

SKRIPSI

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI WISATAWAN
BERKUNJUNG DI PULAU BANYAK KABUPATEN ACEH SINGKIL**



Disusun Oleh:

**M. ALVI ISWANDA
NIM. 170604122**

**PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2023 M/1445 H**

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Wisatawan Berkunjung Di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil

Disusun Oleh:

M.ALVI ISWANDA

NIM. 170604122

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya telah memenuhi syarat penyelesaian studi

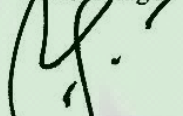
pada

Program Studi Ilmu Ekonomi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

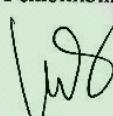
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Pembimbing I



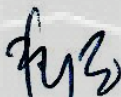
Dr. Muhammad Zuhilmi, S.Ag., MA
NIP. 197204282005011003

Pembimbing II



Uliya Azra, SE., M.Si
NIP. 19941002200220032001

Mengetahui,
Ketua Prodi,



Cut Dian Fitri, S.E., M.Si, AK, CA
NIP. 198307092014032002

جامعة الرانيري

AR-RANIRY

PPERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : M. Alvi Iswanda

NIM : 170604122

Program Studi : Ilmu Ekonomi

Fakultas : fakultas ekonomi dan bisnis islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

1. *Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.*
2. *Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.*
3. *Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
4. *Tidak melakukan pemanipulasian dan pemalsuan data.*
5. *Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.*

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 1 November 2023

Yang Menyatakan


METERAI
TEMPEL
8C4AKX635496200
(M. Alvi Iswanda)



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT. PERPUSTAKAAN**

Jl. Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922

Web: www.library.ar-raniry.ac.id, Email: library@ar-raniry.ac.id

**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN
AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : M.AlviIswanda
NIM : 170604122
Fakultas/Program Studi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
E-mail : 170604122@student.ar-raniry.ac.id

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah:

Tugas Akhir KKU Skripsi

JUDUL:

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Wisatawan Berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain.

Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh

Pada tanggal : 23 November 2023

Penulis

M. Alvi Iswanda
170604122

Mengetahui

Pembimbing I

Dr. Muhammad Zuhilmi S. Ag., M.A
19720428200501003

Pembimbing II

Uliya Azra, M.Si
1994100220022032001

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah Rabbil'alamin,

Puji dan syukur kita panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, karunia, serta taufik dan hidayah- Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul **“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Wisatawan Berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil”**. Shalawat dan salam penulis haturkan kepada nabi besar Muhammad SAW, yang telah membimbing kita dari alam kebodohan menuju alam penuh dengan ilmu pengetahuan dan memberi inspirasi kepada penulis untuk selalu semangat dalam belajar dan berkarya.

Penelitian ini disusun sebagai salah satu syarat untuk kelulusan dan memperoleh gelar sarjana pada program studi Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh. Dalam proses penyelesaian ini, penulis banyak mendapatkan bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak yang terkait. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan penghargaan yang sebesar-besarnya sekaligus mengucapkan terima kasih yang setinggi-tingginya kepada:

1. Prof. Dr. Hafas Furqani, M.Ec. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Cut Dian Fitri, SE, M.Si, Ak., dan Ana Fitria, S,E., M.Sc. Selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Ilmu Ekonomi dan Staf Operator Prodi Ilmu Ekonomi.
3. Hafizh Maulana, SP., S.HI., ME. Sebagai Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memfasilitasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Dr. Muhammad Zuhilmi, S.Ag., M.A. Selaku pembimbing I dan Uliya Azra, M.Si Selaku pembimbing II yang telah membimbing saya dari awal sampai akhir, memberi arahan, nasihat, semangat serta memberi banyak ilmu dan kemudahan untuk menyelesaikan skripsi ini.

5. Dr. Maimun, SE, Ak., M.Si sebagai Penguji I dan Cut Elida, S.H.I, M.A sebagai Penguji II yang telah memberikan bimbingan, saran, dan ilmunya untuk penyempurnaan skripsi ini..
6. A. Rahmat Adi, SE., M.Si. Selaku Penasehat Akademik, serta seluruh dosen dan staf program studi Ilmu Ekonomi yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis, sehingga sampai pada tahap skripsi ini.
7. Penghargaan yang paling spesial penulis persembahkan kepada kedua orang tua yang sangat penulis cintai, penulis persembahkan untuk Ayahanda tercinta dan Ibunda tersayang yang selalu memberikan doa, kasih sayang, cinta, dukungan dan motivasi yang tiada habisnya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Serta Kepada adik tercinta yang selalu memberi semangat, do'a, dan dukungan.
8. Pimpinan dan pegawai Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Aceh Singkil yang telah sudi menerima penulis untuk melakukan penelitian dan mau meberikan data yang diperlukan guna menyelesaikan skripsi ini.
9. Terima kasih terkhusus untuk sahabat tercinta yang selalu membantu penulis dengan ikhlas, dan teman-teman seperjuangan di Prodi Ilmu Ekonomi angkatan 2017 yang selalu ada untuk memberikan semangat dan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Semoga segala jasa bantuan, motivasi dan arahan yang diberikan dapat menjadi amalan yang baik dan pahala sehingga memperoleh balasan yang layak dan lebih baik dari Allah SWT. Penulis menyadari penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritikan dan saran yang membangun agar penelitian ini mampu menjadi yang lebih baik dan bermanfaat di masa yang akan datang. Akhir kata kita berdoa kehadiran Allah SWT agar penelitian ini menjadi satu amal kebaikan bagi kami dan semoga bermanfaat dalam misi mengembangkan ilmu pengetahuan. Amin Ya Rabbal 'Alamin.

Banda Aceh, 12 Oktober 2023
Penulis,

M. Alvi Iswanda

TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K Nomor:
158 Tahun1987 –Nomor: 0543b/u/1987

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Z
3	ت	T	18	ع	‘
4	ث	Ṣ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	H	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ẓ	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	’
14	ص	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
اَ	<i>Fathah</i>	A
اِ	<i>Kasrah</i>	I
اُ	<i>Dammah</i>	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
اِي	<i>Fathah dan ya</i>	Ai
اُو	<i>Fathah dan wau</i>	Au

Contoh:

Kaifa : كَيْفًا

Haula : لَوْه

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
اِيْ	<i>Fathah dan alif atauya</i>	Ā
اِيِ	<i>Kasrah dan ya</i>	Ī
اِيُ	<i>Dammah dan wau</i>	Ū

Contoh:

qāla : لاق

ramā : رمى

qāla : لاق

yaqūlu : لوقلوا

4. Ta Marbutah (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

a. Ta *marbutah* (ة) hidup

Ta *marbutah* (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dhammah*, transliterasinya adalah t.

b. Ta *marbutah* (ة) mati

Ta *marbutah* (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasinya dengan h.

Contoh:

rauḍah al-atfāl/ rauḍatulatfāl:

روضرة لاطلّا

al-Madīnah al-Munawwarah/:

مدن مدلا قرون مدلا

Ṭalḥah:

طح لط

Catatan:

Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemah. Contoh Hamad Ibn Sulaiman.
2. Nama Negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.

ABSTRAK

Nama Mahasiswa : M. Alvi Iswanda
NIM : 170604122
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ilmu Ekonomi
Judul : Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Wisatawan
Berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil
Tebal Halaman : 101 Halaman
Pembimbing I : Dr. Muhammad Zulhilmi, S.Ag., M.A.
Pembimbing II : Uliya Azra, M.Si
Kata Kunci : Sarana dan Prasarana, Kualitas Pelayanan, Daya-Tarik Wisata, dan Keputusan Wisatawan Berkunjung

Saat ini, sektor pariwisata Indonesia berkontribusi untuk kira-kira 4% dari total perekonomian. Pariwisata merupakan sektor yang sangat berpotensi untuk dikembangkan sebagai salah satu sumber pendapatan daerah. Salah satu kabupaten di provinsi di Aceh yang memiliki potensi wisata bahari adalah yaitu daerah Pualau Banyak Kabupaten Aceh Singkil yang ditandai dengan penancangan daerah sebagai daerah destinasi wisata. Adapun dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari variabel sarana dan prasarana, kualitas pelayanan, dan daya tarik wisata terhadap keputusan wisatawan berkunjung. Adapun penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui data primer berskala likert melalui penyebaran kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel sarana dan prasarana, kualitas pelayanan, dan daya tarik wisata secara simultan (bersama-sama) mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan wisatawan berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil. Secara parsial variabel sarana dan prasarana, berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan wisatawan berkunjung dengan angka probabilitas signifikan sebesar 0,012, dan juga tingkat variabel kualitas pelayanan, berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan wisatawan berkunjung dengan nilai angka probabilitas signifikan sebesar 0,038, sedangkan variabel variabel daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan wisatawan berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil dengan nilai angka probabilitas signifikan sebesar 0,002.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	ii
PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	iii
PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI.....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN	vii
ABSTRAK	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Sistematika Penulisan	8
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Kepariwisata.....	10
2.1.1 Pemanfaatan Objek Wisata	10
2.1.2 Faktor-Faktor dalam Pemanfaatan Objek Wisata.....	11
2.2 Keputusan Wisatawan Berkunjung.....	12
2.2.1 Pengertian Keputusan Wisatawan Berkunjung.....	12
2.2.2 Proses/Tahapan Keputusan Wisatawan Berkunjung	12
2.2.3 Indikator Keputusan Wisatawan Berkunjung	15
2.3 Sarana dan Prasarana	15
2.3.1 Pengertian Sarana dan Prasarana	15
2.3.2 Indikator Sarana dan Prasarana.....	17
2.4 Kualitas Pelayanan.....	18
2.4.1 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	18
2.4.2 Manfaat Kualitas Pelayanan	19
2.4.3 Indikator Kualitas Pelayanan	21
2.5 Daya Tarik Wisata	24
2.5.1 Pengertian Daya Tarik Wisata	24
2.5.2 Indikator Daya Tarik.....	26
2.6 Penelitian Terkait.....	26
2.7 Kerangka Pemikiran.....	32
2.8 Pengembangan Hipotesis	34
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian.....	35
3.2 Populasi dan Sampel	35
3.3 Data dan Teknik Pengumpulan Data	36
3.4 Operasional Variabel	36

3.5. Uji Instrumen	38
3.6 Uji Asumsi Klasik.....	39
3.7. Peralatan Analisis Data	40
3.8. Pengujian Hipotesis	41
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Objek Wisata di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil	45
4.2 Karakteristik Responden.....	48
4.3 Hasil Pengujian Instrumen.....	50
4.3.1 Hasil Pengujian Validitas.....	50
4.3.2 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	52
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik	53
4.4.1 Hasil Uji Normalitas Data.....	53
4.4.2 Hasil Uji Multikolinearitas	54
4.4.3 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	54
4.5 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Indikator Penelitian.	55
4.5.1 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung	55
4.5.2 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Sarana dan Prasarana	57
4.5.3 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Kualitas Pelayanan	58
4.5.4 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Daya Tarik Wisata	60
4.6 Hasil Analisis Pengaruh Sarana dan Prasarana, Kualitas Pelayanan dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil	62
4.6.1 Koefisien Korelasi dan Diterminasi.....	64
4.7 Pembuktian Hipotesis	65
4.8 Pembahasan.....	66
4.8.1 Pengaruh Sarana dan Prasarana Terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung.....	67
4.8.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung.....	67
4.8.3 Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung.....	68
 BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	69
5.2 Saran	69
 DAFTAR PUSTAKA.....	
DAFTAR LAMPIRAN	71
	75

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Jumlah Pengunjung Objek Wisata di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil Periode 2016-2022.....	3
Tabel 2.1	Penelitian Terkait.....	28
Tabel 3.1	Populasi Penelitian.....	35
Tabel 3.2	Definisi Operasional Variabel.....	37
Tabel 4.1	Luas Kawasan Pulau Banyak dan Jarak ke Pusat Pemerintahan ..	46
Tabel 4.2	Karakteristik Responden.....	49
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas.....	50
Tabel 4.4	Hasil Uji Reliabilitas.....	52
Tabel 4.5	Hasil Pengujian Multikolinieritas	54
Tabel 4.6	Distribusi Frekuensi Terhadap Variabel Keputusan Wisatawan Berkunjung	56
Tabel 4.7	Distribusi Frekuensi Terhadap Variabel Sarana dan Prasarana....	57
Tabel 4.8	Distribusi Frekuensi Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan	59
Tabel 4.9	Distribusi Frekuensi Terhadap Variabel Daya Tarik Wisata	60
Tabel 4.10	Nilai Koefisien Regresi Masing-Masing Variabel Independen	62
Tabel 4.11	Model Summary	64
Tabel 4.12	Ringkasa Pengujian Hipotesis.....	66

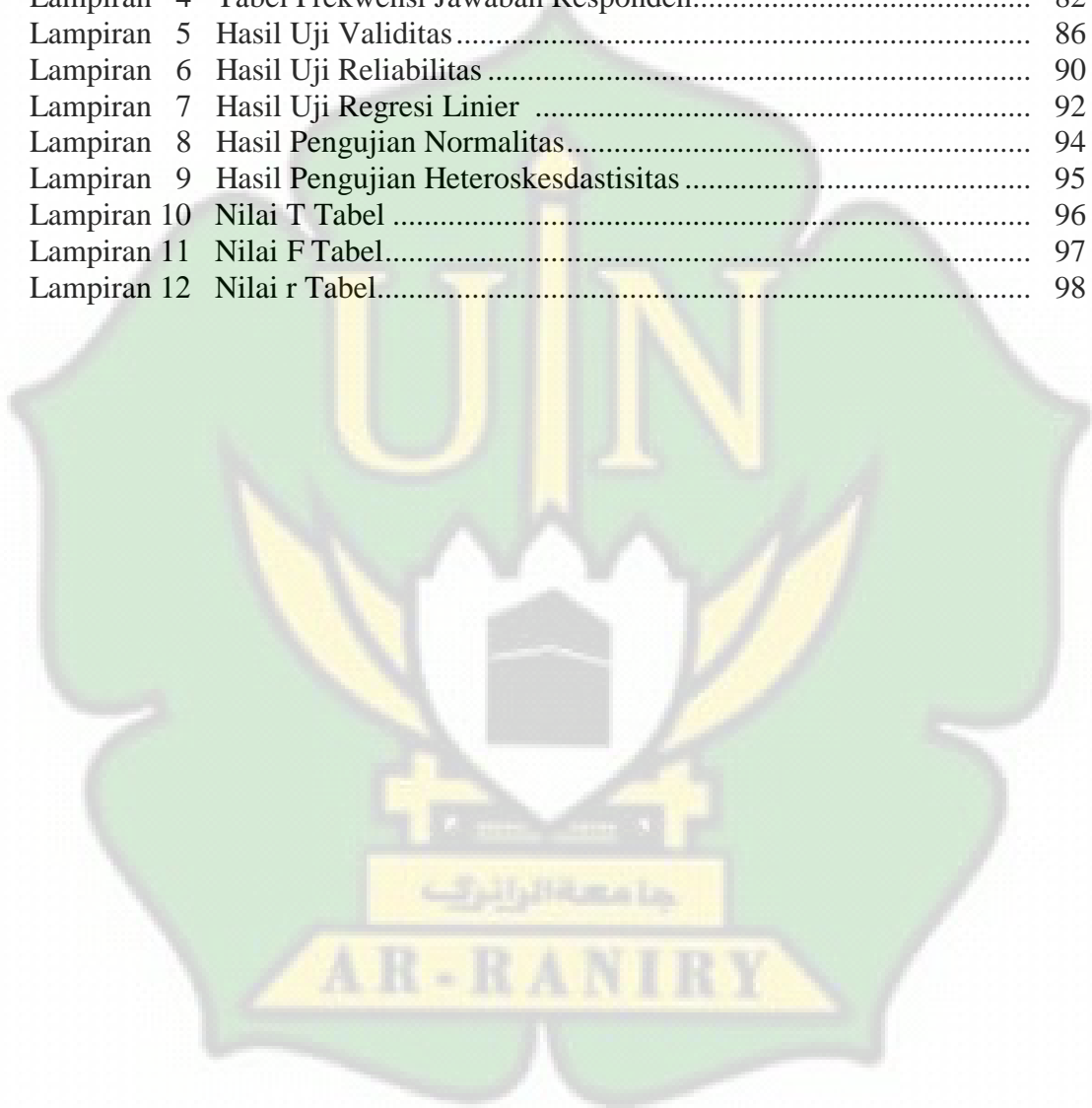
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran.....	33
Gambar 4.1	Normal Probability Plot	53
Gambar 4.2	Grafik Scatterplot.....	55



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	75
Lampiran 2 Tabulasi Data Mentah Penelitian	78
Lampiran 3 Tabel Frekwensi Karakteristik Responden.....	81
Lampiran 4 Tabel Frekwensi Jawaban Responden.....	82
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas	86
Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas	90
Lampiran 7 Hasil Uji Regresi Linier	92
Lampiran 8 Hasil Pengujian Normalitas.....	94
Lampiran 9 Hasil Pengujian Heteroskedastisitas	95
Lampiran 10 Nilai T Tabel	96
Lampiran 11 Nilai F Tabel.....	97
Lampiran 12 Nilai r Tabel.....	98



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini, sektor pariwisata Indonesia berkontribusi untuk kira-kira 4% dari total perekonomian. Pada tahun 2019, Pemerintah Indonesia ingin meningkatkan angka ini dua kali lipat menjadi 8% dari PDB, sebuah target yang mengimplikasikan bahwa dalam waktu 4 tahun mendatang, jumlah pengunjung perlu ditingkatkan dua kali lipat menjadi kira-kira 20 juta. Dalam rangka mencapai target ini, pemerintah akan berfokus pada memperbaiki infrastruktur Indonesia (termasuk infrastruktur teknologi informasi dan komunikasi), akses, kesehatan & kebersihan dan juga meningkatkan kampanye promosi online (marketing) di luar negeri. Pemerintah juga merevisi kebijakan akses visa gratis di 2015 (untuk penjelasan lebih lanjut, lihat di bawah) untuk menarik lebih banyak turis asing (Indonesia Investments, 2016).

Aceh berstatus Daerah Istimewa di Indonesia (UU Nomor 44 Tahun 1999) yang dikenal dengan Daerah Provinsi Istimewa Aceh serta Aceh juga mendapat julukan Serambi Mekkah, hal ini dikarenakan Aceh memiliki nilai ideologis Islam yang melekat dan begitu kental dalam kehidupan masyarakatnya. Aceh sebagai daerah istimewa dan Aceh memberlakukan Syariat Islam kepada seluruh warga yang menganut agama Islam, berdasar UU No.5/2000. Julukan dan status Syariat Islam, maka Aceh juga mengatur segala kegiatan adat-istiadat dan budaya masyarakatnya bersendikan hukum syariat Islam. Mayoritas penduduk Aceh beragama Islam begitu pula dengan daerah Kabupaten Aceh Singkil, dan termasuk sebagai daerah tujuan wisata bagi wisatawan mancanegara dan wisatawan lokal.

Pariwisata adalah suatu perjalanan wisata yang dilakukan untuk rekreasi atau liburan baik secara terencana maupun tidak terencana yang dapat memberikan suatu pengalaman Rani (2014). Pariwisata merupakan salah satu primadona bagi negara-negara untuk meningkatkan sumber pendapatannya diluar migas dan pajak. Indonesia adalah salah satu negara berkembang mulai mempromosikan negaranya untuk menarik pandangan mata dunia lain, hal ini dimaksud agar Indonesia semakin terkenal bagi warga/penduduk negara lain untuk berkunjung ke Indonesia. Pengembangan kepariwisataan berkaitan erat dengan pelestarian budaya bangsa, dengan

memanfaatkan seluruh potensi keindahan dan kekayaan alam. Pengembangan dimaksud bukan berarti merubah secara total, tetapi lebih berarti mengelola, memanfaatkan dan melestarikan setiap potensi yang ada, dimana potensi tersebut dirangkaikan menjadi satu daya tarik wisata. Pengelolaan dan pemanfaatan potensi pariwisata yang dimiliki daerah juga dikelola oleh masing-masing daerah.

Pariwisata merupakan sektor yang sangat berpotensi untuk dikembangkan sebagai salah satu sumber pendapatan daerah. Usaha yang dilakukan oleh pemerintah daerah dalam meningkatkan pendapatan asli daerah yaitu dengan membuat program pengembangan dan pemanfaatan sumber daya dan potensi pariwisata daerah yang diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pembangunan ekonomi. Pariwisata dipandang sebagai kegiatan yang mempunyai multidimensi dari rangkaian suatu proses pembangunan. Pembangunan sektor pariwisata menyangkut aspek sosial budaya, ekonomi dan politik (Dwiyanto, 2010).

Salah satu provinsi di Sumatera yang memiliki potensi wisata bahari adalah Aceh yang terletak di ujung utara pulau Sumatera dan merupakan provinsi paling barat di Indonesia. Aceh berbatasan dengan Teluk Benggala di sebelah utara, Samudra Hindia di sebelah barat, Selat Malaka di sebelah timur, dan Sumatera Utara di sebelah tenggara dan selatan. Aceh memiliki potensi pariwisata yang sangat besar di bidang wisata bahari. Daerah Aceh yang berkembang dalam potensi wisata bahari selain Sabang adalah Pulau Banyak yang berada di Kabupaten Aceh Singkil, Pulau Banyak merupakan wisata yang sering dikunjungi wisatawan lokal maupun mancanegara. Pulau Banyak yang terdiri dari gugusan pulau-pulau berbatasan langsung dengan Samudra Hindia, tepatnya di ujung sebelah barat Pulau Sumatera dan jumlah gugusan pulau pulau berjumlah 99 pulau. Pulau Banyak memiliki dua desa utama yaitu Desa Pulau Balai yang membentuk satu kesatuan dengan Pulau Baguk.

Pulau Balai yang membentuk satu kesatuan dengan Pulau Baguk. Pulau Banyak dikenal dengan *Banyak Island* baru dikenal semenjak dilakukannya pelestarian penyu di Pulau Banyak. Pulau Banyak memiliki daya tarik tersendiri menjadi pusat kunjungan wisatawan di Kabupaten Aceh Singkil. Wisatawan mancanegara yang berkunjung di Aceh Singkil berasal dari beberapa jumlah negara yang ada di dunia, wisatawan mancanegara di Kabupaten Aceh Singkil merupakan para wisatawan yang mengunjungi wisata di Kecamatan Pulau Banyak dan Pulau

Banyak Barat yang merupakan daerah tujuan pariwisata di Kabupaten Aceh Singkil. Jumlah wisatawan mancanegara menurut kewarganegaraan yang berkunjung di Kabupaten Aceh Singkil Tahun 2016-2022 disajikan pada tabel 1.1.

Tabel 1.1
Data Jumlah Pengunjung Objek Wisata Di Pulau Banyak
Kabupaten Aceh Singkil 2016-2022

No	Tahun	Jumlah Wisatawan
1	2016	3000
2	2017	1500
3	2018	1600
4	2019	1200
5	2020	1100
6	2021	1300
7	2022	1350

Sumber: BPS Kabupaten Aceh Singkil (2023)

Berdasarkan Tabel 1.1 diatas dapat dijelaskan bahwa jumlah kunjungan wisata dipulau Banyak Aceh Singkil mengalami penurunan hal ini terlihat dari Tahun 2016 jumlah pengunjung sebanyak 3000 orang namun terus mengalami penurunan hingga Tahun 2022 berjumlah 1350 orang. Pariwisata berkembang karena adanya gerakan manusia di dalam mencari sesuatu yang belum diketahui, menjelajahi wilayah baru, mencari perubahan suasana, atau untuk mendapatkan perjalanan baru, sedangkan wisatawan adalah orang-orang yang melakukan perjalanan, yang bersifat sementara dengan tujuan mendapatkan kesenangan, berlibur atau istirahat dan bukan untuk bekerja yang menghasilkan upah atau bayaran. Pulau Banyak adalah sebuah kecamatan yang berguguskan pulau-pulau sehingga memiliki potensi pariwisata bahari yang luar biasa di Kabupaten Aceh Singkil, sehingga dapat memukau para wisatawan lokal hingga sampai ke mancanegara. Pulau Banyak memiliki satu desa bernama Pulau Balai yang menjadi pusat perekonomian pariwisata hal ini dikarenakan Desa Pulau Balai adalah tempat penghubung segala kebutuhan para wisatawan di Pulau Banyak baik dari segi fasilitas seperti pelabuhan, penginapan, kuliner dan lainnya. Desa Pulau Balai merupakan salah satu desa yang berada di objek wisata pulau banyak yang sering dikunjungi oleh wisatawan lokal dan wisatawan mancanegara.

Tingkat keterlibatan konsumen dalam suatu keputusan pembelian dipengaruhi oleh stimulus (rangsangan). Dengan perkataan lain, apakah seseorang merasa terlibat

atau tidak terhadap suatu produk ditentukan apakah dia merasa penting atau tidak dalam pengambilan keputusan pembelian produk atau jasa. Oleh karena itu, bisa dikatakan bahwa ada konsumen yang mempunyai keterlibatan tinggi dalam pembelian suatu jasa, dan ada juga konsumen yang mempunyai keterlibatan yang rendah atas pembelian suatu produk atau jasa (Sutisna, 2012:11).

Dalam rangka meningkatkan keputusan kunjungan wisatawan, ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhinya. Faktor pertama adalah sarana dan prasarana, dimana sarana dan prasarana dapat memberikan pengaruh pada keputusan kunjungan wisatawan. Sarana dan prasarana yang harus disediakan apabila suatu daerah wisata ingin mengembangkan wisata tersebut, dan secara kuantitatif sarana wisata menunjukkan pada jumlah sarana wisata yang harus disediakan sedangkan secara kualitatif sarana wisata menunjukkan mutu dari pelayanan yang telah diberikan yang tercermin dari kepuasan wisatawan.

