

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMILIHAN TEMPAT WISATA TAMAN SARIRASA
WATERPARK SAMPANG CILACAP**



SKRIPSI

Oleh:

**MUNYATUL AULIYA
NIM 14612011007**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NAHDLATUL ULAMA ALGHAZALI
CILACAP
2020**

SKRIPSI
ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMILIHAN TEMPAT WISATA
TAMAN SARIRASA *WATERPARK* SAMPANG CILACAP

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana ekonomi pada
Fakultas Ekonomi Universitas Nahdlatul Ulama Al-Ghazali

Oleh:

MUNYATUL AULIYA
NIM 14612011007

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NAHDLATUL ULAMA ALGHAZALI
CILACAP
2020

PENGESAHAN

Skripsi Saudara

Nama : **MUNYATUL AULIYA**
NIM : 14612011007
Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi / Manajemen
Judul : Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku
Konsumen terhadap Keputusan Pemilihan Tempat
Wisata Taman Sari Rasa *Waterpark* Sampang Cilacap

Telah disidangkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi Universitas Nahdlatul
Ulama Al Ghazali (UNUGHA) Cilacap pada hari / tanggal :

Selasa, 14 Januari 2020

Dan dapat diterima sebagai pemenuhan tugas akhir mahasiswa Program Strata 1
(S.1) Fakultas Ekonomi pada Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali
(UNUGHA) Cilacap.

Cilacap, 14 Januari 2020

Dewan Sidang

Ketua



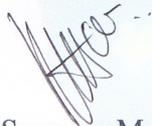
Suwono, M.Si
NIK. 41 230714 081

Sekretaris



Dina Prasetyaningrum, M.M
NIK. 41 230714 144

Penguji 1



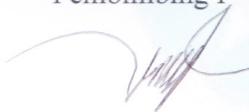
Suwono, M.Si
NIK. 41 230714 081

Penguji 2



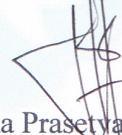
Rahmat Alhakim, M.E
NIK. 41 230714 153

Pembimbing I



Priyo Anggoro, M.M
NIK. 41 230714 083

Pembimbing II



Dina Prasetyaningrum, M.M
NIK. 41 230714 144

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi



Drs. H. Suyono
NIK. 41 230714 008

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mulyatul Auliya

NIM : 14612011007

Jurusan : Manajemen

Fakultas : Ekonomi Universitas Nahdlatul Ulama Al-Ghazali

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya saya, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik yang saya peroleh terkait dengan skripsi ini.

Cilacap, 13 Januari 2020
Yang membuat pernyataan



Mulyatul Auliya
NIM. 14612011007

MOTTO

Dua senyum enam makna

Menenangkan

Menguatkan

Menyenangkan

Membahagiakan

Meneduhkan

Meyakinkan

Tugasku mendidik diri untuk selalu merawat

Dan menjaga dua senyum itu (Umi, Bapak)

(Penulis)

*Kamu tidak bisa mengatakan sesuatu itu sulit tanpa pernah kamu mencoba
menjalannya terlebih dahulu*

If You Never Try You'll Never Know

Sampai suatu saat di akhir cerita dengan bangga kamu mengatakan

I Got Through It Well

(Penulis)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan untuk orang-orang yang penulis cintai dan sayangi, tanpa mereka penulis tidak akan berjalan sejauh ini:

1. Kedua orang tuaku, Bapak Sam'an dan Ibu Siti Maryam, terlahir menjadi putri kalian adalah anugerah terindah dalam hidupku. Terimakasih atas puisi tak bertinta yang engkau kirimkan kepada-NYA di setiap waktumu, yang kian melebur dalam diriku berubah menjadi kekuatan.
2. Ketiga saudaraku, Mamas Mudrik yang entah kapan akan dipertemukan dengan jodohnya, *My Twin* Mu'nisatul Waro yang masih harus bersabar menghadapi dosen pembimbing, adekku Fahmi Ashfa yang sedang menimba ilmu di belahan timur pulau Jawa. Tetap saling mengasihi, saling menyayangi, selalu bergandengan tangan, saling menguatkan selamanya.
3. Seseorang yang entah dari mana asalnya, entah seperti apa rupanya, namun selalu kuselipkan sebaht pinta dalam doaku.
4. Sahabat rasa saudara Mugi Rahayu, Nida Ati Laila, Supi Indriani, dan Umi Nur Khasanah, yang selalu mendukungku dalam segala hal.
5. Keluarga besar MA Nurul Islam Sampang, yang selalu memberikan dukungan dalam bentuk waktu, materil maupun *support* yang luar biasa.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah *alamin*, Puja dan puji syukur kehadirat Ilahi Rabbi atas segala curahan rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan Skripsi ini yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pemilihan Tempat Wisata Taman Sarirasa *Waterpark* Sampang”. Tak lupa pula sholawat dan salam semoga tetap tercurah pada junjungan kita nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabat semoga hingga sampai pada kita semua.

Laporan ini di susun untuk melengkapi salah satu syarat yang harus dipenuhi bagi mahasiswa yang telah menyelesaikan skripsi di Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap untuk program S1 Ekonomi Manajemen.

Adapun laporan ini merupakan wujud nyata kerjasama yang baik dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan segenap jiwa dan ketulusan hati penulis menyampaikan terima kasih sebagai penghargaan atau peran sertanya dalam penyusunan skripsi ini kepada yang terhormat:

1. Drs. KH. Nasrulloh, M.H, Rektor Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali (UNUGHA) Cilacap, beserta seluruh jajaran Civitas Akademik UNUGHA Cilacap.
2. Drs. H. Suyono selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Nahdlatul Ulama AlGhazali (UNUGHA) yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.

3. Priyo Anggoro, S.Sos.I., M.M, selaku dosen pembimbing I dan Dina Prasetyaningrum, S.Pd., M.M., selaku dosen pembimbing II yang senantiasa memberikan dukungan, motivasi, saran, nasehat, arahan dan juga selalu sabar dalam membimbing penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Nahdlatul Ulama Al-Ghazali (UNUGHA), yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
5. Bapak H. Parmono, Manager Wisata Taman Sarirasa *Waterpark* Sampang yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian skripsi ini.
6. Seluruh Staff dan Karyawan Wisata Taman Sarirasa *Waterpark* Sampang.
7. Pengunjung Wisata Taman Sarirasa *Waterpark* Sampang yang telah bersedia waktu liburannya terganggu karena proses penelitian ini.
8. Sahabat-Sahabati PMII (Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia) Kabupaten Cilacap, terimakasih atas segalanya.
9. Almamater tercinta Universitas Nahdlatul Ulama Al-Ghazali, serta semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang telah membantu penulis khususnya dalam penyelesaian skripsi ini, mudah-mudahan tidak mengurangi penghormatan dan penghargaan dari penulis.

Akhirnya penulis hanya dapat berdoa semoga amal dan kebaikan semua pihak yang penulis sebutkan diatas diterima oleh Allah SWT dengan iringan doa **Jazakumullahu Khairati Wa Sa'adatiddunya Wal Akhirah.** Aamiin.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, tetapi penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca umumnya.

Cilacap, 17 Januari 2020
Penulis



Munyatul Auliya
NIM: 14612011007

RINGKASAN

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor pengaruh terhadap keputusan pemilihan tempat wisata Taman Sarirasa *Waterpark* Sampang. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 75 responden dengan menggunakan metode insidental sampling. Penelitian ini menggunakan metode analisis uji regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan pada variabel (pendapatan individu, biaya perjalanan, lama perjalanan, fasilitas, dan harga tiket masuk objek wisata) terhadap keputusan pemilihan, terlihat nilai signifikan dibawah 0,05 dan nilai F hitung (24.729) > F tabel (2.35). Hasil penelitian ini juga menunjukkan nilai t hitung pada variabel pendapatan individu sebesar (3.661), lama perjalanan sebesar (2.106), fasilitas sebesar (2.683), dan harga tiket masuk objek wisata sebesar (2.790) lebih besar dari t table (1.666) maka dinyatakan terdapat pengaruh yang positif terhadap keputusan pemilihan. Sedangkan terdapat satu variable yang nilai t hitungnya memiliki pengaruh negatif terhadap keputusan pemilihan yaitu variable biaya perjalanan dengan besaran nilai t hitung -0.711. Pada uji determinasi terdapat pengaruh sebesar 61,6% dari variabel independen (pendapatan individu, biaya perjalanan, lama perjalanan, fasilitas, dan harga tiket masuk objek wisata) terhadap variabel dependen (keputusan pemilihan). Sedangkan sebanyak 38,4% dipengaruhi oleh variabel lain dan tidak termasuk kedalam analisis regresi ini, seperti kualitas fasilitas, pelayanan, dan lain-lain.

SUMMARY

The purpose of this study was to analyze the influence factors on the decision of choosing Taman Sarirasa Waterpark Sampang tourist attractions. The number of samples in this study were 75 respondents using the incidental sampling method. This study uses multiple linear regression analysis analysis methods. The results of this study indicate that there is a simultaneous influence on variables (individual income, travel costs, length of trip, facilities, and the price of admission to attractions) to the selection decision, seen significant values below 0.05 and calculated F value (24.729) > F table (2.35). The results of this study also show the value of t arithmetic on individual income variables of (3.661), travel time of (2.106), facilities of (2.683), and the price of admission to attractions of (2.790) greater than t table (1.666) then stated there is a positive influence on the election decision. While there is one variable whose t value has a negative influence on the selection decision, namely the variable cost of travel with the t value of -0.711. In the test of determination there is an influence of 61,6% of the independent variable (individual income, travel costs, length of trip, facilities, and the price of admission to a tourist attraction) on the dependent variable (selection decision). While as much as 38,4% is influenced by other variables and is not included in this regression analysis, such as the quality of facilities, services, and others.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
RINGKASAN	ix
<i>SUMMARY</i>	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Ruang Lingkup Penelitian	8
E. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TELAAH PUTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	9
A. Telaah Pustaka	9
1. Pariwisata	9
2. Pemasaran Pariwisata.....	10
3. Wisatawan	11
4. Faktor-Faktor Pengaruh Pemilihan Tempat Wisata.....	14
5. Keputusan Pemilhan.....	21

B. Penelitian Terdahulu.....	23
C. Kerangka Berfikir	28
D. Pengembangan Hipotesis	28
BAB III METODE PENELITIAN	30
A. Desain Penelitian	30
1. Jenis Penelitian.....	30
2. Waktu dan Lokasi Penelitian.....	30
3. Teknik Pengumpulan Data	32
4. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling.....	33
5. Metode Analisis Data	35
B. Definisi Konseptual dan Operasional Variabel	47
1. Definisi Konseptual.....	47
2. Definisi Operasional Variabel	50
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	54
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	54
B. Deskripsi Data Penelitian	59
1. Analisis Deskripsi Karakteristik Responden.....	59
C. Hasil Uji statistik dan Pembahasan.....	61
1. Hasil Uji statistik.....	61
2. Pembahasan Hasil Penelitian	77
BAB V PENUTUP.....	84
A. Kesimpulan	84
B. Saran	85
C. Penutup	86
DAFTAR PUSTAKA	88

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Rencana Jadwal Pelaksanaan Penelitian	31
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	51
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	60
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Pendapatan Individu	61
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Biaya Perjalanan.....	62
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Lama Perjalanan	62
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Fasilitas	63
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Harga Tiket Masuk.....	64
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pemilihan	65
Tabel 4.9 Hasil Uji Realibilitas	66
Tabel 4.10 Kategori Nilai Realibilitas	67
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov smirnov	68
Tabel 4.12 Hasil Heteroskedastisitas	69
Tabel 4.13 Hasil Multikolinieritas	70
Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	71
Tabel 4.15 Hasil Uji t	73
Tabel 4.16 Hasil Uji F.....	75
Tabel 4.17 Hasil Koefisien Determinasi	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Elemen Pemasaran Pariwisata.....	11
Gambar 2.2 Kerangka Berfikir.....	28
Gambar 4.1 Struktur Perusahaan.....	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran.1 Kuesioner

Lampiran.2 Hasil Data Responden

Lampiran.3 Rekapitulasi Hasil Data Responden

Lampiran.4 Hasil Output SPSS

Lampiran.5 Dokumentasi Ijin Observasi kepada Manager

Lampiran.6 Dokumentasi Pembagian Kuesioner kepada Pengunjung

Lampiran.7 Biodata Penulis

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Menurut arti katanya, pariwisata berasal dari bahasa Sanskerta yang terdiri dari dua kata, yaitu kata “pari” berarti penuh, seluruh, atau semua dan “wisata” yang bermakna perjalanan. Menurut Yoeti syarat suatu perjalanan disebut sebagai perjalanan pariwisata apabila: (1) Perjalanan dilakukan dari suatu tempat ke tempat yang lain, di luar tempat kediaman orang tersebut biasa tinggal; (2) Tujuan perjalanan tersebut semata-mata untuk bersenang-senang dan tidak mencari nafkah di tempat atau negara yang dikunjunginya; (3) Semata-mata sebagai konsumen di tempat yang dikunjungi.¹

Menurut Wahab pariwisata mengandung tiga unsur, antara lain: manusia, yakni unsur insani sebagai pelaku kegiatan pariwisata: tempat, unsur fisik yang sebenarnya tercakup oleh kegiatan itu sendiri; dan waktu, yakni unsur tempo yang dihabiskan dalam perjalanan tersebut dan selama berdiam di tempat tujuan.²

Sementara menurut Spillane pariwisata adalah suatu jasa dan pelayanan. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1990, usaha pariwisata dibagi menjadi tiga kelompok utama, yaitu usaha jasa pariwisata, perusahaan objek dan daya tarik wisata dan usaha sarana pariwisata. Sedangkan yang dimaksud

¹ I Gusti Bagus Rai Utama, Pemasaran Pariwisata (Yogyakarta:Penerbit Andi, 2016), hlm.1

² *Ibid*, hlm.2

usaha adalah kegiatan menghasilkan barang atau jasa untuk dijual dalam suatu lokasi tertentu serta mempunyai catatan administrasi tersendiri dan ada salah satu orang yang bertanggung jawab.³

Pariwisata adalah kegiatan yang bertujuan menyelenggarakan jasa pariwisata, menyediakan atau mengusahakan objek dan daya tarik wisata, usaha sarana pariwisata dan usaha lain yang terkait di bidang tersebut.⁴

Industri pariwisata terus mengalami perkembangan seiring dengan perkembangan teknologi transportasi, dan informasi yang ditandai dengan terus bertambahnya jumlah destinasi wisatawan yang ada di Indonesia. Industri pariwisata saat ini sedang berada pada persaingan yang sangat ketat, sehingga pengelola destinasi harus mampu memiliki keunikan dan daya tarik khusus sehingga mampu menarik minat untuk berkunjung dan sekaligus akan mampu memenangkan persaingan. Industri pariwisata pada prinsipnya adalah industri jasa yang memadukan berbagai elemen yang ditawarkan oleh sebuah destinasi wisata.⁵

Kebanyakan orang bepergian atau berwisata untuk bersenang-senang seperti tujuan wisatawan pada umumnya. Tetapi tidak jarang orang memanfaatkan waktunya untuk bersenang-senang sekaligus menambah wawasan, pengetahuan, dan keterampilan tentang sesuatu hal. Dengan kata lain mereka datang ke suatu tempat tidak saja hanya untuk melihat-lihat tetapi memiliki

³ *Ibid*, hlm.2

⁴ *Ibid*, hlm.2

⁵ I Gusti Bagus Rai Utama, Pemasaran Pariwisata (Yogyakarta:Penerbit Andi, 2016), hlm.21

tujuan yang lebih dari itu, yaitu sesuatu yang berharga yang tidak mungkin didapatinya di tempat asalnya.⁶

Wisata Taman Sarirasa *Waterpark* Sampang, merupakan wisata alam buatan yang menawarkan destinasi kolam renang. Pengunjung yang berkunjung ke wisata ini umumnya ada dua tipe pertama pengunjung yang berkunjung untuk bersenang senang, kedua pengunjung yang berkunjung untuk kepentingan melatih keterampilannya, yaitu renang. Berlokasi di Jalan Raya Sampang-Buntu Km 5. Jalan ini merupakan jalan utama provinsi Jawa Tengah. Jalur perlintasan untuk bepergian baik dari Jawa Timur ke Jawa Barat dan sekitarnya termasuk Jakarta ataupun sebaliknya.

Berada di jalur perlintasan provinsi seharusnya menjadi nilai tinggi untuk aspek aksesibilitas wisata Taman Sarirasa *Waterpark* Sampang. Semakin mudah akses menuju tempat wisata akan semakin tinggi tingkat kunjungan wisata. Akan tetapi dari data wawancara yang saya dapatkan Wisata Taman Sarirasa Sampang mengalami penurunan. Pengunjung yang datang ke Taman Sarirasa saat ini menurun jika dibandingkan dengan tiga tahun awal pembukaan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Evi Novitasari H. tentang “Analisis Permintaan Objek Wisata Goa Kreo Kota Semarang” faktor-faktor yang dianggap mempengaruhi permintaan objek wisata Goa Kreo antara lain

⁶ Murniti Sarim, Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Wisatawan Untuk Berkunjung Ke Resort Pulau Tinabo Taman Nasional Takabonerate Kab. Kepulauan Selayar (Makassar, UIN Alauddin Makassar, 2015), hlm.1

biaya perjalanan ke Goa Kreo, Pendidikan, Pendapatan Per Bulan, jarak, dan pengalaman berkunjung. Hasil dari penelitian tersebut, dari lima variabel bebas yang diamati hanya ada dua variabel yang berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat yaitu biaya perjalanan dan pengalaman berkunjung.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Melisa Anindita tentang “Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi Tingkat Kunjungan ke Kolam Renang Boja” faktor-faktor yang dianggap mempengaruhi tingkat kunjungan pada Kolam Renang Boja antara lain pendapatan individu, biaya perjalanan, lama perjalanan, fasilitas, dan harga tiket masuk objek wisata lain. Hasil dari penelitian tersebut, dari lima variabel hanya satu variabel yang berpengaruh secara signifikan yaitu pendapatan individu.

Pendapatan individu akan mempengaruhi wisatawan berkunjung ke objek wisata, karena semakin tinggi pendapatan, maka permintaan terhadap objek wisata akan semakin tinggi pula. Apabila pendapatan rendah, maka permintaan terhadap objek wisata akan berkurang. Namun ada faktor penting lain yang membentuk permintaan pariwisata ketika pengunjung memiliki kriteria pendapatan rendah, yaitu biaya perjalanan. Taman Sarirasa *Waterpark* Sampang merupakan tempat wisata yang sangat strategis, lokasinya berada di jalur utama provinsi Jawa Tengah, jalur ini dilalui oleh bus jurusan Kebumen-Cilacap, Purwokerto-Cilacap, sehingga memudahkan pengunjung dari arah Kebumen dan Purwokerto untuk melakukan kunjungan apabila pengunjungannya naik bus, karena ketika turun dari bus langsung berada di lokasi wisata tidak perlu naik ojek

atau angkutan lain terlebih dahulu. Dan pada dasarnya jika lokasi wisata ini ditempuh melalui ojek atau angkutan lain terlebih dahulu akan menambah biaya perjalanan. Oleh karena itulah kenapa Taman Sarirasa *Waterpark* Sampang bagus untuk dijadikan alternatif bagi orang yang akan berlibur karena perjalanan yang dikeluarkan tidak terlalu banyak.

Selain pendapatan dan biaya perjalanan, ada beberapa faktor lain yang sama pentingnya yaitu lama perjalanan, fasilitas, dan harga tiket masuk objek wisata. Aksestabilitas menuju lokasi wisata memiliki kondisi jalan yang baik tidak berliku liku dan tidak berbelok belok, karena lokasi wisata berada didataran bukan di pegunungan sehingga bisa ditempuh dengan waktu yang cepat. Fasilitas di Taman Sarirasa *Waterpark* Sampang terkenal dengan kelengkapan wahana bermain di air nya. Uraian yang telah dijelaskan sebelumnya menunjukkan bahwa keputusan seseorang untuk berkunjung ke tempat wisata dipengaruhi oleh beberapa faktor. Dalam penelitian ini diambil beberapa variabel dari penelitian terdahulu diantaranya pendapatan individu, biaya perjalanan, lama perjalanan, fasilitas, dan harga tiket masuk objek wisata untuk mengetahui pengaruhnya terhadap keputusan pemilihan tempat wisata Taman Sarirasa *Waterpark* Sampang.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka dilakukan penelitian dengan judul: “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pemilihan Tempat Wisata Taman Sarirasa *Waterpark* Sampang”.

B. Rumusan Masalah

Tinggi rendahnya persentase angka kunjungan dipengaruhi oleh perilaku konsumen. Sama halnya dengan wisata lain, Wisata Taman Sarirasa *Waterpark* Sampang tak luput juga dari permasalahan ini. Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dipaparkan diatas, bahwa dalam mengambil keputusan memilih tempat wisata, perilaku konsumen dipengaruhi beberapa faktor, maka dari itu, peneliti merumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh pendapatan individu wisatawan terhadap keputusan pemilihan tempat wisata Taman Sarirasa *Waterpark* Sampang?
2. Bagaimana pengaruh biaya perjalanan ke Taman Sarirasa *Waterpark* Sampang terhadap keputusan pemilihan tempat wisata Taman Sarirasa *Waterpark* Sampang?
3. Bagaimana pengaruh lama perjalanan menuju Taman Sarirasa *Waterpark* Sampang terhadap keputusan pemilihan tempat wisata Taman Sarirasa *Waterpark* Sampang?
4. Bagaimana pengaruh fasilitas yang terdapat di Taman Sarirasa *Waterpark* Sampang terhadap keputusan pemilihan tempat wisata Taman Sarirasa *Waterpark* Sampang?
5. Bagaimana pengaruh harga tiket masuk objek wisata terhadap keputusan pemilihan tempat wisata Taman Sarirasa *Waterpark* Sampang?

