

SKRIPSI

**FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI DAYA TARIK WISATA PANTAI
LAMPUUK DAN PANTAI LHOK MEE DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
(STUDI KASUS WISATAWAN LOKAL BANDA ACEH DAN ACEH BESAR)**



Disusun Oleh:

**RISKI ZULFAHMI
NIM: 150602158**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
2022 M / 1443 H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Riski Zulfahmi
NIM : 150602158
Program Studi : Ekonomi Syariah
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 manipulasi 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 25 Juli 2022

Yang Menyatakan



[Signature]
Riski Zulfahmi
NIM: 150602158

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

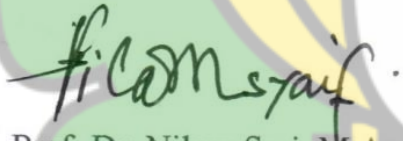
Faktor Faktor yang Mempengaruhi Daya Tarik Wisata Pantai Lampuuk atau Pantai Lhok Mee Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Wisatawan Lokal Banda Aceh Dan Aceh Besar)

Disusun Oleh:

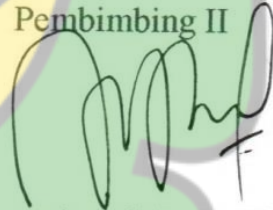
Riski Zulfahmi
NIM: 150602158

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya telah
memenuhi syarat penyelesaian studi pada
Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

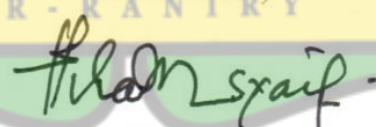
Pembimbing I


Prof. Dr. Nilam Sari, M.Ag
NIP. 197103172008012007

Pembimbing II


Ayumiati, S.E., M.Si
NIP. 197806152009122002

Mengetahui,
Ketua Prodi,


Prof. Dr. Nilam Sari, M.Ag
NIP. 197103172008012007

**Analisis Program Pembangunan Rumah Bantuan terhadap Kesejahteraan
Kaum Dhuafa dalam Perspektif Maqashid Syariah
(Studi Terhadap Masyarakat Desa Lampanah Kecamatan Indrapuri
Kabupaten Aceh Besar)**

Telah Disidangkan oleh Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh
dan Dinyatakan Lulus serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat untuk
Menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S-1) dalam Bidang Ekonomi Syariah

Dara Amanatillah, M. ScFinn
NIDN. 2022028706



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT. PERPUSTAKAAN
Jl. Syekh 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 : Riski Zulfahmi
NIM : 150602158
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
E-mail : riskizulfahmi1997@gmail.com

demikian 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 ☐ KRU ☐ Skripsi

**Faktor Faktor yang Mempengaruhi Daya Tarik Wisata Pantai
Lampuk atau Pantai Lhok Mee Dalam Perspektif Ekonomi Islam
(Studi Kasus Wisatawan Lokal Banda Aceh Dan Aceh Besar):**

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 : 25 Juli 2022

Penulis Mengetahui
Pembimbing I

Riski Zulfahmi

Dr. Nilam Sari., M.Ag

NIP. 197103172008012007

Pembimbing II

Ayunwati, S.E., M.S

NIP. 97806152009122002

KATA PENGANTAR



Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah Swt, atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Faktor Faktor yang Mempengaruhi Daya Tarik Wisata Pantai Lampuuk atau Pantai Lhok Mee Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Wisatawan Lokal Banda Aceh Dan Aceh Besar)** “ ini tepat pada waktu yang telah ditentukan. Shalawat beserta salam penulis sampaikan kepada baginda Rasulullah Muhammad Saw, yang telah membawa risalah Islam sebagai tuntunan hidup yang sempurna bagi seluruh manusia. Kemudian Shalawat dan salam juga kepada keluarga dan sahabat Rasulullah Saw.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini merupakan hasil kerja keras, namun juga tidak terlepas dari dukungan, arahan, dan bimbingan serta doa restu dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, dalam kesempatan ini dengan penuh ketulusan dan kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Zaki Fuad, M.Ag selaku dekan Fakultas ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh
2. Dr. Nilam Sari, M.Ag dan Cut Dian Fitri, SE., M.Si., Ak selaku ketua dan sekretaris Program studi Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh
3. Hafiih Maulana, S.P., S.HI., M.E selaku Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Ar-Raniry Banda Aceh
4. Dr. Nilam Sari, M.Ag dan Ayumiati, S.E., M.Si selaku pembimbing I dan pembimbing II yang telah banyak memberi waktu, pemikiran serta pengarahan baik berupa saran maupun arahan menuju perbaikan.
5. Dr. Muhammad Zulhilmi, S.Ag., MA dan Dara Amanatillah, M. ScFinn selaku penguji I dan penguji II yang telah banyak memberi waktu, pemikiran serta pengarahan baik berupa saran maupun arahan menuju perbaikan.
6. Farid Fathony Ashal, Lc., MA selaku Penasihat Akademik dan Seluruh dosen dan civitas akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.
7. Orang tua tercinta Bukhari dan Aisyah, abang, Rezazul Akbar yang telah

memberikan semangat dan motivasi dalam menjalankan perkuliahan dan menyelesaikan penulisan ini guna memperoleh gelar sarjana dan ilmu yang diperoleh berkah juga bermanfaat bagi seluruh umat di muka bumi.

8. Sahabat-sahabat terbaikku DELAY SQUAD (Gojo, Cosy, Mapud, Mamufti, Udin dan Pojul)

Penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada semua pihak yang telah membantu. Penulis menyadari penulisan ini masih ada kekurangan, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak guna penyempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkan

Banda Aceh, 21 Juli 2022

Penulis,

Riski Zulfahmi



TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

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

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Ẓ
3	ت	T	18	ع	”
4	ث	Ṣ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	Ḥ	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	S	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal dan vokal rangkap.

a. Vokal Tunggal

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

Tanda	Nama	Huruf Latin
ó	<i>Fathah</i>	A
ó	<i>Kasrah</i>	I
ó	<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
يَ ó	<i>Fathah</i> dan ya	Ai
وَ ó	<i>Fathah</i> dan wau	Au

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
اَ / يَ	<i>Fathah</i> dan alif atau ya	Ā
اِ / يِ	<i>Kasrah</i> dan ya	Ī
اُ / يُ	<i>Dammah</i> dan wau	Ū

4. Ta Marbutah (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua, yaitu:

a. Ta marbutah (ة) hidup

Ta marbutah (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, 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 ditransliterasikan dengan *h*.

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *rauḍah al-atfāl/ rauḍatul atfāl*

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّارَةُ : *al-Madīnatul Munawwarah*

طَلْحَةُ : *Ṭalḥah*

Catatan:

Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan.

Contoh: Ḥamad 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 : Riski Zulfahmi
NIM : 150602158
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
Judul : Faktor Faktor yang Mempengaruhi Daya Tarik Wisata Pantai Lampuuk atau Pantai Lhok Mee Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Wisatawan Lokal Banda Aceh Dan Aceh Besar)
Pembimbing I : Dr. Nilam Sari., M.Ag
Pembimbing II : Ayumiati, SE., M.Si

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda melalui uji t, diperoleh nilai t hitung Aksebilitas (X_1) sebesar 0,230 yang lebih kecil dari t tabel 1,66071 dengan nilai probabilitas signifikansi $0,818 > 0,05$, artinya variable Aksebilitas secara parsial berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap daya tarik wisata. Dengan kata lain terima H_0 tolak H_a , yaitu H_0 Aksebilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap daya tarik wisata dan H_a , Aksebilitas berpengaruh signifikan terhadap daya tarik wisata. Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda melalui uji t, diperoleh nilai t hitung variabel Electronic word of mouth (X_2) sebesar 0,813 yang lebih kecil dari t tabel 1,66071 dengan probabilitas signifikan $0,418 > 0,05$, artinya variabel Electronic word of mouth secara parsial berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap daya tarik wisata. Dengan kata lain, terima H_0 tolak H_a , yaitu H_0 , Electronic word of mouth tidak berpengaruh signifikan terhadap daya tarik wisata dan H_a , Electronic word of mouth berpengaruh signifikan terhadap daya tarik wisata. Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda melalui uji t, diperoleh nilai t hitung variabel biaya perjalanan (X_3) sebesar 6,548 yang lebih besar dari t tabel 1,66071 dengan probabilitas signifikan $0,000 < 0,05$, artinya variabel biaya perjalanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya tarik wisata. Dengan kata lain, tolak H_0 terima H_a , yaitu H_0 , biaya perjalanan tidak berpengaruh signifikan terhadap daya tarik wisata dan H_a , biaya perjalanan berpengaruh signifikan terhadap daya tarik wisata.

Kata Kunci: Aksebilitas, Electronic Word of Mouth, Biaya Perjalanan, Daya Tarik Wisata

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL KEASLIAN	1
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN.....	2
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	3
LEMBAR PENGESAHAN SEMINAR HASIL.....	4
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	5
KATA PENGANTAR	7
LITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN.....	9
ABSTRAK.....	12
DAFTAR ISI	13
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	15
1.2 Rumusan Masalah	18
1.3 Tujuan Penelitian.....	18
1.4 Manfaat Penelitian.....	19
1.5 Sistematika Pembahasan	19
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Pengertian Objek Wisata Halal	20
2.1.1 Indikator Wisaata Halal	21
2.2 Aksebilitas	
2.2.1 Pengertian Aksebilitas	22
2.2.2 Aspek Aksebilitas	22
2.2.3 Indikator Aksebilitas.....	23
2.3 Electronic Word Of Mouth	
2.3.1 Pengertian Electronic Word Of Mouth.....	23
2.3.2 Indikator Electronic Word Of Mouth	24
2.4 Biaya Perjalanan	
2.4.1 Pengertian Biaya Perjalanan.....	25
2.4.2 Indikator Biaya Perjalanan	26
2.5 Daya Tarik Wisata	
2.5.1 Pengertian Daya Tarik Wisata.....	26
2.5.2 Indikator Daya Tarik Wisata	27
2.6 Penelitian Terkait	28
2.7 Hubungan Antar Variabel	
2.7.1 Hubungan Antara Aksebilitas Dengan Daya Tarik Wisata	30
2.7.2 Hubungan Antara Electronic Word Of Mouth Dengan Daya Tarik Wisata.....	30
2.7.3 Hubungan Antara Biaya Perjalanan Dengan Daya Tarik Wisata	30
2.7.4 Hubungan Antara Aksebilitas, Electronic Word Of Mouth, Biaya Perjalanan Dengan Daya Tarik Wisata	31
2.8 Kerangka Pemikiran	31
2.9 Pengembangan Hipotesis.....	31
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian	33
3.2 Sumber Data	33

3.3 Teknik Pengumpulan Data	34
3.4 Populasi dan Sampel.....	34
3.5 Skala Pengukuran	36
3.6 Definisi Operasional Variabel	38
3.7 Analisis Data	
3.7.1 Uji Validitas	39
3.7.2 Uji Reabilitas	39
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	39
3.7.3.1 Uji Normalitas	39
3.7.3.2 Uji Heteroskedastisitas	40
3.7.3.3 Uji Multikolinearitas.....	40
3.7.4 Analisis Regresi Linear Berganda	40
3.7.5 Uji Hipotesis	
3.7.5.1 Uji Parsial (Uji T)	41
3.7.5.2 Uji Simultan (Uji F)	42
3.7.5.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Lokasi Penelitian	43
4.2 Karakteristik Responden	43
4.2.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
4.2.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	44
4.2.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	44
4.2.4 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan	45
4.2.5 Profil Responden Berdasarkan Keinginan Berkunjung	45
4.2.6 Profil Responden Berdasarkan Berapa Kali Berkunjung	46
4.3 Hasil Uji Validitas	46
4.4 Hasil Uji Reliabilitas	47
4.5 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	48
4.5.1 Uji Normalitas.....	48
4.5.2 Uji Heteroskedastisitas	50
4.5.3 Uji Multikolinearisitas	51
4.6 Analisis Regresi Linear Berganda	52
4.7 Hasil Uji Hipotesis	
4.7.1 Uji Parsial(Uji T)	53
4.7.2 Uji Simultan (Uji F)	54
4.7.3 Uji Koefisien Determinan (R^2).....	55
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	57
5.2 Saran	58
Daftar Pustaka	59

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata merupakan sektor yang sangat kompleks karena pariwisata bersifat multidimensi, baik fisik, sosial budaya, ekonomi, dan politik. Selain itu kegiatan pariwisata sebagai kegiatan matarantai akan melibatkan berbagai sektor dan lembaga yang terkait. Berkembangnya sektor pariwisata di suatu negara akan menarik sektor lain untuk berkembang pula karena produk-produknya diperlukan untuk menunjang industri pariwisata, seperti sektor pertanian, peternakan, perkebunan, kerajinan rakyat, peningkatan kesempatan kerja, dan lain sebagainya.

Indonesia merupakan negara yang memiliki penduduk mayoritas beragama Islam. Menurut Badan Pusat Statistik pada tahun 2010, warga muslim di Indonesia sebanyak 87,18%, sedangkan lainnya beragama Kristen (6,96%), Katolik (2,91%), Hindu (1,69), Budha (0,72) dan sisanya menganut agama yang lain (BPS, 2010). Potensi ini dimanfaatkan Indonesia untuk terus berupaya mengembangkan wisata halal (halal tourism). Hal ini didukung oleh kondisi geografis yang sangat strategis. Iklim tropis yang dimiliki Indonesia menjadikan negara ini memiliki berbagai kekayaan flora dan fauna. Biodiversitas yang tinggi ini menjadikan Indonesia memiliki potensi yang besar sebagai negara tujuan wisata. Produk wisata yang ditawarkan dikelompokkan dalam tiga hal yaitu wisata alam, wisata budaya, dan wisata buatan (Widagdyo, 2015).