Sarana dan prasarana wisata adalah segala sesuatu yang dapat melengkapi dan dapat memudahkan proses kegiatan pariwisata agar dapat berjalan secara lancar, seperti: penginapan, rumah makan, tempat perbelanjaan, biro perjalanan, lembaga keuangan dan lain-lain (Warpani, 2011: 22). Sarana dan prasarana wisata adalah fasilitas yang harus disediakan apabila suatu daerah wisata ingin mengembangkan wisata tersebut, dan secara kuantitatif sarana wisata menunjukkan pada jumlah sarana wisata yang harus disediakan sedangkan secara kualitatif sarana wisata menunjukkan mutu dari pelayanan yang telah diberikan yang tercermin dari kepuasan wisatawan yang akan berkunjung kembali ke objek wisata yang telah dikunjungi sebelumnya.

Selain sarana dan prasarana, faktor lainnya yang juga dapat mempengaruhi keputusan kunjungan wisatawan pada suatu objek wisata adalah kualitas pelayanan, dimana kualitas pelayanan dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama yaitu persepsi pengunjung atas layanan yang nyata mereka terima (*perceived service*) dengan layanan yang sesungguhnya mereka harapkan atau inginkan (*expected service*). Jika kenyataan lebih dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan bermutu sedangkan jika kenyataan kurang dari yang diharapkan, maka dikatakan tidak bermutu. Dan apabila kenyataan sama dengan harapan, maka layanan disebut memuaskan. Kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima atau peroleh (Lupiyadi, 2011: 148). Meningkatkan kualitas jasa yang ditawarkan

tidak semudah usaha meningkatkan kualitas produk, karena karakteristiknya yang unik. Peningkatan kualitas jasa juga akan berdampak pada organisasi secara menyeluruh.

Faktor lain yang juga dapat meningkatkan keputusan kunjungan wisatawan adalah daya tarik objek wisata, dimana daya tarik objek wisata merupakan segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan dan nilai yang mempunyai keanekaragaman baik dari kekayaan alam, budaya dan dari hasil buatan manusia itu sendiri yang nantinya dapat menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan (Ginting *et al.* 2022). Daya tarik wisata merupakan sektor yang terfokus pada penyediaan daya tarik atau atraksi wisata bagi wisatawan. Lokasi utamanya terutama pada daerah tertentu pada daerah tujuan wisata tetapi dalam beberapa kasus juga terletak pada daerah transit. Misalnya, taman budaya, tempat dan daya tarik wisata alam, peninggalan budaya, dan sebagainya.

Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Saputra dan Sri Suryoko, (2018) tentang Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Berkunjung di Ekowisata Mangrove Pasarbanggi Kabupaten Rembang. Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi Memengaruhi Keputusan Berkunjung di Ekowisata Mangrove Pasarbanggi. Hasil regresi analisis data menunjukkan bahwa variabel bebas mempengaruhi keputusan berkunjung di ekowisata mangrove Pasarbanggi Kabupaten Rembang. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Simarmata *et al.* (2021) tentang Analisis Perilaku Minat Wisatawan Berkunjung Kembali Ke Pulau Samosir. Dalam penelitian ini diperoleh kesimpulan bahwa daya tarik berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali ke Pulau Samosir serta kepuasan berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali ke Pulau Samosir dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali ke Pulau Samosir.

Wahyudi dan Mochamad Herlan (2021) melakukan penelitian tentang Faktor Promosi dan Sarana Prasarana Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Objek Wisata Danau Tasikardi Serang – Banten). Dalam penelitian ini diperoleh kesimpulan bahwa sarana dan prasarana berpengaruh positif terhadap tingkat kunjungan wisatawan di Objek Wisata Danau Tasikardi Serang – Banten serta promosi berpengaruh positif terhadap tingkat kunjungan wisatawan di Objek Wisata Danau Tasikardi Serang – Banten. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Ginting *et al.*

(2022) tentang Pengaruh Daya Tarik Dan Kualitas Layanan Terhadap Putusan Berkunjung Kembali Wisatawan Kaldera Toba). Dalam penelitian ini diperoleh kesimpulan bahwa daya tarik wisata, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung kembali Wisatawan Kaldera Toba serta kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung kembali Wisatawan Kaldera Toba

Berdasarkan data diatas menunjukkan pengunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil masih terjadi penurunan dari tahun ke tahun. Namun, pada tahun 2022 mengalami peningkatan namun belum signifikan, Karena. Maka diperlukan evaluasi apakah faktor-faktor diatas mempengaruhi kunjungan wisatawan Maka dengan ini penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut dengan mengangkat judul skripsi tentang “*Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Wisatawan Berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil*”.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan Masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh sarana dan prasarana terhadap keputusan wisatawan berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil?
2. Bagaimana kualitas pelayanan terhadap keputusan wisatawan berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil?
3. Bagaimana pengaruh daya tarik Terhadap keputusan wisatawan berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil?
4. Bagaimana pengaruh sarana dan prasarana, kualitas pelayanan dan daya tarik Terhadap keputusan wisatawan berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dicapai pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh sarana dan prasarana, terhadap keputusan wisatawan berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil.
2. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan wisatawan berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil.

3. Menganalisis pengaruh daya tarik terhadap keputusan wisatawan berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil.
4. Menganalisis pengaruh sarana dan prasarana, kualitas pelayanan dan daya tarik terhadap keputusan wisatawan berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti / akademisi

Sebagai sarana untuk mendapatkan pengetahuan dan referensi dibidang ilmu ekonomi. Serta dapat berdampak positif bagi program studi ilmu ekonomi.

2. Bagi Pelaku Usaha Sektor Wisata

Sebagai referensi untuk pengambilan keputusan terkait Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan wisatawan berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika pembahasan diperlukan untuk memperjelas arah dan tujuan dalam penulisan agar sesuai dengan rencana. Adapun sistematika pembahasan dalam skripsi ini adalah sebagai berikut:

Bab I berisi tentang pendahuluan yang menjelaskan mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat dan kegunaan penelitian serta sistematika pembahasan.

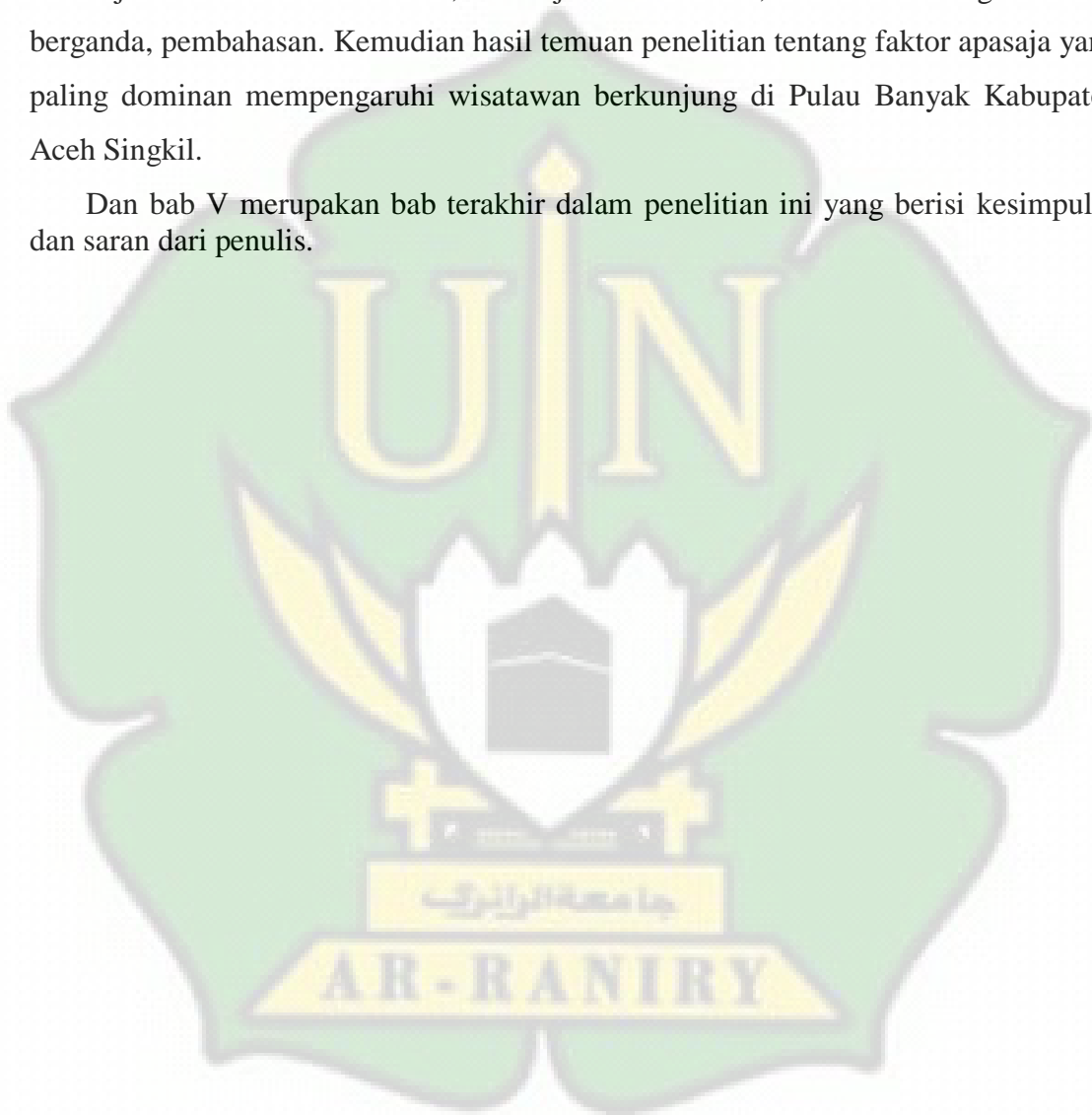
Bab II berisi tentang landasan teori yang meliputi tentang minat wisata; pengertian pendapatan, faktor-faktor yang mempengaruhi minat wisata, indikator minat wisata; pengertian keputusan wisatawan, faktor-faktor yang mempengaruhi sarana dan prasarana, indikator sarana dan prasarana; pengertian sarana dan prasarana, faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan, indikator kualitas pelayanan, pengertian kualitas pelayanan; faktor yang mempengaruhi daya tarik, indikator daya tarik, pengertian daya tarik; penelitian terdahulu; kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

Bab III berisi tentang metodologi penelitian yang terdiri dari jenis penelitian, pendekatan penelitian, populasi dan sampel, sumber data, teknik pengumpulan data,

operasional variabel, teknik analisis data, uji validitas dan reabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis.

Bab IV berisi hasil analisa yang dilakukan penulis dari objek dalam penelitian yang meliputi gambaran umum objek wisata di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil, sejarah singkat, visi-misi dan sktruktur organisasi, karakteristik responden, hasil uji validitas dan realibilitas, hasil uji asumsi klasik, hasil analisis regresi linear berganda, pembahasan. Kemudian hasil temuan penelitian tentang faktor apasaja yang paling dominan mempengaruhi wisatawan berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil.

Dan bab V merupakan bab terakhir dalam penelitian ini yang berisi kesimpulan dan saran dari penulis.



BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Kepariwisataan

Pengembangan sektor pariwisata ditujukan untuk meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraan serta dapat memberikan manfaat terhadap pemenuhan kebutuhan masyarakat. Dengan mengembangkan sektor pariwisata ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap penyelenggaraan pemerintah terutama dari segi pembiayaan pelaksanaan tugas dan fungsi pemerintah.

Menurut Guyer Freuler dalam Yoeti (2011:6) merumuskan pengertian pariwisata dengan memberikan batasan yakni “Pariwisata dalam artian modern adalah merupakan fenomena dari zaman sekarang yang didasarkan atas kebutuhan akan kesehatan dan pergantian hawa, penilaian yang sadar dan menumbuhkan cinta terhadap keindahan alam dan pada khususnya disebabkan oleh bertambahnya pergaulan berbagai bangsa dan kelas masyarakat manusia sebagai hasil daripada perkembangan perniagaan, perdagangan serta penyempurnaan dari pada alat-alat pengangkutan”.

2.1.1 Pemanfaatan Objek Wisata

Menurut Supratikno Rahardjo (2011:5) Objek wisata adalah segala sesuatu yang ada di daerah tujuan wisata yang merupakan minatagar orang-orang mau datang berkunjung ke tempat tersebut.

Objek wisata merupakan tempat atau keadaan alam yang memiliki sumber daya wisata yang dibangun dan dikembangkan sehingga mempunyai minat dan diusahakan sebagai tempat yang dikunjungi wisatawan, objek wisata dapat berupa wisata alam seperti gunung, danau, sungai, pantai, laut, atau berupa objek bangunan seperti museum, benteng, situs peninggalan sejarah, dan lain-lain.

2.1.2 Faktor-Faktor dalam Pemanfaatan Objek Wisata

Suatu tempat / daerah agar dapat dikatakan sebagai objek wisata harus memenuhi hal pokok berikut:

1. Adanya *something to see*. Maksudnya adalah sesuatu yang menarik untuk dilihat.
2. Adanya *something to buy*. Maksudnya adalah sesuatu yang menarik atau khas untuk dibeli.

3. Adanya *something to do*. Maksudnya adalah sesuatu aktivitas yang dapat dilakukan ditempat itu.

Keberhasilan pengembangan pariwisata ditentukan oleh 3 faktor, sebagaimana yang dikemukakan oleh Yoeti (2012: 7), sebagai berikut :

1. Tersedianya objek dan daya tarik wisata.
2. Adanya fasilitas *accessibility* yaitu sarana dan prasarana, sehingga memungkinkan wisatawan mengunjungi suatu daerah atau kawasan wisata
3. Terjadinya fasilitas *amenities* yaitu sasaran kepariwisataan yang dapat memberikan kenyamanan kepada masyarakat.

Demand pariwisata sangat berkaitan dengan pengguna atau konsumen (wisatawan). Wisatawan diistilahkan sebagai pasar, karena wisatawan merupakan target atau sasaran yang hendak dituju dalam suatu penawaran pariwisata. Sehingga faktor permintaan yang datang dari para wisatawan tersebut sangat berpengaruh pada perkembangan pariwisata.

Lima faktor batasan yang mendasar dalam penentuan prinsip utama ekowisata yaitu :

1. lingkungan; ekowisata bertumpu pada lingkungan alam, budaya yang belum tercemar.
2. Masyarakat; ekowisata bermanfaat ekologi, sosial dan ekonomi pada masyarakat.
3. Pendidikan dan pengalaman; *ecotourism* harus dapat meningkatkan pemahaman akan lingkungan alam dan budaya dengan adanya pengalaman yang dimiliki.
4. Berkelanjutan; *ecotourism* dapat memberikan sumbangan positif bagi keberlanjutan ekologi baik jangka pendek maupun jangka panjang.
5. Manajemen; *ecotourism* harus dikelola secara baik dan menjamin *sustainability* lingkungan alam, budaya yang bertujuan untuk peningkatan kesejahteraan sekarang maupun generasi mendatang.

2.2. Keputusan Wisatawan Berkunjung

2.2.1 Pengertian Keputusan Wisatawan Berkunjung

Keputusan wisatawan berkunjung merupakan sebuah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu dengan tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Menurut Kotler dan

Amstrong (2012:181) keputusan wisatawan berkunjung atau keputusan pembelian adalah keputusan pembeli tentang merek mana yang dibeli. Pengertian lain keputusan pembelian adalah keputusan konsumen mengenai preferensi atas merek-merek yang ada di dalam kumpulan pilihan (Kotler dan Keller, 2012:240). Untuk memahami pembuatan keputusan konsumen, terlebih dahulu harus dipahami sifat-sifat keterlibatan konsumen dengan produk atau jasa (Sutisna, 2012:11). Memahami tingkat keterlibatan konsumen terhadap produk atau jasa berarti pemasar berusaha mengidentifikasi hal-hal yang menyebabkan seseorang merasa harus terlibat atau tidak dalam pembelian suatu produk atau jasa.

Tingkat keterlibatan konsumen dalam suatu pembelian dipengaruhi oleh stimulus (rangsangan). Dengan perkataan lain, apakah seseorang merasa terlibat atau tidak terhadap suatu produk ditentukan apakah dia merasa penting atau tidak dalam pengambilan keputusan pembelian produk atau jasa. Oleh karena itu, bisa dikatakan bahwa ada konsumen yang mempunyai keterlibatan tinggi dalam pembelian suatu produk atau jasa, dan ada juga konsumen yang mempunyai keterlibatan yang rendah atas pembelian suatu produk atau jasa (Sutisna, 2012:11).

2.2.2. Proses/Tahapan Keputusan Wisatawan Berkunjung

Proses keputusan wisatawan berkunjung atau keputusan pembelian dimulai jauh sebelum pembelian sesungguhnya dan berlanjut dalam waktu yang lama setelah pembelian. Pemasar harus memusatkan perhatian pada keseluruhan proses pembelian dan bukan hanya pada keputusan pembelian (Kotler dan Amstrong, 2012:179). Konsumen akan melewati seluruh tahap dalam pembelian untuk semua pembelian yang dilakukannya. Tetapi, dalam pembelian yang lebih rutin, konsumen sering menghilangkan atau membalik urutan beberapa tahap ini. Proses keputusan pembeli terdiri dari lima tahap, yaitu (Kotler dan Amstrong, 2012:179) :

1. Pengenalan kebutuhan
Pada tahap ini, konsumen menyadari suatu masalah atau kebutuhan. Kebutuhan dapat dipicu oleh rangsangan internal ketika salah satu kebutuhan normal seseorang (lapar, haus, kebutuhan biologis) timbul pada tingkat yang cukup tinggi, sehingga menjadi dorongan. Kebutuhan juga bisa dipicu oleh rangsangan eksternal. Pada tahap ini pemasar harus meneliti konsumen untuk menemukan jenis kebutuhan atau masalah apa yang timbul, apa yang menyebabkannya, dan bagaimana masalah itu bisa mengarahkan konsumen pada produk tertentu ini.
2. Pencarian informasi

Pada tahap ini, konsumen ingin mencari informasi lebih banyak, konsumen mungkin hanya memperbesar perhatian atau melakukan pencarian informasi secara aktif. Konsumen yang tertarik mungkin mencari lebih banyak informasi atau mungkin tidak. Jika dorongan konsumen itu kuat dan produk yang memuaskan ada di dekat konsumen itu, konsumen mungkin akan membelinya kemudian. Jika tidak, konsumen bisa menyimpan kebutuhan itu dalam ingatannya atau melakukan pencarian informasi yang berhubungan dengan kebutuhan. Konsumen dapat memperoleh informasi dari beberapa sumber. Sumber-sumber ini meliputi sumber pribadi (keluarga, teman, tetangga, rekan), sumber komersial (iklan, wiraniaga, situs Web, penyalur, kemasan, tampilan), sumber publik (media massa, organisasi pemeringkat konsumen, pencarian internet), dan sumber pengalaman (penanganan, pemeriksaan, pemakaian produk). Pengaruh relatif sumber-sumber informasi ini bervariasi sesuai produk dan pembelinya. Pada umumnya, konsumen menerima sebagian besar informasi tentang sebuah produk dari sumber komersial atau sumber yang dikendalikan oleh pemasar. Meskipun demikian, sumber yang paling efektif cenderung pribadi. Sumber komersial biasanya memberitahu pembeli, tetapi sumber pribadi melegitimasi atau mengevaluasi produk untuk pembeli (Kotler dan Armstrong, 2012:180).

3. Evaluasi alternatif

Pada tahap ini, konsumen menggunakan informasi untuk mengevaluasi merek alternatif dalam sekelompok pilihan. Pemasar harus tahu tentang evaluasi alternatif yaitu bagaimana konsumen memperoleh informasi untuk sampai pada pilihan merek. Bagaimana cara konsumen mengevaluasi alternatif bergantung pada konsumen pribadi dan situasi pembelian tertentu. Dalam beberapa kasus, konsumen menggunakan kalkulasi yang cermat dan pemikiran logis. Pada waktu yang lain, konsumen yang sama hanya sedikit melakukan evaluasi atau bahkan tidak mengevaluasi, sebagai gantinya konsumen membeli berdasarkan dorongan dan bergantung pada intuisi. Kadang-kadang konsumen membuat keputusan pembelian sendiri, kadang-kadang konsumen meminta nasihat pembelian dari teman, pemandu konsumen, atau wiraniaga. Pemasar harus mempelajari pembeli untuk menemukan bagaimana cara mereka sebenarnya dalam mengevaluasi pilihan merek. Jika konsumen tahu proses evaluasi apa yang berlangsung, pemasar dapat mengambil langkah untuk mempengaruhi keputusan pembeli (Kotler dan Armstrong, 2012:181).

4. Keputusan pembelian

Dalam tahap evaluasi, konsumen menentukan peringkat merek dan membentuk niat pembelian. Pada umumnya, keputusan pembelian konsumen adalah membeli merek yang paling disukai, tetapi dua faktor bisa berada antara riset pembelian dan keputusan pembelian. Faktor pertama, adalah sikap orang lain. Faktor kedua adalah faktor situasional yang tidak diharapkan. Konsumen mungkin membentuk niat pembelian berdasarkan faktor-faktor seperti pendapatan, harga, dan manfaat produk yang diharapkan. Namun, kejadian tak terduga bisa mengubah niat pembelian (Kotler dan Armstrong, 2012:181).

5. Perilaku pascapembelian

Pada tahap ini, tindakan konsumen selanjutnya setelah pembelian, berdasarkan kepuasan atau ketidakpuasan konsumen. Pekerjaan pemasar tidak berakhir

ketika produk telah dibeli. Setelah membeli produk, konsumen akan merasa puas atau tidak puas dan terlibat dalam perilaku pascapembelian yang harus diperhatikan oleh pemasar. Apa yang menentukan kepuasan atau ketidakpuasan pembelian adalah terletak pada hubungan antara ekspektasi konsumen dan kinerja anggapan produk. Jika produk tidak memenuhi ekspektasi, konsumen kecewa. Jika produk memenuhi ekspektasi, konsumen puas. Jika produk melebihi ekspektasi, konsumen sangat puas. Semakin besar kesenjangan antara ekspektasi dan kinerja, semakin besar pula ketidakpuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa penjual hanya boleh menjanjikan apa yang dapat diberikan mereknya, sehingga pembeli terpuaskan (Kotler dan Armstrong, 2012:181).

Faktor-faktor yang mempengaruhi kunjungan wisatawan yang datang dipengaruhi oleh beberapa faktor (Syahadat, 2012), diantaranya adalah :

1. Faktor pelayanan, pernyataan wisatawan tentang sikap dan perilaku dalam memberikan jasa pelayanan, pemanduan, dan informasi kepada wisatawan, dengan indikator keramahan, kecepatan, keakuratan / kesesuaian informasi yang diberikan, dan kualitas pemandu wisata dalam menerangkan obyek tersebut.
2. Faktor sarana prasarana, yaitu pernyataan wisatawan tentang fasilitas yang mendukung kelancaran aktivitas wisatawan selama berada di daerah/lokasi obyek wisata, dengan indikator ketersediaan dan kelayakan, .
3. Faktor obyek dan daya tarik wisata alam (ODTWA), yaitu potensi ODTWA yang berbasis pengembangan pariwisata alam yang bertumpu pada potensi utama sumber daya alam (natural and cultural based tourism).
4. Faktor keamanan, tingkat gangguan / kerawanan keamanan di suatu obyek wisata alam akan mempengaruhi ketenangan dan kenyamanan wisatawan selama berada di obyek wisata alam tersebut, disamping itu faktor keamanan tersebut juga akan mempengaruhi wisatawan dalam mengambil keputusan layak atau tidak obyek wisata alam tersebut untuk dikunjungi.

2.2.3 Indikator Keputusan Wisatawan Berkunjung

Menurut Kotler, (2012:222) ada empat indikator yang digunakan untuk mengukur keputusan pembelian konsumen pada suatu produk yaitu:

1. Tujuan dalam membeli sebuah produk
2. Pemrosesan informasi untuk sampai ke pemilihan merek
3. Kemantapan pada sebuah produk
4. Memberikan rekomendasi kepada orang lain
5. Melakukan pembelian ulang

Menurut Tseng dan Lee (2011), yang membagi keputusan pembelian ke dalam tiga indikator , yaitu:

1. *Product Selection*: pemilihan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.
2. *Brand Selection*: preferensi konsumen tentang sebuah merek selama proses konsumsi.

3. *Store Selection*: pemilihan toko-toko tertentu yang dilakukan konsumen untuk membeli suatu produk.

2.3 Sarana dan Prasarana

2.3.1 Pengertian Sarana dan Prasarana

Sarana dan prasarana wisata adalah segala sesuatu yang dapat melengkapi dan dapat memudahkan proses kegiatan pariwisata agar dapat berjalan secara lancar, seperti: penginapan, rumah makan, tempat perbelanjaan, biro perjalanan, lembaga keuangan dan lain-lain (Warpani, 2011: 22). Sarana dan prasarana wisata adalah fasilitas yang harus disediakan apabila suatu daerah wisata ingin mengembangkan wisata tersebut, dan secara kuantitatif sarana wisata menunjukkan pada jumlah sarana wisata yang harus disediakan sedangkan secara kualitatif sarana wisata menunjukkan mutu dari pelayanan yang telah diberikan yang tercermin dari kepuasan wisatawan.

