

PENGARUH PENGEMBANGAN ATRIBUT PRODUKWISATA TERHADAP  
KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI TAMAN MARGA SATWA BUDAYA  
KINANTAN BUKITTINGGI

TRISKA FEBRIANTI

171000293301005



**PROGRAM STUDI USAHA PERJALANAN WISATA**  
**FAKULTAS PARIWISATA**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA BARAT**

**2021**

**PENGARUH PENGEMBANGAN ATRIBUT PRODUK WISATA  
TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI TAMAN MARGA  
SATWA BUDAYA KINANTAN BUKITTINGGI**

**Proyek Akhir Ini Diajukan  
Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar  
Sarjana Terapan Pariwisata**



Oleh

TRISKA FEBRIANTI

171000293301005

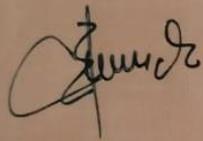
**PROYEK AKHIR USAHA PERJALANAN WISATA  
FAKULTAS PARIWISATA  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA BARAT  
2021**

## PERNYATAAN PERSETUJUAN SIDANG PROYEK AKHIR

Proyek Akhir ini telah diperiksa, disetujui, dan disahkan oleh Tim Pembimbing untuk selanjutnya di pertanggungjawabkan pada Sidang Proyek Akhir Fakultas Pariwisata Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.

Bukittinggi, 12 September 2021

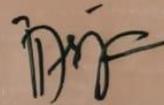
Pembimbing I,



**Winda Diana M.Par**

**NIDN. 1009058801**

Pembimbing II

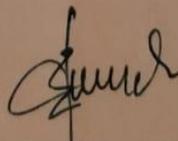


**Dewi Anggraini S.E, M.M**

**NIDN.10260667401**

Menyetujui :

Ketua Program Studi Perhotelan



**Winda Diana M.Par**

**NIDN. 100908801**

## PERNYATAAN PENGESAHAN SIDANG PROYEK AKHIR

Tim Penguji Sidang Proyek Akhir Mahasiswa Program Studi Perhotelan Fakultas  
Pariwisata Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat, Menyatakan bahwa  
Proyek Akhir yang Diajukan oleh :

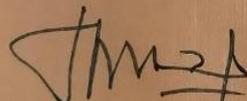
Nama : Triska Febrianti  
NIM : 171000293301005  
Judul : Pengaruh Pengembangan atribut produk wisata  
terhadap keputusan berkunjung

Telah berhasil dipertahankan dihadapan tim penguji dan diterima sebagai syarat  
untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan Pariwisata pada Program Studi  
Perhotelan Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat

Bukittinggi, 12 September 2021

Penguji I,

Penguji II



Moch Abdi S.E, MM  
NIDN.1006068002



Wina Asty S.Pd, MM.Par  
NIDN. 1019048301

Menyetujui :  
Dekan,



Rozi Yuliani, S.ST.Par.MM  
NIDN. 1031078602

## **FAKULTAS PARIWISATA**

### **PROGRAM STUDI USAHA PERJALANAN WISATA**

**Proyek Akhir , September 2021**

#### **Pengaruh Pengembangan Kualitas Atribut Produk Terhadap Keputusan Berkunjung Di Taman Marga Satwa Budaya Kinantan Bukittinggi**

##### **ABSTRAK**

**Triska Febrianti ( 2021 )**, Dilihat dari kondisi yang terjadi di taman marga satwa tersebut diduga bahwa atribut produk wisata yang ada menjadi unsur yang sangat penting dalam menciptakan keputusan berkunjung oleh wisatawan. Keputusan wisatawan untuk melakukan kunjungan ke taman marg satwa budaya kinantan ini terjadi karena faktor daya tarik wisata yang disuguhkannya sangat menarik dan fasilitas yang tersedianya pun sangat menunjang.

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif asosiatif ,dimana variabel bebas dan variabel terikat menjadi variabel penelitian .sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang wisatawan. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling*. Untuk melihat hubungan antar variabel digunakan uji statistik.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara bersama – sama atraksi wisata, amenitas dan aksesibilitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung, ini membuktikan bahwa pengembangan atribut produk wisata dapat meningkatkan jumlah kunjungan terhadap objek wisata tersebut.Dari penelitian ini menyatakan bahwa amenitas merupakan variabel yang dominan mempengaruhi keputusan berkunjung.

Maka dapat disimpulkan atraksi wisata, amenitas dan aksesibilitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung, ini membuktikan bahwa pengembangan atribut produk wisata dapat meningkatkan jumlah kunjungan terhadap objek wisata tersebut.Dari penelitian ini menyatakan bahwa amenitas merupakan variabel yang dominan mempengaruhi keputusan berkunjung

Kunci : Atraksi Wisata , Amenitas , aksesibilitas dan keputusan berkunjung

**FACULTY OF TOURISM  
TOURISM TRAVEL BUSINESS STUDY PROGRAM**

**Final Project, September 2021**

**The Influence of Product Attribute Quality Development on Decisions to Visit  
the Kinantan Bukittinggi Cultural Wildlife Park**

**ABSTRACT**

*Triska Febrianti (2021), Judging from the conditions that occur in the wildlife park, it is suspected that the attributes of existing tourism products are very important elements in making visiting decisions by tourists. The decision of tourists to visit the Kinantan cultural animal marg park occurs because the tourist attraction it offers is very interesting and the facilities available are very supportive.*

*This type of research is quantitative associative, where the independent variable and the dependent variable become research variables. The sample in this study was 100 tourists. Sampling was done by purposive sampling technique. To see the relationship between variables used statistical tests.*

*The results of this study indicate that together tourist attractions, amenities and accessibility have a positive and significant influence on visiting decisions, this proves that the development of tourism product attributes can increase the number of visits to these tourist objects. dominant influence the decision to visit.*

*So it can be concluded that tourist attractions, amenities and accessibility have a positive and significant influence on visiting decisions, this proves that the development of tourism product attributes can increase the number of visits to these tourist objects.*

**Key: Tourist Attractions, Amenities, accessibility and visiting decisions**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Triska Febrianti

Nim : 171000293301005

Dengan ini menyatakan bahwa Proyek Akhir saya yang berjudul **Pengaruh Pengembangan Atribut Produk Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Di Taman Marga Satwa Budaya Kinantan Bukittinggi** adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber yang saya kutip langsung maupun tidak langsung ataupun yang dirujuk adalah benar. Jika ternyata dikemudian hari dinyatakan karya saya ini merupakan hasil dari mencontoh (plagiat) sebagian atau keseluruhan dari karya ini maka saya bersedia diproses sesuai dengan hukum dan perundang-undangan yang berlaku di Negara Republik Indonesia.

Bukittinggi, 12 September 2021

Saya yang Menyatakan



Triska Febrianti

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI PROYEK  
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Fakultas Pariwisata Universitas Muhammadiyah  
Sumatera Barat, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Triska Febrianti  
Nim : 171000293302012  
Program Studi : usaha perjalanan wisata  
Jenis Karya Ilmiah : Proyek Akhir  
Demi pemngembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan

kepada Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat Hak Bebas Royalti  
Noneksklusif (Non exclusive Royalty Free Right) atas proyek akhir saya yang  
berjudul :

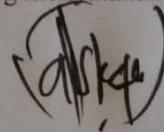
**“ Pengaruh pengembangan atribut produk wisata terhadap keputusan  
berkunjung di taman marga satwa budaya kinantan bukittinggi “ “**

Dengan demikian Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat berhak  
menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data  
(database), merawat dan mempublikasikan proyek akhir selama tetap  
mencantumkan pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Bukittinggi

Pada Tanggal : 12 September 2021

Saya yang menyatakan



Triska febrianti

## RIWAYAT HIDUP

Triska Febrianti dilahirkan di Tanjung Alam , 22 Januari 1998 adalah putri ke tiga dari lima bersaudara dari pasangan orang tua Fauzi dan Syafrida

Penulis menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar Negeri (SDN) 03 Tanjung Alam pada tahun 2011, Sekolah Menengah Pertama Negeri (SMPN) 01 Tanjung Alam pada tahun 2014 dan Sekolah Menengah Kejuruan Negeri (SMKN) 01 Tanjung Baru pada tahun 2017. Pada tahun itu penulis diterima di jurusan usaha perjalanan wisata Fakultas Pariwisata Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.

Triska Febrianti



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT. atas tersusunnya Proyek Akhir ini dengan judul ““Pengaruh Pengembangan Kualitas Atribut Produk Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung di Taman Marga Satwa Budaya Kinantan Bukittinggi ” ini dengan baik dan lancar. Proyek Akhir ini disusun untuk memenuhi syarat akhir untuk menempuh gelar Sarjana Terapan Pariwisata (S.Tr.Par) pada Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.

Penulis bersyukur telah menyelesaikan karya tulis ini walaupun berbagai hambatan dan kesulitan selama menyelesaikan. Namun karena bantuan dan dorongan dari semua pihak, akhirnya dapat menyelesaikannya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah membantu terutama kepada :

1. Dr. Riki Saputra, MA, Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat
2. Rozi Yuliani, S.ST.Par, MM, Dekan Fakultas Pariwisata UM SUMBAR
3. Winda Diana M.Par, Katua Program Studi Perhotelan dan Pembimbing I Materi dan Teknis
4. Dewi Anggraini , S.E M.M, Pembimbing II Materi dan Teknis
5. Rahmat Aris S.E M.M, Dosen Pembimbing Akademik
6. Ibunda, ayahanda, serta seluruh saudaraku yang telah banyak memberikan dorongan baik secara moril maupun materil.

7. Semua pihak yang telah membantu hingga terpenuhinya tugas Proyek Akhir ini.

Semga bermanfaat bagi semua.

Bukittinggi, september 2021

Penulis



## DAFTAR ISI

Kata Pengantar .....	i
Daftar Isi .....	iii
Daftar Gambar .....	vii
Daftar Tabel .....	viii
Bab I Pendahuluan .....	1
1.1 Latar Belakang .....	5
1.2 Identifikasi Masalah .....	6
1.3 Rumusan Masalah .....	6
1.4 Batasan Masalah .....	6
1.5 Tujuan Penelitian .....	6
1.6 Manfaat Penelitian .....	7
Bab II Kajian Pustaka .....	
2.1 Kerangka Teoritis .....	9
2.1.1 Pengembangan .....	9
2.1.2 Atribut Kualitas Produk .....	11
a. Pengertian Atribut Produk Wisata .....	11
b. Manfaat Atribut Produk Wisata .....	13

c. Konsep Atribut Produk Wisata .....	14
d. Dimensi Atribut Produk Wisata.....	16
2.1.3 Keputusan Berkunjung .....	17
2.1.4 Pengaruh Atribut Produk Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung.....	20
2.2 Penelitian Terdahulu.....	20
2.3 Kerangka Konseptual.....	23
2.4 Hipotesis.....	24
<b>Bab Iii Metodeologi Penelitian</b>	
3.1 Jenis Penelitian .....	25
3.2 Waktu Dan Tempat Penelitian .....	26
3.3 Variabel Penelitian .....	26
3.4 Populasi Dan Sampel .....	29
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	31
3.6 Instrumen Penelitian.....	32
3.7 Uji Instrument Penelitian .....	34

3.8 Uji Asumsi Klasik .....	37
3.9 Analisis Data .....	39
3.10 Uji Hipotesis .....	40

#### Bab Iv Hasil Dan Pembahasan

4.1 Profil Tempat Penelitian .....	44
4.2 Analisis Deskriptif .....	45
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur .....	45
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
4.3.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	48
4.3 Uji Validitas .....	50
4.4. Uji Reabilitas .....	40
4.5 Uji Asumsi Klasik .....	57
4.5.1 Uji Normalitas .....	57
4.5.2 Uji Multikolinierits .....	58
4.5.3 Uji Heterokdastisitas .....	59
4.6 Analisis Regresi Liner Berganda .....	60

4.7 Hipotesis.....	61
4.7.1 Uji F.....	61
4.7.2 Uji T .....	62
4.8 Koefisien Determinasi .....	64
4.9 Pembahasan .....	65

Bab V Kesimpulan Dan Saran

5.1 Kesimpulan .....	67
5.2 Saran .....	68



## DAFTAR GAMBAR

4.1 gambar hereokdastititas ..... 59



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data kunjungan wisatawan .....	2
Tabel 2.1	Penelitian terdahulu.....	21
Tabel 3.1	Defenisi operasional .....	27
Tabel 3.2	Skor skala likert.....	32
Tabel 3.3	Kisi kisi instrument .....	33
Tabel 3.4	Defenisi data .....	39
Tabel 4.1	Karakteristik responden berdasarkan umur.....	46
Tabel 4.2	Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	47
Tabel 4.3	Karakteristik responden berdsarkan pekerjaan .....	49
Tabel 4.4	Hasil uji validitas atraksi wisata .....	51
Tabel 4.5	Hasil uji validitas amenitas .....	51
Tabel 4.6	Hasil uji validitas aksesibilitas .....	52
Tabel 4.7	Hasil validitas keputusan berkunjung .....	53
Tabel 4.8	Hasil uji validitas 100 responden .....	54
Tabel 4.9	Uji realibilitas.....	55
Tabel 4.10	Uji reabilitas 100 responden .....	56
Tabel 4.11	Uji normalitas .....	57
Tabel 4.12	Uji multikorelinitas.....	58
Tabel 4.13	Analisis regresi linear berganda.....	60
Tabel 4.14	Uji F.....	62

Tabel 4.15	Uji T.....	63
Tabel 4.16	Koefesien determinasi .....	64



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### 1.1 Latar Belakang

Pariwisata termasuk kedalam suatu sektor kehidupan, yang menjadi peran penting dalam pembangunan perekonomian masyarakat di seluruh dunia, seperti yang kita lihat telah terjadinya peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat di dunia yang semakin baik dan maju. Kemajuan dan kesejahteraan yang semakin tinggi telah menjadikan pariwisata sebagai bagian penting dari kebutuhan atau gaya hidup manusia, yang menggerakkan jutaan manusia untuk mengenal budaya dan alam ke belahan atau kawasan-kawasan dunia lainnya. Karena ingin mengenal banyak budaya dan alam hal tersebut mempengaruhi keputusan berkunjung tempat wisata oleh masyarakat yang menjadikan pariwisata merupakan kebutuhan.

Pergerakan dari jutaan manusia yaitu menggerakkan mata rantai ekonomi yang saling berkaitan menjadi industri jasa yang kontribusi untuk perekonomian dunia, perekonomian bangsa, dan peningkatan kesejahteraan ekonomi pada masyarakat sekitar. Sektor pariwisata memiliki prospek yang strategis sehingga menjadi peluang yang sangat berarti bagi Indonesia sebagai negara yang memiliki kekayaan alam dan budaya yang sangat besar, yang memiliki dan tersebar lebih dari 17.000 (tujuh belas ribu) pulau.

Di Indonesia banyak terdapat tempat wisata yang indah, salah satunya daerah Sumatera Barat. Sumatera Barat menjadi salah satu tujuan wisata favorit untuk para wisatawan dalam menikmati liburan mereka. Sumatera barat memiliki destinasi wisata yang banyak, sehingga membuat wisatawan ingin berkunjung ke daerah Sumatera Barat. Oleh karena itu, diharapkan kepada pemerintah agar mampu memanfaatkan keadaan ini untuk mengembangkan citra destinasi dan Kualitas Atribut Produk sehingga bisa menarik banyak wisatawan untuk berkunjung ke Sumatera Barat.

Provinsi Sumatera Barat terkenal dengan pesona alamnya dan budaya yang masih kental. Selain itu Sumatera Barat juga disebut sebagai Ranah Minang yang menjadi surga kuliner bagi penikmat makanan. Sumatera Barat terletak dengan geografi yang terdiri dari perbukitan dan gunung membuat wisata Sumatera Barat selalu menciptakan lokasi objek wisata terbaru di Provinsi Sumatera Barat. Mulai dari wisata pantai, wisata alam, wisata budaya dan sebagainya.

Salah satu tujuan wisata yang banyak diminati wisatawan yaitu Kota Bukittinggi. Kota Bukittinggi menetapkan bidang kepariwisataan sebagai potensi unggulan daerah, karena dari kondisi alam dan geografis yang dimiliki. Posisi Kota Bukittinggi yang strategis yaitu terletak diantara segitiga perlintasan menuju ke utara, timur, dan selatan Sumatera.