6. Bagaimana pengaruh pendapatan, biaya perjalanan, lama perjalanan, fasilitas, dan harga tiket masuk objek wisata terhadap keputusan pemilihan tempat wisata Taman Sarirasa *Waterpark* Sampang?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin diperoleh dari penelitian ini, antara lain:

1. Menganalisis bagaimana pengaruh pendapatan individu terhadap keputusan pemilihan tempat wisata Taman Sarirasa *Waterpark* Sampang.
2. Menganalisis bagaimana pengaruh biaya perjalanan ke Taman Sarirasa *Waterpark* Sampang terhadap keputusan pemilihan tempat wisata Taman Sarirasa *Waterpark* Sampang.
3. Menganalisis bagaimana pengaruh lama perjalanan menuju Taman Sarirasa *Waterpark* Sampang terhadap keputusan pemilihan tempat wisata Taman Sarirasa *Waterpark* Sampang.
4. Menganalisis bagaimana pengaruh fasilitas yang terdapat di Taman Sarirasa *Waterpark* Sampang terhadap keputusan pemilihan tempat wisata Taman Sarirasa *Waterpark* Sampang.
5. Menganalisis bagaimana pengaruh harga tiket objek wisata terhadap keputusan pemilihan tempat wisata Taman Sarirasa *Waterpark* Sampang.
6. Menganalisis bagaimana pengaruh pendapatan individu, biaya perjalanan, lama perjalanan, fasilitas dan harga tiket masuk objek wisata terhadap keputusan pemilihan tempat wisata Taman Sarirasa *Waterpark* Sampang.

D. Ruang Lingkup Penelitian

Adapun ruang lingkup analisis faktor-faktor penelitian ini dibatasi pada 5 variabel bebas yaitu pendapatan individu, biaya perjalanan, lama perjalanan, fasilitas, dan harga tiket objek wisata yang mempengaruhi keputusan pemilihan tempat wisata Taman Sarirasa *Waterpark* Sampang.

E. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi pengelola Taman Sarirasa *Waterpark* Sampang untuk dapat mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan pemilihan tempat wisata Taman Sarirasa *Waterpark* Sampang.
2. Sebagai bahan referensi bagi peneliti lainnya dalam melakukan penelitian serupa di masa yang akan datang.

BAB II

TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

A. Telaah Pustaka

1. Pariwisata

Pariwisata adalah salah satu mesin penggerak perekonomian dunia yang terbukti mampu memberikan kontribusi terhadap kemakmuran sebuah Negara. Pembangunan pariwisata mampu menggairahkan aktivitas bisnis untuk menghasilkan manfaat sosial, budaya, dan ekonomi yang signifikan bagi suatu negara. Ketika pariwisata direncanakan dengan baik, mestinya akan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat pada sebuah destinasi. Keberhasilan pariwisata terlihat dari penerimaan pemerintah dari sektor pariwisata dapat mendorong sektor lainnya untuk berkembang.

Keberhasilan yang paling mudah untuk diamati adalah bertambahnya jumlah kedatangan wisatawan dari periode ke periode. Pertambahan jumlah wisatawan dapat terwujud jika wisatawan yang telah berkunjung puas terhadap destinasi dengan berbagai atribut yang ditawarkan oleh pengelolaanya. Wisatawan yang puas akan cenderung menjadi loyal untuk mengulang liburannya di masa mendatang, dan memungkinkan mereka merekomendasikan kepada teman-teman dan kerabatnya untuk berlibur ke

tempat yang sama. Fenomena yang terjadi pada tren pariwisata, khususnya di dunia saat ini adalah pesatnya pertumbuhan wisata kota.⁷

Arti penting pariwisata dalam perekonomian (1) memberikan kesempatan kerja/memperkecil pengangguran, (2) peningkatan penerimaan pajak dan retribusi daerah, (3) meningkatkan pendapatan nasional (*National Income*), (4) memperkuat posisi neraca pembayaran (*Net Balance Payment*), (5) memberikan efek multiplier dalam perekonomian DTW (daerah tujuan wisata).⁸

2. Pemasaran Pariwisata

a. Pemasaran

Pemasaran bukanlah alat untuk mencapai tujuan, namun sebuah proses yang berkelanjutan yang berorientasi pada hubungan aktivitas yang saling terkait dan terintegrasi. Untuk memulai proses pemasaran, seorang pemasar haruslah mengetahui keinginan konsumen yang pada umumnya dapat diketahui melalui penelitian pemasaran agar pemasaran mampu mengembangkan produk yang sesuai dengan harapan konsumen. Pengetahuan tentang harapan konsumen akan dapat membantu seorang pemasar menyampaikan informasi kepada pelanggan dengan tepat tentang

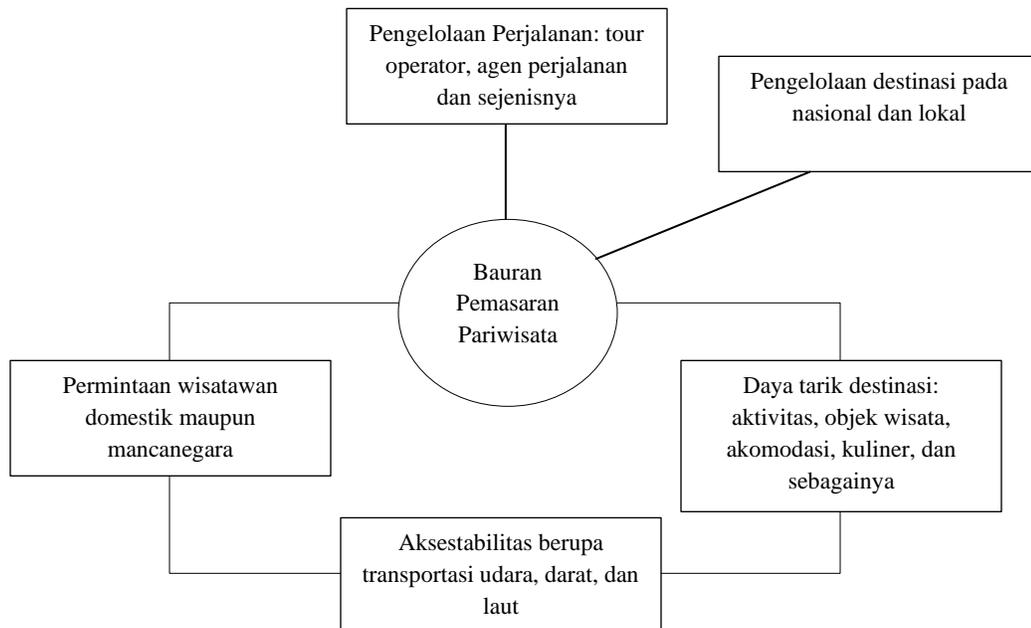
⁷ I Gusti Bagus Rai Utama, Pemasaran Pariwisata (Yogyakarta:Penerbit Andi, 2016), hlm.6

⁸*Ibid*, hlm.9

kelebihan produknya melalui aktivitas promosi sehingga diharapkan mampu memuaskan pelanggannya.⁹

b. Elemen Pemasaran Pariwisata

Middleton (1994) berpendapat bahwa dalam pemasaran pariwisata terdapat lima elemen yang mesti dilibatkan secara bersama-sama. Lima elemen tersebut digambarkan sebagai berikut ini:¹⁰



Gambar 2.1 Elemen Pemasaran Parwisata

3. Wisatawan

Konsep *heuristic* adalah konsep yang dipergunakan dalam membantu proses belajar. Konsep *heuristic* mengenai wisatawan sangat bermanfaat

⁹*Ibid*, hlm.22

¹⁰*Ibid*, hlm.23

ketika kita mempelajari perilaku wisatawan dalam setiap konteks formal (perusahaan, akademik, statistik, dan sebagainya). Contohnya, seorang manajer sebuah perusahaan perjalanan wisata mendefinisikan wisatawan sebagai seseorang yang membuat atau mempertimbangkan perjalanan wisata yang menjadi pengguna aktual atau potensial paket perjalanan yang ditawarkan, baik secara grup maupun perseorangan. Dalam sebuah pendataan di suatu wilayah mungkin wisatawan didefinisikan sebagai setiap orang yang mengunjungi wilayah tersebut tetapi tidak bertempat tinggal atau menetap di daerah tersebut. Seseorang yang sedang menyiapkan *paper* atau esai mengenai dampak budaya pariwisata terhadap komunitas lokal mungkin mendefinisikan wisatawan sebagai pengunjung dari negara asing dalam suatu komunitas tuang rumah dengan tujuan utama perjalanannya berhubungan dengan menghabiskan waktu luang.

Konsep *heuristic* mengenai wisatawan dalam konteks perilaku yang secara luas diterima mengandung empat atribut yang esensial. Pertama, wisatawan adalah seseorang yang melakukan perjalanan jauh dari tempat tinggalnya untuk mengunjungi tempat lain dari negaranya, atau beberapa negara lain. Kedua, setiap perjalanan wisata memiliki durasi atau jangka waktu minimum tetapi bersifat sementara, tidak untuk tujuan menetap di tempat baru yang dituju. Ketiga, perilaku wisata muncul dalam waktu luang (*leisure time*). Wisatawan merupakan seseorang yang di saat senggang berada jauh dari tempat tinggal tetapnya. Pengalaman saat *leisure time* ini

bisa berupa beragam rekreasi (jalan-jalan, sosialisasi, dan sebagainya) dan/atau bisa juga beragam aktivitas kreatif lainnya. Keempat, perbedaan mendasar dan esensial dari perilaku wisatawan, yang dikenal sebagai *touristic leisure*, melibatkan hubungan emosional antara wisatawan dengan beberapa karakteristik tempat yang dikunjungi. Karakteristik yang dimaksud dapat berupa pemandangan alam yang menakjubkan dan terkenal, objek atau *event*, karakteristik kualitas alam dan lingkungan setempat seperti iklim, asosiasi romantik, keanehan dan keganjalan, atau sesuatu yang berkaitan dengan status jika tempat tersebut dikunjungi. Substansinya adalah bahwa tempat yang dikunjungi harus mempunyai beberapa karakteristik yang dibutuhkan oleh wisatawan.

Wisatawan mengunjungi sebuah destinasi berdasarkan beberapa pertimbangan, yaitu biaya, aksesibilitas, fasilitas yang sesuai dan memadai, keamanan, dan sebagainya. Tetapi faktor yang esensial adalah persepsi wisatawan tentang hubungan antara karakteristik destinasi dan kebutuhannya akan pemenuhan hasrat *leisure*-nya, preferensi, dan rasa.¹¹

¹¹ I Gde Pitana, I Ketut Surya Diarta, Pengantar Ilmu Pariwisata (Yogyakarta:Penerbit Andi, 2009), hlm.36

4. Faktor-Faktor Pengaruh Pemilihan Tempat Wisata

a. Pendapatan Individu

Menurut teori dari Sukirno, pendapatan adalah sejumlah penghasilan yang diperoleh masyarakat atas prestasi kerjanya dalam periode tertentu baik harian, mingguan, bulanan maupun tahunan.¹² Dan pendapatan setiap individu berbeda-beda, menurut Badan Pusat Statistik Kabupaten Cilacap, dilihat dari data rata-rata pengeluaran perkapita di dalam rumah tangga tahun 2018 yang besarnya mencapai \pm Rp.800.000, jika satu rumah tangga ada 4 anggota, maka standar seharusnya pendapatan seseorang per bulan adalah Rp.3.200.000¹³, dari data ini maka dapat dibuat tingkatan pendapatan seseorang, yang digolongkan menjadi 4 golongan yaitu:

- 1) Golongan yang berpenghasilan rendah, yaitu $<$ Rp.1.900.000 per bulan.
- 2) Golongan yang berpenghasilan sedang, yaitu pendapatan rata-rata antara Rp.1.900.000 - Rp.3.200.000 per bulan.
- 3) Golongan yang berpenghasilan tinggi, yaitu pendapatan rata-rata antara Rp.3.200.000 - Rp.4.500.000.
- 4) Golongan yang berpenghasilan sangat tinggi, yaitu pendapatan rata-rata per bulan $>$ dari Rp.4.500.000.

¹² Sadono Sukirno, Mikro Ekonomi Teori Pengantar, (Jakarta:Rajagrafindo Persada, 2006), hlm.7

¹³ Badan Pusat Statistik, Indikator Kesejahteraan Rakyat Kabupaten Cilacap Tahun 2018, (Cilacap:CV. Wahana Jaya, 2019), hlm.25

Perbedaan tingkat pendapatan inilah yang biasanya berpengaruh pada tingkat konsumsi setiap individu. Hubungan antara pendapatan dengan konsumsi adalah hubungan yang searah (proporsional) maksudnya pada pendapatan yang lebih tinggi dapat menyebabkan pengeluaran konsumsi yang lebih besar dan demikian juga sebaliknya yaitu bila tingkat pendapatan rendah maka pengeluaran konsumsi juga rendah.¹⁴

Adapun tujuan konsumsi, diantaranya sebagai berikut :

- 1) Memenuhi kebutuhan jasmani atau fisik. Contoh : makan minum dll.
- 2) Memenuhi kebutuhan rohani. Contoh : rekreasi dll.
- 3) Mendapat penghargaan dari orang lain.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa permintaan pariwisata salah satunya dipengaruhi oleh pendapatan. Semakin tinggi tingkat pendapatan individu maka besar kemungkinan akan menyebabkan meningkatnya permintaan pariwisata dalam rangka memenuhi kebutuhan rohani tersebut diatas.

Indikator yang berkaitan dengan pendapatan individu terdiri dari :

- 1) Penerimaan Penghasilan
- 2) Pengalokasian Pendapatan

¹⁴ Sadono Sukirno, Makroekonomi : Teori Pengantar : Edisi Ketiga (Jakarta:Rajawali Pers, 2013), hlm.86

b. Biaya Perjalanan

Menurut Garrod dan Willis, konsep dasar metode biaya perjalanan (*travel cost*) adalah waktu dan pengeluaran biaya perjalanan yang harus dibayarkan oleh para pengunjung untuk mengunjungi tempat wisata tersebut yang merupakan harga untuk akses ke tempat wisata. Itulah yang disebut dengan *willingness to pay* (WTP) yang diukur berdasarkan perbedaan biaya perjalanan.¹⁵

Terdapat beberapa pendekatan yang digunakan untuk memecahkan permasalahan, melalui metode *travel cost* menurut Garrod dan Willis (1999), yaitu :¹⁶

- 1) Pendekatan sederhana melalui zonasi
- 2) Pendekatan Individual

Akan tetapi dalam penelitian ini, hanya menggunakan satu metode yaitu metode biaya perjalanan dengan pendekatan individual, metode biaya perjalanan dengan menggunakan data primer yang diperoleh melalui survey. Penelitian dengan menggunakan metode biaya perjalanan individu biasanya dilaksanakan melalui survey kuesioner pengunjung mengenai biaya perjalanan yang harus dikeluarkan ke lokasi wisata, kunjungan ke

¹⁵Melisa Anindita, Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kunjungan ke Kolam Renang Boja (Semarang, Universitas Diponegoro Semarang, 2015), hlm.53

¹⁶*Ibid*, hlm.53

lokasi wisata yang lain, dan faktor-faktor sosial ekonomi.¹⁷

Pada mulanya pendekatan biaya perjalanan ini digunakan untuk menilai manfaat yang diterima masyarakat dari penggunaan barang dan jasa lingkungan. Pendekatan ini juga mencerminkan kesediaan masyarakat untuk membayar barang dan jasa yang diberikan lingkungan dibanding dengan jasa lingkungan dimana mereka berada pada saat tersebut. Banyak contoh sumber daya lingkungan yang dinilai dengan pendekatan ini berkaitan dengan jasa-jasa lingkungan untuk rekreasi di luar rumah yang seringkali tidak diberikan nilai yang pasti.

Untuk tempat wisata, pada umumnya hanya dipungut harga karcis yang tidak cukup untuk mencerminkan nilai jasa lingkungan dan juga tidak mencerminkan kesediaan membayar oleh para wisatawan yang memanfaatkan sumber daya alam tersebut. Untuk lebih sempurnanya perlu diperhitungkan pula nilai kepuasan yang diperoleh para wisatawan yang bersangkutan.¹⁸

Dalam memperkirakan nilai tempat wisata tersebut tentu menyangkut waktu dan biaya yang dikorbankan oleh para wisatawan dalam menuju dan meninggalkan tempat wisata tersebut. Semakin jauh jarak wisatawan ke tempat wisata tersebut, akan semakin rendah permintaannya terhadap tempat wisata tersebut. Permintaan yang dimaksud tersebut adalah

¹⁷ M. Suparmoko, *Ekonomi Sumber Daya Alam dan Lingkungan* (Yogyakarta:BPFE, 1997)

¹⁸ M. Suparmoko, *Pengantar Ekonomi Makro* (Jakarta:BPFE, 2000)

permintaan efektifnya yang dibarengi dengan kemampuan untuk membeli. Para wisatawan yang lebih dekat dengan lokasi wisata tentu akan lebih sering berkunjung ke tempat wisata tersebut dengan adanya biaya yang lebih murah yang tercermin pada biaya perjalanan yang dikeluarkannya. Dalam hal ini dapat dikatakan bahwa wisatawan mendapatkan surplus konsumen. Surplus konsumen merupakan kelebihan kesediaan membayar atas harga yang telah ditentukan. Oleh karena itu surplus konsumen yang dimiliki oleh wisatawan yang jauh tempat tinggalnya dari tempat wisata akan lebih rendah dari pada mereka yang lebih dekat tempat tinggalnya dari tempat wisata tersebut.¹⁹

Indikator yang berkaitan dengan biaya perjalanan terdiri dari:

- 1) *Travel Cost*
- 2) Transportasi yang dipakai

c. Lama Perjalanan

Menurut Wahab (1992) salah satu unsur pariwisata adalah waktu, yakni unsur tempo yang dihabiskan dalam perjalanan berwisata dan selama berdiam di tempat wisata.²⁰ Seseorang cenderung lebih memilih tujuan wisata yang perjalanannya menghabiskan waktu yang relatif cepat. Oleh karena itu, apabila semakin dekat jarak obyek wisata terhadap tempat tinggal, maka orang akan tertarik mengunjungi obyek wisata itu dan

¹⁹ *Ibid*

²⁰ I Gusti Bagus Rai Utama, Pemasaran Pariwisata (Yogyakarta:Penerbit Andi, 2016), hlm.132

sebaliknya. Namun tidak cukup hanya jarak yang dekat, akan tetapi harus didukung juga dengan aksesstabilitas yang memiliki kondisi jalan yang baik.

Indikator yang berkaitan dengan lama perjalanan terdiri dari :

- 1) *Time Travelling*
- 2) Akses

d. Fasilitas

Fasilitas wisata merupakan sarana penunjang yang dapat menciptakan rasa menyenangkan yang disertai dengan kemudahan dan pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam menikmati produk wisata yang ditawarkan. Fasilitas wisata dapat diartikan suatu sarana dan prasarana yang harus disediakan oleh pengelola untuk kebutuhan wisatawan. Kebutuhan wisatawan tidak hanya menikmati keindahan alam atau keunikan obyek wisata melainkan memerlukan sarana dan prasarana wisata seperti akomodasi (sarana kebersihan, kesehatan, keamanan, komunikasi, tempat hiburan, hotel/penginapan, restoran, dan toko cinderamata), transportasi (jalan alternatif, aspal, hotmik dan jalan setapak), kendaraan (angkutan umum, becak, ojeg dan sepeda) dan lain-lain seperti mushola, tempat parkir, dan MCK. Karena itu, tidak jarang wisatawan berkunjung ke suatu tempat wisata karena tertarik oleh kemudahan-kemudahan yang bisa diperoleh melalui fasilitas.