Indonesia memiliki sumber daya alam dan budaya yang kaya dan beragam. kekayaan dan keragaman alam dan budaya tersebut merupakan modal dasar dalam pembangunan. dengan keberagaman kekayaan sumber daya alam yang dimiliki bangsa Indonesia, seperti potensi alam, keindahan alam serta bentuknya yang berkepulauan kaya akan adat istiadat, kebudayaan, dan bahasa sehingga memiliki daya tarik untuk dikunjungi oleh wisatawan domestik maupun mancanegara. Dari daya tarik ini mendorong pemerintah untuk mendirikan industri pariwisata (Igunawati, 2010)

Perkembangan dunia pariwisata mulai meninggalkan konsep pariwisata massal dan mengarah kepada konsep pariwisata lingkungan (*ecotourism*), dimana keaslian potensi kekayaan alam dan peran serta masyarakat setempat dibutuhkan. Indonesia yang merupakan negara yang memiliki potensi kekayaan alam yang berlimpah ruah mempunyai peranan yang sangat penting bagi pengembangan kepariwisataan terutama wisata alam. Penilaian terhadap suatu kawasan wisata memiliki peranan yang dapat menentukan pengembangan dari tempat wisata itu sendiri yang mencakup berbagai faktor yang berkaitan dengan nilai sosial dan politik (Afia, 2004)

Pariwisata syariah telah menjadi tren dalam pengembangan ekonomi yang berbasis pariwisata di beberapa tempat. Konsep ini meliputi adat istiadat dan budaya yang berlandaskan nilai-nilai Islam, sehingga menghasilkan produk-produk dengan konsep halal. Definisi Pariwisata syariah adalah kegiatan yang didukung oleh berbagai fasilitas layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah yang memenuhi ketentuan syariah. Pasar wisata syariah masih dianggap sebagai *untapped market* dimana permintaan yang ada belum mampu dipenuhi dan keberadaannya belum dimanfaatkan secara maksimal, sehingga masih memungkinkan untuk adanya penyesuaian dan inovasi. (Rahmi, 2017)

Kedatangan wisatawan mancanegara (wisman) tahun 2019 ke Banda Aceh mengalami penurunan, yaitu dari 29.213 orang wisman pada tahun 2018 menurun sebesar 3,2%, sehingga menjadi 28.303 orang wisman pada tahun 2019. Walaupun arus kunjungan wisman selama setahun terakhir menurun, tetapi Banda Aceh masih bisa menjadi tempat tujuan pelancongan bagi masyarakat dunia terutama objek-objek wisata unggulan, seperti wisata bahari, objek wisata tsunami, sejarah, religi, wisata budaya, dan wisata kuliner

Aceh merupakan daerah yang sering dikunjungi oleh wisatawan lokal dan wisatawan manca negara, Pada tahun 2019, jumlah wisman yang masuk melalui pintu kedatangan di Provinsi Aceh adalah sebanyak 34.465 orang, mengalami peningkatan sebesar 3,57 persen dibandingkan tahun 2018. Jumlah wisatawan mancanegara (wisman) yang masuk melalui pintu kedatangan di Provinsi Aceh selama sepuluh tahun terakhir (2010 – 2019) mengalami fluktuasi yang cenderung meningkat. Jumlah wisman paling banyak terdapat pada tahun 2016, yaitu sebanyak 42.222 orang. Sejak tahun 2014, jumlah kunjungan wisman meningkat tajam menjadi diatas duapuluh ribu pengunjung setiap tahunnya. Kenaikan jumlah kunjungan wisman selama sepuluh tahun ini menunjukkan semakin besarnya minat para wisatawan mancanegara untuk mengunjungi tempat-tempat wisata yang ada di Provinsi Aceh.

Kabupaten Aceh Besar, menjadikan pariwisata sebagai sektor andalan karena memiliki banyak dampak terhadap peningkatan perekonomian masyarakat. Aceh Besar memiliki potensi pariwisata yang tidak kalah dari daerah lainnya di Indonesia. Namun, aksesibilitas serta potensi pariwisata tersebut belum digarap secara maksimal. Pariwisata memberi dampak bagi sektor ekonomi lainnya termasuk usaha kecil masyarakat, pariwisata merupakan sektor andalan. Potensi pariwisata di Aceh Besar adalah wisata pantai yang ada di sepanjang pesisir (mediaindonesia.com, 2020).

Pantai Lampuuk menjadi salah satu destinasi wisata andalan di Nanggroe Aceh Darussalam (NAD) khususnya Banda Aceh. Di kawasan pantai ini terdapat garis pantai yang memiliki panjang sekitar 5 kilometer dan membentuk sebuah teluk kecil yang cukup indah serta unik. Pantai ini dibalut dengan keindahan pasir putih yang bersih dan lembut, air laut yang memiliki warna biru kehijauan serta ombak besar yang gulung-gulung menambah panorama keindahan yang sangat sempurna

Kawasan wisata ini juga terdapat 4 pintu masuk yang berderet mulai dari selatan hingga ke utara. Keempat pintu masuk ini juga memiliki nama sesuai dengan urutannya, yaitu Babah Satu, Babah Dua, Babah Tiga, serta Babah Empat. Untuk para pengunjung lokal biasanya akan melewati pintu masuk satu dan dua atau Babah Satu dan Dua, sedangkan bagi pengunjung asing biasanya akan memasuki pintu masuk Babah Tiga, pintu masuk ini biasanya juga untuk mereka yang ingin berselancar.

Pantai Lampuuk disugahi pemandangan pantai dengan hamparan pasir putih yang halus. Kamu akan melihat bentang pantai sejauh 5 kilometer. Daya tarik selanjutnya adalah air laut yang masih sangat jernih dengan warna biru kehijauan disertai dengan ombak yang cukup besar. Pantai Lampuuk terlihat semakin menawan dengan adanya ratusan pohon pinus yang tumbuh berjejer di tepi pantai, selain pemandangan yang menarik Pantai Lampuuk juga memiliki berbagai macam kuliner, mulai dari makanan siap saji hingga olahan.

Pantai Lhok Mee terdapat hal menarik yang bisa pengunjung temukan ketika berada di pantai tersebut, khususnya ketika air laut sedang surut. Pantai ini menawarkan suguhan aneka biota laut yang bisa dilihat langsung oleh mata tanpa perlu melakukan snorkeling. Karena biota laut tersebut berada di sekitar pinggir pantai sehingga bisa diakses pengunjung. Pengunjung bisa menyaksikan sejumlah biota laut seperti ikan-ikan, bulu babi, karang, kepiting hingga biota lainnya (Dinas Pariwisata Aceh, 2021).

Dalam memperkuat daya tarik suatu wisata dibutuhkan promosi dalam memperkenalkan destinasi wisata dan juga menentukan pasar yang tepat wisata tersebut. Dalam hal ini media sosial merupakan *platform* terbaik dalam menyampaikan pesan atau produk yang ingin diperkenalkan. Sebagaimana mestinya, informasi yang diterima dari media sosial perlu media lain dalam menyampaikan yaitu dari mulut ke mulut (*Elektronic Word Of Mouth*).

Melihat dari segi aksesibilitas tentang daya tarik wisata, pantai Lampuuk lebih mendominasi daripada pantai Lhok Mee dikarenakan pantai Lampuuk sering dijadikan tempat *event* maka perlu tempat untuk istirahat para wisatawan lokal dan manca Negara. Terdapat beberapa Vila dan rumah singgah seperti *Jo'es Bungalow*.

Objek wisata ini memiliki perjalanan 2 kilometer dari pelabuhan Krueng Raya Malahayati berada di Desa Lamreh, Kecamatan Masjid Raya. Hanya dibutuhkan waktu kurang lebih 35 menit atau dengan jarak tempuh 40 kilometer dari Kota Banda Aceh untuk mencapai Pantai Lhok Mee. Sesuai prinsip ekonomi semakin cepat sampai di tempat tujuan maka biaya perjalanan yang dikeluarkan semakin sedikit. Bagi yang ingin berkunjung ke Pantai Lampuuk, kamu hanya perlu menempuh perjalanan sejauh 15 km dari ibu kota Aceh, Banda Aceh atau dengan waktu tempuh selama 30 menit untuk menuju ke desa Meunasah Masjid, kecamatan Lhoknga, kabupaten Aceh Besar

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah penulis paparkan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dalam bentuk skripsi dengan judul **“Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Daya Tarik Wisata Pantai Lampuuk atau Pantai Lhok Mee Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Wisatawan Lokal Banda Aceh dan Aceh Besar)**

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana Pengaruh Aksesibilitas terhadap daya tarik pantai lampuuk dan pantai lhok mee?
2. Bagaimana Pengaruh *Elektronic Word Of Mouth* terhadap daya tarik pantai lampuuk dan pantai pasir putih?
3. Bagaimana pengaruh Biaya Perjalanan terhadap daya tarik pantai lampuuk dan pantai pasir putih?
4. Bagaimana Pengaruh aksesibilitas, elektronik word of mouth dan biaya perjalanan terhadap daya tarik wisata pantai lampuuk atau pantai pasir putih?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji dan menganalisis Bagaimana pengaruh aksesibilitas terhadap daya tarik wisata pantai lampuuk dan pantai pasir putih.
2. Untuk menguji dan menganalisis Bagaimana pengaruh elektronik word of mounth terhadap daya tarik wisata pantai lampuuk dan pantai pasir putih
3. Untuk menguji dan menganalisis bagaimana pengaruh biaya perjalanan terhadap daya tarik wisata pantai lampuuk dan pantai pasir putih

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi masyarakat

Penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan untuk masyarakat lokal maupun manca negara yang berwisata di pantai lampuuk dan pantai pasir putih

2. Bagi pemerintah

Sebagai masukan informasi kepada pihak pemerintahan dan instansi terkait objek objek wisata terhadap kunjungan pantai lampuuk dan pantai pasir putih, sehingga pemerintah mampu melakukan kebijakan yang tepat untuk pengembangan wisata yang ada di Banda Aceh dan Aceh Besar

3. Bagi peneliti

Sebagai bahan referensi dan informasi bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut tentang pantai lampuuk dan pantai pasir putih

1.5 Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini terdiri dari lima bab, yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang pendahuluan yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan tentang teori-teori yang meliputi pengertian Faktor Faktor yang mempengaruhi kunjungan pantai lampuuk dan pantai pasir putih

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian yang meliputi jenis penelitian, waktu dan lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, populasi minat pengunjung dan sampel, sumber data, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang diskripsi obyek penelitian, hasil analisis serta pembahasan secara mendalam tentang hasil temuan dan menjelaskan implikasinya.

BAB V PENUTUP

Bab ini menjelaskan penutup dari pembahasan skripsi yang memuat kesimpulan dan saran atau rekomendasi

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Objek Wisata Halal

Menurut Sucipto (2014) Wisata halal melengkapi ladang uang syariah yang sudah duluan mengakar di masyarakat Indonesia dan dunia, yaitu industri keuangan syariah dan makanan halal. Definisi wisata syariah sangat luas dan bukan sekedar wisata religi. Adapun perbedaan antara wisata religi, syariah, halal:

1. Wisata religi adalah perjalanan wisata berkulat pada kunjungan seperti berziarah, kunjungan ke masjid bersejarah dan hal-hal yang berkaitan dengan keagamaan.
2. Wisata syariah adalah perjalanan wisata berkulat pada kunjungan seperti bertamsya, perjalanan wisata alam; (paralayang, curug maja, taman kuning, curug cipetei, dan lain- lain). Yang bersifat syariah.
3. Wisata halal adalah perjalan wisata berkulat pada penyediaan yang disediakan pada tempat atau lokasi tersebut; hotel, makanan, dan lain-lain. Yang bersifat halal dan haram.

Tujuan terbesar dari perjalanan dalam wisata Islam adalah untuk mengajak orang lain kepada Allah dan untuk menyampaikan kepada umat manusia ajaran Islam yang diwahyukan kepada Nabi Muhammad saw. Hal ini adalah misi Rasul dan para sahabat beliau. Para sahabat Nabi Muhammad menyebar ke seluruh dunia, mengajarkan kebaikan dan mengajak mereka untuk menjalankan kebenaran. Konsep wisata dikembangkan untuk mencapai tujuan tersebut. Akhirnya, wisata Islam juga termasuk kegiatan perjalanan untuk merenungkan keajaiban penciptaan Allah dan menikmati keindahan alam semesta ini, sehingga akan membuat jiwa manusia mengembangkan keimanan yang kuat dalam keesaan Allah dan akan membantu seseorang untuk memenuhi kewajiban hidup (Jaelani, 2016) Aan J, *Industri Wisata Halal di Indonesia: Potensi dan Prospek*, Jurnal (Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, IAIN Syekh Nurjati Cirebon, Cirebon)

Hingga kini, belum ada prinsip-prinsip atau syarat utama wisata halal yang disepakati dan tidak banyak literatur atau praktisi yang mendiskusikan dan memaparkan hal tersebut. Berikut rangkuman prinsip-prinsip dan atau syarat utama wisata halal dari sumber tersebut: Makanan halal

1. Tidak ada minuman keras (mengandung alkohol)
2. Tidak menyajikan produk dari babi
3. Tidak ada diskotik

4. Staf pria untuk tamu pria, dan staf wanita untuk tamu wanita
5. Hiburan yang sesuai
6. Fasilitas ruang ibadah (Masjid atau Mushalla) yang terpisah gender
7. Pakaian islami untuk seragam staf
8. Tersedianya Al-Quran dan peralatan ibadah (shalat) di kamar
9. Petunjuk kiblat
10. Seni yang tidak menggambarkan bentuk manusia
11. Toilet diposisikan tidak menghadap kiblat
12. Keuangan syariah
13. Hotel atau perusahaan pariwisata lainnya harus mengikuti prinsip-prinsip zakat

Berdasarkan prinsip dan atau syarat utama wisata halal diatas, beberapa prinsip dapat berseberangan dengan kepentingan lainnya khususnya pada negara-negara non-Islam yang mengembangkan wisata halal. Sehingga diperlukan diskusi dan kajian mengenai hal tersebut, oleh para peneliti, praktisi, termasuk ulama yang paham akan hal ini. Namun, dari prinsip-prinsip atau syarat utama wisata halal diatas, makanan halal, produk yang tidak mengandung babi, tidak ada minuman keras, ketersediaan fasilitas ruang ibadah, tersedianya Al-Qur'an dan peralatan ibadah (shalat) di kamar, petunjuk kiblat, dan pakaian staf yang sopan merupakan hal yang penting bagi wisatawan muslim (Satriana, 2018)

2.1.2 Indikator Wisata Halal

Indikator penelitian merupakan salah satu nomina yang merupakan variabel kendali yang bisa dipakai mengukur perubahan yang terjadi kepada suatu kejadian maupun kegiatan. (Harashta, 2020) Indikator nya sebagai berikut :

1. Lingkungan

Lingkungan Islami bagi wisatawan yang terwujud dalam pemisahan penyediaan tempat bagi wisatawan laki-laki dan perempuan

2. Kebijakan

Aturan – aturan dan Legalitas di bidang Kebudayaan dan Pariwisata

3. Strategi

Dalam melakukan strategi dilakukan analisis sederhana seperti SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*)

4. Evaluasi

Pengoordinasian, pembinaan, perumusan laporan tahunan dan evaluasi setiap bidang sebagai pertanggung jawaban

2.2 Akseibilitas

2.2.1 Pengertian Akseibilitas

Aksesibilitas merupakan salah satu bagian dari analisis interaksi kegiatan dengan sistem jaringan transportasi yang bertujuan untuk memahami cara kerja sistem tersebut dan menggunakan hubungan analisis antara komponen sistem untuk meramalkan dampak lalu lintas beberapa tata guna lahan atau kebijakan transportasi yang berbeda. Aksesibilitas sering dikaitkan dengan jarak, waktu tempuh dan biaya perjalanan (Suthanaya, 2009)

Aksesibilitas sendiri dapat didefinisikan sebagai tingkat kemudahan untuk mencapai atau mendapatkan barang dan jasa yang diperlukan. Aksesibilitas yang tinggi dapat tercipta dengan ketersediaan prasarana (jaringan jalan) yang baik dan didukung dengan ketersediaan sarana atau fasilitas untuk melakukan pergerakan. Aksesibilitas yang tinggi ini juga dapat diukur berdasarkan jarak lokasi ke pusat-pusat pelayanan publik yang secara spasial identik dengan pusat kota. (Farida, 2013)

2.2.2 Aspek Akseibilitas

Internal berasal dari diri pemustaka antara lain: kemampuan komputasi, kemampuan bahasa Inggris sebagai bahasa Internasional, dan tersedianya waktu yang berbeda di antara pemustaka. Eksternal yang berasal dari luar pemustaka antara lain fasilitas pendukung akses, seperti komputer tersambung internet dengan kapasitas bandwidth yang memadai, sosialisasi dapat berupa leaflet, brosur, dan lain sebagainya, serta pelatihan penelusuran informasi jurnal elektronik (Ibrahim 2004: 19)

Aksesibilitas didefinisikan suatu ukuran kenyamanan atau kemudahan mengenai cara lokasi tata guna lahan berinteraksi satu sama lain dan mudah atau susah nya lokasi tersebut dicapai melalui sistem jaringan transportasi. Setiap lokasi geografis yang berbeda memiliki tingkat aksesibilitas yang berbeda hal ini disebabkan perbedaan kegiatan dari masing-masing tata guna lahan aksesibilitas berdasarkan tujuan dan kelompok sosial, aksesibilitas menyediakan ukuran kinerja

antara tata guna lahan dengan sistem transportasi. Penghuni perumahan lebih tertarik dengan aksesibilitas menuju tempat kerja, sekolah, toko, pelayanan kesehatan dan tempat rekreasi (Aslam, 2017).