Objek wisata yang ada di kota bukitinggi salah satunya adalah TMSBK (Taman Marga Satwa Budaya Kinantan). Saat ini Taman Margasatwa Satwa Budaya Kinantan Bukittinggi dikelola oleh Dinas Pariwisata Kota Bukittinggi pada bidang Taman Margasatwa Satwa dan Budaya Kinantan. Dalam lima tahun terakhir telah banyak perbaikan dan pembangunan yang dilakukan untuk TMSBK. Berdasarkan hasil observasi awal peneliti tanggal 05 mei 2021 memperoleh data kunjungan wisatawan sebagai berikut

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Pengunjung Objek Wisata Taman Marga Satwa dan Budaya Kinantan Bukittinggi Tahun 2018 – 2020**

No	Bulan	2018	2019	2020
1	Januari	86.562	83.923	60.546
2	Februari	45.446	47.172	33.471
3	Maret	40.813	50.420	18.198
4	April	62.996	79.907	0
5	Mei	57.845	34.563	1.813
6	Juni	170.660	138.546	31.603
7	Juli	98.252	73.398	31.600
8	Agustus	43.775	13.939	39.756
9	September	34.564	30.604	12.410
10	Oktober	42.486	37.467	29.645
11	November	43.902	45.319	35.561
12	Desember	91.078	94.447	69.172
	<b>Total</b>	<b>818.379</b>	<b>729.705</b>	<b>363.775</b>

*Sumber: Dinas Pariwisata Kota Bukittinggi.2021*

Dapat dilihat dari tabel diatas tingkat kunjungan wisatawan selama tiga tahun terakhir di TMSBK mengalami penurunan. Dari tahun 2018 jumlah kunjungan wisatwan mencapai 818.379. sementara pada tahun 2019 jumlah kunjungan ke TMSBK mengalami penurun tingkat kunjungan yaitu 729.705

orang dan pada tahun 2020 jumlah kunjungan di TMSBK mengalami penurunan yang signifikan dengan jumlah kunjungan wisatawan mencapai 363.775 . ini juga disebabkan karena adanya wabah virus corona yang terjadi pada awal tahun 2020. Pada bulan April 2020 adanya penutupan tempat wisata di Sumatera Barat karena virus tersebut mulai mewabah dilingkungan masyarakat yang mengakibatkan kunjungan di TMSBK pada bulan ini tidak ada pengunjung. Akan tetapi pada masa new normal mulai dilaksanakan jumlah kunjungan wisatawan mulai meningkat pada bulan Agustus 2020. pada bulan September jumlah kunjungan mengalami fluktuasi yaitu sebanyak 12.410 pengunjung setelah itu pada bulan Oktober – Desember 2020 jumlah kunjungan semakin meningkat. Ini disebabkan karena TMSBK melakukan pengembangan atribut produk wisata agar minat berkunjung meningkat.

Identifikasi potensi produk pariwisata dipisahkan ke dalam tiga komponen, yaitu daya tarik, amenities (fasilitas), dan aksesibilitas. Ketersediaan amenities (fasilitas) berperan penting sebagai infrastruktur pendukung pengembangan pariwisata di taman margasatwa budaya kinantan. Ketersediaan sarana dan prasarana pendukung kegiatan pariwisata dianggap dapat mencukupi permintaan kebutuhan wisatawan. Selain ketersediaan amenities, ketersediaan aksesibilitas yang cukup baik juga menjadi pendukung dalam pengembangan potensi wisata di Taman Margasatwa budaya kinantan.

Setelah atribut produk wisata dikembangkan maka akan menarik minat kunjung wisatawan. Minat berkunjung seseorang dalam menentukan keputusan berkunjungnya dalam memilih tempat wisata yang akan dikunjungi, salah satunya berasal dari pengaruh orang lain yang berada disekitarnya dalam mengkomunikasikan pesan atau kesan yang positif dari suatu tempat wisata tersebut. Teori minat berkunjung dianalogikan sama dengan minat beli, seperti penelitian yang dilakukan oleh Albarq (2014: 14) yang menyamakan bahwa minat berkunjung wisatawan sama dengan minat pembelian konsumen.

Dilihat dari kondisi yang terjadi di taman marga satwa tersebut diduga bahwa atribut produk wisata yang ada menjadi unsur yang sangat penting dalam menciptakan keputusan berkunjung oleh wisatawan. Keputusan wisatawan untuk melakukan kunjungan ke taman marg satwa budaya kinantan ini terjadi karena faktor daya tarik wisata yang disuguhkannya sangat menarik dan fasilitas yang tersedianya pun sangat menunjang. Berdasarkan latar belakang inilah yang menjadi dasar bagi peneliti untuk melakukan penelitian yang berjudul “**Pengaruh Pengembangan Atribut Produk Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung di Taman Marga satwa Budaya Kinantan Bukittinggi**”

## **1.2 Identifikasi Masalah**

1. Adanya pengembangan atribut produk wisata di taman marga satwa budaya kinantan.

2. Bertambahnya minat kunjungan wisatawan

### **1.3 Batasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah batasan masalah dalam penelitian ini adalah pengaruh atribut produk wisata terhadap proses pengambilan keputusan berkunjung di taman marga satwa budaya kinantan bukittinggi.

### **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan batasan masalah peneliti merumuskan masalah di penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengembangan atribut produk wisata di taman margasatwa budaya kinantan
2. Bagaimana pengaruh pengembangan atribut produk wisata terhadap pengambilan keputusan berkunjung di taman marga satwa budaya kinantan bukittinggi.

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui pengembangan atribut produk wisata di taman marga satwa budaya kinantan bukittinggi

2. Untuk mengetahui pengaruh atribut produk wisata terhadap keputusan berkunjung di taman marga satwa budaya kinantan.

### **1.6 Manfaat Penelitian**

Pelaksanaan penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan antara lain :

#### **1. Kegunaan Teoritis**

- a. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi pengalaman pribadi dalam melakukan penelitian dan menjadi sebuah studi antara teori yang dipelajari di buku dengan praktik yang sesungguhnya terjadi.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi untuk memberikan ilmu pengetahuan dan wawasan pada umumnya dibidang strategi dan pemasaran pada khususnya, serta pada perkembangan jurusan Administrasi Bisnis. Selain itu dapat memberikan ilmu pengetahuan kepada para akademisi mengenai atribut produk wisata dalam proses pengambilan keputusan berkunjung.

#### **2. Kegunaan Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi yang bermanfaat dan bahan masukan untuk evaluasi bagi pihak Lawangwangi

Creative Space untuk terus meningkatkan jumlah pengunjung wisatawan sehingga dapat lebih baik dalam mengembangkan strateginya.



## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **2.1 KERANGKA TEORITIS**

##### **2.1.1 Pengembangan pariwisata**

Pengembangan pariwisata merupakan salah satu usaha untuk mempromosikan daya tarik suatu objek wisata agar menjadi berkembang sesuai dengan visi dan misi. Pengembangan pariwisata hendaknya tidak terlepas dari arah pengembangan kebudayaan nasional Indonesia. Dengan kata lain, dalam keadaan nasional itulah hendaknya terletak landasan bagi kebijakan pengembangan pariwisata. Kementerian kebudayaan dan pariwisata RI menyatakan sebagai visinya bahwa pembangunan kebudayaan bangsa, meningkatkan peradaban dan persatuan bangsa, serta meningkatkan persahabatan antar negara.

Pengembangan pariwisata di Indonesia telah tercermin dalam rencana strategi yang dirumuskan oleh Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata RI, yakni:

1. meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan membuka kesempatan berusaha dan lapangan pekerjaan serta pemerataan pembangunan di bidang pariwisata,

2. mewujudkan pembangunan pariwisata yang berkesinambungan sehingga memberikan manfaat sosial-budaya, sosial ekonomi bagi masyarakat dan daerah, serta terpeliharanya mutu lingkungan hidup,
3. meningkatkan kepuasan wisatawan dan memperluas pangsa pasar
4. menciptakan iklim yang kondusif bagi pembangunan Universitas Sumatera Utara pariwisata Indonesia sebagai berdayaguna, produktif, transparan dan bebas KKN untuk melaksanakan fungsi pelayanan kepada masyarakat, dalam institusi yang merupakan amanah yang dipertanggungjawabkan (accountable).

Demikian pandangan Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata RI. Pengembangan pariwisata Indonesia harus didahului dengan pemahaman mengenai berbagai tantangan dan hambatan yang harus dihadapi dalam merencanakan dan melaksanakan pengembangan pariwisata Indonesia tersebut. Sedikitnya ada tiga tantangan yang dapat dikemukakan di sini, sebagai berikut:

1. dunia pariwisata Indonesia masih selalu menghadapi tantangan berupa tuntutan dan selera wisatawan dan investor asing di bidang pariwisata yang tidak seiring dengan tujuan menjaga kelestarian unsur-unsur budaya masyarakat setempat maupun ekologi atau lingkungan alam setempat.

2. masih adanya kenyataan bahwa nilai-tambah ekonomi dari pengembangan pariwisata lebih besar jatuhnya ke tangan investor asing daripada kepada rakyat setempat.
3. masih adanya pola pikir “searah” yang melandasi hubungan antara pihak “tuan rumah” (pemda dan penduduk) dan pihak “tamuh” (wisatawan dan investor), padahal yang seharusnya adalah yang bersifat “timbang-balik”.

### **2.1.2 Atribut Produk wisata**

#### **a. Pengertian Atribut Produk wisata**

Pariwisata merupakan suatu aktivitas perjalanan dengan berbagai alasan selain mencari pekerjaan di tempat yang dituju. Kegiatan perjalanan ini tentu memiliki tempat awal keberangkatan dan biasanya berakhir dengan kembali ke tempat tersebut. Selama perjalanan tersebut, apapun pengalaman yang Taufik Abdullah *Tourism and Hospitality Essentials (THE) Journal*, Vol. 7, No. 2, 2017 - 92 dirasakan oleh wisatawan adalah merupakan produk pariwisata.

Atribut jika didefinisikan adalah dimesidimensi atau elemen-elemen yang membentuk suatu kriteria penilaian untuk mengevaluasi pengalaman mengonsumsi, meskipun pengalaman tersebut sempit atau luas (Smith & Deppa, 2009). Telah banyak studi terdahulu mengenai atribut pariwisata ini,

atribut tersebut digunakan untuk menilai destinasi sebagai suatu negara atau kota, namun ada juga yang menilai berdasarkan kegiatan wisatanya.

Atribut produk wisata adalah keseluruhan pelayanan yang diperoleh dan dirasakan atau dinikmati wisatawan semenjak ia meninggalkan tempat tinggalnya, sampai ke daerah tujuan wisata yang telah dipilihnya dan kembali ke rumah di mana ia berangkat semula (Suwantoro, 2009:49).

Oka (2008:15), mendefinisikan bahwa produk pariwisata adalah kumpulan dari berbagai macam produk yang dihasilkan oleh perusahaan-perusahaan yang diberi pelayanan secara langsung kepada wisatawan bila melakukan perjalanan wisata.

Muljadi (2012:89) menyatakan bahwa terdapat tiga aspek penting dari produk pariwisata agar calon wisatawan melakukan kunjungan yaitu:

1. Atraksi Wisata

Atraksi wisata adalah segala sesuatu yang menarik wisatawan untuk datang ke suatu daerah tujuan wisata.

2. Amenitas

Amenitas adalah berbagai fasilitas yang dapat memberikan kenyamanan dan kepuasan bagi para wisatawan selama mereka melakukan perjalanan wisata di suatu daerah tujuan wisata.

### 3. Aksesibilitas

Aksesibilitas adalah kemudahan untuk mencapai daerah tujuan wisata melalui media transportasi

Suwantoro (2009:49), yang menyatakan bahwa atribut produk wisata adalah keseluruhan pelayanan yang diperoleh dan dirasakan atau dinikmati wisatawan semenjak meninggalkan tempat tinggalnya sampai ia kembali kerumah dimna ia berangkat.

Jadi atribut produk adalah seluruh pelayanan yang didapatkan oleh wisatawan dari ia meninggalkan tempat tinggalnya sampai ia kembali.

#### **b. Manfaat dari adanya atribut produk antara lain:**

##### 1. Bagi wisatawan

1. Dapat menawarkan liburan yang berkualitas, indah dan unik
2. Memberikan pengalaman dengan adanya penemuan – penemuan yang menarik.
3. Memberikan pengalaman dalam hal petualangan, gaya hidup, serta ragam kegiatan yan sangat menarik
4. Dapat menwarkan liburan yang berkualitas, indah dan unik.
5. Memberikan pengalaman dengan adanya penemuan – penemuan

6. Travel dan pariwisata bertindak sebagai sebuah gateway bagi Negara dan masyarakat untuk menarik beragam sektor usaha.
7. Pemasaran pariwisata berdampak cepat dibandingkan kegiatan pembangunan ekonomi lainnya
8. Pembangunan pariwisata memupuk solidaritas internal antar komunitas dan konservasi lingkungan yang menarik bagi masyarakat saat ini dan masa yang akan datang.

### **C. Konsep Atribut Produk Wisata**

Salah satu strategi pemasaran baik produk maupun jasa yang seringkali diperhatikan yaitu strategi dari atribut produk. Menurut Oka A. Yoeti (2005:4) yang dikatakan sebagai atribut produk wisata ialah semua bentuk pelayanan yang dinikmati oleh wisatawan yang memiliki unsur-unsur utama yang terdiri dari daya tarik wisata (tourist attraction), aksesibilitas (accessibilities), dan fasilitas (facility).

Selain itu, pengertian atribut produk wisata menurut Holloway Humphreys dan Davidson (2009:15) menyatakan bahwa *“all destinations require adequate attractions, amenities and accessibility if they are to appeal to large numbers of tourists”*. Diterjemahkan yaitu semua destinasi memerlukan atraksi, amenitis, dan aksesibilitas yang memadai apabila mereka ingin menarik jumlah wisatawan yang banyak.

Middleton (2001:122) memberi pengertian tentang atribut produk wisata lebih dalam yaitu *“the tourist products to be considered as an amalgam of three main components of attraction, facilities at destination and accessibility of the destination”* jika diterjemahkan atribut produk wisata dijadikan sebagai pertimbangan dari tiga komponen utama yaitu atraksi, fasilitas, dan aksesibilitas.

Teori Middleton (2001:124) menyatakan bahwa perkembangan atribut produk dikaitkan dengan empat faktor, yaitu:

1. Attractions (Daya tarik)

- a. Site attractions (tempat-tempat bersejarah, tempat dengan iklim yang baik, pemandangan indah)
- b. Event attractions (kejadian atau peristiwa misalnya kongres, pameran, atau peristiwa lainnya).

1 Amenities (Fasilitas) tersedianya fasilitas penginapan, restoran, transport lokal, alat komunikasi.

2 Accessibilities (aksesibilitas) lokasi yang tidak terlalu jauh, tersedia transportasi umum ke lokasi, murah, aman dan nyaman.

#### D. Dimensi Atribut Produk Wisata

Dimensi atribut produk wisata yang digunakan ialah dimensi yang diberikan oleh 19 Oka A. Yoeti (2005:4). Yang dianggap sebagai 3 unsur penting dalam atribut produk wisata:

1. Daya Tarik Wisata Semua yang menjadi daya tarik mengapa wisatawan tertarik datang berkunjung pada suatu tempat wisata. Daya tarik daerah tujuan wisata, termasuk didalamnya citra yang dibayangkan oleh wisatawan. Daya tarik tersebut dikelompokkan sebagai berikut:
  - a. Natural attraction : landscape, pemandangan alam, iklim, dan fitur geografis lainnya dari tujuan wisata.
  - b. Built attractions : bangunan, arsitektur bersejarah dan modern, taman, kebun, toko-toko khusus dan area ritel bertema.
  - c. Dan daya tarik lainnya yang menjadi daya tarik wisatawan untuk berkunjung.
2. Aksesibilitas

Aksesibilitas adalah semua yang dapat memberikan kemudahan kepada wisatawan untuk datang berkunjung pada suatu tempat wisata. Elemen-elemen dari aksesibilitas yaitu:

- a. Infrastruktur, bandara, jalur kereta api, pelabuhan laut, jalan tol

- b. Perlengkapan, meliputi ukuran, kecepatan, jangkauan dari sarana transportasi umum.
- c. Faktor-faktor operasional seperti jalur/rute operasi dan lainnya.
- d. Peraturan pemerintah yang meliputi pengawasan terhadap pelaksanaan peraturan transportasi.

### 3. Fasilitas

Fasilitas yaitu semua yang dapat memenuhi kebutuhan wisatawan selama berada di daerah tempat wisata yang dikunjungi. Komponen dari fasilitas yaitu sebagai berikut:

- a. Restoran, rumah makan, dan bentuk tempat makan lainnya.
- b. Pusat hiburan dan sarana rekreasi lainnya.
- c. Pusat perbelanjaan, toko cinderamata, art gallery, dan lainnya
- d. Fasilitas lain seperti sarana umum, parkir, dan lain-lain
- e. Pelayanan lain seperti pusat informasi, pusat keamanan, dan lain-lain.

