

---

PAPER NAME	AUTHOR
<b>SKRIPSI ALVIAN REVISI FIX.docx</b>	<b>E2115201 mohamad alvian madjid 0895 805172916 alvianmadjid0@gmail.com</b>
WORD COUNT	CHARACTER COUNT
<b>16031 Words</b>	<b>87906 Characters</b>
PAGE COUNT	FILE SIZE
<b>79 Pages</b>	<b>501.2KB</b>
SUBMISSION DATE	REPORT DATE
<b>May 24, 2022 6:17 PM GMT+8</b>	<b>May 24, 2022 6:23 PM GMT+8</b>

---

### ● 22% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 21% Internet database
- Crossref database
- 4% Submitted Works database
- 0% Publications database
- Crossref Posted Content database

### ● Excluded from Similarity Report

- Bibliographic material
- Small Matches (Less than 25 words)

**PENGARUH DAYA TARIK WISATA TERHADAP  
MINAT BERKUNJUNG PADA EKOWISATA  
PINUS MOTILANGO**

**USULAN PENELITIAN**

**OLEH**  
**MOHAMAD ALVIAN MAJID**  
**E.21.15.201**



**PROGRAM SARJANA  
UNIVERSITAS ICHSAN GORONTALO  
GORONTALO  
2021**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH DAYA TARIK WISATA TERHADAP  
MINAT BERKUNJUNG PADA EKOWISATA  
PINUS MOTILANGO**

**OLEH**

**MOHAMAD ALVIAN MAJID  
E.21.15.201**

**Skripsi Ini Telah Memenuhi Syarat Dan Disetujui Oleh Pembimbing**

**Pada tanggal.....2022**

**Menyetujui**

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**

**Dr. Ariawan.,S.Psi., SE., M.M**  
NIDN : 0922057502

**Idris Yunus, SE. MM**  
NIDN : 0915016704

**HALAMAN PERSETUJUAN**

## **PERNYATAAN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Sarjana)<sup>11</sup> baik di Universitas Ichsan Gorontalo maupun di perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri dengan arahan dari Tim Pembimbing.
3. Dalam Skripsi tidak terdapat karya yang telah publikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena skripsi ini, serta sanksi lainnya sesuai norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Gorontalo, 2022

Yang membuat pernyataan

Mohamad Alvian Majid  
E.21.15.201

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Segala puja dan puji syukur kepada Allah SWT yang mahakuasa yang telah mengkaruniakan rahmat dan hidayahnya kepada seluruh makhluk yang ada di muka bumi ini, shalawat serta salam saya haturkan kepada Nabi besar kita, Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita dari alam yang gelap ke alam terang menderang. Selanjutnya penulis kembali mengucapkan syukur yang tak terhingga kepada Kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan hidayahnya, kepada kedua orang tua yang telah banyak berkorban keringat hingga doa yang terputuskan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh daya tarik wisata terhadap minat berkunjung pada Ekowisata Pinus Motilango”

<sup>18</sup> Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dan dorongan dari berbagai macam pihak oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

Ibu Dra. Juriko Abdussamad,M.Si., selaku ketua Yayasan Pengembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (YPIPT) Universitas Ichsan Gorontalo, Bapak Dr.Abd.Gaffar La Djokke.M.Si selaku selaku Rektor Universitas Ichsan Gorontalo, Bapak Musafir, SE,M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Bapak Syamsul SE.M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi. Bapak Ariawan, S.Psi, SE, MM selaku Pembimbing I, Bapak Idris Yunus, SE.,MM sebagai pembimbing II, seluruh staff dan dosen dilingkungan Fakultas Ekonomi

Universitas Ichsan Gorontalo yang telah mendidik penulis hingga terselesainya studi di bangku perkuliahan, kepada seseorang yang dengan sabar menemani dan memotivasi demi terselesainya proposal ini.

Akhirnya penulis memohonkan maaf yang sebesar-besarnya ketika dalam penulisan proposal ini masih banyak kesalahan, karena kita manusia tidak luput dari kesalahan, olehnya kritik serta saran sangat dibutuhkan demi memberikan kesempurnaan dalam penulisan skripsi ini.

Gorontalo, 2022

Penulis

## **ABSTRAK**

MOHAMAD ALVIAN MAJID, E.21.15.20, PENGARUH DAYA TARIK WISATA TERHADAP MINAT BERKUNJUNG PADA EKOWISATA PINUS MOTILANGO

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh daya tarik wisata (X) yang meliputi atraksi, aksesibilitas, fasilitas secara Simultan maupun parsial terhadap minat berkunjung Pada Ekowisata Pinus Motilango. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pengunjung sebanyak 7.806 orang, menggunakan rumus Slovin sehingga sampel sebesar 99 orang.<sup>23</sup> Pengumpulan data pokok melalui daftar pertanyaan yang di uji melalui dua tahap yaitu uji validitas dan uji reliabilitas untuk setiap item pertanyaan yang terdapat dalam daftar pertanyaan. Metode analisis yang digunakan adalah analisis jalur.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, Daya Tarik wisata yang meliputi Atraksi, Aksesibilitas dan Fasilitas Secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung ulang (Y) Pada Ekowisata Pinus Motilanggo. Pengaruhnya termasuk tinggi dan apabila daya tarik wisata diterapkan dengan baik akan meningkatkan minat berkunjung ulang.

Atraksi (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung ulang (Y) Pada Ekowisata Pinus Motilanggo. Walaupun pengaruhnya positif dan signifikan namun atraksi bukan menjadi penentu dominan terhadap peningkatan minat berkunjung ulang.

Aksesibilitas (X2) Secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung ulang (Y) Pada Ekowisata Pinus Motilanggo. Aksesibilitas yang tidak bagus membuat minat berkunjung ulang akan menurun.

Fasilitas (X3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung ulang (Y) Pada Ekowisata Pinus Motilanggo. Pengaruhnya positif dan signifikan dan menjadi penentu dominan terhadap peningkatan minat berkunjung ulang.

.Kata kunci : *Daya tarik Wisata, Atraksi, aksesibilitas, fasilitas, minat berkunjung, Ekowisata*

## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	i
Lembar Pengesahan Pembimbing .....	ii
Lembar Pengesahan Penguji .....	iii
Pernyataan .....	iv
Kata pengantar .....	v
17 Abstrak .....	vii
Daftar Isi .....	viii
Daftar Tabel. ....	x
Daftar Gambar.....	xi
Daftar Lampiran .....	xii

### BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	5
1.3.Maksud dan Tujuan Penelitian .....	6
1.4.Manfaat Penelitian .....	6

### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1.Kajian Pustaka.....	8
2.1.1. Pengertian Pariwisata.....	8
2.1.2. Minat Berkunjung .....	21
2.1.3. Hubungan Variabel .....	23
2.1.4. Penelitian Terdahulu .....	24
2.2.Kerangka Pemikiran .....	26
2.3.Hipotesis .....	27

### BAB III OBJEK DAN METODELOGI PENELITIAN

3.1.Objek Penelitian .....	29
3.2.Metode Penelitian .....	29
3.2.1. Desain Penelitian .....	29
3.2.2. Operasionalisasi Variabel .....	29
3.2.3. Populasi dan sampel .....	30
3.2.4. Jenis dan Sumber data.....	32
3.2.5. Tehnik Pengumpulan Data .....	32
3.2.6. Prosedur Penelitian .....	32
3.3.Rencana Jadwal Penelitian .....	38

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Gambaran Umum lokasi Penelitian.....	39
4.1.1 Sejarah singkat.....	39
4.1.2 Karakteristik Responden.....	41
4.1.3 Pengujian Instrumen Penelitian.....	43
4.1.4 Analisis deskriptif.....	45
4.1.5 Analisis data statistik.....	48
4.1.6 Pengujian Hipotesis.....	51
4.1.7 Korelasi antar variabel.....	59
4.2 Pembahasan hasil Penelitian.....	53

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan.....	60
5.2 Saran.....	61

Daftar Pustaka.....	62
---------------------	----

## DAFTAR TABEL

	Hal.
Tabel 3.1 : Operasioanlisasi Variabel .....	30
Tabel 3.2 : Bobot Nilai Variabel .....	30
Tabel 3.3 : Koefisien Korelasi.....	34
Tabel 3.4 : Jadwal Penelitian.....	38
Tabel 4.1 : Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	42
Tabel 4.2 : Responden Berdasarkan Jenis Umur.....	42
Tabel 4.3 : Responden Berdasarkan Pendidikan .....	43
Tabel 4.4 : Uji Validitas dan Realibilitas Varibel X .....	44
Tabel 4.5 : Uji Validitas dan Realibilitas Varibel Y .....	45
Tabel 4.6 : Kriteria Interpretasi Skor. ....	46
<sup>24</sup> Tabel 4.7 : Tanggapan Responden pada Variabel X1 .....	46
Tabel 4.8 : Tanggapan Responden pada Variabel X2 .....	47
Tabel 4.9 : Tanggapan Responden pada Variabel X3 .....	48
Tabel 4.10 : Tanggapan Responden pada Variabel Y .....	49
Tabel 4.11 : Koefisien Jalur.....	51
Tabel 4.12 : Uji Kemaknaan. ....	52

## **DAFTAR GAMBAR**

	Hal.
Gambar 1.1 : Kunjungan Pada Ekowisata .....	2
Gambar 2.1 : Kerangka Pemikiran.....	27
Gambar 3.1 : Struktur Path analisis .....	37
Gambar 4.1 : Struktur Path analisis .....	50

## **DAFTAR LAMPIRAN**

	Hal.
Lampiran 1 : Kuesioner .....	65
Lampiran 2 : Data ordinal dan interval Variabel Penelitian .....	68
Lampiran 3 : Hasil Uji Instrumen.....	77
Lampiran 4 : Output SPSS .....	80
Lampiran 5 : R tabel .....	82
Lampiran 6 : Surat Keterangan penelitian.....	83
Lampiran 7 : Surat Keterangan Bebas Plagiasi .....	84
Lampiran 8 : Surat Keterangan penelitian.....	85

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang**

Dekade ini, di era sebelum pandemi covid 19, perkembangan usaha pariwisata menjadi andalan setiap provinsi untuk menghasilkan pendapatan asli daerah (PAD). Hal ini disebakan banyak obyek wisata yang dimiliki setiap negara menjadi potensi dan pendukung peningkatan perekonomian baik secara global (Som dan Badarneh, 2011). Selain itu, di indonesia, memiliki obyek wisata yang tersedia dan berada di seluruh kepulauan yang menjadi penghasil utama sektor pariwisata di indonesia (Jumanto, 2017).

Fenomena saat ini dengan bertumbuhnya banyak pariwisata menjadikan satu sektor yang menjanjikan bagi kehidupan masyarakat, tetapi juga memberikan dampak yang sangat cepat dalam perubahan sosial, budaya kemasyarakatan baik internal maupun eksternal yang akan berdampak pada minat wisatawan baik dari manca negara, domestik serta wisatawan lokal yang berkunjung ke suatu destinasi wisata. Kehidupan sosial, budaya, kemasyarakatan mendapatkan pengaruh langsung dari aktifitas pariwisata (Gegel, dalam Sutopo, 2016).

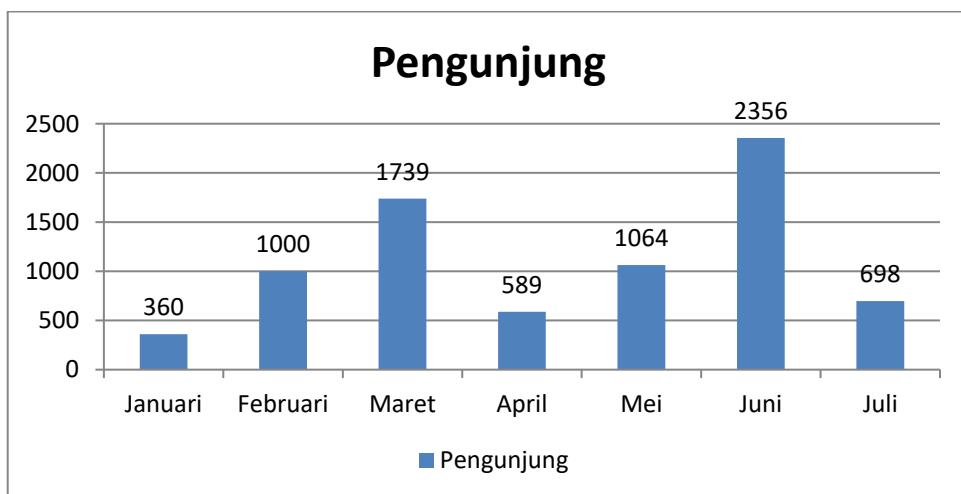
Provinsi Gorontalo memiliki tempat yang indah untuk dikunjungi merupakan destinasi pariwisata di Kabupaten Gorontalo. Kabupaten Gorontalo memiliki sumber daya alam yang potensial dapat digunakan untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakatnya, sumber daya alam yang memiliki potensi sebagai obyek wisata yang menarik di Kabupaten Gorontalo, seperti Danau Limboto, Pentadio Resort, Pinus Dulamayo dan Ekowisata Pinus Motilango, Embun Dumati dan Embun dan lain-lain.

Pariwisata di Kabupaten Gorontalo mengalami perkembangan dari tahun ketahun. Salah satu tempat wisata yang dimiliki oleh kabupaten Gorontalo adalah Pinus Motilango yang mengusung konsep Ekowisata. Ekowisata Pinus Motilango terletak di dusun Bibiyahu desa Motilango Kecamatan Tibawa, dengan ketinggian

sekitar 600 meter dari permukaan air laut, memiliki hamparan hutan pinus dengan luas 361,55 ha. Mempunyai udara yang sejuk dengan suhu sekitar 25-27 derajat celcius pada siang hari dan 20-23 derajat celcius pada malam hari.

Pengembangan Ekowisata Pinus Motilango yang sejak awal tahun 2021 telah dilakukan memberikan hasil yang cukup memgembirakan hal dapat dilihat dari antusias masyarakat untuk berkunjung ke Ekowisata. Hasil pencatatan di loket telah menunjukkan peningkatan yang cukup signifikan jumlah pengunjung tiap bulannya hal dapat dilihat pada grafik dibawah ini:

**Grafik1.1. Jumlah Kunjungan di Ekowisata Pinus Motilango tahun 2021**



Sumber: Ekowisata Pinus Motilango, 2021

Berdasarkan grafik jumlah pengunjung di Ekowisata Pinus Motilango secara umum mengalami fluktuasi, terlihat pada bulan januari 2021 jumlah pengunjung sebanyak 360 orang yang meningkat pada bulan berikutnya sebanyak 640 orang sehingga jumlah pengunjung bulan Februari 2021 sebanyak 1000 orang. Pada bulan maret 2021 mengalami peningkatan lebih dari bulan sebelumnya sehingga jumlah pengunjung sebanyak 1739 orang. Pada bulan April mengalami penurunan yang sangat tajam, jumlah pengunjung hanya sebanyak 589 orang. Hal dapat dijelaskan bahwa pada bulan april merupakan awal bulan puasa (Ramadan 1442 H) dimana pada saat itu terjadi lonjakan wabah covid 19 sehingga pada bulan April pemerintah Provinsi Gorontalo menerapkan aturan Pembatasan Sosial Beskala Besar (PSBB) yang mewajibkan semua aktifitas masyarakat di Provinsi Gorontalo dibatasi, aktifitas masyarakat belanja dan perkantoran di tutup

serta adanya pelarangan arus masuk dan keluar baik melalui udara, darat dan laut. Kondisi ini juga mewajibkan tempat wisata untuk di tutup sementara.

Pada bulan Mei jumlah pengunjung mulai bertambah seiring dengan diberikannya akses masyarakat untuk beraktifitas di luar namun tetap melakukan protokol kesehatan, sehingga jumlah pengunjung bertambah sebanyak 1064 orang. Hal ini berlanjut sampai bulan juni 2021 dimana jumlah pengunjung sebanyak 2356 orang. Namun pada bulan Juli mengalami penurunan kembali hal ini disebabkan oleh meningkatnya kasus covid 19 yang memaksa pemerintah untuk mengambil langkah-langkah pencegahan dengan melakukan vaksinasi kepada masyarakat dan memberlakukan PPKM level 3 yang membatasi aktifitas masyarakat.

Penurunan jumlah kunjungan wisatawan tersebut menunjukan bahwa objek Ekowisata Pinus Motilango yang sudah di manajemen atau di kelola secara cukup baik pun masih belum bisa meningkatkan minat berkunjung wisatawan di objek Ekowisata Pinus Motilango secara maksimal. Meningkatkan atau mempertahankan banyaknya pengunjung objek wisata sangatlah sulit, Terdapat banyak variabel atau variabel yang mempengaruhi wisatawan untuk mau atau berminat berkunjung seperti daya tarik produk wisata di sajikan (Basiya dan Rozak, 2012; Abdillah, 2017; Syahrul 2015)

Daya tarik wisata merupakan semua yang memberikan keunikan, keindahan, serta nilai berupa keanekaragaman yang berbentuk kekayaan alam, kekayaan budaya, dan hasil cipta manusia yang memberikan keindahan untuk di nikmati wisatawan (Utama, 2017:335).

