: Data Olahan Penelitian, SPSS 16.0. (2017)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai rata-rata yang didapatkan adalah sebesar 3,99 dari skala 5, yang memiliki arti masuk ke dalam kategori tinggi.

4) Aksesibilitas

Tabel 19. Dimensi Aksesibilitas

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Akses Informasi	100	2	5	4,29	,832
Akses Transportasi	100	2	5	3,39	,863
Valid N (listwise)	100				

Sumber: Data Olahan Penelitian, SPSS 16.0. (2017)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai rata-rata yang didapatkan adalah sebesar 4,29 dan 3,39 dari skala 5, yang memiliki arti masuk ke dalam kategori tinggi dan sedang.

5) Fungsi Sosial

Tabel 19. Dimensi Sosial

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pemberdayaan masyarakat	100	2	5	4,18	,833
Identitas daerah	100	1	5	4,12	,913
Valid N (listwise)	100				

Sumber: Data Olahan Penelitian, SPSS 16.0. (2017)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai rata-rata yang didapatkan adalah sebesar 4,18 dan 4,12 dari skala 5, yang memiliki arti masuk ke dalam kategori tinggi.

B. Keputusan Berkunjung

Berikut hasil penyebaran kuesioner dengan dimensi Keputusan berkunjung berikut indikatornya:

1) Pengenalan Masalah

Tabel 20. Dimensi Pengenalan Masalah

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Rangsangan dari dalam diri	100	2	5	4,04	,840
Rangsangandari luar diri	100	2	5	3,80	,765
Valid N (listwise)	100				

Sumber: Data Olahan Penelitian, SPSS 16.0. (2017)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai rata-rata yang didapatkan adalah sebesar 4,04 dan 3,80 dari skala 5, yang memiliki arti masuk ke dalam kategori tinggi.

2) Pencarian Informasi

Tabel 21. Dimensi Pencarian Informasi

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pribadi	100	2	5	3,87	,872
Kormesial	100	2	5	3,82	,936
Publik	100	2	5	3,90	,798
Valid N (listwise)	100				

Sumber: Data Olahan Penelitian, SPSS 16.0. (2017)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai rata-rata yang didapatkan adalah sebesar 3,87, 3,82 dan 3,90 dari skala 5, yang memiliki arti masuk ke dalam kategori tinggi.

3) Evaluasi Alternatif

Tabel 22. Dimensi Evaluasi Alternatif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Mengenal informasi yang diperoleh	100	2	5	3,79	,844
Valid N (listwise)	100				

Sumber: Data Olahan Penelitian, SPSS 16.0. (2017)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai rata-rata yang didapatkan adalah sebesar 3,79 dari skala 5, yang memiliki arti masuk ke dalam kategori tinggi.

4) Keputusan Berkunjung

Tabel 23. Dimensi Keputusan Berkunjung

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Perlakuan yangditerima	100	2	5	3,61	,875
Situasi yang tidak terduga	100	2	5	4,09	,944
Valid N (listwise)	100				

Sumber: Data Olahan Penelitian, SPSS 16.0. (2017)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai rata-rata yang didapatkan adalah sebesar 3,61 dan 4,09 dari skala 5, yang memiliki arti masuk ke dalam kategori tinggi

• **Rekapitulasi hasil data Daya Tarik Wisata**

Secara garis besar, untuk mempermudah rekapitulasi perhitungan data daya tarik

wisata dianalisa menggunakan garis kontinum. Adapun perhitungan garis kontinum menurut Riduwan dan Sunarto (2009) adalah dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Rentang Skala} = \frac{\text{Nilai Presentase Max} - \text{Nilai Presentase Min}}{\text{Skala Nilai}}$$

$$\text{Nilai Presentase Max} = 5 \times 1 \times 10 = 50$$

$$\text{Nilai Presentase Min} = 1 \times 1 \times 10 = 10$$

$$\text{Rentang Skala} = \frac{50 - 10}{5} = \frac{40}{5} = 8$$

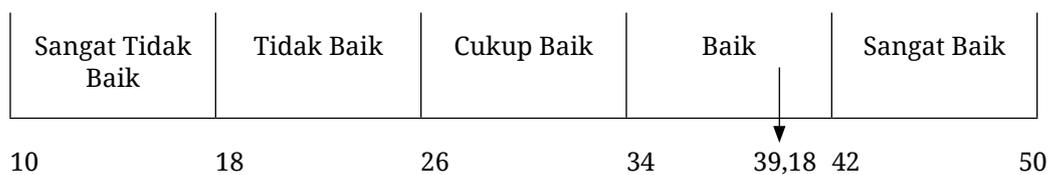
Adapun jumlah mean dari variabel daya tarik wisata adalah sebagai berikut:

Tabel 24. Rata-Rata Variabel Daya Tarik Wisata

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Daya Tarik Wisata	100	28	50	39,18	5,173
Valid N (listwise)	100				

Sumber: Data Olahan Penelitian, SPSS 16.0. (2017)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai rata –rata atau mean dari variabel daya tarik wisata adalah sebesar 39,18 dari nilai maksimum yakni 50.