2.2.3 Indikator Akseibilitas

Menurut Philip Kotler (2006) mengatakan bahwa indikator minat pengunjung sebagai berikut:

1. Jarak

Jarak adalah ruang sela yang menunjukkan panjang luasnya antara satu titik ketitik yang lain (KBBI, 2020)

2. Waktu

Waktu juga sumber daya yang tidak dapat dibeli atau dijual, waktu tidak dapat ditambah atau dikurangi. Setiap harinya, semua orang memiliki jumlah waktu yang sama, yaitu 24 jam. Orang yang berhasil memaksimalkan penggunaan waktu adalah yang menerapkan teknik dan sistem yang berbeda beda, namun memiliki satu tujuan yang sama dan memiliki visi tentang bagaimana cara seseorang menghabiskan waktu, visi yang mengandung kesadaran tentang prioritas, dan mengetahui apa yang ingin dilakukan dengan waktu yang tersedia (Harvard Business School, 2006)

3. Biaya

Biaya mempunyai dua pengertian yaitu pengertian secara luas dan secara sempit. Biaya dalam arti luas adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang dalam usahanya untuk mendapatkan sesuatu untuk mencapai tujuan tertentu baik yang sudah terjadi dan belum terjadi/baru direncanakan. Biaya dalam arti sempit adalah pengorbanan sumber ekonomi dalam satuan uang untuk memperoleh aktiva (Sujarweni, 2015)

2.3 Electronic Word Of Mouth

2.3.1 Pengertian Electronic Word Of Mouth

Word of Mouth adalah suatu bentuk pemasaran dimana konsumen memegang kendali dan berpartisipasi sebagai pemasar untuk mempengaruhi dan mempercepat pesan pemasaran *Word of Mouth* adalah suatu entuk promosi yang berupa rekomendasi dari mulut ke mulut tentang kebaikan dalam suatu produk. Strategi promosi dari mulut ke mulut digunakan oleh perusahaan

untuk memasarkan produknya dikarenakan mempunyai pengaruh yang sangat besar kepada seseorang karena informasi yang didapat dianggap nyata dan jujur (Lupiyoadi, 2006).

Pernyataan positif atau negatif yang dibuat secara potensial dan aktual oleh konsumen yang telah menggunakan produk atau jasa dari suatu perusahaan serta dapat diakses oleh banyak orang dan lembaga-lembaga melalui internet disebut juga dengan electronic word of mouth (eWOM). EWOM menawarkan berbagai cara untuk bertukar informasi, yaitu dapat dilakukan secara rahasia atau anonim, serta memberikan kebebasan geografis dan temporal (Utami, 2015).

Menurut Kotler & Keller (2009) *word of mouth* adalah kegiatan pemasaran melalui perantara orang ke orang baik secara lisan, tulisan, maupun alat komunikasi elektronik yang berhubungan dengan pengalaman pembelian jasa atau pengalaman menggunakan produk atau jasa.

Litvin *et al.* (2008) mendefinisikan *Electronic Word of Mouth* sebagai semua komunikasi informal yang diarahkan pada konsumen melalui pemanfaatan teknologi berbasis internet yang berkaitan dengan penggunaan atau karakteristik yang baik pada layanan tertentu atau pada para penjual.

2.3.2 Indikator Electronic Word Of Mouth

1. Intensitas

Intensitas merupakan suatu keadaan tingkatan atau ukuran intensnya. Intensitas berasal dari bahasa latin yaitu *intention* yang merupakan suatu ukuran kekuatan, keadaan tingkatan atau ukuran intens seseorang (KBBI, 2008)

2. Konten

Konten adalah informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik. Penyampaian konten dapat dilakukan melalui berbagai medium baik secara langsung maupun tidak langsung seperti internet, televisi, CD audio, bahkan sekarang sudah melalui telepon genggam (*handphone*) (KBBI, 2020)

3. Pendapat Positif

Pendapat Positif Adalah komentar positif mengenai produk, jasa dan *brand*, seperti komentar positif dari pengguna media social (Goyette, 2010)

4. Pendapat negatif

Pendapat Negatif Adalah komentar negatif mengenai produk, jasa dan *brand*, seperti komentar negatif dari pengguna media social (Goyette, 2010)

2.4 Biaya Perjalanan

2.4.1 Pengertian Biaya Perjalanan

Pada dasarnya sebuah tempat wisata tidak memiliki nilai pasar yang pasti, sehingga penilaian tempat wisata dapat dilakukan dengan menggunakan pendekatan biaya perjalanan. Metode biaya perjalanan (*Travel Cost Method*) tersebut dapat dilakukan dengan menggunakan informasi tentang berapa besar jumlah uang yang dikeluarkan dan waktu yang dihabiskan untuk mencapai tempat wisata, hal ini berfungsi untuk mengukur dan mengestimasi seberapa besar nilai benefit yang diperoleh dari upaya perubahan kualitas lingkungan dari tempat wisata yang dikunjungi (Sahlan, 2008).

Menurut Fauzi (2010: 213), metode biaya perjalanan digunakan untuk menganalisis permintaan terhadap rekreasi di alam terbuka seperti memancing, berburu, hiking dan lain-lain. Secara prinsip metode ini mengkaji biaya-biaya yang dikeluarkan setiap individu untuk mendatangi tempat-tempat rekreasi tersebut. Metode biaya perjalanan dapat digunakan untuk mengukur manfaat dan biaya akibat dari:

1. Perubahan Biaya Akses (Tiket Masuk) Bagi Suatu Tempat Rekreasi;
2. Penambahan Tempat Rekreasi Baru;
3. Perubahan Kualitas Lingkungan Tempat Rekreasi;
4. Penutupan Tempat Rekreasi.

Travel cost method (TCM) memiliki tiga pendekatan, yaitu:

1. Zonal travel cost, dapat dilakukan hanya dengan menggunakan data sekunder dan beberapa data sederhana yang dikumpulkan dari para pengunjung.
2. Individual travel cost, menggunakan sebuah survei yang lebih terperinci terhadap para pengunjung.
3. Random utility, menggunakan survey dan data-data pendukung lainnya, serta teknik statistika yang lebih rumit. TCM merupakan teknik yang pertama kali mengasumsikan bahwa nilai suatu tempat rekreasi berkaitan dengan biaya perjalanan yang dikeluarkan para pengunjung

2.4.2 Indikator Biaya Perjalanan

1. Biaya Transportasi

Biaya transportasi dibedakan atas kepada siapa biaya tersebut dikenakan. Ada lima kelompok yang menanggung biaya transportasi yang berlainan yaitu Pemakai sistem, Pemilik sistem/Operator, Pemerintah dan Daerah (Ritonga, 2015).

2. Biaya Akomodasi

Segala biaya yang di gunakan untuk menginap serta makan dan minum selama melakukan kegiatan pariwisata (Ritonga, 2015)

3. Biaya Tiket

Tiket adalah dokumen berbentuk cetak, melalui proses elektronik, atau bentuk lainnya, yang merupakan salah satu alat bukti adanya perjanjian angkutan udara antara penumpang dan pengangkut dan hak penumpang untuk menggunakan pesawat udara atau diangkut dengan pesawat udara (UU RI No. 1 Tahun 2009)

4. Biaya Konsumsi

Kegiatan untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan saat ini guna meningkatkan kesejahteraan hidupnya. Konsumsi mempunyai arti sebagai pembelanjaan atas barang-barang dan jasa-jasa yang dilakukan oleh rumah tangga atau seseorang dengan tujuan untuk memenuhi segala kebutuhan dari orang yang melakukan pembelanjaan tersebut (Dumairy, 2004)

2.5 Daya tarik wisata

2.5.1 Pengertian Daya Tarik Wisata

Pengertian daya tarik wisata menurut Undang-undang Republik Indonesia No.10 tahun 2009 tentang Kepariwisataan Bab I, pasal 5, juga mengemukakan pengertian dari daya tarik wisata yaitu daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.

Daya tarik wisata merupakan fokus utama penggerak pariwisata di sebuah destinasi. Dalam arti, daya tarik wisata sebagai penggerak utama yang memotivasi wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat. Contoh wisatawan akan mendatangi pesisir pantai yang memiliki ombak tinggi, pasir putih dan air biru sebagai daya tarik. Daya tarik wisata juga menjadi fokus orientasi bagi

pembangunan wisata terpadu. Misalnya dengan ditemukannya situs sejarah purbakala, wisatawan yang tertarik akan datang mengunjungi dan masyarakat setempat menyediakan berbagai fasilitas untuk kebutuhan wisatawan selama berlibur, seperti akomodasi, fasilitas makan minum, dan transportasi. (Ismayanti , 2010 : 147).

2.5.2 Indikator Daya Tarik Wisata

1. Atraksi

Atraksi wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keindahan, yang bernilai, baik yang berupa suatu keanekaragaman, yang memiliki keunikan, baik dalam kekayaan budaya maupun hasil buatan manusia (man made) yang menjadi faktor daya tarik dan menjadi tujuan wisatawan untuk berkunjung, yang menjadikan wisatawan termotivasi untuk melakukan wisata ke obyek wisata tersebut (Fitroh, 2017)

2. Aksesibilitas

Aksesibilitas merupakan salah satu bagian dari analisis interaksi kegiatan dengan sistem jaringan transportasi yang bertujuan untuk memahami cara kerja sistem tersebut dan menggunakan hubungan analisis antara komponen sistem untuk meramalkan dampak lalu lintas beberapa tata guna lahan atau kebijakan transportasi yang berbeda (Suthanaya, 2009).

3. Amenitas atau fasilitas

Fasilitas merupakan segala sesuatu yang sengaja disediakan oleh penyedia jasa untuk dipakai serta dinikmati oleh konsumen yang bertujuan memberikan tingkat kepuasan yang maksimal. Fasilitas merupakan segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik yang disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen (Kotler, 2009)

4. Jasa pendukung pariwisata

Keberhasilan penyedia jasa dalam penyajian jasa sangat tergantung pada peran beberapa pihak seperti karyawan, konsumen dan perantara. Untuk itu perusahaan harus dapat membina hubungan (relationship) yang baik atas dasar prinsip win-win situation untuk mendorong dan mengoptimalkan kinerja mereka. Membina hubungan baik dengan karyawan dapat dilakukan dengan meningkatkan kompensasi, mengurangi konflik dan motivasi (Surmayanto, 2009)

2.6 Penelitian Terkait

Ida Bagus Gede Udiyana, Putu Kepramareni Dan Erlinawati (2018). Pendekatan Dimensi Kualitas Pelayanan, Daya Tarik Wisata, Fasilitas, Biaya Perjalanan dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Kunjungan Wisatawan Pada Obyek Wisata Pantai Plengkung di Kabupaten Banyuwangi Propinsi Jawa Timur (Upaya Pemberdayaan Pengusaha Lokal Sektor Pariwisata) Penelitian kuantitatif pengaruh signifikan dan positif terhadap kunjungan wisatawan, hal ini terlihat dari angka t hitung sebesar 1.258 yang lebih kecil dari t tabel 1.658 hal ini berarti naik turunnya daya tarik tidak terlalu berdampak pada peningkatan kunjungan wisatawan.

Eka Rosyidah Aprilia, Sunarti Edriana dan Pangestuti (2017). Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Fasilitas Layanan Terhadap Kepuasan Wisatawan di Pantai Balekambang Kabupaten Malang bahwa daya tarik wisata merupakan sesuatu yang unik dan menjadi pilihan wisatawan sehingga dapat memberikan kepuasan dengan apa yang diinginkan wisatawan.

Sulfi Abdulhaji dan Ibnu Sina Hi. Yusuf (2016). Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas, Dan Fasilitas Terhadap Citra Objek Wisata Danau Tolire Besar Di Kota Ternate. Penelitian ini tergolong sebagai penelitian kuantitatif karena dalam penelitian ini dilakukan pengujian hipotesis yang telah dikemukakan sebelumnya. Penelitian ini diteliti hubungan antara Atraksi, Aksesibilitas dan Fasilitas yang dikategorikan sebagai variabel independent, terhadap Citra Objek Wisata yang dikategorikan sebagai variabel dependent. Penelitian ini dilaksanakan di Kota Ternate. Objek penelitian ini adalah Danau Tolire Besar, yang dilakukan mulai dari bulan Oktober-Desember 2015.

Fitriandini Dwi Parastiwi dan Naili Farida (2018). Pengaruh Daya Tarik Dan Word-Of-Mouth Terhadap Penelitian yang akan penulis lakukan termasuk kedalam jenis penelitian Explanatory research. Penelitian explanatory adalah Penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan dua atau lebih fenomena atau digunakan untuk menguji suatu teori atau hipotesis guna memperkuat atau bahkan menolak teori atau hipotesis suatu hasil penelitian yang telah ada. Metode yang digunakan dalam teknik sampling yaitu Purposive sampling, dimana populasi minimal melakukan kunjungan sebanyak 2 kali berkunjung selama 1 tahun terakhir. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang / responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non probability sampling, tidak semua orang memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi responden. Untuk menentukan siapa saja yang akan dijadikan responden dalam penelitian ini menggunakan aksidental.

Tabel 2.1 Penelitian Terkait

No	Peneliti	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Ida Bagus Gede Udiyana, Putu Kepramareni dan Erlinawati. (2018)	Pendekatan dimensi kualitas Pelayanan, daya tarik wisata, fasilitas, biaya perjalanan dan promosi pengaruhnya terhadap kunjungan wisatawan pada obyek wisata pantai Plengkung di kabupaten Banyuwangi propinsi Jawa Timur (upaya pemberdayaan pengusaha lokal sektor pariwisata)	Penelitian ini menggunakan kuantitatif	Dimana nilai rata-rata untuk variabel fasilitas pariwisata sebesar 3.915 berada dalam kategori baik. Artinya bahwa secara keseluruhan responden menyatakan setuju terhadap indikator pengukuran variabel daya tarik wisata tersebut
2	Eka Rosyidah Aprilia, Sunarti Edriana dan Pangestuti (2017)	Pengaruh daya tarik wisata dan fasilitas layanan terhadap kepuasan wisatawan di pantai Balekambang kabupaten Malang	Menggunakan metode kuantitatif	Bahwa daya tarik wisata merupakan faktor utama wisatawan berkunjung ke suatu destinasi. Daya tarik wisata alam pantai balekambang tidak hanya pantainya yang memiliki dua jenis gelombang, yaitu gelombang besar dan gelombang tenang, tetapi juga iklim yang sejuk serta terdapat tiga pulau yang memiliki jembatan untuk dapat dikunjungi wisatawan.
3	Sulfi Abdulhaji dan Ibnu Sina Hi. Yusuf (2016)	Pengaruh atraksi, aksesibilitas, dan fasilitas terhadap citra objek wisata Danau Tolire besar di kota Ternate	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi atraksi, aksesibilitas, fasilitas dan citra objek wisata Danau Tolire besar dalam kategori baik, dan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa atraksi, aksesibilitas dan fasilitas dapat berpengaruh signifikan terhadap citra objek wisata Tolire besar.