Ekowisata Pinus Motilango yang mempunyai daya tarik yang cukup potensial yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung. salah satunya adalah Atraksi pinus motilango berupa pemandangan hutan pinus dengan udara yang sejuk dan pemandangan alam yang indah ini selalu menjadi pilihan wisatawan dalam menyegarkan pikirannya dari rutinitas sehari-hari.Ekowisata Pinus Motilango juga dilengkapi berbagai macam fasilitas yang sudah dibangun untuk kenyamanan pengunjung. Fasilitas yang lengkap seperti pintu gerbang utama yang bertuliskan Pnus Motilango yang dapat digunakan sebagai tempat berfoto, Ruang

Pertemuan terbuka yang dapat digunakan untuk kegiatan-kegiatan maupun diskusi-diskusi, gasebo-gasebo, Rumah Pohon, Rumah literasi, toilet, serta cottage. Namun dari banyaknya faktor-faktor yang menjadi daya tarik wisatawan, faktor jarak objek wisata yang jauh dari pusat kota gorontalo sekitar satu jam menuju lokasi dan tidak tersedianya transportasi umum menuju tempat wisata serta jalan masih belum bagus menjadikan masalah tersendiri bagi Ekowisata Pinus Motilango.

Berdasarkan permasalahan tersebut maka peneliti tertarik untuk melkukan penelitian dengan judul pengaruh daya tarik wisata terhadap minat berkunjung pada Ekowisata Pinus Motilango.

### **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang maka rumusan masalah penelitian yaitu :

1. Seberapa Besar Pengaruh daya tarik wisata(X) yang meliputi aktraksi, aksesibilitas, fasilitas secara Simultan terhadap minat berkunjung Pada Ekowisata Pinus Motilango.
2. Seberapa Besar Pengaruh daya tarik wisata(X) yang meliputi atraksis secara parsial terhadap minat berkunjung Pada Ekowisata Pinus Motilango.
3. Seberapa Besar Pengaruh daya tarik wisata(X) yang meliputi aksesibilitas secara parsial terhadap minat berkunjung Pada Ekowisata Pinus Motilango.
4. Seberapa Besar Pengaruh daya tarik wisata(X) yang meliputi fasilitas secara parsial terhadap minat berkunjung Pada Ekowisata Pinus Motilango.

### **1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian**

#### **1.3.1. Maksud Penelitian**

Adapun maksud dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengetahui besarnya pengaruh daya tarik wisata yang mengakibatkan masyarakat berminat untuk berkunjung ke Ekowisata Pinus Motilango.

#### **1.3.2. Tujuan Penelitian**

Adapun Tujuan dilaksanakannya penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui seberapa Besar Pengaruh daya tarik wisata(X) yang meliputi aktraksi, aksesibilitas, fasilitas secara Simultan terhadap minat

- berkunjung Pada Ekowisata Pinus Motilango.
2. Untuk mengetahui seberapa Besar Pengaruh daya tarik wisata(X) yang meliputi atraksi secara parsial terhadap minat berkunjung Pada Ekowisata Pinus Motilango.
  3. Untuk mengetahui seberapa Besar Pengaruh daya tarik wisata(X) yang meliputi aksesibilitas secara parsial terhadap minat berkunjung Pada Ekowisata Pinus Motilango.
  4. Untuk mengetahui Seberapa Besar Pengaruh daya tarik wisata(X) yang meliputi fasilitas secara parsial terhadap minat berkunjung Pada Ekowisata Pinus Motilango.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

##### **1.4.1. Manfaat Teoritisj**

Diharapkan dari penelitian ini akan memberikan manfaat teoritis terutama dalam hal yang menyangkut daya tarik wisataserta Minat untuk membeli/berkunjung terkait dengan manajemen bisnis dan khususnya manajemen pemasaran.

##### **1.4.2. Manfaat Praktis**

###### **1. Bagi Perusahaan**

Untuk memberikan sumbangan pemikiran pada pengelola wisata sebagai dasar pertimbangan untuk merencanakan daya tarik wisataserta dapat memberikan masukan faktor-faktor yang mempengaruhi minat berkunjung.

###### **2. Bagi Peneliti**

Sebagai wahana memperluas wawasan keilmuan di bidang manajemen pemasaran serta untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat digunakan sebagai bahan informasi dan bahan pengembangan penelitian selanjutnya.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Kajian Pustaka**

##### **2.1.1 Pengertian Pariwisata**

Sektor pariwisata memeliki peranan yang sangat penting dalam peningkatan pembangunan suatu bangsa, karena memiliki dukungan dari sumber daya alam dan sumber daya budaya yang harus di kelola dengan manajemen yang baik. Diamati dari penggunaan potensi sumber daya yang dimiliki terhadap peningkatan sektor wisata, sektor wisata memiliki peran penting juga dalam kemajuan perekonomian baik nasional maupun daerah. Dari sisi perekonomian sebagai input dalam pemasukan negara dan juga menciptakan lapangan pekerjaan bagi penduduk disekitarnya. Obyek wisata harus di tumbuhkan dan ditujukan dalam peningkatan rasa cinta tanah air serta penekanan pada nilai-nilai budaya serta mampu meningkatkan aktifitas ekonomi.

Pariwista memiliki berbagai jenis, di bawah ini <sup>26</sup> penjelasan jenis jenis wisata yang dibagi dalam dua kategori menurut M.Liga dan Vanny (2015:30) :

##### **1. Wisata Alam terdiri dari :**

- a. Wisata Pantai (Marine Tourism) merupakan kegiatan wisata yang seuruhnya di dukung oleh fasilitas seperti pada kegiatan berenang, memancing, menyelam, serta olah raga air lainnya, termasuk fasilitas akomodasi seperti restoran, untuk makan dan minum serta penginapan.
- b. Wisata Etnik (Ethnic Tourism) adalah aktifitas yang dilakukan untuk melihat dan menyaksikan aktrasi budaya serta gaya hidup penduduk yang memeliki keunikan.
- c. Wisata Cagar Alam (Ecotourism) adalah wisata yang berkaitan dengan hobby akan keindahan alam, cuaca yang memeliki kesejukan lembah, pegunungan, serta kawasan hutan, kehidupan satwa langka (marga satwa) serta terdapatnya tumbuhan yang menjadi endemik yang tidak ada di tempat lain.
- d. Wisata Buru, merupakan aktifitas wisata pada negara-negara memiliki

daerah atau kawasan hutan yang dapat digunakan sebagai tempat berburu yang disahkan oleh undang-undang serta di komersilkan oleh berbagai agen travel perjalanan.

- e. Wisata Agro merupakan salah satu jenis wisata. Wisata ini, adalah jenis wisata yang menyelenggarakan perjalanan ke obyek-obyek pertanian, perkebunan sertapembibitan.
2. Wisata Sosial –Budaya yang terdiri dari beberapa :

Situs-situs pada zaman purbakala serta prasasti-prasasti merupakan salah satu jenis pariwisata budaya, monumen nansional, gedung-gedung yang memeliki sejarah, kota desa, serta tempat ibadah serta daerha-daerah yang memeliki kenangan dalam sejarah peperangan yang memeliki nilai historis merupakan daya tarik wisata di berbagai tempat.

Menurut Abdillah (2017:41-42) produk wisata yang seperti dijelaskan diatas ada jenis produk wisata lain yang bisa ditawarkan sebagai berikut:

- 1) Ekowisata dapat di kategorikan berdasarkan produk yang dimiliki, seperti alam dan sejarah, destinasi semacam ini memberikan tujuan dalam aspek konservasi serta pelestarian lingkungan sumber daya alam.
- 2) Wisata Belanja, merupakan bentuk wisata yang dilakukan untuk mendapatkan keberagaman produk yang disediakan serta terpusat pada suatu lokasi belanjaj di masing-masing tempat wisata. Aktifitas ini dapat disertai dengan aktraksi seni dan budaya untuk menambah ragam aktifitas budaya yg disuguhkan sehingga memberikan pendapatan bagi masayarakat di sekitarnya.
- 3) MICE merupakan suatu aktifitas yang diselenggarakan dalam bentuk pertemun, konvensi, serta pameran di suatu kawasan yang memilik fasilitas sarana dan prasarana yang berstandar global, serta memeliki daya tarik wisata yang bervariasi serta mampu tercipta rangkaian keuntungan bagi masyarakat disekitar pelaksanaan pertemuan atau meeting.
- 4) Wisata minat tertentu (khusus) merupakan suatu bentuk wisata yangdi buat dan diselenggarakan berdasarkan minat tertentu bagi wisatawan, seperti lingkungan, warisan budaya, serta destinasi yang memiliki aktiditas tertentu

- yang diinginkan oleh wisatawan seperti makanan, buah-buahan, serta kesehatan.
- 5) Desa Wisata adalah daya tarik wisata yang berlokasi di kawasan pedesaan dengan destinasi pedesaan khusus seperti ruang terbuka, sumber daya alam, karakter tradisional yang tumbuh dan dikuasai oleh masayarakat setempat, yang memungkinkan sebesar-besarnya bagi pertumbuhan daerah dalam jangka panjang dan bermanfaat secara terus menerus.
- #### **2.1.1.1. Unsur-unsur Pariwisata**
- Menurut James J. Spillane dalam Dwi Hary Baskoro (2013), ada lima elemen industri pariwisata yang sangat penting, yaitu:
1. Aktraksi  
Aktraksi dapat diklasifikasikan menjadi atraksi tapak dan atraksi acara. Atraksi tapak adalah daya tarik fisik yang tetap yang berada di kawasan wisata seperti kebun binatang, keraton, serta museum. Sedangkan aktrasi acara merupakan kegiatan yang dilakukan bersifat sementara dan lokasinya dapat dipindah-pindahkan dengan mudah seperti festival, atau pertunjukan seni budaya daerah.
  2. Fasilitas (fasilitas-fasilitas yang diperlukan)  
Fasilitas yang memberikan tempat atraksi yang berlokasi di kawasan daerah tertentu seperti pasar. Selama berada pada suatu destinasi wisata, para pengunjung perlu tempat menginap, makan dan minum. Maka dari itu diperlukan fasilitas penginapan. Variasi tempat penginapan ditentukan berdasarkan kompetitor, seyogyanya suatu fasilitas harus selevel atau melebihi fasilitas kompetitor yang dimanfaatkan oleh wisatawan. Jenis fasilitas juga ditentukan oleh wisatawan seperti fasilitas transportasi seperti bandara pelabuhan, serta terminal angkutan darat memnciptakan tempat menginap seperti hotel-hotel, cottage, villa-villa. Selain itu ada perlu adanya industri penunjang seperti toko ole-oleh (sovenir) tempat mencuci, guide, kawasan pameran dan sarana rekreasi.
  3. Infrastructure (infrastruktur)  
Destinasi wisata serta fasilitas tidak mampu di dapakan bila tidak ada

infrastrukutr utama. Infrastruktur mencakup seluruh bangunan baik dibawah maupun diatas tanah di daerah wisata.

#### 4. Transportations (transportasi)

Perkembangan fasilitas transportasi sarana angkutan merupakan fasilitas yang dibutuhkan dalam mempercepat jarak serta waktu perjalana bagi wisatawan. Transportasi merupakan suatu unsur utama.

#### 4. Hospitality (keramahtamahan)

Wisatawan yang adapada lingkungan tidak mereka kenal membutuhkan jaminan keamanan khususnya bagi wisatawan asing yang membutuhkan gambaran mengenai tempat wisata yang akan mereka datangi.

#### 2.1.1.2. Sadar Wisata

Merupakan pemahaman yang dalam untuk menjadi tuan rumah yang baik bagi seseorang maupunsekelompok yang terwujud dari tingkah laku yang mendukung pengembangan pariwisata. Program ini dapat ditingkatkan dengan pembinaan menyangkut penerapan Sadar Wisata serta peningkatan citra obyek wisata. Menggalang prilaku menjadi tuan rumah yang baik, menerapkan saptapersona pada kehidupan sehari-hari agar mutu dan citra obyek wisata semakin meningkat. Saptapersona merupakan tujuh unsur yang bisa meningkatkan daya tarik pariwisata, diantaranya:

1. Aman
2. Tertib
3. Bersih
4. Sejuk
5. Indah
6. Ramah
7. Kenangan

#### 2.1.1.3. Daya Tarik Wisata

Daya tarik wisata merupakan suatu objek yang mempunyai daya tarik untuk dilihat bertadiraskan yang pantas dijual ke pasar wisata. Daya tarik wisata bisa berbentuk objek wisata serta atraksi wisata. Objek wisata adalah daya tarik wisata yang bersifat statis. Daya tarik wisata merupakan semua yang memiliki

keunikan, keindahan, dan nilai yang berbagai macamsepertisumber daya alam, kekayaan budaya serta sumber daya manusia yang jadi sasaran kunjungan wisatawan.

Sesuai penjelasan diatas peneliti menyimpulkan yakni daya tarik wisata sangat berpengaruh terhadap wisatawan ketika memilih obyek wisata. Daya tarik wisata yang mempunyai keunikan serta keindahan alam maupun budaya akan jadi sasaran utama wisatawan memilih tempat wisata.

#### **2.1.1.4. Macam-Macam Daya Tarik Wisata**

Menurut Mill bahwa produk pariwisata dibagi menjadi 3 yaitu:

1. Atraksi (Kemenarikan), yakni segala yang menjadi daya tarik mengapa wisatawan tertarik berkunjung pada suatu Daerah Tujuan Wisata (DTW)".
2. Fasilitas, fasilitas destinasi pariwisata. Jika fungsi aksebilitas memudahkan untuk dikunjungi maka dari segi fasilitas fungsinya adalah untuk pemenuhan kebutuhan wisatawan. Fasilitas adalah faktor yang <sup>4</sup> mempengaruhi konsumen dalam mengkonsumsi produk yang ditawarkan.
3. Aksesibilitas, "accessibilities of the tourism destination, yaitu semua yang dapat memberi kemudahan kepada wisatawan untuk datang berkunjung pada suatu Daerah Tujuan Wisata (DTW)".

Produk wisata adalah suatu paket yang bukan hanya mengenai keindahan sebuah tempat wisata, tetapi produk wisata mencakup daya tarik, fasilitas saat berwisata, serta akses menuju tempat wisata tersebut Mill (2000) daya tarik tempat wisata adalah motivasi pertama terhadap pengunjung dalam melaksanakan wisata. Menurutnya destinasi wisata dibagi menjadi lima daya tarik, diantaranya:

1. Wisata Alam berupa pemandangan alam, daratan, lautan, pantai, iklim serta cuaca.
2. Daya tarik wisata berbentuk keindahan bangunan meliputi bangunan serta keindahan bersejarah, serta arsitektur jmodern, <sup>4</sup> arkeologi.
3. Daya tarik wisata yang dikelola khusus, yang meliputi tempat peninggalan kawasan industri seperti terdapat di Inggris, Theme Park di Amerika, Darling Harbour di Australia.
4. Daya tarik wisata budaya seperti teater, museum, tempat bersejaah, adat-

istiadat, tempat-tempat religius, peristiwa-peristiwa khusus berupa festival serta drama bersejarah, serta warisan budaya.

5. Daya tarik wisata sosial berupaperilaku penduduk di tempat tujuan wisata. Dibawah ini indikator dalam pengembangan wisata menurut Yoethi:
  1. Atraksi wisata yaitu sebuah hal yang disiapkan lebih awal agar bisa dilihat, serta dinikmati.<sup>3</sup>
  2. Mudah Dicapai, “Aktivitas kepariwisataan tergantung pada transportasi serta komunikasi sebabjarak dan waktu sangat mempengaruhi keinginan seseorang untuk melaksanakan perjalanan wisata. Unsur paling utama dalam aksesibilitas ialah transportasi, yaitu frekuensi penggunaan, kecepatan yang dimilikibisa mengakibatkan jarak sepertilebih dekat.
  3. Fasilitas, “Fasilitas pariwisata tidak terpisah dengan akomodasi perhotelan. Fasilitas wisata adalah hal-hal penunjang terciptanya keyamanan wisatawan pada saat mengunjungi suatu daerah tujuan wisata.

### **2.1.2. Minat Berkunjung**

Teori minat berkunjung dalam hal ini dianalogikan seperti minat beli terhadap suatu produk.Untuk mendorong agar konsumen melakukan pembelian terhadap produk perusahaan maka pemasar harus berupaya membangkitkan minat beli yang dalam hal ini dikaitkan sebagai behavioural intentions.

Setyo putra dalam Aviolitasona “minat ialah dorongan untuk mendorong seseorang melakukan tindakan. Asdi dalam Hernita dkk, minat berkunjung ialah perasaan ingin mengunjungi suatu objek wisata. Minat berkunjung pada dasarnya ialah rasa ingin mengunjungi suatu tempat menarik untuk dikunjungi.

Minat adalah sesuatu kekuatan yang mampu mendorong dan mempengaruhi konsumen yang dapat menarik perhatian secara sadar (Agusti dan Kunto, 2013). Minat berkunjung kembali bisa diartikan sebagai kemungkinan wisatawan untuk mengunjungi kembali tujuan yang sama (Wang & Chiu, 2015).

Menurut Ismail dalam Dhiba dan Ayun (2014:99), minat konsumen (interest) dapat didefinisikan sebagai ketertarikan seseorang konsumen terhadap suatu produk/jasa. Menurut Jahja dalam Bachtiar (2016:12), minat berhubungan dengan aspek kognitif, afektif serta motorik dan merupakan sumber motivasi

untuk melakukan apa yang diinginkan. Fungsi minat sebagai daya penggerak dalam mengarahkan seseorang melakukan kegiatan tertentu yang spesifik.

Indikator minat berkunjung kembali (dikutip dari Mingfang dan Hanyu, 2014; Basiya dan Hasan, 2012). 1. Minat mengunjungi ulang, 2. Referensi kunjungan, 3. Preferensi kunjungan.

Ferdinand dalam Sari dan Edriana Pangestuti<sup>30</sup> “minat berkunjung mempunyai tahapan psikologi. Tahapan ini, dijadikan sebagai tolak ukur terjadinya proses minat beli pada individu”. Adapun indikator yang dimaksud, sebagai berikut :

- 1) Kepentingan transaksional ialah keinginan seseorang dalam membeli barang maupun jasa.
- 2) Minat preferensial merupakan sikapseseorang menjadikan suatu produk sebagai preferensi utama.
- 3) Minat eksploratif ialah perilaku seseorang yang selalu mencari informasi terkait barang atau jasa yang diminati.