Indikator yang berkaitan dengan fasilitas terdiri dari :²¹

- 1) Kelengkapan, kebersihan, kerapian dan keamanan fasilitas yang ditawarkan adalah keadaan fasilitas perusahaan yang dilengkapi oleh atribut yang menyertainya dan didukung dengan kebersihan, kerapian, dan keamanan saat konsumen menggunakan fasilitas.
- 2) Kondisi dan fungsi fasilitas yang akan ditawarkan adalah fasilitas yang berfungsi dengan baik dan tidak mengalami kerusakan.
- 3) Kemudahan menggunakan fasilitas yang ditawarkan adalah fasilitas yang ditawarkan kepada konsumen adalah fasilitas yang sudah familier bagi konsumen dapat menggunakannya dengan mudah dan mudah ditemukan.

e. Harga Tiket Masuk Objek Wisata

Harga adalah suatu nilai yang dinyatakan dalam bentuk rupiah guna pertukaran atau transaksi atau sejumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan barang dan jasa.²²

Indikator yang berkaitan dengan harga terdiri dari :

1) Penetapan Harga

Penetapan harga adalah keputusan mengenai harga-harga yang akan diikuti dalam jangka waktu tertentu.²³

²¹ Fami Rosida, Pengaruh Harga dan Fasilitas terhadap Kunjungan Wisata di Pantai Air Bangis Kabupaten Pasaman Barat (Medan, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2018)

²² Moses Yomungga dkk, Pengantar Bisnis Cetakan Pertama, (Medan:Perdana Publishing, 2015), hlm. 153

2) Cara Pembayaran

Perusahaan dalam menentukan cara pembayaran kepada calon pembeli/pelanggan terhadap penjualan produk/jasa.²⁴

3) Potongan Harga

Menurut Tjiptono, potongan harga merupakan pengurangan harga yang diberikan oleh penjual kepada pembeli sebagai penghargaan atas aktivitas tertentu dari pembeli yang menyenangkan bagi penjual.²⁵

Harga memegang peran penting dalam mewujudkan pembangunan pariwisata sekaligus sebagai alat yang sangat ampuh untuk memengaruhi respons pasar. Menurut Medlik (1980) salah satu faktor yang memengaruhi permintaan pariwisata adalah harga. Harga yang tinggi pada suatu daerah tujuan wisata akan memberikan imbas atau timbal balik pada wisatawan yang akan bepergian, sehingga permintaan wisata pun akan berkurang begitu pula sebaliknya.²⁶

5. Keputusan Pemilihan

Keputusan pemilihan atau dalam manajemen pemasaran keputusan pemilihan lebih familiar dengan istilah keputusan pembelian yang berarti keputusan konsumen untuk membeli atau tidak membeli suatu produk atau

²³ Buchori Alma, Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, (Bandung:Alfabeta, 2005), hlm. 120

²⁴ Fami Rosida, Pengaruh Harga dan Fasilitas terhadap Kunjungan Wisata di Pantai Air Bangis Kabupaten Pasaman Barat (Medan, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2018)

²⁵ Fandy Tjiptono, Strategi Pemasaran, (Yogyakarta:Andi Offset, 2000), hlm. 166

²⁶ I Gusti Bagus Rai Utama, Pemasaran Pariwisata (Yogyakarta:Penerbit Andi, 2016), hlm.106

jasa. Keputusan pembelian ini merupakan alternatif pilihan yang penting bagi pemasar.²⁷

Dalam penelitian ini istilah keputusan pemilihan berarti merupakan keputusan wisatawan dalam memilih kunjungan ke tempat wisata Taman Sarirasa *Waterpark* Sampang.

Indikator yang berkaitan dengan keputusan berkunjung terdiri dari :²⁸

1) Pengenalan Kebutuhan

Proses pemilihan dimulai ketika pembeli mengenal suatu masalah atau kebutuhan. Pengenalan kebutuhan ini ditujukan untuk mengetahui adanya kebutuhan dan keinginan yang belum terpenuhi dan terpuaskan.

2) Pencarian Informasi

Proses yang bergerak oleh stimulasi akan berusaha mencari lebih banyak informasi yang terlibat dalam pencarian akan kebutuhan. Pencarian merupakan aktivitas termotivasi dari pengetahuan yang tersimpan dalam ingatan dan perolehan informasi dari lingkungan.

3) Evaluasi Alternatif

Evaluasi alternatif merupakan proses dimana suatu alternatif pilihan disesuaikan dan dipilih untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

²⁷ Nana Herdiana Abdurrahman, Manajemen Strategi Pemasaran (Bandung:Penerbit Pustaka Setia, 2015), hlm.43

²⁸ Fami Rosida, Pengaruh Harga dan Fasilitas terhadap Kunjungan Wisata di Pantai Air Bangis Kabupaten Pasaman Barat (Medan, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2018)

4) Keputusan Memilih

Keputusan untuk memilih merupakan proses dalam pembelian yang nyata. Jadi, setelah tahap-tahap dimuka dilakukan, maka konsumen harus mengambil keputusan apakah memilih atau tidak.

5) Perilaku Setelah Pemilihan

Tugas pemasar tidak berakhir saat tempat wisata dipilih, melainkan berlanjut hingga periode pasca pemilihan. Setelah pemilihan tempat wisata terjadi, konsumen akan mengalami suatu tingkat kepuasan atau ketidakpuasan. Kepuasan atau ketidakpuasan pemilihan dengan tempat wisata akan mempengaruhi tingkah laku berikutnya.

B. Penelitian Terdahulu

Skripsi dengan judul “*Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kunjungan ke Kolam Renang Boja*” karya Melisa Anindita, jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan, fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro Semarang, tahun 2015. Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Menganalisis bagaimana pengaruh pendapatan individu terhadap tingkat kunjungan ke Kolam Renang Boja.
2. Menganalisis bagaimana pengaruh biaya perjalanan ke Kolam Renang Boja terhadap tingkat kunjungan ke Kolam Renang Boja.
3. Menganalisis bagaimana pengaruh lama perjalanan menuju Kolam Renang Boja terhadap tingkat kunjungan ke Kolam Renang Boja.

4. Menganalisis bagaimana pengaruh fasilitas yang terdapat di Kolam Renang Boja terhadap tingkat kunjungan ke Kolam Renang Boja.
5. Menganalisis bagaimana pengaruh harga tiket objek wisata terhadap tingkat kunjungan ke Kolam Renang Boja.
6. Menganalisis bagaimana pengaruh pendapatan, biaya perjalanan, lamaperjalanan, fasilitas dan harga tiket masuk objek wisata terhadap tingkat kunjungan ke Kolam Renang Boja.

Penelitian ini menggunakan lima variabel bebas dan satu variabel terikat. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa variabel pendapatan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kunjungan ke Kolam Renang Boja, variabel biaya perjalanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap tingkat kunjungan ke Kolam Renang Boja, variabel lama perjalanan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap tingkat kunjungan ke Kolam Renang Boja, variabel fasilitas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap tingkat kunjungan ke Kolam Renang Boja, dan variabel tingkatharga tiket wisata lain berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap tingkatkunjungan ke Kolam Renang Boja.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian karya Melisa Anindita yang berjudul "*Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kunjungan ke Kolam Renang Boja*"ada pada teknik pengumpulan data.

Skripsi dengan judul “*Analisis Permintaan Objek Wisata Goa Kreo Kota Semarang*” karya Evi Novitasari H. jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan, fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro Semarang tahun 2017. Tujuan dari penelitian ini :

1. Untuk menganalisis pengaruh Biaya Perjalanan ke Goa Kreo terhadap jumlah kunjungan objek wisata Goa Kreo.
2. Untuk menganalisis pengaruh Pendidikan terhadap jumlah kunjungan objek wisata Goa Kreo.
3. Untuk menganalisis pengaruh Tingkat Pendapatan terhadap jumlah kunjungan objek wisata Goa Kreo.
4. Untuk menganalisis pengaruh Jarak terhadap jumlah kunjungan objek wisata Goa Kreo.
5. Untuk menganalisis pengaruh Pengalaman Berkunjung Sebelumnya terhadap jumlah kunjungan objek wisata Goa Kreo.

Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa diantara lima variabel bebas hanya dua yang berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat, yaitu variabel biaya perjalanan ke objek wisata Goa kre, dan pengalaman sebelumnya. Variabel *travel cost* atau biaya perjalanan memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap jumlah permintaan objek wisata Goa Kreo. Dalam penelitian ini, peneliti memberikan alasan yang mendasari biaya perjalanan memiliki pengaruh negatif karena objek wisata Goa Kreo lebih

banyak dikunjungi oleh orang-orang yang berada di sekitar objek Wisata Goa Kreo dengan alasan jarak yang dekat, maka biaya perjalanan yang dikeluarkan akan lebih murah atau sedikit. Hal ini berarti bahwa pengunjung objek wisata Goa Kreo sebagian besar adalah wisatawan yang berdomisili disekitar objek wisata Goa Kreo (jarak lokasi wisata < 30 km). Sedangkan variabel pengalaman berkunjung memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah permintaan objek wisata Goa Kreo.

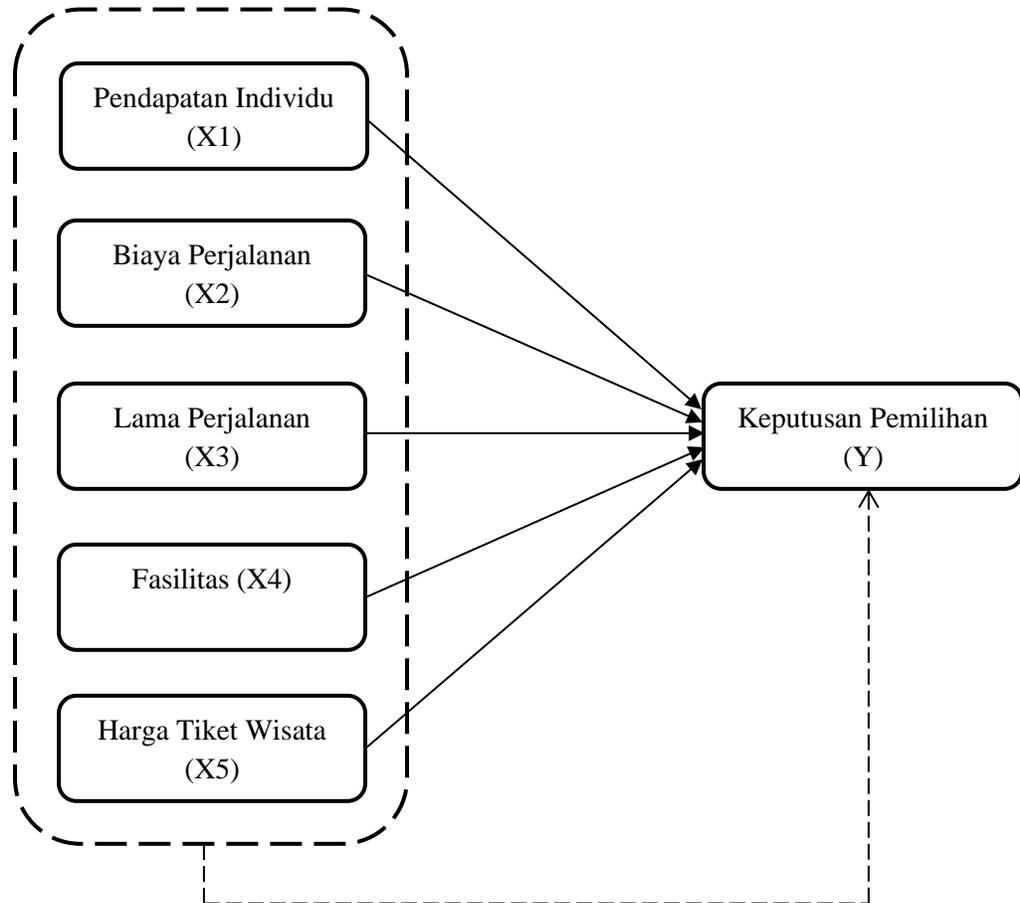
Dalam penelitian ini variabel pendidikan dan pendapatan diperoleh hasil yang tidak signifikan terhadap jumlah permintaan objek wisata Goa Kreo. Hal ini berarti bahwa objek wisata Goa Kreo kurang menarik bagi pengunjung yang memiliki pendidikan dan pendapatan tinggi, karena masyarakat yang memiliki pendidikan dan pendapatan tinggi akan mencari objek wisata yang dapat memberikan kepuasan maksimal. Sehingga dapat dikatakan objek wisata Goa Kreo hanya diminati oleh masyarakat kalangan tertentu saja, terutama masyarakat sekitar objek wisata Goa Kreo.

Variabel jarak dalam penelitian ini mempunyai pengaruh negatif dan tidak signifikan. Artinya sikap wisatawan akan melakukan permintaan pariwisata apabila mendapatkan kepuasan yang maksimal meskipun jarak yang ditempuh lebih jauh, sedangkan dalam penelitian ini variabel jarak tidak menjadi pertimbangan bagi wisatawan yang berkunjung ke Goa Kreo.

Surplus konsumen sebesar Rp 26.997,473125 per individu per satu kali kunjungan menunjukkan bahwa keuntungan yang diperoleh konsumen yaitu pengunjung Goa Kreo masih jauh diatas rata-rata pengeluaran biaya perjalanan ke Goa Kreo yaitu sebesar Rp 17.500,00 per kunjungan. Hal ini berarti objek wisata Goa Kreo memberikan manfaat yang lebih besar dari apa yang ditawarkan kepada para pengunjung dan juga dari biaya yang harus mereka keluarkan agar dapat menikmati Objek Wisata Goa Kreo.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian karya Evi Novitasari H. adalah pada jumlah variabel bebas dan variabel terikat. Sedangkan perbedaannya terletak pada metode pengumpulan data dan metode analisis data. Penelitian ini tidak memperhitungkan valuasi ekonomi, sedangkan penelitian Evi Novitasari H. memperhitungkan valuasi ekonomi.

C. Kerangka Berfikir



Gambar 2.2 Kerangka Berfikir

D. Pengembangan Hipotesis

Hipotesis merupakan suatu pernyataan sementara atau dugaan jawaban yang paling memungkinkan walaupun masih harus dibuktikan dengan

penelitian.²⁹ Hipotesis akan diterima jika hasil penelitian membenarkan pernyataan tersebut dan menolak jika pernyataan tersebut bertentangan.

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, serta telaah pustaka yang telah dipaparkan sebelumnya, hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₁ = Terdapat pengaruh yang signifikan antara pendapatan individu terhadap keputusan pemilihan wisata

H₂ = Terdapat pengaruh yang signifikan antara biaya perjalanan terhadap keputusan pemilihan wisata

H₃ = Terdapat pengaruh yang signifikan antara lama perjalanan terhadap keputusan pemilihan wisata

H₄ = Terdapat pengaruh yang signifikan antara fasilitas terhadap keputusan pemilihan wisata

H₅ = Terdapat pengaruh yang signifikan antara harga tiket masuk objek wisata terhadap keputusan pemilihan wisata

H₆ = Terdapat pengaruh yang signifikan antara pendapatan individu, biaya perjalanan, lama perjalanan, fasilitas, harga tiket masuk objek wisata terhadap keputusan pemilihan wisata.

²⁹ Husein Umar, Riset Akuntansi, (Jakarta:PT.Gramedia Pustaka, 2001), hlm.46

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

1. Jenis Penelitian

Bentuk penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang dilakukan untuk mencari hubungan atau pengaruh suatu atau lebih variabel independen dengan satu atau lebih variabel dependen.

2. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Wisata Taman Sarirasa *Waterpark* Sampang Cilacap di Jalan Raya Sampang-Buntu Km 5 Desa Karangjati Kecamatan Sampang Kabupaten Cilacap dengan penelitian sebagai berikut :

3. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini terdapat beberapa metode yang digunakan dalam pengumpulan data :

- a. Studi kepustakaan yaitu salah satu cara untuk memperoleh data dengan membaca literatur-literatur yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti.
- b. Metode dokumentasi, yaitu teknik pengumpulan data dengan mengambil data yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti dari pihak pengelola.
- c. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang diharapkan dari responden. Kuesioner penelitian ini menggunakan alternatif Skala Likert.

Skala Likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok tentang kejadian atau gejala sosial. Dengan menggunakan skala likert, maka variabel yang akan diukur kemudian dijabarkan ke dalam sub variabel, kemudian ke indikator yang dapat diukur. Akhirnya indikator yang dapat terukur ini akan digunakan untuk menyusun item instrumen yang berupa pertanyaan atau pernyataan yang perlu dijawab oleh

responden. Dalam penelitian ini setiap dukungan dinyatakan dalam bentuk kata-kata sebagai berikut: Sangat Setuju (5), Setuju (4), Ragu-Ragu (3), Tidak Setuju (2), dan Sangat Tidak Setuju (1).³⁰

4. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dari karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.³¹ Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan Taman Sarirasa *Waterpark* Sampang yang sedang melakukan kunjungan wisata.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.³² Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan Taman Sarirasa *Waterpark* Sampang yang sedang melakukan kunjungan. Mengingat jumlah populasi yang tidak dapat ditentukan secara pasti karena jumlah wisatawan yang berkunjung berbeda setiap harinya, maka perlu adanya pengambilan sampel dari populasi, yang artinya sampel dari penelitian ini adalah sebagian pengunjung Taman Sarirasa *Waterpark* Sampang.

³⁰ Umi Zulfa, Metodologi Penelitian Sosial, (Yogyakarta:Penerbit Cahaya Ilmu, 2011), hlm.80

³¹ Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Bandung:CV.Alfabeta, 2009), hlm.117

³²*Ibid*, hlm.118

c. Teknik Sampling

Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling. Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *nonprobability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.³³

Teknik sampling dalam penelitian ini menggunakan *nonprobability sampling* berupa *sampling insidental*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.³⁴

Teknik Pengambilan sampel untuk penelitian di dasarkan pada pendapat Suharsimi Arikunto yang mengatakan bahwa “apabila populasi penelitian berjumlah kurang dari 100 maka sampel yang diambil adalah semuanya, namun apabila populasi penelitian berjumlah lebih dari 100 maka sampel dapat diambil antara 10-15% atau 20-25% atau lebih”.³⁵ Menurut Roscoe “Ukuran sampel yang

³³*Ibid*, hlm.122

³⁴*Ibid*, hlm.124

³⁵ <http://www.konsistensi.com/2013/04/teori-sampel-dan-sampling-penelitian.html?=-1>

layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500".³⁶ Maka sesuai pendapat diatas jumlah sampel dalam penelitian ini dapat diambil 25% dari keseluruhan jumlah populasi.

Sampel dalam penelitian ini adalah pengunjung objek wisata Taman Sarirasa *Waterpark* Sampang. Peneliti mengambil sampel sejumlah 75 responden dengan alasan jumlah tersebut telah mewakili dari seluruh populasi yang berjumlah 300 dan sudah dianggap mewakili seluruh populasi karena 25% dari jumlah populasi. Sebagaimana dikemukakan oleh Suharsimi Arikunto bahwa 25% atau lebih sudah cukup mewakili dengan berbagai alasan diantaranya adalah kemampuan peneliti dari waktu, tempat dan finansial.

5. Metode Analisis Data

a. Uji Instrumen

1) Uji Validitas

Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauhmana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Suatu tes atau instrumen pengukur dapat dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila alat tersebut menjalankan fungsi ukurnya, atau memberikan hasil ukur, yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut. Tes yang menghasilkan data yang tidak relevan dengan tujuan pengukuran dikatakan sebagai tes yang memiliki validitas

³⁶ Sugiyono, Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D (Bandung: Alfabeta, 2015) halm. 149

rendah. Terkandung disini pengertian bahwa valid-tidaknya suatu alat ukur tergantung pada mampu tidaknya alat ukur tersebut mencapai tujuan pengukuran yang di kehendaki dengan tepat. Suatu tes yang dimaksudkan untuk mengukur atribut A dan kemudian memang menghasilkan informasi mengenai atribut A, dikatakan sebagai alat ukur yang memiliki validitas tinggi. Suatu tes yang dimaksudkan untuk mengukur atribut A akan tetapi menghasilkan data mengenai atribut A' atau bahkan B, dikatakan sebagai alat ukur yang memiliki validitas rendah untuk mengukur atribut A walaupun tinggi validitasnya untuk mengukur atribut A' atau B.³⁷ Untuk mengukur validitas kuesioner menggunakan rumus sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{N\Sigma XY - (\Sigma x)(\Sigma y)}{\sqrt{(N\Sigma x^2 - (\Sigma x)^2)(N\Sigma y^2 - (\Sigma y)^2)}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien validitas

N = Banyaknya subjek

X = Nilai pembanding

Y =Nilai dari instrument yang akan dicari validitasnya

2) Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan penerjemahan dari kata *reliability* yang mempunyai asal kata *rely* dan *Ability*. Pengukuran yang

³⁷ Saifuddin Azwar, Reliabilitas dan Validitas, (Yogyakarta:Penerbit Pustaka Pelajar, 2003), hlm.5

memiliki reliabilitas tinggi disebut sebagai pengukuran yang reliabel (*reliable*). Walaupun reliabilitas mempunyai berbagai nama lain seperti keterpercayaan, keterandalan, keajegan, kestabilan, konsistensi, dan sebagainya, namun ide pokok yang terkandung dalam konsep reliabilitas adalah sejauhmana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya.