Tabel 2.1-Lanjutan

No	Peneliti	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
4	Fitriandini Dwi Parastiwi dan Naili Farida (2018)	Pengaruh daya tarik dan <i>word of mouth</i> terhadap kunjungan ulang melalui kepuasan	Penelitian ini Menggunakan Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif daya tarik wisata alam dan <i>word of mouth</i> secara signifikan terhadap kepuasan, dan kepuasan berpengaruh positif terhadap kunjungan ulang. Berdasarkan hasil analisis uji sobel, diketahui bahwa variabel daya tarik wisata alam dan <i>word of mouth</i> berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Selanjutnya variabel kepuasan berpengaruh signifikan terhadap kunjungan ulang. Berdasarkan hasil tersebut maka disarankan untuk meningkatkan perbaikan fasilitas dan perawatan terhadap tempat wisata serta menambah event budaya yang bisa menjadi daya tarik bagi pengunjung untuk berkunjung ke obyek wisata Ketep Pass.

2.7 Hubungan Antar Variabel

2.7.1 Hubungan Antara Aksesibilitas Dengan Daya Tarik Wisata

Objek dan daya tarik wisata memiliki komponen yang sangat menentukan, maka harus dirancang dan dibangun atau dikelola secara profesional sehingga dapat menarik wisatawan untuk berkunjung. Seperti Adanya aksesibilitas yang tinggi untuk dapat mengunjunginya, Sarana atau prasarana penunjang untuk melayani para wisatawan yang berkunjung (Abdulhaji, 2016).

2.7.2 Hubungan Antara *Electronic Word Of Mouth* Dengan Daya Tarik Wisata

Pada jurnal yang berjudul Pengaruh daya tarik dan *word of mouth* terhadap kunjungan ulang melalui kepuasan oleh (Parastiwi, 2018) menyatakan bahwa terdapat pengaruh *word of mouth* terhadap kepuasan telah terbukti. berdasarkan hasil tersebut maka disarankan untuk meningkatkan perbaikan fasilitas dan perawatan terhadap tempat wisata serta menambah event budaya yang bisa menjadi daya tarik bagi pengunjung untuk berkunjung ke obyek wisata.

2.7.3 Hubungan Antara Biaya Perjalanan Dengan Daya Tarik Wisata

Udiyana (2018) mengungkapkan dalam jurnalnya bahwa variabel biaya perjalanan memberikan kontribusi terhadap kunjungan wisatawan hal ini berarti apabila biaya perjalanan yang ditawarkan lebih murah dan terjangkau maka akan berdampak pada meningkatnya kunjungan wisatawan. Sehingga biaya perjalanan memiliki peranan penting dalam meningkatkan kunjungan wisatawan.

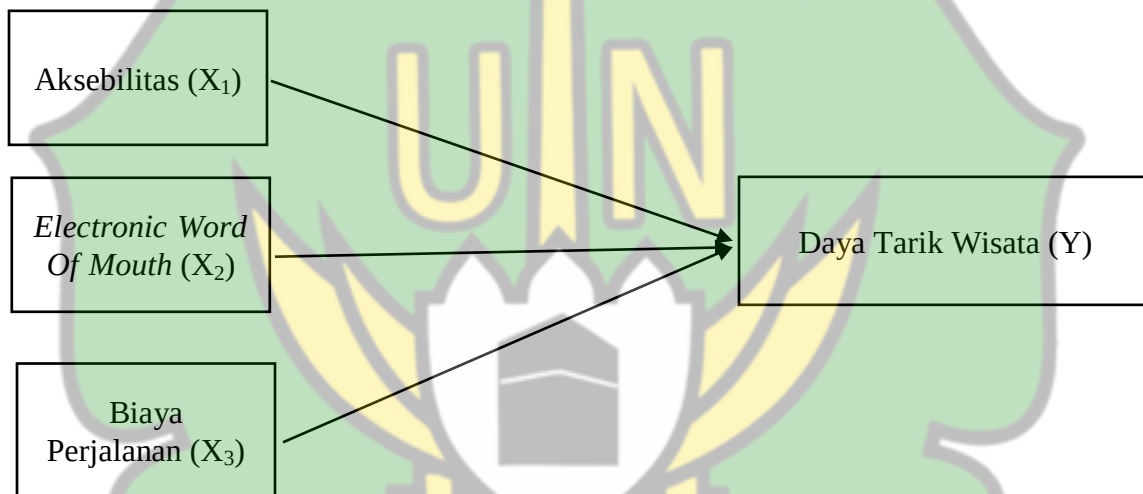
2.7.4 Hubungan Antara Akseibilitas, *Electronic Word Of Mouth* dan Biaya Perjalanan Dengan Daya Tarik Wisata

Dari hasil penelitian diatas, terbukti bahwa variabel Akseibilitas, *Electronic Word Of Mouth* dan Biaya Perjalanan berpengaruh signifikan serta simultan terhadap Daya Tarik Wisata

2.8 Kerangka Pemikiran

Kerangka penelitian menggambarkan hubungan dari variabel independen terhadap variabel dependen, Akseibilitas (X_1), *Electronic Word Of Mouth* (X_2) Biaya Perjalanan (X_3) Daya tarik wisata (Y). Adapun kerangka pemikiran yang digunakan adalah sebagai berikut :

Akseibilitas (X_1)



2.9 Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan Deskripsi Teori, Hasil Penelitian Yang Relevan dan Kerangka Pemikiran Diatas Dapat Ditarik Hipotesis Sebagai Berikut:

1. H_o : Akseibilitas Tidak Berpengaruh Signifikan Terhadap Daya Tarik Wisata
 H_a : Akseibilitas Berpengaruh Signifikan Terhadap Daya Tarik Wisata
2. H_o : *Electronic Word Of Mouth* Tidak Berpengaruh Signifikan Terhadap Daya Tarik Wisata
 H_a : *Electronic Word Of Mouth* Berpengaruh Signifikan Terhadap Daya Tarik Wisata

3. Ho : Biaya Perjalanan Tidak Berpengaruh Signifikat Terhadap Daya Tarik Wisata
Ha : Biaya Perjalanan Berpengaruh Signifikat Terhadap Daya Tarik Wisata
4. Ho : Daya tarik wisata Tidak Berpengaruh Signifikan Terhadap terhadap kunjungan pantai lampuuk atau pantai lhok mee
Ha : Daya tarik wisata Berpengaruh Signifikat Terhadap terhadap kunjungan pantai lampuuk atau pantai lhok mee



BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengumpulan sampel bisa dilakukan dengan random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Pendekatan kuantitatif bertujuan untuk menguji teori, membangun fakta, menunjukkan hubungan antara variabel, memberikan deskripsi statistik, menaksir dan meramalkan hasilnya (Sugiyono, 2014: 13)

3.2 Sumber Data

Untuk mengumpulkan data dan informasi, penulis menggunakan sumber data sebagai berikut:

1. Data primer

Menurut Supranto (2012) data primer merupakan data yang diambil dan diolah sendiri oleh peneliti atau data secara langsung dikumpulkan sendiri oleh perorangan atau suatu organisasi melalui objeknya. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh dari wawancara dan penyebaran kuesioner pada sampel yang telah ditentukan, yaitu masyarakat kota Banda Aceh dan Aceh Besar

2. Data Sekunder

Data sekunder digunakan sebagai data pendukung dalam penelitian ini. Menurut Sugiyono (2014) data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat dokumen atau lewat orang lain. Data sekunder dari penelitian ini diambil dari jurnal penelitian terdahulu, surat kabar dan buku-buku yang berkaitan dengan penelitian ini.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa hal, yaitu:

1. Kuesioner/angket

Untuk memperoleh data dan informasi berdasarkan pandangan konsumen peneliti menggunakan kuesioner/angket sebagai teknik pengumpulan data. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawabnya (Sugiyono, 2014: 199).

2. Observasi

Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifikasi bila dihubungkan dengan teknik yang lain,yaitu wawancara dan kuesioner. Wawancara dan kuesioner selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga obyek-obyek alam yang lain (Sugiyono, 2014: 203)

3.4 Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subyek yang mempunyai kualitas dan kerekteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyoni, 2014: 389). Berdasarkan pengertian tersebut maka populasi dalam penelitian ini yaitu masyarakat kota banda aceh dan aceh besar

Sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apabila sampel terlalu besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu (Sugiyono, 2014: 392). Informasi dan data yang didapatkan dari sampel akan disimpulkan sebagai populasi, sehingga sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar mewakili.

Metode pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu *non probability sampling* dimana setiap anggota populasi tidak diberikan kesempatan yang sama untuk diajukan sampel. Adapun jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 100 sampel. Penentuan jumlah sampel ini berdasarkan pernyataan Supranto (2012: 16) bahwa ukuran sampel yang baik ditentukan dengan cara, jumlah pertanyaan dalam kuesioner dikali lima (5) sampai sepuluh (10). Maka dalam penentuan jumlah sampel peneliti memilih perhitungan banyaknya indikator dikali dengan (7) yang memiliki sifat nilai tengah, perhitungannya sebagai berikut: 15 pernyataan $\times 7 = 105$, dan peneliti

membulatkan menjadi 100 responden dengan menggunakan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* yaitu teknik pengumpulan sampel dengan beberapa pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data yang diperoleh nantinya dapat lebih akurat dan representif. Berdasarkan hal tersebut penulis menentukan kriteria sampel sebagai berikut :

1. Responden dengan minimal ber-usia 20 tahun, karena diusia tersebut bisa menentukan mana yang baik dan benar
2. Responden dengan minimal sudah mengunjungi tempat wisata penelitian, lebih dari 2 kali

3.5 Skala Pengukuran

Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai teknik untuk mengumpulkan data. Dalam kuesioner berisi jumlah pertanyaan yang tertulis untuk memperoleh informasi dari responden mengenai laporan pribadinya atau hal-hal yang diketahui oleh responden. Dalam hal ini, kuesioner yang akan penulis bagikan berisi pernyataan yang berkaitan dengan Faktor-faktor yang mempengaruhi kunjungan wisata pantai, kemudian responden akan memilih memberikan jawaban atas pernyataan tersebut. Setiap jawaban yang akan diberikan kepada responden akan diberikan bobot nilai.

Skala likert digunakan sebagai skala penilaian dalam kuesioner. Skala likert merupakan alat ukur yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapatan dan persepsktif seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial (Ghozali, 2013: 101) skala ordinal atau sekala likert, yaitu sekala yang berisi lima tingkat preferensi jawaban dengan pilihan sebagai berikut:

Tabel 3.1

Instrumen Skala Likert

Keterangan	Bobot
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Kurang Setuju (KS)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Skala 1 sampai 5 untuk memudahkan reponden dalam menjawab pernyataan yang diajukan. Di mana, tiap-tiap pertanyaan/ Pernyataan akan dijawab oleh responden berdasarkan skala *likert* tersebut. Berdasarkan hipotesis di atas, indikator pertanyaan/ pernyataan mencakup tentang Aksebilitas, *Electronic Word Of Mouth*, Biaya Perjalanan dan Daya Tarik Wisata.

Selanjutnya dicari rata-rata dari setiap jawaban responden. Untuk memudahkan penilaian dari rata-rata tersebut maka dibuat interval pilihan rata-rata responden. Dalam penelitian ini penulis menentukan banyaknya kelas interval sebanyak lima kelas, dengan rumus yang digunakan menurut Sudjana (2005: 49)

$$\text{Panjang Kelas Interval} = \frac{\text{Rentang}}{\text{Banyak Kelas Interval}}$$

Dimana:

Rentang = Nilai Tertinggi – Nilai Terendah

Banyaknya kelas interval = 5

Berdasarkan rumus diatas maka panjang kelas interval adalah:

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

Maka kriteria dari penilaian adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2
Interval Penilaian Jawaban Responden

Keterangan (pilihan)	Skor
1,00 – 1,79	Sangat Tidak Baik (STB)
1,80 – 2,59	Tidak Baik (TB)
2,60 – 3,39	Kurang Baik (KB)
3,40 – 4,19	Baik (B)
4,20 – 5,00	Sangat Baik (SB)

3.6 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel merupakan suatu definisi variabel-variabel penelitian yang di dalamnya terdapat batasan dan arti spesifik sebagai alat ukur suatu variabel, di mana variabel tersebut memiliki masing-masing indikator (Rakhmawati, 2016). Adapun variabel dalam penelitian ini adalah variabel bebas dan variabel terikat.

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Menurut Sugiyono (2014: 59), variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu Aksesibilitas (X_1), *Electronic Word Of Mouth* (X_2), dan Biaya Perjalanan (X_3)

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas, adapun variabel terikat dalam penelitian ini adalah Daya Tarik Wisata (Y)

Untuk memahami lebih lanjut mengenai istilah variabel yang digunakan dalam penelitian ini, maka dijelaskan definisi operasional variabel sebagai berikut:

Tabel 3.3
Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Skala
1	Aksesibilitas (X_1),	Aksesibilitas merupakan salah satu bagian dari analisis interaksi kegiatan dengan sistem jaringan transportasi yang bertujuan untuk memahami cara kerja sistem tersebut dan menggunakan hubungan analisis antara komponen sistem untuk meramalkan dampak lalu lintas beberapa tata guna lahan atau kebijakan transportasi yang berbeda (Suthanaya, 2009)	1. Jarak 2. Waktu 3. Biaya (Tamin, 2000)	Skala Likert

2	Electronic Word Of Mouth (X_2),	<i>word of mouth</i> adalah kegiatan pemasaran melalui perantara orang ke orang baik secara lisan, tulisan, maupun alat komunikasi elektronik yang berhubungan dengan pengalaman pembelian jasa atau pengalaman menggunakan produk atau jasa (Kotler & Keller, 2009)	1. Intensitas 2. Konten 3. Pendapat positif 4. Pendapat negative (Goyette, 2010)	Skala Likert
3	Biaya Perjalanan (X_3)	Metode biaya perjalanan (<i>Travel Cost Method</i>) tersebut dapat dilakukan dengan menggunakan informasi tentang berapa besar jumlah uang yang dikeluarkan dan waktu yang dihabiskan untuk mencapai tempat wisata, hal ini berfungsi untuk mengukur dan mengestimasi bseberapa besar nilai benefit yang diperoleh dari upaya perubahan kualitas lingkungan dari tempat wisata yang dikunjungi (Sahlan, 2008)	1. Biaya Transportasi 2. Biaya Akomodasi 3. Biaya Tiket 4. Biaya Konsumsi (Udiyana, 2018)	Skala Likert
4	Daya Tarik Wisata (Y)	Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki R keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.	1. Atraksi 2. Aksesibilitas 3. Amenitas atau Fasilitas 4. jasa pendukung Pariwisata (Yoeti, 2008)	Skala Likert

3.7 Analisis Data

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur sah atau validnya suatu kuesioner sehingga dapat sesuai dengan apa yang diharapkan untuk mendapatkan hasil yang akurat. Suatu kuesioner dapat dilakukan valid jika pertanyaan pada kuesioner tersebut (Ghozali, 2013: 49)

Tingkat validitas dapat diukur dengan cara membandingkan nilai hitung r (correct item total correlation) dengan nilai tabel r dengan ketentuan untuk degree of freedom (df) = $n-k$, dimana n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel independen (Ghozali, 2013: 52). Bila r hitung $>$ r tabel maka pernyataan tersebut dinyatakan valid. Sebaliknya apabila r hitung $<$ r tabel maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2013: 70), suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha. Apabila nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,60 maka dapat dinyatakan bahwa suatu variabel reliabel.

3.7.3 Uji Asumsi Klasik

Penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif untuk mengolah data hasil penelitian. Untuk mengolah data hasil penelitian penulis menggunakan program SPSS dengan bantuan metode analisis regresi linier berganda. Namun, sebelum itu adanya uji asumsi klasik yang bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi berganda yang digunakan untuk menganalisis dalam penelitian telah memenuhi beberapa asumsi klasik, maka akan diperoleh perkiraan yang tidak biasa serta efisien (Ghozali, 2013: 78) adapun uji asumsi klasik yang digunakan sebagai berikut:

3.7.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah dalam regresi, variabel dependen dan independennya memiliki distribusi normal atau tidak. Uji normalitas menjadi hal penting karena salah satu syarat pengujian *parametric-test* (uji parametrik) adalah data harus memiliki distribusi normal (berdistribusi normal). Uji normalitas dapat dilakukan dengan uji grafik histogram dan uji grafik *Normal P-P Plot*. Dapat terdistribusi normal apabila nilai probabilitas signifikan lebih besar dari α 0,05, sedangkan data tidak terdistribusi normal apabila nilai probabilitas signifikan lebih kecil dari α 0,05 (Sarjono dan Julianti, 2011).

3.7.3.2 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghazali (2011 : 139), uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Cara menguji ada tidaknya heteroskedastisitas, yaitu dengan menggunakan analisis grafik scatterplot. Pengujian scatterplot, model regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas harus memenuhi syarat sebagai berikut :

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Selain itu, dapat diuji dengan uji statistik yang lebih dapat menjamin keakuratan hasil. Dalam penelitian ini digunakan uji glejser. Uji glejser dilakukan dengan cara meregres nilai absolut residual terhadap variabel independen. Apabila nilai signifikansi lebih dari 0,05, maka tidak terjadi heteroskedastisitas, Gujarati (dalam Ghazali, 2011 : 142). Apabila terdapat heteroskedastisitas dalam model regresi, maka dapat dilakukan transformasi variabel untuk mengobatinya. Salah satu caranya adalah dengan transformasi dalam bentuk logaritma, (Ghazali, 2011 : 145)

3.7.3.3 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik adalah tidak terdapat korelasi antara variabel independen. Multikolinearitas dapat dilihat dari *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF) (Ghazali, 2013: 110). Cara yang digunakan untuk mengetahui adanya multikolinearitas yaitu apabila nilai VIF tidak lebih besar dari 10 dan nilai *tolerance* kurang dari 0,10.

3.7.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linear berganda. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini yaitu mengetahui pengaruh variabel Akseibilitas, *Electronic Word Of Mouth* dan Biaya Perjalanan terhadap Daya Tarik Wisata. Penelitian ini

menggunakan program SPSS sebagai alat bantu untuk memperoleh hasil yang akurat. Persamaan analisis regresi berganda yang digunakan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y	=	Daya Tarik Wisata
α	=	Konstanta
b ₁	=	Koefisien regresi variabel X ₁
X ₁	=	Akseibilitas
b ₂	=	Koefisien regresi variabel X ₂
X ₂	=	<i>Electronic Word Of Mouth</i>
b ₃	=	Koefisien regresi variabel X ₃
X ₃	=	Biaya Perjalanan
e	=	Standard error

3.7.5 Uji Hipotesis

3.7.5.1 Uji Persial (Uji T)

Uji persial dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen secara individual (persial) berpengaruh terhadap variabel dependen. Uji persial atau uji T pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh satu variabel independen secara individu dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2013: 125). Adapun hipotesis dari uji persial sebagai berikut:

1. Ho: Akseibilitas Tidak Berpengaruh Signifikan Terhadap Daya Tarik Wisata
Ha: Akseibilitas Berpengaruh Signifikan Terhadap Daya Tarik Wisata
2. Ho: *Electronic Word Of Mouth* Tidak Berpengaruh Signifikan Terhadap Daya Tarik Wisata
Ha: *Electronic Word Of Mouth* Berpengaruh Signifikan Terhadap Daya Tarik Wisata
3. Ho: Biaya Perjalanan Tidak Berpengaruh Signifikat Terhadap Daya Tarik Wisata
Ha: Biaya Perjalanan Berpengaruh Signifikat Terhadap Daya Tarik Wisata

Pengujian setiap koefisien regresi variabel independen dikatakan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen apabila nilai t hitung > t tabel dan nilai probabilitas signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka Ha diterima dan Ho ditolak, artinya variabel Akseibilitas, *Electronic Word Of Mouth* dan Biaya Perjalanan berpengaruh terhadap Daya Tarik Wisata. Sebaliknya, apabila nilai t hitung < t tabel dan nilai probabilitasnya lebih besar dari 0,05, maka Ha ditolak dan Ho diterima, artinya

variabel Akseibilitas, *Electronic Word Of Mouth* dan Biaya Perjalanan tidak berpengaruh terhadap Daya Tarik Wisata.

3.7.5.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara simultan (serentak) berpengaruh terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, untuk mengetahui apakah variabel Akseibilitas, *Electronic Word Of Mouth*, dan Biaya Perjalanan secara simultan berpengaruh terhadap Daya Tarik Wisata. Adapun hipotesis dari uji simultan sebagai berikut:

1. $H_0 = 0$, artinya variabel Akseibilitas, *Electronic Word Of Mouth* dan Biaya Perjalanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Daya Tarik Wisata.
2. $H_a \neq 0$, artinya variabel Akseibilitas, *Electronic Word Of Mouth* dan Biaya Perjalanan berpengaruh signifikan terhadap Daya Tarik Wisata.

Variabel independen dikatakan memiliki pengaruh terhadap variabel dependen apabila nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ dan nilai probabilitas signifikansinya lebih kecil dari 0,05, maka H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya variabel Akseibilitas, *Electronic Word Of Mouth*, Biaya Perjalanan dan Daya Tarik Wisata secara serentak berpengaruh terhadap Kunjungan Wisata. Sebaliknya apabila nilai $f_{hitung} < f_{tabel}$ dan nilai probabilitas signifikansinya lebih besar dari 0,05, maka H_a ditolak dan H_0 diterima, artinya variabel Akseibilitas, *Electronic Word Of Mouth* dan Biaya Perjalanan secara serentak tidak berpengaruh terhadap Daya Tarik Wisata.

3.7.5.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi atau R-square (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi dependen. Semakin besar nilai R maka hubungan variabel X dan Y makin erat (Rahmi, 2018). Setiap tambahan variabel independen ke dalam model R square pasti meningkat tidak peduli apakah variabel independen tersebut berpengaruh secara signifikan atau tidak. Tidak seperti R square, nilai adjusted R square dapat naik dan turun apabila terdapat tambahan variabel independen ke dalam model. Oleh karena itu sebaiknya digunakan nilai adjusted R square untuk mengevaluasi model regresi terbaik (Ghozali, 2013)

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada masyarakat yang berdomisili di kota Banda Aceh dan Aceh Besar. Dikarenakan objek penelitian wisata pantai bertempat di Aceh Besar serta melewati kota Banda Aceh.

4.2 Karakteristik Responden

Sebelum dilakukan analisis, terlebih dahulu akan dijelaskan karakteristik responden yaitu jenis kelamin, umur, pekerjaan, Pendapatan, dan sudah berapa kali berkunjung ke pantai Lampu'uk dan Lhok Mee.

1. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berikut adalah tabel profil responden berdasarkan jenis kelamin :

Tabel 4.1

Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase %
Pria	56	56
Wanita	44	44
Total	100	100

Sumber Data Primer diolah, 2019

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa dari 100 sampel masyarakat kota Banda Aceh dan Aceh Besar sebagian besar berjenis kelamin Pria yaitu sebanyak 56 orang dengan persentase sebesar 56%. Sedangkan responden yang berjenis kelamin wanita sebanyak 44 orang dengan persentase sebesar 44%. Hal ini menunjukan bahwa dalam penelitian ini di dominasi oleh kaum pria.

2. Profil Responden Berdasarkan Usia

Berikut adalah tabel profil responden berdasarkan usia :

Tabel 4.2

Profil Responden Berdasarkan Usia

Umur	Jumlah Responden	Persentase %
21-25 tahun	34	34
26-30 tahun	19	19
31-35 tahun	17	17
36-40 tahun	12	12
41-45 tahun	15	15
>45 tahun	3	3
Total	100	100

Sumber Data Primer diolah, 2019

Berdasarkan tabel diatas yakni profil responden menurut usia menunjukkan bahwa responden yang terbesar dalam penelitian ini sebesar 34% yaitu responden yang berusia 21-25 tahun.

Sedangkan, di posisi kedua terbanyak yaitu 19% responden yang berusia 26-30 tahun. Jadi dapat disimpulkan sebagian besar masyarakat kota Banda Aceh dan Aceh Besar yang berkunjung ke pantai Lampu'uk dan Lhok Mee adalah berumur 21-25 tahun. Dikarenakan usia tersebut memang identik dengan berjalan-jalan dan bersenang-senang bersama teman.

3. Profil responden berdasarkan pekerjaan

Berikut adalah tabel profil responden berdasarkan jenis pekerjaan :

Tabel 4.3

Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase %
Pelajar/Mahasiswa	33	33
PNS/TNI/POLRI	22	22
Karyawan Swasta	25	25
Wiraswasta	20	20
Total	100	100

Sumber Data Primer diolah, 2019

Berdasarkan tabel diatas yakni profil responden disimpulkan pekerjaan responden yang dominan dalam penelitian ini adalah Pelajar/Mahasiswa dengan persentase sebesar 33%, Selebihnya adalah Karyawan S, PNS/TNI/Polri dan Wiraswasta. Dapat disimpulkan bahwa jenis pekerjaan berjalan seiringan dengan dominan usia 21-25 dan 25-30 tahun yang mana pada usia tersebut memang didominasi oleh pelajar dan mahasiswa..

4. Profil Responden Berdasarkan Pendapatan

Tabel 4.4

Profil Responden Berdasarkan Pendapatan

Pendapatan	Jumlah Responden	Persentase %
< 3 juta	32	32
3,1-5 juta	27	27
5,1-7 juta	24	24
7,1-9 juta	13	13
> 9 juta	4	4
Total	100	100

Sumber Data Primer diolah, 2019

Berdasarkan tabel diatas menunjukan bahwa masyarakat Banda Aceh dan Aceh Besar yang berkunjung pada pantai Lampu'uk dan Lhok Mee berpendapatan 3 juta/bulan dengan persentase terbesar sebesar 32%. Besar pendapatan yang dominan sangat berpengaruh terhadap pekerjaan yang didominasi oleh Pelajar/Mahasiswa

5. Profil Responden Berdasarkan Keinginan Akan Berkunjung

Berikut adalah tabel profil responden berdasarkan keinginan akan berkunjung:

Tabel 4.5

Profil Responden Berdasarkan Keinginan Akan Berkunjung

Pantai Wisata	Jumlah Responden	Persentase %
Lampu'uk	56	56
Lhok Mee	44	44
Total	100	100

Sumber Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa masyarkat Banda Aceh dan Aceh Besar lebih memilih pantai Lampu'uk dibandingkan dengan pantai Lhok Mee, sebagaimana pada tabel bisa dilihat 44 orang memilih pantai Lhok Mee, 56 orang memilih pantai Lampu'uk

6. Profil responden berdasarkan berapa kali telah berkunjung wisata pantai

Berikut adalah tabel profil responden berdasarkan berapa kali telah berkunjung wisata pantai:

Tabel 4.6

Profil Responden Berdasarkan Berapa Kali Telah Berkunjung Wisata Pantai

Jumlah Berkunjung	Jumlah Responden	Persentase%
>4x	66	66
4x	26	26
3x	7	7
2x	0	0
1	1	1
Total	100	100

Sumber Data Primer diolah, 2019

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa masyarkat Banda Aceh dan Aceh Besar memang sering kali berkunjung pada wisata pantai, terlihat pada tabel 4.6 bahwa berjumlah 66 responden yang berkunjung lebih dari 4x. Dapat disimpulkan bahwa wisata pantai Lampu'uk dan Lhok Mee memang diminati oleh masyarakat.

4.3 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur sah atau validnya suatu kuesioner sehingga dapat sesuai dengan apa yang diharapkan untuk mendapatkan hasil yang akurat. Suatu kuesioner dapat dilakukan valid jika pertanyaan pada kuesioner tersebut (Ghozali,2013)

Pada penelitian ini, uji validitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS 22 dengan taraf signifikan sebesar 5% atau 0,05. Bila r hitung $> r$ tabel maka pernyataan tersebut dinyatakan valid, begitupun sebaliknya Bila r hitung $< r$ tabel maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid. Dalam penelitian ini dilakukan dengan uji signifikansi yang membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel. Hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.3
Hasil Uji Validitas

NO	Variabel	Item	r tabel	r hitung	Kesimpulan
1	Akseibilitas (X ₁)	P1	0,196	0,506	Valid
		P2		0,545	Valid
		P3		0,431	Valid
2	Elektronik Word Of Mouth (X ₂)	P4	0,196	0,538	Valid
		P5		0,466	Valid
		P6		0,404	Valid
		P7		0,591	Valid
3	Biaya Perjalanan (X ₃)	P8	0,196	0,592	Valid
		P9		0,595	Valid
		P10		0,600	Valid
4	Daya Tarik Wisata (Y)	P11	0,196	0,649	Valid
		P12		0,487	Valid
		P13		0,489	Valid

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa masing-masing item pertanyaan memiliki r hitung positif dan lebih besar dibandingkan r tabel sebesar 0,196. Dikarenakan jumlah responden pada penelitian ini berjumlah 100 orang, peneliti mengambil r tabel pada point nomor 98 dengan menggunakan rumus “ $df=n-2$ ” ($100-2=98$) yang hasilnya 0,196. Seluruh r hitung pertanyaan memiliki nilai lebih besar dari r tabel maka dapat disimpulkan bahwa semua indikator dari ketiga variabel X₁, X₂, X₃ dan Y adalah valid.

4.4 Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawabanya seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Ukuran reliabilitas dapat diukur melalui *reliability statistics* pada nilai perhitungan menggunakan SPSS 22. Dalam penelitian ini, ketentuan untuk menetapkan tingkat reliabilitas didasarkan pada kondisi sebagai berikut:

- a. Reliabel jika nilai *Cronbech alpha* > 0,60
- b. Tidak reliabel jika nilai *Cronbech alpha* < 0,60

Hasil uji reliabilitas instrumen dengan menggunakan SPSS 22 dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.4
Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.786	13

Sumber Data Primer diolah, 2019

Berdasarkan hasil reliabilitas pada tabel diatas menunjukan bahwa masing-masing nilai *cronbech alpha* lebih besar dari r tabel yaitu 0,60. Hal ini menunjukan bahwa secara keseluruhan item pertanyaan sudah reliabel karena nilai *cronbech alpha* >0,60. Menurut Ghozali bahwa jawaban terhadap kuesioner dinyatakan handal bila memiliki nilai lebih besar dari 0,60 sebaliknya jika memiliki nilai lebih kecil dari 0,60 maka dinyatakan bahwa jawaban tersebut tidak handal.

4.5 Uji Asumsi Klasik

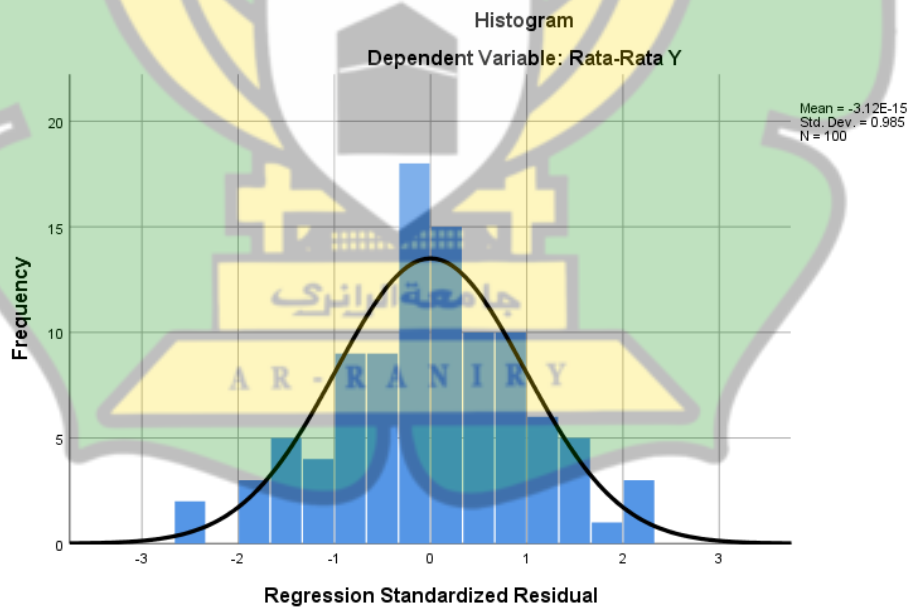
4.5.1. Uji normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah dalam regresi, variabel dependen dan independennya memiliki distribusi normal atau tidak. Uji normalitas menjadi hal penting karena salah satu syarat pengujian *parametic-test* (uji parametik) adalah data harus memiliki distribusi normal (berdistribusi normal). Uji normalitas dapat dilakukan dengan uji grafik histogram dan uji grafik *histogram* serta menggunakan uji *Smirnov*. Dapat terdistribusi normal apabila nilai probabilitas signifikan lebih besar dari α 0,05, sedangkan data tidak terdistribusi normal apabila nilai probabilitas signifikan lebih kecil dari α 0,05(Sarjono dan Julianti, 2011). Dalam penelitian ini uji normalitas dilakukan dengan metode grafik histogram dan uji *Kolmogorov Smirnov* Hasil uji normalitas dengan menggunakan SPSS22 dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.5.1
Hasil Uji Normalitas dengan Uji Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.44579615
Most Extreme Differences	Absolute	.069
	Positive	.035
	Negative	-.069
Test Statistic		.069
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Berdasarkan hasil uji diatas, dapat dilihat bahwa nilai probability signifikan berjumlah 0,200 dimana bila hasil uji nilai probability signifikan lebih besar dari 0,05 maka penelitian ini dapat terdistribusikan secara normal. bila nilai probability signifikan lebih kecil daripada 0,05 maka penelitian tersebut tidak terdistribusikan secara normal.

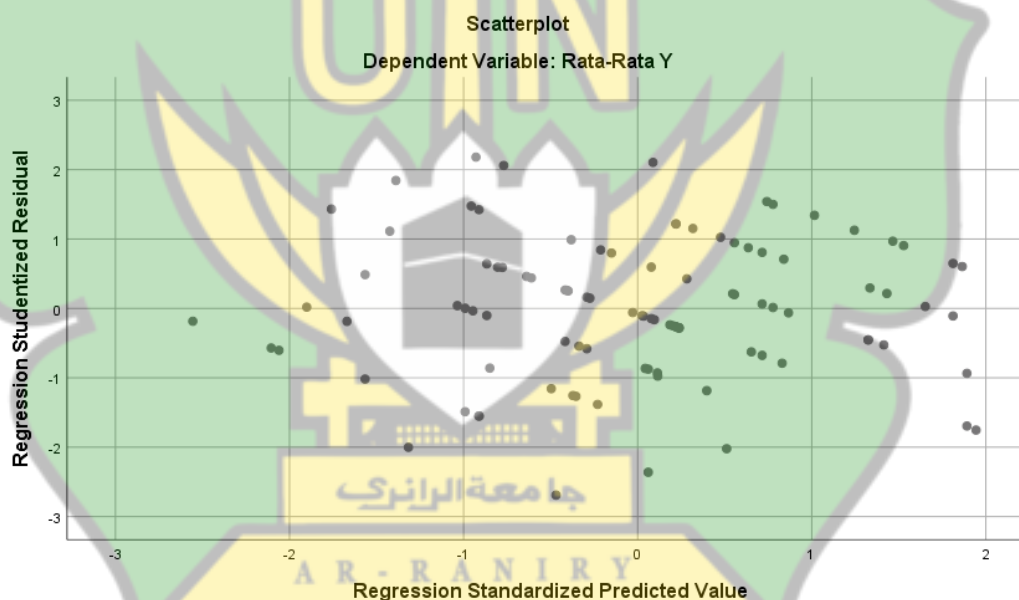


Gambar 4.1
Hasil Uji Normalitas dengan Grafik Histogram

Dari hasil uji normalitas menggunakan grafik histogram diatas, terlihat bahwa grafik histogram memberikan pola distribusi yang normal. Kedua metode uji normalitas ini menunjukkan bahwa model regresi tidak menyalahi asumsi normalitas. Jika dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini memiliki distribusi data normal atau dengan kata lain data terdistribusi normal.

4.5.2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi tersebut ketidak samaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap maka disebut homoskedasitas dan jika berbeda disebut heterokedasitas. Model regresi yang baik adalah yang bersifat homoskedasitas. Pengujian dilakukan dengan grafik *scatterplot*. Berikut ini tampilan grafik *scatterplot* dari model regresi dalam penelitian ini yang disajikan pada Gambar 4.2.



Gambar 4.2
Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Metode Scatterplot

Dalam suatu model regresi yang baik, biasanya tidak mengalami heteroskedastisitas. Melalui grafik scatterplot dapat terlihat suatu model regresi mengalami heteroskedastisitas atau tidak. Jika terdapat pola tertentu dalam grafik maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Dari Gambar 4.2 terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi dalam penelitian ini.

4.5.3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik adalah tidak terdapat korelasi antara variabel independen. Multikolinearitas dapat dilihat dari *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF) (Ghozali, 2013). Cara yang digunakan untuk mengetahui adanya multikolinearitas yaitu apabila nilai VIF tidak lebih besar dari 10 dan nilai *tolerance* kurang dari 0,10. Berikut ini merupakan hasil uji statistik dengan SPSS 22.

Tabel 4.5.3
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.446	.392		3.693	.000		
	Akseibilitas (X ₁)	.020	.085	.021	.230	.818	.765	1.307
	Elektronik Word Of Mouth (X ₂)	.093	.114	.079	.813	.418	.649	1.541
	Biaya Perjalanan (X ₃)	.555	.085	.593	6.548	.000	.746	1.340
a. Dependent Variable: Rata-Rata Y								

Berikut hasil uji multikolinearitas pada tabel diatas menunjukan bahwa nilai VIF dan nilai *tolerance* variabel Akseibilitas (X₁) sebesar 0,765 variabel Electronic word of mouth (X₂) sebesar 0,649 variabel Biaya Perjalanan (X₃) sebesar 0,746. Nilai *tolerance* seluruh variabel penelitian lebih besar dari 0,10. Sementara itu VIF seluruh variabel penelitian juga menunjukan hasil yang lebih kecil dari 10,00 sehingga dapat disampaikan bahwa data penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas dikarenakan variabel yang berkorelasi kuat dengan variabel lainnya didalam model sehingga kekuatan prediksinya dinyatakan handal dan stabil. Bila terjadi multikolinearitas kekuatan prediksinya tidak handal dan tidak stabil.

4.6 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini yaitu mengetahui pengaruh variabel Aksebilitas, Electronic word of mouth, biaya perjalanan terhadap daya tarik wisata berikut hasil dari pengolahan data menggunakan SPSS 22.

Tabel 4.13
Hasil Uji Regresi Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	1.446	.392		3.693
	Rata-Rata X1	.020	.085	.021	.230
	Rata-Rata X2	.093	.114	.079	.813
	Rata-Rata X3	.555	.085	.593	6.548
a. Dependent Variable: Rata-Rata Y					

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda pada tabel di atas diperoleh koefisien untuk variabel Aksebilitas (X_1) adalah 0,020, variabel Electronic word of mouth (X_2) adalah 0,093, variable biaya perjalanan (X_3) adalah 0,555 dan konstanta sebesar 1,446 sehingga model persamaan regresi yang diperoleh adalah:

$$Y = 1,446 + 0,020X_1 + 0,093X_2 + 0,555X_3 + e$$

Model persamaan diatas dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- Konstanta sebesar 1,446 menyatakan bahwa tanpa adanya variabel Aksebilitas (X_1), Electronic word of mouth (X_2) biaya perjalanan (X_3) maka nilai variabel daya tarik wisata (Y) adalah 1,446
- Koefisien b1 sebesar 0,020, artinya hubungan antara variabel Aksebilitas (X_1) dan daya tarik wisata (Y) adalah positif atau setiap kenaikan Aksebilitas (X_1) sebesar 1 poin maka daya tarik wisata (Y) akan meningkat sebesar 0,020.
- Koefisien b2 sebesar 0,93, artinya hubungan antara variabel Electronic word of mouth (X_2) dan daya tarik wisata (Y) adalah positif atau setiap Electronic word of mouth (X_2) sebesar 1 poin maka daya tarik wisata (Y) akan meningkat sebesar 0,93.

- d. Koefisien b_3 sebesar 0,555, artinya hubungan antara variabel biaya perjalanan (X_3) dan daya tarik wisata (Y) adalah positif atau setiap kenaikan biaya perjalanan (X_3) sebesar 1 poin maka daya tarik wisata (Y) akan meningkat sebesar 0,555.

4.7 Uji Hipotesis

4.7.1 Uji Parsial (Uji T)

Uji parsial atau uji t bertujuan untuk memastikan apakah variabel bebas yang terdapat dalam persamaan tersebut secara individu berpengaruh terhadap nilai variabel terikat. Uji parsial atau uji T pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh satu variabel independen secara individu dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2013). Pada penelitian ini uji t dilakukan dengan bantuan SPSS dengan taraf signifikan 0,05. Jika t hitung lebih besar dari t tabel dengan nilai probabilitas signifikan lebih kecil dari 0,05, maka model regresi dikatakan signifikan. Dengan taraf signifikan 0,05, $df = n - k = 100 - 3 = 97$, dimana jumlah k jumlah variabel dan n adalah banyaknya jumlah sampel, serta dengan menggunakan uji dua arah maka dapat ditentukan t tabel pada penelitian ini sebesar 1,66071. Berikut ini adalah hasil uji parsial:

Tabel 4.14
Hasil Uji Parsial (Uji T)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.446	.392		3.693	.000
	Rata-Rata X1	.020	.085	.021	.230	.818
	Rata-Rata X2	.093	.114	.079	.813	.418
	Rata-Rata X3	.555	.085	.593	6.548	.000
a. Dependent Variable: Rata-Rata Y						

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh nilai t hitung Aksebilitas (X_1) sebesar 0,230 yang lebih kecil dari t tabel 1,66071 dengan nilai probabilitas signifikansi 0,818 > 0.05, artinya variable Aksebilitas secara persial berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap daya tarik wisata. Dengan kata lain terima H_0 tolak H_a , yaitu H_0 Aksebilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap daya tarik wisata dan H_a , Aksebilitas berpengaruh signifikan terhadap daya tarik wisata.

Nilai t hitung variabel Electronic word of mouth (X_2) sebesar 0,813 yang lebih kecil dari t tabel 1,66071 dengan probabilitas signifikan $0,418 > 0,05$, artinya variabel Electronic word of mouth secara parsial berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap daya tarik wisata. Dengan kata lain, terima H_0 tolak H_a , yaitu H_0 , Electronic word of mouth tidak berpengaruh signifikan terhadap daya tarik wisata dan H_a , Electronic word of mouth berpengaruh signifikan terhadap daya tarik wisata.

Nilai t hitung variabel biaya perjalanan (X_3) sebesar 6,548 yang lebih besar dari t tabel 1,66071 dengan probabilitas signifikan $0,000 < 0,05$, artinya variabel biaya perjalanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya tarik wisata. Dengan kata lain, tolak H_0 terima H_a , yaitu H_0 , biaya perjalanan tidak berpengaruh signifikan terhadap daya tarik wisata dan H_a , biaya perjalanan berpengaruh signifikan terhadap daya tarik wisata.

4.7.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara simultan (serentak) berpengaruh terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, untuk mengetahui apakah variabel Akseibilitas dan Electronic word of mouth dan biaya perjalanan secara simultan berpengaruh terhadap Pengambilan Keputusan Masyarakat. Variabel independen dikatakan memiliki pengaruh terhadap variabel dependen apabila nilai f hitung $> f$ tabel dan nilai probabilitas signifikansinya lebih kecil dari 0,05, maka H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya variabel Akseibilitas, Electronic word of mouth dan biaya perjalanan secara serentak berpengaruh terhadap daya tarik wisata. Sebaliknya apabila nilai f hitung $< f$ tabel dan nilai probabilitas signifikansinya lebih besar dari 0,05, maka H_a ditolak dan H_0 diterima, artinya variabel Akseibilitas, Electronic word of mouth dan biaya perjalanan secara serentak tidak berpengaruh terhadap daya tarik wisata. Dengan taraf signifikan 0,05, $df_1 (N_1) = k - 1 = 3 - 1 = 2$ dan $df_2 (N_2) = n - k = 100 - 3 = 97$, dimana k jumlah variabel dan n adalah banyaknya jumlah sampel, maka dapat ditentukan F tabel pada penelitian ini sebesar 3,09. Berikut adalah hasil uji simultan.

Tabel 4.15
Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	13.858	3	4.619	22.539	.000 ^b
	Residual	19.675	96	.205		
	Total	33.532	99			
a. Dependent Variable: Rata-Rata Y						
b. Predictors: (Constant), Rata-Rata X3, Rata-Rata X1, Rata-Rata X2						

Dari hasil uji F diatas diperoleh nilai f hitung sebesar 22,539 yang lebih besar dari f tabel yaitu 3,09 dan probabilitas signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga variabel Akseibilitas (X_1), Electronic word of mouth (X_2), variabel Biaya Perjalanan (X_3) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Daya Tarik Wisata (Y). Artinya variabel Akseibilitas (X_1), Electronic word of mouth (X_2), variabel Biaya Perjalanan (X_3) berjalan beriringan maka akan mempengaruhi Daya Tarik Wisata. Hasil hipotesis H_0 , Akseibilitas, Electronic Word of Mouth dan Biaya Perjalanan secara bersama tidak berpengaruh signifikan terhadap daya tarik wisata dan H_a , Akseibilitas, Electronic Word of Mouth dan Biaya Perjalanan secara bersama berpengaruh signifikan terhadap Daya Tarik Wisata.

4.7.3 Uji Koefisien Determinan (R^2)

Uji koefisien determinasi atau R-square (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi dependen. Berikut ini merupakan hasil uji R Square dengan menggunakan SPSS 22.

Tabel 4.16
Hasil Uji Koefisien Determinan (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.643 ^a	.413	.395	.452708135113 876
a. Predictors: (Constant), Rata-Rata X3, Rata-Rata X1, Rata-Rata X2				
b. Dependent Variable: Rata-Rata Y				

Dari tabel diatas dapat dilihat R^2 sebesar 0,413. Hal ini menunjukan bahwa pengaruh variabel Akseibilitas, Electronic Word of Mouth dan Biaya Perjalanan terhadap Daya Tarik Wisata adalah sebesar 41,3% sedangkan sisanya 58,7% dipengaruhi oleh variabel lainnya.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Daya Tarik Wisata Pantai Lampuuk dan Pantai Lhok Mee, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda melalui uji t, diperoleh nilai t hitung Aksebilitas (X_1) sebesar 0,230 yang lebih kecil dari t tabel 1,66071 dengan nilai probabilitas signifikansi $0,818 > 0,05$, artinya variable Aksebilitas secara persial berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap daya tarik wisata. Dengan kata lain terima H_0 tolak H_a , yaitu H_0 Aksebilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap daya tarik wisata dan H_a , Aksebilitas berpengaruh signifikan terhadap daya tarik wisata.
2. Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda melalui uji t, diperoleh nilai t hitung variabel Electronic word of mouth (X_2) sebesar 0,813 yang lebih kecil dari t tabel 1,66071 dengan probabilitas signifikan $0,418 > 0,05$, artinya variabel Electronic word of mouth secara parsial berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap daya tarik wisata. Dengan kata lain, terima H_0 tolak H_a , yaitu H_0 , Electronic word of mouth tidak berpengaruh signifikan terhadap daya tarik wisata dan H_a , Electronic word of mouth berpengaruh signifikan terhadap daya tarik wisata.
3. Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda melalui uji t, diperoleh nilai t hitung variabel biaya perjalanan (X_3) sebesar 6,548 yang lebih besar dari t tabel 1,66071 dengan probabilitas signifikan $0,000 < 0,05$, artinya variabel biaya perjalanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya tarik wisata. Dengan kata lain, tolak H_0 terima H_a , yaitu H_0 , biaya perjalanan tidak berpengaruh signifikan terhadap daya tarik wisata dan H_a , biaya perjalanan berpengaruh signifikan terhadap daya tarik wisata.
4. Berdasarkan hasil regresi linear berganda melalui uji f, diatas diperoleh nilai f hitung sebesar 22,539 yang lebih besar dari f tabel yaitu 3,09 dan probabilitas signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga variabel Aksebilitas (X_1), Electronic word of mouth (X_2), variabel Biaya Perjalanan (X_3) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Daya Tarik Wisata (Y). Artinya variabel Aksebilitas (X_1), Electronic word of mouth (X_2), variabel Biaya Perjalanan (X_3) berjalan beriringan maka akan mempengaruhi Daya Tarik Wisata. Hasil hipotesis H_0 , Aksebilitas, Electronic Word of Mouth dan Biaya Perjalanan secara

bersama tidak berpengaruh signifikan terhadap daya tarik wisata dan Ha, Aksebilitas, Electronic Word of Mouth dan Biaya Perjalanan secara bersama berpengaruh signifikan terhadap Daya Tarik Wisata.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan, maka selanjutnya penulis menyampaikan saran-saran yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait atas hasil penelitian. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan bagi masyarakat yang berkunjung pada wisata-wisata pantai ataupun wisata-wisata lainnya, hal terutama kali yang harus dilakukan adalah menjunjung tinggi nilai syariat dan diikuti dengan niat menjaga dan melestarikan wisata-wisata yang kita miliki, agar dapat dinikmati dari generasi ke generasi.
2. Bagi peneliti lainnya, atas berbagai keterbatasan dalam penelitian ini penulis menyarankan untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan penelitian ini, hendaknya cakupan penelitian diperluas dari faktor-faktor yang mempengaruhi daya tarik wisata lainnya.



DAFTAR PUSTAKA

- Afia, I. & Susilowati, I. (2004) *Analisis Permintaan Objek Wisata Alam Curug Sewu, Kabupaten Kendal Dengan Pendekatan Travel Cost*.
- Ali, B. S. (2016) *Strategi Pengembangan Fasilitas Guna Meningkatkan Daya Tarik Minat Wisatawan di Darajat Pass (Waterpark) Kecamatan Pasirwangi Kabupaten Garut*
- Aprilia, E., R., Edriana. R. & Pangestuti. (2017) *Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Fasilitas Layanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Pantai Balekambang Kabupaten Malang*
- Aslam, A., K., (2017). *Pengaruh Pertumbuhan Minimarket Terhadap Minat Dan Kebiasaan Belanja Masyarakat Di Kelurahan Tamamaung Kota Makassar*
- Dumairy., (2004). *Perekonomian Indonesia, Cetakan kelima, Penerbit Erlangga, Jakarta*.
- Farida, U. (2013) *Pengaruh Aksesibilitas Terhadap Karakteristik Sosial Ekonomi Masyarakat Pedesaan Kecamatan Bumijawa Kabupaten Tegal*.
- Fauzi, A. (2004) *Ekonomi Sumber Daya Alam Dan Lingkungan*.
- Febrina, N., Chair, I., M. & Waryono. (2015) *Persepsi Wisatawan Tentang Daya Tarik Wisata Pemandian Tirta Alami Kabupaten Padang Pariaman*.
- Fitroh, S, K, A, & Hakim, D, H, L (2017) *Pengaruh Atraksi Wisata Dan Motivasi Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung (Survei Pada Pengunjung Wisata Alam Kawah Ijen). Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 42 No.2*
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program Ibm Spss 21 Update Pls Regresi. Edisi 7. Semarang*
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goyette, I., Richard, L., Bergeron, J. & Marticotte, F. (2010) *E-Wom Scale: Word-Of-Mouth Measurement Scale For E-Services Context*
- Harastha, A. (2020) *Potensi Pengembangan Pariwisata Halal (Halal Tourism) Di Kota Pekanbaru (Studi Kasus Pada Kampung Bandar Senapelan)*
- Harvard Business School (2006) *Pocketmentor managing time*. Jakarta Erlangga.
- Ibrahim, A. E. (2004) *Use And User Perception of Electronic Resources In The United Arab Emirates University (Uaeu)*
- Igunawati, D. (2010) *Analisis Permintaan Objek Wisata Tirta Waduk Cacaban, Kabupaten*
- Ismayanti. (2009) *Pengantar Pariwisata. Grasindo*. Jakarta
- Jalilvand, M., R., & Samiei, N. (2012) *The Effect Of E-Wom On Brand Image And Purchase Intention*
- Kotler & Keller. (2012) *Marketing Management*, New Jersey.

- Kotler, Philip. 2009. Manajemen Pemasaran, Jilid 2, Edisi 13. Alih Bahasa Benyamin Molan. Jakarta: Prehallindo.
- Lupiyoadi, R. 2006. Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik. Salemba Empat. Jakarta
- Magribi, M. & Suhardjo, A. (2004) *Aksesibilitas Dan Pengaruhnya Terhadap Pembangunan Di Perdesaan: Konsep Model Sustainable Accessibility Pada Kawasan Perdesaan Di Propinsi Sulawesi Tenggara*
- Rahmi, N. (2017) Kajian Ekonomi Pariwisata Syariah Kota Banda Aceh *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, Vol.8, No.1
- Ritonga, D. (2015) Analisa Biaya Transportasi Angkutan Umum Dalam Kota Manado Akibat Kemacetan Lalu Lintas (Studi Kasus: Angkutan Umum Trayek Pusat Kota 45-Malalayang). *Jurnal Sipil Statik* Vol.3 No.1 (58-67) ISSN: 2337-6732
- Sahlan. (2008) *Valuasi Ekonomi Wisata Alam Otak Kokok Gading Dengan Pendekatan Biaya Perjalanan*. Skripsi Program Sarjana Universitas Mataram.
- Sarjono, H & Juliantini, W. (2011). *SPSS Vs Lisrel Sebuah Pengantar Aplikasi Untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat
- Satriana., E., D & Faridah., H., D. (2018) Wisata Halal: Perkembangan, Peluang, Dan Tantangan Halal Tourism: Development, Chance And Challenge. *Journal Of Halal Product And Research (Jhpr)* Vol. 01 No.02, E-Issn: 2654-9778 32
- Sucipto, H, & Andayani, F. (2014). *Wisata Syariah*.
- Sudjana. (2005). *Metode Statistika Edisi Ke-6*. Bandung: Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung
- Sujarweni., V., W. (2015). *Akuntansi Biaya – Teori dan Penerapannya* Yogyakarta: Pustaka Baru Press
- Summaryanto. (2009) Strategi Sukses Bagi Usaha Pemasaran Jasa. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan* Vol. 9, No. 1 *جامعة الرانري*
- Supranto. (2005). *Teknik Pengambilan Keputusan*. Jakarta : Pt Rineka Cipta
- Supranto. (2012). *Metode Riset*. Jakarta: Rineka Cipta
- Suthanaya, P. A. (2009) *Analisis Aksesibilitas Penumpang Angkutan Umum Menuju Pusat Kota Denpasar*: Bali
- Tamin, O. Z. (2000) *Perencanaan Dan Pemodalan Transportasi Edisi Kedua Tegal*.
- Udiyana, I., B., G., Kepramareni, P. & Erlinawati. (2018) *Pendekatan Dimensi Kualitas Pelayanan, Daya Tarik Wisata, Fasilitas, Biaya Perjalanan Dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Kunjungan Wisatawan Pada Obyek Wisata Pantai Plengkung Di Kabupaten Banyuwangi Propinsi Jawa Timur (Upaya Pemberdayaan Pengusaha Lokal Sektor Pariwisata*
- Undang-Undang Republik Indonesia No.10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata Bab I, Pasal 5

- Utami, V., K., Tanujaya, D., Jokom, R., (2015) Analisa Faktor Yang Penting Dari Dimensi Electronic Word Of Mouth (Ewom) Bagi Konsumen Dalam Memilih Hotel Di Situs Online Travel Agent (Ota). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 9, No. 2
- Widagdyo, K. G. (2015). *Analisis Pasar Pariwisata Halal Di Indonesia. The Journal Of Tauhidinomics*.
- Yoeti & Oka A. (2008). *Ekonomi Pariwisata:Introduksi, Informasi, Dan Aplikasi*. Jakarta: Kompas.

www.kumparan.com diakses pada 15 Oktober 2020, Pukul 13:00

www.aceh.tribunnews.com diakses pada 25 Oktober 2020, Pukul 17:00

www.mediaindonesia.com diakses pada 17 Oktober 2020, Pukul 21:00

www.tempatwisata.pro diakses pada 14 Desember 2020, Pukul 21:00

www.aceh.bps.go.id diakses pada 06 Maret 2021, pukul 11:03



IDENTITAS RESPONDEN

Dimohon menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut sesuai dengan kenyataan dan keadaan yang ada. Pada pertanyaan pertama dimohon mengisi identitas responden, kemudian jawablah pertanyaan-pertanyaan pada kolom yang tersedia dengan memberi tanda silang (X) pada huruf yang mewakili jawaban anda.

1. Jenis Kelamin :
☐ Laki-laki ☐ Perempuan
2. Usia :
☐ 21-25 tahun ☐ 31-35 tahun ☐ 40-45 tahun
☐ 26-30 tahun ☐ 36-40 tahun ☐ > 45 tahun
3. Pekerjaan :
☐ Pelajar/Mahasiswa ☐ Karyawan Swasta ☐ Lainnya,.....
☐ PNS/TNI/POLRI ☐ Wiraswasta
4. Pendapatan
☐ < 3 juta ☐ 5,1-7 juta ☐ > 9 juta
☐ 3,1-5 juta ☐ 7,1-9 juta
5. Berapa kali berkunjung ke wisata pantai Lampu'uk & Lhok Mee
☐ 1x ☐ 3x ☐ >4x
☐ 2x ☐ 4x
6. Dalam beberapa hari kedepan pantai mana yang ingin anda kunjungi
☐ Pantai Lampu'uk
☐ Pantai Lhok Mee

Paraf Responden

(.....)

KUESIONER

Berikanlah tanda *check list* (✓) pada jawaban yang sesuai dengan pendapat Anda.

Keterangan:

- a. Jawaban sangat tidak setuju (STS), diberi bobot 1
- b. Jawaban tidak setuju (TS), diberi bobot 2
- c. Jawaban kurangsetuju (KS), diberi bobot 3
- d. Jawaban setuju (S), diberi bobot 4
- e. Jawaban sangat setuju (SS), diberi bobot 5

Akseibilitas (X₁)

No.	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1	Apakah anda dalam mengunjungi lokasi wisata pantai, jarak bukan menjadi suatu masalah bagi anda					
2	Apakah anda dalam mengunjungi lokasi wisata pantai, waktu menjadi salah satu patokan anda					
3	Apakah jarak dan waktu mempengaruhi pengeluaran anda dalam mengunjungi lokasi wisata pantai					

Electronic Word Of Mouth (X₂)

No.	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1	Apakah anda dalam mengunjungi lokasi wisata pantai mendapati informasi melalui media sosial atau berkunjung secara pribadi					
2	Apakah anda mendapati informasi terkini, perihal perkembangan wisata pantai lampu'uk dan pantai lhok mee					
3	Apakah anda selama ini mengunjungi wisata pantai mendapati kondisi tempat yang bersih, aman, nyaman dan sesuai dengan syariat					
4	Apakah anda selama ini mengunjungi wisata pantai mendapati kondisi tempat yang tidak baik dan tidak sesuai dengan syariat					

Biaya Perjalanan (X₃)

No.	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1	Apakah biaya transportasi dalam mengunjungi wisata pantai mempengaruhi minat anda dalam berkunjung					
2	Apakah biaya konsumsi yang anda keluarkan berbeda, antara anda berkunjung ke wisata pantai lampu'uk atau pantai lhok mee					
3	Apakah keseluruhan biaya yang anda keluarkan mempengaruhi anda dalam berkunjung kembali					

Daya Tarik Wisata (Y)

No.	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1	Apakah keindahan wisata pantai lampu'uk atau pantai lhok mee, menjadi alasan anda dalam berkunjung					
2	Apakah fasilitas yang anda dapati berbeda pada wisata pantai lampu'uk dan pantai lhok mee					
3	Apakah masing-masing wisata pantai lampu'uk dan pantai lhok mee memiliki daya tarik berbeda					

Lampiran 2 Hasil Kuesioner

Hasil Uji Validitas

Correlations															
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8		P9	P10	P11	P12	P13	Junlah
P1	Pearson Correlation	1	.121	.284**	.230*	.222*	.158	.225*	.244*	.172	.148	.270**	.149	.277**	.506**
	Sig. (2-tailed)		.232	.004	.022	.026	.117	.024	.014	.088	.142	.007	.140	.005	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P2	Pearson Correlation	.121	1	.461**	.383**	.113	.224*	.247*	.242*	.301**	.126	.186	.205*	.095	.545**
	Sig. (2-tailed)	.232		.000	.000	.264	.025	.013	.015	.002	.211	.064	.041	.346	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P3	Pearson Correlation	.284**	.461**	1	.252*	.241*	.149	.152	.120	.145	.071	-.017	.080	-.032	.431**
	Sig. (2-tailed)	.004	.000		.012	.016	.139	.131	.236	.151	.486	.869	.431	.754	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P4	Pearson Correlation	.230*	.383**	.252*	1	.258**	.185	.125	.231*	.407**	.149	.209*	.153	.099	.538**
	Sig. (2-tailed)	.022	.000	.012		.009	.066	.216	.021	.000	.138	.037	.128	.325	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P5	Pearson Correlation	.222*	.113	.241*	.258**	1	.225*	.156	.164	.184	.220*	.239*	.121	.068	.466**
	Sig. (2-tailed)	.026	.264	.016	.009		.024	.120	.102	.066	.028	.016	.229	.501	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P6	Pearson	.158	.224*	.149	.185	.225*	1	.238*	.078	.116	.172	.198*	-.00	.103	.404**

	Correlation												1		
	Sig. (2-tailed)	.117	.025	.139	.066	.024		.017	.440	.249	.087	.048	.995	.308	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P7	Pearson Correlation	.225*	.247*	.152	.125	.156	.238*	1	.436**	.226*	.378**	.315**	.316**	.333**	.591**
	Sig. (2-tailed)	.024	.013	.131	.216	.120	.017		.000	.024	.000	.001	.001	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P8	Pearson Correlation	.244*	.242*	.120	.231*	.164	.078	.436**	1	.347**	.290**	.325**	.275**	.328**	.592**
	Sig. (2-tailed)	.014	.015	.236	.021	.102	.440	.000		.000	.003	.001	.006	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P9	Pearson Correlation	.172	.301**	.145	.407**	.184	.116	.226*	.347**	1	.292**	.388**	.205*	.272**	.595**
	Sig. (2-tailed)	.088	.002	.151	.000	.066	.249	.024	.000		.003	.000	.040	.006	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P10	Pearson Correlation	.148	.126	.071	.149	.220*	.172	.378**	.290**	.292**	1	.678**	.319**	.319**	.600**
	Sig. (2-tailed)	.142	.211	.486	.138	.028	.087	.000	.003	.003		.000	.001	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P11	Pearson Correlation	.270**	.186	-.017	.209*	.239*	.198*	.315**	.325**	.388**	.678**	1	.374**	.359**	.649**
	Sig. (2-tailed)	.007	.064	.869	.037	.016	.048	.001	.001	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P12	Pearson Correlation	.149	.205*	.080	.153	.121	-.001	.316**	.275**	.205*	.319**	.374**	1	.161	.487**

	Sig. (2-tailed)	.14 0	.04 1	.43 1	.12 8	.22 9	.99 5	.00 1	.00 6	.04 0	.00 1	.00 0		.11 0	.00 0
	N	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	100	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	100
P13	Pearson Correlation	.27 7**	.09 5	-. .03 2	.09 9	.06 8	.10 3	.33 3**	.32 8**	.27 2**	.31 9**	.35 9**	.16 1	1	.48 9**
	Sig. (2-tailed)	.00 5	.34 6	.75 4	.32 5	.50 1	.30 8	.00 1	.00 1	.00 6	.00 1	.00 0	.11 0		.00 0
	N	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	100	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	100
Ju mla h	Pearson Correlation	.50 6**	.54 5**	.43 1**	.53 8**	.46 6**	.40 4**	.59 1**	.59 2**	.59 5**	.60 0**	.64 9**	.48 7**	.48 9**	1
	Sig. (2-tailed)	.00 0	.00 0	.00 0	.00 0	.00 0	.00 0	.00 0	.00 0	.00 0	.00 0	.00 0	.00 0	.00 0	
	N	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	100	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).															
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).															

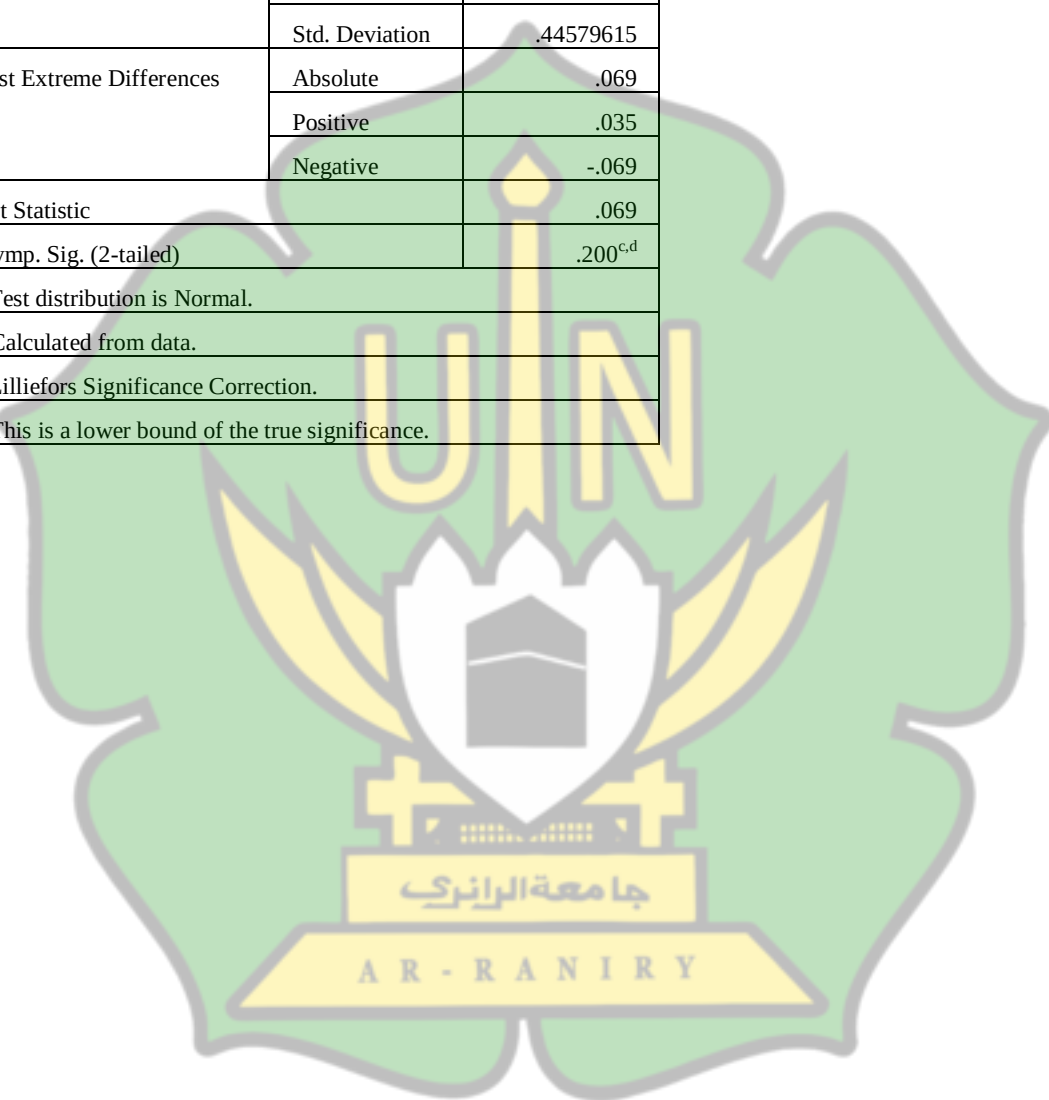
Hasil Uji Reabilitas

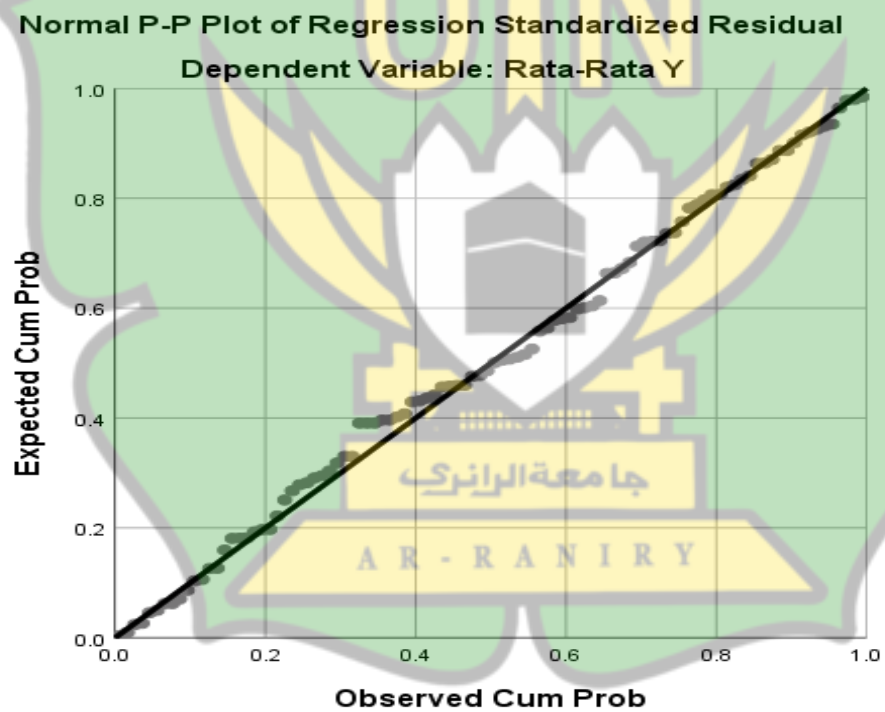
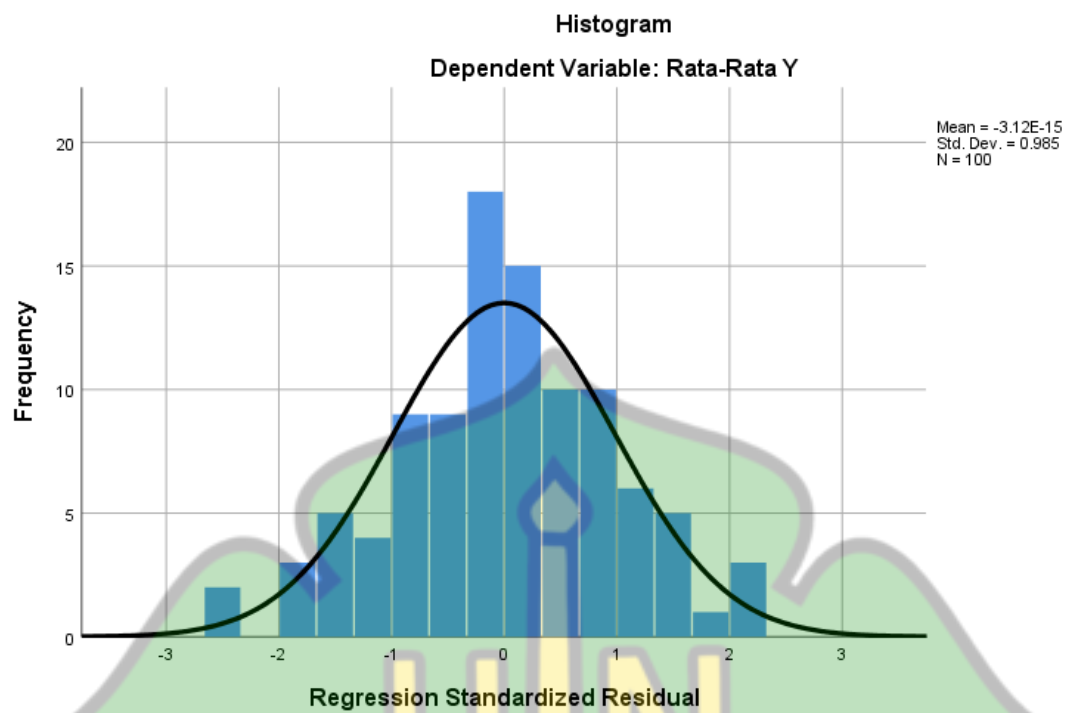
Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items

.786	13
------	----

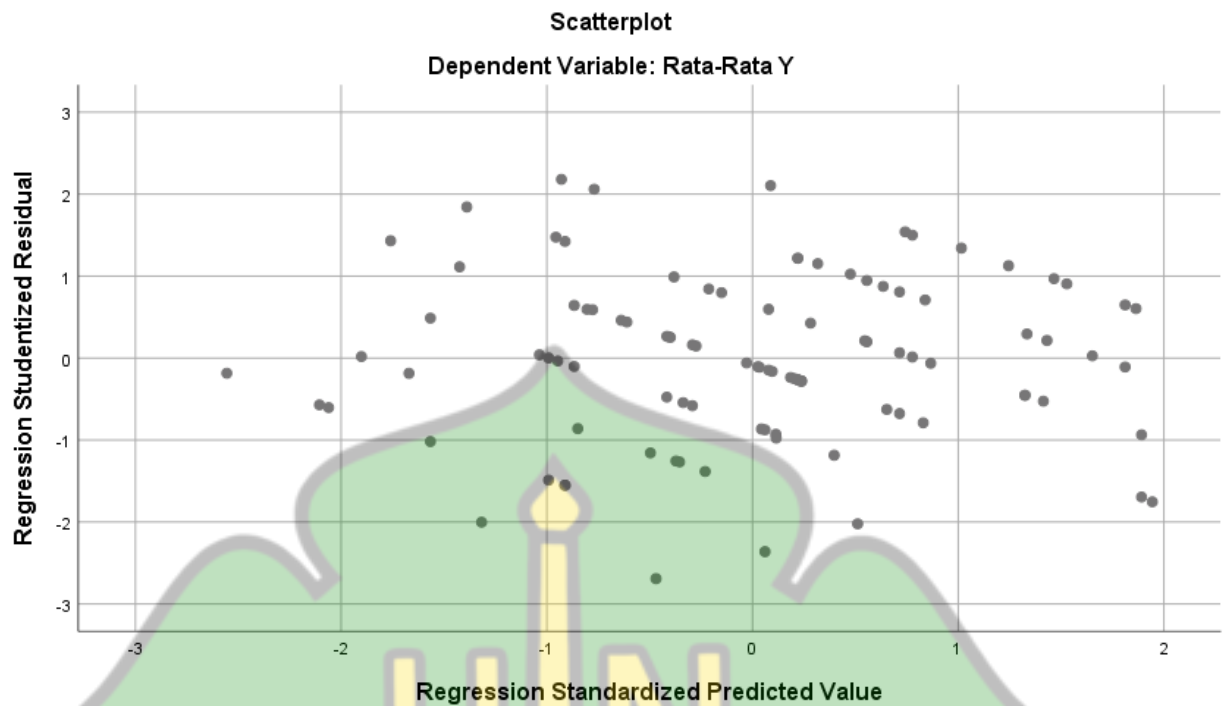
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.44579615
Most Extreme Differences	Absolute	.069
	Positive	.035
	Negative	-.069
Test Statistic		.069
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		





Hasil Uji Heterokedastisitas



Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.446	.392		3.693	.000		
	Akseibilitas (X1)	.020	.085	.021	.230	.818	.765	1.307
	Elektronik Word Of Mouth (X2)	.093	.114	.079	.813	.418	.649	1.541
	Biaya Perjalanan (X3)	.555	.085	.593	6.548	.000	.746	1.340

a. Dependent Variable: Rata-Rata Y

Hasil Uji R Square

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.643 ^a	.413	.395	.452708135113876

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

b. Dependent Variable: Rata-Rata Y

Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	13.858	3	4.619	22.539	.000 ^b

	Residual	19.675	96	.205		
	Total	33.532	99			
a. Dependent Variable: Rata-Rata Y						
b. Predictors: (Constant), Rata-Rata X3, Rata-Rata X1, Rata-Rata X2						

Hasil Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.446	.392		3.693	.000
	Rata-Rata X1	.020	.085	.021	.230	.818
	Rata-Rata X2	.093	.114	.079	.813	.418
	Rata-Rata X3	.555	.085	.593	6.548	.000
a. Dependent Variable: Rata-Rata Y						

Riwayat Hidup

Nama : Riski Zulfahmi
 NIM : 150602158
 Tempat/ Tgl. Lahir : Banda Aceh/ 25 Maret 1997
 Status : Belum Menikah
 Alamat : Jalan Pemancar, Lamteumen Timur, Banda Aceh, Aceh.
 No. Hp : 089501022787
 Email : riskizulfahmi1997@gmail.com

Riwayat Pendidikan

- SD : Lulus Tahun 2009
- SMP : Lulus Tahun 2012
- SMA : Lulus Tahun 2015
- Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Ar-Raniry Banda Aceh

Data Orang Tua

Nama Ayah : Bukhari
 Pekerjaan : Wiraswasta
 Nama Ibu : Aisyah
 Pekerjaan : Guru

Alamat Orang tua : Jalan Pemancar, Lamteumen Timur, Banda Aceh, Aceh.