Keputusan berkunjung dalam konteks pariwisata didapat dari konsep keputusan pembelian konsumen.

### **2.1.3. Hubungan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung**

Daya tarik wisata yakni kata lain dari obyek wisata, kata obyek wisata sekarang tidak lagi dipakai untuk menyebut daerah tujuan wisatawan, serta untuk menggantikan kata obyek wisata dipakailah kata daya tarik wisata. Sesuai dengan pernyataan Basiya dan Rozak pada penelitiannya menyimpulkan bahwa kualitas daya tarik wisata memiliki hubungan langsung dan positif terhadap minat berkunjung kembali para pengunjung.

<sup>8</sup> Terdapat hubungan daya tarik wisata dengan keputusan berkunjung sebab daya tarik wisata memiliki keunikan, keindahan serta nilai seperti keanekaragaman, kekayaan alam, budaya, dan sumber daya manusia yang dapat menarik wisatawan agar menjadi faktor daya tarik wisatawan untuk berkunjung kembali

### **2.1.4. Penelitian terdahulu**

Penelitian Rivan Mauludin (2017) melakukan Penelitian yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh atraksi wisata (x) terhadap minat berkunjung (y) di

Daya Tarik Wisata Waduk Darma. “Metode analisis data yang digunakan besifat deskriptif kuantitatif dan teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linier sederhana. Berdasar pada hasil penelitian yang didapatkan bahwa variabel atraksi wisata ada dalam kategori baik dengan persentase 68,33% begitu juga variabel minat berkunjung berada dalam kategori baik dengan persentase 69,18 sedangkan pengaruh dari Atraksi Wisata terhadap Minat Berkunjung mendapatkan hasil persentasi 32,8%. Hasil ini bernilai positif signifikan, yang berarti semakin baik atraksi wisata yang ada di Daya Tarik Wisata Waduk Darma, maka semakin meningkatkan pula minat berkunjung di Daya Tarik Wisata Waduk Darma”.

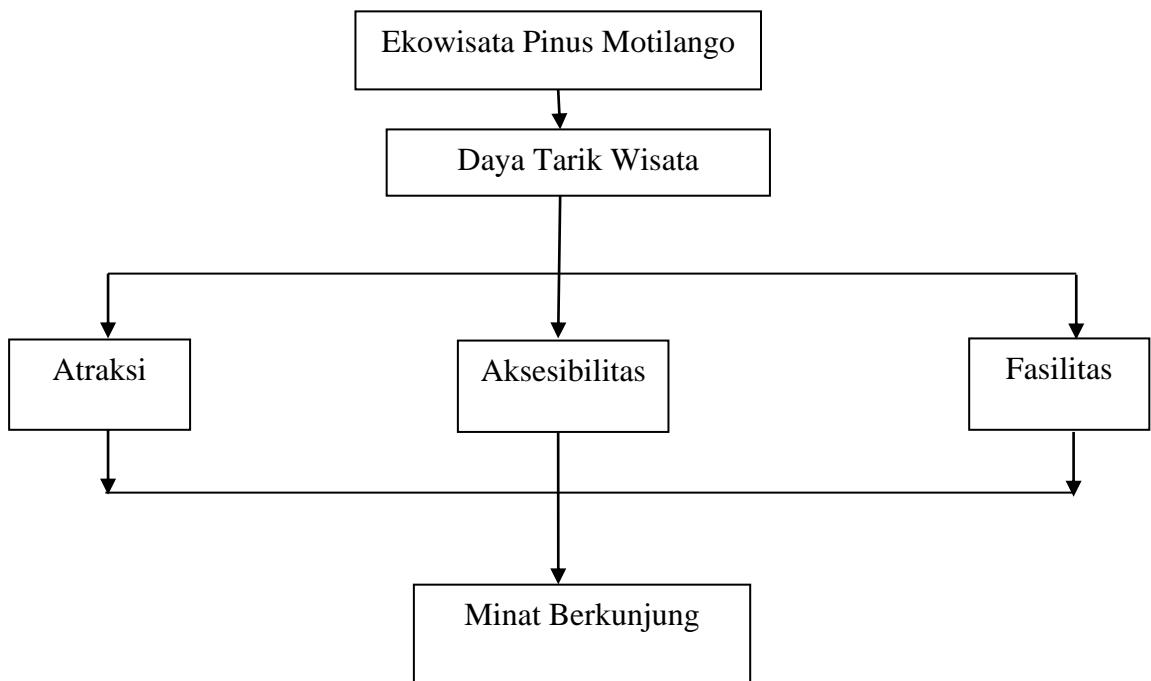
Syariful Anhar Harahap, Dwita Hadi Rahmi (2020) “Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas daya tarik wisata budaya Kotagede. Dengan memakai metode penelitian kuantitatif serta hasil dianalisis menggunakan statistik deskriptif dan statistik inferensial. Hasil penelitian terhadap pengaruh kualitas daya tarik wisata budaya dan minat kunjungan wisatawan nusantara ke Kotagede yaitu: berdasar hasil maka dapat dinyatakan bahwa pengaruh antara kualitas daya tarik wisata budaya terhadap minat kunjungan wisatawan nusantara signifikan”.

## 2.2. Kerangka Berpikir

Dalam penelitian ini minat berkunjung merujuk pada Ferdinand dalam Sari dan Edriana Pangestuti (2018) yaitu “Minat transaksional ialah keinginan seseorang dalam membeli barang atau jasa. Minat preferensial merupakan sikapseseorang menjadikan suatu produk sebagai preferensi utama. Minat eksploratif merupakan sikap seseorang yang selalu mencari informasi terkait barang atau jasa yang diminati.

Minat berkunjung disebabkan karena adanya daya tarik wisata. Hal ini ialahsegala hal yang memiliki keunikan, keindahan, serta nilai yang beranekaragam seperti sumber daya alam, kekayaan budaya serta sumber daya manusia yang menjadi sasaran kunjungan wisatawan. indikator dalam pengembangan wisata menurut Yoeti adalah atraksi wisata ialah segala hal yang dipersiapkan lebih awal supaya bisa dilihat serta dirasakan. Fasilitas wisata adalah hal penunjang terciptanya keyamanan wisatawan ketika mengunjungi suatu

daerah wisata. Sehingga dapat dijelaskan pada gambar 2.2. berikut ini



Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran

### 2.3. Hipotesis

Berdasarkan deskripsi teori dan kerangka berpikir, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

1. Daya tarik wisata(X) yang meliputi atraksi, aksesibilitas, fasilitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung Pada Ekowisata Pinus Motilango.
2. Daya tarik wisata(X) yang meliputi atraksi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung Pada Ekowisata Pinus Motilango.
3. Daya tarik wisata(X) yang meliputi aksesibilitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung Pada Ekowisata Pinus Motilango.
4. Daya tarik wisata(X) yang meliputi fasilitas secara parsial berpengaruh

positif dan signifikan terhadap minat berkunjung Pada Ekowisata Pinus Motilango.

## **BAB III**

### **OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Adapun yang menjadi objek penelitian sebagai variabel bebas (*Independent variable*) yaitu *daya tarik wisata* (X) yang terdiri dari atraksi, aksesibilitas, fasilitas. Masalah penelitian yang merupakan variabel terikat (*dependent variable*) yaitu minat berkunjung(Y)

#### **3.2. Metode penelitian**

##### **3.2.1. Metode yang digunakan**

Jenis penelitian yang dipakai sesuai bidang ilmu seperti penelitian deskriptif serta verifikatif. Menurut Maholtra “Penelitian deskriptif merupakan jenis penelitian konklusif yang memiliki tujuan utama menjelaskan sesuatu sesuai karakteristikobjek”. penelitian verifikatif atau penelitian kausalitas adalah penelitian untuk menguji kebenaran hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen.

##### **3.2.2. Operasional Variabel Penelitian**

Variabel umumnya diukur dengan skala nilai variabel yang bermanfaat terutama untuk menyusun perencanaan dan analisis data. Variabel tersebut diukur dengan indikator-indikator variabel yang dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

**Tabel 3.1 Variabel Penelitian**

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
----------	---------	-----------	-------

<i>Daya Tarik Wisata</i> (X)	<p>1. <i>Atraksi</i> (X1)</p> <p>2. <i>Aksesibilitas</i> (X2)</p> <p>3. <i>Fasilitas</i> (X3)</p>	<p>1. keunikan Keindahan alam 2. dan keragamanKeindahan alam</p> <p>1. Informasi sosial media 2. Kondisi jalan menuju lokasi 3. Akses angkutan umum atau kendaraan Bermobil.</p> <p>1. Fasilitas umum 2. Sarana pokok kepariwisataan 3. Sarana pelengkap kepariwisataan 4. Fasilitas penunjang</p>	Ordinal
Minat Berkunjung (Y)		<p>1. Minat transaksional, 2. Minatreferensi dan preferensial 3. Minat eksploratif</p>	Ordinal

Sumber : Ferdinand dalam Sari dan Edriana Pangestuti (2018) dan Yoeti (2012)

Ketika <sup>5</sup>melakukan test dari masing-masing variabel akan diukur menggunakan skala likert. Kuisioner disusun dengan menyiapkan (lima) pilihan yaitu: selalu, sering, kurang/kadang-kadang, jarang, tidak pernah. Setiap pilihan akan diberikan bobot nilai yang berbeda seperti tampak dalam tabel 3.2 berikut ini:

**Tabel 3.2. Bobot Nilai Variabel**

Pilihan	Bobot
Selalu	5
Sering	4
Kurang	3
Jarang	2
Tidak pernah	1

### 3.2.3. Populasi dan sampel

#### 3.2.3.1 Populasi

<sup>31</sup> Menurut Arikunto (2010:42) menyatakan bahwa “populasi merupakan segala nilai baik perhitungan maupun pengukuran, baik kuantitatif maupun kualitatif, dari karakteristik tertentu mengenai sekelompok objek yang lengkap serta jelas”. Dengan demikian populasi sasaran yang dipilih dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung pada Ekowisata Pinus Motilango sebanyak 7.806

#### 3.2.3.2. Metode Penarikan Sampel

Penentuan sampel populasi yang sudah ditetapkan, perlu dilakukan pengukuran yang bisa menghasilkan jumlah n. sedangkan rumus yang dipakai dalam mengukur sampel, dipakai rumus Slovin dalam Husein Umar, yakni “ukuran sampel ialah perbandingan ukuran populasi dengan persentasi kelonggaran ketidaktelitian, sebab ketika penarikan sampel bisa ditolerir atau diinginkan. Dalam pengambilan sampel ini dipakai taraf kesalahan 10%”. Rumus yang dipakai yakni:

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

Keterangan:

n : Ukuran sampel

N: Ukuran populasi

e : Kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan sampel yang dapat ditolerir

(e = 0,10)

Maka:

$$n = \frac{7806}{1 + 7806 \times (0,10)^2}$$

$$= 98,7 = 99$$

Berdasarkan perhitungan mengenai sampel, maka ukuran sampel minimal dalam penelitian ini adalah 99 orang.

#### **3.2.4. Jenis Dan Sumber Data**

Penelitian ini, menggunakan jenis data dibawah ini:

1. Data Primer, adalah data-data langsung yang bersumber dari pertanyaan-pertanyaan yang dibagikan kepada Pengunjung pada ekowisat Pinsu Motilango
2. Data Sekunder, yaitu data tambahan pelengkap data primer yang bersumber dari informasi-informasi tertulis yang berhubungan dengan penelitian ini, seperti literatur-literatur berupa buku-buku, majalah, Koran.

#### **3.2.5. Tehnik Pengumpulan Data**

Prosedur pengumpulan data sebagai berikut :

1. **Observasi**, pengumpulan data yang dilakukan dengan pengamatan langsung pada objek yang diteliti.
2. **Kuesioner**, daftar pertanyaan terstruktur yang ditujukan kepada para Pengunjung pada ekowisat Pinsu Motilango.

#### **3.2.6. Prosedur Penelitian**

Guna memperoleh data yang baik dalam arti mendekati kenyataan (obyektif) pasti digunakan sebuah instrumen atau alat pengumpul data yang baik dan paling utamaialah adanya alat ukur yang valid (*reliable*).

##### **3.2.6.1. Uji Validitas**

Pengujian vadilitas instrumen dengan menguji validitas konstruksi (*construct validity*), maka pengujian validitas konstruksi di lakukan dengan analisis faktor, yaitu dengan mengorelasikan antar skor instrument.”

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Demi <sup>10</sup> mengetahui uji validitas digunakan korelasi *product moment*. Apabila r hitung besar dari r tabel, maka ada korelasi yang nyata dari kedua variabel

tersebut olehnya alat ukur ini valid dan bisa dipakai dalam analisis data. Taraf signifikansi ditentukan 3%. Apabila diperoleh hasil korelasi yang besar dari r tabel pada taraf signifikansi 0,03 maka butir pertanyaan ini valid. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan bantuan SPSS.

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

Dimana:

$r$  = Angka korelasi

$X$  = Skor pertanyaan (ke-n) variabel X

$Y$  = Skor pertanyaan (ke-n) variabel Y

$n$  = Jumlah responden

$XY$  = Skor pertanyaan dikali total pertanyaan

5 Masrun menyatakan “Item yang memiliki korelasi positif dengan kriteria (skor total) dan korelasi yang tinggi, menunjukkan bahwa item ini memiliki validitas yang tinggi pula. Biasa syarat minimum dianggap valid yakni  $r = 0,3$ ”. Apabila korelasi antara butir dan skor total  $< 0,3$  maka butir pada instrumen tersebut dinyatakan tidak valid, berbanding terbalik jika korelasi antara butir dengan skor total  $> 0,3$  maka butir pada instrumen dinyatakan valid. Kriteria korelasi *Pearson Product Moment* bisa dilihat dari tabel berikut:

**Tabel 3.3 Koefisien korelasi**

R	Keterangan
0,800-1,000	Sangat tinggi
0,600-0,799	Tinggi
0,400-0,599	Cukup tinggi
0,200-0,399	Rendah
0,000-0,199	Sangat rendah

Sumber : Sugiyono (2007)

Penafsiran harga koefisien korelasi terdiri dari:

- 7) Dengan melihat harga r dan di interpretasikan seperti korelasi tinggi, cukup, dan sebagainya.
- 2) Dengan berkonsultasi pada tabel harga kritik r product moment maka bisa diketahui signifikan tidaknya korelasi tersebut. Jika harga r kecil dari harga kritik pada tabel, maka korelasi ini tidak signifikan, begitupun sebaliknya.

### 3.2.6.2. Uji Reliabilitas

7) Uji reliabilitas mengarah pada sebuah arti bahwa suatu instrumen cukup bisa dipercaya untuk dipakai sebagai alat pengumpul data sebab instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang sudah dapat dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dipercaya. Ketika data tersebut benar sesuai dengan kenyataan, berapa kalipun di ambil, tetap sama. Untuk menghitung uji reliabilitas penelitian ini menggunakan rumus *alpha cronbach* menurut Ghazalidengan rumusan dibawah ini :

$$a = \left( \frac{k}{k - 1} \right) \left( 1 - \frac{\sum si}{st} \right)$$

Keterangan :

K = Jumlah instrument pertanyaan

$\sum Si^2$  = Jumlah varians pada tiap instrument

S = varians keseluruhan instrument

Suatu variabel dikatakan *reliable* jika memberikan nilai *cronbachalpha* >0,60 (Ghozali, 2005:46). Semakin nilai alphanya mendekati satu maka nilai reliabilitas datanya semakin terpercaya.

### 3.2.6.3. Konversi Data

Proses transformasi data dari skala pengukuran ordinal ke skala pengukuran interval dapat dilakukan melalui suatu metode transformasi data yang dikenal *method of successive interval* (Hays : 1976:39-42) (Riduan, 2009:30). <sup>22</sup> Umumnya jawaban responden yang diukur memakai skala likert diberi scoring artinya pemberian nilai numerikal 1,2,3,4 dan 5 masing-masing nilai yang didapat akan

memiliki tingkat pengukuran ordinal. Nilai numerikal dianggap sebagai objek selanjutnya memulai proses transformasi ditempatkan ke dalam interval, dibawah ini:

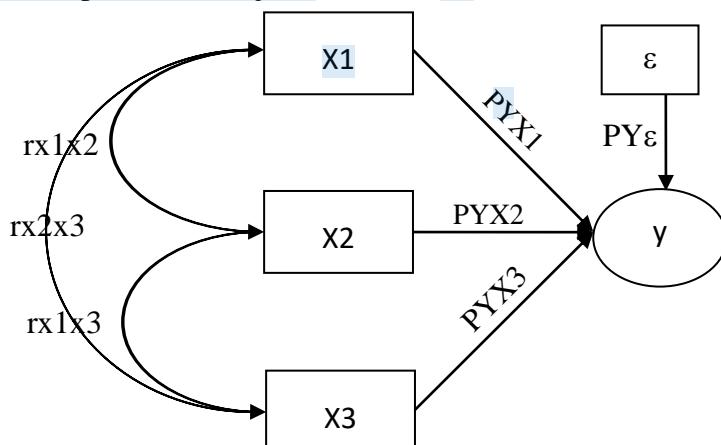
1. Bagitiap pertanyaan, hilang frekuensi jawaban tiap kategori
2. Berdasarkan frekuensi tiap kategori hitung proporsinya
3. Berdasarkan proporsi yang didapat, hitung proporsi kumulatif bagitiap kategori
4. Tentukan nilai batas Z bagitiap kategori
5. Hitung scale value bagi setiap kategori dengan persamaan :

$$\text{Scale} = \frac{\text{Kepadatan batas bawah} - \text{Kepadatan batas atas}}{\text{Daerah dibawah batas atas} - \text{daerah dibawah batas bawah}}$$

6. Hitung score (nilai hasil transformasi) bagi tiap kategori melalui persamaan :  $\text{Score} = \text{scale value} + |\text{scale value}| + 1$

#### 3.2.6.4.Rancangan Uji Hipotesis

Metode analisis data yang di gunakan adalah metode kuantitatif yang dilakukan dengan membahas dan membuat presentase dari hasil jawaban responden. Untuk memastikan sub-sub variabel penelitian sehingga pengujian digunakan <sup>6</sup> uji analisis jalur, dengan dahulu mengkonversi data skala ordinal ke skala interval melalui *Method Successive Interval*. Analisis jalur digunakan dengan pertimbangan yakni pola hubungan antar variabel pada penelitian ialah bersifat korelatif dan kausalitas. Hipotesis penelitian diperlihatkan melalui struktur hubungan antar variabel independen dan variabel dependen melalui diagram jalur ini bisa dilihat pada struktur jalur dibawah ini:



Di mana :

X1 : Atraksi

X2 : Aksesibilitas

X3 : Fasilitas

Y : Minat Berkunjung

$\varepsilon$  : Variabel lain yang mempengaruhi Y<sup>15</sup>

r : Korelasi antar variabel X

PY : koefisien jalur untuk mendapatkan pengaruh langsung

Data yang terkumpul di analisis hubungan kausalnya antara variabel-variabel atau dimensi-dimensi yang dibuat dengan memakai analisis jalur (*path analysis*) yang memperlihatkan pengaruh. Gambar di atas juga memperlihatkan bahwa sub-sub variabel tersebut tidak hanya di pengaruhi oleh X1, X2, dan X3 tetapi ada variabel epsilon ( $\varepsilon$ ) yaitu variabel yang tidak diukur dan di teliti.

