

**PENGARUH AKSESIBILITAS, DAYA TARIK DAN HARGA TERHADAP
MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN KE SRAMBANG PARK
(Studi Kasus Pada Masyarakat Kabupaten Ngawi)**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



Oleh:

MUHAMMAD NUUR TASNIIM

NIM. 19.52.11.030

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA
2023**

**PENGARUH AKSESIBILITAS, DAYA TARIK DAN HARGA TERHADAP
MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN KE SRAMBANG PARK
(Studi Kasus Pada Masyarakat Kabupaten Ngawi)**

SKRIPSI


**Diajukan Kepada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Dalam Bidang Ilmu Manajemen Bisnis Syariah**

Oleh:

**MUHAMMAD NUUR TANIIM
NIM. 19.52.11.030**

Surakarta, 8 Mei 2023

Disetujui dan disahkan oleh:
Dosen Pembimbing Skripsi



**Asep Maulana Rohimat, M.S.I
NIP. 1987030720190310008**

SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Yang bertanda tangan di bawah ini:

NAMA : MUHAMMAD NUUR TASNIIM
NIM : 19.52.11.030
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Menyatakan bahwa penelitian skripsi berjudul “PENGARUH AKSESIBILITAS, DAYA TARIK DAN HARGA TERHADAP MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN KE SRAMBANG PARK(Studi Kasus Pada Masyarakat Kabupaten Ngawi)”

Benar-benar bukan merupakan plagiasi dan belum pernah diteliti sebelumnya. Apabila di kemudian hari diketahui bahwa skripsi ini merupakan plagiasi, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 8 Mei 2023



Muhammad Nuur Tasniim

SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

NAMA : MUHAMMAD NUUR TASNIIM
NIM : 19.52.11.030
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Terkait penelitian saya yang berjudul “PENGARUH AKSESIBILITAS, DAYA TARIK DAN HARGA TERHADAP MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN KE SRAMBANG PARK (Studi Kasus Pada Masyarakat Kabupaten Ngawi)”

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya benar-benar telah melakukan penelitian dan pengambilan data. Apabila di kemudian hari diketahui bahwa skripsi ini menggunakan data yang tidak sesuai dengan data yang sebenarnya, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surakarta, 8 Mei 2023



Muhammad Nuur Tasniim

Asep Maulana Rohimat, M.S.I
Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

NOTA DINAS

Hal : Skripsi
Sdr : Muhammad Nuur Tasniim

Kepada Yang Terhormat
Dekan Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Di Surakarta

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa setelah menelaah dan mengadakan perbaikan seperlunya, kami memutuskan bahwa skripsi saudara Muhammad Nuur Tasniim NIM: 19.52.11.030 yang berjudul:

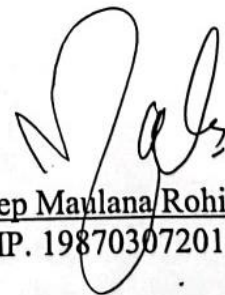
PENGARUH AKSESIBILITAS, DAYA TARIK DAN HARGA TERHADAP MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN KE SRAMBANG PARK(Studi Kasus Pada Masyarakat Kabupaten Ngawi)”

Sudah dapat dimunaqasahkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang ilmu Manajemen Bisnis Syariah.
Oleh karena itu, kami mohon agar skripsi tersebut segera dimunaqasahkan dalam waktu dekat.

Demikian, atas dikabulkannya permohonan ini disampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Surakarta, 8 Mei 2023
Dosen Pembimbing Skripsi



Asep Maulana Rohimat, M.S.I
NIP. 1987030720190310008

PENGESAHAN

**PENGARUH AKSESIBILITAS, DAYA TARIK, DAN HARGA TERHADAP
MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN KE SRAMBANG PARK
(Studi Kasus pada Masyarakat Kabupaten Ngawi)**

Oleh:

MUHAMMAD NUUR TASNIIM
NIM. 19.52.11.030

Telah dinyatakan lulus dalam ujian munaqosah
pada hari Rabu tanggal 17 Mei 2023 M / 26 Syawal 1444 H dan dinyatakan
telah memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Dewan Penguji:

Penguji I (Merangkap Ketua Sidang)
Septin Puji Astuti, S.Si., M.T., Ph.D.
NIP. 19781118 200501 2 003



Penguji II
Nur Hidayah Al Amin, M.E.Sy.
NIK. 19820719 201701 1 157

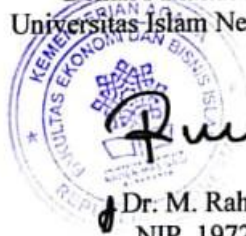


Penguji III
Dr. Ika Yoga, S.E., M.M.
NIP. 19790406 201403 1 001



Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta




Dr. M. Rahmawan Arifin, M.Si.
NIP. 19720304 200112 1 004

MOTTO

“Kemungkinan Kecil bukan berarti Nihil”

~Tokuchi Toua~

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT serta terselesainya skripsi ini, maka saya persembahkan karya ini kepada:

Orang tuaku tercinta: Bapak Budi Santosa dan Ibu Siti Nurrochmah yang sangat luar biasa membesarkan, mendidik dan mendoakanku dengan penuh kasih sayang dan kesabaran. Terima kasih atas segala dukungan, baik dalam bentuk material maupun moril. Terima kasih banyak sudah selalu memberikan doa dan dukungan.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Aksesibilitas, Daya Tarik Dan Harga Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Srambang Park (Studi Kasus Pada Masyarakat Kabupaten Ngawi)”. Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata 1 (S1) Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN 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 terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Mudofir, S.Ag., M.Pd, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
2. Dr. M. Rahmawan Arifin, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Khairul Imam, S.H.I., M.S.I, selaku Ketua Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Bapak Zakky Fahma Auliya, SE., M.M. selaku Koordinator Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