Berdasarkan data hasil olahan kuesioner di atas, dapat dilihat dengan jelas bahwa posisi nilai mean sebesar 39,18 berada dalam kategori baik.

- **Rekalitulasi Dimensi Keputusan Berkunjung**

Adapun data statistik yang didapatkan dari kuesioner yang disebarakan adalah sebagai berikut:

Tabel 25. Deskripsi Statistik Dimensi Keputusan Berkunjung

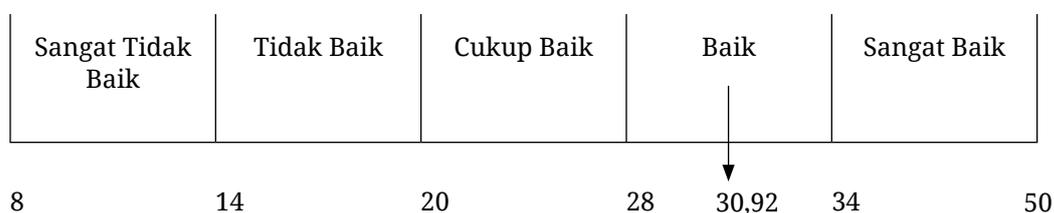
Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Keputusan Berkunjung	100	21	40	30,92	4,958
Valid N (listwise)	100				

Sumber: Data Olahan Penelitian, SPSS 16.0. (2017)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai rata –rata atau mean dari variabel keputusan berkunjung adalah sebesar 30,92 dari nilai maksimum yakni 40. Adapun rentang skala dari dimensi ini adalah sebagai berikut:

$$\text{Rentang Skala} = \frac{10 - 10}{5} = \frac{30}{5} = 6$$

Berdasarkan data hasil olahan kuesioner diatas, dapat dilihat dengan jelas bahwa posisi nilai mean sebesar 30,92 berada dalam kategori baik.



- **Hasil Output SPSS (Statistical Package For Social Science)**

- **Uji Validitas**

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan uji validitas dan uji reliabilitas pada responden terhadap variabel daya tarik wisata dan keputusan berkunjung. Setelah melakukan pengolahan data SPSS 16,0 maka didapati hasil dari semua pernyataan variabel dari uji validitas adalah valid dengan total

keseluruhan nilai pernyataan atau rhitung > rtabel. Sedangkan melalui uji reliabilitas menunjukkan semua variabel dengan hasil reliabel karena Cronbach's alpha > 0,70 (Sugiarto: 2015).

Dari hasil tabel tersebut untuk variabel X (daya tarik wisata) semua jenis pernyataan valid karena nilai rhitung pada masing-masing pernyataan lebih besar daripada rtabel (0,1638).

Tabel 26. Uji Validitas Variabel X

No	Pernyataan	Cronbach'sAlpha	Valid
1.	Anjungan ini memiliki nilai edukasidan pelestarian budaya.	0,794	Valid
2.	Anjungan ini memiliki ruang terbukahijau.	0,821	Valid
3.	Anjungan ini memiliki tata ruang danbangunan yang menarik.	0,798	Valid
4.	Kebersihan Anjungan ini Sangat Baik.	0,821	Valid
5.	Anjungan ini memiliki sarana danprasarana yang baik.	0,804	Valid
6.	Saya dapat dengan mudah mendapatkaninformasi mengenai Anjungan ini.	0,792	Valid
7.	Saya dapat dengan mudah mendapatkantransportasi menuju Anjungan ini.	0,809	Valid
8.	Anjungan Ini memberdayakanmasyarakat sekitar.	0,810	Valid
9.	Anjungan ini menjadi identitas suatudaerah.	0,821	Valid

Sumber: Data Olahan Penelitian, SPSS 16.0. (2017)

Tabel 27. Uji Validitas Variabel Y

No	Pernyataan	Cronbach'sAlpha	Valid
1.	Anda datang ke Anjungan ini berdasarkan keinginan dari dalam diri anda.	0,847	Valid
2.	Anda berkunjung ke Anjunganini berdasarkan teman, keluarga, dan tetangga.	0,853	Valid
3.	Anda mendapatkan informasi mengenai Anjungan ini melalui teman, keluarga, dan tetangga.	0,836	Valid
4.	Anda mendapatkan informasi mengenai Anjungan ini melalui media <i>electronic</i> , atau iklan lainnya.	0,843	Valid
5.	Anda mendapatkan informasi mengenai <i>group</i> , perkumpulan atau organisasi tertentu.	0,836	Valid