### 3.2.6.5. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis memakai path analisis dengan langkah sebagai berikut:

1. Membuat persamaan struktural, yaitu:
- 2.<sup>28</sup> Menghitung matriks korelasi antar X1,X2,X3,dan Y Yaitu:
3. Menghitung matriks korelasi antar variabel eksogenus, yaitu:
4. Menghitung matriks invers  $R_1^{-1}$ ;
5. Menghitung koefisien jalur  $Pyx_i$  ( $i = 1,2,3$ ,) dengan rumus sebagai berikut:
6. Menghitung koefisien yang menyatakan determinasi total X1,X2,X3, terhadap Y, dengan rumus sebagai berikut:
7. Hitung Pengaruh variabel lain ( $Py\varepsilon$ ) dengan menggunakan rumus berikut:
8. Menghitung Variabel Independent terhadap Variabel dependen:
  - a. Pengaruh Langsung:  $Y \leftarrow X_1 \rightarrow Y = (Pyx_i)(Pyx_j)$ ; dimana  $i = 1,2,3$ ,
  - b. Pengaruh tidak langsung:  $Y \leftarrow X_1 \rightarrow Y = (Pyx_1)(Ryx_1x_j)(Pyx_1)$ ; dimana i = yang berpengaruh j = yang dilalui. Besarnya pengaruh total untuk setiap variabel = pengaruh langsung + pengaruh tidak langsung. Atau dengan rumus =  $Pyx_1^2 + \sum Pyx_1 rx_1x_j$

### **3.3. Jadwal Penelitian**

**Tabel. 3.4 Jadwal Penelitian**

No	Kegiatan	2021						
		Juni	Juli	Agust	Sept	Okt	Nov	Des
1.	Observasi							
2.	Usulan judul							
3.	Pembuatan proposan dan bimbingan							
4.	Ujian proposal							
5.	Revisi							
6.	Pengolahan data							
7.	Ujian skripsi							
8	Revisi							
9	Wisuda							

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

##### **4.1.1 Sejarah Ekowisata Pinus Motilango**

Pada awal tahun 2020 Universitas Ichsan Gorontalo dengan program Kuliah Kerja Lapangan Plus (KKLP) Technopreurship Angkatan XXIII tahun 2020, Surat keputusan dengan Nomor 043/SK/UNISAN-IG/XII/2019 menempatkan mahasiswanya sebanyak 24 orang mahasiswa dan satu dosen pembimbing. Ide dari pengurus Koperasi Pinus Jaya Sejahtera beserta Pemerintah Desa, Karang Taruna dan masyarakat sekitar untuk memanfaatkan keindahan alam kawasan pinus menjadi suatu objek wisata bisa di wujudkan. Antusias masyarakat Pada hari senin tanggal 3 februari 2020 Ekowisata Pinus Motilango di resmikan oleh pemerintah Kecamatan Tibawa langsung di kawasan pinus Motilango. (<https://gorontalo.gebraknews.co.id/2020/02/foto-loanching-ekowisata-pinus-motilango-gorontalo/>).

Fasilitas yang dimiliki oleh Ekowisata Pinus Motilango memiliki beberapa fasilitas berupa rumah literasi, rumah pohon, gazebo, gerbang utama, terowongan LPM, dan masih banyak lainnya. Selain fasilitas tersebut ada beberapa fasilitas penunjang seperti kamar mandi dan toilet, rumah makan. Ekowisata telah di design berdasarkan lokasi pemanfaatan atau zonasi. Sistem zonasi pada Ekowisata Pinus Motilango memberikan gambaran penataan ekowisata secara keseluruhan, Contohnya zonasi pendidikan dan konservasi, zonasi outbound/camping, dan zonasi penginapan. Idealnya ekowisata itu bukan hanya menikmati suasana alam, melainkan tempat untuk belajar atau diskusi, konservasi, social dan mampu meningkatkan pendapatan ekonomi masyarakat.

Pintu gerbang utama Ekowisata Pinus Motilango merupakan tampilan awal sebelum pengunjung masuk kedalam kawasan ekowisata pinus motilango, dibangun dari batang pohon bulat (gelondongan) yang disusun menyerupai benteng yang berdiri kokoh dengan lebar sepanjang 10 meter dan tinggi 4 meter. Ditengah

dinding tertempel tulisan “PINUS MOTILANGO’ yang diukir dengan menggunakan bahan kayu multipleks berwarna kuning. Pintu gerbang utama menjadi ikon menarik yang dijadikan pengunjung untuk berswafoto bersama teman, keluarga sebelum memasuk kawasan ekowisata pinus motilango. Selanjutnya memasuki kawasan ekowisata pinus motilango, pengunjung akan menjumpai spot atau fasilitas yang bisa di manfaatkan untuk berbagai kegiatan seperti pertunjukan, diskusi, pertemuan-pertemuan ilmiah, rapat, dan lain-lain. Fasilitas tersebut berupa ruang pertemuan terbuka berdasarkan kajian dan fungsi dari hasil pembuatan zonasi. Konsep ruang pertemuan terbuka mengadopsi bentuk Koloseum (Colosseum) di Italy, namun tetap bercirikan lokal wisdom. Bentuknya berupa amfiteater berbentuk stengah elips, memiliki panggung dengan panjang 12 meter dan lebar 4 meter sebagai tempat pertunjukan, menampilkan karya seni, memberikan edukasi dan berdiskusi. Didepan panggung di pasang kursi untuk penonton atau pengunjung yang disusun menyerupai tempat duduk cinema 21 yang terbuat dari batang pohon bulat (gelondongan) yang disusun menyerupai bangku. Bangku-bangku berjejer sebanyak lima baris dari depan ke belakang yang semakin melebar berbentuk elips. Ruang pertemuan terbuka tersebut telah dimanfaatkan oleh berbagai kalangan seperti dari organisasi pemerintah, organisasi kemasyarakatan, organisasi kampus, pecinta alam, dan lainnya.

Rumah literasi ini dibangun diatas puncak bukit didalam kawasan yang dikelilingi oleh pohon pinus. Menganut konsep kenyamanan bagi pengunjung rumah literasi di bangun dengan ukuran lebar 2,5 meter dengan panjang 3,5 meter serta tinggi 2 meter. berbentuk segitiga mempunyai lantai dari kayu memungkinkan untuk berbaring atau santai sambil membaca buku-buku, majalah dan novel yang disediakan. Bercengkrama didepan rumah literasi sambil melihat panorama sekeliling kawasan yang terlihat dari ketinggian. Rumah literasi menjadi tempat favorit banyak pengunjung yang datang ke ekowisata pinus motilango karena suasana pohon yang rindang, serta hembusan angin yang sejuk membuat pengunjung betah berlama-lama menikmati suasana alam.

#### **4.1.2 Karakteristik Responden**

##### **1. Jenis Kelamin**

Responden penelitian ini adalah pengunjung Ekowisata Pinus Motilango yang terdiri dari laki-laki dan perempuan.<sup>25</sup> Dari hasil penelitian yang telah dilakukan didapatkan jumlah responden berdasarkan jenis kelamin yang dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.1. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Frekwensi ( $\Sigma$ )	Presentase (%)
Laki Laki	43	43,4%
Perempuan	56	56,6%
Total	99	100

Sumber: Hasil Olahan Data 2022

Berdasarkan jenis kelamin maka banyaknya responden yang menjawab kuisioner berdasarkan jenis kelamin maka 43 atau 43.4% orang berjenis kelamin laki-laki sedangkan berjenis kelamin perempuan sebanyak 56 atau 56.6%. Hal ini menunjukan bahwa responden berjenis kelamin perempuan lebih banyak yang mengisi kuisioner dibandingkan berjenis kelamin laki-laki.

##### **2. Usia**

Responden berdasarkan usia yang mengisi kuisioner dijelaskan berikut:

**Tabel 4.2. Distribusi Responden Berdasarkan Usia**

Jenis Kelamin	Frekwensi ( $\Sigma$ )	Presentase (%)
20 -30 tahun	57	57,6
31- 40 tahun	35	35,4
41 - 50 tahun	7	7
Total	99	100

Sumber: Hasil Olahan Data 2022

Responden berdasarkan usia yang mengisi kuisioner sebanyak 57 orang atau 57,6% yang memiliki usia antara 20 – 30 tahun. Responden yang memiliki usia 31 – 40 tahun sebanyak 35 orang atau 35,04% sedangkan responden yang memiliki usia 41 – 50 tahun sebanyak 7 orang atau 7%. Hal ini menunjukan bahwa

responden yang mengisi kuisioner didominasi berusia muda yaitu 20 – 30 tahun.

### 3. Pendidikan

Responden berdasarkan tingkat pendidikan yang mengisi kuisioner dapat dijelaskan pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.3. Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan**

Jenis Kelamin	Frekwensi ( $\Sigma$ )	Presentase (%)
SMA	41	41,5
Sarjana	49	49,5
Magister	8	8,0
Doktor	1	1,0
Total	99	100

Sumber: Hasil Olahan Data 2022

Berdasarkan tingkat pendidikan responden dapat dijelaskan bahwa yang berpendidikan SMA sebanyak 41 orang atau 41,5%, Pendidikan Sarjana sebanyak 49 orang atau 49,5%, berpendidikan Magister sebanyak 8 orang atau 8,0%. yang terakhir adalah berpendidikan Doktor sebanyak 1 orang atau 1,0%. Maka dapat disimpulkan bahwa responden yang mengisi kuisioner didominasi oleh pengunjung yang berpendidikan sarjana.

#### 4.1.3 Pengujian Instrumen Penelitian

<sup>19</sup> Dalam suatu penelitian kesahihan (*validitas*) dan kehandalan (*reliabilitas*) suatu hasil penelitian tergantung pada alat pengukur (instrumen) yang digunakan dan data yang diperoleh. Untuk itu perlu dilakukan pengujian yaitu tes kesahihan (*test of validity*) dan tes kehandalan (*test of reliability*).

##### 4.1.3.1. Hasil Uji Validitas dan Realibilitas Variabel X

Berdasarkan hasil pengujian validitas dan realibilitas dapat dijelaskan pada tabel berikut:

**Tabel 4.4. Uji Validitas Masing – Masing Variabel X**

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Uji Validitas			Uji Reliabilitas	
			r hitung	r tabel	Ket	Alpha Cronbach	Ket
<i>Daya Tarik Wisata</i>	<i>Atraksi (X1)</i>	X1.1	0.932	0.1646	Valid	0,891	> 0,6 = reliable
		X1.2	0.894	0.1646	Valid		
		X1.3	0.894	0.1646	Valid		
	<i>Aksesibilitas (X2)</i>	X2.1	0.883	0.1646	Valid	0,858	> 0,6 = reliable
		X2.2	0.903	0.1646	Valid		
		X2.3	0.860	0.1646	Valid		
	<i>Fasilitas(X3)</i>	X3.1	0.884	0.1646	Valid	0,865	> 0,6 = reliable
		X3.2	0.842	0.1646	Valid		
		X3.3	0.879	0.1646	Valid		
		X3.4	0.772	0.1646	Valid		

Sumber : Data Olahan 2022

<sup>12</sup> Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan yang terdapat dalam daftar pertanyaan (kuesioner) variabel X dianggap valid karena r menunjukkan positif atau  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , sehingga pengujian dapat dilanjutkan pada pengujian reliabilitas. Sedangkan hasil Uji reliabilitas untuk variabel X menunjukkan bahwa semua variabel hasil Cronbach Alfa lebih besar dari 0,60, maka dikatakan reliabel.

#### 4.1.3.2. Hasil Uji Validitas dan Realibilitas Variabel Y

Berdasarkan hasil pengujian validitas dan realibilitas dapat dijelaskan pada tabel berikut:

**Tabel 4.5. Uji Validitas Masing – Masing Variabel Y**

Variabel	Indikator	Uji Validitas			Uji Reliabilitas	
		r hitung	r tabel	Ket	Alpha Cronbach	Ket
Minat Berkunjung Ulang (Y)	Y.1	0.907	0.1646	Valid	0,921	> 0,6 = reliable
	Y.2	0.875	0.1646	Valid		
	Y.3	0.902	0.1646	Valid		
	Y.4	0.911	0.1646	Valid		

Sumber : Data Olahan 2022

<sup>12</sup> Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan yang terdapat dalam daftar pertanyaan (kuesioner) variabel Y dianggap valid karena r menunjukkan positif atau  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , sehingga pengujian dapat dilanjutkan pada pengujian reliabilitas. Sedangkan hasil Uji reliabilitas untuk variabel Y menunjukkan bahwa semua variabel hasil Cronbach Alfa lebih besar dari 0,60, maka dikatakan reliabel.

#### 4.1.4. Analisis Deskriptif Hasil Penelitian

Semua variabel bebas yang menjadi objek penelitian adalah diharapkan mampu meningkatkan kinerja. Berikut ini akan disajikan gambaran hasil tabulasi

data atau variabel yang menjadi objek penelitian dan kriteria interpretasi skor sebagai berikut:

**Jumlah skor tertinggi :  $5 \times 1 \times 99 = 495$**

**Jumlah skor terendah :  $1 \times 1 \times 99 = 99$**

**495 - 99**

**Rentang skala : \_\_\_\_\_ = 79,2 dibulatkan 79**

**5**

**Tabel 4.6. Kriteria Interpretasi Skor**

Rentang Skor	Kriteria
416 – 495	Sangat tinggi
337 – 415	Tinggi
258 – 336	Sedang
179 – 257	Rendah
99 – 178	Sangat rendah

Sumber: Hasil Olahan Data 2022

Berdasarkan data yang terkumpul dari 99 responden dapat ditabulasi seperti pada tabel berikut:

**1. Atraksi (X1)**

Berdasarkan hasil tabulasi data diperoleh nilai untuk masing-masing indikator dari variabel *Atraksi*(X1) sebagai berikut:

**Tabel 4.7 Tanggapan Responden Tentang Variabel (X1)**

Bobot	Item		
	X1.1	X1.2	X1.3

	F	Skor	%	F	Skor	%	F	Skor	%
5	22	110	22.2	24	120	24.2	26	130	26.3
4	36	144	36.4	35	140	35.4	33	132	33.3
3	38	114	38.4	37	111	37.4	37	111	37.4
2	3	6	3.0	3	6	3.0	3	6	3.0
1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
$\Sigma$	99	374	100	99	377	100	99	379	100
Kategori	Tinggi			Tinggi			Tinggi		

Sumber: Hasil Olahan Data 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 99 responden yang diteliti secara umum, persepsi responden terhadap item Keindahan alam pinus motilango dengan nilai total 374 termasuk kategori tinggi. Persepsi responden terhadap item Selain panorama alam keaneka ragaman hayati (tumbuh-tumbuhan) memiliki keunikan dengan nilai total 377 termasuk kategori tinggi. Persepsi responden terhadap item Panorama alam dan keaneka ragaman hayati (tumbuh-tumbuhan) memberikan kenyamanan dengan nilai total 379 termasuk kategori tinggi. .

## 2. Aksesibilitas (X2)

Berdasarkan hasil tabulasi data diperoleh nilai untuk masing-masing indikator dari variabel Aksesibilitas (X2) sebagai berikut:

**Tabel 4.8 Tanggapan Responden Tentang Variabel (X2)**

Bobot	Item								
	X2.1			X2.2			X2.3		
	F	Skor	%	F	Skor	%	F	Skor	%
5	22	110	22.2	24	120	24.2	26	130	26.3

4	34	136	34.3	35	140	35.4	31	124	31.3
3	40	120	40.4	37	111	37.4	42	126	42.4
2	3	6	3.0	3	6	3.0	0	0	0
1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
$\Sigma$	99	372	100	99	377	100	99	380	100
Kategori	Tinggi			Tinggi			Tinggi		

Sumber: Hasil Olahan Data 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 99 responden yang diteliti secara umum, persepsi responden terhadap item Informasi terkait obyek wisata pinus motilango didapatkan dari media sosial dengan nilai total 372 termasuk kategori tinggi. Persepsi responden terhadap item Tersedia jalan menuju obyek wisata pinus motilango dengan nilai total 377 termasuk kategori tinggi. Persepsi responden terhadap item Terdapat lebih dari satu pilhan transportasi menuju obyek wisata dengan nilai total 380 termasuk kategori tinggi.