5. Prof. Drs. H. Sri Walyoto, M.M, Ph.D. selaku Dosen Pembimbing Akademik Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
6. Bapak Asep Maulana Rohimat, M.S.I selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan banyak perhatian dan bimbingan selama penulis menyelesaikan skripsi. Terimakasih telah membantu dan memberikan banyak kemudahan selama penulis mengerjakan skripsi.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
8. Orang tua dan keluarga, terimakasih atas doa, cinta dan pengorbanan yang tak pernah ada habisnya, kasih sayangmu tak akan pernah kulupakan.
9. Teman-teman yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Terima kasih telah memberikan semangat kepada penulis selama penulis menempuh studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta.
10. Teman-teman dekat penulis yang telah membantu penulis selama mengerjakan tugas akhir, terimakasih atas bantuannya, semoga Allah SWT memberikan balasan kebaikan pada kalian.
11. Penulis, sekali lagi penulis ingin mengucapkan terimakasih pada diri sendiri yang telah berjuang sampai saat ini, walau kadang rasa malas tidak bisa dihindari.

Penulis juga menyadari bahwa penelitian skripsi ini masih banyak kekurangan, oleh karena itu kritik dan saran sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi para pembaca pada umumnya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 10 mei 2023

Penulis

ABSTRACT

Indonesia has a lot of wealth and diverse natural beauty, which makes this country one of the most popular tourist destinations in the world. The purpose of this study was to determine the effect of accessibility, attractiveness, and price on tourists' interest in visiting Srambang Park Ngawi. This research was conducted in Ngawi district. This study uses data collection techniques using nonprobability sampling techniques with a sample of 100 respondents. This research method uses quantitative research with data processing equipment using the SPSS 23 application. This research uses 4 variables, the independent variables namely accessibility, attractiveness and price. While the dependent variable is buying interest.

The results showed that all independent variables had an influence of 52.7% on purchase intention and the other 47.3% was explained by variables not used in the study. While partially the attractiveness and price variables have a significant effect on the intention to visit, while the accessibility variable does not have a significant effect on the intention to visit.

keywords: accessibility, attractiveness, price and interest in visiting.

ABSTRAK

Indonesia memiliki banyak kekayaan dan keindahan alam yang beraneka ragam, yang membuat negara ini menjadi salah satu destinasi wisata terpopuler di dunia. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh aksesibilitas, daya tarik, dan harga terhadap minat berkunjung wisatawan ke srambang park ngawi. Penelitian ini dilakukan di kabupaten Ngawi. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan data menggunakan teknik nonprobability sampling dengan jumlah sampel 100 responden. Metode penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan alat olah data menggunakan aplikasi SPSS 23. penelitian ini menggunakan 4 variabel, variabel independen yaitu aksesibilitas, daya tarik dan harga. Sedangkan variabel dependen adalah minat beli.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh variabel bebas memiliki pengaruh sebesar 52,7% terhadap minat beli dan 47,3% lainnya dijelaskan oleh variabel yang tidak digunakan dalam penelitian. Sedangkan secara parsial variabel daya tarik dan harga berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung, sedangkan variabel aksesibilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung.

kata kunci: aksesibilitas, daya tarik, harga dan minat berkunjung.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI.....	iii
HALAMAN TELAH MELAKUKAKN PENELITIAN	iv
HALAMAN NOTA DINAS	v
HALAMAN PENGESAHAB	v
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
<i>ABSTRACT</i>	xii
ABSTRAK.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Batasan Masalah.....	8
1.4 Rumusan Masalah	8
1.5 Tujuan Penelitian.....	8
1.6 Manfaat Penelitian.....	9
1.7 Jadwal Penelitian	9
1.8 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 Minat Berkunjung.....	12
2.1.2 Aksesibilitas.....	14
2.1.3 Daya Tarik Wisata	16
2.1.4 Harga.....	18
2.2 Penelitian Yang Relevan	20

2.3 Kerangka Berfikir.....	24
2.4 Hipotesis Penelitian.....	24
2.4.1 Aksesibilitas Berpengaruh Pada Minat Berkunjung.....	24
2.4.2 Daya Tarik Berpengaruh Pada Minat Berkunjung.....	25
2.4.3 Harga Berpengaruh Pada Minat Berkunjung.....	25
BAB III METODE PENELITIAN.....	26
3.1 Jenis Penelitian.....	26
3.2 Waktu Dan Tempat Penelitian.....	26
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	26
3.4 Data dan Sumber Data.....	27
3.5 Teknik Pengumpulan data.....	28
3.6 Variabel Penelitian.....	29
3.7 Definisi Operasional.....	29
3.8 Teknik Analisis Data.....	32
3.8.1. Uji Instrumen.....	32
3.8.2. Uji Asumsi Klasik.....	33
3.8.3. Uji Regresi Linear Berganda.....	34
3.8.4. Uji Hipotesis.....	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1 Gambaran Umum Penelitian.....	37
4.1.1 Jenis Kelamin Responden.....	38
4.1.2 Usia Responden.....	38
4.1.3 Domisili Responden.....	39
4.2 Analisis Statistik Deskriptif.....	41
4.2.1 Variabel Aksesibilitas.....	41
4.2.2 Variabel Daya Tarik.....	42
4.2.3 Variabel Harga.....	44
4.2.4 Variabel Minat Berkunjung.....	45
4.3 Uji Instrumen Data.....	47
4.3.1 Uji Validitas.....	47
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	49
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	50