#### **2.1.4 Keputusan Berkunjung**

Kaitannya dengan dunia pariwisata, keputusan pembelian diasumsikan sebagai keputusan berkunjung sehingga teori-teori mengenai keputusan pembelian juga digunakan dalam keputusan berkunjung.

Sumarwan (2011:357), menyatakan keputusan merupakan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif. Semua aspek dari afeksi dan

kognisi terlibat dalam pembuatan keputusan. Proses kunci didalam pembuatan keputusan konsumen ialah proses integrasi yang mana pengetahuan dikombinasikan untuk mengevaluasi dua atau lebih alternatif perilaku kemudian memilih satu.

Menurut (Tjiptono, 2016:22) Keputusan pembelian merupakan salah satu bagian dari perilaku konsumen. Perilaku konsumen merupakan tindakan yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menentukan produk dan jasa, termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan tersebut.

Menurut Mangkunegara (2015:43) Keputusan pembelian merupakan salah satu proses dari perilaku konsumen. Menurut perilaku konsumen adalah kerangka kinerja atau sesuatu yang mewakili apa yang diyakini konsumen dalam mengambil keputusan membeli. Dalam keputusan pembelian dengan membeli produk atau merk yang paling disukai. Ada 2 faktor yang muncul antara niat dalam membuat keputusan untuk membeli. Faktor yang pertama adalah sikap orang lain dan yang kedua faktor situasi yang tidak diharapkan. Setelah membeli produk konsumen akan mengalami proses kepuasan sebagai tingkah laku paska pembelian yaitu suatu perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapannya. Jika kinerja berada di bawah harapan, konsumen tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan konsumen, maka akan menimbulkan kepuasan dan senang.

Pada dasarnya keputusan berkunjung ke suatu objek wisata berkaitan erat dengan perilaku konsumen. menurut Kotler dan Keller (2003) oleh Benjamin Molan (2012) keputusan pembelian adalah tindakan seseorang untuk mempelajari, membeli, dan menggunakan produk maupun jasa, serta pengalaman yang ditemukan sesuai apa yang diinginkan dan dibutuhkan.

Menurut Setiadi dalam Putri dan Puti (2019) mengatakan pengambilan keputusan adalah proses pengkombinasian atau pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih dan memilih salah satu. Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwasannya keputusan pembelian merupakan keputusan yang secara aktual dipengaruhi oleh beberapa faktor dengan mempertibangkan segala sesuatu dan konsumen akan membeli. Kaitannya dengan dunia pariwisata, keputusan pembelian diasumsikan sebagai keputusan berkunjung sehingga teori-teori mengenai keputusan pembelian juga digunakan dalam keputusan berkunjung

Terdapat beberapa indikator dalam keputusan berkunjung. Adapun indikator keputusan berkunjung menurut Kotler dalam Eny Eva Arsita (2011) sebagai berikut:

1. Kemantapan untuk melakukan keputusan pembelian
2. Menjadikan suatu produk sebagai preferensi utama
3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain
4. Melakukan pembelian ulang

### **2.1.5 Pengaruh Atribut Produk Wisata terhadap Keputusan Berkunjung**

Setidov dan Adomaitiene (2016) yang menjelaskan bahwa atribut produk, atraksi, amenitas, aksesibilitas, citra pariwisata, harga dan sumberdaya manusia memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian dan berdasarkan hasil.

Mayasari dan Budiatmo (2017) yang menjelaskan bahwa atribut produk wisata berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Pitana dan Gayatri (2005:73), menyatakan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan berkunjung seseorang, yaitu keunggulan daerah tujuan wisata, yang meliputi jenis dan sifat atraksi yang ditawarkan, layanan, lingkungan fisik dan sosial, situasi politik, aksesibilitas dan perilaku masyarakat lokal terhadap wisatawan.

## **2.2 Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu merupakan penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya. Penelitian tersebut sangat penting untuk diungkapkan karena dapat digunakan sebagai sumber informasi dan bahan acuan yang sangat berguna bagi penelitian ini.

**Tabel 2.1**  
**Penelitian terdahulu**

No	Nama peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Taufik abdullah dan taufansyah firdaus (2012)	Pengaruh kualitas atribut produk wisata terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke kabupaten sumedang	Menggunakan variable atribut produk wisata dan keputusan berkunjung. Metode observasi dan kuesioner	Terdapat pengaruh yang signifikan kualitas atribut produk wisata terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke kabupaten sumedang. Hubungan antara variable tersebut adalah kuat dengan prentase adanya pengaruh antara atribut produk wisata dengan keputusan berkunjung
2.	Abdul yusuf ISSN 2541-397X Vol 1. No 1 Oktober (2016)	Pengaruh atribut produk wisata terhadap Merek tempat dan implikasinya terhadap keputusan mengunjungi wisata pantai di	Menggunakan variable atribut produk wisata dan keputusan berkunjung. Metode Penelitian, observasi dan	Terdapat pengaruh yang signifikan atribut produk wisata terhadap merek tempat untuk dapat

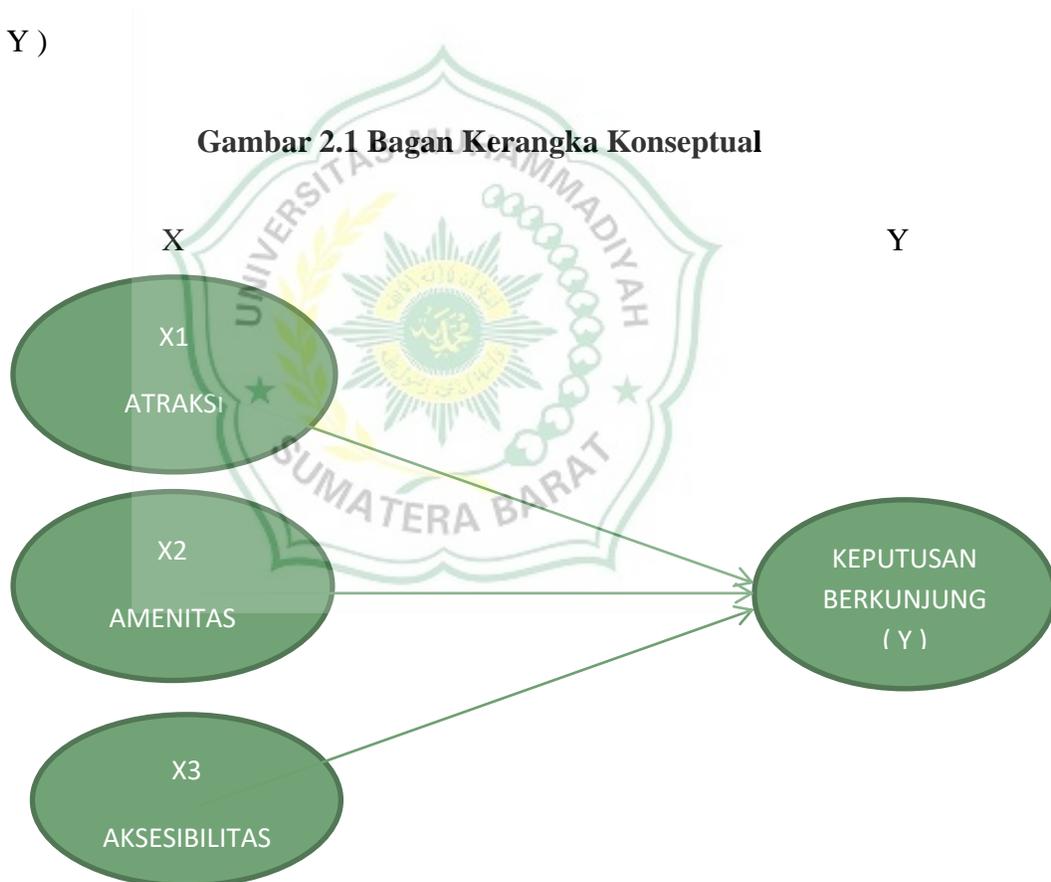


- |   |  |   |   |  |
|---|--|---|---|--|
|   |  | kabupaten karawang  | kuesioner   | mempengaruhi keputusan berkunjung.   |
| 3 | Agus rahayu ISSN 1411-514X Vol. 9 No 2 Desember (2010) | Pengaruh atribut produk wisata terhadap kepuasan wisatawan  | Menggunakan variable atribut produk wisata dan keputusan berkunjung. Metode Penelitian, observasi dan kuesioner.            | Hubungan antara atribut produk wisata terhadap kepuasan wisatawan umumnya relatif sedang. Ini ditunjukkan dengan hasil yang rata rata mencapai 0.69 kepuasan pada wisatawan yang berkunjung. |
| 4 | Vanny oktaviani Vol. 1 No 2 Juni (2016)                | Pengaruh atribut produk wisata terhadap keputusan berkunjung di bale seni barli kota baru parahyangan | Menggunakan variable atribut produk wisata dan keputusan berkunjung. Metode Penelitian, observasi dan kuesioner, wawancara. | Berdasarkan dari hasil penelitian ini bahwa pengaruh atribut produk wisata terhadap keputusan berkunjung dengan nilai signifikan   |

### 2.3. Kerangka Konseptual

Menurut Sugiyono (2017:60) mengemukakan bahwa, kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.

Adapun kerangka konseptual penelitian ini adalah Atribut Wisata ( X ), atraksi wisata ( X1 ), amenitas ( X2 ), aksesibilitas ( X3 ). Keputusan berkunjung ( Y )



*Sumber : Kajian teori 2021*

## 2.4 HIPOTESIS

Menurut Menurut Erwan Agus Purwanto dan Dyah Ratih Sulistyastuti (2007:137), Hipotesis adalah pernyataan atau tuduhan bahwa sementara masalah penelitian yang kebenarannya masih lemah (belum tentu benar) sehingga harus diuji secara empiris. Berdasarkan kerangka konsep diatas, maka peneliti mengemukakan hipotesis sebagai berikut :

- Ha =
- X<sup>1</sup> Atraksi wisata berpengaruh signifikan terhadap Y Keputusan Berkunjung
  - X<sup>2</sup> Amenitas berpengaruh signifikan terhadap Y Keputusan Berkunjung
  - X<sup>3</sup> Aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap Y Keputusan Berkunjung
- Ho =
- X<sup>1</sup> Atraksi wisata tidak berpengaruh signifikan terhadap Y Keputusan Berkunjung
  - X<sup>2</sup> Amenitas tidak berpengaruh signifikan terhadap Y Keputusan Berkunjung
  - X<sup>3</sup> Aksesibilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap Y Keputusan Berkunjung

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Jenis Penelitian

Berdasarkan masalah dan tujuan yang ingin dicapai, jenis penelitian ini digolongkan kedalam metode penelitian kuantitatif. (Sugiyono ,2018:8) menjelaskan bahwa “Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme* digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data, menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”. Kemudian Jenis penelitian menurut (Sugiyono, 2017:11) adalah:

1. Penelitian Asosiatif

Penelitian asosiatif adalah jenis penelitian yang bersifat hubungan antara dua variabel atau lebih.

2. Penelitian Komparatif

Penelitian komparatif adalah jenis penelitian yang bersifat membandingkan keberadaan satu variabel atau lebih sampel yang berbeda.

### 3. Penelitian Deskriptif

Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif asosiatif untuk mengetahui Pengaruh Atraksi Wisata (  $X^1$  ), Amenitas (  $X^2$  ), Aksesibilitas (  $X^3$  ) Terhadap Keputusan Berkunjung (  $Y$  ) di TMSBK”

### 3.2 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Taman Marga Satwa Budaya Kinantan( TMSBK ) bukittinggi untuk mengetahui pengaruh Kualitas Atribut Produk Wisata, Terhadap Keputusan Berkunjung, TMSBK berlokasi di Jl. Cindua Mato, Benteng Ps. Atas, Kec. Guguk Panjang, Kota Bukittinggi, Sumatera Barat 26136 .. Penelitian dilaksanakan pada bulan Mei – Juli 2021

### 3.3 Variabel Penelitian

Menurut sugiyono 2018 : 38 Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya, variabel dalam penelitian ini adalah variabel independen yaitu Produk Wisata (  $X$  ) dan variabel dependen yaitu Keputusan Berkunjung (  $Y$  )

**Tabel 3.1 Defenisi Operasional**

Variabel	Defenisi	Skala pengukuran
Atribut produk wisata ( X )	<p>menyatakan bahwa terdapat tiga aspek penting dari produk pariwisata agar calon wisatawan melakukan kunjungan yaitu:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Atraksi Wisata Atraksi wisata adalah segala sesuatu yang menarik wisatawan untuk datang ke suatu daerah tujuan wisata.</li> <li>2. Amenitas Amenitas adalah berbagai fasilitas yang dapat memberikan kenyamanan dan kepuasan bagi para wisatawan selama mereka melakukan perjalanan wisata di suatu daerah tujuan wisata.</li> </ol>	Skala likert 1-5

### 3. Aksesibilitas

Aksesibilitas adalah kemudahan untuk mencapai daerah tujuan wisata melalui media transportasi

(Muljadi (2012:89)

Keputusan berkunjung ( Y ) Menurut (Tjiptono, 2016:22) Keputusan pembelian merupakan salah satu bagian dari perilaku konsumen. Perilaku konsumen merupakan tindakan yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menentukan produk dan jasa, termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan tersebut. Skala likert 1 – 5

*Sumber : hasil olahan peneliti ( 2021 )*

### 3.4 Populasi , Sample

Penelitian yang dilakukan menentukan objek atau subyek yang harus diteliti sehingga masalah dapat dipecahkan. Populasi dan sampel dalam penelitian ini perlu ditetapkan dengan tujuan agar penelitian yang dilakukan benar-benar mendapatkan data sesuai dengan yang diharapkan.

#### 1. Populasi penelitian

Menurut Corper Donald, R; Schindler, Pamela yang diterjemahkan oleh Sugiyono (2018 :130) menyatakan bahwa: *“Population is the total collection of element about which we wish to make some inference. A population element is the subject on wich measurement is being taken. It is the until of study”*. Populasi adalah keseluruhan elemen yang akan dijadikan wilayah generalisasi. Elemen populasi adalah keseluruhan subyek yang akan diukur, yang merupakan unit yang diteliti.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek atau subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek ini. Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah kunjungan wisatawan di objek wisata lobang jepang Bukittinggi. Berdasarkan data yang di peroleh peneliti pada

tanggal 05 mei 2021 jumlah kunjungan wisatawan di TMSBK di tahun 2020 sebanyak 363.775 pengunjung.

## 2. Sampel

Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling*. Menurut Sugiyono (2015:122), *non probability sampling* adalah teknik penarikan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Jenis *non probability sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *sampling insidental*. *Sampel insidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan penulis dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok dan sesuai dengan kriteria sebagai sumber data. Dalam penelitian ini digunakan perhitungan sampel menurut Rumus Slovin (Sugiyono, 2011:37):

$$n = \frac{N}{1 + ne^2}$$

Keterangan:

n: ukuran sampel

1 N: ukuran populasi ( data pengunjung tahun 2020 )

e: kelonggaran ketidak telitian atau derajat toleransi

Jumlah populasi ini merupakan ukuran populasi (N) dalam rumus slovin. Derajat toleransi yang ditentukan sebesar 0,1% didapat berdasarkan akurasi sebesar 90% dikurangi dengan 100%, sehingga memberikan hasil jumlah sampel penelitian minimal 99,99 atau sama dengan 100. Berikut adalah perhitungan sampel dengan rumus Slovin.

$$n = \frac{363.775}{1 + 363.775 \times (0.1^2)} =$$

$$n = \frac{363.775}{1 + 3.637,75}$$

$$n = \frac{363.775}{3.638,75} = 99,97 \text{ (dibulatkan menjadi 100)}$$

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti menggunakan kuisoner ( angket ). Kuisoner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2018:219). pernyataan - pernyataan yang sudah di persiapkan oleh peneliti secara tertulis dengan cara menyebarkan beberapa angket dan disertai dengan alternatif jawaban yang akan diberikan kepada responden diluar jam kerja atau pulang kerja.