### 3. Fasilitas (X3)

Berdasarkan hasil tabulasi data diperoleh nilai untuk masing-masing indikator dari variabel Fasilitas(X3) sebagai berikut:

**Tabel 4.9 Tanggapan Responden Tentang Variabel (X3)**

Bobot	Item											
	X3.1			X3.2			X3.3			X3.4		
	F	Skor	%									
5	22	110	22.2	23	115	23.2	23	115	23.2	25	125	25.3
4	36	144	36.4	37	148	37.4	38	152	38.4	32	128	32.3
3	40	120	40.4	38	114	38.4	36	108	36.4	41	123	41.4
2	1	2	1.0	1	2	1.0	2	4	2.0	1	2	1.0

1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
$\Sigma$	99	376	100	99	379	100	99	379	100	99	378	100		
Kategori	Tinggi			Tinggi			Tinggi			Tinggi				

Sumber: Hasil Olahan Data 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 99 responden yang diteliti secara umum, persepsi responden terhadap item Obyek wisata pinus motilango memiliki fasilitas umum dengan nilai total 376 termasuk kategori tinggi. Persepsi responden terhadap item Fasilitas pokok wisata pinus motilango dengan nilai total 379 termasuk kategori tinggi. Persepsi responden terhadap item Sarana pelengkap di obyek wisata pinus motilango dengan nilai total 379 termasuk kategori tinggi. Persepsi responden terhadap item Sarana penunjang di obyek wisata pinus motilango dengan nilai total 378 termasuk kategori tinggi.

#### 4. Minat berkunjung Ulang (Y)

Berdasarkan hasil tabulasi data diperoleh nilai untuk masing-masing indikator dari variabel minat berkunjung ulang (Y) sebagai berikut:

**Tabel 4.10 Tanggapan Responden Tentang Variabel (Y)**

Bobot	Item											
	Y.1			Y.2			Y1.3			Y.4		
	F	Skor	%									
5	23	115	23.2	24	120	24.2	23	115	23.2	24	120	24.2
4	35	140	35.4	40	160	40.4	39	156	39.4	40	160	40.4
3	40	120	40.4	35	105	35.4	35	105	35.4	32	96	32.3
2	1	2	1.0	0	0	0	2	4	2.0	3	6	3.0
1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
$\Sigma$	99	377	100	99	385	100	99	380	100	99	382	100
Kategori	Tinggi			Tinggi			Tinggi			Tinggi		

Sumber: Hasil Olahan Data 2022

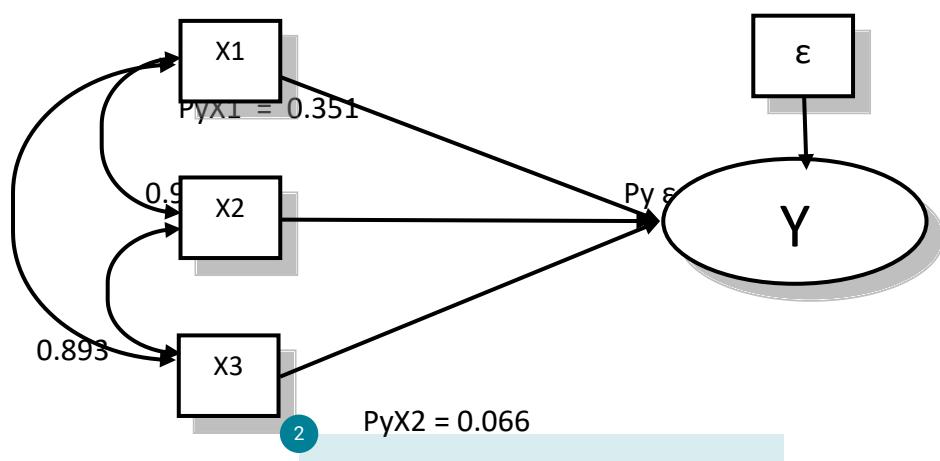
Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 99 responden yang diteliti secara umum, persepsi responden terhadap item Apakah akan mengunjungi kembali ekowisata pinus Motilango dengan nilai total 377 termasuk kategori tinggi. Persepsi responden terhadap item Akan Merefrensiakan ekowisata pinus motilango kepada keluarga atau orang terdekat dengan nilai total 385 termasuk kategori tinggi. Persepsi responden terhadap item akan menjadi ekowisata pinus motilango sebagai prioritas destinasi wisata dibandingkan tempat wisata lain dengan nilai total 380 termasuk kategori tinggi. Persepsi responden terhadap item akan mencari informasi atau pengalaman berkunjung ke ekowisata pinus motilango melalui media sosial dengan nilai total 382 termasuk kategori tinggi.

#### 4.1.5. Analisis data statistik

Hasil dari olah data statistik dengan menggunakan analisis jalur (*path analysis*) untuk masing-masing variabel X dan Y dalam penelitian ini maka persamaan hasil penelitian didapatkan adalah :

$$Y = 0.351X_1 + 0.066X_2 + 0.425X_3 + 0,332\varepsilon$$

6 Berdasarkan pada hasil perhitungan yang ditunjukkan pada tabel-di atas, maka koefisien jalur dari variabel  $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$ , serta variabel luar terhadap vareiabel Y dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Dari gambar di atas menunjukkan bahwa hubungan korelasional antara Atraksi ( $X_1$ ) dengan aksesibilitas ( $X_2$ ) sebesar 0,942, hasil ini menunjukkan bahwa terjadi korelasi positif dengan kategori sangat tinggi, atraksi ( $X_1$ ) dengan fasilitas ( $X_3$ ) sebesar 0,893, hasil ini menunjukkan bahwa terjadi korelasi positif dengan kategori sangat tinggi, aksesibilitas ( $X_2$ ) dengan fasilitas ( $X_3$ ) sebesar 0,873,<sup>2</sup> hasil ini menunjukkan bahwa terjadi korelasi positif dengan kategori sangat tinggi. Kemudian variabel atraksi ( $X_1$ ) memiliki koefisien jalur terhadap variabel minat berkunjung ulang ( $Y$ ) sebesar 0,351; variabel Aksesibilitas ( $X_2$ ) memiliki koefisien jalur terhadap variabel minat berkunjung ulang( $Y$ ) sebesar 0,066, variabel fasilitas ( $X_3$ ) memiliki koefisien jalur terhadap minat berkunjung ulang( $Y$ ) sebesar 0,425, serta adanya variabel lain yang ikut mempengaruhi minat berkunjung ulang( $Y$ ) yang dinyatakan dengan variabel *epsilon* ( $\epsilon$ ) sebesar 0,332.

#### 4.1.6. Pengujian Hipotesis

Dari hasil analisis statistik maka dapat diketahui besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dan uji kemaknaan signifikan, pada tabel berikut:

**Tabel-4.11Struktur Pengaruh Langsung Variabel X Terhadap Y**

Variabel	Pengaruh		Pengaruh Tidak Langsung, Melalui					Total	
	Langsung		$X_1$		$X_2$		$X_3$		
$X_1$	35,1%	+		+		+		+	35,1%
$X_2$	6,6%	+		+		+		+	6,8%
$X_3$	42,5%	+		+		+		+	42,5%
<b>Pengaruh variabel <math>X_1, X_2, X_3,</math></b>								66,8%	
<b>Pengaruh Variabel Luar</b>								33,2%	
<b>T O T A L</b>								<b>100.00</b>	

Sumber : Hasil Olahan data 2022

Dari tabel di atas dapat di jelaskan bahwa pengaruh daya tarik wisata terhadap minat berkunjung ulangpada ekowisata pinus Motilanggo dapat dijelaskan oleh model sebesar 66,8%, yang terdiri dari variabel Attraksi ( $X_1$ ) sebesar 35,1%, variabel Aksesibilitas ( $X_2$ ) sebesar 6,6%, Fasilitas ( $X_3$ ) sebesar 4251%, serta terdapat variabel luar atau model lain yang turut mempengaruhi tetapi tidak diteliti sebesar 33,2%.

<sup>2</sup> Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa besarnya koefisien determinasi ( $R^2_{Y.X_1X_2 X_3}$ ) atau keeratan hubungan kausal variabel X terhadap Y sebesar 66,8%; artinya minat berkunjung ulang secara *simultan* dapat dijelaskan oleh model, mengacu pada nilai koefisien determinasi total ( $R^2_{Y.X_1X_2 X_3}$ ) <sup>2</sup> maka dapat dikategorikan bahwa variabel X mempunyai tingkat pengaruh "Tinggi" terhadap variabel Y (berdasarkan tafsiran dari Guilford, 1956:145).

Sedangkan untuk menguji hipotesis yang diajukan sebagaimana yang dijelaskan pada sub bab sebelumnya, maka dapat dilakukan uji kemaknaan signifikansi. Dari hasil pengujian hipotesis dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel-4.12Uji Kemaknaan Signifikan Variabel X Terhadap Y**

Pengaruh Antar Variabel	Nilai Sig	Alpha( $\alpha$ )	Keputusan
$Y \leftarrow X_1, X_2, X_3,$	0,00	0,05	Signifikan
$Y \leftarrow X_1$	0,03	0,05	Signifikan
$Y \leftarrow X_2$	0,71	0,05	Signifikan
$Y \leftarrow X_3$	0,02	0,05	Signifikan

6

Keterangan :Jika nilai Sig < nilai Alpha ( $\alpha$ ), maka signifikan.

Sumber : Hasil olahan data 2022, dengan program SPSS

Dari tabel di atas dapat dijelaskan bahwa variabel daya tarik wisata secara *simultan* dapat dijelaskan oleh model yang terdiri dari *atraksi*, *aksesibilitas*, *fasilitas*, karena nilai sig ( $Y \leftarrow X_1, X_2, X_3$ ) < nilai alpha ( $\alpha$ ) ( $0,00 < 0,05$ ). Variabel *Atraksi* ( $X_1$ ) secara *parsial* berpengaruh signifikan terhadap variabel minat berkunjung ulang( $Y$ ), karena nilai sig ( $Y \leftarrow X_1$ ) > nilai alpha ( $\alpha$ ) ( $0,03 < 0,05$ ). Variabel *Aksesibilitas* ( $X_2$ ) secara *parsial* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung ulang( $Y$ ), karena nilai sig ( $Y \leftarrow X_2$ ) < nilai alpha ( $\alpha$ ) ( $0,71 > 0,05$ ). Variabel *Fasilitas* ( $X_3$ ) secara *parsial* berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung ulang( $Y$ ), karena nilai sig ( $Y \leftarrow X_3$ ) < nilai alpha ( $\alpha$ ) ( $0,02 < 0,05$ ).

## 4.2. Pembahasan Hasil Penelitian

### 4.2.1. Pengaruh daya tarik wisata secara simultan terhadap minat berkunjung ulang.

Berdasarkan hasil temuan penelitian didapatkan pengaruh daya tarik wisata berupa atraksi, aksesibilitas, fasilitas terhadap minat berkunjung ulang sebesar 66,8%. Pengaruh tersebut termasuk kategori tinggi dengan keeratan hubungan sangat tinggi serta berdasarkan hasil uji maka pengaruhnya signifikan. Besarnya pengaruh daya tarik wisata berupa atraksi, aksesibilitas, fasilitas terhadap minat berkunjung ulang di sebabkan oleh penerapan daya tarik wisata yang lebih baik.<sup>14</sup> Pariwisata harus memiliki daya tarik yang dikelompokkan menjadi daya tarik natural atau alami, daya tarik budaya dan daya tarik yang sengaja dibuat. Suatu daya tarik wisata dapat menarik untuk dirangkai oleh wisatawan harus memenuhi syarat-syarat untuk pengembangan daerahnya, seperti daya tarik yang dapat disaksikan, aktivitas wisata yang dapat dilakukan, sesuatu yang dapat dibeli, bagaimana alat transportasinya dan bagaimana fasilitasnya.<sup>8</sup> Daya tarik wisata sangat mempengaruhi pemilihan daerah tujuan wisata. Seseorang tidak akan mau

mengunjungi daerah wisata dengan daya tarik yang biasa saja, karena mereka harus membayar dan meluangkan waktu untuk melakukan pengalaman berwisata. Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang mempunyai keunikan, keindahan, serta nilai yang beranekaragam berupa kekayaan alam, kekayaan budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran kunjungan wisatawan (Utama, 2017:335).

Temuan daya tarik wisata berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang sejalan dengan temuan dari Rivan Mauludin (2017) menemukan Daya Tarik Wisata semakin baik, maka semakin meningkatkan pula minat berkunjung. Begitupun yang dikemukakan oleh Ajeng Fitri Nurlestari, (2016) daya tarik wisata memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap niat kunjungan ulang. Begitupun yang dikatakan oleh Syariful Anhar Harahap, Dwita Hadi Rahmi (2020) pengaruh antara kualitas daya tarik wisata budaya terhadap minat kunjungan wisatawan nusantara signifikan.

Dari hasil penelitian terdapat variabel lain yang turut berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang seperti yang dikemukakan oleh Darojat, (2021) persepsi kualitas pelayanan, daya tarik wisata, kepuasan wisatawan, merupakan predictor yang baik terhadap perilaku wisatawan untuk berkunjung kembali.

#### **4.2.2. Atraksi berpengaruh secara parsial terhadap minat berkunjung ulang**

Atraksi memberikan kontribusinya atau pengaruhnya terhadap minat berkunjung ulang sebesar 35,1% dan pengaruhnya signifikan hal ini disebabkan karena semua atraksi yang menjadi daya tarik mengapa wisatawan tertarik datang dan berkunjung pada suatu Daerah Tujuan Wisata dapat mereka temukan di ekowisata pinus motilanggo seperti keindahan alam pinus motilango, selain panorama alam keaneka ragaman hayati (tumbuh-tumbuhan) memiliki keunikan, Panorama alam dan keaneka ragaman hayati (tumbuh-tumbuhan) memberikan kenyamanan sesuai dengan yang dikatakan Suwena (2017) bahwa atraksi wisata merupakan komponen yang signifikan dalam menarik wisatawan untuk berkunjung ke suatu objek wisata seperti<sup>1</sup> daya tarik wisata alam, daya tarik wisata budaya dan daya tarik minat khusus.

Atraksi wisata mempengaruhi minat kunjung ulang wisatawan, untuk meningkatkan minat kunjung ulang wisatawan di ekowisata pinus motilango, atraksi wisata harus di jaga dan lestarikan,<sup>1</sup> perlu ditambahkan atraksi wisata dengan konsep instagrammable, seperti ayunan bertingkat yang terbuat dari kain agar dapat digunakan sebagai spot foto, menambahkan landmark yang popular seperti monas, patung liberty, menara eiffel, menara pisa dan lain sebagainya, karena semakin baik suatu daya tarik wisata maka semakin tinggi minat kunjung ulang wisatawan hal ini sesuai yang dikatakan Suwena & Widyatmaja (2010)<sup>16</sup> bahwa atraksi wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keindahan, yang bernilai, baik yang berupa suatu keanekaragaman, yang memiliki keunikan, baik dalam kekayaan budaya maupun hasil buatan manusia (man made) yang menjadi faktor daya tarik dan menjadi tujuan wisatawan untuk berkunjung, yang menjadikan wisatawan termotivasi untuk melakukan wisata ke obyek wisata tersebut.

Temuan penelitian tersebut sejalan dengan Suci Anggraini Ramadhani, Heri Setiawan, Rini (2021) menemukan bahwa atraksi wisata berpengaruh secara signifikan terhadap minat kunjung ulang. Lebih lanjut Rivan Mauludin (2017) menyatakan Atraksi wisata yang ada di Daya Tarik Wisata dapat dilihat dari indicator what to see, what to do, dan what to buy seperti wisatawan banyak yang menikmati kemenarikan pemandangan alamnya dengan kegiatan berfoto bersama teman atau kerabatnya, menikmati pemandangan alam. Selain itu, what to do terdapat wahana bermain untuk anak-anak dan mengelilingi hutan pinus.<sup>9</sup> Keindahan alam dan atraksi wisata yang dipelihara dan dikelola dengan baik akan menjadikan objek wisata tersebut memiliki daya tarik sehingga wisatawan ingin berkunjung pada objek wisata dan memuaskan untuk tujuan rekreasi dan menikmati perjalanananya.

#### **4.2.3. Aksesibilitas berpengaruh secara parsial terhadap minat berkunjung ulang**

Aksesibilitas memberikan kontribusi atau pengaruhnya terhadap minat berkunjung ulang sebesar 6,6% dan pengaruhnya tidak signifikan.<sup>1</sup> Rossadi &

Widayati (2018) menyatakan bahwa aksesibilitas adalah suatu alat yang digunakan untuk memberikan kemudahan kepada para wisatawan yang akan melakukan perjalanan wisata, didukung dengan berbagai kemajuan teknologi, berbagai macam alat transportasi yang sudah tersedia berbagai macam jenisnya dan menjadi salah satu pendukung dan pendorong kemajuan pariwisata.<sup>3</sup> Aksesibilitas merupakan aktivitas kepariwisataan banyak tergantung pada transportasi dan komunikasi karena faktor jarak dan waktu yang sangat mempengaruhi keinginan seseorang untuk melakukan perjalanan wisata. Unsur yang terpenting dalam aksesibilitas adalah transportasi, maksudnya yaitu frekuensi penggunaannya, kecepatan yang dimilikinya dapat mengakibatkan jarak seolah-olah menjadi dekat. Selain transportasi yang berkaitan dengan aksesibilitas adalah prasarana meliputi jalan, jembatan, terminal, stasiun, dan bandara. Prasarana ini berfungsi untuk menghubungkan suatu tempat ke tempat yang lain. Keberadaan prasarana transportasi akan mempengaruhi laju tingkat transportasi itu sendiri. kondisi prasarana yang baik akan membuat laju transportasi optimal (Yoethi, 2012).