6.	Anda melakukan perbandingan Anjungan sebelum datang berkunjung ke Anjungan ini.	0,878	Valid
7.	Pada saat berkunjung, Anda menerima perlakuan yang baik dari pengelola Anjungan ini.	0,852	Valid
8.	Anda menemukan situasi yang tak terduga pada saat berkunjung ke Anjungan ini.	0,857	Valid

Sumber: Data Olahan Penelitian, SPSS 16.0. (2017)

Dari hasil tabel di atas untuk variabel Y (keputusan berkunjung) semua jenis pernyataan valid karena nilai r hitung pada masing-masing pernyataan lebih besar daripada r tabel (0,1638).

• **Uji Reabilitas**

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Reliabilitas dihitung dengan menggunakan SPSS dan SPSS yang digunakan adalah SPSS 16,0. Di dalam pengujian reliabilitas, instrumen menggunakan pengujian 1 skor pada taraf signifikansi 10%. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika nilai alpha (α) > 0,70 (Sugianto : 2015).

Tabel 28. Uji Reabilitas Variabel X

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,824	10

Sumber: Data Olahan Penelitian, SPSS 16.0. (2017)

Hasil uji reliabilitas pada variabel X atau daya tarik wisata memiliki hasil koefisien Cronbach's Alpha untuk keseluruhan pernyataan instrumen penelitian ini adalah sebesar 0,824 sehingga dapat dikatakan reliabel karena memenuhi persyaratan minimal reliabilitas dengan angka > 0,70. Sehingga disimpulkan bahwa keseluruhan item penelitian ini adalah reliabel.

• **Uji Normalitas**

Tabel 29. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Daya Tarik Wisata	Keputusan Berkunjung
N		100	100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	39,18	30,92
	Std. Deviation	5,173	4,958
Most Extreme Differences	Absolute	,091	,116
	Positive	,091	,099
	Negative	-,053	-,116
Kolmogorov-Smirnov Z		,907	1,164
Asymp. Sig. (2-tailed)		,384	,133
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			

Sumber: Data Olahan Penelitian, SPSS 16.0. (2017)

Dari hasil pengujian tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi (Asymp. Sig-Tailed) sebesar 0,384 dan 0,133 karena signifikansi lebih dari 0,05 (0,384 > 0,05 dan 0,133 > 0,05) maka nilai residual tersebut telah normal.

- Uji Hipotesa
- Uji R

korelasi dengan 0,80 – 1,00 yang artinya tingkat keerataan Sangat Kuat, menurut Sugiyono (2010:184).

Berdasarkan tabel tersebut juga dapat diketahui besarnya pengaruh daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung dengan melihat nilai R Square (koefisien determinasi). Dari tabel tersebut tampak bahwa skor R Square adalah 0,361.

Tabel 30. Tabel Koefisien Korelasi, Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,601 ^a	,361	,355	3,983
a. Predictors: (Constant), Daya Tarik Wisata				

Sumber: Data Olahan Penelitian, SPSS 16.0. (2017)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa pengaruh antara daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung memiliki hubungan yang kuat berdasarkan teori korelasi menurut Tabel 3.4.2 pada bab 3 adalah koefisien

Hal ini berarti bahwa daya tarik wisata memberikan pengaruh terhadap keputusan berkunjung sebesar 36,1% sedangkan sisanya 63,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

- Uji t

Tabel 31. Hasil Perhitungan Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	8,356	3,058		2,732	,007
Daya Tarik Wisata	,576	,077	,601	7,441	,000
a. Dependent Variabel : Keputusan Berkunjung					

Sumber: Data Olahan Penelitian, SPSS 16.0. (2017)

Tabel 32. Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Koefisien	<i>p-value</i>	Keputusan
H ₁ = Daya tarik wisata mempunyaipengaruh terhadap keputusan berkunjung	,576	,000	H ₁ didukung

Sumber: Data Olahan Penelitian, SPSS 16.0. (2017)

Hipotesis menguji apakah daya tarik wisata memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung. Berikut ini adalah penyusunan H0 dan H1:

- H0 : Daya tarik wisata tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung di Anjungan.
- H1 : Daya tarik wisata berpengaruh terhadap keputusan berkunjung di Anjungan.