4.4.1 Uji Normalitas.....	50
4.4.2 Uji Multikolenieritas.....	51
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	52
4.5 Analisis Regresi Linear Berganda.....	53
4.6 Uji Hipotesis.....	55
4.6.1 Uji Koefisien Determinasi	55
4.6.2 Uji F.....	55
4.6.3 Uji T.....	56
4.7 Pembahasan Hasil Analisis Data.....	57
4.7.1 Pengaruh Aksesibilitas terhadap Minat Berkunjung	58
4.7.2 Pengaruh Daya Tarik terhadap Minat Berkunjung	58
4.7.3 Pengaruh Harga terhadap Minat Berkunjung	59
4.7.4 Aksesibilitas, Daya Tarik dan Harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap Minat Berkunjung	60
BAB V PENUTUP.....	61
5.1 Kesimpulan.....	61
5.2 Keterbatasan	61
5.3 Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN.....	67

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data jumlah pengunjung pada tempat wisata di kabupaten Ngawi	2
Tabel 2.1 Penelitian terdahulu.....	20
Tabel 3.1 Skala Likert	29
Tabel 3. 2 Definisi Operasional	30
Tabel 4 1 Jenis Kelamin Responden	38
Tabel 4 2 Usia Responden.....	38
Tabel 4 3 Domisili Responden.....	39
Tabel 4 4 Variabel Aksesibilitas	41
Tabel 4 5 Variabel Daya Tarik.....	43
Tabel 4 6 Variabel Harga	44
Tabel 4 7 Variabel Minat Berkunjung	46
Tabel 4 8 Hasil Uji Validitas.....	48
Tabel 4 9 Hasil Reliabilitas	49
Tabel 4 10 Hasil Uji Normalitas	50
Tabel 4 11 Hasil Uji Multikolenieritas.....	51
Tabel 4 12 Hasil Heteroskedastisitas	53
Tabel 4 13 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	54
Tabel 4 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi	55
Tabel 4 15 Hasil Uji F.....	56
Tabel 4 16 Hasil Uji T.....	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	24
-----------------------------------	----

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia memiliki banyak kekayaan dan keindahan alam yang beraneka ragam, yang membuat negara ini menjadi salah satu destinasi wisata terpopuler di dunia. Dari Sabang sampai Merauke, setiap kawasan memiliki kekayaan dan keragaman yang unik dan menarik bagi wisatawan. Pariwisata di Indonesia memiliki potensial yang besar untuk dikembangkan dan menjadi salah satu sumber pendapatan bagi daerah. Oleh karena itu, pemerintah dan masyarakat harus bekerja sama untuk mempromosikan dan menjaga keindahan alam dan budaya Indonesia, sehingga pariwisata dapat berkembang dan memberikan manfaat bagi perekonomian dan kesejahteraan masyarakat.

Menurut Undang-undang No.10/2009 tentang kepariwisataan, yang dimaksud dengan pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha Pemerintah dan Pemerintah Daerah. Peringkat pariwisata Indonesia naik pesat pada 2022. Hanya dalam waktu 18 bulan, peringkat wisata Indonesia melesat ke urutan 32, dari sebelumnya di urutan 44. Dengan naik 12 peringkat, untuk pertama kalinya Indonesia yang merupakan dari 117 negara dalam *Travel and Tourism Competitiveness Index (TTCI) 2021*, berada di atas Malaysia, Thailand, dan Vietnam. Sedangkan di kawasan Asia Pasifik, sektor pariwisata Indonesia berhasil menempati peringkat delapan. Kenaikan peringkat ini lantas turut memengaruhi citra pariwisata Indonesia di mata dunia. Hal itu dapat memacu

kebangkitan ekonomi, kebangkitan pariwisata, terbukanya peluang usaha dan lapangan pekerjaan yang semakin baik (Sutrisno, 2022).

Pariwisata yang bersifat membangun dapat menjadikan masyarakat yang adil dan makmur, karena meningkatkan taraf hidup masyarakat baik moral, spiritual maupun material (Bonita, 2016). Kekayaan sumber daya yang dimiliki Kabupaten Ngawi dapat dijadikan modal untuk meningkatkan pendapatan nasional, memperluas dan pemeratakan kesempatan berusaha dan lapangan kerja, mendorong pembangunan daerah, memperkenalkan dan mendayagunakan daya tarik wisata serta menumbuhkan rasa cinta terhadap daerahnya.

Kabupaten Ngawi terletak di bagian barat Provinsi Jawa Timur, yang berbatasan langsung dengan provinsi Jawa Tengah. Kabupaten Ngawi memiliki Luas kurang lebih 1.298,58 km² dengan jumlah penduduk sebanyak 870.057 jiwa (pada bulan September 2020) (BPS, n.d.). Topografi wilayah kabupaten Ngawi adalah berupa dataran tinggi dan tanah datar. Dari topografi tersebut, kabupaten Ngawi memiliki banyak wisata yang beragam.

Tabel 1.1
Data jumlah pengunjung pada tempat wisata di kabupaten Ngawi

No	Tempat Wisata	Jumlah Pengunjung				Jumlah
		2017	2018	2019	2020	
1	Taman Rekreasi Tawun	76.887	83.032	131.123	42.380	333.422
2	Museum Trinil	76.887	14.333	23.337	12.241	126.798
3	Kebun Teh Jamus	66.307	104.249	88.621	46.914	306.091
4	Air Terjun Pengantin	23.855	31.623	23.722	86.095	165.295
5	Air Terjun Srambang	25.240	168.135	243.218	93.095	529.688

Tabel berlanjut...