Berdasarkan tanggapan responden diketahui bahwa Informasi terkait obyek wisata pinus motilango didapatkan dari media sosial, Tersedia jalan menuju obyek wisata pinus motilango, Terdapat lebih dari satu pilihan transportasi menuju obyek wisata. Aksesibilitas ekowisata tersebut tidak mampu meningkatkan minat berkunjung ulang yang disebabkan akses jalan menuju ekowisata pinus motilango walaupun bisa di akses menggunakan kendaraan roda dua dan roda empat namun kondisi jalanannya belum bagus dan mendaki. Tidak terdapat transportasi atau angkutan umum yang langsung menuju lokasi ekowisata.

Temuan ini sejalan dengan temuan Suci Anggraini Ramadhani, Heri Setiawan, Rini (2021) menemukan bahwa aksesibilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat kunjung ulang wisatawan. Selanjutnya Alfitriani, Welly Andrika Putri, Ummasyroh, (2021) menjelaskan bahwa aksesibilitas tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap minat kunjung ulang wisatawan hal ini disebabkan aksesibilitas wisata seperti kondisi akses jalan menuju ke objek wisata

1 terbilang cukup baik, namun ada beberapa kondisi jalan yang rusak dan bergelombang, dikarenakan jalanan tidak hanya dilalui oleh kendaraan umum saja, melainkan juga kendaraan besar seperti truck yang keluar masuk pabrik karet. Hal tersebutlah yang perlu diperhatikan mengingat jalan merupakan akses utama yang sangat penting sebagai penghubung wisatawan menuju objek wisata, dan memberikan kenyamanan kepada wisatawan saat akan berkunjung, serta sebaiknya disediakan transportasi wisata khusus menuju objek wisata untuk mempermudah wisatawan saat akan berkunjung. Namun berbeda dengan temuan Nurbaeti, Myrza Rahmanita, Heny Ratnaningtyas, Amrullah (2021) aksesibilitas (AKS) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan (MBW), hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Abdulhaji & Yusuf (2016) dan Marpaung & Sahla (2017) bahwa keberadaan objek wisata yang menarik dibutuhkan sarana dan prasarana yang memadai guna mendukung kenyamanan wisatawan dalam berwisata. Semakin mudah aksesibilitas tersebut dicapai maka semakin tinggi minat kunjungan wisatawan yang berkunjung di objek wisata.

#### **4.2.4. Fasilitas berpengaruh secara parsial terhadap minat berkunjung ulang**

Fasilitas memberikan kontribusi terbesar atau pengaruhnya terhadap minat berkunjung ulang sebesar 42,5% dan pengaruhnya signifikan. 1 Setyanto & Pangestuti (2019) menyatakan bahwa amenitas merupakan segala fasilitas yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan saat melakukan kegiatan wisata disuatu objek wisata, seperti fasilitas makan dan minum, hiburan, pusat perbelanjaan dan lain sebagainya. Fasilitas wisata memiliki peran yang penting dalam meningkatkan kepuasan wisatawan sehingga dapat memberikan dampak kepada minat kunjung ulang wisatawan.

Fasilitas yang cukup memadai akan menarik dan memotivasi seseorang yang akan berkunjung ke suatu objek wisata. Adapun fasilitas yang tersedia di ekowisata pinus motilango adalah toilet, kantin/tempat makan, areal parkir, tempat sampah yang terdapat di setiap sudut dan tempat duduk bagi pengunjung, gerbang utama, ruang diskusi terbuka, rumah pohon, gazebo, ayunan, dan

berbagai macam fasilitas yang dapat dinikmati oleh pengunjung. Secara umum objek ekowisata pinus motilango telah memberikan fasilitas-fasilitas yang sesuai dengan harapan para pengunjung.

Temuan penelitian tersebut didukung oleh temuan Hasil penelitian Nurbaiti, Myrza Rahmanita, Heny Ratnaningtyas, Amrullah (2021) bahwa fasilitas (FSLTS) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan, Fasilitas yang lengkap dan memadai serta standar pelayanan telah dipenuhi oleh obyek wisata maka akan menarik wisatawan berkunjung di tempat wisata tersebut. Sejalan dengan Alfitriani, Welly Andrika Putri, Ummasyroh, (2021) yang menemukan bahwa amenitas wisata berpengaruh secara signifikan terhadap minat kunjung ulang wisatawan. Fasilitas wisata memiliki peran yang penting dalam meningkatkan kepuasan wisatawan sehingga dapat memberikan dampak kepada minat kunjung ulang wisatawan. Temuan berbeda Suci Anggraini Ramadhani, Heri Setiawan, Rini (2021) menemukan hasil bahwa Amenitas (fasilitas)<sup>1</sup> wisata tidak berpengaruh terhadap minat kunjung ulang wisatawan, hal ini dikarenakan fasilitas seperti musholla masih belum terjaga kebersihannya dan tidak adanya fasilitas toko souvenir di kawasan objek wisata.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis statistic dalam penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Daya Tarik wisata yang meliputi Atraksi, Aksesibilitas dan Fasilitas Secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung ulang(Y) Pada Ekowisata Pinus Motilanggo. Pengaruhnya termasuk tinggi dan apabila daya tarik wisata diterapkan dengan baik akan meningkatkan minat berkunjung ulang. Hal ini menunjukan bahwa hipotesis yang di ajukan **diterima**.
2. Atraksi (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung ulang(Y) Pada Ekowisata Pinus Motilanggo.Walaupun pengaruhnya positif dan signifikan namun atraksi bukan menjadi penentu dominan terhadap peningkatan minat berkunjung ulang.. Hal ini sesuai dengan hipotesis yang di ajukan **diterima**.
3. Aksessibilitas (X2) Secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung ulang(Y) Pada Ekowisata Pinus Motilanggo. Aksessibilitasyang tidak bagus membuat minat berkunjung ulang akan menurun.Hal ini sesuai dengan hipotesis yang di ajukan **ditolak**.
4. Fasilitas (X3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung ulang(Y) Pada Ekowisata Pinus Motilanggo.Pengaruhnya positif dan signifikan dan menjadi penentu dominan terhadap peningkatan minat berkunjung ulang. Hal ini sesuai dengan hipotesis yang di ajukan **diterima**.

#### **5.2. Saran**

Berdasarkan kesimpulan diatas maka penulis memberikan saran-saran sebagai berikut :

1. Kepada pihak manajemen ekowisata pinus motilanggo untuk dapat memperhatikan penerapan Daya Tarik wisata yang meliputi Atraksi,

- Aksesibilitas dan Fasilitas karena pada penelitian ini terbukti mampu meningkatkan minat berkunjung ulang apabila di terapkan secara baik.
2. Disarankan juga untuk mengupayakan dan mendorong pemerintah Kabupaten Gorontalo untuk melakukan perbaikan jalan menuju ekowisata pinus motilango.
  3. Bagi peneliti selanjutnya, dari hasil penelitian ini minimal dapat mendorong dan memicu dilakukannya penelitian-penelitian berikutnya dengan menggunakan variabel-variabel lain yang belum dimasukan dalam penelitian ini. Sehingga dapat diketahui apakah variable lain tersebut dapat mempengaruhi minat berkunjung ulang. Variabel lain yang mempengaruhi menurut Darojat, (2021) persepsi kualitas pelayanan, daya tarik wisata, kepuasan wisatawan, merupakan predictor yang baik terhadap perilaku wisatawan untuk berkunjung kembali

## **DAFTAR PUSTAKA**

Arikunto, Suharsimi. 2010. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta : PT. Rineka Cipta.

Abdillah, Y. F. (2017). Pengaruh Citra Destinasi dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Wisata B29 Lumajang. Lumajang: STIE Widya Gama Lumajang.

Ahmad Mardalis dan Ratna Puspa Wijaya, Pengelolaan Daya Tarik Wisata Alam Berdasarkan Kepuasan Dan Keinginan Wisatawan, Prosiding Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis & Call For Paper FEB UMSIDA 2016.

Agusli, D dan Kunto, Y. S., 2013, “Analisa Pengaruh Dimensi Ekuitas Merek terhadap Minat Beli Konsumen Midtown Hotel Surabaya”, Jurnal Manajemen Pemasaran Universitas Kristen Petra Surabaya, Vol. 1, No. 2, 2013, hal. 1-8

Adkon, dan Ridwan. 2009. Rumus dan Data dalam Analisis Statistik untuk Penelitian, cetakan 3, Alfabeta: Bandung

Aviolitasona, Gheraldin Bella. 2017. Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatwan Umbul Sewu Pengging, Boyolali. Skripsi.

Basiya, R. dan Hasan, Abdul. Rozak (2012).Kualitas Daya Tarik Wisata, Kepuasaan dan NiatKunjunganKembaliWisatawanMancanegara di Jawa Tengah.Jurnal Dinamika Kepariwisataan. Vol. XINo. 2.

Baskoro, Dwi Hary. 2013. Analisis Kunjungan. Objek Wisata Lawang Sewu Di Kota. Semarang,

Bachtiar, M. Latief. 2016.” Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Minat Berkunjung Kembali di Objek Wisata Pantai Kabupaten Gunung Kidul”. Jurnal. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta

Christie Mill, Robert. 2000. Tourism-The Internastional Business. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.

Chiu, C.M., Wang, E.T., Fang,Y.H., Huang, H.Y. (2014). Understanding costumers' repeat purchase intentions in B2C e-commerce: the roles of utilitarian value, hedonic value and perceived risk. Information Systems Journal 241, 85-114.

Chen, Y., Shang, R., & Li, M. (2014). The effects of perceived relevance of travel blogs' content on the behavioral intention to visit a tourist *destination Computer in Human Behaviur*, 30. 787-789.

Fungkiya Sari & Edriana Pangestuti. 2018. Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Terhadap Minat Berkunjung Dan Keputusan Berkunjung (Studi Pada Wisata Coban Rais BKPH Pujon). Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Vol. 54 No. 1.  
<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/download/2231/2628>

Ghozali, Imam. 2005. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang

Irman Jumanto, 2017. Strategi Pengembangan Objek Wisata Pantai Sari Ringgung Kabupaten Pesawaran Lampung.  
[https://scholar.google.co.id/scholar?start=40&q=strategi+pengembangan+wisata+pantai&hl=id&as\\_sdt=0,5#d=gs\\_qabs&u=%23p%3DgEDp0ttkooMJ](https://scholar.google.co.id/scholar?start=40&q=strategi+pengembangan+wisata+pantai&hl=id&as_sdt=0,5#d=gs_qabs&u=%23p%3DgEDp0ttkooMJ)

Ika Dwi Ayuningrum dan Edriana Pangestuti “Pengaruh Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kepuasan Pengunjung Industri Pariwisata Di Kabupaten Bojonegoro” Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 60 No. 1 Juli 2018

Jumanto, Irman. (2017). Strategi Pengembangan Obyek Wisata Pantai Sari Ringgung Kabupaten Pesawaran, Lampung. Tesis Tidak Diterbitkan. Bandar Lampung: Universitas Lampung

Kotler, Phillip and Kevin Lane Keller. 2016. Marketing Management Fifteenth Global Edition. Edinburgh : Pearson.

Malhotra, Naresh K. 2010. Marketing Research : An Applied Orientation Sixth Edition. New Jersey : Pearson Education.

Minfang, Zhu. And Zhang Hanyu. 2014. Research On The Casual Relationship Between Antecedent Factors, Tourist Satisfaction And Destination Loyalty. China.

Mauludin Rivan. (2017). Pengaruh Atraksi Wisata Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan ke Daya Tarik Wisata Waduk Darma Kabupaten Kuningan. Jurnal Manajemen Resort dan Leisure, 14(2), 57-67.

M.Liga & Vanny Octavia., (2015), Pengantar Pemasaran Pariwisata, Alfabeta, Bandung.

Nurlestari, Ajeng Fitri. 2016. Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Niat Kunjungan Ulang Wisatawan dengan Kepuasan Wisatawan sebagai Variabel Intervening pada Taman Safari Indonesia Cisarua Bogor.Jurnal Pariwisata 2016, Sekolah Tinggi Pariwisata Bogor

Priyadi, Ungkul. 2016. Pariwisata Syariah Prospek dan Perkembangan, Yogyakarta : UPP STIM YKPN.

R, Basiya dan Rozak, Hasan Abdul. 2012. Kualitas Daya Tarik Wisata, Kepuasan, dan Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Mancanegara di Jawa tengah. Jurnal Dinamika Kepariwisataan, Vol. XI No.2, p. 1-12.

Som, A. P. M., & Badarneh, M. B. (2011). Tourist satisfaction and repeat visitation; toward a new comprehensive model. World Academy of Science, Engineering and Technology, 74(2), 1115–1122.  
[https://doi.org/10.1016/S1007-0214\(09\)70057-4](https://doi.org/10.1016/S1007-0214(09)70057-4)

Sarah Diba, Ich Diana dan Ayun Maduwinarti. 2014."Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa terhadap Minat Pengunjung pada Obyek Wisata Museum Kesehatan Dr. Adhyatma, MPH Surabaya". JMM17. Vol. 1 No.1. Hal 94-109.

Sutopo, Ilham Surgawi. 2016. "Analisis Pengaruh Produk Wisata, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Wisatawan Dalam Mengunjungi Objek Wisata Puri Maerokoco Kota Semarang". Jurnal Manajemen. Vol. 5, No. 4 (2337-3792).

Syahrul, A. R. (2015). Pengaruh Daya Tarik, Fasilitas Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Wisatawan Asing Berkunjung Kembali Ke Aloita Resort Di Kab. Kep. Mentawai. Vol. 7 No.1 Tahun 2015. Doi: 10.22202/Jp.2014.V7i1.193

Utama, I. G. B. R. (2017). Pemasaran Pariwisata. Yogyakarta: CV. Andi Offset

Yoeti, Oka A. 2008. Perencanaan & Pengembangan Pariwisata. Jakarta: PT. Pradnya Paramita

## **KUISIONER**

Daftar pernyataan ini dimaksudkan untuk menelaah pengaruh Daya tarik wisata terhadap Minat berkunjung Pada Ekowisata Pinus Motilango.

Untuk maksud tersebut, kami mohon kiranya Bapak / Ibu berkenan menjawab atas pernyataan yang menunjukkan sikap dan pendirian secara jujur dan objektif. Jawaban Bapak/Ibu dirahasiakan, artinya Kami Menjamin Kerahasiaan akan jawaban tersebut.

Daftar pernyataan berikut ini terdiri dari dua tipe isian dan pilihan. Pada tipe isian, mohon Bapak/Ibu mengisi pada tempat yang disediakan dengan singkat dan jelas. Pada tipe pilihan, mohon Bapak/Ibu melingkari jawaban yang dianggap paling tepat atau paling sesuai dengan kondisi yang diperoleh.

## **DATA RESPONDEN**

Nomor Responden	: .....
Usia	: .....
Jenis Kelamin	: .....
Pendidikan	: .....
Asal Kota	: .....