Hasil pengukuran dapat dipercaya hanya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama, selama aspek yang diukur dalam diri subjek memang belum berubah. Dalam hal ini, relatif sama berarti tetap adanya toleransi terhadap perbedaan-perbedaan kecil diantara hasil beberapa kali pengukuran. Bila perbedaan itu sangat besar dari waktu-waktu maka hasil pengukuran tidak dapat dipercaya dan dikatakan sebagai tidak reliabel.³⁸ Untuk menghitung Realibilitas mennggunakan rumus Alpha Cronbach sebagai berikut :

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} \times \left(1 - \frac{\sum s_i}{s_t}\right)$$

³⁸*Ibid*, hlm.4

Keterangan :

r_{11} = Nilai reliabilitas

Σs_i = Jumlah varians skor tiap-tiap item

s_t = Varians total

k = Jumlah item

b. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Analisis normalitas suatu data ini akan menguji data variabel bebas (X) dan data variabel terikat (Y) pada persamaan regresi normal. Persamaan regresi dikatakan baik jika mempunyai data variabel bebas dan data variabel terikat berdistribusi mendekati normal atau normal sekali.³⁹

Untuk menganalisis normalitas, penelitian ini menggunakan uji normalitas Kolmogorov-Smirnov. Normalitas data diuji menggunakan rumus (Siegel:1997) sebagai berikut:⁴⁰

$$D_{hitung} = \text{maksimum} |F_o(X) - S_N(X)|$$

Keterangan :

$F_o(X)$: Distribusi frekuensi kumulatif teoritik

$S_N(X)$: Distribusi frekuensi kumulatif skor observasi

³⁹ Danang Sunyoto, Analisis Validitas dan Asumsi Klasik, (Yogyakarta:Penerbit Gava Media, 2012), hlm.119

⁴⁰ Purwanto, Statistika Untuk Penelitian (Yogyakarta:Pustaka Pelajar, 2011), hlm.164

2) Uji Heteroskedastisitas

Dalam persamaan regresi berganda perlu juga diuji mengenai sama atau tidak varians dari residual dari observasi yang satu dengan observasi yang lain. Jika residualnya mempunyai varians yang sama disebut terjadi Homoskedastisitas dan jika variansnya tidak sama/berbeda inilah yang disebut terjadi Heteroskedastisitas.⁴¹

Berikut merupakan contoh data yang mengalami kejadian homoskedastisitas dan heteroskedastisitas :⁴²

- a) Nilai Statistik dari 5 mahasiswa kelas A yaitu 70, 69, 71, 73, 70 data ini cenderung lebih seragam/tidak bervariasi karena selisihnya kecil, kejadian ini disebut homoskedastisitas.
- b) Nilai Statistik dari 5 mahasiswa kelas B yaitu 30, 90, 60, 80, 40 data ini cenderung tidak seragam/ sangat bervariasi, karena selisihnya besar, kejadian ini disebut heteroskedastisitas.

Analisis heteroskedastisitas dilakukan dengan uji park. Apabila koefisien parameter untuk variabel independen tersebut tidak signifikan secara statistik, hal ini menunjukkan bahwa dalam model regresi tidak terdapat heteroskedastisitas.

3) Uji Multikolinieritas

Uji asumsi klasik jenis ini diterapkan untuk analisis regresi berganda yang terdiri dari atas dua atau lebih variabel

⁴¹ Danang Sunyoto, Analisis Validitas dan Asumsi Klasik (Yogyakarta:Penerbit Gava Media, 2012), hlm.135

⁴²*Ibid*, hlm.135

bebas/*independent variabel* ($X_1, X_2, X_3, X_4, \dots, X_n$), dimana akan diukur tingkat asosiasi (keeratan) hubungan/pengaruh antar variabel bebas tersebut melalui besaran koefisien korelasi (r). Mengingat penelitian ini yang mempunyai lima variabel, maka penelitian ini dikatakan terjadi multikolinieritas, jika koefisien korelasi antar variabel bebas (Pendapatan Individu, Biaya Perjalanan, Lama Perjalanan, Fasilitas, dan Harga Tiket Masuk Objek Wisata) lebih besar dari 0.60. Dan dikatakan tidak terjadi multikolinieritas jika koefisien korelasi antar variabel bebas lebih kecil atau sama dengan 0.60 ($r \leq 0.60$). Atau dalam menentukan ada tidaknya multikolinieritas dapat digunakan cara lain, yaitu dengan :

- a) Nilai *tolerance* adalah besarnya tingkat kesalahan yang dibenarkan secara statistik (α)
- b) Nilai *varianceinflation factor* (VIF) adalah faktor inflasi penyimpangan baku kuadrat

Nilai *tolerance* (α) dan *variance inflation factor* (VIF) dapat dicari dengan menggabungkan kedua nilai tersebut sebagai berikut:

- a) Besar nilai *tolerance* (α) : $\alpha = \frac{1}{VIF}$
- b) Besar nilai *variance inflation factor* (VIF) : $VIF = \frac{1}{\alpha}$

Variabel bebas mengalami multikolinieritas jika: α hitung < α dan VIF hitung > VIF

Variabel bebas tidak mengalami multikolinieritas jika: α hitung $> \alpha$ dan VIF hitung $< VIF$

c. Analisis Regresi Linier Berganda

Metode statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Linier Berganda. Analisis regresi adalah suatu analisis yang mengukur pengaruh antara variable bebas terhadap variable terikat. Pengukuran pengaruh di dalam penelitian ini melibatkan lima variabel bebas (X) dan satu variable terikat (Y), dinamakan analisis regresi linier berganda.⁴³

Berkaitan dengan analisis regresi ini, setidaknya ada empat kegiatan yang dapat dilaksanakan dalam analisis regresi, diantaranya : (1) mengadakan estimasi terhadap parameter berdasarkan data empiris, (2) menguji berapa besar variasi variabel dependen dapat diterangkan oleh variasi variabel independen, (3) menguji apakah estimasi parameter tersebut signifikan atau tidak, dan (4) melihat apakah tanda dan magnitude dari estimasi parameter cocok dengan teori.⁴⁴

Model yang digunakan dalam penelitian ini dijabarkan dalam fungsi sebagai berikut :

$$KP = Y + C + T + F + OP + E$$

Keterangan :

KP = Keputusan Pemilihan (Skala Likert)

⁴³*Ibid*, hlm.83

⁴⁴*Ibid*, hlm.83

Y	= Pendapatan	(Skala Likert)
C	= Biaya Perjalanan	(Skala Likert)
T	= Lama Perjalanan	(Skala Likert)
F	= Fasilitas	(Skala Likert)
OP	= Harga Tiket Masuk Objek Wisata	(Skala Likert)
E	= Error Term	

d. Uji Hipotesis

Uji Hipotesis terdiri dari pengujian signifikansi individu (uji t), pengujian signifikansi simultan (uji F), dan pengujian koefisien determinasi (R^2).

1) Uji Signifikansi Individu (Uji t)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut :

a) Uji t untuk variabel pendapatan (Y)

i. $H_0 : \beta_1 \leq 0$ (tidak ada pengaruh antara pendapatan dengan keputusan pemilihan tempat wisata Taman Sarirasa *Waterpark* Sampang).

ii. $H_1 : \beta_1 > 0$ (ada pengaruh positif antara pendapatan dengan keputusan pemilihan tempat wisata Taman Sarirasa *Waterpark* Sampang).

b) Uji t untuk variabel biaya perjalanan (TC)

i. $H_0 : \beta_2 \leq 0$ (tidak ada pengaruh antara biaya perjalanan dengan keputusan pemilihan tempat wisata Taman Sarirasa *Waterpark* Sampang).

ii. $H_1 : \beta_2 > 0$ (ada pengaruh positif antara biaya perjalanan dengan keputusan pemilihan tempat wisata Taman Sarirasa *Waterpark* Sampang).

c) Uji t untuk variabel lama perjalanan (T)

i. $H_0 : \beta_3 \leq 0$ (tidak ada pengaruh antara lama perjalanan dengan keputusan pemilihan tempat wisata Taman Sarirasa *Waterpark* Sampang).

ii. $H_1 : \beta_3 > 0$ (ada pengaruh positif antara lama perjalanan dengan keputusan pemilihan tempat wisata Taman Sarirasa *Waterpark* Sampang).

d) Uji t untuk variabel fasilitas (F)

i. $H_0 : \beta_4 \leq 0$ (tidak ada pengaruh antara fasilitas dengan keputusan pemilihan tempat wisata Taman Sarirasa *Waterpark* Sampang).

ii. $H_1 : \beta_4 > 0$ (ada pengaruh positif antara fasilitas dengan keputusan pemilihan tempat wisata Taman Sarirasa *Waterpark* Sampang).

- e) Uji t untuk variabel harga tiket masuk objek wisata lain
- i. $H_0 : \beta_5 \leq 0$ (tidak ada pengaruh antara harga tiket masuk objek wisata lain dengan keputusan pemilihan tempat wisata Taman Sarirasa *Waterpark* Sampang).
 - ii. $H_1 : \beta_5 > 0$ (ada pengaruh positif antara harga tiket masuk objek wisata lain dengan keputusan pemilihan tempat wisata Taman Sarirasa *Waterpark* Sampang).

Uji ini dapat dilakukan dengan membandingkan t-hitung dengan t-tabel. Pada tingkat signifikansi 5 persen dengan pengujian yang digunakan adalah sebagai berikut :

- a) Jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya salah satu variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.
 - b) Jika $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya salah satu variabel independen tidak mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.
- 2) Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat. Untuk pengujian ini dilakukan hipotesa sebagai berikut :

$H_0 : \beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5 = 0$, artinya semua variabel independen tidak berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen

$H_1 : \beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5 > 0$, artinya semua variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen

Pengujian ini dilakukan untuk membandingkan nilai F-hitung dengan F-tabel. Nilai F-hitung dapat diperoleh dengan rumus :

$$F\text{-hitung} = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

Dimana :

R^2 = Koefisien Determinasi

K = Jumlah parameter yang di estimasi termasuk konstanta

N = Jumlah observasi

Kriteria pengambilan keputusan :

H_0 diterima dan H_1 ditolak apabila $F\text{-hitung} < F\text{-tabel}$, yang artinya variabel penjelas secara bersama-sama tidak mempengaruhi variabel yang dijelaskan secara signifikan.

H_0 ditolak dan H_1 diterima apabila $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$, yang artinya variabel penjelas secara serentak dan bersama-sama mempengaruhi variabel yang dijelaskan secara signifikan.

3) Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Untuk data runtun waktu (*time series*) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi.⁴⁵

Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan kedalam model. Oleh karena itu, banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai adjusted R^2 untuk mengevaluasi mana model regresi terbaik. Dalam kenyataan nilai adjusted R^2 dapat bernilai negatif, walaupun yang dikehendaki harus bernilai positif. Menurut Gujarati jika dalam uji empiris didapat nilai adjusted R^2 negatif, maka nilai adjusted R^2 dianggap bernilai nol. Secara matematis jika nilai $R^2 = 1$, maka adjusted $R^2 = R^2 = 1$ sedangkan jika nilai $R^2 = 0$, maka adjusted $R^2 = (1 - k)/(n - k)$. Jika $k > 1$, maka adjusted R^2 akan bernilai negatif.⁴⁶

⁴⁵ Melisa Anindita, Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kunjungan ke Kolam Renang Boja (Semarang, Universitas Diponegoro Semarang, 2015), hlm.53

⁴⁶ *Ibid*, hlm.53

B. Definisi Konseptual dan Operasional Variabel

1. Definisi Konseptual

a. Analisis

Pengertian Analisis Menurut Para Ahli dan Secara Umum :

Analisis atau analisa berasal dari kata Yunani kuno “*analusis*” yang berarti melepaskan. *Analusis* terbentuk dari dua suku kata, yaitu *ana* yang berarti kembali, dan *luein* yang berarti melepas, jika di gabungkan maka artinya adalah melepas kembali atau menguraikan. Kata *analusis* ini di serap kedalam bahasa inggris menjadi “*analysis*”, yang kemudian juga di serap juga ke dalam bahasa Indonesia menjadi “*analisis*”.⁴⁷

Secara umum, arti analisis adalah aktivitas yang memuat sejumlah kegiatan seperti mengurai, membedakan, memilah sesuatu untuk digolongkan dan dikelompokkan kembali menurut kriteria tertentu kemudian dicari kaitannya dan ditafsirkan maknanya.⁴⁸

Analisis dapat juga diartikan sebagai kemampuan memecahkan atau menguraikan suatu materi atau informasi menjadi komponen-komponen yang lebih kecil sehingga lebih mudah dipahami. Yaitu usaha dalam mengamati sesuatu secara mendetail dengan cara menguraikan komponen pembentuknya atau menyusun sebuah komponen untuk kemudian dikaji lebih mendalam.⁴⁹

⁴⁷<https://www.zonareferensi.com/pengertian-analisis-menurut-para-ahli-dan-secara-umum> (diambil pada tanggal 18 Oktober 2018 pukul 10:47 WIB)

⁴⁸ *Ibid*

⁴⁹ *Ibid*

Pengertian analisis lainnya adalah kegiatan berpikir untuk menguraikan suatu pokok menjadi bagian atau komponen sehingga dapat diketahui ciri atau tanda di setiap tiap bagian / komponen, hubungannya satu sama lain hingga fungsi masing-masingnya.⁵⁰

b. Faktor

Faktor adalah suatu hal (keadaan, peristiwa, dsb) yang ikut menyebabkan (mempengaruhi) terjadinya sesuatu.⁵¹

c. Perilaku Konsumen

James F. Engel et al. berpendapat bahwa Perilaku konsumen didefinisikan sebagai tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang-barang jasa ekonomis termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan-tindakan tersebut.⁵²

David L. Loudon dan Albert J. Della Bitta mengemukakan bahwa Perilaku Konsumen dapat didefinisikan sebagai proses pengambilan keputusan dan aktivitas individu secara fisik yang dilibatkan dalam proses mengevaluasi, memperoleh, menggunakan atau dapat mempergunakan barang-barang dan jasa.⁵³

Gerald Zaltman dan Melanie Wallendorf menjelaskan bahwa Perilaku Konsumen adalah tindakan-tindakan, proses, dan hubungan sosial yang dilakukan individu, kelompok, dan organisasi dalam

⁵⁰*Ibid*

⁵¹ KBBI

⁵²Anwar Prabu Mangkunegara, Perilaku Konsumen (Bandung:Reflika Aditama, 2009), hlm.3

⁵³*Ibid*, hlm.3

mendapatkan, menggunakan suatu produk atau lainnya sebagai suatu akibat dari pengalamannya dengan produk, pelayanan, dan sumber-sumber lainnya.⁵⁴

Berdasarkan pendapat para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah tindakan-tindakan yang dilakukan oleh individu, kelompok atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dalam mendapatkan, menggunakan barang-barang atau jasa ekonomis yang dapat dipengaruhi lingkungan.⁵⁵

d. Keputusan Pemilihan

Keputusan pemilihan atau dalam manajemen pemasaran keputusan pemilihan lebih familiar dengan istilah keputusan pembelian yang berarti keputusan konsumen untuk membeli atau tidak membelisuatu produk atau jasa. Keputusan pembelian ini merupakan alternatif pilihan yang penting bagi pemasar.⁵⁶

e. Wisata Taman Sarirasa *Waterpark* Sampang Cilacap

Wisata Taman Sarirasa *Waterpark* merupakan wisata kolam renang yang menawarkan berbagai macam wahana permainan air. Beralamat di Jalan Raya Sampang-Buntu Km 5 Desa Karangjati Kecamatan Sampang Kabupaten Cilacap. Wisata ini dilengkapi taman luas yang di padu padankan dengan jejeran gazebo sekaligus wahana

⁵⁴*Ibid*, hlm.3

⁵⁵*Ibid*, hlm.4

⁵⁶ Nana Herdiana Abdurrahman, Manajemen Strategi Pemasaran (Bandung:Penerbit Pustaka Setia, 2015), hlm.43

permainan anak-anak sehingga wisata ini sangat cocok sekali menjadi tempat tujuan berlibur keluarga.

2. Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan.⁵⁷ Variabel penelitian yang digunakan untuk penelitian ini adalah variabel bebas dan variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.⁵⁸ Terdapat satu variabel terikat dalam penelitian ini yaitu keputusan pemilihan tempat wisata Taman Sarirasa Waterpark Sampang (Y). Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).⁵⁹ Terdapat lima variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu pendapatan individu (X1), biaya perjalanan (X2), lama perjalanan (X3), fasilitas (X4), dan harga tiket masuk objek wisata (X5). Penjabaran operasional variabel secara singkat adalah sebagai berikut :

⁵⁷ Sugiyono, Statistika Untuk Penelitian (Bandung:CV.Alfabeta, 2010), hlm.2

⁵⁸ *Ibid*, hlm.4

⁵⁹ *Ibid*, hlm.4

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Variabel Bebas 1. Pendapatan Individu	Pendapatan adalah sejumlah penghasilan yang diperoleh masyarakat atas prestasi kerjanya dalam periode tertentu baik harian, mingguan, bulanan maupun tahunan.	1. Penerimaan Penghasilan 2. Pengalokasian Pendapatan	Likert
2. Biaya Perjalanan	Biaya perjalanan (<i>travel cost</i>) adalah waktu dan pengeluaran biaya perjalanan yang harus dibayarkan oleh para pengunjung untuk mengunjungi tempat wisata tersebut yang merupakan harga untuk akses ke tempat wisata.	1. <i>Travel Cost</i> 2. Transportasi yang dipakai	Likert

3. Lama Perjalanan	Jarak tempuh yang dihabiskan dari lokasi awal menuju lokasi tujuan.	1. <i>Time Travelling</i> 2. Akses	Likert
4. Fasilitas	Fasilitas wisata merupakan sarana penunjang yang dapat menciptakan rasa menyenangkan yang disertai dengan kemudahan dan pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam menikmati produk wisata yang ditawarkan.	1. Kelengkapan, Kebersihan, Kerapihan, dan Keamanan Fasilitas 2. Kemudahan 3. Kondisi dan Fungsi Fasilitas	Likert

5. Harga Tiket Masuk Objek Wisata	Harga adalah suatu nilai yang dinyatakan dalam bentuk rupiah guna pertukaran atau transaksi atau sejumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan barang dan jasa.	1. Penetapan Harga 2. Cara Pembayaran 3. Potongan Harga	Likert
Variabel Terikat 1. Keputusan Pemilihan	Keputusan pemilihan berarti merupakan keputusan wisatawan dalam memilih kunjungan ke tempat wisata Taman Sarirasa <i>Waterpark</i> Sampang.	1. Pengenalan Kebutuhan 2. Evaluasi Alternatif 3. Pencarian Informasi 4. Pembelian 5. Perilaku Pasca Pembelian	Likert

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

Penelitian ini menggunakan obyek penelitian yaitu Obyek wisata Taman Sarirasa *Waterpark* Sampang. Wisata Taman Sarirasa *Waterpark* berdiri pada tahun 2010 dan diresmikan pada tanggal 26 Juni 2010 oleh Bupati Kabupaten Cilacap Bapak Tatto Suwanto Pamuji. Jadi usia wisata ini masih cukup muda yaitu 9 tahun dan sudah dipimpin oleh 5 pemimpin secara bergantian. Wisata ini beralamat di Jalan Raya Sampang-Buntu km 5 Desa Karangjati Kecamatan Sampang Kabupaten Cilacap.

Wisata Taman Sarirasa *Waterpark* telah mempunyai Surat Keterangan *Laik Higiene Sanitasi* dengan nomor 443.52/016/15.3. Surat ini mempertimbangkan Peraturan Menteri Kesehatan RI nomor 061/Menkes/Per/I/1991 tentang Persyaratan Kesehatan Kolam Renang dan Pemandian Umum serta hasil pemeriksaan Sanitasi pada tanggal 13 Januari 2016 yang menyatakan bahwa wisata kolam renang ini *Laik Higiene Sanitasi*.

Surat ini juga merupakan bukti bahwa wisata kolam renang ini memiliki standar kesehatan. Surat ini dikeluarkan oleh DINAS KESEHATAN PEMERINTAH KABUPATEN CILACAP. Untuk Air Wisata Taman Sarirasa *Waterpark* menyuplai dari Mata Air Desa Karangsari.

Sistem Pengelolaan Wisata Taman Sarirasa *Waterpark* adalah hampir semua fasilitas yang ada didalamnya dikelola oleh satu manajemen, Kantin,

Mini Market, serta Wahana Permainan. Hanya ada 2 fasilitas yang dikelola oleh luar manajemen yaitu Warung Sasi Barokah, warung ini merupakan warung milik perorangan serta Permainan Otopet dan Skuter, dua permainan ini juga milik perorangan.

Saat ini wisata Taman Sarirasa *Waterpark* mempunyai 5 kolam renang. Pembangunan kolam renang ini bertahap dimulai dari sebelah Timur yang mempunyai 3 kolam yaitu pada tahun 2010. 1 kolam berukuran kecil dengan fasilitas patung lumba-lumba ditepi timur kolam yang mengucurkan air ke dalam kolam dari mulutnya. 1 kolam berbentuk angka 8 yang familiar disebut kolam delapan dengan fasilitas jembatan yang menggabungkan tepi kolam sebelah kanan dengan tepi kolam sebelah kiri, serta berbagai wahana air yang pasti membuat anak-anak semakin betah bermain dikolam tersebut. Dan yang terakhir 1 kolam dengan design yang cocok untuk latihan renang dengan kedalaman 125 cm sampai 175 cm. Menyusul kira-kira Tahun 2014, dibangun lagi 2 kolam sebelah Barat, kolam yang satu difasilitasi Istana Air di atasnya terdapat Ember Tumpah yang terletak di tengah-tengah kolam, *Waterboom*, dan yang menjadi favorit adalah seluncur hitam putih (pengunjung biasa menyebutnya demikian). Dan satu kolam lagi, kolam ini yang biasa dijadikan tempat praktik anak-anak sekolah dengan kedalaman 125 cm.

Setiap sore pukul 4 sampai pukul 6, Wisata Taman Sarirasa *Waterpark* memberikan fasilitasnya untuk sebuah pelatihan renang yang bernama UFO dalam melatih anak didiknya, dengan sistem tambah jam buka. Pelatihan

Renang UFO hanya membayar tiket masuk sesuai jumlah anak yang kursus.