Menurut Adi Putra dan Aditianata (2015) sarana dan prasarana terdiri dari:

1. Fasilitas Lingkungan

Fasilitas penunjang yang berfungsi untuk penyelenggaraan dan pengembangan kehidupan ekonomi, sosial dan budaya, yang antara lain dapat berupa bangunan perniagaan atau perbelanjaan (aspek ekonomi), lapangan terbuka, pendidikan, kesehatan, peribadatan, fasilitas pemerintahan dan pelayanan umum, pertamanan serta pemakaman.

- a. Memberi rasa aman, ketenangan hidup, kenyamanan dan sesuai dengan budaya setempat;
- b. Menumbuhkan rasa memiliki dan merubah kebiasaan yang tidak sesuai dengan gaya hidup di rumah susun;
- c. Mengurangi kecenderungan untuk memanfaatkan atau menggunakan fasilitas lingkungan bagi kepentingan pribadi dan kelompok tertentu;
- d. Menunjang fungsi-fungsi aktivitas menghuni yang paling pokok baik dan segi besaran maupun jenisnya sesuai dengan keadaan lingkungan yang ada;
- e. Menampung fungsi-fungsi yang berkaitan dengan penyelenggaraan dan pengembangan aspek-aspek ekonomi dan sosial budaya;

2. Fasilitas Niaga

Sarana penunjang yang memungkinkan penyelenggaraan dan pengembangan kehidupan ekonomi yang berupa bangunan atau pelataran usaha untuk pelayanan perbelanjaan dan niaga serta tempat kerja.

3. Fasilitas Pendidikan

Fasilitas yang memungkinkan siswa mengembangkan pengetahuan keterampilan dan sikap secara optimal, sesuai dengan strategi belajar-mengajar berdasarkan kurikulum yang berlaku.

4. Fasilitas Kesehatan

Fasilitas yang dimaksud untuk menunjang kesehatan penduduk dan berfungsi pula untuk mengendalikan perkembangan atau pertumbuhan penduduk.

5. Fasilitas Peribadatan

Fasilitas yang dipergunakan untuk menampung segala aktivitas peribadatan dan aktivitas penunjang.

6. Fasilitas Pemerintahan dan Pelayanan Umum

Fasilitas yang dapat dipergunakan untuk kepentingan pelayanan umum, yaitu pos hansip, balai pertemuan, kantor RT dan RW, pos polisi, pos pemadam kebakaran, kantor pos pembantu, gedung serba guna, kantor kelurahan.

7. Fasilitas Ruang Terbuka

Ruang terbuka yang direncanakan dengan suatu tujuan atau maksud tertentu, mencakup kualitas ruang yang dikehendaki dan fungsi ruang yang dikehendaki. Dalam hal ini tidak termasuk ruang terbuka sebagai sisa ruang dan kelompok bangunan yang direncanakan.

8. Fasilitas di Ruang terbuka

Setiap macam ruang dan penggunaan ruang di luar bangunan, seperti taman, jalan, pedestrian, jalur hijau, lapangan bermain, lapangan olah raga dan parkir.

2.3.2 Indikator Sarana dan Prasarana

Menurut Warpani (2011: 45) ada beberapa indikator yang masuk dalam sarana dan prasarana yaitu:

- a) Akseibilitas

Aksesibilitas adalah salah satu faktor yang penting di dalam berwisata, karena tingkat kemudahan dalam menjangkau kawasan wisata dapat dilihat dari aksesibilitas yang berupa kondisi perjalannya.

b) Utilitas

Yang termasuk utilitas disini adalah sebuah perlengkapan dalam wisata, yaitu mushola, toilet, kamar mandi, dll

c) Jaringan pelayanan

Jaringan pelayanan disini ialah bagaimana pelayanannya, misalnya kesehatan, bagaimana pelayanan kesehatan/ pos kesehatan dan kotak P3K. dan keamanan, bagaimana petugas keamanan dalam membentuk pos keamanan yang dapat menjauhkan segala tindakan kriminal kejahatan bagi para wisatawan/ pengunjung.

2.4 Kualitas Pelayanan

2.4.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2012:68) pendekatan kualitas pelayanan/jasa yang banyak digunakan adalah model *ServQual (Service Quality)* yang dikembangkan Parasuraman, Zeithaml dan Berry. *ServQual (Service Quality)* dibangun dengan membandingkan dua faktor utama yaitu layanan yang diterima dibandingkan dengan harapan konsumen. Goeth dan Davis dalam Tjiptono (2012:67) mengemukakan bahwa mutu atau kualitas dapat diartikan sebagai suatu kondisi dinamis yang berkaitan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi dan melebihi harapan. Mutu berkaitan dengan pencapaian standar yang diharapkan, dimana harus benar-benar dapat memahami apa yang dibutuhkan konsumen atas suatu produk yang akan dihasilkan.

Menurut Kotler (2012:50) kualitas pelayanan merupakan keseluruhan karakteristik atas suatu produk barang atau jasa yang mempengaruhi atas kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan klien yang dinyatakan atau tidak dinyatakan. Selanjutnya menurut Duran dalam bukunya *Quality Control Handbook*, seperti yang dikutip oleh Lupiyoadi (2012:67), kualitas dapat diartikan sebagai biaya yang dapat dihindari (*avoidable*) dan yang tidak dapat dihindari (*unavoidable*). Selanjutnya yang termasuk dalam biaya yang dapat dihindari

misalnya biaya akibat kegagalan produk, sementara yang termasuk biaya yang tidak dapat dihindari misalnya biaya kegiatan pengawasan kualitas.

Berdasarkan beberapa definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa definisi kualitas bersumber dari dua sisi, produsen dan konsumen. Produsen menentukan persyaratan atau spesifikasi kualitas, sedangkan konsumen menentukan kebutuhan dan keinginan. Pendefinisian akan akurat jika produsen mampu menerjemahkan kebutuhan dan keinginan atas produk ke dalam spesifikasi produk yang dihasilkan.

2.4.2 Manfaat Kualitas Pelayanan

Pelayanan yang baik tentu akan memberikan hal yang baik pula untuk perusahaan. Manfaat dan tujuan kualitas pelayanan menurut Hayes dan Bloom dalam Manap (2012:376) seperti:

1. Konsumen akan setia kepada perusahaan
Karena konsumen merasa pelayanan perusahaan sangat baik, konsumen bisa jadi akan menjadi konsumen tetap perusahaan tersebut.
2. Konsumen bisa menjadi media iklan gratis
Dengan kepuasan konsumen terhadap pelayanan perusahaan, konsumen bisa saja menyebarkan mengenai hal tersebut kepada rekan-rekan atau tetangganya sehingga perusahaan bisa menjadi lebih dikenal.
3. Kelangsungan bisnis jangka panjang terjamin
Dengan semakin banyaknya konsumen tetap perusahaan, maka perusahaan tidak perlu khawatir tidak akan mendapat konsumen, karena sudah adanya para konsumen tetap tersebut.
4. Konsumen tidak akan memperlmasalahkan mengenai harga
Karena rasa kepercayaan konsumen terhadap perusahaan, maka konsumen tidak akan memperlmasalahkan mengenai harga terhadap suatu produk yang ditawarkan perusahaan.
5. Konsumen merasa puas karena kebutuhannya terpenuhi
Kebutuhan konsumen bukan hanya dari kualitas produk, melainkan juga dari segi kualitas pelayanan perusahaan. Dengan pelayanan yang baik, maka konsumen akan merasa bahwa semua kebutuhannya telah dipenuhi oleh perusahaan.
6. Nama baik perusahaan meningkat
Hal ini dikarenakan semakin banyaknya konsumen yang merasa puas dan menjadi konsumen setia sehingga nama baik perusahaan pun meningkat di mata semua konsumen.
7. Unggul dalam persaingan bisnis
Maksudnya unggul disini yaitu perusahaan bisa dikatakan satu langkah didepan perusahaan lainnya dalam bersaing karena konsumen telah mempercayai baik dari segi pelayanan maupun kualitas produk perusahaan tersebut.

Menurut Kotler dan Keller (2012:158) terdapat lima manfaat kualitas pelayanan, yaitu :

1. Mengidentifikasi dengan benar kebutuhan dan persyaratan pelanggan.
2. Menyampaikan harapan pelanggan kepada perancang produk.
3. Memastikan pesanan pelanggan dipenuhi dengan benar dan tepat waktu.
4. Tetap berhubungan dengan pelanggan setelah penjualan untuk memastikan bahwa mereka puas.

Tjiptono (2012:36) menyatakan pelayanan yang baik tentu akan memberikan hal yang bermanfaat pula untuk perusahaan. Karena pelayanan ini merupakan wujud tanggung jawab sosial perusahaan, maka ini dapat memberikan manfaat tersendiri dari perusahaan, seperti:

1. Pelanggan akan setia
Konsumen akan setia kepada perusahaan karena konsumen merasa pelayanan perusahaan sangat baik, pelanggan bisa jadi akan menjadi pelanggan tetap perusahaan tersebut.
2. Pelanggan bisa menjadi media iklan
Pelanggan bisa menjadi media iklan gratis dengan kepuasan pelanggan terhadap pelayanan perusahaan, pelanggan bisa saja menyebarkan mengenai hal tersebut kepada rekan rekan atau tetangganya sehingga perusahaan bisa menjadi lebih dikenal.
3. Kelangsungan bisnis jangka panjang terjamin.
Dengan semakin banyaknya pelanggan tetap perusahaan, maka perusahaan tidak perlu khawatir tidak akan mendapatkan pelanggan, karena sudah adanya para pelanggan tetap tersebut.
4. Pelanggan tidak akan mempermasalahkan mengenai harga
Karena rasa kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan, maka pelanggan tidak akan mempermasalahkan mengenai harga terhadap suatu produk yang ditawarkan perusahaan
5. Pelanggan merasa puas karena kebutuhannya terpenuhi
Kebutuhan pelanggan bukan hanya dari kualitas produk, melainkan juga dari segi kualitas pelayanan perusahaan. Dengan pelayanan yang baik, maka pelanggan akan merasa bahwa semua kebutuhannya telah dipenuhi oleh perusahaan.
6. Nama baik perusahaan meningkat
Hal ini dikarenakan semakin banyaknya pelanggan yang merasa puas dan menjadi pelanggan yang setia sehingga nama baik perusahaan meningkat di mata semua pelanggan
7. Unggul dalam persaingan bisnis

Perusahaan bisa dikatakan satu langkah didepan perusahaan lainnya dalam bersaing karena pelanggan telah mempercayai baik dari segi pelayanan maupun kualitas produk perusahaan tersebut.

2.4.3 Indikator Kualitas Pelayanan

Konsep kualitas pelayanan merupakan faktor penilaian yang merefleksikan persepsi konsumen terhadap lima indikator spesifik dari kualitas layanan. Kotler (2012:56) menyatakan bahwa ada lima dimensi *ServQual* (*Service Quality*) yang dipakai untuk mengukur kualitas pelayanan, yaitu :

1. *Tangible* (hal-hal yang terlihat)

Adalah bukti fisik suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Indikator yang dapat diukur dari *tangible* adalah sebagai berikut :

a. Penampilan luar fasilitas fisik perusahaan :

1. Kondisi gedung.
2. Kondisi sarana penunjang kegiatan sehari-hari.

b. Penampilan dalam perusahaan :

1. Kondisi kebersihan.
2. Suasana dalam gedung.
3. Sirkulasi udara (ventilasi).
4. Pencahayaan dalam ruangan.
5. Jumlah loket yang tersedia.
6. Poster, spanduk atau brosur sebagai sarana penunjang kegiatan perusahaan sehari-hari.

2. *Reliability* (keandalan)

Dalam unsur ini, pemasar dituntut untuk menyediakan produk/jasa yang handal. Produk/jasa jangan sampai mengalami kerusakan/kegagalan. Dengan kata lain, produk/jasa tersebut selalu baik. Para anggota perusahaan juga harus jujur dalam menyelesaikan masalah sehingga pelanggan tidak merasa ditipu. Selain itu, pemasar juga harus tepat janji bila menjanjikan sesuatu kepada pelanggan. Sekali lagi perlu diperhatikan bahwa janji bukan sekedar janji, namun janji harus ditepati. Oleh karena itu, *time schedule* perlu disusun dengan teliti.

Indikator dari *reliability* untuk mengetahui karyawan dalam :

- a. Memberikan pelayanan sesuai janji.
- b. Melakukan pelayanan pada saat pertama.
- c. Menyediakan pelayanan pada waktu yang dijanjikan.

3. *Responsiveness* (ketanggapan)

Restoran cepat saji *Mc. Donald's* menggunakan jam pengukuran sebagai komitmen untuk melayani pelanggan dengan pelayanan cepat. Bila satu menit telah berlalu dan pelanggan belum menerima menu pesanan, maka pihak restoran akan memberikan bonus menu lain. Para anggota perusahaan juga harus memerhatikan janji spesifik kepada pelanggan. Unsur lain yang juga

penting dalam hal cepat tanggap ini adalah anggota perusahaan selalu siap membantu pelanggan. Apapun posisi seseorang dalam perusahaan hendaknya selalu memerhatikan pelanggan yang menghubungi perusahaan.

Dalam hal ini bisa diartikan kemampuan menolong konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat. Indikator dari *responsiveness* digunakan untuk melihat:

- a. Karyawan cepat tanggap terhadap jasa yang dibutuhkan pelanggan.
- b. Pelayanan yang tepat pada pelanggan.
- c. Keinginan untuk membantu pelanggan.

4. *Assurance* (Jaminan)

Pada saat persaingan semakin kompetitif, anggota perusahaan harus tampil lebih kompeten, artinya memiliki pengetahuan dan keahlian di bidang masing-masing. Faktor *security*, yaitu memberikan rasa aman dan terjamin kepada pelanggan merupakan hal yang penting pula. Dalam situasi banyak pesaing, sangatlah beresiko bila menipu pelanggan. Selain itu anggota perusahaan harus bersikap ramah dengan menyapa pelanggan yang datang. Dalam hal ini perilaku para karyawan harus membuat konsumen tenang dan merasa perusahaan dapat menjamin jasa pelayanan yang dibutuhkan pelanggan.

Selain kedua faktor yang telah dijelaskan di atas, ada indikator dari *assurance* untuk melihat :

- a. Karyawan memberi tahu konsumen, apa pelayanan yang dibutuhkan konsumen dan akan dikerjakan.
- b. Perilaku karyawan yang memberikan ketenangan bagi konsumen bahwa transaksi yang dilakukannya terjamin.

5. *Empathy* (Empati)

Untuk mewujudkan sikap empati, setiap anggota perusahaan hendaknya dapat mengelola waktu agar mudah dihubungi, baik melalui telepon ataupun bertemu langsung. Dering telepon usahakan maksimum tiga kali, lalu segera dijawab. Ingat, waktu yang dimiliki pelanggan sangat terbatas sehingga tidak mungkin menunggu terlalu lama. Usahakan pula untuk melakukan komunikasi individu agar hubungan dengan pelanggan lebih akrab. Anggota perusahaan juga harus memahami pelanggan, artinya pelanggan terkadang seperti anak kecil yang menginginkan segala sesuatu atau pelanggan terkadang seperti orang tua yang cerewet.

Dengan memahami pelanggan, bukan berarti anggota perusahaan harus “kalah” dan harus “mengiyakan” pendapat pelanggan, tetapi paling tidak mencoba untuk melakukan kompromi bukan melakukan perlawanan. Hal ini menyangkut apa yang dirasakan konsumen ketika berkomunikasi dengan karyawan. Indikator dari *emphaty* untuk melihat :

- a. Karyawan memberi kesempatan bertanya pada pelanggan.
- b. Karyawan memberi perhatian penuh saat berhubungan dengan pelanggan.
- c. Karyawan memahami keperluan yang khusus dari pelanggan.

Tjiptono (2012:201) menjelaskan ada 4 indikator yang menentukan kualitas pelayanan yaitu:

1) *Production Quality*

Menjelaskan bahwa kualitas pelayanan ditentukan oleh kerjasama antara departemen produksi/operasi dan departemen pemasaran.

- 2) *Delivery Quality*
Menjelaskan bahwa kualitas pelayanan dapat ditentukan oleh janji perusahaan terhadap konsumen.
- 3) *Desain Quality*
Menjelaskan bahwa kualitas pelayanan ditentukan sejak pertama kali jasa tersebut dirancang untuk memenuhi kebutuhan konsumen.
- 4) *Relationship Quality*
Menyatakan bahwa kualitas pelayanan ditentukan oleh relasi profesional dan sosial antara perusahaan dan stakeholder (konsumen, pemasok, perantara, pemerintah, dan karyawan).

Menurut Wijaya (2013:10) ada delapan indikator kualitas pelayanan, sebagai berikut:

1. Kinerja/ *Performance*, yaitu tingkat konsistensi dan kebaikan fungsi-fungsi produk.
2. Keindahan/ *Aesthetics*. Estetika berhubungan dengan penampilan wujud produk (misalnya, gaya dan keindahan) serta penampilan fasilitas, peralatan, personalia, dan materi komunikasi yang berkaitan dengan jasa.
3. Kemudahan perawatan dan perbaikan/ *Serviceability*. Berkaitan dengan tingkat kemudahan merawat dan memperbaiki produk.
4. Keunikan/ *Features*, yaitu karakteristik produk yang berbeda secara fungsional dari produk- produk sejenis.
5. Reliabilitas. Reliabilitas adalah probabilitas produk atau jasa menjalankan fungsi yang dimaksud dalam jangka waktu tertentu.
6. Daya tahan/ *Durability*. Didefinisikan sebagai umur manfaat dari fungsi produk.
7. Kualitas Kesesuaian/ *Quality of Comformanc*, yaitu ukuran mengenai apakah sebuah produk atau jasa telah memenuhi spesifikasi yang telah ditetapkan.
8. Kegunaan yang sesuai/ *Fitness for use*, yaitu kecocokan produk menjalankan fungsi-fungsi sebagaimana yang diiklankan atau dijanjikannya.

2.5 Daya Tarik Wisata

2.5.1 Pengertian Daya Tarik Wisata

Daya tarik wisata merupakan salah satu unsur penting dalam dunia kepariwisataan. Dimana objek dan daya tarik wisata dapat menyukseskan program pemerintah dalam melestarikan adat dan budaya bangsa sebagai asset yang dapat dijual kepada wisatawan. Objek dan daya tarik wisata dapat berupa alam, budaya, tata hidup dan sebagainya yang memiliki daya tarik dan nilai jual untuk dikunjungi ataupun dinikmati oleh wisatawan. Dalam arti luas, apa saja yang mempunyai daya

tarik wisata atau menarik wisatawan dapat disebut sebagai objek dan daya tarik wisata. Produk pariwisata meliputi keseluruhan pelayanan yang diperoleh, dirasakan, dimiliki dan dinikmati oleh wisatawan sejak ia meninggalkan rumah, tempat tinggal sampai ke daerah wisata yang dipilihnya hingga kembali ke tempat asalnya. Adapun yang dimaksud dengan produk industri wisata adalah keseluruhan pelayanan yang diperoleh oleh wisatawan.

Menurut UU No. 9 Tahun 1990 Bab III Pasal IV tentang kepariwisataan menjelaskan perbedaan antara objek dan daya tarik wisata (UU RI No. 10) adalah:

- a. Objek dan daya tarik wisata ciptaan Tuhan Yang Maha Esa, yang berwujud keadaan alam serta flora dan fauna, seperti : pemandangan alam, panorama indah, hutan rimba dengan tumbuhan hutan tropis serta binatang-binatang langka.
- b. Objek dan daya tarik wisata hasil karya manusia yang berwujud museum, peninggalan purbakala, peninggalan sejarah, seni budaya, pertanian (wisata agro), wisata tirta (air), wisata petualangan, taman rekreasi, dan tempat hiburan lainnya. Sasaran wisata minat khusus, seperti : berburu, mendaki gunung, gua, industri dan kerajinan, tempat perbelanjaan, sungai air deras, tempat-tempat ibadah, tempat-tempat ziarah, dan lain-lain. Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk perusahaan objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut.

Menurut SK Menparpostel No. KM 98 PW. 102 MPPT – 87 yaitu : Objek wisata adalah suatu tempat atau keadaan alam yang memiliki sumber daya alam yang dibangun dan dikembangkan sehingga mempunyai daya tarik yang diusahakan sebagai tempat yang dikunjungi wisatawan. Dalam kepariwisataan faktor manfaat dan kepuasan wisatawan berkaitan dengan *Tourism Resourch* dan *Tourist Service*. Objek dan atraksi wisata adalah segala sesuatu yang ada di daerah tujuan wisata yang mempunyai daya tarik tersendiri yang mampu mengajak wisatawan berkunjung. Hal-hal yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung ke daerah tujuan wisata antara lain :

- 1) *Natural Amenities*, adalah benda-benda yang sudah tersedia dan sudah ada di alam. Contoh; iklim, bentuk tanah, pemandangan alam, flora dan fauna, dan lain-lain.
- 2) *Man Made Supply*, adalah hasil karya manusia seperti benda-benda bersejarah, kebudayaan, dan religi.

- 3) *Way of Life*, adalah tata cara hidup tradisional, kebiasaan hidup, adat-istiadat seperti pembakaran mayat di Bali, upacara sekaten di Jogjakarta.
- 4) *Culture*, adalah kebudayaan yang dimiliki oleh masyarakat yang tinggal di daerah objek wisata. Tourist Service adalah segala fasilitas yang digunakan dan aktifitas yang dilakukan dimana pengadaannya disediakan oleh perusahaan lain secara komersial. Untuk dapat menjadi suatu daerah tujuan wisata yang baik maka kita harus mengembangkan tiga hal yaitu :
 - a. *Something to see*, adalah segala sesuatu yang menarik untuk dilihat.
 - b. *Something to buy*, adalah segala sesuatu yang menarik atau mempunyai ciri khas tersendiri untuk dibeli.
 - c. *Something to do*, yaitu suatu aktivitas yang dapat dilakukan di tempat tersebut. Ketiga hal itu merupakan unsur-unsur yang kuat untuk suatu daerah tujuan wisata sedangkan untuk pengembangan suatu daerah tujuan wisata ada beberapa hal yang harus diperhatikan antara lain :
 - 1) Harus mampu bersaing dengan objek wisata yang ada di daerah lain.
 - 2) Memiliki sarana pendukung yang memiliki ciri khas tersendiri.
 - 3) Harus tetap tidak berubah dan tidak berpindah-pindah kecuali di bidang pembangunan dan pengembangan.
 - 4) Harus menarik.

2.5.2 Indikator Daya Tarik

Sugiyono dalam Irawan (2017: 21) juga berpendapat bahwa berhasil atau tidaknya suatu tempat wisata hingga dapat tercapainya kawasan wisata sangat tergantung 3 (tiga) indikator berikut ini:

1. Atraksi seperti tingkat keunikan dan nilai dari obyek wisatanya.
2. Akseibilitas seperti jarak tempat wisata dari jalan raya, kondisi jalan menuju lokasi dan kendaraan yang dapat menuju obyek wisata.
3. Amenilities seperti fasilitas umum dan pendukung.

Suwontoro dalam Soleh (2017) menyatakan bahwa ada beberapa hal-hal yang menjadi indikator daya tarik wisata, yaitu adalah:

1. Adanya Keindahan, seperti halnya keindahan pegunungan, pantai, sungai, hutan dan sebagainya. Yang dapat memberikan rasa, memberikan pengalaman persepsi kesenangan, bermakna dan kepuasan.
2. Adanya sumber atau obyek yang mampu menimbulkan rasa senang, nyaman dan ruangan yang bersih kepada wisatawan.

2.6 Penelitian Terkait

Berikut ini hasil penelitian sejenis mengenai pariwisata yang diambil dari penelitian sebelumnya adalah sebagai berikut:

- a. Lakuhati *et al.* 2018, (Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan Ke Kawasan Ekowisata di Desabahoi Kecamatan Likupang Barat Kabupaten Minahasa Utara). Dalam penelitian ini bertujuan untuk menganalisis seberapa besar Jarak tempuh, tingkat usia, biaya perjalanan dan biaya masuk. Dalam penelitian ini disimpulkan bahwa hanya variabel Jarak tempuh, tingkat usia, biaya perjalanan dan biaya masuk berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap Aktivitas kunjungan wisatawan
- b. Maulana, 2018, (Faktor Yang Mempengaruhi Wisatawan Berkunjung Kembali Pada Destinasi Wisata Pulau Samosir). Dalam penelitian memiliki 2 variabel bebas yaitu : warisan dan budaya dengan variabel terikatnya kunjungan wisatawan di Destinasi Wisata Pulau Samosir. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa: pertama budaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap wisatawan berkunjung kembali pada destinasi wisata Pulau Samosir. Kedua, warisan berpengaruh signifikan dan positif terhadap wisatawan berkunjung kembali pada destinasi wisata Pulau Samosir.
- c. Saputra dan Sri Suryoko, 2018, (Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Berkunjung di Ekowisata Mangrove Pasarbanggi Kabupaten Rembang). Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi Memengaruhi Keputusan Berkunjung di Ekowisata Mangrove Pasarbanggi Kabupaten Rembang. Penelitian ini memiliki tiga variabel bebas yaitu, kualitas pelayanan, lokasi dan daya tarik dengan variabel terikatnya yaitu Keputusan Berkunjung di Ekowisata Mangrove Pasarbanggi Kabupaten Rembang. Hasil regresi analisis data menunjukkan bahwa variabel bebas mempengaruhi keputusan berkunjung di ekowisata mangrove Pasarbanggi Kabupaten Rembang.
- d. Pratama dan I Made Indra Wiraguna, 2019, (Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Wisatawan Berkunjung ke Bali Zoo di Singapadu, Gianyar). Dalam penelitian ini diperoleh kesimpulan sebagai berikut: 1). Jumlah Jumlah produk, distribusi, pribadi personel dan sosial berpengaruh positif terhadap keputusan wisatawan berkunjung ke Bali Zoo di Singapadu, Gianyar. 2). keputusan wisatawan berkunjung ke Bali Zoo di Singapadu, Gianyar 3). keputusan wisatawan berkunjung ke Bali Zoo di Singapadu, Gianyar. 4) keputusan wisatawan berkunjung ke Bali Zoo di Singapadu, Gianyar.
- e. Simarmata *et al.* 2021, (Analisis Perilaku Minat Wisatawan Berkunjung Kembali Ke Pulau Samosir). Dalam penelitian ini diperoleh kesimpulan sebagai berikut: 1). daya tarik berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali ke Pulau Samosir. 2). kepuasan berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali ke Pulau Samosir. 3). kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali ke Pulau Samosir.
- f. Wahyudi dan Mochamad Herlan, 2021, (Faktor Promosi dan Sarana Prasarana Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Objek Wisata

Danau Tasikardi Serang – Banten). Dalam penelitian ini diperoleh kesimpulan sebagai berikut: 1). sarana dan prasarana berpengaruh positif terhadap tingkat kunjungan wisatawan di Objek Wisata Danau Tasikardi Serang–Banten. 2). promosi berpengaruh positif terhadap tingkat kunjungan wisatawan di Objek Wisata Danau Tasikardi Serang – Banten.