### 3.6 Instrumen Penelitian

Penelitian ini pengumpulan datanya menggunakan kuisoner. Kuisoner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya atau hal – hal yang ia ketahui ( Arikunto , 2013 :194) . dalam kuisoner ini menggunakan *skala likert*,, maka variable yang akan diukur dijabarkan menjadi indicator variabel. Kemudian indicator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item – item instrument yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan ( Sugiyono,2012 : 133 ). Untuk keperluan analisis kuantitatif maka diberi skor *skala likert* yaitu :

**Tabel 3.2**

**Skor Skala Likert**

Skor	Jawaban
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Nertral
4	Setuju
5	Sangat setuju

**Sumber : ( Sugiyono 2012 : 133 )**

Setelah mendapatkan jumlah skor ideal ( kriterium ) untuk seluruh item, peneliti mengkategorikan dari skala likert sebagai berikut :

- a. Sangat setuju berada pada tingkat sangat tinggi
- b. Setuju berarti berada pada tingkat tinggi
- c. Kurang setuju berada pada tingkat sedang
- d. Tidak setuju berada pada tingkat rendah
- e. Sangat tidak setuju berada pada tingkat sangat rendah

**Tabel 3.3**

**Kisi kisi instrument penelitian**

No	Variabel Penelitian	Indikator	Sub Indikator	No.Item	Jumlah
1.	Atribut Produk Wisata ( X )	Atraksi Wisata ( X <sup>1</sup> )	1.Tempat – tempat bersejarah 2. iklim atau cuaca 3. kemenarikan view yang ditawarkan 4.kemenarikan <i>Event Attraction</i>	1,2,3,4	4
		Amenitas ( X <sup>2</sup> )	1. kondisi dan ketersediaan penginapan disekitar objek wisata 2.kondisi dan ketersediaan Restoran di TMSBK	5,6,7,8,9	9

		3.transport lokal	
		4.alat komunikasi	
		5.fasilitas toilet, dan mushola	
	Aksesibilitas ( X <sup>3</sup> )		10,11,12, 14
		1. letak yang strategis	13,14
		2. tranposrtasi umum	
		3.murah	
		4.aman	
		5.nyaman	
2	Keputusan berkunjung ( Y )	Jumlah kunjungan	
		1. kemantapan untuk melakukan kunjungan	15,16,17, 18
		2.menjadikan suatu produk prefensi utama	
		3. memberikaan rekomendasi kepada orang lain	
		4.melakukan kunjungan ulang	
		Total	18

*Sumber : kajian teori 2021*

### 3.7 Uji Instrument Penelitian

Keabsahan suatu hasil penelitian sangat ditentukan oleh alat ukur yang digunakan, alat pengukuran tersebut yaitu kuesioner. Kuesioner merupakan

teknik pengumpulan data dengan cara pemberian pertanyaan-pertanyaan kepada responden untuk membantu penulis melakukan penelitian. Untuk menguji keabsahan tersebut diperlukan dua macam pengujian yaitu uji *validitas (test of validity)* dan uji *Reliabilitas (test of reliability)*.

#### 1. Uji validitas

Validitas menurut Sugiyono (2016:177) menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti untuk mencari validitas sebuah item, kita mengkorelasikan skor item dengan total item-item tersebut. Jika koefisien antara item dengan total item sama atau diatas 0,3 maka item tersebut dinyatakan valid, tetapi jika nilai korelasinya dibawah 0,3 maka item tersebut dinyatakan tidak valid

Pengujian validitas instrumen dimaksudkan untuk mendapatkan alat ukur yang shahih dan terpercaya. Untuk mengetahui validitas angket digunakan nilai hasil angket yang disusun oleh peneliti. Dalam penelitian ini setiap butir item di uji validitasnya dengan rumus korelasi product moment dari Pearson dengan angka kasar, yaitu sebagai berikut:

$$r_{xy} = n \frac{n(\sum xy) - (\sum x) \cdot (\sum y)}{\sqrt{\{n \cdot \sum x^2 - (\sum x)^2\} \cdot \{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Dimana :

$r_{xy}$ : Korfesien korelasi antara variabel X dan Y

X : Nilai masing masing item

Y : Nilai total

$\sum xy$  : jumlah perkalian antara X dan Y

*Sumber : (Suharsimi Arikunto, 2010: 213)*

## 2. Uji Realibitas

Menurut Sugiyono (2017:130) menyatakan bahwa uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh pernyataan.

Uji reliabilitas merupakan kriteria tingkat kemantapan atau konsistensi suatu alat ukur (kuesioner). Suatu kuesioner dapat dikatakan mantap bila dalam pengukurannya secara berulang-ulang dapat memberikan hasil yang sama (dengan catatan semua kondisi tidak berubah). Jadi, suatu kuesioner disebut reliabel atau handal apabila jawaban seseorang atas pertanyaan atau pernyataan adalah konsisten dari waktu ke waktu (Arikunto 2010). Untuk mengukur reliabilitas digunakan alat ukur dengan teknik Alpha Cronbach dengan rumus sebagai berikut: (Arikunto, 2010) Rumus tersebut adalah:

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan:

$r_{11}$	= Reliabilitas instrumen
$K$	= Banyak item pertanyaan
$\sum \sigma_b^2$	= Jumlah Varians item
$\sigma^2 t$	= Varians total

Berdasarkan tujuan penelitian, jenis dan sumber data yang dipakai maka digunakan model analisis regresi linear berganda. Agar model yang digunakan tidak bias maka dilakukan uji normalitas untuk melihat apakah data berdistribusi normal atau tidak.

### 3.8 Uji Asumsi Klassik

#### 1. Uji Multikorelasional

Uji multikorelasional menurut Ghozali (2011) “bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen (bebas). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen (bebas). Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antara sesama variabel independen sama dengan nol.” Untuk menentukan ada tidaknya multikolinearitas dapat

dilihat pada besaran volume inflation factor (VIF) dan tolerance. Pedoman suatu model regresi bebas multikolinearitas adalah mempunyai angka tolerance mendekati 1, batas VIF adalah 10, jika nilai VIF dibawah 10, maka tidak terjadi gejala multikolinearitas menurut Gujarati (2012)

## 2. Uji Normalitas

Uji normalitas sebaran data digunakan melihat apakah data yang diperoleh berdistribusi normal atau tidak. Data yang baik adalah data yang pola distribusinya normal ( tidak mereng kekiri dan kanan). Uji normalitas dihitung menggunakan SPSS versi 16.0. Dalam penelitian ini uji normalitas yang dipakai adalah uji KolmogoroSmirnov dengan taraf signifikan 0,05. Jika nilai sig > 0,05 berarti distribusi data dinyatakan normal menurut Agus Irianto (2009). Distribusi normal berupa kurva berbentuk lonceng setangkup yang melebar tak terhingga pada kedua arah positif dan negatifnya.

## 3. Uji Homogenitas

Uji homogenitas varians sangat diperlukan sebelum membandingkan dua kelompok atau lebih agar perbedaan yang ada bukan disebabkan oleh adanya perbedaan data dasar Agus Irianto (2009). Uji homogenitas dalam penelitian ini menggunakan uji Levene dengan melihat nilai sig pada tabel levene test equality of error varians. Kriteria pengujiannya sebagai berikut: a.

Jika nilai sig > 0,05 maka data yang digunakan homogen. b. Jika nilai sig < 0,05 maka data yang digunakan tidak homogen.

### 3.9 Analisis Data

Tahap pengolahan data dilakukan dengan kegiatan seperti merancang struktur data, pengkodean, editing dan pengantrian data. Data disimpan menggunakan *Microsoft Exel*. Setelah data dinyatakan *valid* maka data siap diolah. Analisis data menggunakan program SPSS versi 15.00. Hasil estimasi tersebut disajikan dalam bentuk tabel. Secara rinci pengolahan dan analisis data yang digunakan adalah sebagai berikut:

#### 1. Deskripsi Data

Mengklarifikasikan skor kedalam 5 kategori untuk melihat tingkat pencapaian responden. Teknik klarifikasi yang digunakan menurut Arikunto (2010) yaitu:

**Table 3.4**

#### **Deskripsi Data**

<b>Kategori</b>	<b>Rumus</b>
Sangat Baik	$> (Mi + 1,5 Sdi)$ - keatas
Baik	$(Mi + 0,5 Sdi) \leq (Mi + 1,5 Sdi)$
Cukup	$(Mi - 0,5 Sdi) \leq (Mi + 1,5 Sdi)$
Buruk	$(Mi - 0,5 Sdi) \leq (Mi - 1,5 Sdi)$

Sangat Buruk <  $(M_i + 1,5 S_{di})$ - kebawah

*Sumber: Arikunto (2010)*

Untuk menentukan skor rata-rata ideal digunakan patokan kurva normal sebagai berikut:

$$M_i = \frac{1}{2} (\text{skor ideal maksimum} + \text{skor ideal minimum})$$

$$S_{di} = \frac{1}{6} (\text{skor ideal maksimum} - \text{skor ideal minimum})$$

Dimana:

$M_i$  = skor rata-rata ideal

$S_{di}$  = Simapanan Baku

### 3.10 Uji Hipotesis

Menurut Sugiyono (2018; 223) Uji hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah, yaitu yang menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Rancangan pengujian hipotesis digunakan untuk mengetahui korelasi dari kedua variabel yang diteliti.

Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan teknik analisis regresi linear berganda yang digunakan untuk menganalisis hubungan antara variabel X dengan variabel Y. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan software SPSS versi 16, sehingga menghemat waktu dalam menentukan uji hipotesis maupun dalam menentukan model analisis regresi linear berganda dengan kriteria statistik :

#### 1. Uji Regresi Linear Berganda

Salah satu alasan peneliti menggunakan analisis regresi linear berganda adalah karena pada penelitian ini peneliti menggunakan dua variable bebas dan satu terikat. Tahapan kerja melakukan analisis regresi linear berganda yaitu sebagai berikut :

a. Menentukan variable independent dan variable dependent

b. Gunakan rumus regresi linear berganda

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$$

Keterangan :

Y = Keputusan berkunjung

a = Konstanta

b<sub>1</sub>-b<sub>4</sub> = Koefisien regresi

X<sub>1</sub> = atraksi wisata

X<sub>2</sub> = amenities

X<sub>3</sub> = aksesibilitas

## 2. Uji T

Pengujian ini bertujuan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam memerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2011).

Dalam melakukan uji hipotesis dilakukan dengan Uji T (t-test). Menurut Sari (2007) pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel X secara parsial memiliki hubungan yang signifikan terhadap variabel Y, yaitu dengan membandingkan nilai  $T_{hitung}$  dengan  $T_{tabel}$  dengan taraf signifikan 5% atau (0.05). Adapun rumus untuk menentukan nilai  $T_{tabel}$  adalah  $df(n1) = n - k$  dan  $a/2$ :

$$df(n1) = n - k$$

$$a/2$$

Keterangan:

df : *Degree of Freedom*  
 k : Jumlah Variabel (bebas + terikat)  
 n : Jumlah Responden  
 a : Taraf Signifikan

### 3. Uji F

Pengujian ini dilakukan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Ghozali, 2011). Yaitu pengujian yang dilakukan dengan membandingkan nilai F-test dengan F-tabel. Nilai F-test dihitung dengan rumus sebagai berikut:

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

Dimana:

$F_{hitung}$  = nilai f yang dihitung

$R^2$  = Koefisien Determinasi

$K$  = Jumlah variabel bebas dan variabel terikat

$N$  = Jumlah tahun

Pengujian juga dengan membandingkan  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  yang dilihat pada:

$F_{0,05}(df_1)(df_2)$ , dimana:

$$(df_1) = k-1$$

$$(df_2) = n-1$$

#### 4. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi menurut Ghozali (2016) bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan (regresi linear berganda). Nilai koefisien determinasi berkisar antara  $0 < R^2 < 1$ . Nilai *adjusted*  $R^2$  berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen yang terbatas. Nilai yang mendekati satu variabel independen (X) memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Y).

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Profil tempat penelitian ( Tamana Margasawata Budaya Kianantan bukittinggi )**

Taman Margasatwa dan Budaya Kinantan atau lebih dikenal dengan nama Kebun Binatang Bukittinggi yang beralamat di jalan Bukit Cubadak Bungkuak, Bukittinggi. Kebun binatang ini adalah salah satu kebun binatang tertua yang ada di Indonesia dan satu-satunya di Sumatra Barat yang memiliki koleksi hewan yang lengkap di pulau sumatera.

Dalam area kebun binatang ini terdapat Museum Rumah Adat Baanjuang dan Museum Zoologi. Area ini juga disatukan dengan taman benteng for de kock melalui jembatan limpapeh.

Taman margasatwa budaya kinantan kini mempunyai taman aviary terbesar di sumatera bahkan Indonesia. Taman burung ini diberi nama Kinantan Bird Park yang diresmikan pada tanggal 14 september 2020 yang ditandai dengan pelepasan burung.

Kepala dinas pariwisata dan pemuda olahraga bukittinggi menjelaskan kinantan bird ini di bangun diatas lahan seluas 2.500 m yang diidi 40 -50 jenis burung atau lebih seratus ekor burung.

Taman aviari ini dilengkapi dengan 13 kandang yang nyaman untuk burung yang dilindungi, pembangunan Kinanran Bird Park ini diawali dengan master plan tahun 2018 dan pengerjaan fisiknya baru dilaksanakan mulai tahun 2019 tahap pertama dan setelah itu pembangunan tahap dua di tahun 2020. Pembangunan kinantan bird park ini merupakan bagian dari revitalisasi TMSBK, untuk memberikan suasana baru yang dialami bagi hewan. Sehingga hewan pun bisa hidup seperti habitat aslinya. Selain itu revitalisasi juga dilakukan untuk menjadikan kebun binatang ini menjadi sarana edukasi dan konversi bagi pengunjung.

Setelah pembangunan Kinantan Bird park selesai pemko bukitinggi tengah melaksanakan pembangunan zona reptil yang berada dibawah tanah dengan tujuan agar pengunjung merasakan berada di alam reptile itu sendiri

Disamping itu juga ada zona karnivora, yang akan dihuni oleh harimau, singa macan dahan dan kucing emas serta hewan karnivora lainnya. Untuk karnivora pengunjung dapat berinteraksi dengan hewan tersebut dibalik kaca tebal, zona reptil dan karnivora dibangun dengan anggaran Rp 12.000.000.000 lebih yang bersumberkan dari APBD kota bukittinggi.

## **4.2 Analisis Deskriptif**

### **4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur**

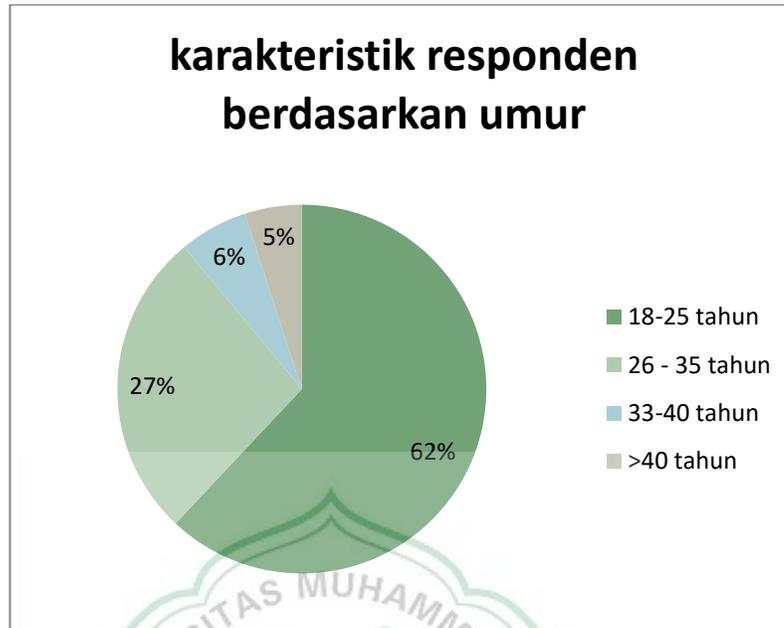
Berdasarkan umur, maka responden dalam penelitian ini diklasifikasin sebagai berikut:

**Tabel 4.1**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Umur**

No	Umur	Jumlah	
		Responden	Persentase
1	18 - 25 Tahun	62	62%
2	26 - 33 Tahun	27	27%
3	33 - 40 Tahun	6	6%
4	> 40 Tahun	5	5%
Total		100	100%

*Sumber: Data diolah 2021*

Berdasarkan tabel 4.1 diatas dapat disimpulkan bahwa dari 100 responden menunjukkan mayoritas responden yang berkunjung ke taman margasatwa budaya kinantan yang berumur 18 -25 tahun sebanyak 62 responden atau sekitar 62%, karena pada umur 18 – 25 mereka lebih tertarik ke taman marga satwa budaya kinantan selain untuk refreshing juga bisa untuk wisata edukasi disertai bagan sebagai berikut :



#### 4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan jenis kelamin, maka responden dalam penelitian ini diklasifikasikan sebagai berikut:

Tabel 4.2

**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Jumlah	
		Responden	Persentase
1	Laki-laki	43	43%
2	Perempuan	57	57%
Total		100	100%