Harga tiket masuk Taman Sarirasa *Waterpark* adalah Rp.20.000,00 untuk hari biasa dan Rp.25.000,00 untuk *weekend*. Dan pembelian tiket dengan harga penuh adalah untuk pengunjung usia diatas 3 tahun. Sedangkan untuk usia dibawah 3 tahun tidak bayar dengan harga penuh. Selain tiket masuk, ada juga tiket yang dijual didalam seperti tiket papan seluncur, tiket pelampung, tiket kereta mini, dan tiket untuk berbagai permainan di Taman Belakang. Semua tiket dijual mulai dari harga Rp.5.000,00 sampai Rp.25.000,00.

Tempat wisata ini cukup luas dan kemungkinan akan diperluas lagi tahun-tahun berikutnya. Akan tetapi perluasan wilayah ini sulit dilakukan kearah barat karena tanah ini merupakan tanah milik pemerintah Desa Karangjati. Dan apabila akan melakukan perluasan bisa dilakukan kearah timur yang tanahnya merupakan milik perorangan.

Taman Sarirasa *Waterpark* memiliki 3 pendopo:

1. Pendopo Utama
2. Pendopo Tengah
3. Pendopo Taman Belakang

Ketiga pendopo biasa disewakan untuk acara-acara seperti Ulang Tahun, penyewa bisa memilih pendopo mana yang cocok untuk si penyewa.

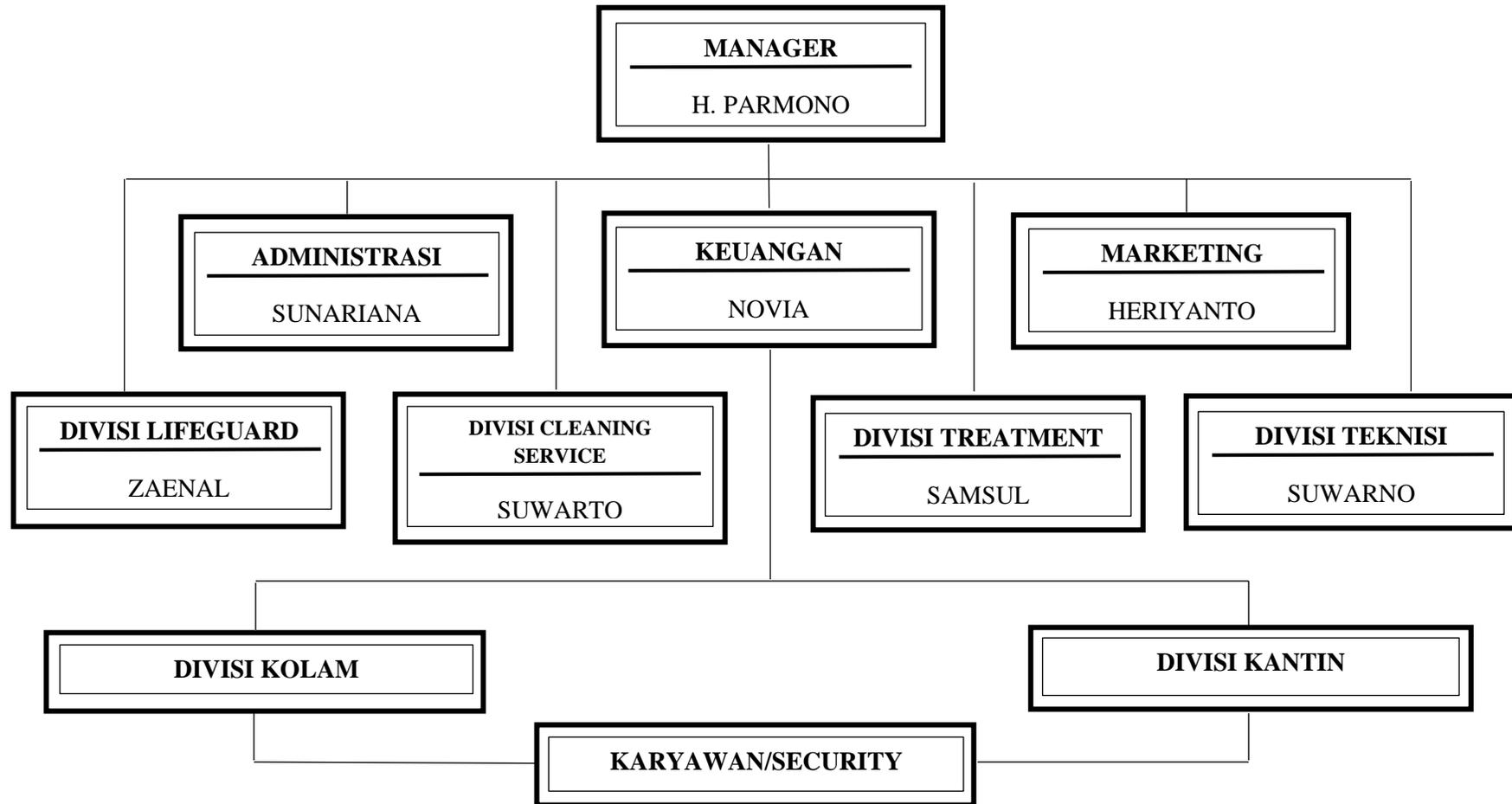
Di Taman Sarirasa *Waterpark* Sampang memiliki Panggung Dangdut yang akan menghibur mereka pengunjung yang datang pada hari Minggu. Pengunjung bisa *request* lagu yang disukai bahkan bisa ikut bernyanyi diatas

panggung.

Fasilitas di Taman Sarirasa *Waterpark* sudah sangat memadai, yaitu antara lain :

1. Kolam Renang
2. Wahana Permainan Air
3. Kantin
4. Kamar Mandi
5. Ruang Ganti
6. Mushola
7. Mini Market
8. Bioskop 4Dimensi
9. Kebun Binatang
10. Pendopo
11. Rumah Teletabis
12. Panggung *Event*
13. Tempat Duduk yang Teduh
14. Ayunan
15. Delman
16. Kereta Mini
17. Motor trill
18. Kolam Pemancingan
19. Taman yang Luas
20. Gazebo
21. Zona Selfie
22. Permainan anak-anak

Gambar 4.1 STRUKTUR ORGANISASI PERUSAHAAN



B. Deskripsi Data Penelitian

1. Analisis Deskripsi Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini dapat dikategorikan dalam beberapa karakteristik responden, yaitu berdasarkan usia dan jenis kelamin.

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1 Penggolongan Responden Menurut Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Laki-Laki	31	41%
Perempuan	44	59%
Jumlah	75	100%

Sumber: Data yang Diolah

Berdasarkan Tabel 4.1 dapat dilihat bahwa sebagian besar responden penelitian ini adalah perempuan yaitu sebanyak 59% sedangkan responden laki-laki sebanyak 41%.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Komposisi responden berdasarkan usia secara rinci diperlihatkan dalam tabel berikut ini :

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Presentase
16 - 25 Tahun	44	59%
26 - 35 Tahun	10	13%
36 - 45 Tahun	6	8%
> 45 Tahun	15	20%
Jumlah	75	100%

Berdasarkan Tabel 4.2 dapat dilihat bahwa sebagian besar responden berusia 16 - 25 tahun dengan persentase 59%. Responden dengan usia 26 - 35 tahun sebesar 13%. Sedangkan responden yang berusia antara 36 - 45 tahun merupakan responden dengan persentase terendah yaitu sebanyak 8%. Dan responden yang usianya lebih dari 45 tahun sebanyak 20%.

C. Hasil Uji Statistik dan Pembahasan

1. Hasil Uji Statistik

a. Uji Validitas

1) Pendapatan Individu

Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Pendapatan Individu (X1)

No. Pertanyaan	r Hitung	r Tabel	Kesimpulan
1	0.715	0.231	Valid
2	0.846	0.231	Valid
3	0.799	0.231	Valid
4	0.704	0.231	Valid
5	0.730	0.231	Valid

Sumber: Output SPSS 16.0

Dari Tabel 4.3 diatas terlihat bahwa hasil uji validitas terhadap variabel pendapatan individu, semua pertanyaannya valid karena hasil r hitung lebih besar dari nilai r tabel (0.231). Dan dapat disimpulkan bahwa item pada instrumen variabel pendapatan individu (X1) semuanya valid.

2) Biaya Perjalanan

Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Biaya Perjalanan (X2)

No. Pertanyaan	r Hitung	r Tabel	Kesimpulan
1	0.403	0.231	Valid
2	0.570	0.231	Valid
3	0.873	0.231	Valid
4	0.827	0.231	Valid
5	0.852	0.231	Valid
6	0.499	0.231	Valid

Sumber: Output SPSS 16.0

Dari Tabel 4.4 diatas terlihat bahwa hasil uji validitas terhadap variabel biaya perjalanan, semua pertanyaannya valid karena hasil r hitung lebih besar dari nilai r tabel (0.231). Dan dapat disimpulkan bahwa item pada instrumen variabel biaya perjalanan (X2) semuanya valid.

3) Lama Perjalanan

Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Lama Perjalanan (X3)

No. Pertanyaan	r Hitung	r Tabel	Kesimpulan
1	0.793	0.231	Valid
2	0.873	0.231	Valid
3	0.849	0.231	Valid
4	0.531	0.231	Valid

Sumber: Output SPSS 16.0

Dari Tabel 4.5 diatas terlihat bahwa hasil uji validitas terhadap variabel lama perjalanan, semua pertanyaannya valid

karena hasil r hitung lebih besar dari nilai r tabel (0.231). Dan dapat disimpulkan bahwa item pada instrumen variabel lama perjalanan (X3) semuanya valid.

4) Fasilitas

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Fasilitas (X4)

No. Pertanyaan	r Hitung	r Tabel	Kesimpulan
1	0.716	0.231	Valid
2	0.674	0.231	Valid
3	0.811	0.231	Valid
4	0.780	0.231	Valid
5	0.630	0.231	Valid
6	0.692	0.231	Valid
7	0.618	0.231	Valid
8	0.645	0.231	Valid
9	0.650	0.231	Valid

Sumber: Output SPSS 16.0

Dari Tabel 4.6 diatas terlihat bahwa hasil uji validitas terhadap variabel fasilitas, semua pertanyaannya valid karena hasil r hitung lebih besar dari nilai r tabel (0.231). Dan dapat disimpulkan bahwa item pada instrumen variabel fasilitas (X4) semuanya valid.

5) Harga Tiket Masuk Objek Wisata

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Harga Tiket Masuk Objek Wisata (X5)

No. Pertanyaan	r Hitung	r Tabel	Kesimpulan
1	0.792	0.231	Valid
2	0.657	0.231	Valid
3	0.823	0.231	Valid
4	0.573	0.231	Valid
5	0.662	0.231	Valid
6	0.621	0.231	Valid
7	0.478	0.231	Valid

Sumber: Output SPSS 16.0

Dari Tabel 4.7 diatas terlihat bahwa hasil uji validitas terhadap variabel harga tiket masuk objek wisata, semua pertanyaannya valid karena hasil r hitung lebih besar dari nilai r tabel (0.231). Dan dapat disimpulkan bahwa item pada instrumen variabel harga tiket masuk objek wisata (X5) semuanya valid.

6) Keputusan Pemilihan

Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pemilihan (Y)

No. Pertanyaan	r Hitung	r Tabel	Kesimpulan
1	0.565	0.231	Valid
2	0.497	0.231	Valid
3	0.678	0.231	Valid
4	0.478	0.231	Valid
5	0.634	0.231	Valid
6	0.662	0.231	Valid
7	0.735	0.231	Valid
8	0.662	0.231	Valid
9	0.312	0.231	Valid
10	0.705	0.231	Valid
11	0.652	0.231	Valid
12	0,581	0,227	Valid

Sumber: Output SPSS 16.0

Dari Tabel 4.8 diatas terlihat bahwa hasil uji validitas terhadap variabel keputusan pemilihan, semua pertanyaannya valid karena hasil r hitung lebih besar dari nilai r tabel (0.231). Dan dapat disimpulkan bahwa item pada instrumen variabel keputusan pemilihan (Y) semuanya valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji Realibilitas penelitian ini diuji menggunakan rumus *Cronbach's Alpha*. Apabila nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0.60 maka dapat dikatakan reliabel atau dapat dianalisis lebih lanjut. Berdasarkan data responden yang diperoleh dari pembagian kuesioner, maka diperoleh pula hasil uji reliabilitas sebagai berikut:

Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Koef. Alpha Cronbach's</i>	<i>N Of Items</i>	<i>Limit Koef. Alpha Cronbach's</i>	Keterangan
Pedapatan Individu	0.815	5	0.60	Reliabel
Biaya Perjalanan	0.773	6	0.60	Reliabel
Lama Perjalanan	0.773	4	0.60	Reliabel
Fasilitas	0.858	9	0.60	Reliabel
Harga Tiket Masuk Objek Wisata	0.780	7	0.60	Reliabel
Keputusan Pemilihan	0.830	12	0.60	Reliabel

Sumber: Output SPSS 16.0

Berdasarkan Tabel 4.9 dapat diketahui bahwa nilai *alpha* untuk pendapatan individu, biaya perjalanan, lama perjalanan, fasilitas, harga tiket masuk objek wisata, dan keputusan pemilihan masing-masing nilainya lebih dari 0.60. Hal ini menunjukkan bahwa nilai *r* hitung lebih besar dari *r* tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item kuesioner penelitian ini adalah reliabel dengan kategori reliabel tinggi sampai sangat tinggi, sesuai dengan teori dari Sugiyono, ketentuan nilai realibilitas dikategorikan sebagai berikut:⁶⁰

- 0.00 - 0.19 = realibilitas sangat rendah
- 0.20 - 0.39 = realibilitas rendah
- 0.40 - 0.59 = realibilitas sedang
- 0.60 - 0.70 = realibilitas tinggi
- 0.80 - 1.00 = realibilitas sangat tinggi

⁶⁰ Sugiyono, Metode Penelitian Bisnis (Bandung:CV.Alphabet, 2004)

Tabel 4.10 Kategori Nilai Realibilitas

No.	Variabel	Nilai α	Keterangan
1	Pedapatan Individu	0,815	Realibilitas Sangat Tinggi
2	Biaya Perjalanan	0,773	Realibilitas Tinggi
3	Lama Perjalanan	0,773	Realibilitas Tinggi
4	Fasilitas	0,858	Realibilitas Sangat Tinggi
5	Harga Tiket Masuk Objek Wisata	0,780	Realibilitas Tinggi
6	Keputusan Pemilihan	0,830	Realibilitas Sangat Tinggi

Sumber: Output SPSS 16.0

c. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas penelitian ini diuji menggunakan uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov*, dimana nilai signifikansi harus lebih dari 0.05.

Tabel 4.11 Uji Normalitas *Kolmogorov Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Standardized Residual
N		75
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.96562541
Most Extreme Differences	Absolute	.127
	Positive	.072
	Negative	-.127
Kolmogorov-Smirnov Z		1.101
Asymp. Sig. (2-tailed)		.177

a. Test distribution is Normal.

Sumber: Output SPSS 16.0

Dari hasil uji normalitas menggunakan metode *kolmogorov-smirnov* didapatkan hasil signifikansi dari uji normalitas sebesar 0.177 dimana hasil tersebut lebih besar dari taraf signifikansi 0.05. Sehingga dapat di simpulkan bahwa uji test normalitas pada penelitian ini adalah terdistribusi normal.

2) Uji Heteroskedastisitas

Uji Heterokedasitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidak samaan varians. Adapun uji yang di gunakan yaitu Uji Park. Model regresi yang di dapat dikatakan tidak mengalami heteroskedastisitas apabila nilai signifikansi hasil dari uji

seluruh variabel lebih besar dari 0.05. Berikut merupakan hasil uji heteroskedastisitas:

Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas

		Coefficients ^a			t	Sig.
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.487	.198		2.456	.017
	LN Pendapatan Individu	.074	.082	.122	.899	.372
	LN Biaya Perjalanan	-.180	.155	-.220	-1.161	.250
	LN Lama Perjalanan	.138	.108	.216	1.273	.207
	LN Fasilitas	-.310	.179	-.286	-1.732	.088
	LN Harga Tiket Masuk Objek Wisata	-.008	.221	-.006	-.037	.971

a. Dependent Variable: U2

Sumber: Output SPSS 16.0

Berdasarkan output diatas diketahui bahwa pada model regresi tidak terjadi gejala heteroskedasitas, karena sig variabel pendapatan individu terhadap absolut residual sebesar $0.372 > 0.05$, sig variabel biaya perjalanan terhadap absolut residual sebesar $0.250 > 0.05$, sig variabel lama perjalanan terhadap absolut residual sebesar $0.207 > 0.05$, sig variabel fasilitas terhadap absolut residual sebesar $0.088 > 0.05$, dan sig harga tiket masuk objek wisata terhadap absolut residual sebesar $0.971 > 0.05$.

3) Uji Multikolinieritas

Untuk mendeteksi ada tidaknya gejala multikolinieritas antar variabel independen dengan melihat nilai tolerance dan *Varian Inflation Factor* (VIF). Hasil uji ini dapat dilihat dari hasil output SPSS sebagai berikut:

Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinieritas

		Coefficients ^a				Collinearity Statistics		
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	.473	.305		1.552	.125		
	Pendapatan Individu	.205	.056	.320	3.661	.000	.679	1.473
	Biaya Perjalanan	-.064	.090	-.088	-.711	.480	.342	2.923
	Lama Perjalanan	.146	.069	.232	2.106	.039	.429	2.328
	Fasilitas	.256	.096	.278	2.683	.009	.482	2.074
	Harga Tiket Masuk Objek Wisata	.325	.116	.317	2.790	.007	.403	2.484

a. Dependent Variable: Keputusan Pemilihan

Sumber: Output SPSS 16.0

Berdasarkan output pada *Coefficient* terlihat bahwa nilai TOL variabel pendapatan individu sebesar 0.679 sedangkan nilai VIF sebesar 1.473, nilai TOL variabel biaya perjalanan sebesar 0.342 sedangkan nilai VIF sebesar 2.923, nilai TOL variabel lama perjalanan sebesar 0.429 sedangkan nilai VIF sebesar 2.328, nilai TOL variabel fasilitas sebesar 0.482, sedangkan nilai VIF sebesar

2.074, dan nilai TOL variabel harga tiket masuk objek wisata sebesar 0.403 sedangkan nilai VIF sebesar 2.484. Dari penjelasan ini dapat disimpulkan bahwa model regresi yang terbentuk tidak terjadi gejala multikolinieritas karena semua variabel memiliki nilai *Tolerance* lebih besar dari 0.60 dan memiliki nilai VIF lebih kecil dari 10.00.

d. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel pendapatan individu, biaya perjalanan, lama perjalanan, fasilitas, dan harga tiket masuk objek wisata secara parsial maupun bersama-sama terhadap keputusan pemilihan. Adapun hasil uji regresi linier berganda menggunakan SPSS sebagai berikut:

Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.473	.305		1.552	.125
	Pendapatan Individu	.205	.056	.320	3.661	.000
	Biaya Perjalanan	-.064	.090	-.088	-.711	.480
	Lama Perjalanan	.146	.069	.232	2.106	.039
	Fasilitas	.256	.096	.278	2.683	.009
	Harga Tiket Masuk Objek Wisata	.325	.116	.317	2.790	.007

a. Dependent Variable: Keputusan Pemilihan

Sumber: Output SPSS 16.0

Berdasarkan Tabel 4.14, maka dapat di buat suatu persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0.320 X_1 - 0.088 X_2 + 0.232 X_3 + 0.278 X_4 + 0.317 X_5 + E$$

Dari persamaan regresi tersebut dapat diketahui bahwa empat dari lima variabel bebas keseluruhan variabel bebas berpengaruh positif terhadap keputusan pemilihan. Sedangkan ada satu variabel bebas berpengaruh negatif terhadap keputusan pemilihan. Berdasarkan persamaan regresi diatas dapat diketahui bahwa variabel bebas yang paling pengaruh adalah variabel pendapatan individu dengan koefisien 0.320.

e. Uji Hipotesis

1) Uji t

Uji hipotesis t dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas (pendapatan individu, biaya perjalanan, lama perjalanan, fasilitas, dan harga tiket masuk objek wisata) dengan variable terikat (keputusan pemilihan) secara parsial. Berikut adalah tabel hasil uji t:

Tabel 4.15 Hasil Uji t

		Coefficients ^a			T	Sig.
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.473	.305		1.552	.125
	Pendapatan Individu	.205	.056	.320	3.661	.000
	Biaya Perjalanan	-.064	.090	-.088	-.711	.480
	Lama Perjalanan	.146	.069	.232	2.106	.039
	Fasilitas	.256	.096	.278	2.683	.009
	Harga Tiket Masuk Objek Wisata	.325	.116	.317	2.790	.007

a. Dependent Variable: Keputusan Pemilihan

Sumber: Output SPSS 16.0

- a) Hasil uji t untuk variabel Pendapatan Individu (X_1) diperoleh t hitung = 3.661 dengan tingkat signifikansi 0.000. Dengan menggunakan batas signifikansi 0.05, didapat t tabel sebesar 1.666 ini berarti t hitung > t tabel, yang berarti H_1 diterima. Dengan demikian maka, hipotesis pertama dapat diterima. Arah koefisien regresi positif berarti bahwa pendapatan individu memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pemilihan. Dengan kata lain dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi pendapatan individu semakin tinggi pula pengaruh keputusan pemilihan berwisata.
- b) Hasil uji t untuk variabel Biaya Perjalanan (X_2) diperoleh t hitung = -0.711 dengan tingkat signifikansi 0.480. Dengan menggunakan batas signifikansi 0.05, didapat t tabel sebesar

- 1.666 ini berarti $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$, yang berarti H_1 ditolak. Dengan demikian maka, hipotesis pertama dapat ditolak. Arah koefisien regresi negatif berarti bahwa biaya perjalanan memiliki pengaruh negatif terhadap keputusan pemilihan.
- c) Hasil uji t untuk variabel Lama Perjalanan (X_3) diperoleh $t \text{ hitung} = 2.106$ dengan tingkat signifikansi 0.039. Dengan menggunakan batas signifikansi 0.05, didapat $t \text{ tabel}$ sebesar 1.666 ini berarti $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, yang berarti H_1 diterima. Dengan demikian maka, hipotesis pertama dapat diterima. Arah koefisien regresi positif berarti bahwa lama perjalanan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pemilihan.
- d) Hasil uji t untuk variabel fasilitas (X_4) diperoleh $t \text{ hitung} = 2.683$ dengan tingkat signifikansi 0.009. Dengan menggunakan batas signifikansi 0.05, didapat $t \text{ tabel}$ sebesar 1.666 ini berarti $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, yang berarti H_1 diterima. Dengan demikian maka, hipotesis pertama dapat diterima. Arah koefisien regresi positif berarti bahwa biaya perjalanan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pemilihan.
- e) Hasil uji t untuk variabel Harga Tiket Masuk Objek Wisata (X_5) diperoleh $t \text{ hitung} = 2.790$ dengan tingkat signifikansi 0.007. Dengan menggunakan batas signifikansi 0.05, didapat $t \text{ tabel}$

sebesar 1.666 ini berarti t hitung $>$ t tabel, yang berarti H_1 diterima. Dengan demikian maka, hipotesis pertama dapat diterima. Arah koefisien regresi positif berarti bahwa harga tiket masuk objek wisata memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pemilihan.