- g. Ginting *et al.* 2022, (Pengaruh Daya Tarik Dan Kualitas Layanan Terhadap Putusan Berkunjung Kembali Wisatawan Kaldera Toba). Dalam penelitian ini diperoleh kesimpulan sebagai berikut: 1). daya tarik wisata, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung kembali Wisatawan Kaldera Toba. 2). kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung kembali Wisatawan Kaldera Toba.

Tabel 2.1
Penelitian Terkait

No	Judul dan Nama Peneliti	Metode dan Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan Ke Kawasan Ekowisata Desabahoi Kecamatan Likupang Barat Kabupaten Minahasa Utara (Lakuhati <i>et al.</i> 2018)	Kuantitatif (Regresi Linear Berganda) • Variabel Dependen: Aktivitas kunjungan wisatawan • Variabel Independen: Jarak tempuh, tingkat usia, biaya perjalanan dan biaya masuk	1. Variabel Jarak tempuh, tingkat usia, biaya perjalanan dan biaya masuk berpengaruh positif dan signifikan.
2	Faktor Yang Mempengaruhi Wisatawan Berkunjung Kembali Pada Destinasi Wisata Pulau Samosir (Maulana, Yopy (2018)	Kuantitatif (Regresi Linear Berganda) • Variabel Dependen: Kunjungan wisatawan • Variabel Independen: warisan dan budaya	1. Variabel warisan dan budaya positif dan signifikan.
3	Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Berkunjung di Ekowisata Mangrove	Kuantitatif (Regresi Linear Berganda) • Variabel Dependen: Keputusan pembelian	1. Variabel jumlah Kualitas pelayanan, lokasi dan daya tarik berpengaruh positif dan signifikan.

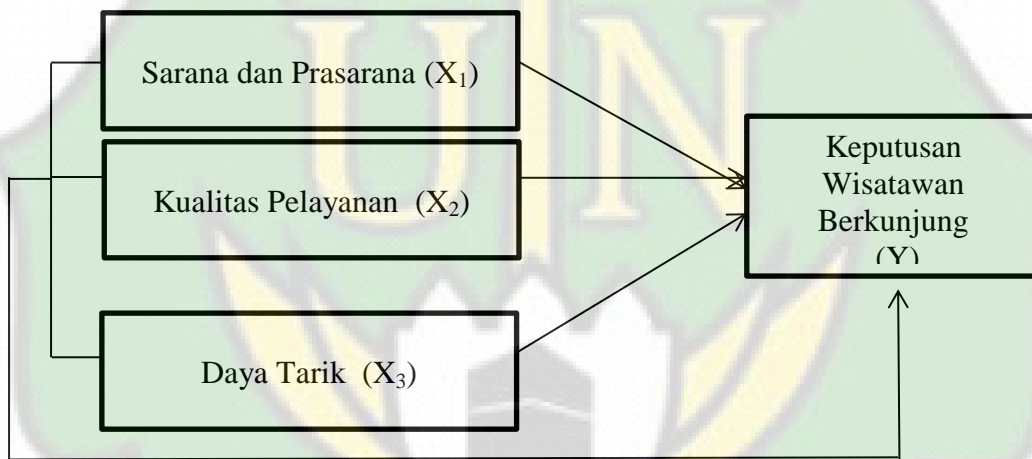
	Pasarbanggi Kabupaten Rembang Saputra dan Sri Suryoko (2018)	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Independen: Kualitas pelayanan, lokasi dan daya tarik 	
4	<p>Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Wisatawan Berkunjung ke Bali Zoo di Singapadu, Gianyar</p> <p>(Pratama dan I Made Indra Wiraguna, 2019)</p>	<p>Kuantitatif (Regresi Linear Berganda)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Variabel Dependen: Keputusan wisatawan • Variabel Independen: Jumlah produk, distribusi, pribadi personel dan sosial 	1. Variabel jumlah Jumlah produk, distribusi, pribadi personel dan sosial berpengaruh positif dan signifikan.
5	<p>Analisis Perilaku Minat Wisatawan Berkunjung Kembali Ke Pulau Samosir</p> <p>(Simarmata <i>et al.</i> 2021)</p>	<p>Kuantitatif (Regresi Linear Berganda)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Variabel Dependen: Minat berkunjung • Variabel Independen: daya tarik, kepuasan dan kualitas pelayanan 	Variabel daya tarik, kepuasan dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan.
6	<p>Faktor Promosi dan Sarana Prasarana Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Objek Wisata Danau Tasikardi Serang – Banten</p> <p>(Wahyudi dan Mochamad Herlan, 2021)</p>	<p>Kuantitatif (Regresi Linear Berganda)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Variabel Dependen: Keputusan berkunjung • Variabel Independen: sarana dan prasarana serta promosi 	Variabel sarana dan prasarana serta promosi berpengaruh positif dan signifikan.
7	<p>Pengaruh Daya Tarik Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali Wisatawan</p>	<p>Kuantitatif (Regresi Linear Berganda)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Variabel Dependen: Keputusan berkunjung 	Variabel daya tarik wisata, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan.

	Kaldera Toba (Ginting <i>et al.</i> 2022)	• Variabel Independen: daya tarik wisata, dan kualitas pelayanan	
--	---	--	--

2.7 Kerangka Pemikiran

Berkaitan dengan penelitian ini berdasarkan teori yang digunakan maka dikaitkan hubungan sarana dan prasarana, kualitas pelayanan dan daya tarik terhadap keputusan wisatawan berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil. Hal tersebut digambarkan sebagai berikut :

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



Dalam pengelolaan objek wisata di Pulau Banyak di Kabupaten Aceh Singkil, kesuksesan sektor wisata ini dapat dilihat dari pendapat yang berkelanjutan. Keputusan wisatawan berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil dapat diperoleh dari berbagai faktor. Keputusan wisatawan berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil dapat diukur dari seberapa tinggi atau seberapa besar sarana dan prasarana, kualitas pelayanan dan daya tarik yang diberikan oleh pelaku usaha wisata terhadap para pengguna atau pelanggan, semakin bagus sarana dan prasarana, kualitas pelayanan dan daya tarik yang diterapkan maka akan meningkatkan keputusan wisatawan berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil. Peneliti tertarik melakukan penelitian ini untuk melihat apakah sarana dan prasarana, kualitas pelayanan dan daya tarik berpengaruh terhadap keputusan wisatawan berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil. Kemudian untuk mengetahui bagaimana

pengaruh secara simultan terhadap keputusan wisatawan berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil. Dengan demikian terbentuklah kerangka pemikiran seperti Gambar 2.1.

2.8 Pengembangan Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap suatu rumusan masalah penelitian, pada rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Maksud dari sementara yaitu jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, namun didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data (Sugiyono, 2015). Berdasarkan uraian kerangka pemikiran, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian ini sebagai berikut :

- H₁**: Sarana dan prasarana berpengaruh terhadap keputusan wisatawan berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil
- H₂**: Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan wisatawan berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil
- H₃**: Daya tarik berpengaruh positif terhadap keputusan wisatawan berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil
- H₄**: Sarana dan prasarana, kualitas pelayanan dan daya tarik berpengaruh terhadap keputusan wisatawan berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk melihat faktor-faktor yang mempengaruhi wisatawan berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil. Sehingga pada penelitian ini diperlukan pendekatan penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2015). Penelitian kuantitatif ialah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, adapun analisis data yang bersifat kuantitatif dengan tujuan yaitu menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif asosiatif. Kuantitatif asosiatif adalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2015).

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2015). Adapun populasi dalam penelitian ini yaitu para wisatawan yang mengunjungi objek wisata di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil. Adapun jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 126729 orang wisatawan berkunjung pada Tahun 2023. Berikut ini disajikan rincian jumlah populasi wisatawan yang mengunjungi objek wisata di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil, seperti pada Tabel 3.1

Tabel 3.1
Populasi Penelitian

No	Jumlah wisatawan	
	Asing	Domestik
1	272	126457
Jumlah	126729	

Sumber: Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kab. Aceh Singkil, (2023)

3.2.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2015). Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya. Berdasarkan Tabel 3.1, pengambilan sampel dilakukan dengan teknik slovin terhadap pengunjung atau pengguna objek wisata di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus slovin dengan nilai persentase toleransi yang ditetapkan sebesar 10% (Suliyanto, 2016:100) sebagai berikut:

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

Keterangan :

- N = Populasi
- n = Sampel
- e = Persentase Toleransi

Berdasarkan jumlah populasi tersebut dengan menggunakan rumus slovin sebesar 10% maka jumlah minimum sampel yang diambil sebesar:

$$\begin{aligned}n &= \frac{126729}{1+126729 (0,1)^2} \\n &= \frac{126729}{1+126729 (0,01)} \\n &= \frac{126729}{1268,29}\end{aligned}$$

$$n = 99,92 \text{ dibulatkan menjadi } 100 \text{ orang}$$

3.3 Data dan Teknik Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu Penelitian Lapangan (*Field Research*) dan studi risalah yaitu data yang diambil

langsung dari sumbernya atau belum melalui proses pengumpulan dari pihak lain atau data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari objeknya. Pengumpulan data dilakukan dengan cara mengedarkan kuesioner yang disampaikan langsung kepada responden yang berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil.

3.4 Operasional Variabel

Menurut Indriantoro dan Supomo (2011) definisi operasional adalah penentuan konsep sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Definisi operasional menjelaskan cara tertentu yang digunakan oleh peneliti dalam mengoperasionalkan konsep. Sehingga memungkinkan untuk peneliti selanjutnya melakukan penelitian kembali dengan cara yang sama atau mengembangkan cara pengukuran dengan konsep yang lebih baik. Berikut ini merupakan definisi operasional variabel beserta ukuran-ukuran atau indikator-indikatornya.

Dalam penelitian ini definisi operasional variabel dapat dilihat pada Tabel 3.2.

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala	Ukuran	Item Pertanyaan
	Independen					
1	Sarana dan Prasarana (X ₁)	Sarana dan prasarana wisata adalah segala sesuatu yang dapat melengkapi dan dapat memudahkan proses kegiatan pariwisata agar dapat berjalan secara lancar, seperti: penginapan, rumah makan, tempat perbelanjaan, biro perjalanan, lembaga keuangan dan lain-lain (Warpani, 2011: 22)	Aksebilitas Utilitas Jaringan pelayanan (Warpani, 2011: 45)	1-5 1-5 1-5	Interval Interval Interval	A1 A2 A3
2.	Kualitas	kualitas pelayanan	<i>Tangible</i> (bukti fisik)	1-5	Interval	B1

	Pelayanan (X ₂)	merupakan keseluruhan karakteristik atas suatu produk barang atau jasa yang mempengaruhi atas kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan klien yang dinyatakan atau tidak dinyatakan Kotler (2012:50)	Reliability (keandalan)	1-5	Interval	B2	
			Responsiveness (ketanggapan)	1-5	Interval	B3	
			Assurance (Jaminan/ketenaangan)				B4
			Empathy (Empati) (Kotler, 2012:56)				B5
3.	Daya Tarik Wisata (X ₃)	Daya tarik objek wisata adalah suatu tempat atau keadaan alam yang memiliki sumber daya alam yang dibangun dan dikembangkan sehingga mempunyai daya tarik yang diusahakan sebagai tempat yang dikunjungi wisatawan (SK Menparpostel No. KM 98 PW. 102 MPPT – 87)	Atraksi			C1	
			Aksebilitas				C2
			Amenilities (Irawan, 2017: 21)				C3
	Dependen						
4	Keputusan Berkunjung/ pembelian (Y)	Keputusan berkunjung atau pembelian adalah keputusan pembeli tentang merek mana yang dibeli (Kotler dan Amstrong, 2012:181)	Tujuan dalam membeli sebuah produk	1-5	Interval	D1	
			Pemrosesan informasi untuk sampai ke pemilihan merek	1-5	Interval	D2	
			Kemantapan pada sebuah produk	1-5	Interval	D3	
			Memberikan rekomendasi kepada orang lain	1-5	Interval	D4	

			Melakukan pembelian ulang (Kotler, 2012:222)	1-5	Interval	D5
--	--	--	--	-----	----------	----

3.5 Uji instrumen

3.5.1 Uji Validitas

Menurut Ghozali (2016) uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Untuk melakukan uji validitas ini menggunakan program SPSS (*Statistic Product and Service Solution*) versi 25. Uji validitas ini dapat disampaikan hal-hal pokok, sebagai berikut: (a) Uji ini sebenarnya untuk melihat kelayakan butir-butir pertanyaan dalam kuesioner tersebut untuk mendefinisikan suatu variabel. (b) Daftar pertanyaan ini pada umumnya untuk mendukung suatu kelompok variabel tertentu. (c) Uji validitas dilakukan setiap butir soal. Hasilnya dibandingkan dengan r tabel untuk *degree of freedom* $df=n-k$ dengan tingkat kesalahan 10%. (d) Jika $r \text{ tabel} < r \text{ hitung}$ maka butir soal disebut valid (Noor, 2011)

3.5.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2016) uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Suatu kuesioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dalam penelitian ini uji reliabilitas menggunakan SPSS untuk mengidentifikasi seberapa baik item-item dalam kuesioner tersebut yang berhubungan dengan satu dan lainnya. Jadi suatu konstruk atau variabel dinyatakan *reliable* jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$.

3.6 Uji Asumsi Klasik

3.6.1 Uji Normalitas

Uji asumsi normalitas adalah bertujuan untuk menguji sebuah model regresi apakah variabel independen, variabel dependen, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik ialah distribusi normal atau mendekati normal. Dasar pengambilan keputusan memenuhi normalitas atau tidak (Ghozali, 2016). Dalam pengujian normalitas ini dapat digunakan dengan menggunakan metode

analisis grafik dan metode normal *probability plot*. Analisis grafik merupakan salah satu cara untuk melihat normalitas residual yaitu dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data distribusi yang mendekati normal. Tetapi hanya dengan melihat histogram, hal ini dapat membingungkan, khususnya untuk jumlah sampel yang kecil. Metode lain yang dapat digunakan adalah dengan melihat normal *probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Jadi dasar pengambilan keputusan dari analisis normal *probability plot* sebagai berikut:

- a. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.6.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas memiliki tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda maka disebut dengan heteroskedastisitas (Ghozali, 2016). Peneliti disini menggunakan koefisien korelasi *Rank Spearman* Menurut Sugiyono (2015), korelasi Rank Spearman dipakai untuk menguji signifikansi hipotesis asosiatif apabila tiap-tiap variabel yang dihubungkan berbentuk ordinal dan sumber data antar variabel tidak harus sama.

3.6.3 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas ialah bertujuan untuk mnguji apakah didalam model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi atau sempurna antar variabel independen. Jika antar variabel indepenen terjadi multikolinieritas dengan sempurna, maka model regresi tersebut tidak dapat menaksir secara tepat sehingga diperoleh kesimpulan yang salah tentang variabel yang teliti. Kemudian untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas dalam model regresi dapat dilihat dari *tolerance value* atau *Variance Inflation Factor* (VIF).

Menurut Ghozali (2016) mengukur multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* atau *Variance Inflation Factor* (VIF) dari masing-masing variabel, jika nilai toleransi $< 0,10$ atau $VIF > 10$ maka terdapat multikolinieritas, sehingga variabel

tersebut harus dibuang, dan sebaliknya jika *tolerance* > 0,10 dan VIF < 10 maka variabel tersebut tidak terjadi multikolinieritas.

3.7 Peralatan Analisis Data

Dalam penelitian ini, untuk menguji hipotesis digunakan analisis regresi linear berganda (Sugiyono, 2015). Analisis ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen atau mengukur pengaruh dari variabel bebas, yaitu: sarana dan prasarana (X_1), kualitas pelayanan (X_2), dan daya tarik (X_3), terhadap variabel terikat yaitu keputusan wisatawan berkunjung (γ) yang dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Di mana:

γ	= Keputusan Berkunjung
α	= Konstanta
β_1 β_2 dan β_3	= Koefisien regresi variabel terikat
X_1	= Sarana dan Prasarana
X_2	= Kualitas pelayanan
X_3	= Daya Tarik
e	= Error

3.8 Uji Hipotesis

3.8.1 Uji Parsial (Uji-t)

Uji tabel t digunakan untuk melihat pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen secara parsial atau masing-masing sehingga dapat dirumuskan hipotesis untuk yang pertama dalam uraian kalimat, antara lain:

H01 = Tidak terdapat pengaruh sarana dan prasarana terhadap keputusan wisatawan berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil

Ha1 = Terdapat pengaruh sarana dan prasarana terhadap keputusan wisatawan berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil.

H02 = Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan wisatawan berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil.

Ha2 = Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan wisatawan berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil.

H03 = Tidak terdapat pengaruh daya tarik terhadap keputusan wisatawan berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil.

Ha3 = Terdapat pengaruh daya tarik terhadap keputusan wisatawan berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil.

Menurut Sujarweni (2015), Uji t merupakan pengujian koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X_1 , X_2 dan X_3) secara individual akan mempengaruhi variabel dependen (γ). Kemudian jika nilai probabilitas signifikansinya lebih kecil dari 0,05 (5%) maka suatu variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis pula diterima jika taraf signifikan ($\alpha < 0,05$) dan jika hipotesis ditolak maka taraf signifikan ($\alpha > 0,05$) (Sujarweni, 2015).

3.8.2 Uji simultan (Uji-F)

Uji tabel F bertujuan untuk melihat pengaruh antara variabel independen secara simultan atau bersama-sama terhadap dependen sehingga dapat dirumuskan hipotesis untuk yang kedua dalam uraian kalimat, sebagai berikut:

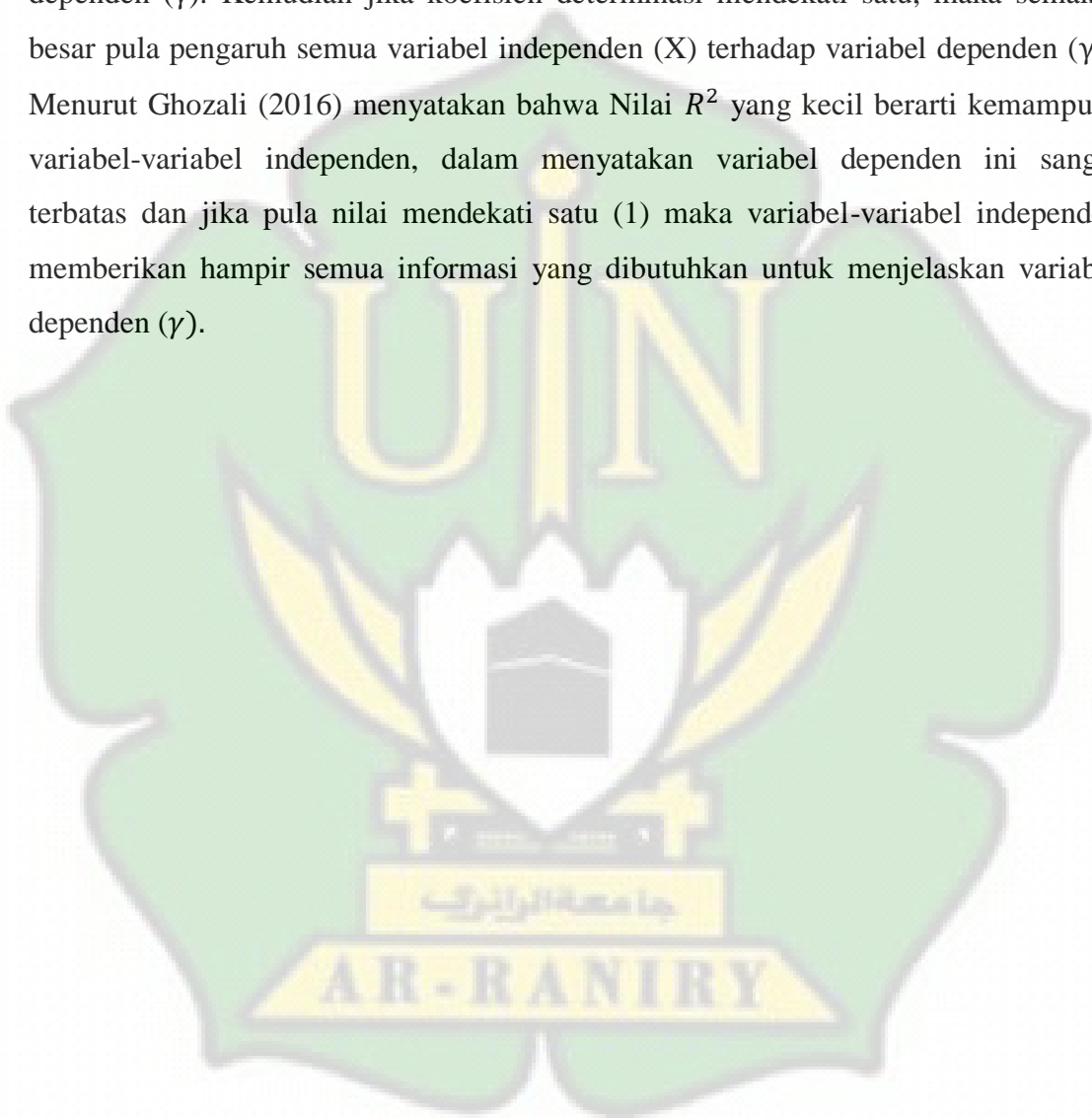
H04 = Tidak terdapat pengaruh sarana dan prasarana, kualitas pelayanan dan daya tarik secara simultan terhadap keputusan wisatawan berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil.

Ha4 = Terdapat pengaruh sarana dan prasarana, kualitas pelayanan dan daya tarik secara simultan terhadap keputusan wisatawan berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil.

Menurut sujarweni (2015), uji F adalah pengujian signifikansi persamaan yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (X_1 dan X_2 dan X_3) secara bersama-sama terhadap variabel tidak bebas (γ). Adapun kriteria jika $p < 0,05$ maka H0 ditolak dan Ha diterima. Namun jika $p > 0,05$ maka H0 diterima dan Ha ditolak (Sujarweni, 2015). H0 diterima jika dalam artian tidak ada pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel sarana dan prasarana, kualitas pelayanan dan daya tarik terhadap keputusan wisatawan berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil. Sebaliknya, jika Ha diterima maka dalam artian ada pengaruh yang signifikan antara variabel sarana dan prasarana, kualitas pelayanan dan daya tarik terhadap keputusan wisatawan berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil.

3.9 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Besarnya koefisien determinasi ialah nol sampai dengan satu. Namun semakin mendekati nol, maka semakin kecil pula pengaruh semua variabel independen (X) terhadap nilai variabel dependen (γ). Kemudian jika koefisien determinasi mendekati satu, maka semakin besar pula pengaruh semua variabel independen (X) terhadap variabel dependen (γ). Menurut Ghozali (2016) menyatakan bahwa Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen, dalam menyatakan variabel dependen ini sangat terbatas dan jika pula nilai mendekati satu (1) maka variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk menjelaskan variabel dependen (γ).



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1.1 Gambaran Umum Objek Wisata di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil

Secara astronomis, Kawasan Kepulauan Banyak berada pada titik koordinat $02^{\circ}00'00''$ - $02^{\circ}22'12''$ LU dan $97^{\circ}06'34''$ - $97^{\circ}28'13''$ BT. Sebagai kawasan kepulauan, Kepulauan Banyak terdiri dari 63 buah pulau dengan empat pulau besar di dalamnya, yaitu Pulau Ujung Batu, Pulau Palambak Besar, Pulau Tuangku, dan Pulau Bangkaru. Letak geografis Kepulauan Banyak yang berada tepat di antara Pulau Simeulue di utara dan Pulau Nias di Selatan, serta Pulau Sumatera di bagian timur membentuk keragaman masyarakat yang unik di dalamnya. Keunikan ini ditunjukkan diantaranya dengan komposisi suku penduduk yang mendiami kawasan dan dan bahasa yang digunakan para penduduknya.