Lanjutan tabel 1.1

6	Kolam Renang Tirto Nirmolo	130.847	120.247	82.085	3.059	336.238
7	Kolam Renang Hargo Dumilah	130.847	89.752	54.406	5.253	280.258
8	Selondo	19.761	148.240	76.060	10.974	255.035
9	Watu Jonggol	-	18.711	18.850	5.187	42.748
10	Jahe Klenting	-	-	45.393	8.311	53.704
11	Suwono Indah Park	-	-	72.264	11.008	83.272
12	Kolam Renang Banyuredjo	-	-	78.681	58.403	137.084

Sumber: *Ngawikab.bps.go.id*

Dari tabel 1.1 menunjukkan bahwa dari tahun 2017 sampai 2020 Air Terjun Srambang merupakan wisata yang paling banyak pengunjung di setiap tahunnya dibanding wisata lain di Kabupaten Ngawi, dengan jumlah 329.688 orang. jumlah pengunjung Srambang Park tiap tahun mengalami kenaikan, pada tahun 2018 sebanyak 168.135 orang, tahun 2019 sebanyak 243.218, dan tahun 2020 sebanyak 93.095 orang. Meskipun wisata Srambang Park baru diresmikan pada tahun 2017 namun Srambang Park dapat bersaing dengan wisata lainnya yang ada di Kabupaten Ngawi. Dan termasuk wisata yang menjadi tujuan utama untuk dikunjungi oleh wisatawan.

Kegiatan pariwisata tidak hanya didukung oleh potensi yang ada saja, tetapi harus didukung pula oleh ketersediaan aksesibilitas serta sarana dan prasarana pendukung yang baik (Tantriana & Widiartanto, 2016). Wisata Srambang Park adalah salah satu destinasi wisata alam yang sedang berkembang di Ngawi. Lokasi srambang park terletak di Desa Girimulyo, Kecamatan Jogorogo. Wisata ini terletak

di kaki Gunung Lawu. Lokasi wisata ini terletak di sebelah selatan pusat kota Ngawi. Jarak lokasi wisata ini kurang lebih 48,4 km, yang kira-kira dapat ditempuh kurang lebih 45 menit dari pusat kota Ngawi. Kondisi jalan menuju lokasi wisata telah Akses menuju wisata srambang park ini sudah beraspal, Sehingga memudahkan kendaraan wisatawan untuk mendatangi wisata ini.

Selain aksesibilitas, Daya Tarik mempunyai peran penting mengingat jenis usaha bergerak dibidang sektor jasa. Daya Tarik yang diberikan bisa merupakan segala sesuatu yang memiliki keberagaman tempat wisata dan memiliki nilai tersendiri di mata pengunjung (Tanjung et al., 2022). Srambang Park dikenal dengan air terjun Srambang, tak hanya menjadikan air terjun sebagai tujuan utama. selain itu, pengelola juga mempercantik jalan setapak menuju air terjun dengan membangun ayunan, rumah pohon, kolam renang, dan menyajikan keindahan taman yang instagramable. Air terjun srambang park ini, memiliki ketinggian kurang lebih 40 meter. Srambang Park memiliki keunikan wisata selain air terjun juga terdapat tempat foto kekinian, kolam renang, dan suasana wisata dengan udara yang masih segar yang dikelilingi pemandangan hijau yang nampak asri.

Terdapat faktor lain selain aksesibilitas dan daya tarik, yaitu harga. Harga yang ditawarkan pada obyek wisata sangat mempengaruhi wisatawan dalam menentukan apakah mereka berminat berkunjung atau tidak, karena harga merupakan hal yang paling sensitif bagi wisatawan (Nurbaeti et al., 2021). Harga timbul dari kesepakatan antara konsumen dan produsen. Besar kecilnya harga mempengaruhi kualitas jasa yang akan dibeli konsumen. Semakin mahal harga maka semakin sedikit permintaan, begitupun sebaliknya (Irawan et al., 2021). Pada

wisata Srambang park, harga tiket masuk sebesar Rp 20.000 per orang, biaya parkir Rp 2.000 untuk sepeda motor dan Rp 5.000 untuk mobil. Dengan harga tersebut wisatawan dapat menikmati semua fasilitas didalamnya, seperti tempat foto yang kekinian, pemandangan taman hutan yang segar, mushola, toilet dan kolam renang. Disepanjang jalan juga terdapat beberapa warung makan yang menyediakan makanan dan minuman yang bervariasi.

Pengembangan pariwisata secara optimal memang mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi, maka kegiatan peningkatan dan pengembangan pariwisata sangat penting dilakukan demi menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata. Minat berkunjung pada dasarnya adalah dorongan dari dalam diri konsumen berupa keinginan untuk mengunjungi suatu tempat atau wilayah yang menarik perhatian seseorang tersebut. Kaitannya dengan pariwisata teori minat berkunjung diambil dari teori minat beli terhadap suatu produk, sehingga dalam beberapa kategori minat beli dapat diaplikasikan dalam minat berkunjung (Suwarduki et al., 2018). Dalam pemasaran, minat beli atau dalam hal ini minat berkunjung wisatawan pada suatu objek wisata merupakan suatu topik yang sangat penting dalam mewujudkan keberlanjutan bisnis suatu objek wisata (Bolang et al., 2021).

Terdapat beberapa penelitian terkait aksesibilitas, pada penelitian (Nurbaeti et al., 2021) mendapatkan hasil bahwa variabel aksesibilitas memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan. Hal ini dikarenakan pada lokasi penelitiannya memiliki lokasi yang mudah diakses, kondisi jalan yang sudah beraspal, dan dekat dengan pusat kota. Namun berbeda dengan penelitian

yang dilakukan oleh (Zuhriah et al., 2022). dalam penelitiannya mendapatkan hasil bahwa variabel aksesibilitas tidak berpengaruh secara signifikan. Dalam penelitian dijelaskan bahwa semakin baik dan beragamnya aksesibilitas tidak menjamin dapat menarik minat wisatawan.

Pada penelitian terkait dengan daya tarik, berdasarkan penelitian (Purwanto et al., 2021) yang menyatakan bahwa variabel daya tarik memberikan pengaruh signifikan pada minat berkunjung wisatawan. Hal ini dapat diartikan bahwa, semakin tinggi objek wisata memberikan daya tarik yang bagus maka akan meningkatkan minat pengunjung terhadap objek wisata tersebut. Sedangkan pada penelitian (Rini & Apriyanti, 2022) mendapatkan hasil berbeda dari penelitian sebelumnya, hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh variabel daya tarik terhadap Minat Berkunjung pada Wisata Lembah Wilis Madiun.

Pada penelitian yang terkait variabel harga, pada penelitian (Bolang et al., 2021) mendapatkan hasil bahwa secara parsial memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung Wisatawan pada Makatete Hill's Desa Warembungan. Dapat diartikan bahwa bahwa semakin baiknya faktor Harga akan berkontribusi pada peningkatan Minat Berkunjung Wisatawan. Berbeda dengan penelitian (SARI, 2018) mendapatkan hasil bahwa variabel harga dinyatakan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berkunjung berkunjung ke Dynasty Water World Gresik. Dapat disimpulkan bahwa Semakin tinggi harga yang ditetapkan maka semakin sedikit minat berkunjung.

Berdasarkan fakta- fakta penelitian terdahulu yang peneliti temukan, ada beberapa faktor yang memiliki kaitan yang bersifat causal relational dengan minat berkunjung wisatawan diantaranya Aksesibilitas, daya tarik dan harga. Penelitian ini akan dilakukan pada Wisata Air Terjun Srambang Ngawi. Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan diatas, maka penulis tertarik untuk penelitian yang berjudul “Pengaruh Aksesibilitas, Fasilitas Dan Harga Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Srambang Park (Studi Kasus pada Masyarakat Kabupaten Ngawi)”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, dapat diperoleh identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Terdapat kesenjangan penelitian pada variabel aksesibilitas. Pada penelitian (Nurbaeti et al., 2021) aksesibilitas berpengaruh sangat signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan. Sedangkan penelitian (Zuhriah et al., 2022) variabel aksesibilitas tidak berpengaruh secara signifikan.
2. Terdapat kesenjangan penelitian pada variabel Daya Tarik. Pada penelitian (Purwanto et al., 2021) variabel daya tarik memberikan pengaruh signifikan pada minat berkunjung wisatawan. Sedangkan pada penelitian (Rini & Apriyanti, 2022) menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh variabel daya tarik terhadap Minat Berkunjung.
3. Terdapat kesenjangan penelitian pada variabel Harga. pada penelitian (Bolang et al., 2021) Harga secara parsial memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung Wisatawan. Berbeda dengan penelitian (SARI,

2018) Hasil penelitiannya yaitu variabel harga dinyatakan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berkunjung.

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini agar tidak meluas dan menjadikan penelitian yang baik, maka peneliti memfokuskan pada variabel aksesibilitas, daya tarik, harga, dan minat berkunjung pada wisata air terjun srambang Ngawi.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah ditulis diatas, maka masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Apakah aksesibilitas berpengaruh terhadap minat berkunjung pada wisata air terjun Srambang Ngawi?
2. Apakah daya tarik berpengaruh terhadap minat berkunjung pada wisata air terjun Srambang Ngawi?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap minat berkunjung pada wisata air terjun Srambang Ngawi?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditulis diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Untuk mengetahui pengaruh aksesibilitas terhadap minat berkunjung pada wisata air terjun Srambang Ngawi
2. Untuk mengetahui pengaruh daya tarik terhadap minat berkunjung pada wisata air terjun Srambang Ngawi

3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap minat berkunjung pada wisata air terjun Srambang Ngawi

1.6 Manfaat Penelitian

1. Diharapkan dapat digunakan sebagai sumber informasi, bagi pihak terkait mengenai faktor apa saja yang dapat mempengaruhi minat berkunjung para wisatawan.
2. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan referensi maupun bahan pertimbangan bagi penelitian selanjutnya.

1.7 Jadwal Penelitian

Terlampir

1.8 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam bab ini dibagi menjadi lima bab dengan susunan sebagai berikut:

BAB 1 Pendahuluan

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang mengenai pokok pikiran penyusunan dan terdapat perbedaan hasil penelitian. Identifikasi masalah berisi berbagai masalah yang relevan. Batasan masalah menunjukkan fokus obyek dan variabel yang dikaji. Rumusan masalah adalah inti dari gambaran skripsi. Tujuan penelitian mengungkapkan tujuan yang ingin di capai dalam penelitian. Manfaat penelitian merupakan bagian yang isinya menyebutkan mengenai berbagai manfaat yang akan di peroleh dari hasil penelitian yang telah dilakukan. Jadwal penelitian

menerangkan kapan penelitian dilakukan. Sistematika penulisan penelitian merupakan uraian singkat pembahasan dari tiap bab.

BAB 2 Landasan

Teori Bab ini menguraikan tentang, kajian teori yang relevan yang menjelaskan teori-teori yang relevan dengan variabel penelitian. Teori faktor yang mempengaruhi minat berkunjung wisatawan penelitian sebelumnya berisi analisis hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan masalah yang diteliti. Kerangka berfikir berisi pola hubungan antara variabel kerangka konsep yang akan digunakan untuk menjawab masalah yang diteliti.

BAB 3 Metode Penelitian

Bab ini menjelaskan waktu dan wilayah penelitian, metode penelitian menjelaskan metode yang digunakan dalam penelitian. Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian. Operasional variabel menggunakan batasan-batasan variabel. Populasi dan sampel. Data dan sumber data menjelaskan berbagai hal terkait dengan data. Alat analisis data menjelaskan alat analisis yang digunakan penelitian dalam menguji data.

BAB 4 Analisis dan Pembahasan

Bab ini menjelaskan profil subyek penelitian yang menjelaskan dan menggambarkan subyek penelitian. Pengujian dan hasil analisis data menyampaikan proses pengujian data dengan menggunakan model dan alat analisis data serta hasil pengujian tersebut. Pembuktian hipotesis yang dibuat peneliti. Pembahasan hasil analisis menjelaskan dan membahas hasil pengujian di atas dan

menginterpretasikan dalam kalimat naratif. Jawaban atas pertanyaan dalam perumusan masalah menyajikan atas pertanyaan-pertanyaan yang disebutkan dalam perumusan masalah.

BAB 5 Penutup

Berisi uraian hasil kesimpulan yang merangkum hasil penelitian yang telah diuraikan dalam bab IV. Keterbatasan menunjukkan adanya kelemahan yang dilakukan oleh penelitian. Saran-saran merupakan rekomendasi dari hasil dan kesimpulan penelitian.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Minat Berkunjung

a. Pengertian Pinat Berkunjung

Minat merupakan keputusan pribadi yang berkaitan erat dengan sikap, dimana minat dan sikap adalah dasar dari prasangka dalam pengambilan keputusan. Menurut Arhisondha, minat berkunjung adalah suatu reaksi dari konsumen untuk menginginkan kunjungan terhadap suatu objek. Minat berkunjung merupakan adopsi dari minat beli yang pada akhirnya membentuk persepsi (Susanto, B & Astutik, 2020). menurut Kotler dan Susanto pada (Sari & Harti, 2020) minat sebagai dorongan, yaitu rangsangan dari dalam yang kuat yang memotivasi tindakan, dimana dorongan ini dipengaruhi oleh stimulus dan perasaan positif akan produk atau jasa.

Menurut Nuraeni pada (Irawan et al., 2021) Kata minat berasal dari bahasa inggris yaitu interest, yang artinya dorongan untuk bertingkah laku secara terarah terhadap onjek kegiatan atau pengalaman tertentu. Menurut suyono Dkk pada (Bolang et al., 2021) Minat beli konsumen adalah tahap dimana konsumen membentuk pilihan mereka diantara beberapa merek yang tergabung dalamperangkatpilihan, kemudian pada akhirnya melakukan suatu pembelian pada suatu altenatif yang paling disukainya atau proses yang dilalui konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa yang didasari oleh bermacam pertimbangan.

beberapa faktor yang mempengaruhi minat, menurut Super dan Crites pada (Priyanti et al., 2017) menjelaskan menjelaskan sebagai berikut:

1. Perbedaan pekerjaan, artinya dengan adanya perbedaan pekerjaan seseorang dapat diperkirakan minat terhadap tingkat pekerjaan yang ingin dicapainya, aktivitas yang dilakukan, penggunaan waktu senggangnya, dan lain-lain.
2. Perbedaan sosial ekonomi, artinya seseorang yang mempunyai sosial ekonomi tinggi akan lebih mudah mencapai apa yang diinginkannya daripada yang mempunyai sosial ekonomi rendah.
3. Perbedaan hobi atau kegemaran, artinya bagaimana seseorang menggunakan waktu senggangnya.
4. Perbedaan jenis kelamin, artinya minat wanita akan berbeda dengan minat pria, misalnya dalam pola belanja.
5. Perbedaan usia, artinya usia anak-anak, remaja, dewasa dan orangtua akan berbeda minatnya terhadap suatu barang, aktivitas benda dan seseorang.

b. Indikator Minat Berkunjung

Menurut Ferdinand pada (Irawan et al., 2021) indikator-indikator minat beli, meliputi:

1. Minat Transaksional, merupakan gambaran seseorang memiliki kecenderungan untuk melakukan transaksi.
2. Minat Refrensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk memberitahu atau mereferensikan suatu produk atau jasa kepada orang lain.

3. Minat Prefensial, yaitu merupakan gambaran seseorang dalam pemilihan suatu produk atau jasa sebagai pilihan utama. Pilihan tersebut bisa berubah sewaktu-waktu jika terjadi kendala pada pilihan tersebut.
4. Minat Eksploratif, yaitu gambaran mengenai perilaku seseorang dalam pencarian produk atau jasa yang diminati.

2.1.2 Aksesibilitas

a. Pengertian Aksesibilitas

Aksesibilitas merupakan konsep yang menggabungkan sistem peraturan tata guna lahan secara geografis dengan sistem jaringan transportasi yang menghubungkannya. Aksesibilitas adalah suatu ukuran kenyamanan atau kemudahan mengenai cara lokasi tata guna lahan berinteraksi satu sama lain dan mudah atau susahnya lokasi tersebut dicapai melalui sistem jaringan transportasi (Agustan, 2021).

Aksesibilitas merupakan hal yang paling penting dalam kegiatan pariwisata. Aksesibilitas merupakan kemudahan untuk mencapai sesuatu. Aksesibilitas memiliki kaitan yang sangat erat dengan pergerakan. Dalam kegiatan pariwisata, aksesibilitas wisata merupakan berbagai macam kemudahan yang mampu diperoleh pengunjung dalam mengunjungi suatu obyek wisata dan melakukan perpindahan saat sedang melakukan perjalanan wisata (Delamartha et al., 2021). Di sisi lain aksesibilitas diidentikkan dengan transferabilitas, yaitu kemudahan untuk bergerak dari daerah yang satu ke daerah yang lain (Ardiansyah & Gema Maulida, 2020). Aksesibilitas juga dapat diartikan sebagai kemudahan untuk mencapai suatu tujuan,

yang menyangkut kenyamanan, keamanan, dan waktu tempuh. Hal ini menjadi penting diperhatikan karena semakin tinggi aksesibilitas semakin mudah untuk dijangkau dan semakin tinggi tingkat kenyamanan wisatawan untuk datang berkunjung (Nabila & Widiyastuti, 2016).

Unsur yang terpenting dalam aksesibilitas adalah transportasi, dengan maksud untuk frekuensi penggunaannya, kecepatan yang dimiliki dapat mengakibatkan jarak yang jauh seolah-olah menjadi dekat. Selain transportasi yang berkaitan dengan aksesibilitas adalah prasarana yang meliputi jalan, jembatan, terminal, stasiun, dan bandara. Prasarana ini berfungsi untuk menghubungkan suatu tempat ke tempat lain, keberadaan prasarana transportasi akan memengaruhi laju tingkat transportasi sendiri. Kondisi prasarana yang baik akan membuat laju transportasi yang optimal (Prasetyo, 2015).

b. Indikator Aksesibilitas

Aksesibilitas pada suatu daerah sangat terkait dengan sistem transportasi. Unsur-unsur aksesibilitas antara lain yaitu infrastruktur, berupa jaringan jalan transportasi dan sarana yang digunakan untuk menggunakannya dalam hal ini keberadaan sarana transportasi. Menurut Soekadijo dikutip dari (Hidayat et al., 2017) aksesibilitas memiliki beberapa indikator yaitu:

1. Akses Informasi Masukan informasi yang lengkap tentunya akan menyebabkan para wisatawan semakin mudah untuk menyeleksi kawasan-kawasan yang akan dikunjungi. Informasi itu dapat berupa promosi dan publikasi.

2. Akses Kondisi Jalan Menuju Objek Wisata Akses kondisi jalan menuju obyek wisata, dan jalan akses itu harus berhubungan dengan prasarana umum. Kondisi jalan umum dan jalan akses menentukan aksesibilitas suatu obyek wisata. Aksesibilitas ini merupakan syarat yang penting sekali untuk obyek wisata.
3. Tempat Akhir Perjalanan Selanjutnya sebagai tempat akhir perjalanan, di tempat objek wisata harus ada terminal, setidaknya tempat parkir. Baik jalan akses maupun tempat parkir harus sesuai dengan kebutuhan yaitu sesuai dengan jumlah wisatawan yang diharapkan kedatangannya dan jenis serta jumlah kendaraan yang diperkirakan akan digunakan oleh para wisatawan.

2.1.3 Daya Tarik Wisata

a. Pengertian Daya Tarik Wisata

Dalam UU. No 10 Tahun 2009 disebutkan “Daya Tarik Wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan”. Jadi dapat disimpulkan bahwa atraksi wisata merupakan sesuatu yang dapat menimbulkan daya tarik bagi wisatawan dan merupakan alasan utama untuk mengunjungi objek dan daya tarik wisata.

Daya tarik wisata Menurut Happy Marpaung “adalah suatu bentukan dari aktifitas dan fasilitas yang berhubungan, yang dapat menarik minat wisatawan atau pengunjung untuk datang ke suatu daerah atau tempat tertentu” (Kartika et al., 2017). Menurut Witt dalam penelitian (Basiya R & Rozak, 2012) daya tarik tempat tujuan wisata merupakan motivasi utama bagi wisatawan untuk melakukan

kunjungan wisata. Menurutnya destinasi wisata dikelompokkan menjadi lima daya tarik, yaitu :

1. Daya tarik wisata alam (natural attraction) yang meliputi pemandangan alam daratan, pemandangan alam lautan, pantai, iklim atau cuaca.
2. Daya tarik wisata berupa arsitektur bangunan (building attraction) yang meliputi bangunan dan arsitektur bersejarah, bangunan dan arsitektur modern, arkeologi.
3. Daya tarik wisata yang dikelola khusus (managed visitor attractions), yang meliputi tempat peninggalan kawasan industri seperti yang ada di Inggris, Theme Park di Amerika, Darling Harbour di Australia.
4. Daya tarik wisata budaya (cultural attraction) yang meliputi teater, museum, tempat bersejarah, adat-istiadat, tempat-tempat religius, peristiwa-peristiwa khusus seperti festival dan drama bersejarah (pageants), dan heritage seperti warisan peninggalan budaya.
5. Daya tarik wisata sosial seperti gaya hidup penduduk di tempat tujuan wisata. Seperti kebiasaan hidup suatu lingkungan warga sekitar, aneka bahasa, upacara pernikahan, pemotongan gigi, khitan, dan kegiatan sosial sebagainya.