2) Uji F

Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh secara simultan variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat maka perlu melakukan uji F, pengujian ini dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi 0.05, jika nilai signifikansi yang didapat dari tabel ANOVA lebih kecil dari 0.05 maka dikatakan seluruh variabel bebas secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat. Berikut ini adalah hasil uji F dengan bantuan program SPSS 16.0.

Tabel 4.16 Hasil Uji F

ANOVA ^b						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	13.365	5	2.673	24.729	.000 ^a
	Residual	7.459	69	.108		
	Total	20.824	74			

a. Predictors: (Constant), Harga Tiket Masuk Objek Wisata, Lama Perjalanan, Pendapatan Individu, Fasilitas, Biaya Perjalanan

b. Dependent Variable: Keputusan Pemilihan

Sumber: Output SPSS 16.0

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh nilai F hitung sebesar 24.729 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.05 dan df_1 5 dan df_2 69 didapat nilai F tabel = karena nilai F hitung (24.729) > F tabel (2.35) atau sig 0.000 jauh lebih kecil dari 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa kelima variabel independen secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pemilihan.

3) Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi menjelaskan besar kontribusi yang diberikan masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Untuk mengetahui besarnya koefisien determinasi masing-masing variabel bebas dalam sebuah model regresi dapat dilakukan dengan melihat nilai R^2 yang terdapat pada tabel model summary.

Tabel 4.17 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.801 ^a	.642	.616	.32878

a. Predictors: (Constant), Harga Tiket Masuk Objek Wisata, Lama Perjalanan, Pendapatan Individu, Fasilitas, Biaya Perjalanan

Sumber: Output SPSS 16.0

Koefisien determinasi (*Adjusted R^2*) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas yaitu

pendapatan individu, biaya perjalanan, lama perjalanan, fasilitas, dan harga tiket masuk objek wisata mampu menjelaskan variabel terikat yaitu keputusan pemilihan.

Berdasarkan tabel diatas diketahui nilai *adjusted R square* sebesar 0.616 (61,6%), ini menunjukkan bahwa dengan menggunakan model regresi yang didapatkan dimana variabel bebas yaitu pendapatan individu, biaya perjalanan, lama perjalanan, fasilitas, dan harga tiket masuk objek wisata memiliki pengaruh terhadap variabel keputusan pemilihan sebesar (64,2%) sedangkan sisanya $100\% - 61,6\% = 38,4\%$ dijelaskan untuk faktor atau variabel lain yang tidak diketahui dan tidak termasuk dalam analisis regresi ini.

2. Pembahasan Hasil Penelitian

Pembahasan hasil penelitian ini yang pertama dilihat dari Uji signifikansi individu (uji t), dimana uji ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai t hitung dengan nilai t tabel pada tingkat signifikan 5%. Jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara signifikan. Sebaliknya, jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ maka H_0 diterima H_1 ditolak, artinya variabel independen tidak mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.

a. Pengaruh Pendapatan Individu terhadap Keputusan Pemilihan

Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

$H_0 : \beta_1 \leq 0$ (tidak ada pengaruh antara pendapatan dengan keputusan pemilihan tempat wisata Taman Sarirasa *Waterpark* Sampang)

$H_1 : \beta_1 > 0$ (ada pengaruh positif antara pendapatan dengan keputusan pemilihan tempat wisata Taman Sarirasa *Waterpark* Sampang)

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan SPSS 16.0 untuk variabel pendapatan individu (X_1) diperoleh nilai t hitung sebesar 3.661 dengan tingkat signifikansi 0.000. Dengan menggunakan batas signifikansi 5%, maka diperoleh nilai t tabel sebesar 1.666. dengan demikian diperoleh t hitung ($3.661 > 1.666$), yang berarti H_1 diterima dan H_0 ditolak. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa pendapatan individu berpengaruh signifikan terhadap keputusan pemilihan tempat wisata Taman Sarirasa *Waterpark* Sampang diterima dan bersifat positif. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi pendapatan individu yang lebih tinggi dapat menyebabkan pengeluaran konsumsi yang lebih besar. Dan salah satu hal yang menyebabkan konsumsi lebih besar adalah pengeluaran dana untuk berwisata.

b. Pengaruh Biaya Perjalanan terhadap Keputusan Pemilihan

Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

$H_0 : \beta_2 \leq 0$ (tidak ada pengaruh antara biaya perjalanan dengan keputusan pemilihan tempat wisata Taman Sarirasa *Waterpark* Sampang)

$H_1 : \beta_2 > 0$ (ada pengaruh positif antara biaya perjalanan dengan keputusan pemilihan tempat wisata Taman Sarirasa *Waterpark* Sampang)

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan SPSS 16.0 untuk variabel biaya perjalanan (X_2) diperoleh nilai t hitung sebesar -0.711 dengan tingkat signifikansi 0.480. Dengan menggunakan batas signifikansi 5%, maka diperoleh nilai t tabel sebesar 1.666. dengan demikian diperoleh t hitung $(-0.711) < t$ tabel (1.666), yang berarti H_1 ditolak dan H_0 diterima. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa biaya perjalanan berpengaruh terhadap keputusan pemilihan tempat wisata Taman Sarirasa *Waterpark* Sampang ditolak dan bersifat negatif. Artinya, banyak wisatawan yang memilih tidak berkunjung ketika biaya yang dikeluarkan sedikit. Dengan kata lain, ketertarikan wisatawan untuk memutuskan berkunjung ke Taman Sarirasa *Waterpark* Sampang akan semakin menurun. Hal ini bisa jadi karena wisatawan yang rumahnya dekat dengan lokasi objek wisata Taman Sarirasa *Waterpark* Sampang lebih memilih berwisata ke objek wisata yang lokasinya jauh dari rumah. Melihat

statement semakin jauh perjalanannya akan membuat biaya perjalanan semakin tinggi.

c. Pengaruh Lama Perjalanan terhadap Keputusan Pemilihan

Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

$H_0 : \beta_3 \leq 0$ (tidak ada pengaruh antara lama perjalanan dengan keputusan pemilihan tempat wisata Taman Sarirasa *Waterpark* Sampang)

$H_1 : \beta_3 > 0$ (ada pengaruh positif antara lama perjalanan dengan keputusan pemilihan tempat wisata Taman Sarirasa *Waterpark* Sampang)

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan SPSS 16.0 untuk variabel lama perjalanan (X_3) diperoleh nilai t hitung sebesar 2.106 dengan tingkat signifikansi 0.039. Dengan menggunakan batas signifikansi 5%, maka diperoleh nilai t tabel sebesar 1,666. dengan demikian diperoleh t hitung ($2.106 > t$ tabel (1.666)), yang berarti H_1 diterima dan H_0 ditolak. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa lama perjalanan berpengaruh terhadap keputusan pemilihan tempat wisata Taman Sarirasa *Waterpark* Sampang diterima dan bersifat positif. Variabel lama perjalanan berpengaruh dan bersifat positif karena sebagian besar pengunjung Taman Sarirasa *Waterpark* Sampang adalah pengunjung yang rumahnya dekat dengan lokasi wisata yang bisa ditempuh kurang dari 30

menit. Hal ini pula yang menjadikan alasan mengapa berkunjung ke Taman Sarirasa *Waterpark* Sampang.

d. Pengaruh Fasilitas terhadap Keputusan Pemilihan

Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

$H_0 : \beta_4 \leq 0$ (tidak ada pengaruh antara fasilitas dengan keputusan pemilihan tempat wisata Taman Sarirasa *Waterpark* Sampang)

$H_1 : \beta_4 > 0$ (ada pengaruh positif antara fasilitas dengan keputusan pemilihan tempat wisata Taman Sarirasa *Waterpark* Sampang)

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan SPSS 16.0 untuk variabel fasilitas (X_4) diperoleh nilai t hitung sebesar 2.683 dengan tingkat signifikansi 0.009. Dengan menggunakan batas signifikansi 5%, maka diperoleh nilai t tabel sebesar 1.666. dengan demikian diperoleh t hitung (2.683) > t tabel (1.666), yang berarti H_1 diterima dan H_0 ditolak. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh terhadap keputusan pemilihan tempat wisata Taman Sarirasa *Waterpark* Sampang diterima dan bersifat positif.

e. Pengaruh Harga Tiket Masuk Objek Wisata terhadap Keputusan Pemilihan

Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

$H_0 : \beta_5 \leq 0$ (tidak ada pengaruh antara harga tiket masuk objek wisata dengan keputusan pemilihan tempat wisata Taman Sarirasa *Waterpark* Sampang)

$H_1 : \beta_5 > 0$ (ada pengaruh positif antara harga tiket masuk objek wisata dengan keputusan pemilihan tempat wisata Taman Sarirasa *Waterpark* Sampang)

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan SPSS 16.0 untuk variabel harga tiket masuk objek wisata (X_5) diperoleh nilai t hitung sebesar 2.790 dengan tingkat signifikansi 0.007. Dengan menggunakan batas signifikansi 5%, maka diperoleh nilai t tabel sebesar 1.666. dengan demikian diperoleh t hitung (2.790) > t tabel (1.666), yang berarti H_1 diterima dan H_0 ditolak. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa harga tiket masuk objek wisata berpengaruh terhadap keputusan pemilihan tempat wisata Taman Sarirasa *Waterpark* Sampang diterima dan bersifat positif. Hal ini menunjukkan bahwa pengunjung menyetujui harga tiket masuk objek wisata Taman Sarirasa lebih terjangkau dari harga tiket masuk objek wisata lain serta sudah sesuai dengan fasilitas yang ada.

f. Pengaruh Pendapatan Individu, Biaya Perjalanan, Lama Perjalanan, Fasilitas, dan Harga Tiket Masuk Objek Wisata secara simultan terhadap keputusan pemilihan tempat wisata Taman Sarirasa *Waterpark* Sampang.

Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

H0 : $\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5 = 0$, artinya semua variabel independen tidak berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.

H1 : $\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5 > 0$, artinya semua variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.

Dari hasil penelitian menyatakan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara variabel pendapatan individu, biaya perjalanan, lama perjalanan, fasilitas, dan harga tiket masuk objek wisata terhadap keputusan pemilihan tempat wisata Taman Sarirasa *Waterpark* Sampang, dilihat dari hasil uji F menggunakan SPSS 16.0 yang hasilnya menyatakan bahwa t hitung (24.729) > (2.35) dengan nilai signifikansi kurang dari 0.05. Hal ini membuktikan berwisata sudah menjadi kebutuhan hidup sehingga ketika pendapatan konsumen tinggi akan menyisihkan untuk melakukan kegiatan wisata.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis faktor-faktor perilaku konsumen terhadap keputusan pemilihan tempat wisata Taman Sarirasa *Waterpark* Sampang, dan untuk mengetahui pengaruh terbesar dari lima variabel independen. Dari rumusan masalah penelitian yang diajukan, maka analisis data yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, dapat ditarik beberapa kesimpulan pada penelitian ini:

1. Variabel pendapatan individu memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pemilihan tempat wisata Taman Sarirasa *Waterpark* Sampang dengan hasil t hitung sebesar 3.661.
2. Variabel biaya perjalanan memiliki pengaruh negatif terhadap keputusan pemilihan tempat wisata Taman Sarirasa *Waterpark* Sampang dengan hasil t hitung sebesar -0.711.
3. Variabel lama perjalanan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pemilihan tempat wisata Taman Sarirasa *Waterpark* Sampang. Dengan hasil t hitung sebesar 2.106.

4. Variabel fasilitas memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pemilihan tempat wisata Taman Sarirasa *Waterpark* Sampang dengan hasil t hitung sebesar 2.683.
5. Variabel harga tiket masuk objek wisata memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pemilihan tempat wisata Taman Sarirasa *Waterpark* Sampang dengan hasil t hitung sebesar 2.790.
6. Terdapat pengaruh secara simultan antara pendapatan individu, biaya perjalanan, lama perjalanan, fasilitas, dan harga tiket masuk objek wisata terhadap keputusan pemilihan tempat wisata Taman Sarirasa *Waterpark* Sampang dengan diperoleh F hitung sebesar 24.729.

B. Saran

Berdasarkan hasil dan analisa yang peneliti lakukan, peneliti masih banyak kekurangan dan kelemahan, sehingga masih banyak yang perlu diperbaiki dan diperhatikan lagi untuk peneliti-peneliti berikutnya, beberapa saran perlu ditambahkan guna penelitian yang lebih baik lagi serta juga terdapat saran bagi perusahaan supaya dapat lebih meningkatkan perfoma perusahaan agar dapat menimbulkan persepsi positif dimata konsumen, adapun sarannya adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menyatakan bahwa variabel pendapatan individu berpengaruh positif terhadap keputusan pemilihan. Hal ini membuktikan bahwa semakin tinggi pendapatan seseorang akan mempengaruhi tingginya tingkat keputusan untuk berwisata. Maka perlu adanya peningkatan kualitas yang lebih bagus lagi untuk menarik konsumen berkunjung ke tempat wisata, terutama kualitas fasilitas. Karena seseorang yang pendapatannya tinggi cenderung memilih sesuatu yang kualitasnya tinggi.
2. Hasil penelitian menyatakan bahwa variabel biaya perjalanan berpengaruh negatif terhadap keputusan pemilihan. Hal ini menunjukkan belum ada ketertarikan khusus bagi pengunjung untuk mengunjungi Taman Sarirasa *Waterpark* Sampang meskipun biaya perjalanannya terjangkau. Maka perlu adanya penambahan wahana bermain di air. Karena ciri khas dari objek wisata ini adalah permainan air, seperti kolam ombak, dan *lazy river*.

C. Penutup

Demikianlah skripsi yang saya buat ini, semoga bermanfaat dan menambah pengetahuan para pembaca saya mohon maaf apabila ada kesalahan ejaan dalam penulisan kata dan kalimat yang kurang jelas, dimengerti, dan lugas. Tak ada gading yang tak retak, begitupun dengan saya yang hanya manusia biasa sudah menjadi tempatnya salah dan tidak sempurna. Oleh karena itu saya sangat mengharapkan untuk penelitian kedepannya akan menambahkan variabel-

variabel lain yang mempengaruhi keputusan pemilihan karena dari penelitian ini diketahui masih 38,4% masih ada faktor-faktor lain yang mempengaruhi keputusan pemilihan wisatawan untuk berkunjung ke tempat wisata Taman Sarirasa Waterpark Sampang.

Sekian penutup dari saya semoga berkenan di hati dan saya ucapkan terima kasih.

DAFTAR PUSTAKA

Abdurrahman, Nana Herdiana. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung : Penerbit Pustaka Setia

Alma, Buchori. (2005). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta

Anindita, Melisa. (2015). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kunjungan ke Kolam Renang Boja*. Semarang : Universitas Diponegoro Semarang

Azwar, Saifuddin. (2003). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta : Penerbit Pustaka Pelajar

<https://www.zonareferensi.com/pengertian-analisis-menurut-para-ahli-dan-secara-umum>

Kamus Besar Bahasa Indonesia

Novitasari H., Evi. (2017). *Analisis Permintaan Objek Wisata Goa Kreo Kota Semarang*. Semarang : Universitas Diponegoro Semarang

Pitana, I Gde, Diarta, I Ketut Surya. (2009). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta : Penerbit Andi

Prabu mangkunegara, Anwar. (2009). *Perilaku Konsumen*. Bandung : Reflika Aditama

Purwanto. (2011). *Statistika Untuk Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar

Rosida, Fami. (2018). *Pengaruh Harga dan Fasilitas terhadap Kunjungan Wisata di Pantai Air Bangis Kabupaten Pasaman Barat*. Medan : Universitas Islam Negeri Sumatera Barat

Statistik Badan Pusat.(2019) *Indikator Kesejahteraan Rakyat Kabupaten Cilacap Tahun 2018*. Cilacap : CV. Wahana Jaya

Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Penerbit Alfabeta

Sugiyono, (2004). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : CV.Alphabet

- Sugiyono. (2010). *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung : Penerbit Alfabeta
- Sukirno, Sadono. (2013). *Makroekonomi : Teori Pengantar : Edisi Ketiga*. Jakarta : Rajawali Pers
- Sukirno, Sadono. (2006). *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*. Jakarta : Rajagrafindo Persada
- Sunyoto, Danang. (2012). *Analisis Validitas dan Asumsi Klasik*. Yogyakarta : Penerbit Gava Media
- Suparmoko, M. (1997). *Ekonomi Sumber Daya Alam dan Lingkungan*. Yogyakarta : BPFE
- Suparmoko, M. (2000). *Pengantar Ekonomi Makro*. Jakarta : BPFE
- Tjiptono, Fandy. (2000). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi Offset
- Umar, Husein. (2001). *Riset Akuntansi*. Jakarta : PT.Gramedia Pustaka
- Utama, I Gusti Bagus Rai. (2016). *Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta : Penerbit Andi
- Yomungga, Moses. (2015). *Pengantar Bisnis Cetakan Pertama*. Medan : Perdana Publishing
- Zulfa, Umi. (2011). *Metodologi Penelitian Sosial*. Yogyakarta : Penerbit Cahaya Ilmu

LAMPIRAN-LAMPIRAN

KUESIONER
PENELITIAN TENTANG “ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMILIHAN TEMPAT
WISATA TAMAN SARIRASA WATERPARK SAMPANG CILACAP”

Petunjuk Pengisian :

1. Dibawah ini anda akan menjumpai beberapa pernyataan tentang Taman Sarirasa *Waterpark* Sampang, anda diminta memberikan pendapat faktor-faktor mana saja yang mempengaruhi pemilihan tempat wisata Taman Sarirasa *Waterpark* Sampang Cilacap.
2. Berikan tanda Check List (✓) pada salah satu empat kolom di samping pernyataan yang sesuai dengan pengalaman anda.
3. Keterangan Pilihan Jawaban
 SS = Sangat Setuju
 S = Setuju
 RR = Ragu-Ragu
 TS = Tidak Setuju
 STS = Sangat Tidak Setuju

I. Pendapatan Individu

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
		5	4	3	2	1
	Penerimaan Penghasilan					
1	Pendapatan setiap bulan lebih dari Rp.4.500.000,00					
2	Perusahaan sering memberikan bonus liburan apabila pekerjaan telah mencapai target					
3	Perusahaan sering memberikan uang insentif atas prestasi pekerjaan					
	Pengalokasian Pendapatan					
4	Pendapatan setiap bulan cukup untuk memenuhi kebutuhan primer					
5	Sebagian pendapatan disisihkan untuk mengunjungi tempat wisata					

II. Biaya Perjalanan

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
		5	4	3	2	1
	<i>Travel Cost</i>					
1	Biaya tiket masuk sudah terjangkau					
2	Biaya makan di Taman Sarirasa <i>Waterpark</i> Sampang sudah terjangkau					
3	Biaya transportasi yang dikeluarkan untuk perjalanan ke Taman Sarirasa <i>Waterpark</i> Sampang kurang dari Rp.50.000,00					
4	Perjalanan dari rumah ke Taman Sarirasa <i>Waterpark</i> Sampang tidak membutuhkan biaya banyak					
5	Lokasi wisata Taman Sarirasa <i>Waterpark</i> Sampang mudah dijangkau sehingga tidak membutuhkan biaya yang banyak					
	Transportasi yang Dipakai					
6	Transportasi untuk mengunjungi Taman Sarirasa <i>Waterpark</i> Sampang menggunakan kendaraan pribadi					