Sumber: Data diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.2 di atas dapat disimpulkan bahwa dari 100 responden dalam penelitian ini laki-laki sebanyak 43 responden atau 43% dan perempuan sebanyak 57 responden atau 57%. Hal ini menunjukkan bahwa responden mayoritas adalah perempuan, karena perempuan cenderung menyukai selfie dan berfoto dan di taman margasatwa budaya kinantan banyak terdapat swafoto yang menarik dan bagus. Disertai bagan sebagai berikut :



#### 4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan pekerjaan, maka responden dalam penelitian ini diklasifikasikan sebagai berikut:

**Tabel 4.3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah	
		Responden	Persentase
1	Mahasiswa/Pelajar	34	34%
2	Karyawan	25	25%
3	Wiraswasta	16	16%
4	Lainnya	25	25%
Total		100	100%

*Sumber: Data diolah 2021*

Berdasarkan tabel 4.3 diatas dapat disimpulkan bahwa dari 100 responden, 34 orang diantaranya adalah mahasiswa atau pelajar, 25 orang diantaranya adalah karyawan, 16 orang memiliki pekerjaan sebagai wiraswasta. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah mahasiswa atau pelajar, karena untuk belajar mengenai satwa – satwa yang ada sehingga mencoba fasilitas yang ada di taman budaya margasatwa budaya kinantan, selain itu tujuan mereka berkunjung adalah untuk melakukan edukasi. Disertai bagan sebagai berikut :



### 4.3 Uji Validitas

Uji validitas adalah untuk mengetahui tingkat kevaliditas dan instrumen kuesioner yang digunakan dalam mengumpulkan data uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah item-item yang tersaji dalam kuesioner benar-benar mampu mengungkapkan dengan pasti apa yang akan diteliti. Pengujian menggunakan uji 2 (dua) sisi dengan tingkat signifikan 0.05 untuk menafsirkan hasil uji validitas, kriteria yang digunakan adalah:

1. Jikai nilai  $r_{hitung}$  lebih besar ( $>$ ) dari nilai  $r_{tabel}$ , maka instrumen atau item-item pertanyaan berkolrelasi signifikan terhadap skor total, dinyatakan valid dan dapat dipergunakan.
2. Jikai nilai  $r_{hitung}$  lebih kecil ( $<$ ) dari nilai  $r_{tabel}$ , maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total, dinyatakan tidak valid dan tidak dapat dipergunakan. Nilai  $r$  dapat dilihat pada  $\alpha = 5\%$

Setelah melakukan pengolahan data dengan menggunakan sistem *SPSS for Windows* versi 24, maka diperoleh hasil uji validitas sebagai berikut:

#### 4.3.1 Variabel atraksi wisata (X1)

Dari hasil pengolahan data pada variabel atraksi wisata , maka diperoleh hasil uji kevaliditasan sebagai berikut:

**Tabel 4.4**  
**Hasil Uji Kevaliditasan Variabel Atraksi wisata(X1)**

Variabel	No.Butir	r-hitung	r-tabel	Status
Atraksi wisata ( X1 )	1	0.473	0.486	Valid
	2	0.562	0.486	Valid
	3	0.516	0.486	Valid
	4	0.604	0.486	Valid
	5	0.414	0.486	Valid
	6	0.398	0.486	Valid
	7	0.482	0.486	Valid
	8	0.445	0.486	Valid

Dari tabel 4.4 diatas terlihat bahwa seluruh butir pertanyaan dari variabel Kualitas atribut produk wisata memiliki r-hitung lebih besar dari nilai kritis. sesuai dengan kriteria pengujian mengenai valid atau tidaknya, maka seluruh variabel valid.

#### 4.3.2 Variabel amenities ( X2)

**Tabel 4.5**  
**Hasil Uji Kevaliditasan Variabel Amenitas (X2)**

Variabel	No.Butir	r-hitung	r-tabel	Status
Amenitas ( X2 )	1	0.611	0.486	Valid
	2	0.397	0.486	Valid
	3	0.646	0.486	Valid
	4	0.713	0.486	Valid

	5	0.515	0.486	Valid
	6	0.458	0.486	Valid
	7	0.441	0.486	Valid

Sumber: Data diolah 2021

Dari tabel 4.10 diatas terlihat bahwa seluruh butir pertanyaan dari variabel Amenitas memiliki r-hitung lebih besar dari nilai kritis. sesuai dengan kriteria pengujian mengenai valid atau tidaknya, maka seluruh variabel valid.

#### 4.3.3 Variabel Aksesibilitas ( X3 )

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Kevaliditasan Variabel Amenitas (X2)**

Variabel	No.Butir	r-hitung	r-tabel	Status
Aksesibilitas (X3)	1	0.486	0.486	Valid
	2	0.626	0.486	Valid
	3	0.501	0.486	Valid
	4	0.410	0.486	Valid
	5	0.642	0.486	Valid
	6	0.730	0.486	Valid
	7	0.410	0.486	Valid
	8	0.610	0.486	Valid

Sumber: Data diolah 2020

Dari tabel 4.10 diatas terlihat bahwa seluruh butir pertanyaan dari variabel Aksesibilitas memiliki r-hitung lebih besar dari nilai kritis. sesuai dengan kriteria pengujian mengenai valid atau tidaknya, maka seluruh variabel valid.

#### 4.3.4 Keputusan Berkunjung ( Y )

Dari hasil pengolahan data pada variabel Keputusan berkunjung, maka diperoleh hasil uji kevaliditasan sebagai berikut:

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Kevaliditasan Variabel Keputusan berkunjung(Y)**

Variabel	No.Butir	r-hitung	r-tabel	Status
Keputusan berkunjung (Y)	1	0.715	0.486	Valid
	2	0.720	0.486	Valid
	3	0.720	0.486	Valid
	4	0.737	0.486	Valid
	5	0.632	0.486	Valid
	6	0.473	0.486	Valid
	7	0.419	0.486	Valid
	8	0.674	0.486	Valid
	9	0.537	0.486	Valid

Dari tabel 4.17 diatas terlihat bahwa seluruh butir pertanyaan dari variabel Keputusan berkunjung, memiliki r-hitung lebih besar dari nilai kritis. sesuai dengan kriteria pengujian mengenai valid atau tidaknya, maka seluruh variabel valid.

#### 4.3.5 Uji Instrumen validitas dengan 100 responden

**Tabel 4.8**  
**Hasil validitas 100 responden**

Variabel	r- hitung	R Tabel	Keterangan
Atraksi wisata (X1)	0.521	0.486	Valid
Amenitas (X2)	0.643	0.486	Valid
Aksesibilitas (X3)	0.544	0.486	Valid
Keputusan berkunjung( Y)	0.498	0.486	Valid

Dari tabel 4.8 dapat dilihat bahwa suatu variabel dapat dikatakan valid apabila nilai  $r \text{ tabel} > r \text{ hitung}$ . pada hasil analisis dapat dilihat bahwa nilai  $r \text{ tabel} > r \text{ hitung}$  dari variabel atraksi wisata ( X1) adalah 0.521 sehingga dapat dinyatakan valid. Variabel amenitas ( X2 ) adalah 0.643 sehingga dapat dinyatakan valid, aksesibilitas ( X3 ) adalah 0.544 sehingga dapat dinyatakan valid, keputusan berkunjung ( Y ) adalah 0.498 sehingga dapat dinyatakan valid. Maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel penelitian dinyatakan valid

#### 4.4 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah tingkat kehandalan kuesioner. Setelah instrumen-instrumen pada atraksi wisata(X1), amenitas (X2), aksesibilitas ( X3 ) dan Keputusan berkunjung (Y) dinyatakan valid, maka selanjutnya dilakukan uji reliabilitas (kehandalan) pada masing-masing variabel. Dari pengujian reliabilitas variabel-variabel tersebut, diperoleh hasil yang dapat dilihat pada tabel 4.8 sebagai berikut:

**Tabel 4.9**  
**Reliabilitas atraksi wisata, amenitas dan aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung**

No	Variabel	Jumlah item	Crocbach alpha	Rule of thumb	Keputusan
1	Atraksi wisata (X1)	8	0.137	0.6	Reliabel
2	Amenitas	7	0.126	0.6	Reliabel
3	Aksesibilitas ( X2 )	8	0.163	0.6	Reliabel
3	Keputusan berkunjung (Y)	9	0.721	0.6	Reliabel

Sumber: Data diolah, 2021

Dari tabel 4.9 diatas terlihat seluruh instrumen berdasarkan analisis reliabilitas diatas variabel penelitian menunjukkan bahwa nilai (*corcbanch's alpha*) untuk semua variabel adalah 0,6 untuk itu seluruh variabel bisa dikatakan reliabel atau handal. Dari hasil tersebut penelitian ini akan menghasilkan data yang sama walaupun digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama.

#### 4.3.6 hasil uji reabilitas pada 100 responden

Uji reabilitas dilakukan untuk mengukur suatu kuisioner handal atau tidak, kuisioner dikatakan reliable jika jawaban seseorang terhadap pernyataan yang diajukan tetap stabil dan konsisten jika dilakukan pengisian ulang pada kuisioner tersebut. hasil uji reabilitas dapat dilihat pada tabel 4.10 dibawah ini :

**Tabel 4.10**

**Hasil uji reabilitas 100 responden**

**Reliabilitas atraksi wisata, amenities dan aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung**

No	Variabel	Jumlah item	Crocbach alpha	Rule of thumb	Keputusan
1	Atraksi wisata (X1)	8	0.142	0.6	Reliabel
2	Amenitas	7	0.215	0.6	Reliabel
3	Aksesibilitas ( X2 )	8	0.146	0.6	Reliabel
3	Keputusan berkunjung (Y)	9	0.134	0.6	Reliabel

Sumber: Data diolah, 2021

Dari tabel 4.10 diatas terlihat seluruh instrumen berdasarkan analisis reliabilitas diatas variabel penelitian menunjukkan bahwa nilai (*corcbanch's alpha*) untuk semua variabel adalah 0,6 untuk itu seluruh variabel bisa dikatakan reliabel atau handal. Dari hasil tersebut penelitian ini akan menghasilkan data yang sama walaupun digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama.

## 4.5 Uji Asumsi Klasik

### 4.5.1. Uji Normalitas

Uji normalitas data menjadi prasyarat pokok dalam analisis parametik, karena data yang digunakan harus berdistribusi normal. Pengujian normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan SPSS 24 dalam mengolah data, salah satunya dengan uji *One-Sample Kolmogorov Smirnov*

**Tabel 4.11**  
**Hasil uji normalitas**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		56
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.38438969
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.065
	Positive	.065
	Negative	-.056
Kolmogorov-Smirnov Z		.487
Asymp. Sig. (2-tailed)		.972
a. Test distribution is Normal.		

Sumber : hasil olahan data 2021

Berdasarkan tabel diatas terlihat uji normalitas menunjukkan *Asymp.Sig* (2-tailed) lebih besar dari 0.05 yaitu 0.972. Ini mengidentifikasi bahwa data terdistribusi normal sehingga layak dipakai untuk analisis regresi berganda.

#### 4.5.2. Uji Multikolinieritas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak orthogonal. Untuk mendeteksi adanya multikolinieritas dapat dilihat *value inflation factor* (VIF). Apabila nilai  $VIF > 10$ , terjadi multikolinieritas. Sebaliknya, jika  $VIF < 10$ , tidak terjadi multikolinieritas. Maka hasilnya dapat dilihat dari tabel 4.11 dibawah ini:

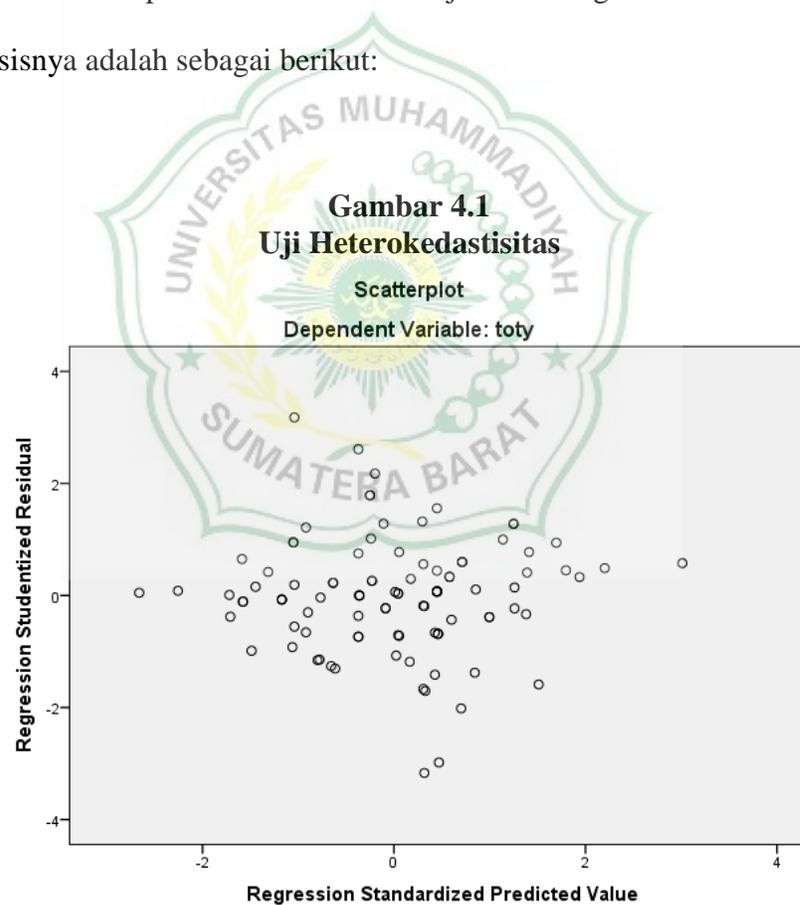
**Tabel 4,12**  
**hasil uji multikolinieritas**

Tolerance	VIF
(Constant)	
X1	.918
X2	.920
X3	.996

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa semua nilai tolerance  $> 0.10$  dan hasil perhitungan nilai  $VIF < 10$  hal ini berarti tidak terjadi gejala multikolinieritas antar variabel independen. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi yang digunakan sebagai prediksi dalam penelitian ini bebas dari asumsi klasik.

### 4.5.3. Uji Heterokedastisitas

Pengujian ini digunakan untuk melihat apakah variabel pengganggu mempunyai varian yang sama atau tidak. Heterokedastisitas mempunyai suatu keadaan bahwa varian dari residual suatu pengamatan yang lain berbeda. Salah satu metode yang digunakan untuk menguji ada tidaknya heterokedastisitas akan mengakibatkan penaksiran koefisien-koefisien regresi menjadi tidak efisien. Hasil penaksiran akan menjadi kurang dari semestinya. Dasar analisisnya adalah sebagai berikut:



Dari grafik diatas dapat diketahui bahwa tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi sebab tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Sehingga dapat dikatakan uji heterokedastisitas terpenuhi.

#### 4.6 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pengembangan Kualitas atribut produk wisata terhadap Keputusan berkunjung. Berdasarkan pengolahan data dengan spss maka diperoleh hasil sebagaimana yang ditunjukkan pada Tabel 4.13

**Tabel 4.13**  
**Analisis Regresi berganda Kualitas atribut produk wisata (X1) dan amenitas (X2), aksesibilitas ( X3 ) terhadap Keputusan berkunjung (Y)**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	3810	10.325	
X1	.440	.291	.022
X2	.133	.176	-.109
X3	.780	.260	.041

Sumber : Hasil olahan data 2021

Berdasarkan tabel 4.13 diatas maka dapat dilihat persamaan regresinya yaitu :

$$Y = 0.3810 + 0,44X1 + 0.133X2 + 0.78 X3$$

Interpretasi berdasarkan persamaan tersebut dapat diartikan sebagai berikut:

1. Koefisien regresi positif sebesar 0.440 artinya apabila atribut produk wisata (X1) ditingkatkan sebesar satu satuan, dengan asumsi *amenitas* (X2), aksesibilitas ( X3 ) diabaikan, maka akan mengakibatkan kenaikan Keputusan berkunjung (Y) sebesar 0.440 atau sebesar 44.0%.
2. Koefisien regresi positif sebesar 0.133 artinya apabila *amenitas* (X2) ditingkatkan sebesar satu satuan, dengan asumsi atraksi wisata (X1) , dan aksesibilitas ( X3 )diabaikan, maka akan mengakibatkan kenaikan Keputusan berkunjung (Y) sebesar 0.133 atau sebesar 13.3%.
3. Koefisien regresi positif 0.780 artinya apabila aksesibilitas (X3) ditingkatkan sebesar satu satuan dengan asumsi atraksi wisata ( X1 )diabaikan , *amenitas* ( X2 )diabaikan maka akan mengakibatkan kenaikan Keputusan berkunjung (Y) sebesar 0.780 atau sebesar 78.0%.