IMPLIKASI MANAJERIAL

Berdasarkan perhitungan hasil kuesioner dalam penelitian ini, maka daya tarik wisata ke Anjungan adalah baik dengan skor nilai sebesar 39,18 (masuk dalam kategori baik), dengan nilai terendah pada dimensi keindahan dengan total nilai mean sebesar 28,3, dan dimensi fungsi sosial sebagai dimensi yang tertinggi dengan nilai mean sebesar 41,5.

Berdasarkan perhitungan hasil kuesioner dalam penelitian ini, maka keputusan berkunjung ke Anjungan adalah baik dengan skor nilai sebesar 30,92 (masuk dalam kategori baik), dengan nilai terendah pada dimensi evaluasi alternatif dengan total nilai mean sebesar 37,90, dan dimensi penganalan masalah untuk nilai dimensi tertinggi dengan nilai mean sebesar 41,5.

Berdasarkan tabel di bawah tersebut juga dapat diketahui besarnya pengaruh daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung dengan melihat nilai *R Square* (koefisien determinasi). Dari tabel tersebut tampak bahwa skor *R Square* adalah 0,601. Hal ini berarti bahwa kualitas produk memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 60,1% sedangkan sisanya 39,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Keputusan Berkunjung ke Anjungan

Tabel 33. Tabel Koefisein Korelasi, Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,601 ^a	,361	,355	3,983
a. Predictors: (Constant), Daya Tarik Wisata				

Sumber: Data Olahan Penelitian, SPSS 16.0. (2017)

KESIMPULAN

Berdasarkan pada hasil analisis data dan pembahasan penelitian, maka penulis merangkum beberapa kesimpulan yang didapat dari penelitian ini, yakni sebagai berikut:

1. Hasil berdasarkan data olahan kuesioner rata-rata variabel X Daya Tarik Wisata nilai mean sebesar 39,18 berada dalam kategori baik. Adapun nilai terendah didapatkan dari pertanyaan.
2. Hasil berdasarkan data olahan nilai rata-rata atau mean dari variabel Y Keputusan Berkunjung sebesar 30,92 dari nilai maksimum yaitu 40, berada dalam kategori baik.
3. Pengaruh antara daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung memiliki hubungan yang kuat. Hal ini ditunjukkan dengan hasil nilai koefisien b sebesar 0,601 menunjukkan bahwa daya tarik wisata berpengaruh kuat terhadap keputusan berkunjung ke Anjungan.

Analisis korelasi dilanjutkan dengan menghitung koefisien determinasi untuk mengetahui kuatnya pengaruh yang diberikan oleh daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung, yaitu dengan cara mengkuadratkan koefisien b yang ditemukan. Dari hasil menunjukkan $R^2 = 0,361$ atau sebesar 36,1% dipengaruhi oleh daya tarik wisata dan sisanya 63,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Ucapan Terima Kasih

Dengan mengucapkan puji syukur kepada ALLAH SWT atas segala berkat dan rahmat-Nya kami dapat menyelesaikan penelitian ini. Kami menyadari bahwa dalam penelitian ini masih terdapat banyak kekurangan, untuk itu kami harapkan kritik dan saran yang membangun untuk dapat menyempurnakan penelitian ini. Kami mengucapkan terima kasih dan semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

REFERENCES

- Anggraeni, Widya. 2014. Pengaruh *Servicescape* Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Nusantara di Museum Perundingan Linggarjati. Bandung: Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata, Universitas Pendidikan Indonesia.
- Ardika, I. W. 2003. Pariwisata Budaya Berkelanjutan, Refleksi dan Harapan di Tengah Perkembangan Global. Bali: Program Studi Magister (S2): (Kajian Pariwisata Program Pascasarjana Universitas Udayana).
- Avenzora, Ricky. 2008. Penilaian Potensi Objek Wisata (Ekoturisme – Teori dan Praktek). Nias: BRR NAD.
- Darmawan, D. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Damanik, Janianton dan Teguh Frans. 2013. Manajemen Destinasi Pariwisata. Yogyakarta: Kepel Press.
- Damanik, Janianton dan Weber H. 2006. Perencanaan Ekowisata dari Teori ke Aplikasi. Yogyakarta: Puspas UGM.
- Duwi, Priyanto. 2011. Buku Saku SPSS, Edisi Pertama. Jakarta: Buku Seru. Engel, James F. 2003. Perilaku Konsumen. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Epi, Syahadat. 2005. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan. Yogyakarta: Andi.
- Fandeli, C. dan M. Nurdin. 2005. Pengembangan Ekowisata Berbasis Konservasi di Taman Nasional. Yogyakarta: Fakultas Kehutanan Universitas Gadjah Mada, Pusat Studi Pariwisata UGM dan Kantor Kementerian Lingkungan Hidup.
- Farachdiba, Diana. 2014. Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung di De'Ranch Lembang. Bandung: Program Studi Manajemen Resort & Leisure, Universitas Pendidikan Indonesia.
- Ferrel, O.C dan D. Harline. 2005. Marketing Strategy. South Western: Thomson Corporation.
- Hakim, L. 2004. Dasar-dasar Ekowisata. Malang: Bayumedia Publishing.
- I Gede, Pitana dan Putu G. Gayatri. 2005. Sosiologi Pariwisata. Yogyakarta: Andi.
- I Gede, Pitana dan Putu G. Gayatri. 2009. Pengantar Ilmu Pariwisata. Yogyakarta: Andi.