## **DAFTAR PERNYATAAN**

### **VARIABEL X : Daya Tarik Wisata(X)**

#### **Sub Variabel X<sub>1</sub> : Aktrasi**

1. Keindahan alam pinus motilango.
  - a. Sangat indah
  - b. Indah
  - c. Kurang indah
  - d. Tidak indah
  - e. Sangat Tidak indah
2. Selain panorama alam keaneka ragaman hayati (tumbuh-tumbuhan) memiliki keunikan
  - a. Sangat setuju
  - b. Setuju
  - c. Kurang Setuju
  - d. Tidak setuju
  - e. Sangat Tidak setuju
3. Panorama alam dan keaneka ragaman hayati (tumbuh-tumbuhan) memberikan kenyamanan
  - a. Sangat setuju
  - b. Setuju
  - c. Kurang Setuju
  - d. Tidak setuju
  - e. Sangat Tidak setuju

#### **Sub Variabel X<sub>2</sub> : Aksesibilitas**

1. Informasi terkait obyek wisata pinus motilango didapatkan dari media sosial
  - a. Sangat setuju

- b. Setuju
  - c. Kurang Setuju
  - d. Tidak setuju
  - e. Sangat Tidak setuju
2. Tersedia jalan menuju obyek wisata pinus motilango
- a. Sangat setuju
  - b. Setuju
  - c. Kurang Setuju
  - d. Tidak setuju
  - e. Sangat Tidak setuju
3. Terdapat lebih dari satu pilhan transportasi menuju obyek wisata .
- a. Sangat setuju
  - b. Setuju
  - c. Kurang Setuju
  - d. Tidak setuju
  - e. Sangat Tidak setuju

### **Sub Variabel X<sub>3</sub> : Fasilitas**

1. Obyek wisata pinus motilango memiliki fasilitas umum
- a. Sangat setuju
  - b. Setuju
  - c. Kurang Setuju
  - d. Tidak setuju
  - e. Sangat Tidak setuju
2. Fasilitas pokok wisata pinus motilango.
- a. Sangat sesuai
  - b. Sesuai
  - c. Kurang sesuai

- d. Tidak sesuai
  - e. Sangat Tidak sesuai
3. Sarana pelengkap di obyek wisata pinus motilango.
- a. Sangat sesuai
  - b. Sesuai
  - c. Kurang sesuai
  - d. Tidak sesuai
  - e. Sangat Tidak sesuai
4. Sarana penunjang di obyek wisata pinus motilango.
- a. Sangat sesuai
  - b. Sesuai
  - c. Kurang sesuai
  - d. Tidak sesuai
  - e. Sangat Tidak sesuai

#### **VARIABEL (Y) Minat berkunjung**

- 1. Apakah akan mengunjungi kembali ekowisata pinus Motilango
  - a. Sangat setuju
  - b. Setuju
  - c. Kurang Setuju
  - d. Tidak setuju
  - e. Sangat Tidak setuju
- 2. Apakah Akan Mereferensikan ekowisata pinus motilango kepada keluarga atau orang terdekat
  - a. Sangat setuju
  - b. Setuju
  - c. Kurang Setuju

- d. Tidak setuju
- e. Sangat Tidak setuju
3. Saya akan menjadi ekowisata pinus motilango sebagai prioritas destinasi wisata dibandingkan tempat wisata lain
- Sangat setuju
  - Setuju
  - Kurang Setuju
  - Tidak setuju
  - Sangat Tidak setuju
4. Saya akan mencari informasi atau pengalaman berkunjung ke ekowisata pinus motilango melalui media sosial.
- Sangat setuju
  - Setuju
  - Kurang Setuju
  - Tidak setuju
  - Sangat Tidak setuju

Data Ordinal dan interval Variabel X1

Resp	1	2	3	Resp	1	2	3	total
1	5	5	5	1	4.604	4.554	4.506	13.66
2	4	4	3	2	3.517	3.476	2.411	9.40
3	4	4	4	3	3.517	3.476	3.448	10.44
4	3	3	3	4	2.428	2.411	2.411	7.25
5	4	5	4	5	3.517	4.554	3.448	11.52
6	4	4	3	6	3.517	3.476	2.411	9.40
7	3	3	3	7	2.428	2.411	2.411	7.25
8	3	4	3	8	2.428	3.476	2.411	8.31
9	4	3	4	9	3.517	2.411	3.448	9.38
10	3	4	3	10	2.428	3.476	2.411	8.31
11	4	4	4	11	3.517	3.476	3.448	10.44
12	4	3	4	12	3.517	2.411	3.448	9.38
13	3	4	3	13	2.428	3.476	2.411	8.31

14	3	4	4	14	2.428	3.476	3.448	9.35
15	5	5	5	15	4.604	4.554	4.506	13.66
16	4	3	3	16	3.517	2.411	2.411	8.34
17	3	3	3	17	2.428	2.411	2.411	7.25
18	3	3	3	18	2.428	2.411	2.411	7.25
19	3	4	4	19	2.428	3.476	3.448	9.35
20	3	3	3	20	2.428	2.411	2.411	7.25
21	3	3	3	21	2.428	2.411	2.411	7.25
22	4	4	3	22	3.517	3.476	2.411	9.40
23	3	3	3	23	2.428	2.411	2.411	7.25
24	3	3	4	24	2.428	2.411	3.448	8.29
25	5	5	5	25	4.604	4.554	4.506	13.66
26	3	3	2	26	2.428	2.411	1.000	5.84
27	3	3	4	27	2.428	2.411	3.448	8.29
28	4	4	4	28	3.517	3.476	3.448	10.44
29	2	2	3	29	1.000	1.000	2.411	4.41
30	3	4	3	30	2.428	3.476	2.411	8.31
31	2	2	2	31	1.000	1.000	1.000	3.00
32	3	3	3	32	2.428	2.411	2.411	7.25
33	3	2	2	33	2.428	1.000	1.000	4.43
34	3	3	4	34	2.428	2.411	3.448	8.29
35	4	4	5	35	3.517	3.476	4.506	11.50
36	5	5	5	36	4.604	4.554	4.506	13.66
37	5	5	5	37	4.604	4.554	4.506	13.66
38	5	5	5	38	4.604	4.554	4.506	13.66
39	3	3	4	39	2.428	2.411	3.448	8.29
40	4	4	4	40	3.517	3.476	3.448	10.44
41	4	4	4	41	3.517	3.476	3.448	10.44
42	3	3	3	42	2.428	2.411	2.411	7.25
43	3	3	3	43	2.428	2.411	2.411	7.25
44	5	5	5	44	4.604	4.554	4.506	13.66
45	2	3	3	45	1.000	2.411	2.411	5.82
46	5	5	5	46	4.604	4.554	4.506	13.66
47	5	5	5	47	4.604	4.554	4.506	13.66
48	3	3	3	48	2.428	2.411	2.411	7.25
49	4	4	3	49	3.517	3.476	2.411	9.40
50	5	5	5	50	4.604	4.554	4.506	13.66
51	5	5	5	51	4.604	4.554	4.506	13.66
52	4	3	4	52	3.517	2.411	3.448	9.38
53	4	3	3	53	3.517	2.411	2.411	8.34
54	5	5	5	54	4.604	4.554	4.506	13.66
55	5	5	5	55	4.604	4.554	4.506	13.66
56	3	4	3	56	2.428	3.476	2.411	8.31
57	4	3	4	57	3.517	2.411	3.448	9.38
58	4	3	4	58	3.517	2.411	3.448	9.38
59	3	3	3	59	2.428	2.411	2.411	7.25
60	5	5	5	60	4.604	4.554	4.506	13.66
61	4	4	3	61	3.517	3.476	2.411	9.40
62	3	3	4	62	2.428	2.411	3.448	8.29

63	5	5	5	63	4.604	4.554	4.506	13.66
64	4	4	3	64	3.517	3.476	2.411	9.40
65	4	3	4	65	3.517	2.411	3.448	9.38
66	3	4	4	66	2.428	3.476	3.448	9.35
67	5	5	5	67	4.604	4.554	4.506	13.66
68	4	4	4	68	3.517	3.476	3.448	10.44
69	3	3	3	69	2.428	2.411	2.411	7.25
70	4	3	4	70	3.517	2.411	3.448	9.38
71	4	4	3	71	3.517	3.476	2.411	9.40
72	3	3	3	72	2.428	2.411	2.411	7.25
73	3	4	3	73	2.428	3.476	2.411	8.31
74	4	3	4	74	3.517	2.411	3.448	9.38
75	3	4	3	75	2.428	3.476	2.411	8.31
76	4	4	4	76	3.517	3.476	3.448	10.44
77	4	3	4	77	3.517	2.411	3.448	9.38
78	3	4	3	78	2.428	3.476	2.411	8.31
79	3	3	4	79	2.428	2.411	3.448	8.29
80	4	4	5	80	3.517	3.476	4.506	11.50
81	5	5	5	81	4.604	4.554	4.506	13.66
82	5	5	5	82	4.604	4.554	4.506	13.66
83	5	5	5	83	4.604	4.554	4.506	13.66
84	3	3	4	84	2.428	2.411	3.448	8.29
85	4	4	4	85	3.517	3.476	3.448	10.44
86	4	4	4	86	3.517	3.476	3.448	10.44
87	5	5	5	87	4.604	4.554	4.506	13.66
88	3	4	3	88	2.428	3.476	2.411	8.31
89	4	4	4	89	3.517	3.476	3.448	10.44
90	5	5	5	90	4.604	4.554	4.506	13.66
91	4	4	3	91	3.517	3.476	2.411	9.40
92	4	3	4	92	3.517	2.411	3.448	9.38
93	3	4	4	93	2.428	3.476	3.448	9.35
94	5	5	5	94	4.604	4.554	4.506	13.66
95	4	4	4	95	3.517	3.476	3.448	10.44
96	3	3	3	96	2.428	2.411	2.411	7.25
97	4	3	5	97	3.517	2.411	4.506	10.43
98	3	4	5	98	2.428	3.476	4.506	10.41
99	4	5	3	99	3.517	4.554	2.411	10.48

Data Ordinal dan interval Variabel X2

Resp	1	2	3	Resp	1	2	3	total
1	5	5	5	1	4.604	4.554	3.165	12.32
2	3	3	3	2	2.460	2.411	1.000	5.87
3	4	4	4	3	3.543	3.476	2.133	9.15
4	3	3	4	4	2.460	2.411	2.133	7.00

5	3	4	4	5	2.460	3.476	2.133	8.07
6	4	3	3	6	3.543	2.411	1.000	6.95
7	3	3	3	7	2.460	2.411	1.000	5.87
8	4	3	3	8	3.543	2.411	1.000	6.95
9	3	4	4	9	2.460	3.476	2.133	8.07
10	4	3	3	10	3.543	2.411	1.000	6.95
11	4	4	3	11	3.543	3.476	1.000	8.02
12	3	4	4	12	2.460	3.476	2.133	8.07
13	4	3	3	13	3.543	2.411	1.000	6.95
14	4	4	3	14	3.543	3.476	1.000	8.02
15	5	5	5	15	4.604	4.554	3.165	12.32
16	3	3	3	16	2.460	2.411	1.000	5.87
17	3	3	4	17	2.460	2.411	2.133	7.00
18	3	3	3	18	2.460	2.411	1.000	5.87
19	4	4	3	19	3.543	3.476	1.000	8.02
20	3	3	4	20	2.460	2.411	2.133	7.00
21	3	3	4	21	2.460	2.411	2.133	7.00
22	4	3	4	22	3.543	2.411	2.133	8.09
23	3	3	3	23	2.460	2.411	1.000	5.87
24	3	4	3	24	2.460	3.476	1.000	6.94
25	5	5	5	25	4.604	4.554	3.165	12.32
26	3	2	3	26	2.460	1.000	1.000	4.46
27	3	4	4	27	2.460	3.476	2.133	8.07
28	4	4	4	28	3.543	3.476	2.133	9.15
29	2	3	3	29	1.000	2.411	1.000	4.41
30	4	3	3	30	3.543	2.411	1.000	6.95
31	2	2	3	31	1.000	1.000	1.000	3.00
32	3	3	3	32	2.460	2.411	1.000	5.87
33	2	2	3	33	1.000	1.000	1.000	3.00
34	3	4	3	34	2.460	3.476	1.000	6.94
35	4	5	4	35	3.543	4.554	2.133	10.23
36	5	5	5	36	4.604	4.554	3.165	12.32
37	5	5	5	37	4.604	4.554	3.165	12.32
38	5	5	5	38	4.604	4.554	3.165	12.32
39	3	4	4	39	2.460	3.476	2.133	8.07
40	4	4	3	40	3.543	3.476	1.000	8.02
41	4	4	4	41	3.543	3.476	2.133	9.15
42	3	3	4	42	2.460	2.411	2.133	7.00
43	3	3	3	43	2.460	2.411	1.000	5.87
44	5	5	5	44	4.604	4.554	3.165	12.32
45	3	3	4	45	2.460	2.411	2.133	7.00
46	5	5	5	46	4.604	4.554	3.165	12.32
47	5	5	5	47	4.604	4.554	3.165	12.32
48	3	3	3	48	2.460	2.411	1.000	5.87
49	4	3	4	49	3.543	2.411	2.133	8.09

50	5	5	5	50	4.604	4.554	3.165	12.32
51	5	5	5	51	4.604	4.554	3.165	12.32
52	3	4	4	52	2.460	3.476	2.133	8.07
53	3	3	3	53	2.460	2.411	1.000	5.87
54	5	5	5	54	4.604	4.554	3.165	12.32
55	5	5	5	55	4.604	4.554	3.165	12.32
56	4	3	3	56	3.543	2.411	1.000	6.95
57	3	4	3	57	2.460	3.476	1.000	6.94
58	3	4	4	58	2.460	3.476	2.133	8.07
59	3	3	3	59	2.460	2.411	1.000	5.87
60	5	5	5	60	4.604	4.554	3.165	12.32
61	4	3	4	61	3.543	2.411	2.133	8.09
62	3	4	3	62	2.460	3.476	1.000	6.94
63	5	5	5	63	4.604	4.554	3.165	12.32
64	4	3	3	64	3.543	2.411	1.000	6.95
65	3	4	4	65	2.460	3.476	2.133	8.07
66	4	4	3	66	3.543	3.476	1.000	8.02
67	5	5	5	67	4.604	4.554	3.165	12.32
68	4	4	5	68	3.543	3.476	3.165	10.18
69	3	3	3	69	2.460	2.411	1.000	5.87
70	3	4	4	70	2.460	3.476	2.133	8.07
71	4	3	4	71	3.543	2.411	2.133	8.09
72	3	3	4	72	2.460	2.411	2.133	7.00
73	4	3	3	73	3.543	2.411	1.000	6.95
74	3	4	3	74	2.460	3.476	1.000	6.94
75	4	3	3	75	3.543	2.411	1.000	6.95
76	4	4	4	76	3.543	3.476	2.133	9.15
77	3	4	3	77	2.460	3.476	1.000	6.94
78	4	3	5	78	3.543	2.411	3.165	9.12
79	3	4	5	79	2.460	3.476	3.165	9.10
80	4	5	3	80	3.543	4.554	1.000	9.10
81	5	5	4	81	4.604	4.554	2.133	11.29
82	5	5	5	82	4.604	4.554	3.165	12.32
83	5	5	5	83	4.604	4.554	3.165	12.32
84	3	4	4	84	2.460	3.476	2.133	8.07
85	4	4	3	85	3.543	3.476	1.000	8.02
86	4	4	5	86	3.543	3.476	3.165	10.18
87	5	5	5	87	4.604	4.554	3.165	12.32
88	4	3	3	88	3.543	2.411	1.000	6.95
89	4	4	4	89	3.543	3.476	2.133	9.15
90	5	5	4	90	4.604	4.554	2.133	11.29
91	4	3	3	91	3.543	2.411	1.000	6.95
92	3	4	4	92	2.460	3.476	2.133	8.07
93	4	4	3	93	3.543	3.476	1.000	8.02
94	5	5	5	94	4.604	4.554	3.165	12.32

95	4	4	5	95	3.543	3.476	3.165	10.18
96	3	3	3	96	2.460	2.411	1.000	5.87
97	3	4	3	97	2.460	3.476	1.000	6.94
98	3	3	4	98	2.460	2.411	2.133	7.00
99	4	4	5	99	3.543	3.476	3.165	10.18

Data Ordinal dan interval Variabel X3

Resp	1	2	3	4	Resp	1	2	3	4	Total
1	5	5	5	3	1	5.002	4.976	4.732	2.781	17.490
2	4	4	3	4	2	3.914	3.874	2.501	3.885	14.175
3	4	3	4	3	3	3.914	2.729	3.617	2.781	13.041
4	3	4	3	3	4	2.764	3.874	2.501	2.781	11.920
5	3	3	4	4	5	2.764	2.729	3.617	3.885	12.995
6	4	4	4	4	6	3.914	3.874	3.617	3.885	15.291
7	3	3	3	3	7	2.764	2.729	2.501	2.781	10.775
8	3	4	3	3	8	2.764	3.874	2.501	2.781	11.920
9	4	4	4	4	9	3.914	3.874	3.617	3.885	15.291
10	4	4	3	3	10	3.914	3.874	2.501	2.781	13.071
11	3	3	4	3	11	2.764	2.729	3.617	2.781	11.891
12	4	4	4	4	12	3.914	3.874	3.617	3.885	15.291
13	3	3	3	3	13	2.764	2.729	2.501	2.781	10.775
14	4	4	4	4	14	3.914	3.874	3.617	3.885	15.291
15	5	5	5	5	15	5.002	4.976	4.732	4.927	19.637
16	3	3	4	3	16	2.764	2.729	3.617	2.781	11.891
17	3	3	3	3	17	2.764	2.729	2.501	2.781	10.775
18	3	3	3	4	18	2.764	2.729	2.501	3.885	11.880
19	4	3	3	3	19	3.914	2.729	2.501	2.781	11.926
20	3	3	3	3	20	2.764	2.729	2.501	2.781	10.775
21	4	4	4	4	21	3.914	3.874	3.617	3.885	15.291
22	3	3	4	4	22	2.764	2.729	3.617	3.885	12.995
23	4	4	4	4	23	3.914	3.874	3.617	3.885	15.291
24	3	3	3	3	24	2.764	2.729	2.501	2.781	10.775
25	5	5	5	5	25	5.002	4.976	4.732	4.927	19.637
26	3	3	3	3	26	2.764	2.729	2.501	2.781	10.775
27	3	3	3	4	27	2.764	2.729	2.501	3.885	11.880
28	3	4	4	4	28	2.764	3.874	3.617	3.885	14.140
29	3	3	2	3	29	2.764	2.729	1.000	2.781	9.274
30	4	3	3	2	30	3.914	2.729	2.501	1.000	10.145
31	2	3	2	3	31	1.000	2.729	1.000	2.781	7.510
32	3	2	3	3	32	2.764	1.000	2.501	2.781	9.046
33	3	3	3	3	33	2.764	2.729	2.501	2.781	10.775
34	4	4	4	4	34	3.914	3.874	3.617	3.885	15.291
35	4	4	4	4	35	3.914	3.874	3.617	3.885	15.291
36	5	5	5	5	36	5.002	4.976	4.732	4.927	19.637
37	5	5	5	5	37	5.002	4.976	4.732	4.927	19.637
38	5	5	5	5	38	5.002	4.976	4.732	4.927	19.637
39	4	4	3	4	39	3.914	3.874	2.501	3.885	14.175
40	3	3	4	4	40	2.764	2.729	3.617	3.885	12.995

41	4	3	4	4	41	3.914	2.729	3.617	3.885	14.146
42	3	4	3	4	42	2.764	3.874	2.501	3.885	13.025
43	3	3	3	3	43	2.764	2.729	2.501	2.781	10.775
44	5	5	4	4	44	5.002	4.976	3.617	3.885	17.480
45	3	4	3	3	45	2.764	3.874	2.501	2.781	11.920
46	5	5	5	5	46	5.002	4.976	4.732	4.927	19.637
47	5	5	5	5	47	5.002	4.976	4.732	4.927	19.637
48	3	4	3	3	48	2.764	3.874	2.501	2.781	11.920
49	3	3	4	4	49	2.764	2.729	3.617	3.885	12.995
50	5	5	5	5	50	5.002	4.976	4.732	4.927	19.637
51	5	5	5	5	51	5.002	4.976	4.732	4.927	19.637
52	4	4	4	3	52	3.914	3.874	3.617	2.781	14.186
53	3	3	4	4	53	2.764	2.729	3.617	3.885	12.995
54	5	5	5	5	54	5.002	4.976	4.732	4.927	19.637
55	5	5	5	5	55	5.002	4.976	4.732	4.927	19.637
56	4	4	3	3	56	3.914	3.874	2.501	2.781	13.071
57	4	4	4	4	57	3.914	3.874	3.617	3.885	15.291
58	3	3	4	3	58	2.764	2.729	3.617	2.781	11.891
59	3	3	3	3	59	2.764	2.729	2.501	2.781	10.775
60	5	5	5	5	60	5.002	4.976	4.732	4.927	19.637
61	3	4	4	3	61	2.764	3.874	3.617	2.781	13.036
62	4	4	3	3	62	3.914	3.874	2.501	2.781	13.071
63	5	5	5	5	63	5.002	4.976	4.732	4.927	19.637
64	4	3	4	3	64	3.914	2.729	3.617	2.781	13.041
65	3	4	4	4	65	2.764	3.874	3.617	3.885	14.140
66	4	4	3	3	66	3.914	3.874	2.501	2.781	13.071
67	5	5	5	5	67	5.002	4.976	4.732	4.927	19.637
68	4	3	4	5	68	3.914	2.729	3.617	4.927	15.187
69	3	4	3	4	69	2.764	3.874	2.501	3.885	13.025
70	3	3	4	3	70	2.764	2.729	3.617	2.781	11.891
71	4	4	4	3	71	3.914	3.874	3.617	2.781	14.186
72	3	3	3	4	72	2.764	2.729	2.501	3.885	11.880
73	3	4	3	4	73	2.764	3.874	2.501	3.885	13.025
74	4	4	4	3	74	3.914	3.874	3.617	2.781	14.186
75	4	4	3	3	75	3.914	3.874	2.501	2.781	13.071
76	3	3	4	4	76	2.764	2.729	3.617	3.885	12.995
77	4	4	4	3	77	3.914	3.874	3.617	2.781	14.186
78	3	3	3	5	78	2.764	2.729	2.501	4.927	12.922
79	3	3	3	5	79	2.764	2.729	2.501	4.927	12.922
80	4	4	4	3	80	3.914	3.874	3.617	2.781	14.186
81	5	5	5	4	81	5.002	4.976	4.732	3.885	18.595
82	5	5	5	5	82	5.002	4.976	4.732	4.927	19.637
83	5	5	5	5	83	5.002	4.976	4.732	4.927	19.637
84	4	4	3	3	84	3.914	3.874	2.501	2.781	13.071
85	3	3	4	4	85	2.764	2.729	3.617	3.885	12.995
86	4	3	4	5	86	3.914	2.729	3.617	4.927	15.187

87	5	5	5	5	87	5.002	4.976	4.732	4.927	19.637
88	4	4	3	4	88	3.914	3.874	2.501	3.885	14.175
89	4	3	4	3	89	3.914	2.729	3.617	2.781	13.041
90	5	5	5	3	90	5.002	4.976	4.732	2.781	17.490
91	4	3	4	3	91	3.914	2.729	3.617	2.781	13.041
92	3	4	4	4	92	2.764	3.874	3.617	3.885	14.140
93	4	4	3	3	93	3.914	3.874	2.501	2.781	13.071
94	5	5	5	5	94	5.002	4.976	4.732	4.927	19.637
95	4	3	4	5	95	3.914	2.729	3.617	4.927	15.187
96	3	4	3	4	96	2.764	3.874	2.501	3.885	13.025
97	4	3	5	5	97	3.914	2.729	4.732	4.927	16.302
98	3	4	5	5	98	2.764	3.874	4.732	4.927	16.297
99	4	5	3	3	99	3.914	4.976	2.501	2.781	14.173

### Data Ordinal dan interval Variabel Y

Resp	1	2	3	4	Resp	1	2	3	4	total
1	5	5	4	5	1	4.976	3.341	3.604	4.554	16.47
2	4	4	3	4	2	3.900	2.198	2.484	3.411	11.99
3	4	3	4	4	3	3.900	1.000	3.604	3.411	11.91
4	3	4	3	3	4	2.764	2.198	2.484	2.326	9.77
5	3	3	4	3	5	2.764	1.000	3.604	2.326	9.69
6	4	4	4	4	6	3.900	2.198	3.604	3.411	13.11
7	3	3	3	3	7	2.764	1.000	2.484	2.326	8.57
8	3	4	3	4	8	2.764	2.198	2.484	3.411	10.86
9	4	4	4	3	9	3.900	2.198	3.604	2.326	12.03
10	4	4	3	4	10	3.900	2.198	2.484	3.411	11.99
11	4	4	4	4	11	3.900	2.198	3.604	3.411	13.11
12	4	4	4	4	12	3.900	2.198	3.604	3.411	13.11
13	3	4	4	4	13	2.764	2.198	3.604	3.411	11.98
14	4	4	4	4	14	3.900	2.198	3.604	3.411	13.11
15	5	5	5	5	15	4.976	3.341	4.732	4.554	17.60
16	3	3	4	3	16	2.764	1.000	3.604	2.326	9.69
17	3	3	3	3	17	2.764	1.000	2.484	2.326	8.57
18	3	3	3	3	18	2.764	1.000	2.484	2.326	8.57
19	4	3	3	4	19	3.900	1.000	2.484	3.411	10.79
20	5	5	5	5	20	4.976	3.341	4.732	4.554	17.60
21	3	4	3	3	21	2.764	2.198	2.484	2.326	9.77
22	3	3	4	4	22	2.764	1.000	3.604	3.411	10.78
23	4	3	3	3	23	3.900	1.000	2.484	2.326	9.71
24	3	3	3	3	24	2.764	1.000	2.484	2.326	8.57
25	5	5	5	5	25	4.976	3.341	4.732	4.554	17.60
26	3	3	3	3	26	2.764	1.000	2.484	2.326	8.57
27	3	3	3	3	27	2.764	1.000	2.484	2.326	8.57

28	3	4	4	4	28	2.764	2.198	3.604	3.411	11.98
29	3	3	2	2	29	2.764	1.000	1.000	1.000	5.76
30	4	3	3	4	30	3.900	1.000	2.484	3.411	10.79
31	2	3	2	2	31	1.000	1.000	1.000	1.000	4.00
32	3	4	3	3	32	2.764	2.198	2.484	2.326	9.77
33	3	3	3	2	33	2.764	1.000	2.484	1.000	7.25
34	3	3	3	3	34	2.764	1.000	2.484	2.326	8.57
35	4	4	4	4	35	3.900	2.198	3.604	3.411	13.11
36	5	5	5	5	36	4.976	3.341	4.732	4.554	17.60
37	5	5	5	5	37	4.976	3.341	4.732	4.554	17.60
38	5	5	5	5	38	4.976	3.341	4.732	4.554	17.60
39	4	4	4	4	39	3.900	2.198	3.604	3.411	13.11
40	3	3	4	4	40	2.764	1.000	3.604	3.411	10.78
41	4	3	4	4	41	3.900	1.000	3.604	3.411	11.91
42	3	4	3	3	42	2.764	2.198	2.484	2.326	9.77
43	3	3	3	3	43	2.764	1.000	2.484	2.326	8.57
44	5	5	5	5	44	4.976	3.341	4.732	4.554	17.60
45	3	3	4	4	45	2.764	1.000	3.604	3.411	10.78
46	5	5	5	5	46	4.976	3.341	4.732	4.554	17.60
47	5	5	5	5	47	4.976	3.341	4.732	4.554	17.60
48	3	4	5	5	48	2.764	2.198	4.732	4.554	14.25
49	3	3	4	4	49	2.764	1.000	3.604	3.411	10.78
50	5	5	5	5	50	4.976	3.341	4.732	4.554	17.60
51	5	5	5	5	51	4.976	3.341	4.732	4.554	17.60
52	4	5	5	5	52	3.900	3.341	4.732	4.554	16.53
53	3	4	4	4	53	2.764	2.198	3.604	3.411	11.98
54	5	5	5	5	54	4.976	3.341	4.732	4.554	17.60
55	5	5	5	5	55	4.976	3.341	4.732	4.554	17.60
56	4	4	3	4	56	3.900	2.198	2.484	3.411	11.99
57	4	4	4	3	57	3.900	2.198	3.604	2.326	12.03
58	5	5	4	3	58	4.976	3.341	3.604	2.326	14.25
59	3	3	3	3	59	2.764	1.000	2.484	2.326	8.57
60	5	5	5	5	60	4.976	3.341	4.732	4.554	17.60
61	3	4	4	4	61	2.764	2.198	3.604	3.411	11.98
62	4	4	3	3	62	3.900	2.198	2.484	2.326	10.91
63	5	5	5	5	63	4.976	3.341	4.732	4.554	17.60
64	3	3	3	3	64	2.764	1.000	2.484	2.326	8.57
65	3	4	4	3	65	2.764	2.198	3.604	2.326	10.89
66	4	4	3	4	66	3.900	2.198	2.484	3.411	11.99
67	5	5	5	5	67	4.976	3.341	4.732	4.554	17.60
68	4	3	4	4	68	3.900	1.000	3.604	3.411	11.91
69	3	4	3	3	69	2.764	2.198	2.484	2.326	9.77
70	3	3	4	3	70	2.764	1.000	3.604	2.326	9.69
71	4	4	4	4	71	3.900	2.198	3.604	3.411	13.11
72	3	3	3	3	72	2.764	1.000	2.484	2.326	8.57

73	3	4	3	4	73	2.764	2.198	2.484	3.411	10.86
74	4	4	4	3	74	3.900	2.198	3.604	2.326	12.03
75	4	4	3	4	75	3.900	2.198	2.484	3.411	11.99
76	3	3	4	4	76	2.764	1.000	3.604	3.411	10.78
77	4	4	4	3	77	3.900	2.198	3.604	2.326	12.03
78	3	3	3	4	78	2.764	1.000	2.484	3.411	9.66
79	3	3	3	3	79	2.764	1.000	2.484	2.326	8.57
80	4	4	4	4	80	3.900	2.198	3.604	3.411	13.11
81	4	4	4	4	81	3.900	2.198	3.604	3.411	13.11
82	5	5	5	5	82	4.976	3.341	4.732	4.554	17.60
83	5	5	5	5	83	4.976	3.341	4.732	4.554	17.60
84	4	4	3	3	84	3.900	2.198	2.484	2.326	10.91
85	3	3	4	4	85	2.764	1.000	3.604	3.411	10.78
86	4	3	4	4	86	3.900	1.000	3.604	3.411	11.91
87	5	5	5	5	87	4.976	3.341	4.732	4.554	17.60
88	4	4	3	4	88	3.900	2.198	2.484	3.411	11.99
89	4	3	4	4	89	3.900	1.000	3.604	3.411	11.91
90	5	5	5	5	90	4.976	3.341	4.732	4.554	17.60
91	4	4	3	3	91	3.900	2.198	2.484	2.326	10.91
92	3	3	4	4	92	2.764	1.000	3.604	3.411	10.78
93	4	3	4	4	93	3.900	1.000	3.604	3.411	11.91
94	3	4	3	3	94	2.764	2.198	2.484	2.326	9.77
95	4	4	4	4	95	3.900	2.198	3.604	3.411	13.11
96	5	5	5	5	96	4.976	3.341	4.732	4.554	17.60
97	4	4	4	4	97	3.900	2.198	3.604	3.411	13.11
98	4	4	4	4	98	3.900	2.198	3.604	3.411	13.11
99	3	4	3	3	99	2.764	2.198	2.484	2.326	9.77

## Hasil Uji Validitas dan reliabilitas X1

Correlations

		x11	x12	x13	x1tot
x11	Pearson Correlation		.774**	.765**	.932**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	99	99	99	99
x12	Pearson Correlation	.774**		.661**	.894**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	99	99	99	99
x13	Pearson Correlation	.765**	.661**		.894**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	99	99	99	99

x1tot	Pearson Correlation	.932**	.894**	.894**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
N		99	99	99	99

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.891	.892	3

### Hasil Uji Validitas dan reliabilitas X2

#### Correlations

		x21	x22	x23	x2tot
x21	Pearson Correlation	1	.718**	.616**	.883**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	99	99	99	99
x22	Pearson Correlation	.718**	1	.667**	.903**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	99	99	99	99
x23	Pearson Correlation	.616**	.667**	1	.860**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	99	99	99	99
x2tot	Pearson Correlation	.883**	.903**	.860**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	99	99	99	99

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.858	.857	3

### Hasil Uji Validitas dan reliabilitas X3

#### Correlations

	x31	x32	x33	x34	x3tot
x31	Pearson Correlation	1	.783**	.723**	.488**

	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99
x32	Pearson Correlation	.783**	1	.604**	.465**	.842**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99
x33	Pearson Correlation	.723**	.604**	1	.641**	.879**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	99	99	99	99	99
x34	Pearson Correlation	.488**	.465**	.641**	1	.772**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	99	99	99	99	99
x3tot	Pearson Correlation	.884**	.842**	.879**	.772**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	99	99	99	99	99

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.865	.866	4

#### Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Y

##### Correlations

		y1	y2	y3	y4	Ytot
y1	Pearson Correlation	1	.792**	.725**	.747**	.907**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99
y2	Pearson Correlation	.792**	1	.681**	.687**	.875**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99
y3	Pearson Correlation	.725**	.681**	1	.831**	.902**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	99	99	99	99	99

y4	Pearson Correlation	.747**	.687**	.831**	1	.911**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	99	99	99	99	99
Ytot	Pearson Correlation	.907**	.875**	.902**	.911**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	99	99	99	99	99

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.921	.921	4

## Regression

### Correlations

		Y	x1	x2	x3
Pearson Correlation	Y	1.000	.793	.768	.796
	x1	.793	1.000	.942	.893
	x2	.768	.942	1.000	.873
	x3	.796	.893	.873	1.000
Sig. (1-tailed)	Y	.	.000	.000	.000
	x1	.000	.	.000	.000
	x2	.000	.000	.	.000
	x3	.000	.000	.000	.
N	Y	99	99	99	99
	x1	99	99	99	99
	x2	99	99	99	99
	x3	99	99	99	99

**Variables Entered/Removed<sup>b</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	x3, x2, x1 <sup>a</sup>		. Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Y

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.817 <sup>a</sup>	.668	.657	1.92354	.668	63.620	3	95	.000

a. Predictors: (Constant), x3, x2, x1

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

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	706.185	3	235.395	63.620	.000 <sup>a</sup>
	Residual	351.500	95	3.700		
	Total	1057.686	98			

a. Predictors: (Constant), x3, x2, x1

b. Dependent Variable: Y

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95% Confidence Interval for B		Zero-order
	B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound	
1	(Constant)	.567	.966	.586	.559	-1.352	2.485	.7
	x1	.459	.256			-.049	.967	

x2	.090	.247	.066	.364	.716	-.400	.580	.7
x3	.456	.144	.425	3.161	.002	.170	.743	.7

a. Dependent

Variable: Y

## ● 22% Overall Similarity

Top sources found in the following databases:

- 21% Internet database
- Crossref database
- 4% Submitted Works database
- 0% Publications database
- Crossref Posted Content database

---

### TOP SOURCES

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

Rank	Source	Percentage
1	jurnal.polsri.ac.id	3%
	Internet	
2	publishing-widyagama.ac.id	2%
	Internet	
3	repo.darmajaya.ac.id	1%
	Internet	
4	digilib.unimus.ac.id	1%
	Internet	
5	e-jurnal.stienobel-indonesia.ac.id	1%
	Internet	
6	download.garuda.ristekdikti.go.id	<1%
	Internet	
7	text-id.123dok.com	<1%
	Internet	
8	repository.stiewidyagamalumajang.ac.id	<1%
	Internet	

9	ejournal.undiksha.ac.id	<1%
	Internet	
10	journal.iaingorontalo.ac.id	<1%
	Internet	
11	slideshare.net	<1%
	Internet	
12	jurnal.unpand.ac.id	<1%
	Internet	
13	ejournal.upi.edu	<1%
	Internet	
14	digilib.iain-palangkaraya.ac.id	<1%
	Internet	
15	LL Dikti IX Turnitin Consortium on 2019-07-16	<1%
	Submitted works	
16	repository.unair.ac.id	<1%
	Internet	
17	repository.iainpare.ac.id	<1%
	Internet	
18	LL Dikti IX Turnitin Consortium on 2019-07-17	<1%
	Submitted works	
19	repository.unhas.ac.id	<1%
	Internet	
20	123dok.com	<1%
	Internet	

21	es.scribd.com	<1%
	Internet	
22	jtebr.unisan.ac.id	<1%
	Internet	
23	scilit.net	<1%
	Internet	
24	docplayer.info	<1%
	Internet	
25	jurnal.stiekma.ac.id	<1%
	Internet	
26	repository.unpas.ac.id	<1%
	Internet	
27	etd.repository.ugm.ac.id	<1%
	Internet	
28	LL Dikti IX Turnitin Consortium on 2019-07-18	<1%
	Submitted works	
29	anzdoc.com	<1%
	Internet	
30	eprints.umpo.ac.id	<1%
	Internet	
31	nanopdf.com	<1%
	Internet	