Data Pusat Pengembangan dan Perlindungan Badan Pengembangan dan Perlindungan Bahasa Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (2019) menunjukkan bahwa di wilayah Aceh Singkil teridentifikasi beberapa Bahasa yang banyak digunakan oleh masyarakatnya, yaitu Bahasa Batak, Minangkabau dan Jawa. Selain Bahasa diatas terdapat beberapa Bahasa yang digunakan secara terbatas oleh komunitas masyarakat yaitu Bahasa Nias. Keragaman Bahasa ini menunjukkan bahwa kawasan ini sangat terbuka bagi setiap pendatang yang datang. Hal ini sejalan dengan karakter masyarakat pesisir (nelayan) yang jauh lebih egaliter dibandingkan dengan masyarakat pedalaman (agraris). Selain itu di Kawasan Kepulauan Banyak, khususnya di Pulau Tuangku, hidup suku Haloban, merupakan suku yang terbentuk dari proses akulturasi lima suku, yaitu suku Minangkabau, suku Nias, suku Simeuleu, sku Batak, dan suku Mandailing. Masyarakat Haloban menggunakan bahasa yang juga disebut sebagai bahasa Haloban sebagai bahasa sehari-hari, selain bahasa Aneuk Jamee.

Secara administratif, Kawasan Kepulauan Banyak terdiri dari dua kecamatan dan tujuh kampung. Tiga kampung berada di Kecamatan Pulau Banyak dan empat kampung berada di Kecamatan Pulau Banyak Barat. Kampung dengan luas wilayah terbesar adalah Kampung Haloban dan kampung dengan luas wilayah terkecil adalah

Kampung Pulau Balai. Kampung dengan lokasi terjauh dari pusat pemerintahan kecamatan adalah Kampung Suka Makmur. Secara administratif, Kawasan Kepulauan Banyak terdiri dari dua kecamatan dan tujuh kampung. Tiga kampung berada di Kecamatan Pulau Banyak dan empat kampung berada di Kecamatan Pulau Banyak Barat. Kampung dengan luas wilayah terbesar adalah Kampung Haloban dan kampung dengan luas wilayah terkecil adalah Kampung Pulau Balai. Kampung dengan lokasi terjauh dari pusat pemerintahan kecamatan adalah Kampung Suka Makmur.

Kawasan Kepulauan Banyak memiliki jumlah penduduk 7.640 jiwa atau hanya sekitar 6% dari jumlah penduduk Kabupaten Aceh Singkil (BPS, 2021). Kampung dengan jumlah penduduk terbanyak adalah Kampung Pulau Balai sebagai ibu kota Kecamatan Pulau Banyak, dan kampung dengan jumlah penduduk paling sedikit adalah Kampung Suka Makmur. Secara keseluruhan, tingkat kepadatan Kawasan Kepulauan Banyak masih rendah, yaitu hanya 24,79 jiwa/km, walaupun demikian beberapa kampung memiliki tingkat kepadatan penduduk lebih dari 100 jiwa/km², yaitu Kampung Pulau Balai, Kampung Pulau Baguk, dan Kampung Ujung Sialit. Kepadatan penduduk Kampung Pulau Balai bahkan mencapai 428,20 jiwa/km², tertinggi di kawasan ini. Konsentrasi penduduk di Kampung Pulau Balai selain karena merupakan ibu kota kecamatan, juga karena aksesibilitas yang mudah sebagai pintu masuk kawasan ini. Berikut ini tabel luas kawasan Pulau Banyak dan jarak ke pusat pemerintahan

Tabel 4.1
Luas Kawasan Pulau Banyak dan Jarak ke Pusat Pemerintahan

Kampung	Luas (km ²)	%	Jarak Kampung dari Ibu Kota (km)		
			Kecamatan	Kabupaten	Provinsi
Kecamatan Pulau Banyak					
Pulau Baguk	10,00	3,25	1	51	760
Pulau Balai	4,50	1,47	0	50	759
Teluk Nibung	15,00	4,87	8	58	767
Kecamatan Pulau Banyak Barat					
Asantola	39,63	12,86	2	87	797
Ujung Sialit	9,21	2,98	10	71	781
Haloban	218,09	70,77	0	86	796

Lanjutan Tabel 4.1

Suka Makmur	11,74	3,80	15	76	786
Jumlah	308,17	100,00			

Kawasan Kepulauan Banyak menjadi salah satu destinasi pariwisata unggulan di Kabupaten Aceh Singkil. Keindahan alamnya berupa pantai dengan pasir yang putih menjadi daya tarik untuk dikunjungi oleh wisatawan. Selain pantai berpasir putih, Kepulauan Banyak juga memiliki daya tarik wisata lain yang tidak kalah menariknya, seperti kawasan hutan dengan kekayaan flora dan fauna, batuan dan karang, dan budaya tradisi masyarakat yang khas. Berdasarkan kategorisasi dalam Peraturan Pemerintah tersebut, kawasan Kepulauan Banyak memiliki 26 daya tarik wisata, yang terdiri dari alam, dua daya tarik wisata budaya, dan dua daya tarik wisata hasil buatan manusia. Kategorisasi daya tarik wisata/sumber daya wisata yang ada di kawasan Kepulauan Banyak. Beberapa daya tarik wisata yang berada di Kawasan Kepulauan Banyak adalah sebagai berikut.

1. Pantai Pulau Sikandang

Pantai Pulau Sikandang adalah salah satu daya tarik wisata di Kecamatan Pulau Banyak yang memiliki luas pulau sekitar 151 ha dengan garis pantai sepanjang 8 km. Banyak kegiatan yang dapat dilakukan untuk menghabiskan waktu di pulau ini. Karakteristik laut di pantainya yang tenang, dangkal, dan landai sangat aman untuk aktivitas berenang atau bermain kayak sambil menikmati indahnya dasar laut berpasir putih. Aktivitas lain yang dapat dilakukan adalah berjalan mengelilingi pulau untuk menikmati suasana pulau yang dipenuhi hamparan pohon kelapa dengan pantai pasir putih. Wisatawan yang datang bisa menikmati matahari terbenam yang indah di pantai ini.

2. Pantai Ujung Teluk Nibung

Pantai Ujung Teluk Nibung terletak di Pulau Ujung Batu, Kampung Teluk Nibung. Pengunjung dapat bersantai di pantai sambil menikmati pemandangan laut. Karakter dari Pantai Ujung Teluk Nibung adalah air laut yang tenang dan dangkal karena letaknya terlindung gugusan pulau sehingga wisatawan dapat beraktivitas mandi air laut. Akitivitas wisata lainnya yang biasanya di lakukan oleh wisatawan adalah berfoto dengan latar belakang pantai serta air laut biru kehijauan

3. Pulau Tailana

Pulau Tailana terletak di Kecamatan Pulau Banyak Barat. Pantai di Pulau Tailana dikenal sebagai lokasi snorkelling dan spot diving yang menjadi tujuan wisatawan datang. Untuk ke lokasi snorkeling pengunjung perlu sekitar 100 m ke arah Utara ke tempat yang menyuguhkan panorama bawah lautnya seperti akuarium raksasa. Laut di sekitar Tailana terlihat dangkal serta jernih dan pantai dengan hamparan pasir putih yang cukup luas. Pulau Tailana cocok menjadi tempat liburan bersama keluarga.

4. Pulau Rago-Rago

Pulau Rago-Rago masuk ke dalam wilayah administrasi Kampung Haloban, Kecamatan Pulau Banyak Barat. Tempat ini menjadi favorit banyak orang untuk berlibur dan bersantai melihat keindahan laut biru, salah satunya karena keberadaan Nago Resort. Di Nago Resort, wisatawan dapat melakukan snorkeling untuk bisa melihat beragam terumbu karang di dasar lautnya. Wisatawan juga bisa menikmati sunset indah di sore hari. Pulau ini luas dan memiliki pasir putih, sehingga wisatawan bisa bebas untuk bermain dan berenang di bibir pantai. Perairan Pulau Rago-Rago juga merupakan jalur perlintasan mamalia laut, khususnya dugong.

4.2 Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini adalah keadaan atau ciri-ciri keputusan wisatawan berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil yang terpilih sebagai sampel sebanyak 100 orang wisatawan. Wisatawan yang menggambarkan identitas mereka dilihat dari jenis kelamin, status perkawinan, usia dan pendidikan. Karakteristik responden pada Wisatawan berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil dapat dilihat pada Tabel 4.2.

Tabel 4.2
Karakteristik Responden

No	Karakteristik	Frekuensi (Wisatawan)	Persentase (%)
1	Jenis Kelamin		
	1. Laki-Laki	52	52,0
	2. Perempuan	48	48,0
2	Status Perkawinan		
	1. Menikah	62	62,0
	2. Belum Menikah	38	38,0

3	Usia		
	1. < 30 Tahun	14	14,0
	2. 31 - 40 Tahun	52	52,0
	3.> 41 Tahun	34	34,0
4	Pendidikan		
	1. SLTA/Sederajat	14	14,0
	2. Diploma	18	18,0
	3. Sarjana	66	66,0
	4. Pascasarjana	2	2,0
Total		100	100

Sumber: Data Primer (2023)

Berdasarkan Tabel 4.2 menjelaskan bahwa penelitian terhadap sampel 100 orang wisatawan berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil, adapun rinciannya sebagai berikut.

Dilihat dari jenis kelamin responden bahwa laki-laki sebanyak 52 orang wisatawan atau 52,0 persen dan perempuan sebanyak 48 orang wisatawan atau sebesar 48,0 persen. Dilihat dari status perkawinan responden yang sudah menikah sebanyak 62 orang wisatawan atau 62,0 persen, dan yang belum menikah sebanyak 38 orang wisatawan atau 38,0 persen.

Dilihat dari usia responden yang berusia kurang dari 30 Tahun sebanyak 14 orang atau 14, persen, dengan tingkat usia 31- 40 tahun sebanyak 52 orang atau 52,0 persen, dan sisanya dengan diatas 41 tahun sebanyak 34 orang atau 34,0%.

Dilihat dari pendidikan responden yang berpendidikan SLTA/ Sederajat sebanyak 14 orang atau 14,0 persen, berpendidikan Diploma sebanyak 18 orang atau 18,0 persen, berpendidikan Sarjana sebanyak 66 orang atau 66,0 persen, dan berpendidikan Pascasarjana sebanyak 2 orang atau sebesar 2,0 persen.

4.3 Hasil Pengujian Instrumen

4.3.1 Pengujian Validitas

Uji validitas adalah bukti bahwa instrument, teknik, atau proses yang digunakan untuk mengukur sebuah konsep benar-benar mengukur sebuah konsep yang dimaksudkan. Menurut Sugiyono (2012:184) suatu indikator dikatakan valid, apabila $n = 100$ dan $\alpha = 0,05$, maka $r_{table} = 0,194$ dengan ketentuan hasil $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,194) valid dan hasil $r_{hitung} < r_{tabel}$ (0,194) tidak valid. Untuk lebih jelasnya mengenai hasil pengujian validitas dapat dilihat pada Tabel 4.3.

Tabel 4.3
Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Butir	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel} (N=100)	Keterangan
1	Keputusan Wisatawan (Y)	KW1	0,534	0,194	Valid
		KW2	0,612	0,194	Valid
		KW3	0,515	0,194	Valid
		KW4	0,446	0,194	Valid
		KW5	0,560	0,194	Valid
2	Sarana dan Prasarana (X ₁)	SP1	0,676	0,194	Valid
		SP2	0,783	0,194	Valid
		SP3	0,780	0,194	Valid
3	Kualitas Pelayanan (X ₂)	KP1	0,623	0,194	Valid
		KP2	0,580	0,194	Valid
		KP3	0,666	0,194	Valid
		KP4	0,637	0,194	Valid
		KP5	0,621	0,194	Valid
4	Daya Tarik Wisata (X ₃)	DT1	0,784	0,194	Valid
		DT2	0,760	0,194	Valid
		DT3	0,466	0,194	Valid

Sumber : Data Primer, 2023 (diolah)

Berdasarkan Tabel 4.3 sebelumnya, maka hasil pengujian validitas pada setiap variabel mempunyai nilai yang paling rendah, yaitu:

1. Variabel Keputusan Wisatawan (Y)

Hasil pengujian validitas untuk variabel keputusan wisatawan yang terdiri dari lima (lima) item pernyataan dilambangkan dengan kode item KW1 hingga KW5 menunjukkan r_{hitung} terendah sebesar 0,446, angka ini lebih besar dari nilai r_{tabel} (n=100) sebesar 0,254. Dengan demikian dapat diartikan seluruh item pernyataan yang berhubungan dengan variabel keputusan wisatawan dinyatakan valid.

2. Variabel Sarana dan Prasarana (X₁)

Hasil pengujian validitas untuk variabel sarana dan prasarana yang terdiri dari 3 (tiga) item pernyataan dilambangkan dengan kode item SP1 hingga SP3 menunjukkan r_{hitung} terendah sebesar 0,676, angka ini lebih besar dari nilai r_{tabel} (n=100) sebesar 0,254, sehingga seluruh item pernyataan yang berhubungan dengan variabel sarana dan prasarana dinyatakan valid.

3. Variabel Kualitas Pelayanan (X_2)

Hasil pengujian untuk variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari 5 (lima) item pernyataan dilambangkan dengan kode item KP1 hingga KP5, menunjukkan nilai r_{hitung} terendah sebesar 0,580, angka ini lebih besar sama dengan nilai r_{tabel} ($n=100$) sebesar 0,254, sehingga dapat diartikan bahwa seluruh item pernyataan yang berhubungan dengan variabel kualitas pelayanan dinyatakan valid.

4. Variabel Daya Tarik Wisata (X_3)

Hasil pengujian untuk variabel daya tarik wisata yang terdiri dari 3 (tiga) item pernyataan dilambangkan dengan kode item DT1 hingga DT3, menunjukkan nilai r_{hitung} terendah sebesar 0,466, angka ini lebih besar sama dengan nilai r_{tabel} ($n=100$) sebesar 0,254, sehingga dapat diartikan bahwa seluruh item pernyataan yang berhubungan dengan variabel daya tarik wisata dinyatakan valid.

Berdasarkan uraian sebelumnya, jelaslah bahwa seluruh item pernyataan yang terdapat pada masing-masing variabel dependen yaitu keputusan wisatawan dan variabel independen yaitu sarana dan prasarana, kualitas pelayanan dan daya tarik wisata dinyatakan valid, yang berarti kuesioner yang digunakan untuk pengumpulan data dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

4.3.2 Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Keandalan (*reliability*) suatu pengukuran menunjukkan sejauh mana pengukuran tersebut dilakukan tanpa ada kesalahan. Menurut Ghazali (2011:48) pengukuran reliabilitas dalam penelitian adalah *Cronbach Alpha* (α) > 0.60. Hasil dari uji statistik *Cronbach Alpha* (α) > 0.60 akan menentukan instrument yang digunakan dalam penelitian ini reliabel digunakan atau tidak. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 4.4.

Tabel 4.4
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Jumlah Item	Nilai Cronbach Alpha	Keterangan
1	Keputusan (Y)	5	0,670	Handal
2	Sarana dan prasarana (X ₁)	3	0,699	Handal
3	Kualitas pelayanan (X ₂)	5	0,606	Handal
4	Daya tarik wisata (X ₃)	3	0,615	Handal

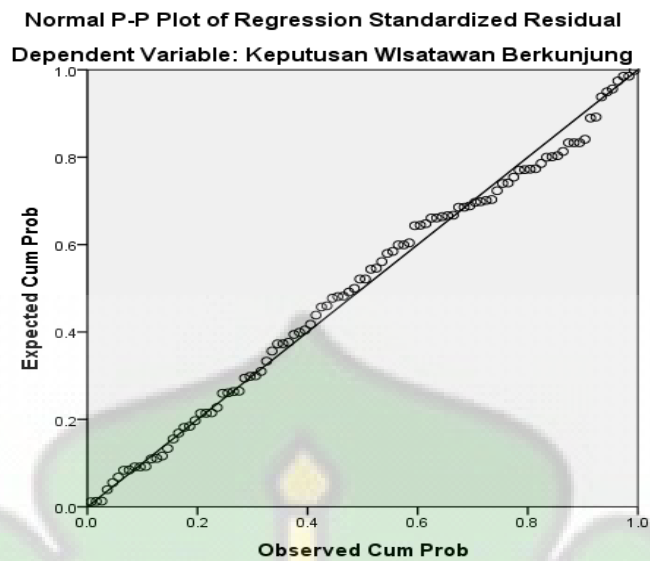
Sumber : Data Primer, 2023 (diolah)

Berdasarkan Tabel 4.4 bahwa *Cronbach alpha* untuk masing-masing variabel dapat dilihat dari beberapa variabel yaitu keputusan wisatawan (Y) diperoleh nilai *Cronbach alpha* sebesar 0,670, variabel sarana dan prasarana (X₁) diperoleh nilai *Cronbach alpha* sebesar 0,699, variabel kualitas pelayanan (X₂) diperoleh nilai *Cronbach alpha* sebesar 0,606, dan variabel daya tarik (X₃) diperoleh nilai *Cronbach alpha* sebesar 0,615. Dengan demikian pengukuran reliabilitas terhadap variabel penelitian menunjukkan bahwa pengukuran kehandalan memenuhi kredibilitas *Cronbach Alpha* dimana nilai *Cronbach Alpha* >0,60.

4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik

4.4.1 Pengujian Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu distribusi data. Pada dasarnya, uji normalitas adalah membandingkan antara data yang kita miliki dan data berdistribusi normal yang memiliki mean dan standar deviasi yang sama dengan data kita (Ghozali, 2016). Jika terdapat normalitas, maka residual akan terdistribusi secara normal dan independen yaitu perbedaan antara nilai prediksi dengan skor yang sesungguhnya atau error akan terdistribusi secara simetri disekitar nilai means sama dengan nol. Jadi salah satu cara mendeteksi normalitas adalah lewat pengamatan nilai residual, seperti terlihat dalam Gambar 4.1.



Gambar 4.1
Normal Probability Plot Hasil Pengujian Normalitas Data

Berdasarkan Gambar 4.1 dapat dilihat bahwa garis yang menggambarkan data sesungguhnya mengikuti garis diagonalnya sehingga dapat diartikan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini terdistribusi secara normal.

4.4.1 Pengujian Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau independen. Cara untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala multikolinieritas antara lain dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*, apabila nilai VIF kurang dari 10 dan *Tolerance* lebih dari 0,1 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas, seperti terlihat dalam Tabel 4.5.

Tabel 4.5
Hasil Pengujian Multikolinieritas

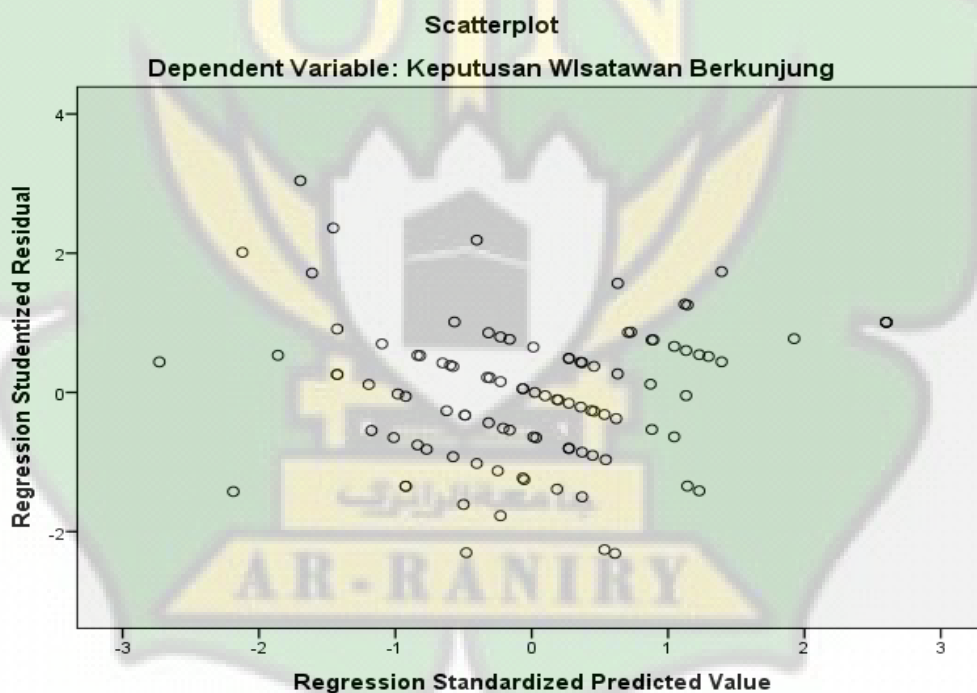
No	Variabel	Tolerance	Nilai VIF
1	Sarana dan prasarana (X_1)	0,946	1,057
2	Kualitas pelayanan (X_2)	0,823	1,215
3	Daya tarik wisata (X_3)	0,838	1,193

Sumber: Data Primer (Diolah), 2023

Berdasarkan Tabel 4.5 maka dapat dilihat bahwa variabel sarana dan prasarana, kualitas pelayanan dan daya tarik wisata mempunyai nilai *tolerance* adalah sebesar 0,946, 0,823 dan 0,838 atau $>0,1$ sama dengan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) adalah sebesar 1,057, 1,215 dan 1,193 atau < 10 . Dengan demikian dapat diartikan data tidak terjadi gejala multikolinieritas.

4.4.3 Pengujian Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi yang dipakai dalam penelitian terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala heteroskedastisitas pada suatu regresi maka ditinjau dari grafik scatter plot (nilai prediksi dependen ZPRED, dengan residual SRESID). Hasil pengolahan data menunjukkan grafik scatterplot seperti terlihat pada Gambar 4.2.



Gambar 4.2
Grafik Scatterplot Hasil Pengujian Heteroskedastisitas

Berdasarkan Gambar 4.2 memperlihatkan bahwa grafik *scatterplot* tidak memiliki pola tertentu, dan titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y Dengan demikian dapat diartikan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

4.5 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Indikator Penelitian

4.5.1 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Wisatawan Berkunjung

Dalam penelitian ini variabel keputusan wisatawan dijabarkan dalam 5 (lima) item pernyataan positif. Tinggi rendahnya keputusan wisatawan berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil dilihat dari alternatif pilihan tingkat kesetujuan yang mereka berikan pada masing-masing pernyataan. Untuk lebih jelasnya mengenai distribusi frekuensi responden berdasarkan pilihan jawaban terhadap pernyataan yang berhubungan dengan keputusan wisatawan dapat dilihat Tabel 4.6.

Tabel 4.6
Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Alternatif Pilihan Jawaban Terhadap Pernyataan yang Berhubungan Dengan Keputusan Wisatawan Berkunjung

No	Pernyataan yang Berhubungan Dengan Keputusan Wisatawan Berkunjung	Frekuensi Responden Berdasarkan Pilihan Jawaban					Rata-Rata Skor
		Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Sangat Setuju	
1	Berkunjung kembali ke objek wisata di Pulau Banyak menjadi tujuan utama saya dalam menggunakan objek wisata	1	1	23	44	31	4,03
2	Saya berkunjung kembali ke objek wisata di Pulau Banyak setelah mendapat kan informasi yang lengkap	-	1	11	54	34	4,20
3	Saat ini saya sudah memantapkan diri dalam berkunjung kembali ke objek wisata di Pulau Banyak	-	-	10	59	31	4,21
4	Saya selalu merekomendasikan kepada sahabat dan keluarga saya untuk berkunjung kembali ke objek wisata di Pulau Banyak sebagai salah satu objek wisata yang sangat menarik	-	-	4	51	45	4,41
5	Jika berkunjung kembali ke objek wisata di Pulau Banyak yang saya gunakan saat ini sudah pernah saya kunjungi, maka saya akan menggantikan dengan tempat wisata yang baru di pulau yang sama	-	1	14	56	29	4,13
Rerata-rata							4,19

Sumber: Data Primer (Diolah), 2023.

Berdasarkan Tabel 4.6 diatas, dapat dijelaskan bahwa tanggapan responden mengenai Berkunjung kembali ke objek wisata di Pulau Banyak menjadi tujuan utama saya dalam menggunakan objek wisata diperoleh nilai sebesar 4,03, pernyataan responden mengenai Saya kerkunjung kembali ke objek wisata di Pulau Banyak setelah mendapat kan informasi yang lengkap diperoleh nilai sebesar 4,20, pernyataan responden mengenai Saat ini saya sudah memantapkan diri dalam berkunjung kembali ke objek wisata di Pulau Banyak di peroleh nilai sebesar 4,21, pernyataan responden mengenai Saya selalu merekomendasikan kepada sahabat dan keluarga saya untuk berkunjung kembali ke objek wisata di Pulau Banyak sebagai salah satu objek wisata yang sangat menarik diperoleh nilai sebesar 4,41, dan pernyataan responden mengenai Jika berkunjung kembali ke objek wisata di Pulau Banyak yang saya gunakan saat ini sudah pernah saya kunjungi, maka saya akan menggantikan dengan tempat wisata yang baru di pulau yang sama diperoleh nilai sebesar 4,13, pada satuan skala likert.

Berdasarkan indikator di atas bahwa variabel keputusan wisatawan yang di berikan oleh instansi diperoleh nilai rata-rata sebesar 4,19 dimana skor ini berada diatas skor 4,00 yang bermakna bahwa responden menyatakan setuju bahwa keputusan wisatawan berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil dapat dipengaruhi oleh faktor sarana dan prasarana, kualitas pelayanan dan daya tarik wisata.

4.5.2 Diskripsi Jawaban Responden Terhadap Variabel Sarana dan Prasaran

Dalam penelitian ini sarana dan prasarana dijabarkan dalam 3 (tiga) item pernyataan positif. Layak atau tidak layak sarana dan prasarana pada objek wisata di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil dilihat dari alternatif pilihan tingkat kesetujuan yang berikan pada masing-masing pernyataan. Untuk lebih jelasnya mengenai distribusi frekuensi responden berdasarkan pilihan jawaban terhadap pernyataan yang berhubungan dengan sarana dan prasarana dapat dilihat Tabel 4.7.