III. Lama Perjalanan

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
		5	4	3	2	1
	<i>Time Traveling</i>					
1	Perjalanan dari rumah menuju Taman Sarirasa <i>Waterpark</i> Sampang tidak membutuhkan waktu yang lama					
2	Alasan berkunjung ke Taman Sarirasa <i>Waterpark</i> Sampang adalah karena dekat dengan rumah					
3	Lama perjalanan yang ditempuh kurang dari 30 menit					
	Akses					
4	Aksestabilitas menuju Taman Sarirasa <i>Waterpark</i> Sampang dapat dijangkau dengan jenis transportasi darat apapun karena kondisi jalan yang baik					

IV. Fasilitas

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
		5	4	3	2	1
	Kelengkapan, Kebersihan, Kerapihan, dan Keamanan Fasilitas					
1	Wahana yang ada di Taman Sarirasa <i>Waterpark</i> Sampang lengkap					
2	Fasilitas Umum lengkap dan bersih (Mushola, kamar mandi)					
3	Lingkungan Taman Sarirasa <i>Waterpark</i> Sampang bersih					
4	Keamanan fasilitas permainan anak, kolam renang, dan wahana wisata Taman Sarirasa <i>Waterpark</i> Sampang terjamin karena disetiap sisinya ada penjaganya					
5	Tersedia banyak tempat makan					
	Kemudahan					
6	Tempat berteduh mudah ditemukan dimanapun kita berjalan dan membuat nyaman					
7	Tempat parkir luas dan aksesnya mudah					
	Kondisi dan Fungsi Fasilitas					
8	Semua fasilitas permainan anak, kolam renang, dan wahana wisata Taman Sarirasa <i>Waterpark</i> Sampang masih berfungsi dengan baik					
9	Kondisi fasilitas permainan anak dan wahana wisata di Taman Sarirasa <i>Waterpark</i> Sampang baik					

V. Harga Tiket Masuk Objek Wisata

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
		5	4	3	2	1
	Penetapan Harga					
1	Harga tiket masuk Taman Sarirasa <i>Waterpark</i> Sampang lebih terjangkau dari harga tiket masuk objek wisata lain					
2	Harga tiket masuk Taman Sarirasa <i>Waterpark</i> Sampang sesuai dengan fasilitas yang ada					
3	Lebih memilih berkunjung ke Taman Sarirasa <i>Waterpark</i> Sampang dari pada objek wisata lain meskipun harga tiket naik saat hari libur karena harga masih terjangkau					

4	Lebih memilih objek wisata Taman Sarirasa <i>Waterpark</i> Sampang meski harga tiket masuk lebih mahal dari objek wisata lain karena fasilitas di Taman Sarirasa <i>Waterpark</i> Sampang lebih lengkap					
	Cara Pembayaran					
5	Proses pembayaran tiket masuk Taman Sarirasa <i>Waterpark</i> Sampang mudah					
6	Karyawan memberikan pelayanan yang baik dan cepat saat proses pembayaran					
	Potongan Harga					
7	Objek wisata Taman Sarirasa <i>Waterpark</i> Sampang memberikan potongan harga bagi pengunjung yang usianya dibawah 3 tahun					

VI. Keputusan Pemilihan

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
		5	4	3	2	1
	Kebutuhan					
1	Rutinitas padat yang mempengaruhi keputusan berkunjung untuk kebutuhan rekreasi					
2	Berwisata sudah menjadi kebutuhan hidup					
3	Taman Sarirasa <i>Waterpark</i> Sampang dibutuhkan untuk mengisi waktu libur					
	Evaluasi Alternatif					
4	Keputusan berkunjung ke Taman Sarirasa <i>Waterpark</i> Sampang dipengaruhi oleh jarak tempuh dari rumah yang tidak terlalu jauh					
5	Keputusan berkunjung ke Taman Sarirasa <i>Waterpark</i> Sampang dipengaruhi oleh fasilitas wahana bermain yang banyak					
6	Keputusan berkunjung ke Taman Sarirasa <i>Waterpark</i> Sampang dipengaruhi oleh biaya yang dikeluarkan tidak terlalu banyak					
7	Keputusan berkunjung ke Taman Sarirasa <i>Waterpark</i> Sampang dipengaruhi oleh adanya nuansa alam, berbeda dengan objek wisata kolam renang yang lain					
	Pencarian Informasi					
8	Mengetahui Taman Sarirasa <i>Waterpark</i> Sampang dari iklan di baliho					
9	Mengetahui Taman Sarirasa <i>Waterpark</i> Sampang dari orang dekat seperti tetangga/keluarga/teman					

	Pembelian					
10	Objek wisata Taman Sarirasa <i>Waterpark</i> Sampang merupakan tempat wisata yang sesuai dengan kebutuhan wisata saya karena memiliki fasilitas yang bagus, lokasinya mudah dijangkau, dan biaya yang dikeluarkan juga terjangkau					
	Perilaku Pasca Pembelian					
11	Saya merasa puas dan akan melakukan kunjungan ulang ke Taman Sarirasa <i>Waterpark</i> Sampang ini					
12	Saya akan merekomendasikan kepada kerabat, teman-teman dan orang lain tentang keunggulan objek wisata Taman Sarirasa <i>Waterpark</i> Sampang					

Lampiran.2 Hasil Data Responden

No. Resp.	Pendapatan (X1)							Biaya Perjalanan (X2)							
	Nomor Pernyataan					Jumlah Skor	Rata ²	Nomor Pernyataan						Jumlah Skor	Rata ²
	1	2	3	4	5			1	2	3	4	5	6		
1	4	2	4	5	4	19	3,8	4	4	3	4	4	3	22	3,667
2	4	5	4	4	5	22	4,4	4	5	4	4	4	4	25	4,167
3	4	4	5	4	4	21	4,2	5	4	5	5	4	4	27	4,5
4	4	4	4	4	5	21	4,2	4	3	1	1	1	2	12	2
5	2	2	2	2	4	12	2,4	4	4	4	4	4	4	24	4
6	4	4	4	2	3	17	3,4	4	4	4	4	4	4	24	4
7	4	5	4	4	4	21	4,2	4	4	5	4	4	4	25	4,167
8	3	4	3	3	4	17	3,4	3	3	2	2	3	4	17	2,833
9	4	4	5	4	4	21	4,2	5	4	4	5	5	4	27	4,5
10	5	5	4	5	5	24	4,8	5	5	4	4	5	4	27	4,5
11	4	4	5	4	4	21	4,2	5	5	5	5	5	5	30	5
12	2	3	3	2	2	12	2,4	4	4	5	5	5	5	28	4,667
13	1	1	2	1	1	6	1,2	1	4	3	5	1	5	19	3,167
14	4	5	5	4	4	22	4,4	3	3	4	4	5	5	24	4
15	4	2	2	4	4	16	3,2	4	3	4	5	4	4	24	4
16	3	3	3	4	3	16	3,2	4	3	2	1	1	4	15	2,5
17	5	5	5	4	4	23	4,6	4	4	4	5	5	4	26	4,333
18	3	3	3	4	3	16	3,2	4	4	1	1	2	4	16	2,667
19	2	5	5	5	4	21	4,2	3	2	4	5	5	5	24	4
20	3	3	3	4	3	16	3,2	4	4	1	1	2	4	16	2,667
21	3	3	3	4	3	16	3,2	3	2	1	1	2	4	13	2,167
22	4	4	4	4	2	18	3,6	4	4	4	5	4	3	24	4
23	5	4	4	2	4	19	3,8	4	4	4	4	4	4	24	4
24	4	3	4	4	4	19	3,8	4	4	5	5	4	4	26	4,333
25	2	4	4	4	5	19	3,8	5	5	5	4	5	5	29	4,833
26	2	2	3	4	4	15	3	2	2	3	3	4	4	18	3
27	2	2	3	4	4	15	3	2	4	4	4	4	4	22	3,667
28	2	2	2	2	2	10	2	4	3	4	4	4	4	23	3,833
29	5	3	5	4	3	20	4	3	3	4	4	4	3	21	3,5
30	2	4	4	4	4	18	3,6	4	4	5	5	5	5	28	4,667

31	5	4	4	4	5	22	4,4	4	3	5	4	4	5	25	4,167
32	5	4	4	4	3	20	4	4	3	5	4	4	5	25	4,167
33	4	3	3	3	3	16	3,2	4	4	4	4	4	3	23	3,833
34	4	4	5	3	2	18	3,6	5	4	3	3	4	2	21	3,5
35	4	5	4	4	5	22	4,4	4	2	2	4	4	2	18	3
36	4	5	5	3	4	21	4,2	5	4	3	3	4	4	23	3,833
37	5	3	4	5	3	20	4	4	4	4	5	4	5	26	4,333
38	5	5	4	5	4	23	4,6	5	4	3	5	5	4	26	4,333
39	4	4	3	3	2	16	3,2	4	2	1	2	3	2	14	2,333
40	5	5	4	5	5	24	4,8	4	2	4	4	4	2	20	3,333
41	2	5	5	2	4	18	3,6	1	2	3	2	3	4	15	2,5
42	2	5	4	5	5	21	4,2	4	4	4	4	4	5	25	4,167
43	1	1	3	2	2	9	1,8	1	3	3	5	3	4	19	3,167
44	5	5	5	5	4	24	4,8	4	4	5	5	5	4	27	4,5
45	2	5	5	2	5	19	3,8	1	1	3	5	4	5	19	3,167
46	5	5	5	4	2	21	4,2	3	3	4	4	4	4	22	3,667
47	2	2	2	4	2	12	2,4	4	4	4	4	4	4	24	4
48	2	2	3	4	4	15	3	4	4	5	4	3	4	24	4
49	2	2	3	4	3	14	2,8	5	5	5	4	4	4	27	4,5
50	5	3	2	4	4	18	3,6	4	4	5	5	5	5	28	4,667
51	3	2	2	4	3	14	2,8	2	3	4	4	3	4	20	3,333
52	4	3	3	4	4	18	3,6	4	4	4	4	4	4	24	4
53	5	3	3	4	4	19	3,8	4	4	4	5	5	4	26	4,333
54	4	2	2	4	2	14	2,8	4	4	4	4	4	4	24	4
55	5	4	4	4	3	20	4	4	4	2	2	3	4	19	3,167
56	4	2	2	4	2	14	2,8	4	4	4	4	4	4	24	4
57	4	3	3	4	4	18	3,6	4	4	4	5	5	4	26	4,333
58	1	1	1	1	1	5	1	2	2	4	3	3	4	18	3
59	5	4	4	3	3	19	3,8	5	2	1	2	3	2	15	2,5
60	5	5	4	5	5	24	4,8	5	5	4	4	5	4	27	4,5
61	3	3	3	4	3	16	3,2	4	3	2	1	2	4	16	2,667
62	2	5	4	5	5	21	4,2	4	4	4	4	4	5	25	4,167
63	5	5	5	5	5	25	5	5	5	1	2	2	2	17	2,833
64	5	5	5	5	5	25	5	5	5	1	2	2	2	17	2,833
65	4	2	2	4	4	16	3,2	4	3	4	5	4	4	24	4
66	3	3	3	3	2	14	2,8	3	3	3	2	2	4	17	2,833

67	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	3	5	20	3,333
68	5	4	4	5	5	23	4,6	3	3	5	5	5	5	26	4,333
69	4	4	5	4	4	21	4,2	5	4	4	5	5	4	27	4,5
70	4	2	4	5	4	19	3,8	4	3	4	4	4	3	22	3,667
71	4	4	5	4	4	21	4,2	5	5	5	5	5	5	30	5
72	4	4	4	4	2	18	3,6	4	4	4	5	4	3	24	4
73	4	3	3	3	3	16	3,2	4	4	4	4	4	3	23	3,833
74	5	5	5	5	4	24	4,8	4	4	5	5	5	4	27	4,5
75	5	4	4	4	3	20	4	4	4	2	2	3	4	19	3,167

No. Resp.	Lama Perjalanan (X3)						Fasilitas (X4)										
	Nomor Pernyataan						Nomor Pernyataan										
	1	2	3	4	Jumlah Skor	Rata ²	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Jumlah Skor	Rata ²
1	3	3	3	4	13	3,25	4	4	2	3	5	5	5	4	1	33	3,667
2	4	4	4	5	17	4,25	4	4	4	4	4	4	4	5	4	37	4,111
3	5	4	4	5	18	4,5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	41	4,556
4	5	3	2	3	13	3,25	5	4	4	2	4	5	2	4	1	31	3,444
5	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	34	3,778
6	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	37	4,111
7	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4
8	4	2	2	4	12	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	35	3,889
9	5	5	4	4	18	4,5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	44	4,889
10	4	4	2	4	14	3,5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	44	4,889
11	5	5	4	5	19	4,75	5	5	5	5	5	5	5	4	4	43	4,778
12	5	5	5	5	20	5	2	3	4	3	4	4	4	4	3	31	3,444
13	3	5	3	5	16	4	1	2	3	4	1	1	5	3	1	21	2,333
14	2	5	5	5	17	4,25	5	5	5	5	5	4	4	3	3	39	4,333
15	4	2	2	4	12	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	33	3,667
16	2	1	1	3	7	1,75	2	4	4	3	4	5	4	4	4	34	3,778
17	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	43	4,778
18	2	1	1	3	7	1,75	2	4	4	3	4	5	4	4	4	34	3,778
19	5	5	5	5	20	5	5	5	4	4	5	5	5	3	3	39	4,333
20	2	1	1	3	7	1,75	2	4	4	3	4	5	4	4	4	34	3,778
21	2	1	1	3	7	1,75	2	4	4	3	4	5	4	4	4	34	3,778
22	4	4	5	5	18	4,5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	42	4,667
23	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	5	5	5	3	4	38	4,222
24	4	4	5	4	17	4,25	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35	3,889
25	5	5	5	5	20	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	38	4,222
26	4	4	3	4	15	3,75	3	4	4	4	4	4	4	5	4	36	4
27	4	4	3	3	14	3,5	3	4	4	4	4	4	4	3	4	34	3,778
28	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4
29	4	4	4	4	16	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	31	3,444
30	5	4	5	5	19	4,75	4	3	4	5	5	5	5	3	4	38	4,222
31	4	4	5	4	17	4,25	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35	3,889
32	4	4	5	4	17	4,25	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35	3,889

33	4	4	4	4	16	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	35	3,889
34	3	4	3	5	15	3,75	3	3	4	4	4	5	4	4	3		34	3,778
35	4	4	2	4	14	3,5	4	4	4	4	5	4	5	4	4		38	4,222
36	3	5	5	4	17	4,25	2	4	4	4	4	5	5	3	4		35	3,889
37	5	4	4	4	17	4,25	4	2	4	4	4	4	4	3	3		32	3,556
38	5	4	5	4	18	4,5	3	4	4	4	2	2	4	5	4		32	3,556
39	3	3	4	3	13	3,25	2	4	3	3	3	2	2	2	2		23	2,556
40	4	4	2	4	14	3,5	4	3	3	3	4	3	4	4	4		32	3,556
41	4	4	4	5	17	4,25	1	3	3	3	4	1	4	3	3		25	2,778
42	4	2	5	2	13	3,25	4	3	3	3	4	4	3	3	3		30	3,333
43	4	4	3	2	13	3,25	4	3	3	4	5	4	5	4	2		34	3,778
44	5	4	4	4	17	4,25	2	4	4	4	4	4	4	4	4		34	3,778
45	3	4	4	2	13	3,25	3	3	3	1	3	3	3	3	3		25	2,778
46	5	4	4	4	17	4,25	3	3	3	3	2	3	2	3	3		25	2,778
47	4	4	4	2	14	3,5	3	3	3	3	4	2	4	3	3		28	3,111
48	4	4	4	4	16	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3		34	3,778
49	5	5	5	5	20	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4		36	4
50	4	4	5	5	18	4,5	4	3	4	4	5	4	4	5	4		37	4,111
51	4	4	4	4	16	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4		34	3,778
52	4	4	4	4	16	4	3	4	4	4	4	4	4	2	3		32	3,556
53	5	2	5	4	16	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4		37	4,111
54	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		36	4
55	2	2	2	4	10	2,5	4	4	4	4	3	4	4	4	4		35	3,889
56	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		36	4
57	5	2	5	4	16	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4		37	4,111
58	4	3	4	4	15	3,75	2	2	2	3	4	4	5	1	1		24	2,667
59	3	3	4	3	13	3,25	2	4	3	3	3	2	2	2	2		23	2,556
60	4	4	2	4	14	3,5	5	4	5	5	5	5	5	5	5		44	4,889
61	2	1	1	3	7	1,75	2	4	4	3	4	5	4	4	4		34	3,778
62	4	2	5	2	13	3,25	4	3	3	3	4	4	3	3	3		30	3,333
63	1	1	1	5	8	2	5	5	5	5	3	4	5	4	4		40	4,444
64	1	1	1	5	8	2	5	5	5	5	3	4	5	3	3		38	4,222
65	4	2	2	4	12	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3		33	3,667
66	4	4	4	3	15	3,75	3	3	3	3	4	3	4	3	3		29	3,222
67	4	3	2	3	12	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3		28	3,111
68	5	3	5	3	16	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3		30	3,333

69	5	5	4	4	18	4,5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	44	4,889
70	4	4	2	3	13	3,25	4	4	2	3	5	5	4	5	1	33	3,667
71	5	5	4	5	19	4,75	5	5	5	5	5	5	5	4	4	43	4,778
72	4	4	5	5	18	4,5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	42	4,667
73	4	4	4	4	16	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35	3,889
74	5	4	4	4	17	4,25	2	4	4	4	4	4	4	4	4	34	3,778
75	2	2	2	4	10	2,5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	35	3,889

Harga Tiket Masuk Objek Wisata (X5)										Keputusan Pemilihan (Y)												
Nomor Pernyataan										Nomor Pernyataan												
1	2	3	4	5	6	7	Jumlah Skor	Rata ²	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Jumlah Skor	Rata ²
5	3	4	3	5	5	5	30	4,286	4	4	4	4	3	3	5	3	4	4	4	4	46	3,833
5	4	5	4	4	4	5	31	4,429	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	50	4,167
5	4	5	3	4	4	5	30	4,286	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	55	4,583
5	3	4	3	5	4	5	29	4,143	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	54	4,5
3	3	3	3	4	3	5	24	3,429	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	40	3,333
3	4	4	4	4	3	5	27	3,857	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	43	3,583
4	4	2	2	4	4	4	24	3,429	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	4
3	4	4	4	4	3	3	25	3,571	3	4	4	4	4	3	4	2	4	4	4	5	45	3,75
4	4	4	2	5	5	5	29	4,143	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	50	4,167
5	4	4	4	4	4	4	29	4,143	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	54	4,5
5	5	5	5	5	5	5	35	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	57	4,75
3	3	3	3	4	3	5	24	3,429	4	3	4	4	3	4	3	2	4	3	4	3	41	3,417
1	5	3	5	2	5	2	23	3,286	1	2	3	5	5	4	5	2	4	5	2	1	39	3,25
2	4	4	4	4	3	4	25	3,571	4	3	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	52	4,333
4	4	3	3	4	4	4	26	3,714	5	4	4	2	2	2	4	4	2	4	4	4	41	3,417
3	3	2	3	4	3	4	22	3,143	3	5	4	2	3	3	3	2	4	3	4	4	40	3,333
4	4	5	5	5	5	5	33	4,714	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	55	4,583
3	3	2	3	4	3	4	22	3,143	3	5	4	2	3	3	3	2	4	3	5	4	41	3,417
4	3	4	4	4	4	3	26	3,714	5	3	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	50	4,167
3	3	2	3	4	3	4	22	3,143	3	5	4	2	3	3	3	2	3	3	5	4	40	3,333
3	3	2	3	4	3	4	22	3,143	3	5	4	2	3	3	3	2	4	3	4	4	40	3,333
5	4	4	4	4	5	4	30	4,286	3	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	50	4,167
3	4	3	3	4	4	5	26	3,714	5	5	4	4	4	4	5	2	5	3	3	3	47	3,917
3	4	3	3	4	4	4	25	3,571	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	42	3,5
4	4	4	4	5	4	5	30	4,286	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	50	4,167
3	4	3	3	4	4	4	25	3,571	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	42	3,5
3	3	3	3	4	4	3	23	3,286	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	44	3,667
3	4	2	2	4	4	4	23	3,286	4	4	3	4	4	3	3	2	4	3	3	3	40	3,333
3	3	3	3	3	4	4	23	3,286	4	5	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	45	3,75
4	4	3	3	4	4	5	27	3,857	5	4	3	4	4	5	5	3	5	4	3	3	48	4
4	4	3	4	4	4	4	27	3,857	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	48	4