#### 4.7 Uji Hipotesis

##### 4.7.1. Pengujian Hipotesis secara Simultan (Uji F)

Uji *F* pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model regresi mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Imam, 2005:44). Setelah *F* hitung regresi ditemukan hasilnya, kemudian dibandingkan dengan *F* tabel. Untuk menentukan nilai *F* tabel, tingkat signifikansi yang digunakan adalah sebesar  $\alpha = 5\%$  dengan derajat kebebasan (*degree of freedom*) = (n-k) dimana n adalah jumlah observasi dan k adalah jumlah variabel termasuk intersep. Jika *F* hitung  $\geq$  *F* tabel atau signifikansi  $< \alpha$ , ini berarti bahwa variabel bebas mempunyai pengaruh yang

signifikansi terhadap variabel terikat. Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  atau signifikansi  $\geq \alpha$ , ini berarti bahwa seluruh variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

**Tabel 4.14**  
**Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)**

ANOVA <sup>b</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7.953	3	2.651	2.290	.883 <sup>a</sup>
	Residual	629.975	52	12.115		
	Total	637.929	55			

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui nilai  $f_{hitung}$  diperoleh sebesar 2.290 dengan nilai signifikansi ( $p-value$ ) sebesar 0.000, maka didapat  $f_{tabel}$  sebesar 2.196, dikarenakan nilai  $f_{hitung} > f_{tabel}$  ( $2.290 > 2.196$ ) dan nilai signifikansi ( $p-value$ )  $0.000 < 0.05$  maka  $H_0$  ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan (bersama-sama) atraksi wisata, amenitas dan aksesibilitas Memiliki Pengaruh yang signifikan Terhadap Keputusan berkunjung.

#### 4.7.2. Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Uji T digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel *independent* secara parsial dalam menerangkan variasi variabel

*dependent*. berikut hasil uji T yang telah dilakukan dapat dilihat dalam tabel dibawah ini.

**Tabel 4.15**  
**Pengujian hipotesis secara parsial ( T )**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	38.010	10.325		3.681	.001
X1	.044	.291	.022	2.151	.880
X2	-.133	.176	.109	3.756	.453
X3	.078	.260	.041	2.300	.765

a. Dependent Variable: Y

Penjelasan hasil uji T untuk masing – masing variabel terhadap variabel *dependent* sebagai berikut :

1. Hasil uji t variabel atraksi wisata ( X1 ) terhadap variabel keputusan berkunjung ( Y )

Variabel atraksi wisata memiliki nilai signifikan sebesar 0.005 lebih kecil dari 0,05. Sementara nilai t-hitung yang diperoleh yaitu 2.151 lebih besar dari nilai t tabel (  $Dk = n - k - 1 = 1.985$  ) sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima ,maka demikian menyatakan bahwa “ atraksi wisata “ berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung

2. Hasil uji T amenities ( X2 ) terhadap variabel keputusan berkunjung ( Y )

Variabel amenities memiliki nilai signifikan sebesar 0.005 lebih kecil dari 0,05. Sementara nilai t-hitung yang diperoleh yaitu 3.756 lebih

besar dari nilai t tabel ( $Dk = n - k - 1$ )=1.985 sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima ,maka demikian menyatakan bahwa “ amenitas “ berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung

### 3. Hasil uji t variabel aksesibilitas ( X3 ) terhadap keputusan berkunjung ( Y )

Variabel Aksesibilitas memiliki nilai signifikan sebesar 0.005 lebih kecil dari 0,05. Sementara nilai t-hitung yang diperoleh yaitu 2.300 lebih besar dari nilai t tabel ( $Dk = n - k - 1$ )=1.985 sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima ,maka demikian menyatakan bahwa “ aksesibilitas “ berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung

### 4.8 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Menurut Wing (2009) bahwa  $R^2$  menunjukkan kemampuan model untuk menjelaskan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Nilai  $R^2$  akan selalu berada di antara 0 dan 1. Semakin mendekati 1 berarti semakin besar kemampuan variabel independen untuk menjelaskan pengaruhnya kepada variabel dependen:

**Tabel 4.16**  
**koefisien determinasi**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.789	.698	.656	3.48065

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Pada tabel diatas diperoleh nilai  $R^2$  sebesar 0.698 atau 69.8%, hal ini berarti sebesar 69.0% besarnya kontribusi atraksi wisata, amenitas , aksesibilitas berpengaruh terhadap Keputusan berkunjung sedangkan sisanya 31.0% merupakan hasil yang dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini yang mempengaruhi Keputusan berkunjung.

#### **4.10 Pembahasan**

Berdasarkan hasil perhitungan dan pengujian diatas maka dapat dikatakan bahwa :

##### **1. Pengaruh atraksi wisata terhadap keputusan berkunjung**

Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa atraksi wisata memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Ini menggambarkan bahwa semakin ditingkatkannya pengembangan atraksi wisata maka akan semakin tinggi pula keputusan untuk berkunjung.

##### **2. pengaruh Amenitas terhadap keputusan berkunjung**

hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa amenitas memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap keputusan berkunjung karena Kebutuhan wisatawan tidak hanya menikmati keunikan dan keindahan alamnya saja tetapi juga memerlukan kelengkapan fasilitas wisata di daerah tujuan wisata agar memadai, semakin meningkatnya

pengembangan amenities makan akan meningkatkan keputusan untuk berkunjung di objek wisata.

### **3. Pengaruh aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung**

hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa aksesibilitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung, dengan mudahnya akses ke taman margasatwa budaya kinantan maka membuat wisatawan mudah untuk mengunjungi objek tersebut, dan untuk bisa sampai ke taman margasatwa budaya kinantan lokasinya strategis dekat dengan pusat kota

### **4. Pengaruh atraksi wisata, amenities dan aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung**

hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara bersama – sama atraksi wisata, amenities dan aksesibilitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung, ini membuktikan bahwa pengembangan atribut produk wisata dapat meningkatkan jumlah kunjungan terhadap objek wisata tersebut. Dari penelitian ini menyatakan bahwa amenities merupakan variabel yang dominan mempengaruhi keputusan berkunjung.

## **Bab V**

### **Kesimpulan dan Saran**

#### **5.1 Kesimpulan**

##### **1. Pengembangan Atribut Produk Wisata di taman margasatwa budaya kinantan**

Taman margasatwa budaya kinantan telah banyak melakukan pengembangan atribut produk wisata seperti taman aviary sebagai tempat hidup burung, dan telah ditambah dengan kandang reptile dan karnivora. Taman margasatwa budaya kinantan kini mempunyai taman aviary terbesar di Sumatera bahkan Indonesia.

Disamping itu juga ada zona karnivora, yang akan dihuni oleh harimau, singa macan dahan dan kucing emas serta hewan karnivora lainnya. Untuk karnivora pengunjung dapat berinteraksi dengan hewan tersebut dibalik kaca tebal, zona reptile. Atribut produk wisata yang mempengaruhi pengembangan adalah amenitas, semakin dikembangkannya amenitas maka akan membuat objek tersebut nyaman dan menarik.

##### **2. Pengaruh atraksi wisata, amenitas dan aksesibilitats terhadap keputusan berkunjung di taman margasatwa budaya kinantan**

atraksi wisata, amenitas dan aksesibilitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung, ini membuktikan bahwa pengembangan atribut produk wisata dapat meningkatkan jumlah kunjungan

terhadap objek wisata tersebut. Dari penelitian ini menyatakan bahwa amenities merupakan variabel yang dominan mempengaruhi keputusan berkunjung.

### 5.1. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian maka peneliti memberikan saran kepada pihak pengelola kebun binatang dan untuk peneliti selanjutnya :

#### 1. Untuk Pengelola

Taman margasatwa budaya kinantan bukittinggi merupakan salah satu potensi wisata yang memiliki daya tarik yang perlu untuk dikembangkan, taman margasatwa budaya kinantan juga telah memiliki sarana dan prasarana yang baik, sehingga mempunyai strategi yang bagus untuk dipromosikan melalui sosial media agar bisa menarik minat kunjung yang lebih ke taman margasatwa budaya kinantan. Untuk pengelola diharapkan mempunyai situs khusus untuk taman margasatwa budaya kinantan bukittinggi.

Sementara untuk kualitas atribut produk sudah memiliki kualitas yang baik, tetapi pihak pengelola perlu meningkatkan kelengkapan sarana dan prasana.

Untuk pengelola diharapkan bisa membuat promosi khusus di media tentang Taman margasatwa budaya kinantan bukittinggi agar meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.

## 2. Untuk peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan menggunakan variabel lainnya yang mempengaruhi minat berkunjung di taman margasatwa budaya kinantan, dengan menggunakan variabel lainnya yang belum dibahas maka diharapkan penelitian selanjutnya memberikan manfaat untuk pengelola taman margasatwa budaya kinantan bukittinggi.



## DAFTAR PUSTAKA

- Analisis Pengaruh Produk Wisata, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Wisatawan Dalam Mengunjungi Objek Wisata. *Diponegoro Journal Of Management* (online), Vol 5, No. 4 (<http://ejournal-73.sl.undip.ac.id/index.php/management>) diakses tanggal 9 April 2018
- Arianto, A. (2013), "Pengaruh Atribut Produk, Harga, Kebutuhan Mencari Variasi Dan Ketidakpuasan Konsumen Terhadap Keputusan Perpindahan Merek Dari Samsung Galaxy Series Di Kota Malang," *Jurnal Aplikasi Manajemen*, Vol. 11, No.2, pp. 294-305.
- Bayu, Sutrisno. 2013. Pengaruh Atribut Produk Wisata Tirta Terhadap Keputusan Berkunjung di Water Park Bojongsari Indramayu. Skripsi. Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Pendidikan Indonesia.
- Hapsari, Nurul R, Nawazirul Lubis, dan Widiartanto. 2014. "*Pengaruh Atribut Produk Wisata dan Electronic Word-of-Mouth (eWOM) terhadap Keputusan Berkunjung pada Obyek Wisata Umbul Sidomukti Kabupaten Semarang.*" *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*.
- Kotler, P., & Keller, K.L. 2012, *Manajemen Pemasaran*. terjemahan Benyamin Molan, Ed. 12. Jakarta: Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K.L. 2012, *Manajemen Pemasaran*. terjemahan Benyamin Molan, Ed. 12. Jakarta: Indeks.

Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran* (Jilid 1, Edisi 13).

Jakarta: Erlangga.

Mayasari, W. M. 2017. Pengaruh Atribut Produk Wisata dan Word Of Mouth

Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Taman Margasatwa

Semarang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, (Online), Vol. 6, No. 1

(<http://neliti.com>) diakses 7 Januari 2018 Surgawi, I. 2016.

Muljadi, A.J. 2012. *Kepariwisata dan Perjalanan*. Jakarta: Raja Grafindo Perkasa

Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

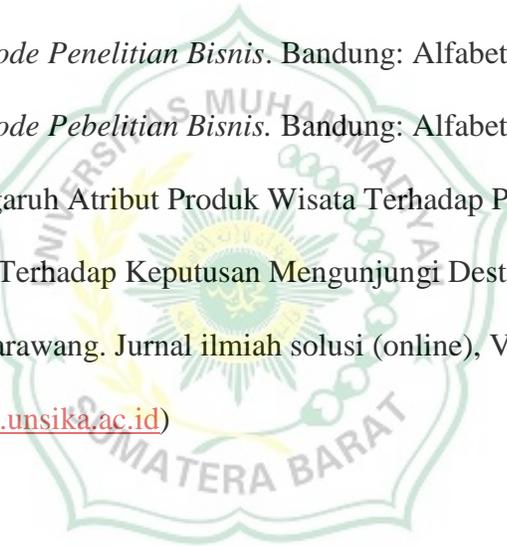
-----2017. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta

Yusuf, A. 2014. Pengaruh Atribut Produk Wisata Terhadap Place Branding Dan

Implikasinya Terhadap Keputusan Mengunjungi Destinasi Wisata Pantai Di

Kabupaten Karawang. *Jurnal ilmiah solusi* (online), Vol. 1, No. 1

(<http://journal.unsika.ac.id>)



## Karakteristik Responden

### Uji validitas & Reliabilitas

No	Jenis Kelamin	Umur	Pekerjaan
1	Laki-laki	18-25 tahun	Mahasiswa/Pelajar
2	Laki-laki	26-33 tahun	Karyawan
3	Perempuan	26-33 tahun	Lainnya
4	Laki-laki	18-25 tahun	Mahasiswa/Pelajar
5	Perempuan	18-25 tahun	Mahasiswa/Pelajar
6	Laki-laki	18-25 tahun	Mahasiswa/Pelajar
7	Laki-laki	26-33 tahun	Karyawan
8	Perempuan	>40 tahun	Lainnya
9	Perempuan	18-25 tahun	Lainnya
10	Perempuan	18-25 tahun	Karyawan
11	Laki-laki	26-33 tahun	Karyawan
12	Perempuan	18-25 tahun	Karyawan
13	Laki-laki	26-33 tahun	Wiraswasta
14	Perempuan	18-25 tahun	Mahasiswa/Pelajar
15	Laki-laki	18-25 tahun	Mahasiswa/Pelajar
16	Laki-laki	18-25 tahun	Mahasiswa/Pelajar
17	Laki-laki	26-33 tahun	Wiraswasta
18	Perempuan	26-33 tahun	Lainnya
19	Laki-laki	33-40 tahun	Wiraswasta
20	Perempuan	18-25 tahun	Lainnya
21	Perempuan	26-33 tahun	Wiraswasta
22	Laki-laki	18-25 tahun	Mahasiswa/Pelajar
23	Perempuan	18-25 tahun	Mahasiswa/Pelajar
24	Perempuan	18-25 tahun	Karyawan
25	Laki-laki	18-25 tahun	Wiraswasta
26	Perempuan	18-25 tahun	Wiraswasta
27	Perempuan	18-25 tahun	Karyawan
28	Laki-laki	18-25 tahun	Wiraswasta
29	Perempuan	33-40 tahun	Lainnya
30	Laki-laki	33-40 tahun	Wiraswasta

**PENGARUH PENGEMBANGAN ATRIBUT PRODUK WISATA,  
TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI TAMAN MARGA SATWA  
BUDAYA KINANTAN BUKITTINGGI**

**IDENTITAS RESPONDEN**

Umur

- < 20 Tahun
- 20 - 30 Tahun
- 31 - 40 Tahun
- 41 - 50 Tahun

Jenis Kelamin

- Laki - Laki
- Perempuan

Pekerjaan

- Mahasiswa/Pelajar
- Karyawan
- Wiraswasta
- Lainnya

**Cara Pengisian Kuesioner**

Saudara cukup memberikan tanda silang (X) pada pilihan jawaban yang tersedia (rentang angka dari 1 sampai dengan 5) sesuai dengan pendapat Saudara. Setiap pertanyaan mengharapkan hanya satu jawaban dan bila memilih jawaban 'lain-lain' maka diharapkan untuk memberikan keterangan lebih lanjut. Setiap angka akan mewakili tingkat kesesuaian dengan pendapat Saudara:

1 = sangat tidak setuju (STS)

2 = tidak setuju (TS)

3 = netral (N)

4 = setuju (S)

5 = sangat setuju (SS)

Untuk pertanyaan yang tidak ada angka pilihannya, Saudara diminta untuk menjawab pertanyaan sesuai dengan kondisi yang dialami pada pekerjaan saat ini.

### DAFTAR PERTANYAAN

#### Keputusan berkunjung (Y)

No	PERNYATAAN	STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
1	saya tertarik mencari informasi tentang taman margasatwa budaya kinantan					
2	saya mempertimbangkan untuk mengunjungi taman marga satwa budaya kinantan					
3	saya tertarik untuk mengunjungi taman margasatwa budaya kinantan					
4	saya tertarik datang kembali ke taman margasatwa budaya kinantan					
5	Saya merasa yakin berkunjung ke taman margasatwa budaya kinantan sebagai pilihan yang tepat dalam berwisata					
6	Taman margasatwa budaya kinantan merupakan tempat wisata yang sesuai dengan kebutuhan wisata saya					
7	Saya memutuskan untuk Berkunjung ke Taman margasatwa budaya kinantan karena biaya yang rendah					
8	Saya memutuskan untuk Berkunjung ke Taman margasatwa budaya kinantan karena rasa penasaran dengan wisata yang ditawarkan					
9	Saya akan merekomendasikan kepada kerabat, teman-teman dan orang lain tentang keunggulan Taman margasatwa budaya kinantan					

**Atraksi wisata (X1)**

No	PERNYATAAN	STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Adanya pengembangan spot foto yang menarik membuat saya tertarik untuk berkunjung ke taman marga satwa budaya kinantan.					
2	Pengembangan bangunan taman margasatwa budaya kinantan yang terawat dengan baik dan bersih					
3	Karena adanya berbagai macam jenis hewan membuat saya ingin berkunjung ketaman margasatwa budaya kinantan					
4	Saya merasa nyaman ketika bermain di taman marga satwa budaya kinantan.					
5	Saya berkunjung karena adanya tempat bersejarah seperti benteng for de kock.					
6	Saya berkunjung arena adanya event seperti animal show					

**Amenitas ( X2 )**

No	PERNYATAAN	STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Adanya penginapan terdekat disekitar lokasi objek wisata taman margasatwa budaya kinantan					
2	Harga penginapan disekitar objek terjangkau					
3	Kondisi penginapan yang ditawarkan disekita objek baik					
4	Adanya restoran terdekat disekitar lokasi taman margasatwa budaya kinantan					
5	Harga makanan yang ditawarkan terjangkau					
6	Adanya transpotasi lokal untuk menuju objek wisata taman marga satwa budaya kinantan					

7	Menu makanan yang disediakan di restaurant bervariasi					
8	Terdapatnya alat komunikasi di objek taman margasatwa budaya kinantan					
9	ToileT dan mushola terawatt dengan baik dan bersih					

**Aksesibilitas ( X3 )**

No	PERNYATAAN	STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Letak objek wisata taman margasatwa budaya kinantan strategi dan dekat dari kota bukittinggi					
2	Tersedianya transportasi umum untuk menuju taman margasatwa budaya kinantan bukittinggi					
3	Harga yang dibayar untuk transportasi murah					
4	Objek wisata mudah dilalui angkutan umum/ kendaraan roda dua dan empat					
5	Angkutan menuju ke taman marga satwa budaya kinantan nyaman dan aman.					

**TERIMA KASIH**

### Uji Asumsi Klasik

No	Jenis kelamin	Umur	Pekerjaan
1	Laki-laki	18-25 tahun	Mahasiswa/Pelajar
2	Laki-laki	26-33 tahun	Karyawan
3	Perempuan	26-33 tahun	Lainnya
4	Laki-laki	18-25 tahun	Mahasiswa/Pelajar
5	Perempuan	18-25 tahun	Mahasiswa/Pelajar
6	Laki-laki	18-25 tahun	Mahasiswa/Pelajar
7	Laki-laki	26-33 tahun	Karyawan
8	Perempuan	>40 tahun	Lainnya
9	Perempuan	18-25 tahun	Lainnya
10	Perempuan	18-25 tahun	Karyawan
11	Laki-laki	26-33 tahun	Karyawan
12	Perempuan	18-25 tahun	Karyawan
13	Laki-laki	26-33 tahun	Wiraswasta
14	Perempuan	18-25 tahun	Mahasiswa/Pelajar
15	Laki-laki	18-25 tahun	Mahasiswa/Pelajar
16	Perempuan	18-25 tahun	Mahasiswa/Pelajar
17	Perempuan	26-33 tahun	Wiraswasta
18	Perempuan	26-33 tahun	Lainnya
19	Laki-laki	33-40 tahun	Wiraswasta
20	Perempuan	18-25 tahun	Lainnya
21	Perempuan	26-33 tahun	Wiraswasta
22	Laki-laki	18-25 tahun	Mahasiswa/Pelajar
23	Perempuan	18-25 tahun	Mahasiswa/Pelajar
24	Perempuan	18-25 tahun	Karyawan
25	Laki-laki	18-25 tahun	Wiraswasta
26	Perempuan	18-25 tahun	Wiraswasta
27	Perempuan	18-25 tahun	Karyawan
28	Laki-laki	18-25 tahun	Wiraswasta
29	Perempuan	33-40 tahun	Lainnya
30	Laki-laki	33-40 tahun	Wiraswasta
31	Laki-laki	26-33 tahun	Karyawan
32	Perempuan	>40 tahun	Lainnya
33	Laki-laki	18-25 tahun	Lainnya

<b>34</b>	Perempuan	18-25 tahun	Karyawan
<b>35</b>	Perempuan	26-33 tahun	Karyawan
<b>36</b>	Perempuan	26-33 tahun	Karyawan
<b>37</b>	Laki-laki	26-33 tahun	Wiraswasta
<b>38</b>	Perempuan	26-33 tahun	Karyawan
<b>39</b>	Perempuan	18-25 tahun	Mahasiswa/Pelajar
<b>40</b>	Perempuan	18-25 tahun	Mahasiswa/Pelajar
<b>41</b>	Laki-laki	18-25 tahun	Mahasiswa/Pelajar
<b>42</b>	Laki-laki	18-25 tahun	Mahasiswa/Pelajar
<b>43</b>	Perempuan	18-25 tahun	Karyawan
<b>44</b>	Laki-laki	18-25 tahun	Wiraswasta
<b>45</b>	Laki-laki	18-25 tahun	Mahasiswa/Pelajar
<b>46</b>	Perempuan	26-33 tahun	Lainnya
<b>47</b>	Laki-laki	18-25 tahun	Lainnya
<b>48</b>	Laki-laki	18-25 tahun	Wiraswasta
<b>49</b>	Perempuan	18-25 tahun	Lainnya
<b>50</b>	Laki-laki	26-33 tahun	Lainnya
<b>51</b>	Perempuan	26-33 tahun	Lainnya
<b>52</b>	Laki-laki	18-25 tahun	Lainnya
<b>53</b>	Perempuan	26-33 tahun	Karyawan
<b>54</b>	Laki-laki	>40 tahun	Lainnya
<b>55</b>	Perempuan	18-25 tahun	Mahasiswa/Pelajar
<b>56</b>	Perempuan	18-25 tahun	Mahasiswa/Pelajar
<b>57</b>	Laki-laki	26-33 tahun	Wiraswasta
<b>58</b>	Perempuan	26-33 tahun	Lainnya
<b>59</b>	Perempuan	18-25 tahun	Mahasiswa/Pelajar
<b>60</b>	Laki-laki	18-25 tahun	Mahasiswa/Pelajar
<b>61</b>	Perempuan	26-33 tahun	Karyawan
<b>62</b>	Perempuan	26-33 tahun	Karyawan
<b>63</b>	Laki-laki	18-25 tahun	Lainnya
<b>64</b>	Perempuan	26-33 tahun	Karyawan
<b>65</b>	Perempuan	33-40 tahun	Lainnya
<b>66</b>	Perempuan	33-40 tahun	Karyawan
<b>67</b>	Laki-laki	18-25 tahun	Mahasiswa/Pelajar
<b>68</b>	Perempuan	18-25 tahun	Mahasiswa/Pelajar
<b>69</b>	Perempuan	18-25 tahun	Mahasiswa/Pelajar
<b>70</b>	Perempuan	18-25 tahun	Mahasiswa/Pelajar
<b>71</b>	Perempuan	18-25 tahun	Mahasiswa/Pelajar

<b>72</b>	Laki-laki	>40 tahun	Karyawan
<b>73</b>	Perempuan	33-40 tahun	Lainnya
<b>74</b>	Perempuan	18-25 tahun	Mahasiswa/Pelajar
<b>75</b>	Perempuan	18-25 tahun	Mahasiswa/Pelajar
<b>76</b>	Perempuan	18-25 tahun	Mahasiswa/Pelajar
<b>77</b>	Laki-laki	18-25 tahun	Mahasiswa/Pelajar
<b>78</b>	Laki-laki	18-25 tahun	Mahasiswa/Pelajar
<b>79</b>	Laki-laki	26-33 tahun	Karyawan
<b>80</b>	Perempuan	>40 tahun	Lainnya
<b>81</b>	Perempuan	18-25 tahun	Lainnya
<b>82</b>	Perempuan	18-25 tahun	Karyawan
<b>83</b>	Laki-laki	26-33 tahun	Karyawan
<b>84</b>	Perempuan	18-25 tahun	Karyawan
<b>85</b>	Laki-laki	26-33 tahun	Wiraswasta
<b>86</b>	Perempuan	18-25 tahun	Mahasiswa/Pelajar
<b>87</b>	Perempuan	18-25 tahun	Mahasiswa/Pelajar
<b>88</b>	Perempuan	18-25 tahun	Karyawan
<b>89</b>	Laki-laki	18-25 tahun	Wiraswasta
<b>90</b>	Laki-laki	18-25 tahun	Mahasiswa/Pelajar
<b>91</b>	Perempuan	26-33 tahun	Lainnya
<b>92</b>	Laki-laki	18-25 tahun	Lainnya
<b>93</b>	Laki-laki	18-25 tahun	Wiraswasta
<b>94</b>	Perempuan	18-25 tahun	Lainnya
<b>95</b>	Laki-laki	26-33 tahun	Lainnya
<b>96</b>	Perempuan	18-25 tahun	Karyawan
<b>97</b>	Laki-laki	18-25 tahun	Wiraswasta
<b>98</b>	Laki-laki	18-25 tahun	Mahasiswa/Pelajar
<b>99</b>	Perempuan	18-25 tahun	Mahasiswa/Pelajar
<b>100</b>	Laki-laki	18-25 tahun	Mahasiswa/Pelajar

## RESPON RESPONDEN

### ATRAKSI WISATA ( X1)

x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.4	X1.	X1.6	TOTAL x1
5	5	4	4	4	4	5	31
5	5	3	4	4	3	5	29
5	4	3	3	4	4	5	28
5	5	3	3	4	4	4	28
4	5	3	5	4	5	3	29
4	5	3	5	4	4	3	28
3	5	5	5	4	4	3	29
4	4	5	4	4	5	3	29
3	4	5	5	4	5	3	29
4	4	5	4	4	4	3	28
5	4	5	5	4	4	3	30
5	4	4	4	4	4	4	29
4	4	4	5	4	5	3	29
4	3	4	4	4	4	4	27
3	3	4	4	4	5	3	26
3	3	4	4	4	4	4	26
3	4	4	4	4	5	3	27
4	5	4	4	4	3	4	28
5	5	5	4	4	3	4	30
4	4	5	5	4	4	3	29
3	3	5	5	4	3	5	28
4	4	5	5	4	3	5	30
4	5	5	3	4	3	5	29
4	3	5	5	4	4	5	30
4	4	3	3	4	4	4	26
4	5	3	5	4	4	3	28
3	5	3	3	4	4	3	25
3	4	3	5	4	4	5	28
3	3	4	3	4	5	4	26
3	4	4	2	4	5	4	26
5	4	4	2	4	5	4	28
5	4	5	4	4	5	4	31

5	4	4	4	4	4	4	29
5	5	4	5	4	4	4	31
5	5	5	5	4	4	4	32
5	5	4	5	4	4	4	31
4	4	5	5	4	4	3	29
4	4	4	5	4	4	3	28
4	4	5	4	4	4	5	30
3	5	4	4	4	4	4	28
4	5	3	4	4	4	5	29
4	5	4	4	4	4	5	30
5	4	4	4	4	3	5	29
5	4	4	4	4	3	5	29
4	3	5	3	4	3	4	26
4	4	5	4	4	4	4	29
4	3	5	3	4	4	4	27
4	4	4	4	4	5	4	29
4	4	4	3	4	5	4	28
3	3	4	4	4	5	2	25
3	3	4	3	4	5	4	26
3	3	3	4	4	5	5	27
3	5	4	3	4	5	5	29
3	3	4	5	4	4	5	28
3	3	4	4	4	4	5	27
3	3	3	3	4	4	5	25
5	3	5	4	4	4	4	29
4	5	5	4	4	5	4	31
4	5	3	4	4	5	4	29
4	5	4	3	4	4	5	29
4	5	4	4	4	4	5	30
4	5	3	3	4	5	5	29
5	5	4	4	4	4	5	31
5	4	3	3	4	4	4	27
5	4	4	4	4	5	4	30
4	4	3	3	4	4	4	26
4	4	5	4	4	4	4	29
4	4	4	3	4	5	4	28
3	4	4	4	4	4	3	26
3	3	4	3	4	4	3	24

4	3	5	4	4	4	5	29
4	3	4	3	4	4	5	27
5	4	4	4	4	4	5	30
5	4	4	3	4	4	5	29
5	5	3	3	4	5	5	30
5	5	3	3	4	5	5	30
4	4	4	3	4	5	5	29
4	3	5	4	4	4	4	28
4	5	5	5	4	3	3	29
3	3	5	5	4	4	3	27
4	3	4	4	4	4	3	26
5	3	5	5	4	4	3	29
4	3	4	4	4	4	3	26
3	3	5	5	4	4	3	27
4	5	4	4	4	4	4	29
4	5	3	5	4	5	4	30
5	5	4	4	4	5	4	31
4	5	4	4	4	4	4	29
5	4	5	4	4	3	5	30
4	4	4	4	4	3	5	28
5	4	4	5	4	4	4	30
3	4	4	4	4	4	3	26
5	4	3	4	4	3	4	27
5	4	4	4	4	3	3	27
5	4	4	4	4	2	4	27
4	4	4	4	4	4	3	27
4	4	5	4	4	3	3	27
5	5	5	5	4	3	4	31
5	3	4	5	4	3	4	28
4	4	5	5	4	5	4	31

## AMENITAS (X2)

no	x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5	x2.6	x2.7	x2.8	x2.9	tot X2
1	4	4	4	5	4	4	5	4	4	38
2	4	4	4	5	4	5	5	4	4	39
3	4	4	3	5	4	5	5	4	4	38
4	4	4	3	5	4	5	4	3	4	36
5	3	4	3	4	4	5	4	3	5	35
6	3	4	4	4	4	5	3	3	5	35
7	3	4	4	4	4	5	4	3	5	36
8	4	4	5	4	4	4	4	3	4	36
9	5	4	5	4	4	4	4	4	3	37
10	4	3	5	4	4	4	4	4	3	35
11	5	3	4	5	4	4	4	4	3	36
12	4	3	4	5	4	3	4	5	3	35
13	5	5	4	5	4	3	4	4	4	38
14	4	5	5	3	4	3	3	5	4	36
15	5	5	5	3	4	4	3	6	4	39
16	4	5	5	3	4	4	3	6	4	38
17	5	5	5	3	4	4	3	6	4	39
18	4	4	3	3	4	5	4	6	4	37
19	4	4	3	5	4	5	4	6	4	39
20	4	4	3	5	4	5	4	5	4	38
21	3	4	2	5	4	5	4	5	4	36
22	3	3	2	3	4	4	3	5	4	31
23	3	3	4	3	4	3	3	4	5	32
24	3	3	4	5	4	3	3	4	5	34
25	3	4	5	3	4	3	3	3	5	33
26	4	5	5	5	4	5	3	3	5	39
27	4	5	5	3	4	5	4	3	5	38
28	4	4	5	4	4	4	4	3	5	37
29	4	4	5	3	4	4	4	4	5	37
30	5	4	5	5	4	4	4	5	4	40
31	4	5	5	5	4	4	4	4	4	39
32	5	5	5	4	4	4	4	4	4	39
33	4	5	4	3	4	5	3	4	3	35
34	5	5	5	3	4	5	4	5	3	39
35	4	4	5	4	4	5	3	5	3	37

36	3	4	5	4	4	4	4	5	3	36
37	3	4	5	5	4	4	4	5	4	38
38	3	4	5	5	4	4	4	4	3	36
39	3	4	5	5	4	3	4	4	3	35
40	4	4	5	4	4	3	4	4	4	36
41	4	4	5	3	4	3	4	5	3	35
42	4	5	5	3	4	3	4	3	3	34
43	2	5	4	4	4	4	4	5	3	35
44	2	5	3	4	4	4	4	5	3	34
45	4	5	4	5	4	4	4	3	4	37
46	5	5	4	4	4	4	4	4	3	37
47	5	4	4	4	4	4	3	4	3	35
48	3	4	4	3	4	3	3	3	3	30
49	3	4	3	4	4	3	3	3	3	30
50	3	4	3	4	4	3	3	3	3	30
51	4	5	3	4	4	4	3	5	3	35
52	4	4	3	4	4	4	5	5	3	36
53	4	4	3	5	4	4	3	5	2	34
54	2	5	4	4	4	5	3	5	2	34
55	2	4	4	4	4	5	3	4	4	34
56	2	5	3	3	4	5	3	4	4	33
57	2	4	3	2	4	5	3	4	4	31
58	2	5	3	3	4	4	3	4	4	32
59	3	5	4	4	4	4	3	4	4	35
60	4	5	2	4	4	4	3	4	4	34
61	4	5	2	4	4	4	4	5	4	36
62	4	4	2	4	4	4	4	5	5	36
63	4	4	4	5	4	4	4	5	5	39
64	5	5	4	5	4	4	4	5	5	41
65	5	4	4	5	4	4	4	5	4	39
66	5	3	4	5	4	3	4	4	4	36
67	5	3	4	5	4	3	3	4	4	35
68	4	3	4	4	4	3	3	5	4	34
69	4	3	4	4	4	5	3	4	4	35
70	3	3	4	4	4	4	3	4	3	32
71	3	4	5	3	4	4	3	4	3	33
72	3	4	4	3	4	4	3	4	3	32
73	3	5	5	3	4	4	3	4	3	34