Tabel 4.7
Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Alternatif Pilihan Jawaban Terhadap Pernyataan Yang Berhubungan Dengan Sarana dan Prasarana

No	Pernyataan yang Berhubungan Dengan Sarana dan Prasarana	Frekuensi Responden Berdasarkan Pilihan Jawaban					Rata-Rata Skor
		Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Sangat Setuju	
1	Akseibilitas pada objek wisata di	-	3	24	53	20	3,90

Lanjutan Tabel 4.7

No	Pernyataan yang Berhubungan Dengan Sarana dan Prasarana	Frekuensi Responden Berdasarkan Pilihan Jawaban					Rata-Rata Skor
		Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Sangat Setuju	
	Pulau Banyak memiliki tingkat kemudahan dalam menjangkau dalam waktu yang relatif cepat						
2	Objek wisata di Pulau Banyak memiliki utilitas yang memadai sesuai dengan kebutuhan para pengguna	1	3	21	54	21	3,91
3	Objek wisata di Pulau Banyak memiliki jaringan pelayanan yang sangat baik sesuai dengan harapan para pengguna	1	1	11	64	23	4,07
Rerata-rata							3,96

Sumber: Data Primer (Diolah), 2023.

Berdasarkan tabel di atas, dapat di jelaskan bahwa tanggapan responden mengenai Akseibilitas pada objek wisata di Pulau Banyak memiliki tingkat kemudahan dalam menjangkau dalam waktu yang relatif cepat diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,90, pernyataan responden mengenai Objek wisata di Pulau Banyak memiliki utilitas yang memadai sesuai dengan kebutuhan para pengguna diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,91, dan pernyataan responden mengenai Objek wisata di Pulau Banyak memiliki jaringan pelayanan yang sangat baik sesuai dengan harapan para pengguna diperoleh nilai rata-rata sebesar 4,07, pada satuan skala likert.

Berdasarkan indikator diatas bahwa variabel sarana dan prasarana diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,96 mendekati skor 4,00 yang bermakna responden menyatakan setuju bahwa sarana dan prasarana dapat mempengaruhi keputusan wisatawan berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil.

4.5.3 Diskripsi Jawaban Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan

Dalam penelitian ini kualitas pelayanan dijabarkan dalam 5 (lima) item pernyataan positif. Tinggi rendahnya kualitas pelayanan keputusan wisatawan berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil di lihat dari alternatif pilihan tingkat kesetujuan yang berikan pada masing-masing pernyataan. Untuk lebih jelasnya mengenai distribusi frekuensi responden berdasarkan pilihan jawaban

terhadap pernyataan yang berhubungan dengan kualitas pelayanan dapat dilihat Tabel 4.8.

Tabel 4.8
Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Alternatif Pilihan Jawaban Terhadap Pernyataan Yang Berhubungan Dengan Kualitas Pelayanan

No	Pernyataan Yang Berhubungan Dengan Kualitas Pelayanan	Frekuensi Responden Berdasarkan Pilihan Jawaban					Rata-Rata Skor
		Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Sangat Setuju	
1	Ruang dan fasilitas pelayanan pada objek wisata di Pulau Banyak yang dimiliki saat ini sangat lengkap dan sudah memenuhi standar pelayanan yang baik	-	1	28	43	28	3,98
2	Petugas pelayanan objek wisata di Pulau Banyak sudah sangat terampil dan handal dalam melayani berbagai kebutuhan para pelanggan	-	-	18	52	30	4,12
3	Petugas pelayanan sangat tanggap dalam berbagai keluhan para wisatawan	-	1	5	50	44	4,37
4	Petugas pelayanan dapat memberikan ketenangan dalam setiap pelayanan objek wisata di Pulau Banyak dan proses pelayanannya dapat diselesaikan dalam waktu yang singkat	1	2	14	60	23	4,02
5	Para pelanggan mendapatkan perhatian penuh saat berhubungan dengan petugas pelayanan objek wisata di Pulau Banyak	-	-	11	50	39	4,28
Rerata-rata							4,15

Sumber: Data Primer (Diolah), 2023.

Berdasarkan tabel diatas, dapat di jelaskan bahwa tanggapan responden mengenai Ruang dan fasilitas pelayanan pada objek wisata di Pulau Banyak yang dimiliki saat ini sangat lengkap dan sudah memenuhi standar pelayanan yang baik diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,98, pernyataan responden mengenai Petugas pelayanan objek wisata di Pulau Banyak sudah sangat terampil dan handal dalam melayani berbagai kebutuhan para pelanggan diperoleh nilai rata-rata sebesar 4,12, pernyataan responden mengenai Petugas pelayanan sangat tanggap dalam berbagai keluhan para wisatawan diperoleh nilai rata-rata 4,37, dan pernyataan responden

mengenai Petugas pelayanan dapat memberikan ketenangan dalam setiap pelayanan objek wisata di Pulau Banyak dan proses pelayanannya dapat diselesaikan dalam waktu yang singkat diperoleh nilai rata-rata sebesar 4.02, dan pernyataan responden mengenai Para pelanggan mendapatkan perhatian penuh saat berhubungan dengan petugas pelayanan objek wisata di Pulau Banyak diperoleh nilai rata-rata sebesar 4.28, pada satuan skala likert.

Berdasarkan indikator di atas dapat dijelaskan bahwa variabel kualitas pelayanan di peroleh nilai rata-rata sebesar 4,15 melebihi skor 4,00 yang bermakna responden menyatakan setuju variabel kualitas pelayanan dapat mempengaruhi keputusan wisatawan berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil.

4.5.4 Diskripsi Jawaban Responden Terhadap Variabel Daya Tarik Wisata

Dalam penelitian ini daya tarik wisata dijabarkan dalam 3 (tiga) item pernyataan positif. Tinggi rendahnya daya tarik wisata di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil dilihat dari alternatif pilihan tingkat kesetujuan yang berikan pada masing-masing pernyataan. Untuk lebih jelasnya mengenai distribusi frekuensi wisatawan berdasarkan pilihan jawaban terhadap pernyataan yang berhubungan dengan daya tarik wisata dapat dilihat Tabel 4.9.

Tabel 4.9
Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Alternatif Pilihan Jawaban Terhadap Pernyataan Yang Berhubungan Dengan Daya Tarik Wisata

No	Pernyataan yang Berhubungan Dengan Daya Tarik Wisata	Frekuensi Responden Berdasarkan Pilihan Jawaban					Rata-Rata Skor
		Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Sangat Setuju	
1	Atraksi objek wisata di Pulau Banyak yang bisa dinikmati oleh wisatawan sudah sangat sesuai yang mencakup alam, budaya, dan buatan hasil dari kreasi masyarakat.	3	6	17	44	30	3,92
2	Akses menuju objek wisata di Pulau Banyak sudah memadai yang mencakup transportasi darat dan laut, udara, komunikasi, jaringan telepon, dan jaringan internet	-	1	29	44	26	3,94
3	Objek wisata di Pulau Banyak memiliki akomodasi yang mencakup sarana dan pra sarana yang memadai seperti hotel,	-	4	13	59	24	4,03

Lanjutan Tabel 4.9

No	Pernyataan yang Berhubungan Dengan Daya Tarik Wisata	Frekuensi Responden Berdasarkan Pilihan Jawaban					Rata-Rata Skor
		Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Sangat Setuju	
	homestay, villa, resort dan lainnya, dimana terdapat kamar tidur dan fasilitas penunjang seperti sarana dan pra sarana						
Rerata-rata							3,96

Sumber: Data Primer (Diolah), 2023.

Berdasarkan tabel di atas, dapat di jelaskan bahwa tanggapan responden mengenai Atraksi objek wisata di Pulau Banyak yang bisa dinikmati oleh wisatawan sudah sangat sesuai yang mencakup alam, budaya, dan buatan hasil dari kreasi masyarakat diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,92, pernyataan responden mengenai Akses menuju objek wisata di Pulau Banyak sudah memadai yang mencakup transportasi darat dan laut, udara, komunikasi, jaringan telepon, dan jaringan internet diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,94, dan memberikan perhatian khusus kepada bawahan diperoleh nilai rata-rata sebesar 4,23, dan pernyataan responden mengenai Objek wisata di Pulau Banyak memiliki akomodasi yang mencakup sarana dan pra sarana yang memadai seperti hotel, homestay, villa, resort dan lainnya, dimana terdapat kamar tidur dan fasilitas penunjang seperti sarana dan pra sarana diperoleh nilai rata-rata sebesar 4,03, pada satuan skala likert.

Berdasarkan indikator diatas bahwa variabel sarana dan prasarana diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,96 mendekati skor 4,00 yang bermakna responden menyatakan setuju bahwa sarana dan prasarana dapat mempengaruhi keputusan wisatawan berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil.

4.6 Hasil Analisis Pengaruh Sarana dan Prasarana, Kualitas Pelayanan dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil

Sesuai dengan peralatan analisis data yang digunakan untuk mengetahui hubungan fungsional antara variabel yang diteliti dalam penelitian ini dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Untuk melihat keputusan wisatawan pada wisatawan berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil maka perlu mengetahui pengaruh sarana dan prasarana, kualitas pelayanan dan daya tarik wisata

terhadap keputusan keputusan wisatawan berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi masing-masing variabel seperti terlihat pada Tabel 4.10.

Tabel 4.10
Nilai Koefisien Regresi Masing-Masing Variabel Independen
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	0,645	1,783		5,970	0,000		
	Saran dan Prasarana	0,251	0,098	0,229	2,573	0,012	0,946	1,057
	Kualitas Pelayanan	0,168	0,080	0,201	2,102	0,038	0,823	1,215
	Daya Tarik Wisatawan	0,325	0,100	0,309	3,268	0,002	0,838	1,193

a. Dependent Variable: Keputusan Wisatawan Berkunjung
Sumber: Data Primer (Diolah), 2023.

Berdasarkan Tabel 4.10, maka persamaan regresi linier berganda yang memperlihatkan keputusan keputusan wisatawan berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil sebagai fungsi dari sarana dan prasarana, kualitas pelayanan dan daya tarik wisata, dapat diformulasikan dalam persamaan berikut:

$$Y = 0,645 + 0,251 X_1 + 0,168 X_2 + 0,325 X_3 + \varepsilon$$

Dari hasil persamaan regresi diatas, maka dapat jelaskan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta (α) sebesar sebesar 0,645 artinya jika sarana dan prasarana, kualitas pelayanan dan daya tarik wisata dianggap konstan, maka besarnya keputusan wisatawan berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil adalah sebesar 0,645 pada satuan skala likert
2. Koefisien regresi sarana dan prasarana (X_1) sebesar 0,251 artinya bahwa setiap adanya perubahan satu satuan pada variabel sarana dan prasarana, maka secara relatif akan meningkatkan keputusan wisatawan berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil sebesar nilai koefisien regresinya yaitu 25,1% pada taraf signifikansi 0,012 atau probabilitas sig berada dibawah 0,05 dengan demikian dapat dikatakan bahwa semakin baik sarana dan prasarana yang

diterapkan pada wisatawan berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil, maka akan semakin meningkat pula keputusan keputusan wisatawan berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil.

3. Koefisien regresi kualitas pelayanan (X_2) sebesar 0,168 artinya bahwa setiap adanya perubahan satu satuan pada variabel kualitas pelayanan, maka secara relatif akan meningkatkan keputusan wisatawan berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil sebesar nilai koefisien regresinya yaitu 16,8% pada taraf signifikansi 0,038 atau probabilitas sig berada dibawah 0,05 dengan demikian dapat dikatakan bahwa semakin baik pengelolaan kualitas pelayanan yang diterapkan pada wisatawan berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil akan semakin meningkat pula keputusan keputusan wisatawan berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil.
4. Koefisien regresi daya tarik wisata (X_3) sebesar 0,325 artinya bahwa setiap adanya perubahan satu satuan pada variabel daya tarik wisata, maka secara relatif akan meningkatkan keputusan wisatawan berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil sebesar nilai koefisien regresinya yaitu 32,5% pada taraf signifikansi 0,002 atau probabilitas sig berada dibawah 0,05 dengan demikian dapat dikatakan bahwa semakin baik pengelolaan daya tarik wisata yang diterapkan pada wisatawan berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil akan semakin meningkat pula keputusan keputusan wisatawan berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil.
5. Berdasarkan tabel 4.10 diatas dapat disimpulkan bahwa dari ke tiga variabel bebas yaitu sarana dan prasarana, kualitas pelayanan dan daya tarik wisata ditemukan bahwa variabel daya tarik wisata berpengaruh paling besar dibandingkan dengan variabel sarana dan prasarana dan kualitas pelayanan terhadap keputusan wisatawan berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil, hal ini dibuktikan oleh nilai koefisien regresi variabel daya tarik wisata paling besar dibandingkan dengan nilai koefisien regresi pada variabel sarana dan prasarana dan kualitas pelayanan.

4.6.1 Koefisien Korelasi dan Determinasi

Untuk melihat hubungan dan pengaruh dari variabel sarana dan prasarana, kualitas pelayanan dan daya tarik wisata terhadap keputusan keputusan wisatawan

berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil, berdasarkan korelasi dan determinasi dapat dilihat pada Tabel 4.11.

Tabel 4.11

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.529 ^a	.280	.258	1.568

a. Predictors: (Constant), Daya Tarik Wisatawan, Saran dan Prasarana, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Keputusan Wisatawan Berkunjung

Sumber: Data Primer (Diolah), 2023.

Berdasarkan Tabel 4.11, diperoleh nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,529 yang menunjukkan bahwa derajat hubungan (korelasi) antara variabel bebas dengan variabel terikat sebesar 52,9%. Artinya sarana dan prasarana (X_1), kualitas pelayanan (X_2) dan daya tarik wisata (X_3) mempunyai hubungan yang erat dengan keputusan wisatawan berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil atau dapat dikatakan bahwa kedua variabel tersebut memiliki hubungan yang kuat dengan keputusan wisatawan berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil

Berdasarkan Tabel 4.11, juga dapat dilihat bahwa besarnya Adjusted R^2 adalah sebesar 0,280. Hal ini berarti 28,0% variasi keputusan wisatawan dapat dijelaskan oleh 3 (tiga) variabel independen yaitu sarana dan prasarana, kualitas pelayanan dan daya tarik wisata. Sedangkan sisanya 72,0%, artinya keputusan wisatawan dapat dijelaskan oleh variabel lainnya diluar dari penelitian ini.

4.7 Pembuktian Hipotesis

Berdasarkan pada hasil pengujian regresi linier berganda maka dapat dilihat hipotesis yang diuji yaitu uji secara simultan (Uji F) dan uji secara parsial (uji t) dalam penelitian ini adalah:

1. $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($12,459 > 2,699$), maka hipotesis H_{01} ditolak dan hipotesis H_{a1} diterima, artinya variabel sarana dan prasarana, kualitas pelayanan dan daya tarik wisata secara simultan berpengaruh terhadap keputusan wisatawan berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil.

2. $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,573 > 1,984$) maka H_0_2 ditolak dan H_{a_2} diterima, artinya sarana dan prasarana secara parsial berpengaruh terhadap keputusan wisatawan berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil.
3. $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,102 > 1,984$) maka H_0_3 ditolak dan H_{a_3} diterima, artinya kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan wisatawan pada Wisatawan berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil.
4. $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,268 > 1,984$) maka H_0_3 ditolak dan H_{a_3} diterima, artinya daya tarik wisata secara parsial berpengaruh terhadap keputusan wisatawan pada Wisatawan berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil.

Untuk lebih jelasnya mengenai hasil uji F dan uji t sebagai tolok ukur pengujian hipotesis dapat dilihat Tabel 4.12.

Tabel 4.12
Ringkasan Pengujian Hipotesis

Bentuk Pengujian	Nilai Statistik		Keterangan
	F _{hitung}	F _{tabel}	
Pengujian secara simultan	12,459	2,699	Ketiga variabel berpengaruh signifikan (hipotesis H_a diterima).
Pengujian secara parsial	t_{hitung}	t_{tabel}	
Sarana dan prasarana (X_1)	2,573	1,984	Sarana dan prasarana berpengaruh signifikan
kualitas pelayanan (X_2)	2,102	1,984	Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan
Daya tarik wisata (X_3)	3,268	1,984	Daya tarik wisata berpengaruh signifikan

Sumber: Data Primer (Diolah), 2023.

Berdasarkan Tabel 4.12 diatas jelaslah bahwa baik secara simultan maupun secara parsial sarana dan prasarana, kualitas pelayanan dan daya tarik wisata berpengaruh signifikan terhadap keputusan wisatawan berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil. Hal ini berarti bahwa sarana dan prasarana, kualitas pelayanan dan daya tarik wisata secara nyata dapat meningkatkan keputusan wisatawan pada Wisatawan berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil.

4.8 Pembahasan

Berdasarkan hasil regresi linier berganda bahwa besarnya hasil koefisien regresi, korelasi dan determinasi untuk variabel sarana dan prasarana, kualitas pelayanan dan daya tarik wisata secara simultan berpengaruh terhadap keputusan wisatawan pada Wisatawan berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil.

Nilai konstanta (α) sebesar sebesar 0,645 artinya jika sarana dan prasarana, kualitas pelayanan dan daya tarik wisata dianggap konstan, maka besarnya keputusan wisatawan pada Wisatawan berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil adalah sebesar 0,645 pada satuan skala likert. Hasil koefisien korelasi (R) sebesar 0,529 yang menunjukkan bahwa derajat hubungan (korelasi) antara variabel bebas dengan variabel terikat sebesar 52,9%, artinya keputusan wisatawan berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil mempunyai hubungan yang erat dan positif dengan sarana dan prasarana, kualitas pelayanan dan daya tarik wisata. Sedangkan hasil korelasi determinasi (R^2) sebesar 0,280, artinya sarana dan prasarana dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan wisatawan pada Wisatawan berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil sebesar 28,0%, dan sisanya sebesar 72,0% dijelaskan oleh variabel lain diluar dari pada penelitian ini.

4.8.1 Pengaruh Sarana dan Prasarana Terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung

Hasil koefisien regresi pada variabel sarana dan prasarana (X_1) sebesar 0,251, artinya bahwa setiap 100% perubahan dalam variabel sarana dan prasarana, maka secara relatif akan mempengaruhi keputusan wisatawan pada Wisatawan berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil sebesar 25,1%, maka semakin baik sarana dan prasarana maka akan semakin mempengaruhi keputusan wisatawan berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wahyudi dan Mochamad Herlan (2021) dengan penelitian Faktor Promosi dan Sarana Prasarana Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Objek Wisata Danau Tasikardi Serang – Banten). Dalam penelitian ini diperoleh kesimpulan yaitu sarana dan prasarana berpengaruh positif terhadap tingkat kunjungan wisatawan di Objek Wisata Danau Tasikardi Serang–Banten.

4.8.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung

Hasil koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X_2) sebesar 0,168, artinya bahwa setiap 100% perubahan dalam variabel kualitas pelayanan, maka secara relatif akan mempengaruhi keputusan keputusan wisatawan berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil sebesar 16,8%, dengan demikian semakin tinggi kualitas

pelayanan maka akan semakin mempengaruhi keputusan wisatawan pada Wisatawan berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ginting *et al.* (2022) tentang Pengaruh daya tarik dan kualitas layanan terhadap putusan berkunjung kembali Wisatawan Kaldera Toba. Dalam penelitian ini diperoleh kesimpulan sebagai kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung kembali Wisatawan Kaldera Toba.

4.8.3 Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung

Hasil koefisien regresi variabel daya tarik wisata (X_3) sebesar 0,325, artinya bahwa setiap 100% perubahan dalam variabel daya tarik wisata, maka secara relatif akan mempengaruhi keputusan keputusan wisatawan berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil sebesar 32,5%, dengan demikian semakin tinggi daya tarik wisata maka akan semakin mempengaruhi keputusan wisatawan pada Wisatawan berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil. Ginting *et al.* (2022) tentang Pengaruh daya tarik dan kualitas layanan terhadap putusan berkunjung kembali Wisatawan Kaldera Toba. Dalam penelitian ini diperoleh kesimpulan sebagai daya tarik wisata berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung kembali Wisatawan Kaldera Toba.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Sarana dan prasarana secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan wisatawan keputusan wisatawan berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil.
2. Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan keputusan wisatawan berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil.
3. Daya tarik wisata secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan keputusan wisatawan berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil.
4. Sarana dan prasarana, kualitas pelayanan dan daya tarik wisata secara simultan berpengaruh terhadap keputusan keputusan wisatawan berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil.

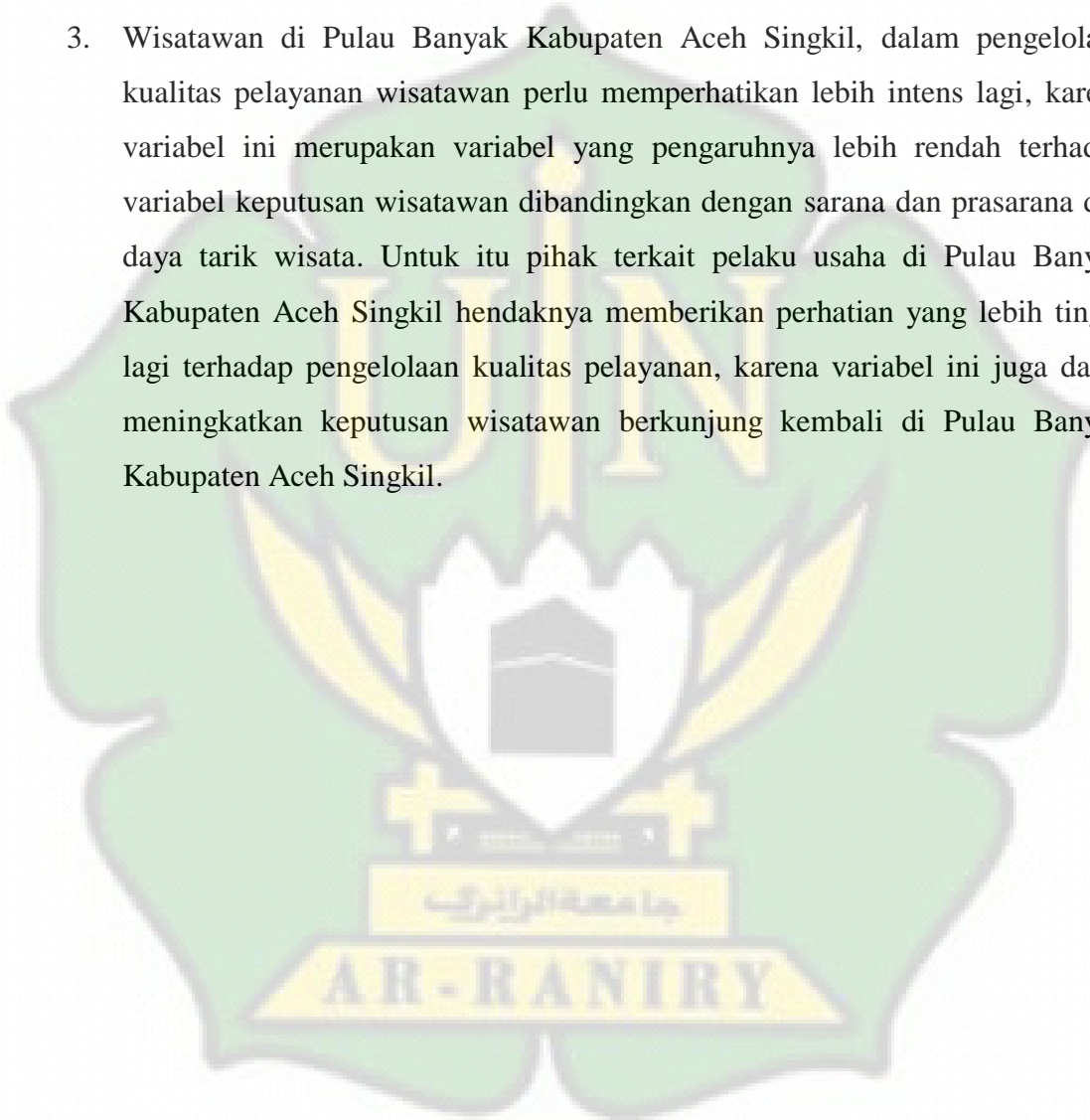
5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian, beberapa saran yang diusulkan adalah:

1. Pelaku wisata di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil diharapkan perlu memperhatikan kelengkapan sarana dan prasarana yang disediakan serta pengelolaan kualitas pelayanan wisatawan yang sesuai dengan kebutuhan para wisatawan serta daya tarik wisata yang terus di kelola dengan baik karena jika ketiga variabel ini mendapat perhatian yang baik dari pihak pengelola wisata, maka akan memberikan kontribusi positif dalam terhadap peningkatan keputusan keputusan wisatawan berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil.
2. Sarana dan prasarana, kualitas pelayanan dan daya tarik wisata memiliki hubungan yang kuat terhadap keputusan wisatawan, sehingga pengelola wisata diharapkan semakin mendorong pelaku usaha di Pulau Banyak

Kabupaten Aceh Singkil untuk menempatkan variabel sarana dan prasarana, kualitas pelayanan dan daya tarik wisata sebagai standar untuk meningkatkan keputusan wisatawan meskipun terjadinya berbagai perubahan terhadap kebutuhan wisatawan maka sarana dan prasarana, kualitas pelayanan dan daya tarik wisata memiliki peran penting dalam meningkatkan keputusan wisatawan berkunjung kembali di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil.

3. Wisatawan di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil, dalam pengelolaan kualitas pelayanan wisatawan perlu memperhatikan lebih intens lagi, karena variabel ini merupakan variabel yang pengaruhnya lebih rendah terhadap variabel keputusan wisatawan dibandingkan dengan sarana dan prasarana dan daya tarik wisata. Untuk itu pihak terkait pelaku usaha di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil hendaknya memberikan perhatian yang lebih tinggi lagi terhadap pengelolaan kualitas pelayanan, karena variabel ini juga dapat meningkatkan keputusan wisatawan berkunjung kembali di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil.



DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi Revisi. Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Analisa Eryani. 2012. Faktor-faktor Pengambilan Keputusan Wisatawan Untuk Berkunjung Ke Objek Wisata Istana Siak Sri Indrapura Provinsi Riau. *Jurnal Manajemen*. Vol. 1, No. 2.
- Badan Pusat Statistik (BPS) Aceh. 2022. *Tentang Perkembangan Pariwisata periode Oktober*.
- Deddy Prasetya Maha Rani. 2014. Pengembangan Potensi Pariwisata Kabupaten Sumenep, Madura, Jawa Timur (Studi Kasus: Pantai Lombang). *Jurnal Politik Muda*, Vol. 3, No. 3, Hal. 412 – 421.
- Dewi, Ferrina. 2014. *Perilaku Konsumen Analisis Model Keputusan*, Yogyakarta: Universitas Atmajaya Yogyakarta.
- Dwiyanto, Joko. 2010. *Karakteristik Wisatawan, Produk Wisata dan Kepuasan Wisatawan Mengunjungi Obyek Wisata Batu Seribu Kabupaten Sukoharjo*.
- Firdaus, A. 2013. *Dunia Buku Pengantar Akuntansi*, Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia .
- Geruning, Hennie Van. et al. 2013. *International Financial Reporting Standards: Sebuah Panduan Praktis* . Jakarta : Selemba Empat.
- Ghozali, Imam . 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Undip, Semarang.
- Ginting, Fransisko, Isa Kristiana Situmorang dan Jenny Sari Tarigan. 2022. Pengaruh Daya Tarik Dan Kualitas Layanan Terhadap Putusan Berkunjung Kembali Wisatawan Kaldera Toba. *Konferensi Nasional Sosial dan Engineering Politeknik Negeri Medan*. Vol. 3 No. 1 (2022): Vol 3 No 1 2022.
- Gitosudarmo, Indriyo, 2011, *Manajemen Pemasaran*, edisi kedua, cetakan keenam, Penerbit : BPFE – Yogyakarta.
- Gregorius, Chandra, 2012, *Strategi dan Program Pemasaran*, edisi pertama, cetakan pertama, Penerbit : Andi Yogyakarta.
- Harahap, Sofyan Syafri. 2011. *Teori Akuntansi*, Penerbit Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Hasan, Husaen dan Muhammad Asdar, Jusni (2012) Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan wisatawan dalam melakukan kunjungan wisata di

- kota Tidore Kepulauan, *Jurnal Manajemen*, Maluku Utara, 2012. Vol. 2. No. 1.
- Hendriksen, Eldon S. 2011. *Teori Akunting*, (terjemahan) Buku I, Edisi Kelima, Penerbit Interaksara, Jakarta.
- <https://dishub.acehprov.go.id/aceh-transit/optimisme-kebangkitan-pariwisata-aceh>
- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen Edisi Pertama*. Yogyakarta: BPFPE.
- Irawan, Adi (2017) *Analisis Pengaruh Daya Tarik Wisata, Presepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Berkunjung Ulang dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening, (Studi kasus obyek wisata teluk kliwong)*, Skripsi Universitas Lampung, Lampung.
- Kotler, Philip. 2012. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT Index Kelompok Gramedia.
- Lakuhati, Jecqerel Rio, Paulus A. Pangemanan dan Caroline B. D. Pakasi. 2018. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan Ke Kawasan Ekowisata di Desabahoi Kecamatan Likupang Barat Kabupaten Minahasa Utara. *Agri-SosioEkonomi Unsrat*, ISSN 1907– 4298, Volume 14 Nomor 1.
- Lupiyoadi, Rambat. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta, Salemba Empat.
- Machfoedz, Mahmud. 2011. *Pengantar Pemasaran Modern*. UUP AMP YKPN, Yogyakarta.
- Maulana, Yopy. 2018. Faktor Yang Mempengaruhi Wisatawan Berkunjung Kembali Pada Destinasi Wisata Pulau Samosir. *Jurnal Pesona Hospitaly*. Vol. 11 No. 2.
- Pitana, Gede dan Putu G, Gayatri. 2014. *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta : CV Andi Offset.
- Pratama, I Gede Surya dan I Made Indra Wiraguna. 2019. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Wisatawan Berkunjung ke Bali Zoo di Singapadu, Gianyar. *Management and Business Journal (WMBJ)*, Vol 1, No 1, 45-54.
- Saputra, Rizky Hadi dan Sri Suryoko. 2018. Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Berkunjung Di Ekowisata Mangrove Pasarbanggi Kabupaten Rembang. *Diponegoro Journal Of Social And Politic*, Hal. 1-7 <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/>
- Schiffman, Kanuk. 2014. *Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT Index Gramedia.
- Sigit, Suhardi. 2012. *Marketing Praktis*. Cetakan Pertama. Penerbit Liberti,. Yogyakarta.

Simamora, Bilson. 2011. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitable*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Simarmata, Asianna Martini, Fitri Yani Panggabean , Yonson Pane , dan Elisabeth Nainggolan. 2021. Analisis Perilaku Minat Wisatawan Berkunjung Kembali Ke Pulau Samosir. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, Vol 5, No 2. E-ISSN : 2581-2424.

Soleh, Habib. 2017. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Daya Tarik Wisata Air Terjun Aek Mertua di Desa Tangun Kecamatan Bangun Purba Kabupaten Rokan Hulu Provinsi Riau, *Jom FISIP*. Vol IV, No 1.

Subagio, Ahmad. 2010. *Marketing In Business*. Mitra Wacana Media, Jakarta.

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, Bandung.

Sujarweni, V. Wiratna. 2015. *Statistik untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Sutisna. 2012. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung :PT. Remaja Rusdakarya.

Suliyanto, 2016. *Metode Riset Bisnis*. Penerbit Andi, Yogyakarta.

Sutojo, Siswanto. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Damar Mulia Pustaka, Jakarta.

Swastha, Basu DH. 2010. *Manajemen Penjualan*. Penerbit BPFE. Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy. 2012. *Strategi Pemasaran*. Andi, Yogyakarta.

Wahyudi, W. dan Mochamad Herlan. 2021. Faktor Promosi dan Sarana Prasarana Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Objek Wisata Danau Tasikardi Serang - Banten. *Jurnal Destinasi Pariwisata*. Vol. 9 No 2, 2021. p-ISSN: 2338-8811, e-ISSN: 2548-8937.

Warpani, Suwardjoko. 2011. *Merencanakan Sistem Pengangkutan*, Institut Teknologi Bandung (ITB), Bandung.

www.ppid2.acehprov.go.id

Yoeti, Oka A. 2011. *Pemasaran Pariwisata*, PT. Angkasa, Bandung.

Lampiran 1: Lembaran Kuesioner



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS ISLAM
Jl. Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh

Situs : <http://febi.uin.ar-raniry.ac.id> | Email : febi.uin@ar-raniry.ac.id

KUESIONER PENELITIAN

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI WISATAWAN
BERKUNJUNG DI PULAU BANYAK KABUPATEN ACEH SINGKIL**

Dengan Hormat,

Dengan ini saya berharap bantuan partisipasi Bapak/Ibuk/Saudara/i mengisi kuesioner ini. Data yang anda berikan hanya akan dipakai untuk kepentingan penelitian. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Wisatawan Berkunjung di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil. Untuk itu saya berharap kerelaan dan ketulusan Bapak/Ibuk/Saudar/i dalam mengisi pertanyaan pada kuesioner ini.

Atas waktu, perhatian dan partisipasi Bapak/Ibuk/Saudara/i dalam mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Banda Aceh Juni 2023

Hormat Saya

M. Alvi Iswanda

DAFTAR PERTANYAAN

A. Identitas Responden

- a. No. Responden : _____
- b. Jenis kelamin : Laki-laki/ Perempuan
- c. Status Pernikahan : Menikah/ Belum Menikah
- d. Usia : a. \leq 30 Tahun
 : b. 31 – 40 Tahun
 : c. \geq 41 Tahun
- e. Tingkat Pendidikan : a. SLTA/ Sederajat
 : b. Diploma
 : c. Sarjana
 : d. Pascasarjana
 : e. Lainnya

Petunjuk Pengisian Kuesioner

Pilihan anda dilakukan dengan memberikan tanda \surd Pada setiap alternatif jawaban :

- STS = Sangat Tidak Setuju
 TS = Tidak Setuju
 KS = Kurang Setuju
 S = Setuju
 SS = Sangat Setuju

B. Variabel -Variabel Penelitian

No	Variabel Keputusan Wisatawan Berkunjung (Y)	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
1	Berkunjung kembali ke objek wisata di Pulau Banyak menjadi tujuan utama saya dalam menggunakan objek wisata					
2	Saya berkunjung kembali ke objek wisata di Pulau Banyak setelah mendapat kan informasi yang lengkap					
3	Saat ini saya sudah memantapkan diri dalam berkunjung kembali ke objek wisata di Pulau Banyak					
4	Saya selalu merekomendasikan kepada sahabat dan keluarga saya untuk berkunjung kembali ke objek wisata di Pulau Banyak sebagai salah satu objek wisata yang sangat					

	menarik					
5	Jika berkunjung kembali ke objek wisata di Pulau Banyak yang saya gunakan saat ini sudah pernah saya kunjungi, maka saya akan menggantikan dengan tempat wisata yang baru di pulau yang sama					
	Variabel Sarana dan Prasarana (X₁)	STS	TS	KS	S	SS
1	Aksebilitas pada objek wisata di Pulau Banyak memiliki tingkat kemudahan dalam menjangkau dalam waktu yang relatif cepat					
2	Objek wisata di Pulau Banyak memiliki utilitas yang memadai sesuai dengan kebutuhan para pengguna					
3	Objek wisata di Pulau Banyak memiliki jaringan pelayanan yang sangat baik sesuai dengan harapan para pengguna					
	Variabel Kualitas Pelayanan (X₂)	STS	TS	KS	S	SS
1	Ruang dan fasilitas pelayanan pada objek wisata di Pulau Banyak yang dimiliki saat ini sangat lengkap dan sudah memenuhi standar pelayanan yang baik					
2	Petugas pelayanan objek wisata di Pulau Banyak sudah sangat terampil dan handal dalam melayani berbagai kebutuhan para pelanggan					
3	Petugas pelayanan sangat tanggap dalam berbagai keluhan para wisatawan					
4	Petugas pelayanan dapat memberikan ketenangan dalam setiap pelayanan objek wisata di Pulau Banyak dan proses pelayanannya dapat diselesaikan dalam waktu yang singkat					
5	Para pelanggan mendapatkan perhatian penuh saat berhubungan dengan petugas pelayanan objek wisata di Pulau Banyak					
	Variabel Daya Tarik Wisata (X₃)	STS	TS	KS	S	SS
1	Atraksi objek wisata di Pulau Banyak yang bisa dinikmati oleh wisatawan sudah sangat sesuai yang mencakup alam, budaya, dan buatan hasil dari kreasi masyarakat.					
2	Akses menuju objek wisata di Pulau Banyak sudah memadai yang mencakup transportasi					

	darat dan laut, udara, komunikasi, jaringan telepon, dan jaringan internet					
3	Objek wisata di Pulau Banyak memiliki akomodasi yang mencakup sarana dan pra sarana yang memadai seperti hotel, homestay, villa, resort dan lainnya, dimana terdapat kamar tidur dan fasilitas penunjang seperti sarana dan pra sarana					

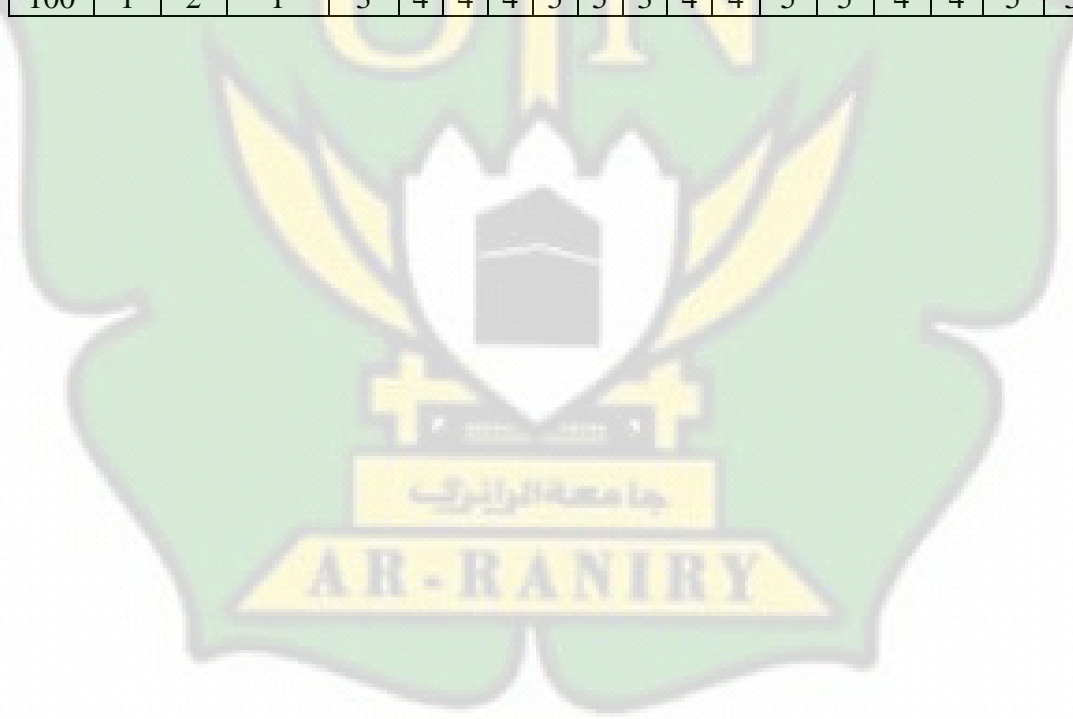


Lampiran 1. Tabulasi Data Mentah Penelitian

NO	Karakteristik Res				Y					X1			X2					X3		
	JK	SP	Usia	TP	1	2	3	4	5	1	2	3	1	2	3	4	5	1	2	3
1	1	1	3	3	1	1	5	5	5	5	1	1	5	5	5	5	5	1	1	5
2	2	1	3	3	5	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4
3	2	1	2	3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
4	2	2	1	1	4	5	4	5	4	4	4	4	3	3	2	3	4	2	4	4
5	1	1	3	4	5	3	5	5	2	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3
6	1	1	2	2	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5
7	2	1	2	3	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5
8	2	2	2	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
9	1	1	2	1	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5
10	2	2	1	1	5	5	4	5	5	3	3	3	3	3	3	5	5	3	3	4
11	1	2	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
12	2	1	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
13	1	1	2	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
14	1	2	1	1	4	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
15	2	1	2	3	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
16	1	2	2	3	4	4	5	4	5	3	4	4	5	4	5	3	5	5	4	4
17	2	1	2	3	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4
18	1	1	2	3	4	5	5	4	4	3	5	4	5	5	3	3	4	4	4	5
19	2	1	2	3	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	3
20	2	2	2	2	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	3	5	4
21	1	2	2	3	4	3	4	4	4	3	3	4	5	3	4	5	5	4	4	3
22	1	2	2	1	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
23	1	2	2	3	4	4	5	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4
24	2	1	2	3	4	4	5	5	4	3	4	5	4	4	5	4	4	3	4	4
25	2	2	2	1	4	4	4	4	4	3	4	3	5	4	4	5	5	3	5	5
26	2	1	2	3	5	3	4	4	4	5	3	4	4	3	4	4	5	5	4	4
27	2	2	2	3	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3
28	1	2	2	3	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	3	3	5	4	4
29	1	2	3	3	5	3	3	4	4	4	3	4	5	3	5	4	4	4	5	4
30	2	1	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	5	4	2
31	2	2	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4
32	1	1	2	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	2
33	1	1	3	3	5	4	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4	4	3	4
34	1	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4
35	1	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	3
36	1	2	2	3	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5
37	2	1	3	3	4	4	4	5	3	4	4	5	3	4	4	3	4	4	3	4
38	2	1	3	3	3	4	4	5	3	5	4	5	3	4	4	4	4	4	3	4
39	1	1	2	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4

40	2	2	3	1	3	5	5	4	5	3	5	4	3	5	5	4	4	3	3	4
41	1	2	3	2	3	5	5	5	5	4	5	4	3	5	5	4	5	5	3	5
42	1	1	3	3	3	4	4	5	3	2	4	3	3	4	3	2	3	1	3	5
43	1	2	2	3	3	3	4	5	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	5	4
44	2	2	2	3	5	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
45	2	2	3	3	5	4	4	5	4	5	4	4	2	4	4	4	5	3	4	4
46	2	2	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4
47	2	2	2	3	3	3	5	5	5	4	3	4	4	3	5	4	4	3	4	5
48	1	1	3	3	4	3	3	4	5	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4
49	2	2	2	3	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	1	4	4	4	2
50	1	2	1	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3
51	1	2	2	1	3	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	3	4	5	4	4
52	2	1	3	1	4	4	5	5	3	4	4	4	3	4	4	3	4	2	3	4
53	2	2	2	2	3	5	4	5	4	4	5	4	3	5	4	4	4	2	3	4
54	1	2	3	1	3	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	2	3	4
55	2	2	2	3	3	5	4	5	3	5	5	5	3	5	5	4	5	1	3	3
56	1	2	2	3	3	5	4	5	3	4	5	4	3	5	4	4	5	2	3	3
57	1	2	2	3	3	5	4	5	3	4	5	5	3	5	5	4	5	2	3	4
58	2	2	2	3	3	5	5	5	5	3	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5
59	2	1	2	2	4	4	4	5	5	4	4	5	3	4	5	4	5	5	3	4
60	1	1	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	4	5	4	3	4
61	2	1	3	3	3	5	4	4	4	5	5	5	3	5	5	4	4	5	3	5
62	2	1	2	2	3	4	3	5	5	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	5
63	1	1	3	2	4	4	4	5	5	4	2	4	3	4	4	2	4	3	3	3
64	1	1	3	3	3	4	4	5	5	4	4	4	3	3	4	4	5	4	3	4
65	2	1	2	2	4	4	5	5	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	5	4
66	2	1	3	3	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	3
67	1	1	2	3	5	5	5	4	5	5	3	4	4	5	5	5	5	3	5	4
68	2	1	3	2	5	5	3	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4
69	1	1	2	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
70	1	2	1	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	3	4
71	2	2	1	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4
72	1	1	2	3	5	5	5	4	4	2	2	2	5	4	5	4	3	3	5	4
73	1	1	1	1	5	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4
74	2	1	2	2	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
75	1	1	1	3	5	5	4	5	4	3	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5
76	1	1	2	3	5	5	4	5	4	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5	4
77	2	1	3	3	5	5	3	4	5	4	5	3	4	4	5	5	5	5	5	4
78	2	1	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	4	4	4	4	3	4
79	1	1	3	3	3	4	4	4	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3
80	2	1	3	3	5	5	5	4	5	4	4	4	3	4	5	5	4	5	5	5
81	1	1	3	2	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	3	5	4
82	1	1	2	3	4	5	4	3	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4

83	1	1	2	3	4	5	3	3	3	4	4	4	4	3	5	5	3	5	5	4
84	2	1	3	2	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4
85	1	1	3	3	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	3	5	4	3	5
86	2	1	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4
87	1	1	2	2	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	5	4	5	4	4	5
88	2	1	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	5	3	4	4	3	4
89	1	1	3	2	4	5	4	3	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4
90	2	1	2	2	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	5	4	3	5	4	4
91	2	1	3	3	2	3	5	4	3	3	4	4	5	5	4	4	5	4	4	2
92	1	1	2	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	5	5	4	5	4	5	4
93	2	1	2	3	4	5	4	4	4	5	4	3	4	4	5	3	3	4	4	5
94	1	1	2	3	3	4	4	4	3	4	2	4	4	3	4	5	4	4	4	3
95	1	2	1	3	4	4	4	5	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4	3	3
96	2	1	1	3	4	4	4	5	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	5	4
97	1	1	2	3	4	5	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	3	5	4	4
98	1	1	1	1	3	4	5	4	5	4	3	4	5	3	5	4	5	4	4	5
99	2	1	2	2	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	3	5	5	4
100	1	2	1	3	4	4	4	5	5	3	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4



Lampiran 3 Frekwensi Karakteristik Responden
Tabel Frekwensi

		Jenis Kelamin			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	Laki-Laki	52	52.0	52.0	52.0
	Perempuan	48	48.0	48.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

		Status Perkawinan			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	Menikah	62	62.0	62.0	62.0
	Belum Menikah	38	38.0	38.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

		Usia			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	< 30 Tahun	14	14.0	14.0	14.0
	31 - 40 Tahun	52	52.0	52.0	66.0
	> 41 Tahun	34	34.0	34.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

		Pendidikan Terakhir			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	SLTA/Sederajat	14	14.0	14.0	14.0
	Diploma	18	18.0	18.0	32.0
	Sarjana	66	66.0	66.0	98.0
	Pascasarjana	2	2.0	2.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Lampiran 4 Frekwensi Berdasarkan Jawaban Responden

a) Sarana dan Prasarana (X₁)

SP1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
	Kurang Setuju	24	24.0	24.0	27.0
	Setuju	53	53.0	53.0	80.0
	Sangat Setuju	20	20.0	20.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

SP2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju	3	3.0	3.0	4.0
	Kurang Setuju	21	21.0	21.0	25.0
	Setuju	54	54.0	54.0	79.0
	Sangat Setuju	21	21.0	21.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

SP3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	2.0
	Kurang Setuju	11	11.0	11.0	13.0
	Setuju	64	64.0	64.0	77.0
	Sangat Setuju	23	23.0	23.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

b) **Kepuasan Pelayanan (X₂)**

KP1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Kurang Setuju	28	28.0	28.0	29.0
	Setuju	43	43.0	43.0	72.0
	Sangat Setuju	28	28.0	28.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

KP2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	18	18.0	18.0	18.0
	Setuju	52	52.0	52.0	70.0
	Sangat Setuju	30	30.0	30.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

KP3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Kurang Setuju	5	5.0	5.0	6.0
	Setuju	50	50.0	50.0	56.0
	Sangat Setuju	44	44.0	44.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

KP4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju	2	2.0	2.0	3.0
	Kurang Setuju	14	14.0	14.0	17.0
	Setuju	60	60.0	60.0	77.0
	Sangat Setuju	23	23.0	23.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

KP5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	11	11.0	11.0	11.0
	Setuju	50	50.0	50.0	61.0
	Sangat Setuju	39	39.0	39.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

c) **Daya Tarik Wisata (X₃)****DT1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
	Tidak Setuju	6	6.0	6.0	9.0
	Kurang Setuju	17	17.0	17.0	26.0
	Setuju	44	44.0	44.0	70.0
	Sangat Setuju	30	30.0	30.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

DT2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Kurang Setuju	29	29.0	29.0	30.0
	Setuju	44	44.0	44.0	74.0
	Sangat Setuju	26	26.0	26.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

DT3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	4.0	4.0	4.0
	Kurang Setuju	13	13.0	13.0	17.0
	Setuju	59	59.0	59.0	76.0
	Sangat Setuju	24	24.0	24.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

d) Keputusan Wisatawan (Y)

KW1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	2.0
	Kurang Setuju	23	23.0	23.0	25.0
	Setuju	44	44.0	44.0	69.0
	Sangat Setuju	31	31.0	31.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

KW2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Kurang Setuju	11	11.0	11.0	12.0
	Setuju	54	54.0	54.0	66.0
	Sangat Setuju	34	34.0	34.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

KW3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	10	10.0	10.0	10.0
	Setuju	59	59.0	59.0	69.0
	Sangat Setuju	31	31.0	31.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

KW4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	4	4.0	4.0	4.0
	Setuju	51	51.0	51.0	55.0
	Sangat Setuju	45	45.0	45.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

KW5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Kurang Setuju	14	14.0	14.0	15.0
	Setuju	56	56.0	56.0	71.0
	Sangat Setuju	29	29.0	29.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Lampiran 5 Output SPSS Correlations

a) Sarana dan Prasarana (X₁)

		Correlations			Saran dan Prasarana
		SP1	SP2	SP3	
SP1	Pearson Correlation	1	.224*	.291**	.676**
	Sig. (2-tailed)		.025	.003	.000
	N	100	100	100	100
SP2	Pearson Correlation	.224*	1	.495**	.783**
	Sig. (2-tailed)	.025		.000	.000
	N	100	100	100	100
SP3	Pearson Correlation	.291**	.495**	1	.780**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000		.000
	N	100	100	100	100
Saran dan Prasarana	Pearson Correlation	.676**	.783**	.780**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

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

b) Kepuasan Pelayanan (X_2)

		Correlations					Kualitas Pelayanan
		KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	
KP1	Pearson Correlation	1	.175	.242*	.300**	.130	.623**
	Sig. (2-tailed)		.082	.015	.002	.196	.000
	N	100	100	100	100	100	100
KP2	Pearson Correlation	.175	1	.364**	.035	.285**	.580**
	Sig. (2-tailed)	.082		.000	.729	.004	.000
	N	100	100	100	100	100	100
KP3	Pearson Correlation	.242*	.364**	1	.288**	.261**	.666**
	Sig. (2-tailed)	.015	.000		.004	.009	.000
	N	100	100	100	100	100	100
KP4	Pearson Correlation	.300**	.035	.288**	1	.324**	.637**
	Sig. (2-tailed)	.002	.729	.004		.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100
KP5	Pearson Correlation	.130	.285**	.261**	.324**	1	.621**
	Sig. (2-tailed)	.196	.004	.009	.001		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	.623**	.580**	.666**	.637**	.621**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