4	4	3	4	4	4	4	27	3,857	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	48	4
3	4	3	3	4	4	4	25	3,571	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	46	3,833
4	4	3	2	4	5	5	27	3,857	3	4	4	3	3	4	4	4	5	5	5	48	4
4	4	4	5	4	2	4	27	3,857	4	4	4	5	5	5	4	2	2	4	4	47	3,917
5	4	2	2	4	5	4	26	3,714	4	5	4	4	2	4	5	4	4	3	4	48	4
4	4	3	2	4	4	4	25	3,571	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	49	4,083
4	3	2	3	4	4	3	23	3,286	2	1	3	4	4	4	3	1	4	4	4	38	3,167
3	3	2	1	4	4	4	21	3	2	2	2	3	3	2	2	2	4	3	2	30	2,5
4	4	4	4	4	3	4	27	3,857	4	3	5	4	4	4	3	4	4	3	2	43	3,583
2	3	1	1	5	4	5	21	3	5	2	4	4	4	4	4	5	5	4	3	48	4
4	4	2	2	3	4	5	24	3,429	5	2	5	3	3	3	4	5	5	5	3	46	3,833
3	4	2	3	4	3	3	22	3,143	2	1	2	2	3	4	2	2	4	2	1	28	2,333
4	4	5	3	5	4	5	30	4,286	4	2	3	5	4	4	4	5	5	4	5	49	4,083
3	3	3	3	4	4	3	23	3,286	4	5	5	3	5	5	4	3	3	3	3	47	3,917
4	4	3	3	4	4	4	26	3,714	3	1	2	4	3	4	3	4	4	4	3	39	3,25
3	4	3	3	4	2	4	23	3,286	4	3	3	4	4	4	3	2	4	3	3	40	3,333
3	4	3	4	4	4	4	26	3,714	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	45	3,75
5	5	4	4	5	5	5	33	4,714	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	46	3,833
4	4	3	4	5	5	5	30	4,286	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	53	4,417
2	3	3	3	4	4	4	23	3,286	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	42	3,5
4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	4
4	4	4	4	4	4	3	27	3,857	4	4	4	2	2	2	2	2	2	4	4	36	3
3	4	4	4	4	4	4	27	3,857	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	44	3,667
3	4	3	3	4	4	4	25	3,571	5	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	44	3,667
3	4	4	4	4	4	4	27	3,857	4	3	3	4	4	2	2	4	4	4	4	42	3,5
4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	2	2	2	2	2	4	3	3	35	2,917
1	3	2	2	3	3	5	19	2,714	1	1	1	4	3	3	3	1	4	2	3	29	2,417
3	3	2	1	4	4	4	21	3	2	2	3	3	2	2	2	2	4	3	2	30	2,5
5	4	4	4	4	4	4	29	4,143	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	54	4,5
3	3	2	3	4	3	4	22	3,143	3	5	4	2	3	3	3	2	4	3	4	40	3,333
4	4	2	2	3	4	5	24	3,429	5	2	5	3	3	3	4	5	5	5	3	46	3,833
5	5	4	4	5	5	5	33	4,714	5	5	4	1	4	2	4	5	2	5	5	47	3,917
5	5	4	4	5	5	5	33	4,714	5	5	4	1	4	2	4	5	2	5	5	47	3,917
4	4	3	3	4	4	4	26	3,714	5	4	4	2	2	2	4	4	2	3	3	38	3,167
2	2	3	3	3	3	4	20	2,857	2	2	2	4	3	1	3	3	4	3	3	33	2,75
2	3	3	3	3	3	4	21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	37	3,083

4	3	3	3	4	4	4	25	3,571	4	4	4	4	3	4	3	2	4	3	3	41	3,417
4	4	4	2	5	5	5	29	4,143	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	50	4,167
5	3	4	3	5	5	5	30	4,286	4	4	4	4	3	3	5	3	4	4	4	46	3,833
5	5	5	5	5	5	5	35	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	57	4,75
5	4	4	4	4	5	4	30	4,286	3	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	50	4,167
3	4	3	3	4	4	4	25	3,571	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	46	3,833
4	4	5	3	5	4	5	30	4,286	4	2	3	5	4	4	4	5	5	4	5	49	4,083
3	4	3	3	4	4	4	25	3,571	5	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	44	3,667

Lampiran.3 Rekapitulasi Hasil Data Responden

Variabel Pendapatan Individu

No.	Butir Pertanyaan	SS	S	RR	TS	STS	Mean
1	Pendapatan setiap bulan lebih dari Rp.4.500.000,00	21	27	9	15	3	3.6
2	Perusahaan sering memberikan bonus liburan apabila pekerja telah mencapai target	20	21	17	14	3	3.5
3	Perusahaan sering memberikan uang insentif atas prestasi pekerjaan	18	26	20	10	1	3.7
4	Pendapatan setiap bulan cukup untuk memenuhi kebutuhan primer	15	41	9	8	2	3.8
5	Sebagian pendapatan disisihkan untuk mengunjungi tempat wisata	14	30	17	12	2	3.6

Variabel Biaya Perjalanan

No.	Butir Pertanyaan	SS	S	RR	TS	STS	Mean
1	Biaya tiket masuk sudah terjangkau	15	43	9	4	4	3.8
2	Biaya makan di Taman Sarirasa <i>Waterpark</i> Sampang sudah terjangkau	9	38	18	9	1	3.6
3	Biaya transportasi yang dikeluarkan untuk perjalanan ke Taman Sarirasa <i>Waterpark</i> Sampang kurang dari Rp.50.000,00	16	34	11	6	8	3.6
4	Perjalanan dari rumah ke Taman Sarirasa <i>Waterpark</i> Sampang tidak membutuhkan biaya banyak	25	30	5	9	6	3.8

5	Lokasi wisata Taman Sarirasa <i>Waterpark</i> Sampang mudah dijangkau sehingga tidak membutuhkan biaya yang banyak	19	35	11	7	3	3.8
6	Transportasi untuk mengunjungi Taman Sarirasa <i>Waterpark</i> Sampang menggunakan kendaraan pribadi	17	43	7	8	0	3.9

Variabel Lama Perjalanan

No.	Butir Pertanyaan	SS	S	RR	TS	STS	Mean
1	Perjalanan dari rumah menuju Taman Sarirasa <i>Waterpark</i> Sampang tidak membutuhkan waktu yang lama	20	38	7	8	2	3.9
2	Alasan berkunjung ke Taman Sarirasa <i>Waterpark</i> Sampang adalah karena dekat dengan rumah	12	40	7	9	7	3.5
3	Lama perjalanan yang ditempuh kurang dari 30 menit	20	30	6	12	7	3.6
4	Aksestabilitas menuju Taman Sarirasa <i>Waterpark</i> Sampang dapat dijangkau dengan jenis transportasi darat apapun karena kondisi jalan yang baik	16	38	13	5	0	3.9

Variabel Fasilitas

No.	Butir Pertanyaan	SS	S	RR	TS	STS	Mean
1	Wahana yang ada di Taman Sarirasa <i>Waterpark</i> Sampang lengkap	18	32	11	12	2	3.7
2	Fasilitas Umum lengkap dan bersih (Mushola, kamar mandi)	13	35	24	3	0	3.8
3	Lingkungan Taman Sarirasa <i>Waterpark</i> Sampang bersih	12	45	15	3	0	3.9
4	Keamanan fasilitas permainan anak, kolam renang, dan wahana wisata Taman Sarirasa <i>Waterpark</i> Sampang terjamin karena disetiap sisinya ada penjaganya	14	35	24	1	1	3.8
5	Tersedia banyak tempat makan	17	47	8	2	1	4
6	Tempat berteduh mudah ditemukan dimanapun kita berjalan dan membuat nyaman	21	41	7	4	2	4
7	Tempat parker luas dan aksesnya mudah	21	46	4	4	0	4.1
8	Semua fasilitas permainan anak, kolam renang, dan wahana wisata Taman Sarirasa <i>Waterpark</i> Sampang masih berfungsi dengan baik	11	40	20	3	1	3.8
9	Kondisi fasilitas permainan anak dan wahana wisata di Taman Sarirasa <i>Waterpark</i> Sampang baik	3	43	21	3	5	3.5

Variabel Harga Tiket Masuk Objek Wisata

No.	Butir Pertanyaan	SS	S	RR	TS	STS	Mean
1	Harga tiket masuk Taman Sarirasa <i>Waterpark</i> Sampang lebih terjangkau dari harga tiket masuk objek wisata lain	15	26	27	5	2	3.6
2	Harga tiket masuk Taman Sarirasa <i>Waterpark</i> Sampang sesuai dengan fasilitas yang ada	6	46	22	1	0	3.8
3	Lebih memilih berkunjung ke Taman Sarirasa <i>Waterpark</i> Sampang dari pada objek wisata lain meskipun harga tiket naik saat hari libur karena harga masih terjangkau	7	24	28	15	1	3.3
4	Lebih memilih objek wisata Taman Sarirasa <i>Waterpark</i> Sampang meski harga tiket masuk lebih mahal dari objek wisata lain karena fasilitas di Taman Sarirasa <i>Waterpark</i> Sampang lebih lengkap	5	23	34	10	3	3.2
5	Proses pembayaran tiket masuk Taman Sarirasa <i>Waterpark</i> Sampang mudah	16	52	6	1	0	4.1
6	Karyawan memberikan pelayanan yang baik dan cepat saat proses pembayaran	16	42	15	2	0	4
7	Objek wisata Taman Sarirasa <i>Waterpark</i> Sampang memberikan potongan harga bagi pengunjung yang usianya dibawah 3 tahun	27	40	7	1	0	4.2

Variabel Keputusan Pemilihan

No.	Butir Pertanyaan	SS	S	RR	TS	STS	Mean
1	Rutinitas padat yang mempengaruhi keputusan berkunjung untuk kebutuhan rekreasi	14	40	14	5	2	3.8
2	Berwisata sudah menjadi kebutuhan hidup	20	32	10	9	4	3.7
3	Taman Sarirasa <i>Waterpark</i> Sampang dibutuhkan untuk mengisi waktu libur	14	38	18	4	1	3.8
4	Keputusan berkunjung ke Taman Sarirasa <i>Waterpark</i> Sampang dipengaruhi oleh jarak tempuh dari rumah yang tidak terlalu jauh	11	41	11	10	2	3.7
5	Keputusan berkunjung ke Taman Sarirasa <i>Waterpark</i> Sampang dipengaruhi oleh fasilitas wahana bermain yang banyak	8	33	28	6	0	3.6
6	Keputusan berkunjung ke Taman Sarirasa <i>Waterpark</i> Sampang dipengaruhi oleh biaya yang dikeluarkan tidak terlalu banyak	12	35	18	9	1	3.6
7	Keputusan berkunjung ke Taman Sarirasa <i>Waterpark</i> Sampang dipengaruhi oleh adanya nuansa alam, berbeda dengan objek wisata kolam renang yang lain	10	36	23	6	0	3.7
8	Mengetahui Taman Sarirasa <i>Waterpark</i> Sampang dari iklan di baliho	10	29	16	18	2	3.4
9	Mengetahui Taman Sarirasa <i>Waterpark</i> Sampang dari orang dekat seperti tetangga/ keluarga / teman	15	52	2	6	0	4

10	Objek wisata Taman Sarirasa <i>Waterpark</i> Sampang merupakan tempat wisata yang sesuai dengan kebutuhan wisata saya karena memiliki fasilitas yang bagus, lokasinya mudah dijangkau, dan biaya yang dikeluarkan juga terjangkau	16	33	24	2	0	3.8
11	Saya merasa puas dan akan melakukan kunjungan ulang ke Taman Sarirasa <i>Waterpark</i> Sampang ini	18	30	22	4	1	3.8
12	Saya akan merekomendasikan kepada kerabat, teman-teman dan orang lain tentang keunggulan objek wisata Taman Sarirasa <i>Waterpark</i> Sampang	10	42	22	0	1	3.8

Lampiran.4 Hasil Output SPSS

Correlations

		X11	X12	X13	X14	X15	Jumlah
X11	Pearson Correlation	1	.470**	.425**	.485**	.278*	.715**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.016	.000
	N	75	75	75	75	75	75
X12	Pearson Correlation	.470**	1	.790**	.369**	.550**	.846**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.001	.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75
X13	Pearson Correlation	.425**	.790**	1	.358**	.459**	.799**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.002	.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75
X14	Pearson Correlation	.485**	.369**	.358**	1	.524**	.704**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.002		.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75
X15	Pearson Correlation	.278*	.550**	.459**	.524**	1	.730**
	Sig. (2-tailed)	.016	.000	.000	.000		.000
	N	75	75	75	75	75	75
Jumlah	Pearson Correlation	.715**	.846**	.799**	.704**	.730**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	75	75	75	75	75	75

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Hasil Uji Validitas Variabel Pendapatan Individu

Correlations

		X21	X22	X23	X24	X25	X26	Jumlah
X21	Pearson Correlation	1	.594**	.080	.022	.286*	-.237*	.403**
	Sig. (2-tailed)		.000	.494	.853	.013	.041	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75
X22	Pearson Correlation	.594**	1	.290*	.222	.242*	.114	.570**
	Sig. (2-tailed)	.000		.012	.055	.036	.329	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75
X23	Pearson Correlation	.080	.290*	1	.806**	.734**	.518**	.873**
	Sig. (2-tailed)	.494	.012		.000	.000	.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75
X24	Pearson Correlation	.022	.222	.806**	1	.775**	.369**	.827**
	Sig. (2-tailed)	.853	.055	.000		.000	.001	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75
X25	Pearson Correlation	.286*	.242*	.734**	.775**	1	.323**	.852**
	Sig. (2-tailed)	.013	.036	.000	.000		.005	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75
X26	Pearson Correlation	-.237*	.114	.518**	.369**	.323**	1	.499**
	Sig. (2-tailed)	.041	.329	.000	.001	.005		.000
	N	75	75	75	75	75	75	75
Jumlah	Pearson Correlation	.403**	.570**	.873**	.827**	.852**	.499**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	75	75	75	75	75	75	75

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Hasil Uji Validitas Variabel Biaya Perjalanan

Correlations

		X31	X32	X33	X34	Jumlah
X31	Pearson Correlation	1	.611**	.621**	.168	.793**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.150	.000
	N	75	75	75	75	75
X32	Pearson Correlation	.611**	1	.629**	.400**	.873**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	75	75	75	75	75
X33	Pearson Correlation	.621**	.629**	1	.241*	.849**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.037	.000
	N	75	75	75	75	75
X34	Pearson Correlation	.168	.400**	.241*	1	.531**
	Sig. (2-tailed)	.150	.000	.037		.000
	N	75	75	75	75	75
Jumlah	Pearson Correlation	.793**	.873**	.849**	.531**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	75	75	75	75	75

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Hasil Uji Validitas Lama Perjalanan

Y17	Pearson Correlation	.393**	.326**	.410**	.380**	.449**	.479**	1	.435**	.209	.507**	.401**	.302**	.735**
	Sig. (2-tailed)	.000	.004	.000	.001	.000	.000		.000	.072	.000	.000	.008	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Y18	Pearson Correlation	.558**	.068	.404**	.236*	.279*	.224	.435**	1	.180	.579**	.363**	.376**	.662**
	Sig. (2-tailed)	.000	.560	.000	.042	.015	.053	.000		.122	.000	.001	.001	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Y19	Pearson Correlation	-.016	-.202	.004	.488**	.216	.432**	.209	.180	1	.165	-.016	-.071	.312**
	Sig. (2-tailed)	.895	.082	.971	.000	.062	.000	.072	.122		.158	.893	.545	.006
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Y110	Pearson Correlation	.306**	.132	.493**	.242*	.452**	.322**	.507**	.579**	.165	1	.554**	.397**	.705**
	Sig. (2-tailed)	.008	.259	.000	.036	.000	.005	.000	.000	.158		.000	.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Y111	Pearson Correlation	.238*	.465**	.415**	.087	.254*	.229*	.401**	.363**	-.016	.554**	1	.680**	.652**
	Sig. (2-tailed)	.040	.000	.000	.456	.028	.048	.000	.001	.893	.000		.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Y112	Pearson Correlation	.262*	.445**	.375**	.015	.253*	.173	.302**	.376**	-.071	.397**	.680**	1	.581**
	Sig. (2-tailed)	.023	.000	.001	.896	.029	.138	.008	.001	.545	.000	.000		.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Jumlah	Pearson Correlation	.565**	.497**	.678**	.478**	.634**	.662**	.735**	.662**	.312**	.705**	.652**	.581**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.006	.000	.000	.000	
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pemilihan

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pendapatan Individu

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.815	5

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Biaya Perjalanan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.773	6

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Lama Perjalanan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.773	4

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Fasilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.858	9

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.780	7

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pemilihan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.830	12

Hasil Uji Normalitas

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	2.5973	4.6216	3.7222	.42499	75
Residual	-.95173	.64451	.00000	.31748	75
Std. Predicted Value	-2.647	2.116	.000	1.000	75
Std. Residual	-2.895	1.960	.000	.966	75

a. Dependent Variable: Keputusan Pemilihan

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Standardized Residual
N		75
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.96562541
Most Extreme Differences	Absolute	.127
	Positive	.072
	Negative	-.127
Kolmogorov-Smirnov Z		1.101
Asymp. Sig. (2-tailed)		.177

a. Test distribution is Normal.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.280	5	.056	2.006	.089 ^a
	Residual	1.923	69	.028		
	Total	2.203	74			

a. Predictors: (Constant), LNHarga Tiket Masuk Objek Wisata, LNLama Perjalanan, LNPendapatan Individu, LNFasilitas, LNBiaya Perjalanan

b. Dependent Variable: U2

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.487	.198		2.456	.017
	LNPendapatan Individu	.074	.082	.122	.899	.372
	LNBiaya Perjalanan	-.180	.155	-.220	-1.161	.250
	LNLama Perjalanan	.138	.108	.216	1.273	.207
	LNFacilitas	-.310	.179	-.286	-1.732	.088
	LNHarga Tiket Masuk Objek Wisata	-.008	.221	-.006	-.037	.971

a. Dependent Variable: U2

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	.0014	.2905	.0994	.06147	75
Residual	-.14222	.84640	.00000	.16121	75
Std. Predicted Value	-1.595	3.109	.000	1.000	75
Std. Residual	-.852	5.070	.000	.966	75

a. Dependent Variable: U2

Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.473	.305		1.552	.125		
	Pendapatan Individu	.205	.056	.320	3.661	.000	.679	1.473
	Biaya Perjalanan	-.064	.090	-.088	-.711	.480	.342	2.923
	Lama Perjalanan	.146	.069	.232	2.106	.039	.429	2.328
	Fasilitas	.256	.096	.278	2.683	.009	.482	2.074
	Harga Tiket Masuk Objek Wisata	.325	.116	.317	2.790	.007	.403	2.484

a. Dependent Variable: Keputusan Pemilihan

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions					
				(Constant)	Pendapatan Individu	Biaya Perjalanan	Lama Perjalanan	Fasilitas	Harga Tiket Masuk Objek Wisata
1	1	5.901	1.000	.00	.00	.00	.00	.00	.00
	2	.052	10.691	.00	.27	.03	.17	.00	.00
	3	.022	16.503	.18	.59	.01	.11	.09	.01
	4	.013	21.180	.49	.04	.22	.15	.17	.01
	5	.008	27.987	.32	.01	.70	.46	.13	.14
	6	.006	32.678	.01	.10	.03	.11	.60	.83

a. Dependent Variable: Keputusan Pemilihan

Hasil Analisis Regresi Berganda

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.801 ^a	.642	.616	.32878

a. Predictors: (Constant), Harga Tiket Masuk Objek Wisata, Lama Perjalanan, Pendapatan Individu, Fasilitas, Biaya Perjalanan

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	13.365	5	2.673	24.729	.000 ^a
	Residual	7.459	69	.108		
	Total	20.824	74			

b. Predictors: (Constant), Harga Tiket Masuk Objek Wisata, Lama Perjalanan, Pendapatan Individu, Fasilitas, Biaya Perjalanan

b. Dependent Variable: Keputusan Pemilihan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.473	.305		1.552	.125
	Pendapatan Individu	.205	.056	.320	3.661	.000
	Biaya Perjalanan	-.064	.090	-.088	-.711	.480
	Lama Perjalanan	.146	.069	.232	2.106	.039
	Fasilitas	.256	.096	.278	2.683	.009
	Harga Tiket Masuk Objek Wisata	.325	.116	.317	2.790	.007

a. Dependent Variable: Keputusan Pemilihan

Lampiran.5 Dokumentasi Ijin Observasi kepada Manager



Lampiran.6 Dokumentasi Pembagian Kuesioner kepada Pengunjung





Lampiran.7

BIODATA PENULIS

Penulis dilahirkan di Cilacap pada tanggal 20 September 1996 sebagai anak ke tiga dari 4 bersaudara dari pasangan Bapak Sam'an dan Ibu Siti Maryam. Saat ini bertempat tinggal di Jalan Gerilya No. 18 RT 01 RW 05, Karangjati, Desa Karangjati, Kecamatan Sampang, Kabupaten Cilacap. Pendidikan yang ditempuh TK Pertiwi Karangjati, MI Darwata Karangjati 01 lulus tahun 2008, kemudian Mts Al-Mukarromah Sampang lulus pada tahun 2011, selanjutnya MAN 1 Cilacap lulus pada tahun 2014. Dan selanjutnya penulis diterima di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Nahdlatul Ulama Al-Ghazali Cilacap.

Selama mengikuti kuliah di Fakultas Ekonomi UNUGHA, penulis pernah menjadi Wakil Gubernur FE pertama untuk periode 2017-2018. Dan aktif di organisasi PMII (Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia).