

**PENGARUH CITRA MAKANAN DAN CITRA TUJUAN TERHADAP
MINAT BERKUNJUNG ULANG DI KOTA SOLO**

(Studi Kasus Timlo Sastro 1 Solo)

SKRIPSI

Diajukan kepada

Program Studi Manajemen Dakwah

Jurusan Dakwah dan Komunikasi

Fakultas Ushuluddin dan Dakwah

Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

Guna Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Sosial



Oleh:

MUHAMMAD WAFI AMRULLAH

NIM. 17.12.3.1.071

PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH

JURUSAN DAKWAH DAN KOMUNIKASI

FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH

UIN RADEN MAS SAID SURAKARTA

2023

PENGARUH CITRA MAKANAN DAN CITRA TUJUAN TERHADAP MINAT
BERKUNJUNG ULANG DI KOTA SOLO

(Studi Kasus Timlo Sastro 1 Solo)

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ushuluddin dan Dakwah
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Sosial
Dalam Bidang Ilmu Manajemen Dakwah

Oleh:

MUHAMMAD WAFI AMRULLAH

NIM. 17.12.3.1.071

Surakarta, 19 Juni 2023

Disetujui dan Disahkan Oleh:

Dosen Pembimbing Skripsi



Muhammad Raqib, S.E., M.Pd.

NIP. 19840329 201701 1 153

PENGARUH CITRA MAKANAN DAN CITRA TUJUAN TERHADAP MINAT
BERKUNJUNG ULANG DI KOTA SOLO

(Studi Kasus Timlo Sastro 1 Solo)

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ushuluddin dan Dakwah
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Sosial
Dalam Bidang Ilmu Manajemen Dakwah

Oleh:

MUHAMMAD WAFI AMRULLAH

NIM. 17.12.3.1.071

Surakarta, 19 Juni 2023

Disetujui dan disahkan oleh:

Biro Skripsi



Rini Wulandari, M.Sc.

NIP.19921204 201903 2 012

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Wafi Amrullah
NIM : 17.12.3.1.071
Tempat, Tanggal Lahir : Kab. Semarang, 21 Maret 1997
Program Studi : Manajemen Dakwah
Jurusan : Dakwah dan Komunikasi
Fakultas : Ushuluddin Dan Dakwah
Alamat : Kupang Jetis RT. 01/RW. 13, Ambarawa, Kab. Semarang
Judul Skripsi : PENGARUH CITRA MAKANAN DAN CITRA TUJUAN TERHADAP MINAT BERKUNJUNG ULANG DI KOTA SOLO (Studi Kasus Timlo Sastro 1 Solo)

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar adalah hasil karya sendiri, jika dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar diperoleh karenanya batal demi hukum.

Demikian pernyataan ini saya buat, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surakarta, 19 Juni 2023

Penulis,



(Muhammad Wafi Amrullah)

(Muhammad Raqib, S.E., M.Pd.)

DOSEN FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA

NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Skripsi Sdr. Muhammad Wafi Amrullah

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah

Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

Di Surakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, mengoreksi, dan mengadakan perbaikan seperlunya terhadap skripsi saudara:

Nama : Muhammad Wafi Amrullah

NIM : 171231071

Judul : PENGARUH CITRA MAKANAN DAN CITRA TUJUAN
TERHADAP MINAT BERKUNJUNG ULANG DI KOTA
SOLO (Studi Kasus Timlo Sastro 1 Solo)

Dengan ini kami menilai skripsi tersebut dapat disetujui dan diajukan pada Sidang Munaqosyah Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Ushuluddin dan Dakwah Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 07 Juni 2023

Dosen Pembimbing Skripsi



(Muhammad Raqib, S.E., M.Pd.)

NIP. 19840329 201701 1 153

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH CITRA MAKANAN DAN CITRA TUJUAN TERHADAP MINAT BERKUNJUNG ULANG DI KOTA SOLO (Studi Kasus Timlo Sastro 1 Solo)

Disusun Oleh :

MUHAMMAD WAFI AMRULLAH

NIM. 17.12.3.1.071

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi

Fakultas Ushuluddin dan Dakwah

Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

Pada hari Senin, 19 Juni 2023

Dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan

Guna memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Surakarta, 22 Juni 2023

Penguji Utama



(Akhmad Anwar Dani, S.Sos.I., M.Sos.I.)

NIP. 19850926 201503 1 003

Penguji II/Ketua Sidang



(Muhammad Raqib, S.E., M.Pd.)

NIP. 19840329 201701 1 153

Penguji I/Sekretaris Sidang



(Fathurrohman Husen, M.S.I.)

NIP. 19910225 201903 1 020

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah

Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta



(Prof. Dr. Islah, M.Ag.)

NIP. 19730522 2003 12 1 001

MOTTO

“Berjalan tak seperti rencana adalah jalan yang sudah biasa, dan jalan satu-satunya jalani sebaik kau bisa”

(FSTVLST)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil'amin.

Kupersembahkan dengan segenap cinta dan doa karya yang sederhana ini untuk Allah SWT yang selalu melimpahkan rahmat, hidayah, serta kesehatan sehingga dapat menyelesaikan karya ini dengan tepat pada waktunya.

Terima kasih untuk bapak dan ibu yang telah menjadi sosok orang tua yang baik, selalu memberikan support dan juga doa yang tiada henti hingga saya menjadi seorang sarjana.

Terima kasih untuk keluarga besarku di Ambarawa, dan Kartasura, yang selalu memberi support dan semangat.

Terima kasih untuk sahabat, dan teman-teman tersayang, yang sudah memberikan doa, semangat, bantuan, masukan, motivasi dalam proses pengerjaan karya ini.

Terima kasih

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Makanan dan Citra Tujuan terhadap Minat Berkunjung Ulang di Kota Solo (Studi Kasus Timlo Sastro 1 Solo)”. Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata 1 (S1) Program Studi Manajemen Dakwah, Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.

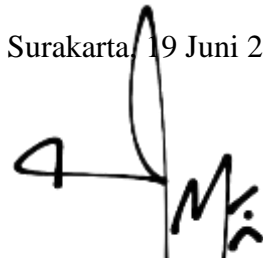
Penulis menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga, dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Mudofir, S.Ag., M.Pd. selaku rektor Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
2. Prof. Dr. Islah, S.Ag., M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah.
3. Dr. H. Agus Wahyu Triatmo, M.Ag. selaku Ketua Program Studi Manajemen Dakwah, Fakultas Ushuluddin dan Dakwah.
4. Bapak Ahmad Anwar Dani, S. Sos. I., M. Sos. I selaku Wali Program Studi Manajemen Dakwah, Fakultas Ushuluddin dan Dakwah.
5. Bapak Muhammad Raqib, S.E., M.Pd. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan banyak perhatian dan bimbingan selama proses mengerjakan skripsi.
6. Bapak Akhmad Anwar Dani, S. Sos. I., M. Sos.I, dan Bapak Fathurrohman Husen, M.S.I. selaku dosen penguji skripsi penulis yang telah memberikan banyak masukan dan saran yang sangat berarti bagi penulis.
7. Biro Skripsi Fakultas Ushuluddin dan Dakwah atas bimbingannya dalam menyelesaikan skripsi.
8. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ushuluddin dan Dakwah yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.

9. Bapak Hardjono selaku pemilik rumah makan Timlo Sastro, dan segenap karyawan rumah makan Timlo Sastro 1 yang sudah membantu penulis selama melakukan penelitian.
10. Orang tua tercinta dan keluarga besar terima kasih atas doa, pengorbanan, dan kasih sayang yang tidak pernah ada habisnya.
11. Teman-teman di Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta terkhusus teman-teman program studi Manajemen Dakwah terima kasih telah memberikan banyak pengalaman dan segala bantuannya.
12. Teman-teman UKM Radio Dista FM yang telah banyak memberikan saya pengalaman di luar jam perkuliahan. Sehingga saya tidak menjadi mahasiswa kupu-kupu.

Terhadap semuanya tiada kiranya penulis dapat membalasnya, hanya doa serta puji syukur kepada Allah SWT, semoga memberikan balasan kebaikan kepada semuanya. Aamiin.

Surakarta, 19 Juni 2023



Muhammad Wafi Amrullah

NIM. 17.12.3.1.071

ABSTRACT

Muhammad Wafi Amrullah. NIM 171231071. Pengaruh Citra Makanan dan Citra Tujuan terhadap Minat Berkunjung Ulang di kota Solo. Program Studi Manajemen Dakwah. Fakultas Ushuluddin dan Dakwah. UIN Raden Mas Said Surakarta. 2023

This study aims to determine the effect of food image and destination image on the revisit intention in the Solo city. The problem of this study focused on the determine the effect of food image and destination image on the revisit intention to the Solo city. The sampling technique used purposive sampling method and searched by the slovin formula with the 15.000 number of population and a sample of 100 respondents was determined.

The dependent variable in this study is revisit intention and the independent variable are food image and destination image. This research used quantitative research methods. The techniques of collecting the data were Observation, Interview, and Questionnaire. Analysis of the data used in this research is a multiple linear regression test. The data processing using SPSS.

The result of the study indicate that the food image variable has a significant value of $0,001 < 0,05$ or $t \text{ count } 3,284 > t \text{ table } 1,9847$. So the conclusion shows that food image variable has a significant effect on the revisit intention to the Solo City. Destination image variable has a significant value of $0,000 < 0,05$ or $t \text{ count } 5,885 > 1,9847$. So the conclusion shows that destination image has a significant effect on the revisit intention to the Solo City. And then food image and destination image variables have a significance value of $0,000 < 0,05$. So the conclusion shows that H_a is accepted and H_0 is ejected, which means that simultaneously the food image and destination image variables have a significant effect on the revisit intention variable. In addition, the regression coefficient value is positive at 0,267 for food image and 0,411 for destination image.

Keyword : Food Image, Destination Image, Revisit Intention.

ABSTRAK

Muhammad Wafi Amrullah. NIM 171231071. *Pengaruh Citra Makanan dan Citra Tujuan terhadap Minat Berkunjung Ulang di kota Solo. Program Studi Manajemen Dakwah. Fakultas Ushuluddin dan Dakwah. UIN Raden Mas Said Surakarta. 2023*

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra makanan dan citra tujuan terhadap minat berkunjung ulang di kota Solo. Masalah dalam penelitian ini akan berfokus pada apakah citra makanan dan citra tujuan berpengaruh pada minat berkunjung ulang di kota Solo. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* serta dicari dengan rumus *slovin* dengan jumlah populasi sebanyak 15.000 dan ditetapkan sampel sebanyak 100 responden.

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat berkunjung ulang dan variabel independen dalam penelitian ini adalah citra makanan dan citra tujuan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data dalam skripsi ini menggunakan observasi, wawancara, dan angket. Analisis data yang digunakan adalah uji regresi linier berganda. Pengolahan data menggunakan SPSS.

Hasil penelitian ini menunjukkan variabel citra makanan memiliki nilai t hitung $> t$ tabel yaitu sebesar $3,284 > 1,9847$ dan dengan tingkat signifikansi $0,001 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel citra makanan berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung ulang ke kota Solo. Variabel citra tujuan memiliki nilai t hitung $> t$ tabel yaitu sebesar $5,885 > 1,9847$ dan dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel citra makanan berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung ulang ke kota Solo. Variabel citra makanan dan citra tujuan mempunyai nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Sehingga kesimpulannya menunjukkan H_a diterima dan H_0 ditolak yang berarti secara simultan variabel citra makanan dan citra tujuan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel minat berkunjung ulang. Selain itu, nilai koefisien regresinya bernilai positif sebesar 0,267 untuk citra makanan dan 0,411 untuk citra tujuan.

Kata Kunci : Citra Makanan, Citra Tujuan, dan Minat Berkunjung Ulang.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	i
HALAMAN PENGESAHAN BIRO SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN NOTA DINAS.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN MUNAQOSYAH	v
HALAMAN MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRACT.....	x
ABSTRAK.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	9

D. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
A. Landasan Teori.....	11
B. Hasil Penelitian yang Relevan.....	25
C. Kerangka Berfikir.....	33
D. Hipotesis.....	33
BAB III METODE PENELITIAN.....	35
A. Jenis Penelitian.....	35
B. Waktu dan Wilayah Penelitian.....	35
C. Populasi, Sampel, Teknik Pengambilan Sampel.....	35
D. Data dan Sumber Data.....	38
E. Teknik Pengumpulan Data.....	39
F. Variabel Penelitian.....	40
G. Definisi Operasional Variabel.....	41
H. Teknik Analisis Data.....	43
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	52
A. Gambaran Umum Penelitian.....	52
B. Pengujian dan Hasil Analisis Data.....	53
C. Pembahasan Hasil Analisis Data.....	68
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	72
A. Kesimpulan.....	72

B. Saran-saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA.....	74
LAMPIRAN.....	79

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik tahun 2016-2021.....	2
Tabel 1.2 Daftar Kunjungan Wisatawan Kota Surakarta tahun 2021.....	3
Tabel 1.3 Jumlah Pengunjung Daya Tarik Wisata Kota Surakarta 2021.....	4
Tabel 1.4 Jumlah Rumah Makan di Kota Surakarta tahun 2016-2019.....	5
Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan.....	25
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	41
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
Tabel 4.2 Jumlah Responden Berdasarkan Usia.....	54
Tabel 4.3 Jumlah Responden Berdasarkan Profesi.....	55
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Citra Makanan.....	56
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Citra Tujuan.....	57
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Minat Berkunjung Ulang.....	57
Tabel 4.7 Hasil Uji Reabilitas.....	58
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas.....	59
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinearitas.....	60
Tabel 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	62
Tabel 4.11 Hasil Uji Linier Berganda.....	62

Tabel 4.12 Hasil Uji t.....	65
Tabel 4.13 Hasil Uji F.....	66
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	67

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pariwisata adalah industri yang memiliki banyak aktivitas, seperti biro perjalanan, akomodasi, restoran, pemandu wisata, seni, dan lain-lain. Wisata alam dan wisata buatan Indonesia memiliki banyak potensi. Wahab berpendapat dalam Rahma & Handayani (2013) dengan menyediakan lapangan kerja, standar hidup, dan mendorong sektor produktif lainnya, sektor baru seperti pariwisata memiliki kemampuan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang pesat.

Saat ini, migas (minyak bumi dan gas alam) menempati peringkat utama dalam hal penyumbang devisa, diikuti oleh pariwisata. Dengan peran migas yang saat ini semakin menyusut, pariwisata mungkin menjadi penyumbang devisa utama negara di masa depan (Yoeti, 2008). Pengembangan bagian pariwisata yang berhasil akan meningkatkan kedudukannya dalam penerimaan wilayah karena pariwisata merupakan komponen utamanya. Ini dilakukan dengan mempertimbangkan berbagai variabel yang mempengaruhi, seperti jumlah objek wisata, jumlah pengunjung yang datang, tingkat hunian hotel, dan penghasilan perkapita.

Banyak sekali jenis pariwisata di Indonesia dan setiap daerah pasti memiliki keunggulan dan potensi wisatanya sendiri. Dengan terdapatnya industri pariwisata, menjadikan Indonesia negara yang layak sebagai tujuan wisata untuk turis mancanegara ataupun pengunjung lokal. Jawa Tengah

adalah salah satu provinsi di Indonesia dengan banyak potensi wisata. Terdapat banyak objek wisata yang menarik, termasuk wisata alam, buatan, sejarah, budaya, dan religius.

Tabel 1.1

Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik di Provisinsi Jawa Tengah, 2016-2021

Tahun	Wisatawan Mancanegara	Wisatawan Domestik	Jumlah Total
2016	578.924	36.899.776	37.478.700
2017	781.107	40.118.470	40.899.577
2018	677.168	48.943.607	49.620.775
2019	691.699	22.629.085	23.320.784
2020	78.290	57.900.863	57.979.153
2021	1.793	21.332.409	21.334.202

Sumber: BPS Jawa Tengah

Tabel 1.1 menunjukkan jumlah turis yang datang ke Jawa Tengah, baik dari luar maupun dalam negeri. Kunjungan turis asing mengalami peningkatan pada tahun 2016 hingga 2017. Namun, pada tahun 2018, mereka sempat mengalami penurunan, tetapi kembali meningkat pada tahun 2019. Ketika tahun 2019 terjadi pandemi COVID-19 yang menyebabkan destinasi wisata dan bandara internasional ditutup sehingga terdapat penurunan drastis kunjungan wisata mancanegara pada tahun 2020 dan 2021.

Wisatawan domestik mengalami kenaikan yang signifikan dari tahun 2016 hingga 2018, tetapi pada tahun 2019 mereka sempat mengalami penurunan, tetapi kembali meningkat pada tahun 2020. Pada 2 Maret 2020, Presiden Indonesia, Joko Widodo, secara resmi mengumumkan adanya pasien pertama yang telah terinfeksi virus corona. Pemerintah lalu mengambil keputusan untuk diadakan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat

(PPKM) agar tingkat penularan Covid-19 tidak terus mengalami peningkatan. Maka dari itu pada tahun 2021, terjadi penurunan wisatawan domestik yang cukup drastis.

Kawasan yang juga dikenal sebagai Joglosemar (Yogyakarta, Solo, dan Semarang) adalah segitiga emas di Jawa Tengah, yang merupakan pusat pertumbuhan ekonomi. Kota Solo merupakan kota yang layak menjadi tujuan wisata para wisatawan. Kota Solo memang bukan kota biasa, bisa dilihat dari segi budaya dan keramahan penduduknya, kota Solo seakan memiliki keunikan tersendiri (Neily, 2017).

Tabel 1.2

Daftar Kunjungan Wisatawan Kota Surakarta Tahun 2021

Bulan	Domestik	Wisman	Total	Pertumbuhan %
Januari	102.087	247	102.334	-
Februari	112.516	251	112.767	10,20%
Maret	145.283	358	145.641	29,20%
April	141.689	330	142.019	-2,50%
Mei	151.185	168	151.353	6,60%
Juni	179.082	247	179.329	18,50%
Juli	76.950	88	77.038	-57,10%
Agustus	95.829	122	95.951	24,60%
September	133.011	219	133.230	38,90%
Oktober	205.089	231	205.320	54,20%
November	221.635	170	221.805	8,10%
Desember	222.966	95	223.061	5,70%

Sumber: BPS Kota Surakarta

Kunjungan wisatawan ke kota Solo meningkat dan turun secara fluktuasi dari Januari hingga Desember 2021, seperti yang ditunjukkan dalam table 1.2. Kunjungan wisatawan domestik terbesar terjadi pada bulan Desember. Sedangkan kunjungan wisatawan asing terbesar terjadi pada bulan Maret. Pada bulan April dan Juli, jumlah wisatawan mengalami penurunan, tetapi dari Agustus hingga Desember terjadi peningkatan yang signifikan.

Tabel 1.3

Jumlah Pengunjung Daya Tarik Wisata di Kota Surakarta, 2021

Daya Tarik Wisata	Wisman	Wisnus
Kampung Situs Budaya Baluarti	2	119
Kraton Kasunanan Surakarta	0	0
Museum Batik Danar Hadi	10	1808
Museum Keris	0	3605
Museum Lokananta	0	456
Museum Radya Pustaka	4	3553
Pura Mangkunegaran	47	3727
Taman Balekambang	0	201.356
Taman Satwa Taru Jurug	0	157.529
Wayang Orang Sriwedari	0	6331
SUB TOTAL	63	378.484

Sumber: BPS Kota Surakarta

Dari tabel 1.3 dapat dilihat bahwasannya Pura Mangkunegaran menjadi tempat destinasi yang paling banyak dikunjungi oleh wisatawan mancanegara dengan kunjungan sebesar 47 wisatawan, lalu di ikuti oleh Museum Batik Danar Hadi sebesar 10 wisatawan. Sedangkan untuk kunjungan wisatawan nusantara Taman Balaikambang masih menjadi tempat favorit untuk dikunjungi, dengan total wisatawan sejumlah 201.356, hal ini terjadi mungkin karena murah nya biasa yang dikeluarkan oleh pengunjung di mana mereka hanya dikenakan tarik parkir kendaraan saja.

Di dalam bisnis pariwisata, terdapat banyak sektor pendukung lainnya, seperti transportasi, penginapan, pusat oleh-oleh dan restoran (kuliner). Beberapa bisnis tersebut harus bisa bersinergi satu samalain guna menciptakan pengalaman berwisata yang berkesan, yang berguna untuk meningkatkan kunjungan wisatawan di setiap tahunnya (Persada, 2015). Seperti yang telah di tampilkan pada table 1.2 bahwasannya kunjungan wisatawan domestik pada tahun 2019 di kota Solo setiap bulannya mengalami peningkatan. Namun hal tersebut tidak dibarengi dengan jumlah rumah makan / restoran yang ada di kota Solo, yang mana pada tahun 2019 jumlah restoran malah mengalami penurunan. Padahal bisnis makanan adalah salah satu hal yang penting bagi wisatawan, di mana mereka selalu ingin mencicipi makanan khas dari kota tersebut.

Tabel 1.4
Jumlah Rumah Makan/Restoran di Kota Surakarta 2016-2019

Tahun	Laweyan	Serengan	Pasar Kliwon	Jebres	Banjarsari	Kota Surakarta	Total	Presentase
2016	176	94	62	54	199	585	1.170	-
2017	198	103	81	62	234	678	1.356	15,90%
2018	240	107	95	70	266	778	1.556	14,75%
2019	184	141	34	60	274	693	1.386	-10,93%

Sumber: BPS Kota Surakarta

Dari table 1.4 dapat dilihat bahwasannya jumlah rumah makan / restoran di kota Solo di tahun 2016 sampai 2018 mengalami kenaikan, namun pertumbuhannya mengalami fluktuasi. Hingga pada tahun 2019 jumlah restoran

di kota Solo mengalami penurunan sebesar -10.93%, yaitu dari total 1.556 rumah makan, menjadi 1.386.

Pada bulan Desember 2019, kota Solo berhasil menerima penghargaan Trisakti Tourism Award 2019 dalam kategori Wisata Kuliner & Belanja. Penghargaan ini diberikan kepada pemerintah daerah yang berusaha meningkatkan pariwisata di wilayahnya. Wisata kuliner saat ini juga dapat dikembangkan menjadi salah satu jenis wisata andalan kota Solo untuk mengimbangi wisata alam, budaya, sejarah, dan kuliner. Ini dapat menjadi pilihan wisata bagi wisatawan lokal maupun asing (Dinas Pariwisata Kota Surakarta, 2019).

Wisata kuliner mencakup segala sesuatu yang berkaitan dengan makanan atau minuman. Wisata kuliner juga mencakup masakan lokal di wilayah yang dituju oleh wisatawan. Masakan lokal dapat memberikan kegiatan budaya dan hiburan yang merupakan bagian yang diperlukan dari pengalaman wisata (Etcheverria, 2015).

Kota Solo menawarkan banyak kuliner unik dan beragam. Karena keunikan dan keragaman tersebut, banyak wisatawan yang memasukkan Solo ke dalam daftar destinasi wisatanya. Masakan asli Solo memiliki rasa yang unik. Proses memasak biasanya menggunakan resep tradisional. Sebagaimana kuliner khas Solo diantaranya, seperti Timlo, Selat, Tengkleng, Serabi Notosuman, Cabuk Rambak, Gempol Pleret. Dengan harga yang terjangkau, menu masakan Solo ini sangat unik dan tidak biasa di tempat lain.

Pemerintah kota Solo kini secara teratur menyelenggarakan festival masakan setiap tahun sebagai upaya untuk menarik wisatawan ke kota Solo karena banyaknya masakan yang tersedia di sana. Seperti Solo Indonesia Culinary Festival, Semarak Jenang Solo, dan masih banyak lagi (Hanifah, 2018).

Salah satu kuliner khas kota Solo adalah Timlo. Timlo merupakan masakan yang berisi mie putih, irisan sosis, irisan wortel, telur bacam, dan ayam, dengan hati dan telur dadar yang diiris tipis. Masakan ini memiliki kuah bening seperti sop yang terbuat dari kaldu ayam.

Menurut Priyatmoko (2019) menyatakan Timlo terinspirasi dari sop kimlo yang terkenal di adat Tionghoa. Makanan yang populer di Pecinan Jawa pada akhir abad 19 ini dibawa langsung oleh saudagar dari Tionghoa, awalnya bahan bakunya menggunakan daging babi, namun dimodifikasi oleh penduduk lokal menggunakan daging ayam, hingga akhirnya lebih akrab disebut timlo daripada kimlo.

Timlo Sastro adalah salah satu timlo legendaris dan terkenal di Solo yang telah berdiri semenjak tahun 1952. Saat ini rumah makan tersebut telah memasuki generasi ke-2, yang dilanjutkan oleh anak bapak Sastro yang bernama bapak Hardjono. Timlo sastro memiliki 2 cabang di kota Solo yang berlokasi di Setabelan (Timlo Sastro 1) dan Penumping (Timlo Sastro 2).

Menurut keterangan bapak Hardjono selaku pemilik Timlo Sastro, setiap hari rata-rata penjualan Timlo Sastro bisa mencapai 500 porsi. Ketika musim libur panjang tiba, seperti liburan sekolah, libur lebaran, natal dan tahun

baru, penjualan dalam setiap harinya dapat meningkat sebesar 50%. Banyak wisatawan luar daerah yang penasaran dengan cita rasa Timlo Sastro.

Namun *platform* pariwisata di kota Solo mempunyai kelemahan. Bambang Irawan selaku pimpinan BPPIS (Badan Promosi Pariwisata Surakarta), berpendapat bahwa sejauh ini Pemkot serta pemangku kepentingan tampak berjalan mandiri (Widodo L, 2018).

Adanya penurunan pertumbuhan wisatawan dan jumlah restoran pada tahun 2019 seperti yang ditampilkan pada tabel 1.2 dan 1.4, menunjukkan bahwa ada sesuatu yang harus dilakukan untuk menarik wisatawan agar mengunjungi ulang kota Solo. Sebab itu, untuk meningkatkan daya tarik wisatawan, pengelola harus meningkatkan tingkat kepuasan wisatawan. Karena hal ini dapat memberi pengaruh terhadap keputusan mereka untuk pergi ke mana dan kapan mereka akan kembali.

Makanan bukan hanya kebutuhan material tetapi juga aktivitas budaya dan sosial. Akan tetapi, banyak penelitian menunjukkan banyak makanan lokal justru diabaikan (Sengel et al., 2015). Jika makanan lokal ini digunakan sebagai tujuan industri pariwisata, maka hal tersebut juga bisa memainkan peran dalam industri pariwisata meskipun bukan peran primer, dan wisatawan menyebarkannya melalui mulut ke mulut (Ardabili, 2011).

Lertputtarak (2012) juga menggunakan citra makanan dan citra tujuan sebagai variabel pada penelitiannya yang dilaksanakan di Pattaya, Thailand. Berdasarkan penelitiannya, citra makanan dan citra tujuan menjadi kunci dalam pemilihan destinasi wisata. Kemudian menurut penelitiannya citra

makanan dan citra tujuan berkaitan tepat dengan keinginan wisatawan untuk kembali.

Berdasarkan paparan latar belakang dan data di atas sangatlah menarik bagi peneliti untuk melakukan sebuah penelitian yang berjudul **“PENGARUH CITRA MAKANAN DAN CITRA TUJUAN TERHADAP MINAT BERKUNJUNG ULANG DI KOTA SOLO (Studi Kasus Timlo Sastro 1 Solo)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka rumusan penelitian masalah sebagai berikut:

1. Apakah citra makanan berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang di kota Solo?
2. Apakah citra tujuan berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang di kota Solo?
3. Apakah citra makanan dan citra tujuan berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang di kota Solo?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dipaparkan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengkaji citra makanan akan mempengaruhi minat berkunjung ulang di kota Solo.
2. Untuk mengkaji citra tujuan akan mempengaruhi minat berkunjung ulang di kota Solo.

3. Untuk mengkaji citra makanan dan citra tujuan akan mempengaruhi minat berkunjung ulang di kota Solo.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademisi

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi tambahan bagi peneliti selanjutnya.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmu di bidang pariwisata.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini memberikan informasi kepada pihak-pihak yang memiliki kepentingan, terutama mereka yang bekerja dalam industri pariwisata.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Pariwisata

Perjalanan pariwisata memang menjadi syarat wajib bagi setiap orang untuk meluangkan waktunya dari kesibukan sehari-hari. Menurut Undang-undang No. 10 tahun 2009 tentang pariwisata, pariwisata adalah bisnis yang didukung oleh berbagai fasilitas dan layanan yang disediakan oleh individu, pengusaha, dan pemerintah.

Oka A Yoeti dalam Neily (2017) berpendapat, pariwisata adalah perjalanan singkat dari satu tempat ke tempat lain. Tujuannya bukan untuk bekerja, tetapi untuk melakukan perjalanan dan rekreasi. Pariwisata adalah kegiatan manusia yang bertujuan untuk mencari kepuasan dari berbagai pengalaman yang dialaminya dengan tujuan mendapatkan pelayanan secara berganti-ganti antara menerima pelayanan di dalam atau luar suatu wilayah.

Menurut pendapat Hasan (2015) bisnis pariwisata bergantung pada pengalaman (atraksi, tujuan, akomodasi serta rekreasi) dan produk tidak ada. Pelanggan harus datang ke lokasi karena produk tidak dapat ditransfer atau dikirim ke mereka (tempat rekreasi, lokasi atau tempat penginapan). Ali Hasan mengatakan dalam penelitiannya bahwa produk pariwisata terdapat lima jenis, antara lain: *ecotourism*, *shopping*, *MICE*, *specialty goods*, dan *townships*.

Unsur-Unsur Pariwisata

James J. Spillane dalam Baskoro & Mudakir (2013), berpendapat terdapat lima komponen yang membentuk penawaran produk pariwisata secara keseluruhan, yaitu:

1) *Attractions* (Daya Tarik)

Daya tarik dapat dibagi menjadi 2 kategori, *site attractions* dan *event attractions*. *Site attractions* adalah daya tarik fisik yang permanen dengan lokasi tempat wisata, seperti museum dan kebun binatang. *Event attractions* adalah daya tarik yang lokasinya sementara dan dapat dengan mudah dipindahkan, seperti pameran, festival, dan pertunjukan seni daerah.

2) *Facilities* (Fasilitas-fasilitas yang diperlukan)

Karena fasilitas harus dekat dengan pasar, kemungkinan besar fokus fasilitas adalah daya tarik di lokasi tersebut. Wisatawan membutuhkan tidur, makan, dan minum selama berada di tempat wisata. Jenis penginapan ditentukan oleh persaingan setidaknya, penginapan harus memiliki fasilitas yang sama dengan yang ditawarkan pesaing di pasar yang sama. Selain itu, industri yang membutuhkan pendukung seperti toko souvenir, *tour guide*, dan fasilitas hiburan perlu dipenuhi.

3) *Infrastructure* (Infrastruktur)

Akses ke fasilitas dan daya tarik akan sulit dicapai tanpa infrastruktur dasar. Infrastruktur mencakup semua struktur di atas dan di bawah tanah suatu wilayah, meliputi:

- a) Sistem pengairan
- b) Jaringan komunikasi
- c) Fasilitas kesehatan
- d) Sumber listrik dan energi
- e) Sistem pembuangan kotoran
- f) Jalan raya

Semakin lama daya tarik destinasi, maka akan semakin banyak wisatawan, di mana hal tersebut akan mendorong pembangunan infrastruktur di daerah tersebut. Pembangunan infrastruktur dapat bermanfaat bagi penduduk lokal dan wisatawan. Di sisi lain, pembangunan infrastruktur dapat membantu pertumbuhan pariwisata.

4) *Transportations* (Transportasi)

Transportasi sangat penting untuk industri pariwisata karena dapat menentukan jarak dan waktu yang diperlukan untuk industri ini, baik melalui darat, udara, maupun laut. Ini penting karena transportasi dapat menggerakkan semua roda industri pariwisata,

dari tempat tinggal wisatawan hingga tujuan yang mereka inginkan.

5) *Hospitaliti* (Keramahtamahan)

Pengunjung yang membutuhkan keamanan dan layanan di lingkungan asing. Turis menghindari lokasi karena tidak aman. Wisatawan harus merasa aman dan nyaman selama bertamasya dengan petugas wisata yang ramah dan memenuhi kebutuhan dasar mereka.

2. Wisata Kuliner

Wisata kuliner merupakan suatu kegiatan wisatawan yang bertujuan untuk menemukan makanan dan minuman yang berbeda dan mengesankan. Wisata kuliner bukan hanya keinginan untuk mencicipi makanan yang enak, yang lebih penting adalah pengalaman unik dan ingatan yang diciptakan setelah menikmatinya. Wisata kuliner biasanya dikaitkan dengan aktivitas budaya, bersepeda, dan jalan-jalan santai, sekarang merupakan bagian dari sektor pariwisata yang sedang berkembang (Hariwibowo et al., 2015).

Wisata kuliner adalah seni yang mempelajari berbagai aspek makanan dan minuman, mulai dari persiapan, penyajian, dan penyimpanan. Wolf dalam Syarifuddin et al (2018) mengatakan, "Wisata kuliner bukanlah sesuatu yang mewah eksklusif. Wisata kuliner menekankan pada pengalaman gastronomi yang unik dan mengesankan, bukan pada

kemewahan restoran maupun kelengkapan jenis makanan maupun minuman yang tersedia.”

ICTA (*International Culinary Tourism Association*) mengatakan bahwa wisata kuliner bukanlah hal baru dan terkait dengan wisata pertanian, tetapi lebih berfokus pada cara wisatawan menikmati makanan dan minuman. Wisata kuliner dapat memberikan pengalaman makan yang unik dan tak terlupakan. Jika dipikirkan kembali, wisata kuliner memainkan peran penting dalam pembangunan ekonomi dan pengembangan masyarakat, serta dalam pembangunan kesadaran lintas budaya.

Makanan dan minuman tidak harus disajikan secara unik dan mengesankan untuk membantu pertumbuhan wisata kuliner. Produk ini dapat dibuat dari bahan-bahan perkebunan, peternakan, dan pertanian yang diolah dengan resep rahasia turun temurun untuk menghasilkan rasa dan kekhasan yang luar biasa.

a. Teori Gastronomi

Gastronomi juga dikenal sebagai "tata boga", mencakup segala sesuatu yang berkaitan dengan kenikmatan makanan dan minuman yang berkualitas tinggi serta refleksi dari proses konsumsi dan pengolahan makanan. Salah satu puisi Prancis pada tahun 1801 menggunakan istilah gastronomi, yang berhubungan dengan kenikmatan menikmati makanan dan minuman (Scarpato, 2002).

Menurut Ardika dalam Putra (2014) berpendapat, gastronomi juga mencakup pengetahuan tentang makanan dan minuman nasional dari berbagai negara besar di seluruh dunia. Peran gastronomi adalah sebagai landasan untuk memahami bagaimana makanan dan minuman digunakan dalam situasi tertentu.

3. Citra

Citra memainkan peran penting dalam pariwisata. Pariwisata adalah industri yang berdasarkan citra, dan citra dapat menjadi identitas beberapa aspek kota. Kota tersebut memiliki ciri dan ciri khas yang membedakan dengan kota lainnya (Sadana, 2016).

Citra kota dalam pembentukannya disebabkan oleh dua komponen, komponen wujud dan komponen tidak wujud. Makna sosial yang ada pada tempat, sejarah, nama, dan fungsinya biasanya merupakan komponen tidak wujud dari citra kota. Fungsi kota biasanya tidak sama dalam hal ini untuk setiap daerah, seperti pertanian, administrasi kota, bisnis, dan aktivitas perdagangan (Safariah & Putra, 2018).

Citra tujuan adalah pandangan yang dibentuk oleh banyak informasi yang diberikan kepada pengunjung wisata. Pada setiap lokasi destinasi pariwisata selalu memiliki citra unik yang dipengaruhi oleh kepercayaan, kesan, dan persepsi individu.

a. Branding Destinasi

Branding membantu menilai citra dan perilaku pelanggan di masa depan, seperti keinginan mereka untuk kembali dan merekomendasikan kepada orang lain (Kotler, 2006). *Branding* memberi manfaat seperti dapat membuat destinasi lebih dikenal dan menarik lebih banyak pengunjung. Jika citra kepribadian yang unik dapat dihasilkan dan tujuan wisata dapat dibedakan dari tujuan lain, *branding* dianggap berhasil. *Branding* destinasi yang berkualitas akan memiliki kemampuan untuk meningkatkan pilihan dan kepuasan di industri pariwisata. Menurut Ali Hasan (2015) dalam hasil penelitiannya yang berjudul "*Tourism Marketing*" membahas berbagai strategi pemasaran destinasi, seperti:

- 1) Buat logo, simbol, beserta nama yang dapat mengidentifikasi satu tujuan dan memberi perbedaan dari yang lainnya.
- 2) Mengkomunikasikan ekspektasi untuk pengalaman perjalanan yang tak terlupakan ke tempat tujuan.
- 3) Mengikat dan meningkatkan ikatan emosional antara tamu dan lokasi.
- 4) Mengurangi biaya pencarian dan pandangan risiko.

Kegiatan itu bisa berperan dalam membuat citra tujuan, sehingga menguntungkan wisatawan yang memilih tempat wisata.

4. Citra Makanan

Citra makanan sering digunakan bersama masakan itu sendiri. Tidak dapat dipungkiri bahwa makan merupakan aktivitas utama manusia. Dari segi perjalanan ketika berwisata, wisatawan pasti tidak bisa terlepas dari kebutuhan makan. Saat ini makanan sedang menjadi trend dalam kegiatan pariwisata atau biasa disebut dengan wisata kuliner.

Makanan dan minuman menyumbang sepertiga dari pengeluaran pengunjung. Wisata kuliner adalah komponen utama perjalanan wisata, dan biasanya ditemukan di acara event makanan, rumah makan, dan lokasi tertentu untuk mencicipi makanan khas setempat (Lertputtarak, 2012).

Dalam kajian lain, wisata kuliner merupakan kegiatan perjalanan wisata bagi wisatawan untuk merasakan olahan khas setempat (Margi et al., 2013). Wisata kuliner memiliki banyak hal untuk dilakukan, seperti makan di restoran etnik, mengunjungi festival kuliner, atau bahkan mengolah sendiri masakannya (Pujiyanti & Harsana, 2013). Saeroji & Adi Wijaya (2017) berpendapat bahwa aktivitas wisata kuliner tidak hanya dari segi kemewahan restoran atau kelengkapan jenis makanan dan minuman yang disediakan, tetapi juga menitikberatkan pada pengalaman.

Sebagian penelitian terdahulu menunjukkan makanan sebagai faktor yang menentukan sikap dalam mencapai suatu destinasi. Edwards dalam Aruman (2014) berpendapat bahwa kuliner merupakan bagian pokok dari citra merk. Ini menunjukkan bahwa pariwisata dan industri makanan

berkaitan. Makanan memiliki hal-hal yang membuatnya unik, dan membuatnya berbeda dari satu tempat ke tempat lain. Hjalager & Richards dalam Akbar & Pangestuti (2017), berpendapat bahwa makanan bisa menjadi atraksi wisata, produk, pengalaman dan fenomena budaya. Orang beranggapan bahwa masakan khas di daerah atau tujuan wisata tertentu dapat digunakan sebagai alat promosi dan penciptaan citra yang efektif.

Menurut Frochot dalam Aruman (2014) adalah ide yang baik untuk menggunakan citra makanan untuk menggambarkan aspek budaya suatu negara. Diyakini bahwa dalam wisata kuliner dapat mengakibatkan berubahnya niat wisatawan untuk berkunjung kembali. Bahkan kuliner dipilih sebagai pionir utama karena dianggap sebagai peluang dan harus dicicipi secara langsung (Primasari & Siswojo, 2016).

Kuliner dapat digunakan oleh destinasi atau tujuan untuk mewakili pengalaman budaya, identitas budaya, status, dan komunikasi dengan cara ini. Sejak saat itu, kuliner dan pariwisata dapat menciptakan jati diri bangsa. Penyedia jasa kuliner dapat memenuhi kebutuhan wisatawan dengan beberapa aspek pendukung, yaitu:

- a) Cita rasa kuliner merupakan respons sensorik terhadap makanan yang masuk ke dalam tubuh melalui mulut.
- b) Pemakaian resep makanan merupakan aspek penunjang kedua. Kualitas tanah, ketersediaan air, dan iklim di sekitar tempat wisata akan memengaruhi ketersediaan makanan.

- c) Pemandangan kawasan lokasi wisata sangat mempengaruhi kesan wisatawan saat menikmati makanan.

Makanan dapat memberikan pengalaman yang memuaskan dan mendorong seseorang untuk mempelajari lebih lanjut tentang budaya lokal, menjadikannya alasan penting untuk melakukan keputusan perjalanan dan salah satu ciri khas suatu negara (You & Back, 2013). Aspek utama yang wajib diperhatikan oleh karyawan restoran adalah standar layanan dan kualitas makanan. Hal ini disebabkan pelayanan yang tidak memuaskan dan tidak baik dapat berakibat buruk terhadap kesehatan wisatawan, merusak perjalanan dan mengurangi kredibilitas destinasi itu sendiri. Menurut Akbar & Pangestuti (2017), peran kuliner cukup untuk meningkatkan citra. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa makanan yang dihidangkan menggunakan bahan-bahan yang segar dan memiliki rasa yang berbeda bagi pengunjung asing tentunya wisatawan bersemangat untuk kembali.

5. Citra Tujuan

Peneliti pariwisata sering melakukan penelitian tentang citra tujuan. Persepsi masyarakat terhadap identitas asosiasi atau perusahaan dikenal sebagai citra. Pada saat yang sama, citra tujuan adalah pengetahuan obyektif, prasangka, imajinasi, dan pemikiran emosional seseorang atau kelompok tentang topik tertentu. Citra tujuan dapat didefinisikan sebagai persepsi yang dihasilkan dari berbagai laporan yang diberikan oleh

pengunjung. Setiap lokasi memiliki gambaran unik yang menggambarkan kepercayaan, kesan, dan pendapat mereka (Destari, 2017).

Citra tujuan adalah kumpulan opini, perasaan visual, dan pemikiran interaktif tentang maksud destinasi. Selain itu, citra tujuan juga dapat didefinisikan sebagai kumpulan keyakinan, pemikiran, dan kesan yang dimiliki pengunjung tentang destinasi. Setiap orang mempunyai pemahaman yang berlainan tentang citra destinasi (Rajesh, 2013).

Hasan dalam Sodik (2019), berpendapat bahwa citra tujuan merupakan gabungan dari sebagian keyakinan, pemikiran, dan kesan yang menurut pengunjung mereka mempunyai tujuan. Menurutnya, semua tujuan mempunyai citra, dan sebagian besar tujuan didasarkan pada pengalaman masa lalu. Hal ini menjadi tujuan penting dalam pemasaran destinasi guna mempertahankan citra untuk memenuhi ekspektasi pembeli dan wisatawan. Faktor-faktor yang memengaruhi persepsi tujuan seseorang termasuk:

- a) Orang tua, teman, pendidikan serta informasi melalui mulut ke mulut
- b) Media, tugas editorial, dan tugas perjalanan khusus (termasuk lokasi)
- c) Periklanan industri pariwisata
- d) Pamflet serta situs web tujuan bisnis yang dipromosikan oleh operator

Penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa citra tujuan merupakan persepsi pengunjung tentang suatu destinasi (Lertputtarak, 2012). Hal ini didukung pula oleh Artuger & Cetinsoz (2017), bahwa citra

tujuan merupakan keyakinan, gagasan, dan kesan seseorang terhadap suatu tempat atau tujuan. Selain itu, citra tujuan juga merupakan konsep sikap yang bersumber dari berbagai konsep dan kepercayaan serta kesan wisatawan terhadap destinasi atau lokasi.

Berdasarkan definisi tersebut, bagi sebagian orang, kota mungkin berbeda. Misalnya, kota A mungkin dianggap sebagai kota budaya oleh seseorang, tetapi orang lain mungkin menganggapnya sebagai pusat perbelanjaan, pusat hiburan, atau tempat wisata akhir pekan yang menarik. Oleh karena itu, pilihan tentang citra tujuan selama perjalanan didasarkan pada tingkat kepuasan pengunjung dengan tujuan menciptakan dan pemikiran pribadi yang berasal dari pengalaman.

Hasan dalam Hanif (2016) berpendapat bahwa citra tujuan tidak selalu berdasarkan pengalaman atau fakta, tetapi citra tujuan dapat berfungsi sebagai motivasi kuat bagi wisatawan untuk melakukan perjalanan. Oleh karena itu, pemikiran wisatawan akan sangat dikaitkan dengan gambar, pengalaman perjalanan, dan harapan.

a. Aspek Citra Tujuan

Dalam pengembangan pariwisata dan pemasaran destinasi, citra tujuan biasanya digunakan dan diterima sebagai aspek penting. Citra tujuan memiliki dua faktor Rajesh (2013), yakni:

1) Komponen Citra Organik

Citra organik seseorang dibentuk oleh pengalaman mereka sebelumnya dan informasi tidak langsung tentang sasaran / tujuan. Misalnya: artikel, berita, laporan, dll. Menurut sumber lain, informasi non-pariwisata yang berorientasi pasar membentuk citra organik (Julaimi & Talib, 2016).

2) Citra Yang Diinduksi

Penjelasan yang diterima dari sumber eksternal, seperti iklan tujuan dan promosi, termasuk dalam citra induksi. Menurut Julaimi & Talib (2016), citra induksi dimulai dengan upaya pengiklan dan pemasaran untuk mengembangkan, mengiklankan, dan mempromosikan destinasi. Dalam kasus ini, informasi memainkan peran penting dalam membedakan antara gambar alami dan gambar induksi.

b. Atribut Citra Tujuan

Idealnya, fitur suatu produk terdiri dari kombinasi produk inti, produk aktual, dan produk lain yang tampaknya memiliki informasi penting untuk meningkatkan identitas dan membedakannya dari pesaing (Hasan, 2015). Persepsi turis terhadap aspek destinasi sangat penting untuk membentuk citra secara keseluruhan (Rajesh, 2013). Ada empat kriteria untuk mengevaluasi citra destinasi yaitu, pariwisata, atraksi, infrastruktur, dan lingkungan (Herstanti et al., 2014).

6. Minat Berkunjung Ulang

Petrick et al dalam Rajesh (2013), kemauan seseorang untuk melakukan kunjungan kembali disebabkan oleh pengalaman sebelumnya. Studi pariwisata menunjukkan bahwa pengalaman mengunjungi tujuan tertentu meningkatkan keinginan untuk mengunjunginya lagi. Alasan utama untuk hubungan ini adalah bahwa pengunjung dapat memahami tempat wisata dengan resiko kecil setelah mengunjunginya dan merasa lebih aman saat memilih tempat wisata berikutnya.

Kemungkinan subjektif seseorang untuk melakukan sesuatu atau berperilaku tertentu disebut niat. Salah satu contoh niat kunjungan kembali adalah kemungkinan wisatawan akan mengunjungi destinasi yang sama lagi, dan perilaku ini dianggap sebagai perilaku setia yang menunjukkan kesediaan individu atau wisatawan untuk mengunjungi destinasi yang sama lagi (Nuraeni, 2014).

Maksud dari kunjungan kembali yaitu keinginan untuk membeli produk atau layanan yang disukai yang tumbuh dalam diri konsumen karena dia sebelumnya telah mengkonsumsi produk atau layanan tersebut. Komitmen yang sangat kuat untuk membeli atau mengunjungi kembali tempat, atau layanan tertentu di masa depan juga disebut sebagai maksud dari kunjungan kembali. Niat berperilaku mengacu pada niat seseorang untuk melakukan perilaku diwaktu yang akan datang (Hidayat et al., 2017).

Menurut definisi tersebut, maksud berkunjung kembali adalah keinginan seseorang untuk mengunjungi atau melakukan perjalanan ke lokasi yang sama yang pernah mereka kunjungi sebelumnya. Dalam industri pariwisata, ada banyak cara untuk mengukur loyalitas pelanggan, seperti melihat sikap kembali pelanggan dan melihat kecenderungan pelanggan untuk memilih destinasi namun, metode yang paling efektif adalah menggabungkan sikap pelanggan dan preferensi destinasi (Hanif et al., 2016).

B. Hasil Penelitian yang Relevan

Berikut ini adalah hasil penelitian sebelumnya yang dapat digunakan sebagai acuan untuk penelitian ini:

Tabel 2.1

No	Judul, Penulis, Tahun	Metode	Kesimpulan
1.	Pengaruh Produk Dan Bauran Promosi Wisata Terhadap Citra (<i>Image</i>) Destinasi dan Dampaknya Pada Niat Wisatawan Untuk Melakukan	Sampel sebanyak 170 responden. Penelitian deskriptif dilakukan dengan melihat statistik deskriptif rata-rata, sedangkan penelitian	Citra berdampak signifikan terhadap niat wisatawan untuk kembali ke Aceh. Perpaduan antara produk atraksi, produk infrastruktur dan promosi pariwisata akan mempengaruhi niat

	<p>Kunjungan Ulang ke Provinsi Aceh.</p> <p>Tahun: 2013</p> <p>Oleh: Fani Sartika, Jasman J.Ma'ruf, Mukhlis Yunus</p>	<p>verifikatif dilakukan dengan menggunakan metode analisis jalur.</p>	<p>wisatawan untuk mengunjungi kembali Aceh melalui image destinasi.</p>
2.	<p>Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Minat Berkunjung Dan Keputusan Berkunjung (Survei pada Pengunjung Taman Rekreasi PT. Selecta, Kota Batu, Jawa Timur).</p> <p>Tahun: 2015</p> <p>Oleh: Gagah Bimo Setyo Putra</p>	<p>Sampel sebanyak 120 responden. Analisis data deskriptif dan analisis jalur.</p>	<p>Citra perusahaan memiliki pengaruh langsung dan signifikan terhadap keputusan pengunjung.</p> <p>Minat berkunjung memiliki pengaruh langsung dan signifikan terhadap keputusan pengunjung.</p>
3.	<p>Pengaruh Citra Destinasi Pariwisata Waduk Sermo terhadap</p>	<p>Teknik pengambilan sampel <i>onvenience</i> untuk mengambil</p>	<p>Hasil penelitian perseptual tentang citra destinasi wisata Waduk Sermo berdampak positif terhadap minat</p>

	<p>Minat Berkunjung Ulang. Tahun : 2015 Oleh : Galih Hendrawan</p>	<p>sampel dan disebarkan sebanyak 100 orang yang diwawancarai. Penelitian ini menggunakan program IBM SPSS Statistic 16, menggunakan analisis uji beda dan analisis uji sederhana untuk menentukan citra destinasi yang diminati oleh wisatawan yang berkunjung kembali</p>	<p>wisatawan untuk kembali ke destinasi wisata Waduk Sermo</p>
4.	<p>Citra Makanan, Citra Tujuan Dan Niat Kunjungan Kembali Tahun : 2012 Oleh : Lertputtarak</p>	<p>Penelitian ini dilakukan di PT Pattaya, Thailand. Kuesioner dibagikan kepada</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra makanan Thailand berkorelasi positif dengan</p>

		500 responden, dan yang memenuhi standar sebanyak 476 pengunjung asing dengan metode <i>convenience sampling</i> .	kemauan wisatawan untuk berkunjung kembali.
5.	Minat Wisatawan Terhadap Makanan Lokal Kota Semarang. Tahun: 2018 Oleh: Neily Rahma, Indah Susilowati, Evi Yulia Purwanti	Teknik pengambilan sampel <i>nonprobability sampling</i> dan <i>quoted accidental sampling</i> . Sampel diperoleh dari 100 responden pada bulan April 2017.	Hasil dari penelitian minat wisatawan terhadap makanan lokal kota Semarang menunjukkan bahwa usia, jenis kelamin, dan faktor psikologi reaponden terdapat perbedaan yang signifikan dalam <i>authentic experience</i> , <i>helth concern</i> , <i>prestige</i> , dan <i>togethemess</i> . Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi pemerintah maupun pelaku

			bisnis kuliner di kota Semarang.
6.	Peran Kuliner Dalam Meningkatkan Citra Destinasi Pariwisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru. Tahun: 2017 Oleh: Auzan Tawadlu Akbar, Edriana Pangestuti	Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Sumber data diperoleh daengan wawancara, observasi, dan dokumentasi.	Hasil dari penelitian ini menemukan persepsi wisatawan terhadap kuliner yang disajikan berbeda, disebabkan dari pengalaman. Pengalaman berwisata dapat mempengaruhi pembentukan citra. Faktor pendukung peran kuliner dalam meningkatkan citra adalah citra rasa dari makanan, penggunaan bahan bahan baku yang masih segar, dan pemandangan alam yang indah.
7.	Studi Potensi Wisata Makanan (Food Tourism) Dalam	Penelitian dilakukan dengan pendekatan survei, dan	Dari penelitian dapat disimpulkan bahwa:

	<p>Pengembangan Pariwisata di Kota Semarang Provinsi Jawa Tengah.</p> <p>Tahun: 2013</p> <p>Oleh: Pujiyanti, Minta Harsaana</p>	<p>menggunakan responden sebanyak 100 orang.</p> <p>Penelitian ini menggunakan teknik non-probability sampling dengan accidental sampling.</p>	<p>1. Makanan Kota Semarang meliputi makanan pokok Soto Semarang, Tahu gimbal, Mie kopyok dan Nasi kucing.</p> <p>2. Wisata kuliner kota Semarang dapat dipetakan menjadi lima kawasan (Pandanaran, Simpang Lima. MT. Haryono, Taman KB, dan Mall Sri Ratu.</p> <p>3. Karakteristik wisatawan berkunjung didominasi pada usia 15-25 tahun.</p>
8.	<p>Eksplorasi Potensi Wisata Kuliner Untuk Pengembangan Pariwisata Di Kota Tangerang</p> <p>Tahun : 2018</p> <p>Oleh : Yustisia</p>	<p>Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan data primer dan sekunder.</p>	<p>Pariwisata khususnya dalam bidang wisata kuliner merupakan daya tarik tersendiri yang perkembangannya sangat pesat. Banyaknya supplier kuliner yang menjual</p>

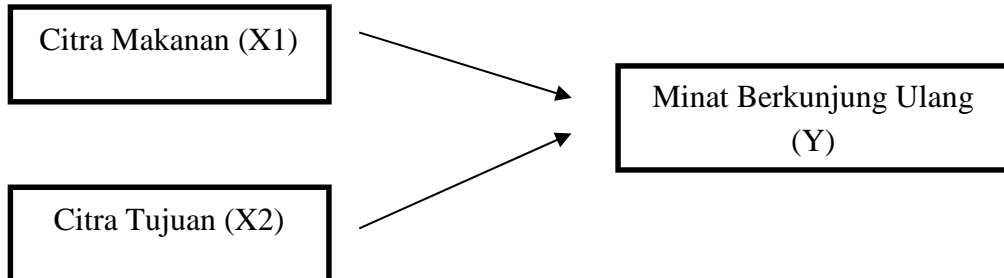
	Kristiana, Michael Thomas Suryadi, Samuel Riyandi Sunarya	Metode analisis yang digunakan adalah analisis SWOT (kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman).	kuliner khas Kota Tangerang. Selain itu, mengingat beberapa ancaman dan kekurangan dalam pengembangan wisata kuliner Tangerang, masih terdapat kebutuhan yang besar untuk pengelolaan wisata kuliner Tangerang.
9.	Gastronomi Makanan Khas Keraton Yogyakarta Sebagai Upaya Pengembangan Wisata Kuliner Tahun :2020 Oleh : Setyo Prasiyono Nugroho., SST., M.SC, dan I Putu Hardani HD., S.St.,	Sebagian besar data yang dikumpulkan bersifat kualitatif. Metode pengumpulan data utama adalah survei dengan menggunakan teknologi kuesioner. Teknik purposive sampling digunakan	Salah satu perkembangan gastronomi makanan khas keraton adalah membuatnya semakin dikenal melalui pengenalan dan penjualan yang terus menerus, diantaranya dengan memberikan pengetahuan tentang sejarah dan menu makanan khas keraton Yogyakarta di Gadri Resto.

	M.Mpar	dalam penelitian ini. Teknik yang digunakan adalah perbedaan semantik wawancara mendalam.	
10.	Citra Tujuan Wisata dan Citra Kuliner Aceh serta Pengaruhnya terhadap Niat Wisatawan Untuk Kembali Mengunjungi Kota Banda Aceh Tahun : 2018 Oleh : Mohammad Ridha, Rizki Amalia	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan kuesioner sebagai instrumen penelitian. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah <i>non probability sampling</i> . Dengan jumlah responden sebanyak 200 responden menggunakan skala	Berdasarkan analisis yang dilakukan pada penelitian ini maka dapat disimpulkan bahwa citra tujuan dan citra kuliner secara bersama-sama berpengaruh terhadap niat wisatawan untuk kembali mengunjungi Kota Banda Aceh.

		<p><i>Likert.</i> Metode analisis pengujian dan analisis data menggunakan analisis linier berganda.</p>	
--	--	---	--

C. Kerangka Berfikir

Kerangka berpikir merupakan penjelasan terkait gejala yang dijadikan sebagai objek permasalahan secara sementara (Gunardi, 2005). Kerangka penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



D. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara atas pertanyaan peneliti yang akan diuji keberlakukannya (Priyono, 2008). Hipotesis adalah pernyataan atau dugaan tentang masalah penelitian yang belum terbukti, sehingga diperlukan pengujian empiris terlebih dahulu. Dalam penelitian ini, hipotesis diuji sebagai proses pengambilan keputusan:

1. Citra makanan berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang di kota Solo.
H0 : Tidak adanya pengaruh citra makanan terhadap minat berkunjung ulang di kota Solo.
Ha : Adanya pengaruh citra makanan terhadap minat berkunjung ulang di kota Solo.
2. Citra tujuan berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang di kota Solo.
H0 : Tidak adanya pengaruh citra tujuan terhadap minat berkunjung ulang di kota Solo.
Ha : Adanya pengaruh cita tujuan terhadap minat berkunjung ulang di kota Solo.
3. Citra makanan dan citra tujuan berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang di kota Solo.
H0 : Tidak adanya pengaruh citra makanan dan citra tujuan terhadap minat berkunjung ulang di kota Solo.
Ha : Adanya pengaruh citra makanan dan citra tujuan terhadap minat berkunjung ulang di kota Solo.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, yang didasarkan pada filosofi positivis dan didasarkan pada pengolahan data statistik bilangan (Sugiyono, 2012). Alat penelitian sebagai data penelitian digunakan untuk mengecek jumlah sampel yang akan dikumpulkan. Analisis data adalah proses kuantitatif atau statistik yang bertujuan untuk memvalidasi hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya.

Dalam penelitian ini akan diuji terkait variabel citra makanan dan citra tujuan, apakah dari variabel tersebut dapat mempengaruhi atau tidak mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung ulang di kota Solo.

B. Waktu dan Wilayah Penelitian

Penelitian dilakukan mulai dari kegiatan persiapan hingga penyusunan laporan dari Maret 2023 hingga Mei 2023. Penelitian dilakukan di Timlo Sastro 1, Jl. Abdul Muis No. 32A Setabelan, Banjarsari, Surakarta.

C. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah suatu area yang digeneralisasikan yang terdiri dari subjek atau topik yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang diidentifikasi oleh peneliti dan kemudian disimpulkan (Sugiyono, 2012).

Populasi finit dan infinit adalah dua jenis populasi yang dapat digunakan dalam penelitian. Populasi finit memiliki jumlah anggota yang

diketahui dengan pasti, sedangkan populasi infinit tidak memiliki jumlah anggota yang diketahui dengan pasti (Supardi, 1993). Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah pengunjung Timlo Sastro 1 selama 30 hari sebanyak 15.000.

2. Sampel

Jumlah dan karakteristik populasi terdiri dari sampel (Sugiyono, 2012). Penelitian lain berpendapat bahwa sampel merupakan bagian dari populasi yang dikumpulkan, karena biasanya tidak mungkin bagi peneliti untuk mempelajari semua orang dalam populasi. Oleh karena itu, peneliti membuat sampel sebagai representasi dari populasi (Ferdinand, 2014).

Untuk menentukan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini, rumus *slovin* digunakan karena rumus ini akan menghasilkan jumlah sampel yang lebih besar daripada rumus lainnya. Rumus *slovin* ini adalah sebagai berikut :

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

$n = \text{sample}$

$N = \text{population}$

$e =$ nilai kritis (batas ketelitian) yang diinginkan

Populasi (N) adalah 15.000. nilai kritis (e) sebesar 10%, maka, besaran sampel (n) yang diperoleh yaitu sebagai berikut:

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

$$n = \frac{15.000}{1 + 15.000 \cdot (0,1)^2}$$

$$n = \frac{15.000}{1 + 15.000 \cdot 0,01}$$

$$n = \frac{15.000}{1 + 150}$$

$$n = \frac{15.000}{151}$$

$$n = 99,3$$

Jadi berdasarkan rumus *slovin* di atas, jumlah sampel atau responden yang digunakan dalam penelitian dibulatkan menjadi 100.

3. Teknik Pengambilan Sampel

Memilih metode pengambilan sampel dapat membantu dalam menentukan bagaimana memilih sampel dari populasi saat ini. Selain itu, metode ini dapat membantu dalam menentukan bagian populasi mana yang akan diambil sampelnya (Hanif et al., 2016).

Untuk pengambilan sampel, penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* dipilih karena peneliti sudah mengetahui informasi yang diperlukan dari kelompok sasaran yang memiliki kemampuan untuk memberikan informasi tersebut. Kelompok sasaran juga harus memenuhi kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti (Ferdinand, 2014).

D. Data dan Sumber Data

Sumber data terdiri dari dua jenis, data primer dan data sekunder. Data primer memberi pengumpul data data secara langsung, sedangkan data sekunder diperoleh melalui perantara atau dokumen (Sugiyono, 2012). Dengan kata lain, data dapat didefinisikan sebagai informasi yang diwakili oleh angka, simbol, kode, dan lain-lain. Di dalam penelitian ini terdapat data primer dan data sekunder, antara lain:

1. Data Primer

Sumber data primer adalah data yang diperoleh peneliti secara langsung dari tangan pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian (Sekaran & Bougie, 2016). Data primer yang diperoleh dari penelitian ini adalah dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden yang berada di rumah makan Timlo Sastro 1 Solo dan juga data hasil wawancara peneliti dengan narasumber yaitu dengan pemilik rumah makan Timlo Sastro.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diusahakan sendiri pengumpulannya oleh peneliti, misalnya dari biro statistik, majalah, keterangan-keterangan atau publikasi lainnya (Nikmah, 2013). Data sekunder yang diperoleh dari penelitian ini adalah dengan cara melalui artikel, jurnal, buku, dan *website*.

E. Teknik Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini melalui wawancara, angket, dan observasi. Ada berbagai metode, sumber, dan pengaturan yang berbeda yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data (Sugiyono, 2012). Berikut ini adalah metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini:

1. Wawancara (*Interview*)

Wawancara adalah proses berbicara dengan orang yang diwawancarai untuk mendapatkan informasi. Dalam penelitian ini, pemilik rumah makan Timlo Sastro diwawancarai. Dalam metode wawancara perlu menyiapkan sederet pertanyaan yang sudah lengkap dan terperinci untuk ditanyakan kepada terwawancara.

2. Angket (Kuesioner)

Menurut Sugiyono (2012), kuesioner adalah metode pengumpulan data yang diberikan kepada responden serangkaian pertanyaan tertulis untuk dijawab. Penelitian ini menggunakan angket skala., yaitu suatu rangkaian tingkatan, level, atau nilai yang dapat mendeskripsikan sesuatu variasi derajat (Yudisaputro, 2020). Skala *Likert* yang digunakan adalah pertanyaan dengan jawaban sangat setuju (SS), setuju (S), netral (N), tidak setuju (TS), dan sangat tidak setuju (STS). Setiap masing-masing jawaban didalamnya terdapat nilai yang terkait yaitu, SS = 5, S = 4, N = 3, TS = 2, dan STS = 1. Angket atau kuesioner ini

disebarkan kepada pengunjung rumah makan Timlo Sastro 1 Solo yang telah memenuhi kriteria.

3. Observasi

Pengamatan langsung objek penelitian disebut observasi (Suprihatin, 2016). Praktik observasi mengharuskan peneliti menggunakan beberapa indra mereka, terutama pendengaran dan penglihatan, untuk mengumpulkan informasi tentang fenomena lingkungan. Pada tahap ini, peneliti langsung pergi ke tempat penelitian yang berada di rumah makan Timlo Sastro 1 Solo untuk mendapatkan data yang diperlukan.

F. Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2012) variabel penelitian adalah segala sesuatu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diperiksa untuk mengumpulkan informasi dan kemudian membuat kesimpulan.

Dalam penelitian ini menggunakan tiga variabel, yang terdiri dari dua variabel independen dan satu variabel dependen, yaitu:

1. Variabel Independen

Variabel independen, juga disebut sebagai variabel *stimulus*, *prediktor*, atau *antecedent*, adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sumber perubahan. Variabel bebas, yang juga disebut sebagai variabel independen dalam bahasa Indonesia, adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sumber perubahan dari variabel dependent

(terikat). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Citra Makanan dan Citra Tujuan.

2. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Menurut bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Minat Berkunjung Ulang.

G. Definisi Operasional Variabel

Menurut Priyatno (2013), definisi operasional adalah komponen penelitian yang dapat memberikan arahan tentang cara mengukur variabel. Definisi operasionalnya dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1

Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran
Citra Makanan (X1)	Menurut (Hall dan Mitchell, 2005; Lertputtarak, 2013) wisata kuliner, termasuk kunjungan ke produsen makanan primer dan sekunder, festival makanan, restoran, dan lokasi tertentu untuk mencicipi makanan khas setempat, menjadi	<ul style="list-style-type: none"> • Makanan memberikan pengalaman budaya. • Makanan yang menarik. • Makanan dengan tampilan unik. • Gaya penyajian yang unik. • Makanan yang beragam. (Margi et al, 2013) 	Diukur menggunakan skala <i>Likert</i> .

	faktor pendorong utama perjalanan ini.		
Citra Tujuan (X2)	Merupakan cerminan dari pendapat, perasaan dan niat yang dituju. Citra destinasi juga didefinisikan sebagai kumpulan dari beberapa pemikiran dan kesan yang menurut pengunjung mereka memiliki tujuan. Setiap orang pasti punya kesan berbeda terhadap destinasi (Rajesh, 2013)	<ul style="list-style-type: none"> • Wisata Hiburan. • Daya tarik wisata. • Infrastruktur dan aksesibilitas. • Lingkungan sekitar. (Herstanti et al, 2014) 	Diukur menggunakan skala <i>Likert</i>
Minat Berkunjung Ulang (Y)	Suatu tindakan, dorongan yang ada dari dalam rangsangan seseorang sehingga termotivasi untuk melakukan suatu tindakan, serta hal tersebut dipengaruhi oleh perasaan positif terhadap suatu produk. (Anggraeni et al, 2019)	<p>Minat <i>transaksional</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Keinginan untuk melakukan kunjungan <p>Minat <i>referensial</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Merekomendasikan destinasi ke orang lain menurut Arumni dalam (Anggraeni et al, 2019) 	Diukur menggunakan skala <i>Likert</i> .

H. Teknis Analisis Data

1. Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen adalah bagian penting dari memahami apakah data instrumen tepat dan akurat, data yang tepat akan menghasilkan hasil yang dapat dipertahankan. Uji validitas dan reabilitas dilakukan untuk memastikan kualitas instrumen (Ghozali, 2013).

Berdasarkan penelitian ini perlu diukur tiga macam instrument yaitu citra makanan, citra tujuan, dan minat berkunjung ulang. Ada sejumlah item indikator yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel tersebut. Pertama, tentang bagaimana pengunjung melihat makanan, yang diukur dengan skala *Likert* lima point, yaitu (1 = sangat rendah, hingga 5 = sangat tinggi).

Kedua yaitu tentang variabel citra tujuan diukur dengan skala *Likert* lima point yaitu (1 = sangat rendah, hingga 5 = sangat tinggi). Kemudian selanjutnya adalah serangkaian pertanyaan tentang minat wisatawan untuk berkunjung kembali yang diukur menggunakan skala *Likert* lima point (1 = sangat rendah, hingga 5 = sangat tinggi).

a. Uji Validitas

Uji validitas menurut Bambang Setiaji (2008), menilai kemampuan kuesioner untuk mengukur tujuan. Uji validitas menurut Ghozali (Wahyuni, 2014) digunakan untuk mengevaluasi validitas

suatu alat atau kuesioner. Uji validitas dilakukan apabila pertanyaan kuesioner dapat menyatakan apa yang dimaksudkan untuk diukur.

Menurut penelitian ini, minat berkunjung ulang adalah variable dependen yang diukur. Menilai item yang akan diuji dan mendapatkan skor total adalah cara untuk mengetahui seberapa efektif item untuk pertanyaan ini.

Nilai r hitung dari hasil uji akan dibandingkan dengan r tabel, jika r hitung $>$ r tabel maka dinyatakan valid instrumennya, begitu juga sebaliknya jika r hitung $<$ r tabel maka dinyatakan tidak valid instrumennya (Raharjo, 2014). Kemudian menentukan nilai tabel koefisien korelasi ($df = N-2$), N merupakan jumlah responden.

b. Uji Reabilitas

Menurut Ghozali dalam Wahyuni (2014) uji reabilitas adalah pemeriksaan yang bertujuan untuk mengevaluasi validitas kuesioner yang menunjukkan variabel atau struktur. Jika jawaban satu orang konsisten, maka kuesioner tersebut dianggap reliabel (Bambang Setiaji, 2008). Untuk mengukur reliabilitas sebuah uji, pertanyaan dapat diulang atau dilihat apakah konsisten dengan pertanyaan lain. Reliabilitas dianggap valid jika *cronbach alpha* lebih besar dari 0,60, menurut standar uji.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk menentukan apakah asumsi klasik dipenuhi oleh model regresi linier berganda yang digunakan dalam analisis. Model ini menunjukkan bahwa data yang digunakan harus memenuhi persyaratan pengujian hipotesis klasik, dengan kata lain, jika data tidak memiliki hipotesis klasik, maka data tersebut dapat dinyatakan dengan baik (Ghozali, 2013). Uji multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan normalitas adalah contoh uji hipotesis klasik.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menentukan apakah residual atau variabel pengganggu dalam model regresi berdistribusi normal (Ghozali, 2013). Untuk memenuhi hipotesis *zero mean* (asumsi 3), variabel pengganggu dan regresi harus didistribusikan secara normal. Jika variabel berdistribusi normal, maka variabel penelitian Y juga berdistribusi normal (Bambang Setiaji, 2008). Penelitian ini menggunakan uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov*. Uji *Kolmogorov-Smirnov* dapat digunakan untuk data dengan jumlah sampel lebih dari 50. Ini adalah uji independen yang digunakan antara data uji normalitas dan data tetap. Dalam pengujian ini peneliti dapat mengatakan jika nilai signifikan $> 0,05$ maka data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas merupakan korelasi yang linier “*perfect*” atau eksak diantara variable penjelas yang dimasukkan kedalam model (Bambang Setiaji, 2008). Uji multikolinieritas digunakan untuk menentukan apakah ada korelasi atau kolinearitas antara variabel independen dalam model regresi, atau hubungan linier atau kuat antara variabel independen dan variabel prediktor lain. Interkorelasi dapat dilihat melalui nilai koefisien korelasi dan nilai *Toleransi* dari VIF. Dalam uji ini terdapat beberapa metode yang bisa digunakan yaitu:

- 1) Dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) pada model regresi.
- 2) Dalam pengujian ada tidaknya gejala multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai VIF dan *Tolerance*. Jika nilai VIF berada di bawah 10,00 dan nilai *Tolerance* lebih dari 0,100, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tersebut tidak terdapat masalah multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji *glejser* dapat digunakan untuk menguji heteroskedastisitas. Tingkat signifikansi pada hasil regresi dari residual absolut harus lebih dari 0,05, jika kurang 0,05, berarti terjadi heteroskedastisitas.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menganalisis data menggunakan analisis regresi berganda. Bambang Setiaji (2008), menyatakan bahwa regresi adalah jenis analisis statistik yang dapat digunakan untuk membuat prediksi. Regresi akan menghasilkan estimasi parameter yang menunjukkan berapa besar yang terjadi pada rata-rata Y pada nilai X. Parameter yang dihasilkan dari analisis regresi menunjukkan variabel dependen (Y) dari variabel independen (X1, X2). Tujuan dari analisis ini adalah untuk menemukan persamaan regresi linier berganda. Untuk menentukan seberapa besar pengaruh citra makanan dan citra tujuan terhadap minat berkunjung ulang.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y	: Variabel dependen yaitu Minat Berkunjung Ulang
a	: Konstanta
b1, b2	: Koefisien regresi
X1	: Citra Makanan
X2	: Citra Tujuan
e	: Error

4. Uji Hipotesis

Bambang Setiaji (2008) berpendapat bahwa model ini memberikan pengujian untuk menguji seberapa akurat variabel X1 dan Xn yang dipilih dalam menjelaskan perubahan regressand (Y). Secara statistik, uji

hipotesis dapat dijalankan dengan mengukur Uji t, Uji F, dan koefisien determinasi (R^2).

a. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji kebenaran pernyataan hipotesis. Pada dasarnya uji ini menunjukkan seberapa besar pengaruh satu variable independen terhadap variable dependen dalam situasi di mana variabel independen lainnya dianggap konstan. Misalkan hubungan antara X1 dan Y positif atau searah. Oleh karena itu, nilai X1 yang lebih tinggi dianggap mempengaruhi Y, dan Y akan menjadi lebih besar. Hal yang sama berlaku untuk X2 dan Y (Bambang Setiaji, 2008).

- 1) Jika $t_{hitung} > \text{nilai } t_{tabel}$ maka variabel bebas (X) berpengaruh terhadap variabel terikat (Y), atau hipotesis diterima.
- 2) Jika $t_{hitung} < \text{nilai } t_{tabel}$ maka variabel bebas (X) tidak berpengaruh terhadap variabel terikat (Y), atau hipotesis ditolak.

Sebagai berikut adalah keputusan yang dibuat untuk mengetahui seberapa signifikan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen:

- 1) Jika nilai signifikansi $t > 0,05$ maka pengaruh tersebut tidak signifikan.

- 2) Jika nilai signifikansi $t < 0,05$ maka terdapat pengaruh yang signifikan.

b. Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Uji F adalah uji yang menentukan apakah variabel bebas (X1 dan X2) berdampak secara signifikan pada variabel terikat (Y). (Yuliara, 2016). Uji F melakukan tindakan sebagai berikut:

- 1) Menentukan Hipotesis

$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$, artinya variabel bebas (X1 dan X2) tidak berpengaruh terhadap variabel terikat (Y)

$H_1 : \beta_1 \neq \beta_2 \neq 0$, artinya variabel bebas (X1 dan X2) berpengaruh terhadap variabel terikat (Y)

- 2) Menentukan Taraf / Tingkat Signifikansi (α)

Nilai yang digunakan dalam taraf signifikansi yaitu $\alpha = 5\%$

- 3) Menentukan F hitung

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

Keterangan :

R^2 = Koefisien Determinasi

k = Jumlah Variabel Bebas

n = Jumlah Sampel

4) Menentukan F tabel (menggunakan tabel Uji F)

Dalam menentukan F tabel dengan menggunakan taraf signifikansi $\alpha = 5\%$ dan dengan derajat kebebasan pembilang (df) = k-1, sedangkan untuk penyebut (df) = n-k

Keterangan:

n = jumlah sampel

k = jumlah variabel bebas dan terikat

5) Karakteristik Pengujian nilai F hitung dan F tabel

a) Jika nilai dari $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka hipotesis H_1 ditolak dan H_0 diterima.

b) Jika nilai dari $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka hipotesis H_1 diterima dan H_0 ditolak.

c. Koefisiensi Determinan (R^2)

Kemampuan model untuk menjelaskan perubahan variabel dependen diukur dengan koefisien determinasi (R^2), yang berkisar antara 0 dan 1 (Ghozali, 2013). Hasil perhitungan *Adjusted R Squared* menunjukkan nilai koefisien determinasi. Salah satu kelemahan utama penggunaan koefisien determinasi adalah banyaknya variabel independen yang harus dimasukkan ke dalam model. Banyak peneliti menyarankan untuk menggunakan nilai R^2 yang disesuaikan saat memeriksa model regresi mana yang paling cocok, karena nilai R^2 harus meningkat untuk setiap variabel independen tambahan, terlepas

dari apakah variabel tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Tidak seperti R^2 , nilai R^2 yang disesuaikan dapat ditingkatkan atau diturunkan setelah menambahkan variabel independen ke model (Ghozali, 2013).

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Penelitian

1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Rumah makan Timlo Sastro didirikan sekitar tahun 1952 oleh pendiri usaha (alm) Pak Sastro. Awalnya rumah makan ini hanyalah warung kaki lima sederhana di sebelah barat Pasar Gede. Namun setelah di renovasi pada tahun 1958, rumah makan ini berpindah ke sudut belakang Pasar Gede.

Sepeninggal Pak Sastro, anak-anaknya yang saat ini mengelola rumah makan Timlo Sastro, yang dilanjutkan oleh anak bapak Sastro yang bernama bapak Hardjono dimana sekarang telah memasuki generasi ke-2. Timlo Sastro saat ini memiliki 2 cabang di kota Solo yang berlokasi di Setabelan (Timlo Sastro 1) dan Penumping (Timlo Sastro 2). Pada penelitian ini fokus lokasi yang disarankan oleh pemilik yaitu berada di Timlo Sastro 1, Jl. Abdul Muis No. 32A Setabelan, Banjarsari, Surakarta.

Berdasarkan penjelasan di atas, jelas bahwa Timlo Sastro adalah salah satu makanan khas Solo yang sangat legendaris. Dengan memiliki dua cabang di lokasi pusat kota yang strategis tentunya mempermudah wisatawan untuk mencicipi kelezatannya.

2. Gambaran Umum Subjek Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana citra makanan dan citra tujuan memengaruhi keinginan wisatawan untuk berkunjung ulang di kota Solo. Dalam penelitian ini, variabel yang

digunakan adalah minat berkunjung ulang (Y) sebagai variabel dependen, sedangkan citra makanan (X1) dan citra tujuan (X2) sebagai variabel independen.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan data primer, yaitu kuesioner. Kuesioner disebarakan kepada 100 responden di rumah makan Timlo Sastro 1.

Untuk mendapatkan data dari responden penelitian, angket atau kuesioner dibagikan secara langsung kepada mereka yang memenuhi kriteria. Jenis kelamin, usia, dan pekerjaan individu akan diidentifikasi dari data yang dikumpulkan.

B. Pengujian dan Hasil Analisis Data

1. Deskripsi Responden

a. Jenis Kelamin

Untuk melihat perbandingan jenis kelamin, responden yang dipilih menjadi dua kelompok: laki-laki dan perempuan. Maka dapat dilihat tabel di bawah ini:

Tabel 4.1
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

NO	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase (%)
1	Laki-laki	46	46%
2	Perempuan	54	54%
	Jumlah	100	100%

Jumlah responden terbesar adalah perempuan, dengan 54 responden, atau 54%, dan laki-laki, dengan 46 responden, atau 46%, seperti yang ditunjukkan dalam deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin di Tabel 4.1.

b. Usia

Usia adalah salah satu faktor yang sering menyebabkan perbedaan perilaku seseorang. Tabulasi data usia responden dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.2
Jumlah Responden Berdasarkan Usia

NO	Tahun	Jumlah	Presentase (%)
1	15-25 tahun	15	15%
2	26-35 tahun	21	21%
3	36-45 tahun	31	31%
4	46-55 tahun	22	22%
5	56-60 tahun	5	5%
6	>61 tahun	6	6%
	Jumlah	100	100%

Berdasarkan pada tabel 4.2 terkait deskripsi responden berdasarkan usia menunjukkan bahwa responden usia 15-25 tahun sebanyak 15 responden atau 15%. Responden usia 26-35 tahun sebanyak 21 responden atau 21%. Responden usia 36-45 tahun sebanyak 31 responden atau 31%. Responden usia 46-55 tahun sebanyak 22

responden atau 22%. Responden usia 56-60 tahun sebanyak 5 responden atau 5%. Responden usia > 61 tahun sebanyak 6 responden atau 6%. Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar pengunjung rumah makan Timlo Sastro 1 berusia 36-45 tahun.

c. Profesi

Tabel 4.3
Jumlah Responden Berdasarkan Profesi

NO	Profesi	Jumlah	Presentase (%)
1	Pelajar/Mahasiswa	11	11%
2	PNS/TNI/POLRI	6	6%
3	Wiraswasta	27	27%
4	Pegawai Swasta	39	39%
5	Ibu Rumah Tangga	12	12%
6	Pensiunan	3	3%
7	Lainnya	2	2%
8	Jumlah	100	100%

Berdasarkan pada tabel 4.3 di atas, menunjukkan dari total responden sebanyak 100 orang. Sebanyak 11 atau 11% responden berprofesi sebagai pelajar / mahasiswa, 6 atau 6% responden berprofesi sebagai PNS/TNI/POLRI, 27 atau 27% responden berprofesi sebagai wiraswasta, 39 atau 39% responden berprofesi sebagai pegawai swasta, 12 atau 12% responden berprofesi sebagai ibu rumah tangga, 3 atau 3% responden berprofesi sebagai pensiunan, dan 2 atau 2% responden berprofesi lainnya. Sehingga, dapat disimpulkan sebagian besar

responden didominasi oleh pegawai swasta dan wiraswasta.

2. Hasil Uji Instrumen Penelitian

a. Hasil Uji Validitas

Untuk mengukur tingkat kesalahan suatu tes, uji validitas dilakukan dengan tingkat signifikansi 5% dan sampel 100 orang. Adapun kriteria penilaian uji validitas sebagai berikut:

- 1) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka item kuesioner dinyatakan valid.
- 2) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka item kuesioner dinyatakan tidak valid.

Untuk menetapkan nilai tabel koefisien korelasi ($df = N-2$), N merupakan jumlah responden. Sehingga dapat diperoleh r_{tabel} sebesar 0,1966. Hasil pengolahan data yang dilakukan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas Citra Makanan (X1)

Item Pertanyaan	R_{hitung}	R_{tabel}	Kesimpulan
1	0,572	0,1966	Valid
2	0,736	0,1966	Valid
3	0,807	0,1966	Valid
4	0,754	0,1966	Valid
5	0,671	0,1966	Valid

Berdasarkan pada tabel 4.4 dapat diketahui bahwa terdapat 5 item pertanyaan variabel citra makanan yang seluruhnya ditetapkan valid. Hal ini terbukti dari diperolehnya nilai koefisien korelasi ($R_{hitung} > 0,1966$). Nilai 0,1966 didapatkan dari R_{tabel} .

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Citra Tujuan (X2)

Item Pertanyaan	R _{hitung}	R _{tabel}	Kesimpulan
1	0,671	0,1966	Valid
2	0,497	0,1966	Valid
3	0,600	0,1966	Valid
4	0,695	0,1966	Valid
5	0,671	0,1966	Valid
6	0,486	0,1966	Valid

Berdasarkan pada tabel 4.5 dapat diketahui bahwa terdapat 6 item pertanyaan variabel citra tujuan yang seluruhnya ditetapkan valid. Hal ini terbukti dari diperolehnya nilai koefisien korelasi (R hitung) > 0,1966. Nilai 0,1966 didapatkan dari R tabel.

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Minat Berkunjung Ulang (Y)

Item Pertanyaan	R _{hitung}	R _{tabel}	Kesimpulan
1	0,777	0,1966	Valid
2	0,786	0,1966	Valid
3	0,815	0,1966	Valid
4	0,784	0,1966	Valid

Berdasarkan pada tabel 4.6 dapat diketahui bahwa terdapat 4 item pertanyaan variabel minat berkunjung ulang yang seluruhnya dinyatakan valid. Hal ini terbukti dari diperolehnya nilai koefisien korelasi (R hitung) > 0,1966. Nilai 0,1966 didapatkan dari R tabel.

b. Hasil Uji Reabilitas

Suatu kuesioner yang berfungsi sebagai indikator variabel diuji reliabilitasnya. Untuk mengetahui seberapa reliabel penelitian ini, kami menggunakan rumus *Cronbach Alpha*, di mana koefisien harus berkisar antara 0 dan 1, dan hasilnya harus lebih dari 0,60. Berdasarkan pengolahan data yang dilakukan, telah didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.7

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Kesimpulan
Citra Makanan	0,754	Reliabel
Citra Tujuan	0,648	Reliabel
Minat Berkunjung Ulang	0,796	Reliabel

Dari tabel 4.7, menunjukkan semua variabel citra makanan, citra tujuan, dan minat berkunjung ulang memiliki *Cronbach Alpha* di atas 0,60. Sehingga dengan hal ini dapat disimpulkan bahwa semua instrumen dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

3. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Normalitas

Penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* untuk menguji normalitas untuk menentukan apakah nilai residual memiliki distribusi normal. Data yang digunakan dalam penelitian ini dianggap baik dan layak digunakan yang mempunyai dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka nilai residual terdistribusi normal.
- 2) Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka nilai residual tidak terdistribusi normal.

Berdasarkan pengolahan data yang dilakukan, telah didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.8
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,23565671
Most Extreme Differences	Absolute	,077
	Positive	,077
	Negative	-,047
Kolmogorov-Smirnov Z		,773
Asymp. Sig. (2-tailed)		,588

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Dari tabel 4.8 di atas, pada metode *One Sample Kolmogorov-Smirnov*, nilai signifikansi adalah 0,588, yang merupakan nilai di atas 0,05, sehingga dapat dikatakan bahwa nilai residual terdistribusi normal.

b. Hasil Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas merupakan suatu pengujian untuk mengetahui terkait asumsi klasik multikolinearitas didalamnya apakah ada atau tidak suatu penyimpangan, maksudnya terdapat suatu hubungan linear dalam

model regresi antar variabel independen. Pengujian ini untuk mengetahui ada tidaknya gejala multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*.

- 1) Melihat nilai *Tolerance* : Jika nilai *Tolerance* lebih besar dari $> 0,10$, maka artinya tidak terjadi multikolinearitas.
- 2) Melihat nilai VIF : Jika nilai VIF lebih kecil dari $< 10,00$, maka artinya tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 4.9
Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,877	1,594		,550	,584		
	Citra Makanan	,267	,081	,287	3,284	,001	,637	1,569
	Citra Tujuan	,411	,070	,515	5,885	,000	,637	1,569

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung Ulang

Berdasarkan hasil perhitungan yang ada pada tabel hasil uji multikolinearitas, variabel bebas menunjukkan bahwa sebagai berikut:

- 1) Hasil uji multikolinearitas pada tabel 4.9 dalam variabel citra makanan (X1) diketahui memiliki *Variance Inflation Factor* (VIF) 1,569. Di mana nilai tersebut $< 10,00$ dan nilai *Tolerance* sebesar 0,637 yaitu $> 0,100$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel citra makanan tidak terdapat masalah multikolinearitas.
- 2) Hasil uji multikolinearitas pada tabel 4.9 dalam variabel citra tujuan

(X2) diketahui memiliki *Variance Inflation Factor* (VIF) 1,569. Di mana nilai tersebut $< 10,00$ dan nilai *Tolerance* sebesar 0,637 yaitu $> 0,100$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel citra tujuan tidak terdapat masalah multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah ada perbedaan variasi dari satu pengamatan ke pengamatan lain dalam model regresi. Jika tidak ada gejala heteroskedastisitas, model regresi dianggap baik. Uji *glejser* digunakan untuk mengetahui apakah ada gejala heteroskedastisitas pada salah satunya.

Berikut ini adalah dasar untuk membuat keputusan tentang heteroskedastisitas menggunakan uji *glejser*:

- 1) Apabila nilai signifikansi (Sig) lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi .
- 2) Begitu juga sebaliknya jika nilai signifikansi (Sig) lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

Tabel 4.10
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,087	1,021		3,025	,003
	Citra Makanan	-,101	,052	-,239	-1,934	,056
	Citra Tujuan	,002	,045	,005	,038	,970

a. Dependent Variable: Abs_Res

Berdasarkan tabel 4.10 menunjukkan bahwa hasil uji heteroskedastisitas menggunakan uji *glejser* hasil signifikansi dari variabel citra makanan (X1) sebesar 0,056 dan variabel citra tujuan (X2) sebesar 0,970 yang nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4.11
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,877	1,594		,550	,584
	Citra Makanan	,267	,081	,287	3,284	,001
	Citra Tujuan	,411	,070	,515	5,885	,000

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung Ulang

Dapat dilihat pada tabel 4.11 persamaan regresi linier berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

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

$$Y = 0,877 + 0,267X_1 + 0,411X_2 + e$$

Berikut uraian dari hasil persamaan regresi linier berganda yaitu:

- a. Nilai Konstanta (α) = 0,877. Hal ini berarti jika variabel citra makanan, citra tujuan dianggap konstan, maka rata-rata minat berkunjung ulang yaitu sejumlah 0,877.
- b. Koefisien variabel citra makanan (X_1) sejumlah 0,267. Hal ini berarti jika variabel citra makanan ditingkatkan satu satuan maka akan mengurangi tingkat citra makanan sejumlah 0,267. Variabel citra makanan menunjukkan koefisien β 0,267 pada tingkat signifikansi sebesar 0,001. Diketahui tingkat signifikansi $< 0,05$ maka variabel citra makanan berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang.
- c. Koefisien variabel citra tujuan (X_2) sejumlah 0,411. Hal ini berarti jika variabel citra tujuan ditingkatkan satu satuan maka akan mengurangi tingkat citra tujuan sebesar 0,411. Variabel citra tujuan menunjukkan koefisien β 0,411 pada tingkat signifikansi sebesar 0,000. Diketahui tingkat signifikansi $< 0,05$ maka variabel citra tujuan berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang.

5. Uji Hipotesis

a. Uji T

Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi secara sendiri-sendiri dari variabel bebas atau variabel independen (X) terhadap variabel terikat atau variabel dependen (Y). Terdapat dua dasar pengambilan keputusan Uji t saat melakukan uji hipotesis yaitu :

- 1) Berdasarkan Nilai Signifikansi (Sig.)
 - a) Apabila nilai signifikansi (Sig) < probabilitas 0,05 maka terdapat pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) atau hipotesis diterima.
 - b) Apabila nilai signifikansi (Sig) > probabilitas 0,05 maka tidak terdapat pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) atau hipotesis tidak diterima.
- 2) Berdasarkan Perbandingan Nilai t hitung dengan t tabel
 - a) Apabila nilai t hitung > t tabel maka terdapat pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) atau hipotesis diterima.
 - b) Apabila nilai t hitung < t tabel maka tidak terdapat pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) atau hipotesis tidak diterima.

Tabel 4.12
Hasil Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,877	1,594		,550	,584
	Citra Makanan	,267	,081	,287	3,284	,001
	Citra Tujuan	,411	,070	,515	5,885	,000

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung Ulang

Menentukan t tabel dapat diketahui dengan rumus di bawah ini:

N (Jumlah Responden) = 100 responden

K (Variabel X + Y) = 2 + 1 = 3

Tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$

t tabel = $t(\alpha / 2 ; N - K)$

= $t(0,05 / 2 ; 100 - 3)$

= 0.025 ; 97

Nilai t tabel yang terdapat dalam df 97 yaitu sejumlah 1.9847 Dapat dilihat pada tabel 4.12 Selanjutnya, beberapa kesimpulan dibuat sebagai berikut:

- 1) Variabel citra makanan (X1) memiliki nilai t hitung > t tabel yaitu sebesar $3,284 > 1,9847$ dan dengan tingkat signifikansi $0,001 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel citra makanan berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung

ulang ke kota Solo.

- 2) Variabel citra tujuan (X2) memiliki nilai t hitung $>$ t tabel yaitu sebesar $5,885 > 1,9847$ dan dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel citra tujuan berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung ulang ke kota Solo.

b. Uji F

Uji F suatu pengujian yang dilakukan dengan tujuan untuk menunjukkan apakah variabel-variabel bebas (X1 dan X2) secara bersama-sama secara signifikan berpengaruh terhadap variabel terikat (Y).

Karakteristik pengujian nilai F hitung dan F tabel yaitu :

- 1) Jika nilai dari $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka hipotesis H_a ditolak dan H_0 diterima.
- 2) Jika nilai dari $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka hipotesis H_a diterima dan H_0 ditolak.

Tabel 4.13
Hasil Uji F

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	168,002	2	84,001	53,905	,000 ^a
	Residual	151,158	97	1,558		
	Total	319,160	99			

a. Predictors: (Constant), Citra Tujuan, Citra Makanan

b. Dependent Variable: Minat Berkunjung Ulang

Berdasarkan tabel 4.13 dapat diketahui bahwa F hitung sebesar 53,905 dan F tabel sebesar 3,09. Nilai 3,09 didapatkan dari F tabel. Maka dapat disimpulkan bahwa F hitung > F tabel dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Sehingga kesimpulannya menunjukkan H_a diterima dan H_0 ditolak yang berarti secara simultan variabel citra makanan dan citra tujuan berpengaruh signifikansi terhadap variabel minat berkunjung ulang ke kota Solo.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil dari pengujian koefisien determinasi (R^2) yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.14

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,726 ^a	,526	,517	1,248

a. Predictors: (Constant), Citra Tujuan, Citra Makanan

Dikarenakan untuk mempertimbangkan jumlah variabel independen dan jumlah sampel agar lebih akurat dianjurkan untuk menggunakan *Adjusted R Square* dalam regresi linier berganda untuk mengetahui koefisien determinasi. Nilai *Adjusted R Square* berdasarkan pada tabel 4.13 menunjukkan sebesar 0,517 atau 51,7%. Oleh karena itu, 51,7% variabel dependen (minat berkunjung ulang) di kota Solo dipengaruhi oleh variabel independen (citra makanan dan citra tujuan). Sisannya

sebesar 48,3% minat berkunjung ulang dijelaskan oleh variabel lain dalam penelitian ini.

C. Pembahasan Hasil Analisis Data

1. Pengaruh Citra Makanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Di Kota Solo

Berdasarkan pendapat dari Lertputtarak (2012) menyatakan bahwa sepertiga dari semua pengeluaran wisatawan dihabiskan untuk makanan dan minuman. Wisata kuliner, biasa terdapat di acara event makanan, rumah makan, dan lokasi tertentu untuk mencicipi makanan khas setempat, yang menjadi faktor pendorong utama perjalanan.

Dalam uji t pada tabel 4.12 dapat diketahui bahwa variabel citra makanan (X1) memiliki nilai t hitung $>$ t tabel yaitu sebesar $3,284 > 1,9847$ dan dengan tingkat signifikansi $0,001 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel citra makanan berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung ulang ke kota Solo. Berdasarkan hal tersebut menunjukkan bahwa semakin positif citra makanan, maka semakin meningkat juga minat berkunjung ulang ke kota Solo. Hal ini dapat mempengaruhi minat berkunjung ulang ke kota Solo, karena adanya cerita positif terkait kuliner yang ada di kota Solo, khususnya dalam studi rumah makan Timlo Sastro 1.

Kuliner kota Solo memiliki kuliner yang menarik, unik, dan beragam. Kuliner kota Solo juga dapat memberi pengalaman budaya kota

Solo. Adanya citra yang positif yang terdapat pada kuliner kota Solo dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan ketika akan mengunjungi kota Solo.

Hasil hipotesis tersebut selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Amalia & Rizki (2018) yang berjudul Citra Tujuan Wisata dan Citra Kuliner Aceh serta Pengaruhnya terhadap Niat Wisatawan untuk Kembali Mengunjungi Kota Banda Aceh. Dalam penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa citra makanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung ulang.

2. Pengaruh Citra Tujuan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Di Kota Solo

Berdasarkan pendapat dari Hasan dalam Sodik (2019) menyatakan bahwa citra tujuan merupakan gabungan dari sebagian keyakinan, pemikiran, dan kesan yang menurut pengunjung mereka mempunyai tujuan. Menurutnya, semua tujuan mempunyai citra, dan sebagian besar tujuan didasarkan pada pengalaman masa lalu. Hal ini menjadi tujuan penting dalam pemasaran destinasi untuk mempertahankan citra untuk memenuhi ekspektasi pembeli dan wisatawan.

Dalam uji t pada tabel 4.12 dapat diketahui bahwa variabel citra tujuan (X2) memiliki nilai t hitung $>$ t tabel yaitu sebesar $5,885 > 1,9847$ dan dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel citra tujuan berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung ulang ke kota Solo. Hal ini dapat mempengaruhi minat

berkunjung ulang ke kota Solo karena adanya cerita positif terkait destinasi yang ada di kota Solo. Berdasarkan jawaban hasil kuesioner terkait variabel citra tujuan, maka dapat dikatakan bahwa Solo memiliki pasar tradisional yang unik, museum yang bagus, makanan khas yang lezat, berbagai kelas hotel, beragam budaya, serta Solo adalah kota yang nyaman. Adanya citra yang positif yang terdapat pada destinasi kota Solo dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan ketika akan mengunjungi kota Solo.

Hasil hipotesis tersebut selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Dhini & Verinita (2021) yang berjudul *Pengaruh Destination Image, Food Image, dan Persepsi terhadap Revisit Intention pada Culinary Tourism di Permindo Night Market Kota Padang*. Dalam penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa citra tujuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung ulang.

3. Pengaruh Citra Makanan Dan Citra Tujuan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Di Kota Solo

Berdasarkan tabel 4.13 dapat diketahui bahwa F hitung sebesar 53,905 dan F tabel sebesar 3,09. Nilai 3,09 didapatkan dari F tabel. Maka dapat disimpulkan bahwa F hitung > F tabel dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Sehingga kesimpulannya menunjukkan H_a diterima dan H_0 ditolak yang berarti variabel minat berkunjung ulang ke kota Solo dipengaruhi oleh citra makanan dan citra tujuan secara bersamaan.

Berdasarkan tabel 4.14 pada variabel dependen (minat berkunjung ulang) di kota Solo dipengaruhi oleh variabel independen (citra makanan dan citra tujuan) sebesar 51,7%. Sedangkan 48,3% minat berkunjung ulang di kota Solo dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

Hasil penelitian ini selaras dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Amalia & Rizki (2018) yang berjudul Citra Tujuan Wisata dan Citra Kuliner Aceh serta Pengaruhnya terhadap Niat Wisatawan untuk Kembali Mengunjungi Kota Banda Aceh. Pada penelitian sebelumnya juga memperlihatkan bahwa minat untuk kembali ke kota Banda Aceh dipengaruhi oleh citra tujuan dan makanan secara bersama-sama.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini mengenai pengaruh citra makanan dan citra tujuan terhadap minat berkunjung ulang ke kota Solo yaitu sebagai berikut:

1. Citra Makanan berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung ulang ke kota Solo. Hal ini disebabkan kuliner kota Solo memiliki kuliner yang menarik, unik, beragam, serta kuliner kota Solo memberikan pengalaman budaya Solo.
2. Citra Tujuan berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung ulang ke kota Solo. Hal ini disebabkan wisatawan menganggap Solo memiliki berbagai destinasi seperti pasar tradisional, museum, berbagai kelas hotel, dan Solo adalah kota yang nyaman yang patut untuk dikunjungi kembali.
3. Citra Makanan dan Citra Tujuan secara bersama-sama mempengaruhi minat berkunjung ulang ke kota Solo. Hal ini menunjukkan bahwa citra yang baik dari kuliner dan destinasi di kota Solo ini mampu mempengaruhi minat berkunjung ulang ke kota Solo.

B. Saran-saran

Berikut ini adalah beberapa saran yang dapat dibuat berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan penelitian ini, yaitu:

1. Untuk pemerintah setempat yang bergerak dalam sektor kepariwisataan, ada baiknya mengembangkan strategi pemasaran terkait citra makanan dan citra

tujuan untuk menarik lebih banyak wisatawan agar berkunjung kembali ke kota Solo.

2. Untuk peneliti selanjutnya, agar penelitian ini bisa menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya untuk dilaksanakan, dikembangkan, dan dikoreksi dengan jumlah sampel yang bisa mewakili populasi, menambah variabel, serta memperluas jangkauan penelitian ke luar kota Solo.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, A. T., & Pangestuti, E. (2017). Peran Kuliner Dalam Meningkatkan Citra Destinasi Pariwisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 50(1).
- Amalia Rizki, M. R. (2018). Citra Tujuan Wisata Dan Citra Kuliner Aceh Serta Pengaruhnya Terhadap Niat Wisatawan Untuk Kembali Mengunjungi Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*.
- Ardabili, F. S. (2011). The Role of Food and Culinary Condition in Tourism Industry. *Middle-East Journal of Scientific Research*, 9(6), 826–833.
- Artuger, S., & Cetinsoz, B. C. (2017). The Impact of Destination Image and the Intention to Revisit: A Study Regarding Arab Tourists. *European Scientific Journal, ESJ*, 13(5). <https://doi.org/10.19044/esj.2017.v13n5p82>
- Aruman, E. (2014, December). *Apa Hubungan Kuliner dan Destinasi Wisata?*
- Bambang Setiaji. (2008). *Cara Mudah Analisis Kuantitatif Dilengkapi Dengan Tutorial SPSS*. Al-Es'af University Press.
- Baskoro, D. H., & Mudakir, Y. B. (2013). Analisis Kunjungan Objek Wisata Lawang Sewu Di Kota Semarang. *Journal Of Economics*, 2(4), 1–9.
- Destari, F. (2017). Meningkatkan Intention To Revisit Melalui Keunikan Jasa Pariwisata & Destination Image. *Jurnal Manajemen Dan Kearifan Lokal Indonesia*, 1(1), 44. <https://doi.org/10.26805/jmkli.v1i1.4>
- Dhini Denisa, V. (2021). Pengaruh Destination Image, Food Image, dan Persepsi terhadap Revisit Intention pada Culinary Tourism di Permindo Night Market Kota Padang. *Urnal Riset Bisnis*, 5.
- Dinas Pariwisata Kota Surakarta. (2019). *Kota Solo raih juara 2 dalam penghargaan Trisakti Tourism Award 2019 kategori Wisata Kuliner & Belanja*. Dinas Pariwisata Kota Surakarta.

<https://pariwisatasolo.surakarta.go.id/kota-solo-raih-juara-2-dalam-penghargaan-trisakti-turism-award-2019-dalam-kategori-wisata-kuliner-belanja/>

- Etcheverria, O. (2015). Tourism and Gastronomy. In *Wine and Tourism: A Strategic Segment for Sustainable Economic Development* (pp. 161–177). https://doi.org/10.1007/978-3-319-18857-7_12
- Ferdinand. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS. Edisi 7*. Universitas Diponegoro.
- Gunardi. (2005). Kerangka Konsep dan Kerangka Teori Dalam Penelitian Ilmu Hukum. *Era Hukum*, 9(1), 95–98.
- Hanif, A., Kusumawati, A., & Mawardi, M. K. (2016). Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan (Studi Pada Wisatawan Nusantara Yang Berkunjung ke Kota Batu). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 38(1).
- Hanifah, I. R. (2018). *Solo Culinary Center*. Universitas Muhammdiyah Surakarta.
- Hariwibowo, P. A., Anindita, R., & Suhartini. (2015). The Evaluation of Indonesia Import Policies of Garlic. *Greener Journal of Business and Management Studies*, 5(1), 016–030. <https://doi.org/10.15580/gjbms.2015.1.081414329>
- Hasan, A. (2015a). *Tourism Marketing*.
- Hasan, A. (2015b). *Tourism Marketing*. Center for Academic Publishing Service.
- Herstanti, G., Suhud, U., & Wibowo, S. F. (2014). Three Modified Models to Predict Intention of Indonesian Tourists to Revisit Sydney. *European Journal of Business and Management*, 6(25), 2222–2839.

- Hidayat, T. T. N., Chalil, & Sutomo, M. (2017). Pengaruh Aksesibilitas dan Citra Destinasi Terhadap Niat Berkunjung Kembali ke Telaga Tambing. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako*, 3(2), 201–212.
- Julaimi, A. R., & Talib, S. A. (2016). International Tourists Revisit Intention: A Case of the United Arab Emirates. *Journal of Tourism, Hospitality & Culinary Arts*, 8(1), 35–42.
- Kotler, P. (2006). *Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi 11*.
- Lertputtarak, S. (2012). The Relationship Between Destination Image, Food Image, and Revisiting Pattaya, Thailand. *International Journal of Business and Management*, 7(5), 111–122. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v7n5p111>
- Margi, I. K., Ariani, R. P., Widiastini, N. M. A., & Suriani, N. M. (2013). Identifikasi Potensi Wisata Kuliner Berbasis Bahan Baku Lokal Di Kabupaten Buleleng, Bali. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 2(2), 2303–2898.
- Neily, R. (2017). *Faktor Penentu Minat Wisatawan Terhadap Makanan Lokalkota Semarang*. Universitas Diponegoro.
- Nuraeni, B. S. (2014). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Kunjung Ulang Wisatawan Museum Ranggawarsita Semarang. *Jurnal Bisnis Strategi*, 23(1), 1–20.
- Persada, C. (2015). *Kolaborasi dan Sinergitas Dalam Pembangunan Pariwisata Lampung Menuju Destinasi Unggulan*. 1–10.
- Primasari, A., & Siswojo, T. (2016). Promosi Kuliner Lokal Sebagai Daya Jual Pariwisata Indonesia Untuk Backpacker Asing. *Jurnal Tingkat Sarjana Bidang Seni Rupa Dan Desain*, 1–10.
- Priyatmoko, H. (2019). Sejarahwan Ungkap Asal Mula Timlo Solo. *Republica*.
- Priyatno, D. (2013). *Analisis Korelasi, Regresi dan Multivariate dengan SPSS*.

Gava Media.

- Priyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif* (T. Chandra (ed.)). Zifatama Publishing.
- Pujiyanti, & Harsana, M. (n.d.). *Studi Potensi Wisata Makanan (Food Tourism) Dalam Pengembangan Pariwisata Di Kota Semarang Provinsi Jawa Tengah*.
- Putra, I. N. D. (2014). Empat Srikandi Kuliner Bali: Peran Perempuan Dalam Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 01(01), 65–94.
- Rahma, F. N., & Handayani, H. R. (2013). Pengaruh Jumlah Kunjungan Wisatawan, Jumlah Obyek Wisata Dan Pendapatan Perkapita Terhadap Penerimaan Sektor Pariwisata Di Kabupaten Kudus. *Diponegoro Journal Of Economics*, 2(2), 1–9.
- Rajesh, R. (2013). *Impact of Tourist Perceptions, Destination Image and Tourist Satisfaction on Destination Loyalty: A Conceptual Model*. 11, 67–78.
www.pasosonline.org
- Sadana, A. S. (2016). *Peran Citra Visual terhadap Daya Tarik Kawasan Wisata Malioboro*. 2.
- Saeroji, A., & Adi Wijaya, D. (2017). Pemetaan Wisata Kuliner Khas Kota Surakarta. In *Jurnal Pariwisata Terapan* (Vol. 1, Issue 1).
- Safariah, R., & Putra, R. E. (2018). Persepsi Masyarakat Tentang Citra Kota Cimahi Sebagai Kawasan Militer. *Jurnal Manajemen Informatika*, 2(2), 49–60.
- Scarpato. (2002). *Gastronomy Studies in Search of Hospitality*.
- Sengel, T., Karagoz, A., & Centin, G. (2015). Tourists' Approach to Local Food. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 195, 429–437.
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.06.485>

- Sodik, M., Nawangsih, & Lukiana, N. (2019). Pengaruh Citra Destinasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisata Alam Puncak B29 Kabupaten Lumajang. *Journal of Organization and Business Management*, 1(4), 48–51.
- Sugiyono. (2012). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, CV.
- Supardi. (1993). Populasi dan Sampel Penelitian. *Jurnal UNISIA, No. 17 Tahun XIII Triwulan VI – 1993*.
- Syarifuddin, D., Noor, C. M., & Rohendi, A. (2018). Memaknai Kuliner Lokal Sebagai Daya Tarik Wisata Kota Bandung. *ABDIMAS BSI*, 1(1), 55–64.
- Wahyuni, N. (2014). *Uji Validitas dan Reliabilitas*. QMC - Binus University. <https://qmc.binus.ac.id/2014/11/01/u-j-i-v-a-l-i-d-i-t-a-s-d-a-n-u-j-i-r-e-l-i-a-b-i-l-i-t-a-s/>
- Widodo L. (2018). Solo Butuh Platform Pariwisata. <https://www.suaramerdeka.com/news/baca/97839/solo-butuh-platform-pariwisata>.
- Yoeti. (2008). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. PT. Pradaya Paramita.
- You, S., & Back, K. (2013). Effects of Food Image on Tourists' Destination Image and Visit Intention. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Yudisaputro, H. (2020). *Teori Uji Validitas Dan Reliabilitas*. <https://berbagienergi.com/2020/04/22/teori-uji-validitas-dan-reliabilitas/>
- Yuliara, I. M. (2016). *Modul Regresi Linier Sederhana*.

LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Asssalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka menyelesaikan tugas akhir pada program S-1 Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Ushuluddin dan Dakwah UIN Raden Mas Said Surakarta, maka di bawah ini saya :

Nama : Muhammad Wafi Amrullah

NIM : 171231071

Prodi : Manajemen Dakwah

Melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH CITRA MAKANAN DAN CITRA TUJUAN TERHADAP MINAT BERKUNJUNG ULANG DI KOTA SOLO (Studi Kasus Timlo Sastro 1 Solo)”**.

Dengan adanya penelitian yang dilakukan dengan judul di atas, saya mengharapkan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi kuesioner ini dengan menuliskan jawaban sesuai dengan pendapat yang sesungguhnya. Data ini saya kumpulkan demi dapat menyelesaikan tugas akhir saya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

A. BAGIAN 1

IDENTITAS RESPONDEN

Sebelum mengisi kuesioner dipersilahkan Bapak/Ibu/Sdr/Sdri mengisi identitas diri yang tersedia dengan cara memberi tanda (X)

1. Nama :
2. Usia :
 - a. 15-25 tahun
 - b. 26-35 tahun
 - c. 36-45 tahun
 - d. 46-55 tahun
 - e. 56-60 tahun
 - f. >61 tahun

Pertanyaan Variabel Penelitian

1. Variabel Citra Makanan

NO	Pernyataan	Penilaian				
		SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)
1	Kuliner Kota Solo memberikan pengalaman budaya Solo.					
2	Kota Solo memiliki kuliner yang menarik.					
3	Kuliner di Kota Solo memiliki tampilan yang unik.					
4	Gaya penyajian rumah makan di Kota Solo menarik dan unik.					
5	Kota Solo memiliki kuliner yang beragam.					

2. Variabel Citra Tujuan

NO	Pernyataan	Penilaian				
		SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)
1	Solo memiliki pasar tradisional yang unik untuk saya kunjungi.					
2	Solo memiliki museum yang bagus.					
3	Solo memiliki makanan khas yang lezat.					
4	Solo memiliki berbagai kelas hotel.					
5	Solo adalah kota yang memiliki beragam budaya.					
6	Solo adalah kota yang nyaman.					

3. Variabel Minat Berkunjung Ulang

NO	Pernyataan	Penilaian				
		SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)
1	Saya akana mengunjungi Kota Solo untuk liburan.					
2	Saya akan mengunjungi kembali beberapa tempat yang pernah saya kunjungi di Kota Solo.					
3	Saya akan merekomendasikan Kota Solo kepada teman-teman sebagai tujuan untuk wisata dan kuliner.					
4	Saya akan menceritakan hal-hal positif tentang pengalaman saya selama liburan di Kota Solo.					

Terima kasih atas partisipasi anda dalam menjawab pertanyaan dengan pembobotan yang tersedia pada kuesioner ini. Semoga anda diberi kemudahan atas setiap urusan oleh Allah SWT.

Lampiran 2 : Data Responden

No	Nama	Usia	Jenis Kelamin	Pekerjaan	Asal Responden
1	Ainun Nur Alifah	15-25 tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Luar Kota Solo (Jawa Tengah)
2	Septi untari	46-55 tahun	Perempuan	Wiraswasta	Luar Kota Solo (Jawa Tengah)
3	Khoirunni'mah	15-25 tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Luar Kota Solo (Jawa Tengah)
4	Muhammad Farhan Ramadhan	15-25 tahun	Laki-Laki	Wiraswasta	Luar Pulau Jawa
5	Muhammad Habibi	26-35 tahun	Laki-Laki	Pegawai Swasta	Luar Kota Solo (Jawa Tengah)
6	Nastiti Retnaningtyas	15-25 tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Luar Kota Solo (Jawa Tengah)
7	Sri Walyani	46-55 tahun	Perempuan	Pensiunan PNS	Luar Kota Solo (Jawa Tengah)
8	Sartiyem	56-60 tahun	Perempuan	Wiraswasta	Luar Kota Solo (Jawa Tengah)
9	Iga Puspitasari	26-35 tahun	Perempuan	Pegawai Swasta	Luar Kota Solo (Jawa Tengah)
10	Fauhan Attalarik Dharmes	15-25 tahun	Laki-Laki	Pegawai Swasta	Luar Kota Solo (Jawa Tengah)
11	Maryoto	46-55 tahun	Laki-Laki	Wiraswasta	Luar Kota Solo (Jawa Tengah)
12	Lani Septiyaningsih	15-25 tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Luar Kota Solo (Jawa Tengah)
13	Tukirah	46-55 tahun	Perempuan	Ibu Rumah Tangga	Luar Kota Solo (Jawa Tengah)
14	Chintya Rukmana P.	15-25 tahun	Perempuan	Pegawai Swasta	Luar Kota Solo (Jawa Tengah)
15	Eni kusuma	46-55 tahun	Perempuan	Ibu Rumah Tangga	Luar Kota Solo (Jawa Tengah)
16	M. Reza Akbar	26-35 tahun	Laki-Laki	Pegawai Swasta	Luar Kota Solo (Jawa Tengah)
17	Rahajeng Rizky	26-35 tahun	Perempuan	Wiraswasta	Luar Kota Solo (Jawa Tengah)
18	Wahyu Prasetyo	36-45 tahun	Laki-Laki	Pegawai Swasta	Luar Provinsi Jawa Tengah
19	Soemarno	46-55 tahun	Laki-Laki	PNS/TNI/POLRI	Kota Solo
20	Hasma Alif Akbar	26-35 tahun	Laki-Laki	Pegawai Swasta	Luar Pulau Jawa
21	Dwi Ariyanti	46-55 tahun	Perempuan	Wiraswasta	Luar Kota Solo (Jawa Tengah)
22	Fathurrahman	46-55 tahun	Laki-Laki	PNS/TNI/POLRI	Luar Kota Solo (Jawa Tengah)
23	Herman	36-45 tahun	Laki-Laki	Pegawai Swasta	Luar Provinsi Jawa Tengah
24	Tri Lestari	36-45 tahun	Perempuan	Ibu Rumah Tangga	Luar Kota Solo (Jawa Tengah)

25	Margono Hadibroto	46-55 tahun	Laki-Laki	Pegawai Swasta	Luar Pulau Jawa
26	Titik Susilowati	36-45 tahun	Perempuan	Pegawai Swasta	Luar Kota Solo (Jawa Tengah)
27	Hapsari	15-25 tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Luar Kota Solo (Jawa Tengah)
28	Indriyanti	36-45 tahun	Perempuan	Ibu Rumah Tangga	Luar Kota Solo (Jawa Tengah)
29	Trixie Aniedi P.	15-25 tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Luar Provinsi Jawa Tengah
30	Endang Sulistyowati	36-45 tahun	Perempuan	Ibu Rumah Tangga	Luar Kota Solo (Jawa Tengah)
31	Fitria Khusnul K.	15-25 tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Luar Provinsi Jawa Tengah
32	Bambang Triatmojo	36-45 tahun	Laki-Laki	PNS/TNI/POLRI	Luar Kota Solo (Jawa Tengah)
33	Ani Sunami	26-35 tahun	Perempuan	PNS/TNI/POLRI	Luar Kota Solo (Jawa Tengah)
34	Yousy Fernanda Ayu	15-25 tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Luar Kota Solo (Jawa Tengah)
35	Zainurrohman	15-25 tahun	Laki-Laki	Pelajar/Mahasiswa	Luar Kota Solo (Jawa Tengah)
36	Gassa Purnayudha	26-35 tahun	Laki-Laki	Pegawai Swasta	Luar Pulau Jawa
37	Rickho Mahaputra	15-25 tahun	Laki-Laki	Pelajar/Mahasiswa	Luar Pulau Jawa
38	Danny Hermawan	26-35 tahun	Laki-Laki	Pegawai Swasta	Luar Kota Solo (Jawa Tengah)
39	Dewangga	26-35 tahun	Laki-Laki	Pegawai Swasta	Luar Kota Solo (Jawa Tengah)
40	Yulianto	26-35 tahun	Laki-Laki	Pegawai Swasta	Luar Provinsi Jawa Tengah
41	Hendro Saputro	36-45 tahun	Laki-Laki	Pegawai Swasta	Luar Kota Solo (Jawa Tengah)
42	Yuli Afrian Sari	36-45 tahun	Perempuan	PNS/TNI/POLRI	Luar Kota Solo (Jawa Tengah)
43	Youlanda Chintya Claudya Putri	36-45 tahun	Perempuan	Pegawai Swasta	Luar Kota Solo (Jawa Tengah)
44	Suyanto	46-55 tahun	Laki-Laki	Wiraswasta	Luar Kota Solo (Jawa Tengah)
45	Khairunnisa	36-45 tahun	Perempuan	Pegawai Swasta	Luar Provinsi Jawa Tengah
46	Soemarmo	56-60 tahun	Laki-Laki	Wiraswasta	Luar Provinsi Jawa Tengah
47	Nafira Ayu	36-45 tahun	Perempuan	Pegawai Swasta	Luar Kota Solo (Jawa Tengah)
48	Anung Gilang	46-55 tahun	Laki-Laki	Wiraswasta	Luar Provinsi Jawa Tengah
49	Rahayu Putranti	36-45 tahun	Perempuan	Pegawai Swasta	Luar Kota Solo (Jawa Tengah)
50	Agung Putra	36-45 tahun	Laki-Laki	Wiraswasta	Luar Kota Solo (Jawa Tengah)
51	Rayhan	36-45 tahun	Laki-Laki	Pegawai Swasta	Luar Kota Solo (Jawa Tengah)

52	Fransiska Putri	36-45 tahun	Perempuan	Pegawai Swasta	Luar Provinsi Jawa Tengah
53	Alya Lusiana	36-45 tahun	Perempuan	Pegawai Swasta	Luar Provinsi Jawa Tengah
54	Dewi Zulaikhah	36-45 tahun	Perempuan	Pegawai Swasta	Luar Provinsi Jawa Tengah
55	Nanda Saputri	36-45 tahun	Perempuan	Pegawai Swasta	Luar Provinsi Jawa Tengah
56	Sarwono	56-60 tahun	Laki-Laki	Wiraswasta	Luar Kota Solo (Jawa Tengah)
57	Ana Wahyuni	46-55 tahun	Perempuan	Ibu Rumah Tangga	Luar Kota Solo (Jawa Tengah)
58	Yusuf Putra Akbar	36-45 tahun	Laki-Laki	Pegawai Swasta	Luar Provinsi Jawa Tengah
59	Puji Astuti	36-45 tahun	Perempuan	Pegawai Swasta	Luar Provinsi Jawa Tengah
60	Ratnaningsih	36-45 tahun	Perempuan	Ibu Rumah Tangga	Luar Provinsi Jawa Tengah
61	Tri Suwandi	46-55 tahun	Laki-Laki	Wiraswasta	Luar Provinsi Jawa Tengah
62	Dewina Putri S.	36-45 tahun	Perempuan	Pegawai Swasta	Luar Kota Solo (Jawa Tengah)
63	Gayuh Irwansyah	36-45 tahun	Laki-Laki	Pegawai Swasta	Luar Pulau Jawa
64	Agus Hermanto	46-55 tahun	Laki-Laki	Wiraswasta	Luar Pulau Jawa
65	Rohmat Budi	46-55 tahun	Laki-Laki	Wiraswasta	Luar Provinsi Jawa Tengah
66	Dwi Widiastuti	46-55 tahun	Perempuan	Ibu Rumah Tangga	Luar Pulau Jawa
67	Yoga Saputra	36-45 tahun	Laki-Laki	Pegawai Swasta	Luar Provinsi Jawa Tengah
68	Jusina	46-55 tahun	Perempuan	Wiraswasta	Luar Kota Solo (Jawa Tengah)
69	Firdaus A	26-35 tahun	Laki-Laki	Pegawai Swasta	Luar Kota Solo (Jawa Tengah)
70	Ny. Harti	46-55 tahun	Perempuan	Wiraswasta	Luar Provinsi Jawa Tengah
71	Sugiyarti	>61 tahun	Perempuan	Wiraswasta	Luar Kota Solo (Jawa Tengah)
72	Rusjiah	56-60 tahun	Perempuan	Wiraswasta	Luar Kota Solo (Jawa Tengah)
73	Budiman	26-35 tahun	Laki-Laki	Seniman	Luar Kota Solo (Jawa Tengah)
74	Iskandar	>61 tahun	Laki-Laki	Pensiunan	Luar Provinsi Jawa Tengah
75	Tatik	56-60 tahun	Perempuan	Pensiunan	Luar Provinsi Jawa Tengah
76	Hetty P	>61 tahun	Perempuan	Ibu Rumah Tangga	Luar Provinsi Jawa Tengah
77	Iswarini	>61 tahun	Perempuan	Ibu Rumah Tangga	Luar Kota Solo (Jawa Tengah)
78	Maryanti Sandy	>61 tahun	Perempuan	Wiraswasta	Luar Provinsi Jawa Tengah

79	Eka	15-25 tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Luar Kota Solo (Jawa Tengah)
80	Widi	36-45 tahun	Laki-Laki	Pegawai Swasta	Luar Kota Solo (Jawa Tengah)
81	Nurhayati	46-55 tahun	Perempuan	Wiraswasta	Kota Solo
82	Dra. Dwi Wahyuningsih	46-55 tahun	Perempuan	Wiraswasta	Kota Solo
83	Wahyudi	46-55 tahun	Laki-Laki	Wiraswasta	Luar Kota Solo (Jawa Tengah)
84	Assalam	26-35 tahun	Laki-Laki	Wiraswasta	Luar Provinsi Jawa Tengah
85	Aisyah A	26-35 tahun	Perempuan	Bidan	Luar Kota Solo (Jawa Tengah)
86	Amir Moh Zaim	26-35 tahun	Laki-Laki	Pegawai Swasta	Luar Kota Solo (Jawa Tengah)
87	Beny	36-45 tahun	Laki-Laki	Pegawai Swasta	Luar Provinsi Jawa Tengah
88	Charles Roberto Dillon	15-25 tahun	Laki-Laki	Pegawai Swasta	Luar Provinsi Jawa Tengah
89	Prasetya Yudha Pratama	26-35 tahun	Laki-Laki	Pegawai Swasta	Luar Provinsi Jawa Tengah
90	Jefri Purnomo W	26-35 tahun	Laki-Laki	Pegawai Swasta	Luar Kota Solo (Jawa Tengah)
91	Dian Catur Prasetya	26-35 tahun	Laki-Laki	Pegawai Swasta	Kota Solo
92	Yedi Cp	26-35 tahun	Laki-Laki	Pegawai Swasta	Luar Kota Solo (Jawa Tengah)
93	Rini Aryai	46-55 tahun	Perempuan	Wiraswasta	Luar Kota Solo (Jawa Tengah)
94	Bagoes Luhur	26-35 tahun	Laki-Laki	Wiraswasta	Luar Provinsi Jawa Tengah
95	Sarastuti	>61 tahun	Perempuan	Ibu Rumah Tangga	Kota Solo
96	Laudya Vera	36-45 tahun	Perempuan	PNS/TNI/POLRI	Luar Kota Solo (Jawa Tengah)
97	Nita Indriani	36-45 tahun	Perempuan	Ibu Rumah Tangga	Kota Solo
98	Rita Meliya	36-45 tahun	Perempuan	Wiraswasta	Luar Kota Solo (Jawa Tengah)
99	Prawita Ayu	36-45 tahun	Perempuan	Wiraswasta	Luar Provinsi Jawa Tengah
100	Susiyanto	26-35 tahun	Laki-Laki	Pegawai Swasta	Luar Kota Solo (Jawa Tengah)

Lampiran 3 : Data Jawaban Responden

A. Variabel Citra Makanan

NO	1	2	3	4	5	Jumlah X1
1	5	5	4	4	5	23
2	5	5	4	4	5	23
3	5	5	5	4	5	24
4	5	3	3	2	5	18
5	5	3	3	3	4	18
6	5	4	3	4	4	20
7	5	5	4	4	5	23
8	5	5	3	3	5	21
9	5	4	4	4	4	21
10	5	5	5	5	5	25
11	5	4	4	4	4	21
12	5	5	5	5	5	25
13	5	4	4	4	4	21
14	5	4	4	4	5	22
15	5	5	5	5	5	25
16	5	4	4	4	4	21
17	5	4	4	4	5	22
18	5	5	4	4	5	23
19	5	4	4	4	4	21
20	5	5	5	5	5	25
21	5	4	4	4	4	21
22	5	4	4	4	4	21
23	5	5	5	4	5	24
24	5	5	5	4	5	24
25	5	5	5	5	5	25
26	5	4	4	4	4	21
27	5	5	4	4	5	23
28	5	4	4	4	4	21
29	5	5	5	5	5	25
30	5	4	4	4	4	21
31	4	4	4	4	4	20
32	5	5	5	5	5	25
33	4	4	4	4	5	21
34	5	5	5	5	5	25
35	4	4	4	4	4	20
36	5	5	5	5	5	25
37	5	5	5	5	5	25
38	4	4	4	5	5	22
39	4	4	4	5	5	22
40	4	4	4	5	5	22

41	4	4	4	5	5	22
42	5	5	5	5	5	25
43	4	4	4	4	4	20
44	4	4	4	4	4	20
45	5	5	4	4	4	22
46	4	4	4	4	5	21
47	4	4	4	4	5	21
48	5	5	5	5	5	25
49	4	4	4	4	4	20
50	5	5	4	4	5	23
51	4	4	4	4	4	20
52	4	4	4	4	5	21
53	4	4	4	4	5	21
54	4	4	4	4	5	21
55	5	4	4	4	5	22
56	5	5	4	4	5	23
57	5	5	5	5	5	25
58	5	5	4	4	5	23
59	5	5	4	4	5	23
60	5	5	5	5	5	25
61	5	4	4	4	5	22
62	5	5	4	4	5	23
63	4	4	5	5	5	23
64	4	4	4	4	4	20
65	5	4	4	4	5	22
66	5	5	5	5	5	25
67	5	4	4	4	5	22
68	4	4	4	4	4	20
69	4	4	4	5	5	22
70	5	5	4	4	5	23
71	4	4	4	4	4	20
72	4	4	5	3	5	21
73	4	4	4	5	5	22
74	4	4	4	4	4	20
75	5	5	4	4	5	23
76	4	4	4	4	4	20
77	4	5	3	3	3	18
78	4	4	4	4	4	20
79	4	5	4	4	5	22
80	4	4	4	3	4	19
81	4	4	4	3	4	19
82	5	5	5	5	5	25
83	4	5	4	4	4	21
84	5	4	3	4	5	21
85	5	4	4	5	4	22
86	4	4	4	5	5	22

87	4	4	3	3	4	18
88	5	4	4	4	5	22
89	4	4	3	3	5	19
90	4	5	4	3	5	21
91	4	4	4	4	4	20
92	5	4	4	4	4	21
93	4	4	4	3	4	19
94	4	4	4	5	5	22
95	5	5	5	5	5	25
96	4	5	4	4	4	21
97	5	4	5	4	5	23
98	5	5	5	5	5	25
99	4	5	5	4	4	22
100	4	4	4	4	4	20

B. Variabel Citra Tujuan

NO	1	2	3	4	5	6	Jumlah X2
1	3	4	4	5	5	5	26
2	4	4	5	5	4	2	24
3	5	3	4	5	5	5	27
4	5	5	2	4	4	5	25
5	3	4	3	4	4	4	22
6	4	3	3	3	4	4	21
7	3	4	5	5	5	4	26
8	3	4	5	5	4	4	25
9	4	4	4	4	4	4	24
10	4	4	5	5	5	5	28
11	3	3	5	3	4	4	22
12	4	4	5	5	5	4	27
13	4	4	4	4	4	4	24
14	3	3	5	3	4	4	22
15	5	4	5	3	5	5	27
16	4	4	4	4	4	4	24
17	4	3	5	5	5	5	27
18	4	4	5	5	5	5	28
19	3	3	5	3	5	3	22
20	5	5	5	5	5	5	30
21	4	3	4	3	4	4	22
22	4	4	4	4	4	4	24
23	4	3	5	4	5	4	25
24	4	3	4	3	5	5	24
25	5	5	5	5	5	5	30
26	4	4	4	4	4	4	24

27	3	3	5	4	5	4	24
28	4	4	4	4	4	4	24
29	5	4	5	5	5	5	29
30	5	3	5	3	5	5	26
31	4	4	5	4	4	4	25
32	5	5	5	5	5	5	30
33	4	3	5	4	5	4	25
34	4	3	5	4	5	5	26
35	4	4	4	4	4	4	24
36	5	5	5	5	5	5	30
37	5	5	5	5	5	5	30
38	4	4	5	4	5	4	26
39	3	3	5	4	5	4	24
40	4	4	5	4	5	4	26
41	3	3	5	3	5	5	24
42	4	4	5	4	5	4	26
43	4	4	5	4	5	4	26
44	4	4	5	4	5	4	26
45	4	3	5	4	5	4	25
46	4	3	5	4	5	4	25
47	5	3	5	4	5	4	26
48	5	5	5	5	5	5	30
49	4	4	4	4	4	4	24
50	4	4	5	4	5	4	26
51	4	4	4	4	5	4	25
52	4	4	5	4	5	4	26
53	4	4	5	4	5	5	27
54	4	3	5	4	5	5	26
55	4	4	5	4	5	5	27
56	4	4	5	4	5	5	27
57	5	3	5	5	5	5	28
58	4	4	5	5	5	4	27
59	5	4	5	5	5	4	28
60	5	4	5	4	5	4	27
61	3	3	5	4	5	4	24
62	4	4	5	4	5	4	26
63	4	4	5	5	5	4	27
64	4	4	4	4	4	4	24
65	4	4	5	4	5	4	26
66	5	4	5	5	5	4	28
67	4	4	5	4	5	4	26
68	4	4	4	4	4	4	24
69	3	3	3	3	4	4	20
70	5	4	5	5	5	4	28
71	4	5	5	4	4	4	26
72	4	4	5	4	4	4	25

73	4	5	5	4	5	4	27
74	5	4	4	5	5	4	27
75	5	5	5	5	5	3	28
76	4	4	4	4	4	4	24
77	4	4	4	3	4	4	23
78	4	4	5	3	4	3	23
79	4	4	5	4	4	5	26
80	3	4	4	4	4	4	23
81	5	3	5	4	4	5	26
82	5	4	5	4	4	5	27
83	4	3	4	4	3	5	23
84	5	4	4	4	4	3	24
85	4	4	3	3	4	4	22
86	4	5	5	5	5	4	28
87	4	3	4	5	4	4	24
88	5	4	4	5	4	5	27
89	3	4	4	5	4	3	23
90	5	3	5	5	5	5	28
91	4	3	4	4	3	5	23
92	5	5	5	4	5	4	28
93	4	4	4	4	4	4	24
94	4	3	4	4	4	5	24
95	5	5	5	5	5	5	30
96	5	4	5	4	5	5	28
97	4	4	3	3	3	4	21
98	5	3	5	5	5	5	28
99	4	4	4	4	4	3	23
100	4	3	4	5	5	4	25

C. Variabel Minat Berkunjung Ulang

NO	1	2	3	4	Jumlah Y
1	4	4	4	4	16
2	4	4	4	4	16
3	3	5	5	5	18
4	4	4	5	5	18
5	3	3	4	4	14
6	3	4	4	4	15
7	4	4	4	4	16
8	4	4	4	4	16
9	4	4	4	4	16
10	5	5	5	5	20
11	4	4	4	5	17
12	5	5	5	5	20
13	4	4	4	4	16
14	4	4	4	4	16
15	4	4	5	5	18
16	4	4	4	4	16
17	4	4	4	4	16
18	5	4	4	4	17
19	4	4	4	3	15
20	5	5	5	5	20
21	4	4	4	4	16
22	4	4	4	5	17
23	5	4	4	5	18
24	4	4	4	5	17
25	5	5	5	5	20
26	4	4	4	3	15
27	4	4	4	4	16
28	4	4	4	4	16
29	5	3	5	5	18
30	4	4	4	4	16
31	4	4	4	4	16
32	5	5	5	5	20
33	4	4	4	4	16
34	5	4	5	5	19
35	4	4	4	4	16
36	5	5	5	5	20
37	5	5	5	5	20
38	4	4	4	4	16
39	4	4	4	4	16
40	4	4	4	5	17
41	4	4	5	5	18
42	4	4	4	5	17
43	4	4	4	4	16

44	4	4	4	5	17
45	4	4	4	5	17
46	4	4	4	5	17
47	5	5	5	5	20
48	5	5	5	5	20
49	4	4	4	4	16
50	4	4	4	5	17
51	4	4	4	4	16
52	4	4	4	5	17
53	4	4	5	5	18
54	4	4	5	5	18
55	4	4	5	5	18
56	4	4	5	5	18
57	4	4	5	5	18
58	4	4	5	5	18
59	4	4	5	5	18
60	5	4	5	5	19
61	4	4	5	5	18
62	4	4	5	5	18
63	4	4	5	5	18
64	4	4	5	5	18
65	4	4	5	5	18
66	5	4	5	5	19
67	4	4	5	5	18
68	3	3	4	4	14
69	3	3	4	3	13
70	4	4	4	5	17
71	5	4	5	4	18
72	4	4	5	4	17
73	3	5	4	5	17
74	3	3	4	4	14
75	5	5	5	5	20
76	4	4	4	4	16
77	3	3	4	4	14
78	4	3	3	3	13
79	5	5	5	5	20
80	3	4	4	4	15
81	5	5	5	5	20
82	5	5	5	5	20
83	5	4	4	4	17
84	3	3	4	4	14
85	4	4	4	5	17
86	5	4	5	5	19
87	3	4	3	4	14
88	2	4	5	5	16
89	4	4	4	4	16

90	5	5	5	5	20
91	4	4	5	5	18
92	4	4	5	5	18
93	3	4	4	4	15
94	5	5	5	5	20
95	5	5	5	5	20
96	4	4	5	5	18
97	4	4	4	4	16
98	5	5	5	5	20
99	4	4	5	4	17
100	4	5	5	4	18

Lampiran 4 : Hasil Uji Instrumen

A. UJI VALIDITAS

1. Uji Validitas X1

		Correlations					
		Item1	Item2	Item3	Item4	Item5	Total
Item1	Pearson Correlation	1	,385**	,258**	,180	,298**	,572**
	Sig. (2-tailed)		,000	,009	,073	,003	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Item 2	Pearson Correlation	,385**	1	,531**	,355**	,368**	,736**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Item 3	Pearson Correlation	,258**	,531**	1	,647**	,377**	,807**
	Sig. (2-tailed)	,009	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Item 4	Pearson Correlation	,180	,355**	,647**	1	,380**	,754**
	Sig. (2-tailed)	,073	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Item 5	Pearson Correlation	,298**	,368**	,377**	,380**	1	,671**
	Sig. (2-tailed)	,003	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	,572**	,736**	,807**	,754**	,671**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

2. Uji Validitas X2

Correlations

	Item1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Total
Item 1 Pearson Correlation	1	,334**	,146	,350**	,229*	,346**	,671**
Sig. (2-tailed)		,001	,146	,000	,022	,000	,000
N	100	100	100	100	100	100	100
Item 2 Pearson Correlation	,334**	1	,046	,340**	,077	-,041	,497**
Sig. (2-tailed)	,001		,648	,001	,447	,686	,000
N	100	100	100	100	100	100	100
Item 3 Pearson Correlation	,146	,046	1	,278**	,625**	,101	,600**
Sig. (2-tailed)	,146	,648		,005	,000	,317	,000
N	100	100	100	100	100	100	100
Item 4 Pearson Correlation	,350**	,340**	,278**	1	,353**	,158	,695**
Sig. (2-tailed)	,000	,001	,005		,000	,116	,000
N	100	100	100	100	100	100	100
Item 5 Pearson Correlation	,229*	,077	,625**	,353**	1	,213*	,671**
Sig. (2-tailed)	,022	,447	,000	,000		,033	,000
N	100	100	100	100	100	100	100
Item 6 Pearson Correlation	,346**	-,041	,101	,158	,213*	1	,486**
Sig. (2-tailed)	,000	,686	,317	,116	,033		,000
N	100	100	100	100	100	100	100
Total Pearson Correlation	,671**	,497**	,600**	,695**	,671**	,486**	1
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
N	100	100	100	100	100	100	100

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

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

3. Uji Validitas Y

Correlations

		Item1	Item 2	Item 3	Item 4	Total
Item 1	Pearson Correlation	1	,565**	,457**	,373**	,777**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
Item 2	Pearson Correlation	,565**	1	,492**	,461**	,786**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
Item 3	Pearson Correlation	,457**	,492**	1	,655**	,815**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
Item 4	Pearson Correlation	,373**	,461**	,655**	1	,784**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	,777**	,786**	,815**	,784**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

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

B. UJI REABILITAS

1. Uji Reabilitas X1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,754	5

2. Uji Reabilitas X2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,648	6

3. Uji Reabilitas Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,795	4

C. UJI ASUMSI KLASIK

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,23565671
Most Extreme Differences	Absolute	,077
	Positive	,077
	Negative	-,047
Kolmogorov-Smirnov Z		,773
Asymp. Sig. (2-tailed)		,588

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

2. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,877	1,594		,550	,584		
	Citra Makanan	,267	,081	,287	3,284	,001	,637	1,569
	Citra Tujuan	,411	,070	,515	5,885	,000	,637	1,569

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung Ulang

3. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,087	1,021		3,025	,003
	Citra Makanan	-,101	,052	-,239	-1,934	,056
	Citra Tujuan	,002	,045	,005	,038	,970

D. ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,877	1,594		,550	,584
	Citra Makanan	,267	,081	,287	3,284	,001
	Citra Tujuan	,411	,070	,515	5,885	,000

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung Ulang

E. UJI STATISTIK T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,877	1,594		,550	,584
	Citra Makanan	,267	,081	,287	3,284	,001
	Citra Tujuan	,411	,070	,515	5,885	,000

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung Ulang

F. UJI F**ANOVA^b**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	168,002	2	84,001	53,905	,000 ^a
	Residual	151,158	97	1,558		
	Total	319,160	99			

a. Predictors: (Constant), Citra Tujuan, Citra Makanan

b. Dependent Variable: Minat Berkunjung Ulang

G. UJI R²**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,726 ^a	,526	,517	1,248

a. Predictors: (Constant), Citra Tujuan, Citra Makanan

H. R tabel

Tabel r untuk df = 51 - 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

I. T tabel

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

Pr df	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16328
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

J. F tabel

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75

Lampiran 5 : Surat Ijin Penelitian



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA
FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH**

Jl. Pandawa Pucangan Kartasura Sukoharjo Telp. (0271) 781516 Fax. (0271) 782774
Homepage : www.iain-surakarta.ac.id E-mail: fud.uin@iain-surakarta.ac.id

Nomor : B- 494/Un.20/F.I/PP.01.1/2/2023 Surakarta, 24 Februari 2023
Lampiran : -
Perihal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth.

Pimpinan Rumah Makan Timlo Sastro 1

Jl. Abdul Muis No.32A, Kepatihan Kulon, Kec. Jebres, Kota Surakarta, Jawa Tengah 57139

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dr. Islah, M. Ag
NIP : 19730522 200312 1 001
Pangkat : Pembina/(IV/a)
Jabatan : Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah
UIN Raden Mas Said Surakarta

Memohon izin Penelitian bagi mahasiswa kami:

Nama : Muhammad Wafi Amrullah
NIM : 171231071
Program Studi : Manajemen Dakwah

Waktu Penelitian : 1 Maret - 30 Maret 2023
Lokasi : **Rumah Makan Timlo Sastro 1**
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Makanan Dan Citra Tujuan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Di Kota Solo (Studi Kasus Timlo Sastro Solo).

Demikian surat ini disampaikan, atas perkenan dan kerjasamanya kami sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



Islah, M. Ag
NIP 19730522 200312 1 001

Lampiran 6 : Surat Pernyataan Penelitian

SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Wafi Amrullah

NIM : 17.12.3.1.071

Prodi : Manajemen Dakwah

Fakultas : Ushuluddin dan Dakwah

Terkait penelitian skripsi berjudul “PENGARUH CITRA MAKANAN DAN CITRA TUJUAN TERHADAP MINAT BERKUNJUNG ULANG DI KOTA SOLO (Studi Kasus Timlo Sastro 1 Solo”.

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya benar-benar telah melakukan penelitian dan mengambil data dari pelanggan yang berkunjung di Rumah Makan Timlo Sastro 1 Solo. Apabila kemudian hari skripsi ini menggunakan data yang tidak sesuai data yang sebenarnya, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 19 Juni 2023

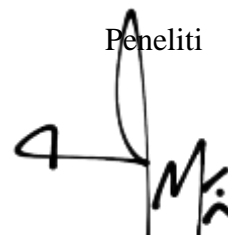
Mengetahui,

Pemilik Rumah Makan Timlo Sastro



Drs. Hardjono, M. Si.

Peneliti



Muhammad Wafi Amrullah

Lampiran 7 : Dokumentasi Penelitian