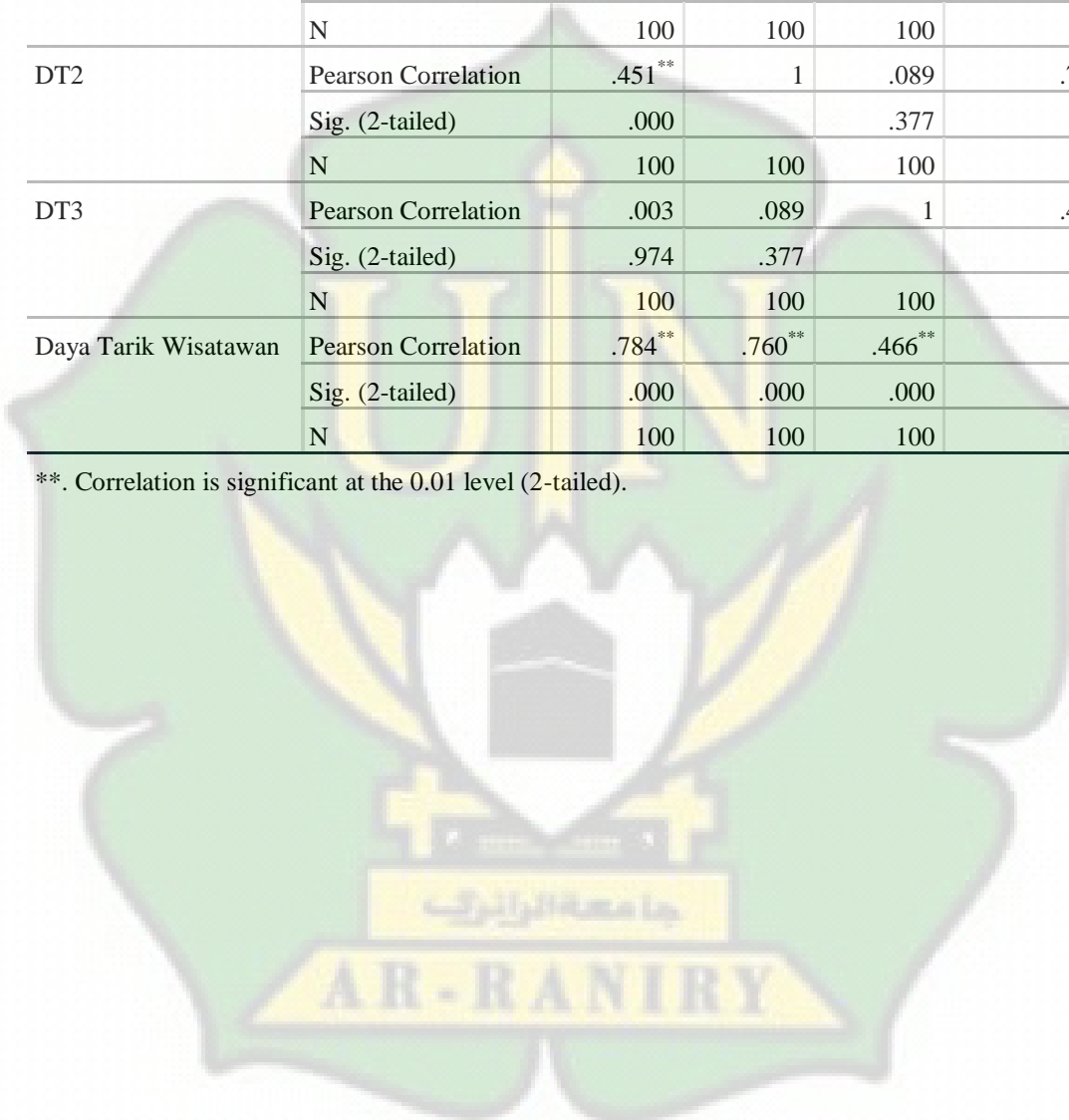
** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

c) Daya Tarik Wisata (X_3)

Correlations

		DT1	DT2	DT3	Daya Tarik Wisatawan
DT1	Pearson Correlation	1	.451**	.003	.784**
	Sig. (2-tailed)		.000	.974	.000
	N	100	100	100	100
DT2	Pearson Correlation	.451**	1	.089	.760**
	Sig. (2-tailed)	.000		.377	.000
	N	100	100	100	100
DT3	Pearson Correlation	.003	.089	1	.466**
	Sig. (2-tailed)	.974	.377		.000
	N	100	100	100	100
Daya Tarik Wisatawan	Pearson Correlation	.784**	.760**	.466**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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



d) Keputusan Wisatawan (Y)

		Correlations					Keputusan Wisatawan Berkunjung
		KW1	KW2	KW3	KW4	KW5	
KW1	Pearson Correlation	1	.249*	-.073	-.048	.066	.534**
	Sig. (2-tailed)		.012	.468	.635	.517	.000
	N	100	100	100	100	100	100
KW2	Pearson Correlation	.249*	1	.136	.045	.134	.612**
	Sig. (2-tailed)	.012		.179	.658	.182	.000
	N	100	100	100	100	100	100
KW3	Pearson Correlation	-.073	.136	1	.274**	.203*	.515**
	Sig. (2-tailed)	.468	.179		.006	.043	.000
	N	100	100	100	100	100	100
KW4	Pearson Correlation	-.048	.045	.274**	1	.122	.446**
	Sig. (2-tailed)	.635	.658	.006		.226	.000
	N	100	100	100	100	100	100
KW5	Pearson Correlation	.066	.134	.203*	.122	1	.560**
	Sig. (2-tailed)	.517	.182	.043	.226		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Keputusan Wisatawan Berkunjung	Pearson Correlation	.534**	.612**	.515**	.446**	.560**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

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

Lampiran 6 Output SPSS Reliabilitas

a) Sarana dan Prasarana (X₁)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.699	.704	3

Item Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
SP1	3.90	.745	100
SP2	3.91	.793	100
SP3	4.07	.685	100

Summary Item Statistics							
	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	3.960	3.900	4.070	.170	1.044	.009	3

b) Kepuasan Pelayanan (X₂)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.606	.613	5

Item Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
KP1	3.98	.778	100
KP2	4.12	.686	100
KP3	4.37	.630	100
KP4	4.02	.738	100
KP5	4.28	.653	100

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	4.154	3.980	4.370	.390	1.098	.028	5

c) Daya Tarik Wisata (X₃)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.615	.599	3

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
DT1	3.92	.992	100
DT2	3.94	.802	100
DT3	4.03	.731	100

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	3.963	3.920	4.030	.110	1.028	.003	3

d) Keputusan Wisatawan (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.670	.684	5

Item Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
KW1	4.03	.822	100
KW2	4.20	.711	100
KW3	4.21	.608	100
KW4	4.41	.570	100
KW5	4.13	.677	100

Summary Item Statistics							
	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	4.196	4.030	4.410	.380	1.094	.019	5

Lampiran 7 Hasil Uji Regresi Linier

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.529 ^a	.280	.258	1.568

a. Predictors: (Constant), Daya Tarik Wisatawan, Saran dan Prasarana, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Keputusan Wisatawan Berkunjung

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	91.907	3	30.636	12.459	.000 ^b
	Residual	236.053	96	2.459		
	Total	327.960	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Wisatawan Berkunjung

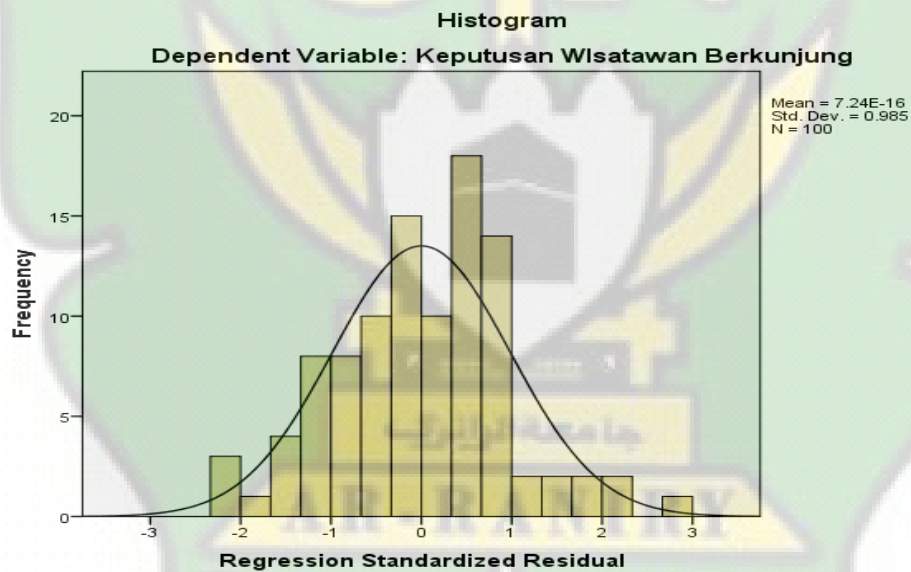
b. Predictors: (Constant), Daya Tarik Wisatawan, Saran dan Prasarana, Kualitas Pelayanan

Coefficients^a

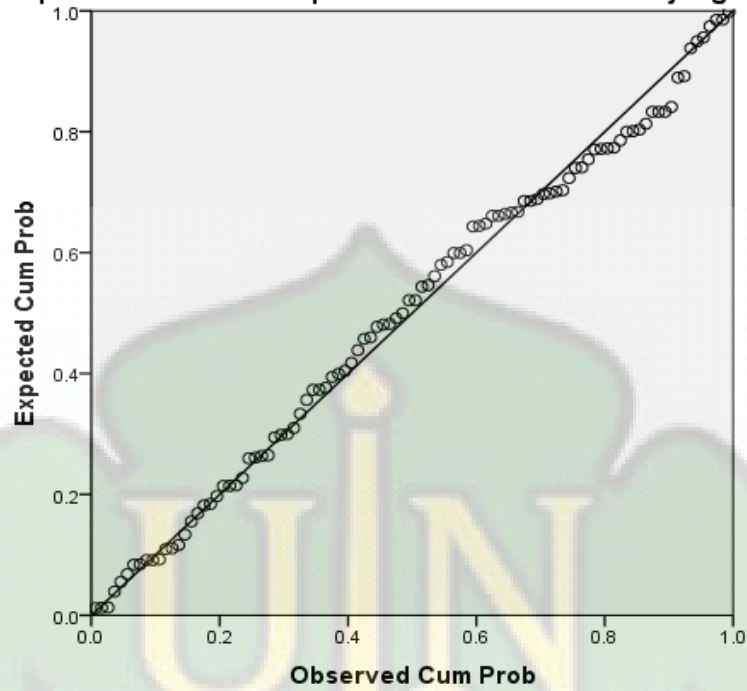
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	0.645	1.783		5.970	.000		
	Saran dan Prasarana	.251	.098	.229	2.573	.012	.946	1.057
	Kualitas Pelayanan	.168	.080	.201	2.102	.038	.823	1.215
	Daya Tarik Wisatawan	.325	.100	.309	3.268	.002	.838	1.193

a. Dependent Variable: Keputusan Wisatawan Berkunjung

Lampiran 8 Hasil Pengujian Normalitas



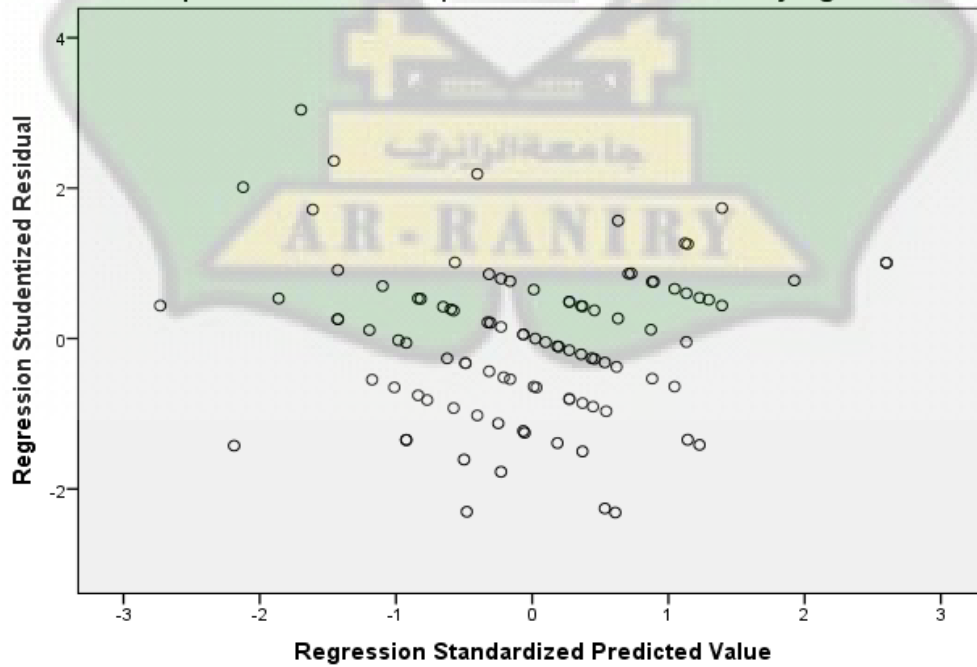
Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual
Dependent Variable: Keputusan Wisatawan Berkunjung



Lampiran 9 Hasil Pengujian Heteroskedastisitas

Scatterplot

Dependent Variable: Keputusan Wisatawan Berkunjung



Lampiran 10

Nilai T Tabel Pada Tingkat Keyakinan 95%

DF	Tingkat Keyakinan				DF	Tingkat Keyakinan			
	99%	97,5%	95%	90%		99%	97,5%	95%	90%
1	63,656	25,452	12,706	6,314	51	2,676	2,310	2,008	1,675
2	9,925	6,205	4,303	2,920	52	2,674	2,308	2,007	1,675
3	5,841	4,177	3,182	2,353	53	2,672	2,307	2,006	1,674
4	4,604	3,495	2,776	2,132	54	2,670	2,306	2,005	1,674
5	4,032	3,163	2,571	2,015	55	2,668	2,304	2,004	1,673
6	3,707	2,969	2,447	1,943	56	2,667	2,303	2,003	1,673
7	3,499	2,841	2,365	1,895	57	2,665	2,302	2,002	1,672
8	3,355	2,752	2,306	1,860	58	2,663	2,301	2,002	1,672
9	3,250	2,685	2,262	1,833	59	2,662	2,300	2,001	1,671
10	3,169	2,634	2,228	1,812	60	2,660	2,299	2,000	1,671
11	3,106	2,593	2,201	1,796	61	2,659	2,298	2,000	1,670
12	3,055	2,560	2,179	1,782	62	2,657	2,297	1,999	1,670
13	3,012	2,533	2,160	1,771	63	2,656	2,296	1,998	1,669
14	2,977	2,510	2,145	1,761	64	2,655	2,295	1,998	1,669
15	2,947	2,490	2,131	1,753	65	2,654	2,295	1,997	1,669
16	2,921	2,473	2,120	1,746	66	2,652	2,294	1,997	1,668
17	2,898	2,458	2,110	1,740	67	2,651	2,293	1,996	1,668
18	2,878	2,445	2,101	1,734	68	2,650	2,292	1,995	1,668
19	2,861	2,433	2,093	1,729	69	2,649	2,291	1,995	1,667
20	2,845	2,423	2,086	1,725	70	2,648	2,291	1,994	1,667
21	2,831	2,414	2,080	1,721	71	2,647	2,290	1,994	1,667
22	2,819	2,405	2,074	1,717	72	2,646	2,289	1,993	1,666
23	2,807	2,398	2,069	1,714	73	2,645	2,289	1,993	1,666
24	2,797	2,391	2,064	1,711	74	2,644	2,288	1,993	1,666
25	2,787	2,385	2,060	1,708	75	2,643	2,287	1,992	1,665
26	2,779	2,379	2,056	1,706	76	2,642	2,287	1,992	1,665
27	2,771	2,373	2,052	1,703	77	2,641	2,286	1,991	1,665
28	2,763	2,368	2,048	1,701	78	2,640	2,285	1,991	1,665
29	2,756	2,364	2,045	1,699	79	2,639	2,285	1,990	1,664
30	2,750	2,360	2,042	1,697	80	2,639	2,284	1,990	1,664
31	2,744	2,356	2,040	1,696	81	2,638	2,284	1,990	1,664
32	2,738	2,352	2,037	1,694	82	2,637	2,283	1,989	1,664
33	2,733	2,348	2,035	1,692	83	2,636	2,283	1,989	1,663
34	2,728	2,345	2,032	1,691	84	2,636	2,282	1,989	1,663
35	2,724	2,342	2,030	1,690	85	2,635	2,282	1,988	1,663
36	2,719	2,339	2,028	1,688	86	2,634	2,281	1,988	1,663
37	2,715	2,336	2,026	1,687	87	2,634	2,281	1,988	1,663
38	2,712	2,334	2,024	1,686	88	2,633	2,280	1,987	1,662
39	2,708	2,331	2,023	1,685	89	2,632	2,280	1,987	1,662
40	2,704	2,329	2,021	1,684	90	2,632	2,280	1,987	1,662
41	2,701	2,327	2,020	1,683	91	2,631	2,279	1,986	1,662
42	2,698	2,325	2,018	1,682	92	2,630	2,279	1,986	1,662
43	2,695	2,323	2,017	1,681	93	2,630	2,278	1,986	1,661
44	2,692	2,321	2,015	1,680	94	2,629	2,278	1,986	1,661
45	2,690	2,319	2,014	1,679	95	2,629	2,277	1,985	1,661
46	2,687	2,317	2,013	1,679	96	2,628	2,277	1,985	1,661
47	2,685	2,315	2,012	1,678	97	2,627	2,277	1,985	1,661
48	2,682	2,314	2,011	1,677	98	2,627	2,276	1,984	1,661
49	2,680	2,312	2,010	1,677	99	2,626	2,276	1,984	1,660
50	2,678	2,311	2,009	1,676	100	2,626	2,276	1,984	1,660

Lampiran 11

Nilai F Tabel Pada Tingkat Keyakinan 95%

DF	DF 1						DF 2	DF 1					
	1	2	3	4	5	6		1	2	3	4	5	6
1	161,446	199,499	215,707	224,583	230,160	233,988	51	4,034	3,183	2,790	2,557	2,400	2,286
2	18,513	19,000	19,164	19,247	19,296	19,329	52	4,030	3,179	2,786	2,553	2,397	2,283
3	10,128	9,552	9,277	9,117	9,013	8,941	53	4,027	3,175	2,783	2,550	2,393	2,279
4	7,709	6,944	6,591	6,388	6,256	6,163	54	4,023	3,172	2,779	2,546	2,389	2,275
5	6,608	5,786	5,409	5,192	5,050	4,950	55	4,020	3,168	2,776	2,543	2,386	2,272
6	5,987	5,143	4,757	4,534	4,387	4,284	56	4,016	3,165	2,773	2,540	2,383	2,269
7	5,591	4,737	4,347	4,120	3,972	3,866	57	4,013	3,162	2,769	2,537	2,380	2,266
8	5,318	4,459	4,066	3,838	3,688	3,581	58	4,010	3,159	2,766	2,534	2,377	2,263
9	5,117	4,256	3,863	3,633	3,482	3,374	59	4,007	3,156	2,764	2,531	2,374	2,260
10	4,965	4,103	3,708	3,478	3,326	3,217	60	4,004	3,153	2,761	2,528	2,371	2,257
11	4,844	3,982	3,587	3,357	3,204	3,095	61	4,001	3,150	2,758	2,525	2,368	2,254
12	4,747	3,885	3,490	3,259	3,106	2,996	62	3,998	3,148	2,755	2,523	2,366	2,251
13	4,667	3,806	3,411	3,179	3,025	2,915	63	3,996	3,145	2,753	2,520	2,363	2,249
14	4,600	3,739	3,344	3,112	2,958	2,848	64	3,993	3,143	2,751	2,518	2,361	2,246
15	4,543	3,682	3,287	3,056	2,901	2,790	65	3,991	3,140	2,748	2,515	2,358	2,244
16	4,494	3,634	3,239	3,007	2,852	2,741	66	3,989	3,138	2,746	2,513	2,356	2,242
17	4,451	3,592	3,197	2,965	2,810	2,699	67	3,986	3,136	2,744	2,511	2,354	2,239
18	4,414	3,555	3,160	2,928	2,773	2,661	68	3,984	3,134	2,742	2,509	2,352	2,237
19	4,381	3,522	3,127	2,895	2,740	2,628	69	3,982	3,132	2,739	2,507	2,350	2,235
20	4,351	3,493	3,098	2,866	2,711	2,599	70	3,980	3,130	2,737	2,505	2,348	2,233
21	4,325	3,467	3,072	2,840	2,685	2,573	71	3,978	3,128	2,736	2,503	2,346	2,231
22	4,301	3,443	3,049	2,817	2,661	2,549	72	3,976	3,126	2,734	2,501	2,344	2,229
23	4,279	3,422	3,028	2,796	2,640	2,528	73	3,974	3,124	2,732	2,499	2,342	2,227
24	4,260	3,403	3,009	2,776	2,621	2,508	74	3,972	3,122	2,730	2,497	2,340	2,226
25	4,242	3,385	2,991	2,759	2,603	2,490	75	3,970	3,120	2,728	2,495	2,338	2,224
26	4,225	3,369	2,975	2,743	2,587	2,474	76	3,968	3,119	2,727	2,494	2,337	2,222
27	4,210	3,354	2,960	2,728	2,572	2,459	77	3,967	3,117	2,725	2,492	2,335	2,220
28	4,196	3,340	2,947	2,714	2,558	2,445	78	3,965	3,115	2,723	2,490	2,333	2,219
29	4,183	3,328	2,934	2,701	2,545	2,432	79	3,963	3,114	2,722	2,489	2,332	2,217
30	4,171	3,316	2,922	2,690	2,534	2,421	80	3,962	3,112	2,720	2,487	2,330	2,216
31	4,160	3,305	2,911	2,679	2,523	2,409	81	3,960	3,111	2,719	2,486	2,329	2,214
32	4,149	3,295	2,901	2,668	2,512	2,399	82	3,959	3,109	2,717	2,484	2,327	2,213
33	4,139	3,285	2,892	2,659	2,503	2,389	83	3,957	3,108	2,716	2,483	2,326	2,211
34	4,130	3,276	2,883	2,650	2,494	2,380	84	3,956	3,107	2,715	2,482	2,324	2,210
35	4,121	3,267	2,874	2,641	2,485	2,372	85	3,955	3,105	2,713	2,480	2,323	2,209
36	4,113	3,259	2,866	2,634	2,477	2,364	86	3,953	3,104	2,712	2,479	2,322	2,207
37	4,105	3,252	2,859	2,626	2,470	2,356	87	3,952	3,103	2,711	2,478	2,321	2,206
38	4,098	3,245	2,852	2,619	2,463	2,349	88	3,951	3,101	2,709	2,476	2,319	2,205
39	4,091	3,238	2,845	2,612	2,456	2,342	89	3,949	3,100	2,708	2,475	2,318	2,203
40	4,085	3,232	2,839	2,606	2,449	2,336	90	3,948	3,099	2,707	2,474	2,317	2,202
41	4,079	3,226	2,833	2,600	2,443	2,330	91	3,947	3,098	2,706	2,473	2,316	2,201
42	4,073	3,220	2,827	2,594	2,438	2,324	92	3,945	3,095	2,704	2,471	2,313	2,199
43	4,067	3,214	2,822	2,589	2,432	2,319	93	3,943	3,094	2,703	2,470	2,312	2,198
44	4,062	3,209	2,816	2,584	2,427	2,313	94	3,942	3,093	2,701	2,469	2,311	2,197
45	4,057	3,204	2,812	2,579	2,422	2,308	95	3,941	3,092	2,700	2,467	2,310	2,196
46	4,052	3,200	2,807	2,574	2,417	2,304	96	3,940	3,091	2,699	2,466	2,309	2,195
47	4,047	3,195	2,802	2,570	2,413	2,299	97	3,939	3,090	2,698	2,465	2,308	2,194
48	4,043	3,191	2,798	2,565	2,409	2,295	98	3,938	3,089	2,697	2,465	2,307	2,193
49	4,038	3,187	2,794	2,561	2,404	2,290	99	3,937	3,088	2,696	2,464	2,306	2,192
50	4,034	3,183	2,790	2,557	2,400	2,286	100	3,936	3,087	2,696	2,463	2,305	2,191

Lampiran 12

Nilai-Nilai r Product Moment Pada Keyakinan 95%

n	Nilai r	N	Nilai r	n	Nilai r
3	0,997	27	0,381	53	0,270
4	0,950	28	0,374	55	0,266
5	0,878	29	0,367	60	0,254
6	0,811	30	0,361	65	0,244
7	0,754	31	0,355	70	0,235
8	0,707	32	0,349	75	0,227
9	0,666	33	0,344	80	0,220
10	0,632	34	0,339	85	0,213
11	0,602	35	0,334	90	0,207
12	0,576	36	0,329	95	0,202
13	0,553	37	0,325	100	0,194
14	0,532	38	0,320	125	0,176
15	0,514	39	0,316	150	0,159
16	0,497	40	0,312	175	0,148
17	0,482	41	0,308	200	0,138
18	0,468	42	0,304	300	0,113
19	0,456	43	0,301	400	0,098
20	0,444	44	0,297	500	0,088
21	0,433	45	0,294	600	0,080
22	0,423	46	0,291	700	0,074
23	0,413	47	0,288	800	0,070
24	0,404	48	0,284	900	0,065
25	0,396	49	0,281	1000	0,062
26	0,388	50	0,279		

Note: n = Jumlah Sampel