74	4	4	5	3	4	5	3	4	3	35
75	4	5	5	4	4	5	3	4	4	38
76	4	4	3	4	4	5	3	4	4	35
77	4	5	5	3	4	5	5	4	4	39
78	4	4	5	4	4	4	5	4	4	38
79	3	5	3	3	4	4	5	5	4	36
80	3	4	5	4	4	4	5	5	4	38
81	4	4	3	3	4	4	5	5	3	35
82	5	4	4	4	4	4	5	4	3	37
83	4	4	3	3	4	4	5	4	5	36
84	4	4	4	3	4	4	5	4	4	36
85	4	4	4	3	4	5	5	5	5	39
86	5	5	4	3	4	5	5	4	4	39
87	4	5	4	4	4	5	5	4	5	40
88	4	5	5	4	4	5	5	4	5	41
89	5	5	5	5	4	5	5	4	4	42
90	5	5	5	4	4	5	4	4	4	40
91	4	3	4	5	4	5	3	4	4	36
92	4	3	4	4	4	5	4	4	4	36
93	3	2	3	5	4	4	3	4	5	33
94	3	2	3	4	4	4	4	4	5	33
95	4	2	4	4	4	4	4	4	5	35
96	4	3	4	4	4	4	4	5	5	37
97	4	2	5	4	4	4	4	3	4	34
98	4	3	5	5	4	4	4	3	4	36
99	3	2	5	5	4	4	5	3	4	35
100	5	2	4	4	4	4	5	3	4	35

**AKSESIBILITAS ( X3 )**

no	x3.1	x3.2	x3.3	x3.4	x.5	Tot X3
1	4	5	4	5	3	21
2	4	5	4	5	3	21
3	4	5	4	5	3	21
4	4	5	4	5	3	21
5	4	5	4	5	3	21
6	3	5	4	5	3	20
7	3	5	3	5	3	19
8	3	4	3	5	3	18
9	3	4	3	4	3	17
10	5	4	3	4	3	19
11	5	4	4	4	4	21
12	4	4	4	4	4	20
13	5	4	4	4	4	21
14	5	4	4	4	4	21
15	4	5	4	4	4	21
16	5	5	4	3	4	21
17	4	4	5	3	4	20
18	5	4	5	3	5	22
19	4	5	5	4	5	23
20	5	4	5	4	5	23
21	4	4	4	4	5	21
22	5	5	4	4	5	23
23	4	4	4	4	5	21
24	5	4	3	4	5	21
25	3	4	3	4	2	16
26	3	4	3	4	2	16
27	4	5	4	5	2	20
28	4	4	3	5	4	20
29	4	5	4	5	2	20
30	3	4	4	5	3	19
31	3	4	4	5	3	19
32	4	3	5	4	3	19
33	4	3	5	4	3	19
34	4	3	5	4	3	19
35	4	4	5	4	3	20



36	4	4	5	4	3	20
37	5	4	4	4	3	20
38	5	4	4	4	2	19
39	5	3	4	4	2	18
40	4	3	5	4	3	19
41	5	3	5	4	4	21
42	5	3	5	5	4	22
43	5	3	4	5	4	21
44	5	4	4	5	4	22
45	5	4	4	3	3	19
46	5	4	4	3	3	19
47	5	5	4	4	4	22
48	4	5	4	4	5	22
49	4	5	4	4	5	22
50	4	3	4	4	4	19
51	4	3	4	4	4	19
52	4	3	3	4	4	18
53	4	2	3	3	4	16
54	5	2	3	5	4	19
55	5	3	4	3	4	19
56	5	3	4	3	4	19
57	4	1	4	3	3	15
58	4	1	4	3	3	15
59	4	3	4	3	3	17
60	5	3	4	4	3	19
61	3	3	4	4	3	17
62	3	3	4	4	4	18
63	3	4	4	4	4	19
64	4	4	4	4	4	20
65	4	4	5	4	4	21
66	4	4	5	5	4	22
67	4	4	5	5	4	22
68	4	4	5	5	5	23
69	4	4	4	3	5	20
70	4	4	4	3	5	20
71	4	5	4	4	5	22
72	4	4	5	3	5	21
73	4	4	4	4	4	20



74	5	4	5	3	4	21
75	5	5	4	4	4	22
76	5	5	4	3	4	21
77	4	3	4	4	5	20
78	4	4	4	3	5	20
79	4	4	3	3	4	18
80	5	2	3	4	4	18
81	4	2	3	3	4	16
82	4	3	3	4	4	18
83	5	3	3	3	4	18
84	4	3	3	4	4	18
85	4	3	4	3	4	18
86	5	4	4	4	4	21
87	4	4	4	5	4	21
88	4	4	3	4	4	19
89	4	4	3	5	4	20
90	4	4	3	4	3	18
91	4	4	4	4	4	20
92	5	4	4	4	4	21
93	4	4	4	4	4	20
94	5	4	4	4	4	21
95	3	4	4	4	4	19
96	4	3	4	3	5	19
97	4	3	4	3	4	18
98	4	4	4	3	4	19
99	4	4	3	3	5	19
100	4	4	3	3	5	19

**KEPUTUSAN BERKUNJUNG ( Y )**

no	y1	y2	y3	y4	y5	y6	y7	y8	y9	tot Y
1	5	5	5	5	4	3	3	3	4	37
2	5	5	5	5	4	4	4	5	5	42
3	5	4	4	4	4	4	4	4	5	42
4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	42
5	4	4	3	4	4	3	3	4	4	42
6	4	3	3	4	4	4	4	4	4	42
7	5	4	4	3	3	3	5	5	5	42
8	5	4	5	5	4	4	4	4	4	42
9	5	3	5	3	3	3	4	4	3	42
10	5	4	5	5	5	5	4	4	4	42
11	4	5	4	5	4	4	4	5	4	42
12	4	4	4	4	4	4	4	4	3	42
13	5	5	5	5	5	5	3	4	5	42
14	4	4	4	3	3	4	4	4	3	42
15	5	5	5	5	4	4	5	4	5	42
16	5	4	4	4	5	5	3	4	4	42
17	5	5	5	4	2	2	4	4	4	42
18	3	3	3	4	3	3	3	4	4	42
19	4	4	4	3	3	3	3	4	3	42
20	4	4	4	4	5	4	5	4	4	42
21	4	4	5	5	4	3	4	5	4	42
22	5	5	4	3	3	3	5	4	3	42
23	4	4	5	3	3	4	4	4	4	42
24	4	4	4	4	3	3	4	5	5	42
25	5	5	5	5	4	4	4	4	4	42
26	5	4	4	4	3	3	4	4	3	42
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	42
28	5	4	4	4	5	5	5	5	4	42
29	4	4	4	4	3	3	4	3	3	42
30	5	5	5	4	5	5	4	4	4	42
31	4	4	4	4	3	3	2	3	3	42
32	5	5	5	4	4	4	3	4	4	42
33	4	4	4	4	4	4	3	5	5	42
34	5	5	5	4	4	4	4	5	5	42
35	4	4	4	4	5	4	2	4	4	42

36	4	4	4	4	4	3	3	4	4	42
37	3	3	3	4	3	4	2	3	4	42
38	4	4	4	4	5	5	3	4	4	42
39	5	5	4	4	4	4	2	4	4	42
40	4	4	4	4	3	5	5	4	4	42
41	5	5	4	4	5	4	4	2	2	42
42	4	4	4	4	4	4	2	4	3	42
43	4	4	4	4	3	4	2	4	4	42
44	4	4	4	4	3	3	3	4	3	42
45	4	4	4	4	5	4	2	4	4	42
46	5	5	4	4	4	4	3	4	4	42
47	4	4	4	4	5	5	2	4	4	42
48	3	3	5	4	4	4	3	4	5	42
49	4	4	4	4	4	3	3	4	3	42
50	4	4	4	4	3	3	3	4	4	42
51	4	4	4	4	4	2	2	4	4	42
52	5	4	4	4	5	5	2	4	4	42
53	4	4	4	4	3	4	3	3	3	42
54	5	5	5	4	5	4	5	5	5	42
55	4	4	4	4	4	4	4	5	4	42
56	5	4	5	4	4	4	5	2	2	42
57	4	3	4	4	4	4	4	4	4	42
58	5	5	5	4	4	4	3	3	4	42
59	5	4	5	4	3	3	5	5	4	42
60	4	4	4	4	4	4	4	2	2	42
61	3	4	4	4	4	4	4	5	4	42
62	4	4	5	4	4	3	3	4	4	42
63	4	4	5	4	3	3	3	2	2	42
64	3	4	4	4	4	4	3	3	4	42
65	5	4	4	4	4	4	4	5	4	42
66	4	4	4	4	4	4	3	3	3	42
67	4	4	4	4	3	3	3	3	4	42
68	3	3	4	4	4	4	5	2	2	42
69	4	4	4	4	5	5	5	5	2	42
70	4	5	5	4	4	4	4	4	4	42
71	3	4	4	4	4	4	4	3	5	42
72	4	4	3	4	4	3	3	4	4	42
73	4	5	5	4	4	5	5	4	3	42

74	3	3	3	4	4	4	4	4	4	42
75	4	4	4	4	4	5	5	5	5	42
76	3	3	3	4	4	4	4	4	5	42
77	4	4	4	4	4	5	4	4	4	42
78	3	4	4	4	5	5	4	4	3	42
79	4	4	4	4	5	5	4	4	3	42
80	4	4	4	4	4	4	5	5	5	42
81	3	4	4	4	3	4	3	3	3	42
82	4	4	4	4	4	4	4	4	5	42
83	3	3	3	4	3	3	4	4	5	42
84	4	5	5	4	5	4	5	5	4	42
85	4	4	4	4	4	3	3	3	4	42
86	4	4	4	4	4	4	4	4	3	42
87	5	4	4	4	4	3	3	3	3	42
88	5	5	5	4	4	4	4	4	5	42
89	4	3	4	4	4	3	4	4	4	42
90	3	4	4	4	4	4	3	3	4	42
91	4	4	4	4	4	4	4	4	5	42
92	3	4	4	4	4	4	4	4	4	42
93	3	4	4	4	4	3	3	3	4	42
94	4	4	5	4	4	3	4	4	5	42
95	4	4	4	4	5	4	5	5	4	42
96	4	5	4	4	4	4	4	4	4	42
97	3	4	5	4	3	3	3	3	4	42
98	3	3	4	4	4	5	2	4	4	42
99	3	4	4	4	4	4	4	4	4	42
100	4	4	4	4	5	5	5	4	5	42

## Uji Validitas

### Atraksi wisata ( X1 )

Variabel	No.Butir	r-hitung	r-tabel	Status
Atraksi wisata ( X1 )	1	0.473	0.486	Valid
	2	0.562	0.486	Valid
	3	0.516	0.486	Valid
	4	0.604	0.486	Valid
	5	0.414	0.486	Valid
	6	0.398	0.486	Valid
	7	0.482	0.486	Valid
	8	0.445	0.486	Valid

### Amenitas ( X2 )

Variabel	No.Butir	r-hitung	r-tabel	Status
Amenitas ( X2 )	1	0.611	0.486	Valid
	2	0.397	0.486	Valid
	3	0.646	0.486	Valid
	4	0.713	0.486	Valid
	5	0.515	0.486	Valid
	6	0.458	0.486	Valid
	7	0.441	0.486	Valid

### Aksesibilitas ( X3 )

Variabel	No.Butir	r-hitung	r-tabel	Status
Aksesibilitas ( X3 )	1	0.486	0.486	Valid
	2	0.626	0.486	Valid
	3	0.501	0.486	Valid
	4	0.410	0.486	Valid
	5	0.642	0.486	Valid
	6	0.730	0.486	Valid
	7	0.410	0.486	Valid
	8	0.610	0.486	Valid

### Keputusan berkunjung ( Y )

Variabel	No.Butir	r-hitung	r-tabel	Status
Keputusan berkunjung (Y)	1	0.715	0.486	Valid
	2	0.720	0.486	Valid
	3	0.720	0.486	Valid
	4	0.737	0.486	Valid
	5	0.632	0.486	Valid
	6	0.473	0.486	Valid
	7	0.419	0.486	Valid
	8	0.674	0.486	Valid
	9	0.537	0.486	Valid

### Uji validitas 100 responden

Variabel	r-hiting	R Tabel	Keterangan
Atraksi wisata (X1)	0.521	0.486	Valid
Amenitas (X2)	0.643	0.486	Valid
Aksesibilitas (X3)	0.544	0.486	Valid
Keputusan berkunjung( Y)	0.498	0.486	Valid

### Uji realibilitas

No	Variabel	Jumlah item	Crocbach alpha	Rule of thumb	Keputusan
1	Atraksi wisata (X1)	8	0.137	0.6	Reliabel
2	Amenitas	7	0.126	0.6	Reliabel
3	Aksesibilitas ( X2 )	8	0.163	0.6	Reliabel
3	Keputusan berkunjung (Y)	9	0.721	0.6	Reliabel

### Uji reabilitas 100 responden

No	Variabel	Jumlah item	Crocbach alpha	Rule of thumb	Keputusan
----	----------	-------------	----------------	---------------	-----------

1	Atraksi wisata (X1)	8	0.142	0.6	Reliabel
2	Amenitas	7	0.215	0.6	Reliabel
3	Aksesibilitas ( X2 )	8	0.146	0.6	Reliabel
3	Keputusan berkunjung (Y)	9	0.134	0.6	Reliabel

### Uji asumsi klasik

#### Uji normalitas

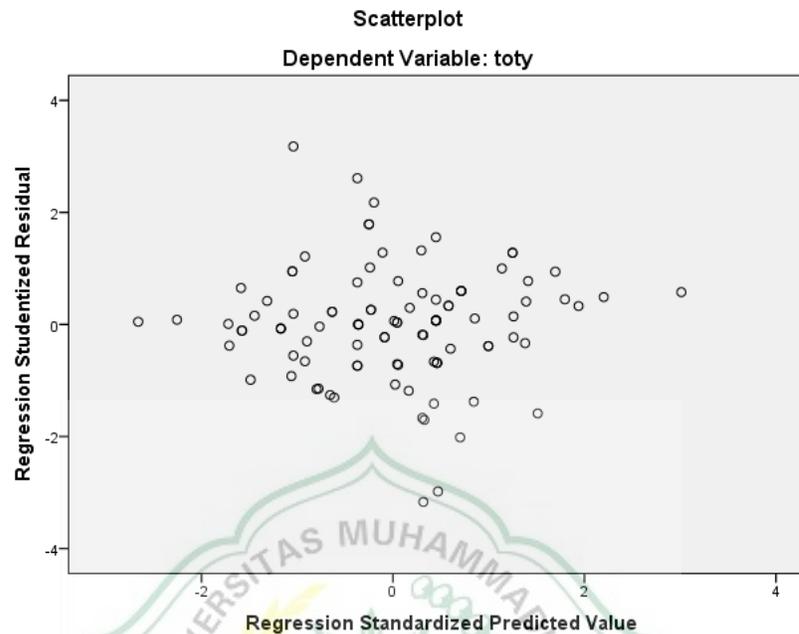
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		56
Normal Parameters <sup>a</sup>		
	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.38438969
Most Extreme Differences		
	Absolute	.065
	Positive	.065
	Negative	-.056
Kolmogorov-Smirnov Z		.487
Asymp. Sig. (2-tailed)		.972
a. Test distribution is Normal.		

#### Uji multikolinearitas

Tolerance	VIF
(Constant)	
X1	.918
X2	.920
X3	.996

## Uji Heterokedastisitas



## Analisis regresi linear berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	3810	10.325	
X1	.440	.291	.022
X2	.133	.176	-.109
X3	.780	.260	.041

## Koefisien determinasi

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.789	.698	.656	3.48065

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.789	.698	.656	3.48065

b. Dependent Variable: Y

### Uji F

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7.953	3	2.651	2.290	.883 <sup>a</sup>
	Residual	629.975	52	12.115		
	Total	637.929	55			

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

### Uji T

**Tabel 4.15**  
**Pengujian hipotesis secara parsial ( T )**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	38.010	10.325		3.681	.001
	X1	.044	.291	.022	2.151	.880
	X2	-.133	.176	.109	3.756	.453
	X3	.078	.260	.041	2.300	.765

a. Dependent Variable: Y