- Irawan, Koko. 2010. Potensi Obyek Wisata Sebagai Daya Tarik Wisata. Yogyakarta: Kertas Karya.
- Ismayanti. 2010. Pengantar Pariwisata. Jakarta: PT. Grasindo.
- Kastolani W., Rahmaftria F., dan Pratiwi, D.H. 2016. Pengaruh Interpretasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Berkunjung di Museum Nasional Gedung Perundingan Linggarjati Kabupaten Kuningan. *Jurnal Manajemen Resort dan Leisure*, 13(1), 13-23.
- Kotler, Philip dan G. Armstrong. 2009. Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid Satu. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kotler Keller. 2012. Manajemen Pemasaran, Jilid Dua. Jakarta: Erlangga.
- Kusmayadi. 2004. Statistika Pariwisata Deskriptif. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kusumaningrum, Dian. 2009. Persepsi Wisatawan Nusantara terhadap Daya Tarik Wisata. Yogyakarta: Kajian.
- Lundberg, Donald F. (Ed). 1997. Ekonomi Pariwisata. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Marpaung, H. 2002. Pengetahuan Kepariwisata, Edisi Revisi. Bandung: Alfabeta.
- M. Mursid. 2010. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Bumi Aksara.
- Muljadi. 2009. Kepariwisata dan Perjalanan. Jakarta: Raja Grafindo Perkasa. Nurwulan. 2011. Pengaruh Produk Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung. Jakarta: Pradya Paramita.
- Nyoman, S. Pendit. 2006. Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar, Edisi Terbaru. Jakarta: Pradya Paramita.
- Pitana, I.G dan Gayatri, P.G. 2005. Sosiologi Pariwisata. Yogyakarta: Andi. Puspita, Indah R. 2006. Industri Pariwisata. Bandung: Widyatama.
- Rackhman, Arif F. dan Husein, Patrick Silano. 2013. Pemandu Wisata: Teori & Praktek. Jakarta: Kendi Mas.
- Rambat, Lupiyoadi dan A. Hamdani. 2008. Manajemen Pemasaran Jasa. Depok: Salemba Empat.
- R. Basiya dan Rozak, Hasan Abdul. 2012. Kualitas Daya Tarik Wisata, Kepuasan, dan Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Mancanegara. *Jurnal Dinamika Kepariwisata*, Vol. XI No.2.
- Romani, S. 2006. Penilaian Potensi Obyek dan Daya Tarik Wisata Alam Serta Alternatif Perencanaannya di Taman Nasional Bukit Duabelas Provinsi Jambi. Bogor: Skripsi IPB.
- Schiffman, Leon dan Kanuk. 2007. Perilaku Konsumen, Edisi Kedua. Jakarta: Indeks Gramedia.
- Sugiyono. 2008. Statistika untuk penelitian . Bandung: Alfabeta. Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Bisnis. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sunaryo, Bambang, 2013, Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep dan Aplikasinya. Yogyakarta: Gava Media.
- Suwantoro, Gamal. 2004. Dasar-Dasar Pariwisata. Yogyakarta: Andi.
- Suwena, I Ketut dan Widyatmaja. 2010. Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata. Bali: Udayana University Press.
- Swarbrooke, J. dan S. Horner. 2007. Customer Behaviour in Tourism. Edisi Kedua. Elsevier, Ltd.
- Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata.
- Warpani, Suwardjoko P. dan Indra P. Warpani. 2007. Pariwisata Dalam Tata Ruang Wilayah. Bandung: ITB.
- Yoeti, Oka A. 2008. Pengantar Ilmu Pariwisata. Bandung: Angkasa. Yoeti, Oka A. 2008. Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata. Jakarta: Pradaya Paramita.
- Yoeti, Oka A. 2005. Perencanaan Strategis Pemasaran Daerah Tujuan Wisata. Jakarta: Pradaya Paramita.