Selain itu suatu daerah tujuan wisata yang memiliki daya tarik wisata akan dipertimbangkan oleh wisatawan karena nilai jual dari sebuah destinasi wisata adalah dari daya tarik yang mampu ditawarkan pada wisatawan yang ingin menikmati destinasi wisata tersebut (Yofina Mulyati, 2019).

b. Indikator Daya Tarik

Pada penelitian (Novitaningtyas et al., 2022) daya tarik wisata juga dapat diukur berdasarkan 3 indikator yaitu:

1. *Something to see* (sesuatu yang dapat dilihat), adalah segala sesuatu yang menarik untuk dilihat. seperti keindahan/keunikan alam, bangunan sejarah, kesenian/budaya setempat;
2. *Something to do* (sesuatu yang dapat dilakukan), yaitu suatu aktivitas yang dapat dilakukan di tempat tersebut. seperti naik sampan, mencoba makanan tradisional, menari dengan penari local dan lain-lain; dan
3. *Something to buy* (sesuatu yang dapat dibeli), adalah segala sesuatu yang menarik atau mempunyai ciri khas tersendiri untuk dibeli untuk memenuhi kebutuhan wisatawan untuk belanja.

2.1.4 Harga

a. Pengertian Harga

Harga merupakan faktor ekstrinsik sebagai fungsi pengganti kualitas ketika pelanggan tidak memiliki informasi yang cukup mengenai atribut intrinsik sehingga pelanggan menggunakan harga untuk menduga kualitas ketika hanya harga yang diketahui (Istanti et al., 2020). Dikutip dari gamedia.com menurut Kotler dan Armstrong, menyatakan bahwa harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan kepada suatu produk (barang atau jasa) atau jumlah nilai yang harus dibayar konsumen demi memperoleh manfaat dari produk tersebut (Umam, 2021).

Dikutip dari (Sari & Harti, 2020), Hamdani dan Lupiyoadi menyatakan bahwa harga adalah berbagai keunggulan produk jasa berbanding dengan biaya yang sudah dikeluarkan untuk menggunakan jasa. Rendahnya harga ataupun keterjangkauan harga dapat menjadi penyebab dalam peningkatan kinerja pemasaran. Menurut Ferdinand, besaran harga dapat juga menjadi tolok ukur kualitas dimana pada produk yang memiliki kualitas yang baik maka akan memiliki harga yang lebih tinggi dibanding dengan kualitas yang biasa.

Engel (2004) dalam (Mulyati & Afrinata, 2018) mendefinisikan harga sebagai sejumlah uang (ditambah beberapa produk) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. Harga mempunyai pengaruh yang positif dengan kualitas, semakin tinggi harga akan mencerminkan kualitas yang semakin baik. Sedangkan menurut (Wang & Chen, 2016) Harga adalah apa yang dikorbankan atau diserahkan untuk mendapatkan produk atau layanan. Harga yang dipersepsikan adalah persepsi harga konsumen, yang melingkupi faktor-faktor uang yang dikorbankan, biaya atas waktu, biaya atas pencarian, usaha dan biaya faktor harga yang dipersepsikan wisatawan memiliki pengaruh positif terhadap nilai persepsi dan minat berkunjung wisatawan.

b. Indikator Harga

Menurut Menurut Kotler dan Amstrong pada (Istanti et al., 2020), indikator harga yaitu :

1. Keterjangkauan harga. yaitu persepsi harga masuk objek wisata.

2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk. yaitu kesesuaian harga yang harus dibayar untuk menikmati wisata dengan kualitas produk yang didapatkan (keindahan, kebersihan, sarana dan prasarana).
3. Daya saing harga. Yaitu harga tiket masuk wisata dapat bersaing dengan wisata lainnya.
4. Kesesuaian harga dengan manfaat. yaitu harga yang dikeluarkan untuk menikmati wisata sesuai dengan manfaat rekreasi, dapat menghibur, menghilangkan penat, dan memuaskan.

2.2 Penelitian Yang Relevan

Tabel 2.1
Penelitian terdahulu

Penulis, Tahun, Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Metode/Analisis Data	Kesimpulan
Novitaningtyas Et Al., 2022, Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berkunjung Wisatawan Di Kawasan Balkondes Borobudur	Daya Tarik Wisata (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Kepercayaan (X3) Dan Minat Berkunjung Wisatawa (Y)	Analisis Regresi Linier Berganda	Hasil Penelitian Menunjukkan Bahwa Daya Tarik Wisata Justru Tidak Mempengaruhi Minat Berkunjung Wisatawan, Sedangkan Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Dapat Meningkatkan Minat Berkunjung Wisatawan. Hasil

Tabel berlanjut...

Lanjutan tabel 2.1

Nurbaeti Et Al., 2021, Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Harga Dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Danau Cipondoh, Kota Tangerang	Daya Tarik Wisata (X1), Aksesibilitas (X2), Harga (X3) Fasilitas (X4) Dan Minat Berkunjung Wisatawan (Y)	Analisis Regresi Linear Berganda	Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Harga Dan Fasilitas Berpengaruh Signifikan Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan.
Rossadi & Widayati, 2018, Pengaruh Aksesibilitas, Amenitas, Dan Atraksi Wisata Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Ke Wahana Air Balong Waterpark Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta	Aksesibilitas(X1), Amenitas (X2), Atraksi Wisata (X3) Dan Minat Kunjungan Wisatawan (Y)	Regresi Linear Berganda	Aksesibilitas, Amenitas, Dan Atraksi Wisata Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan

Tabel berlanjut...

Lanjutan tabel 2.1

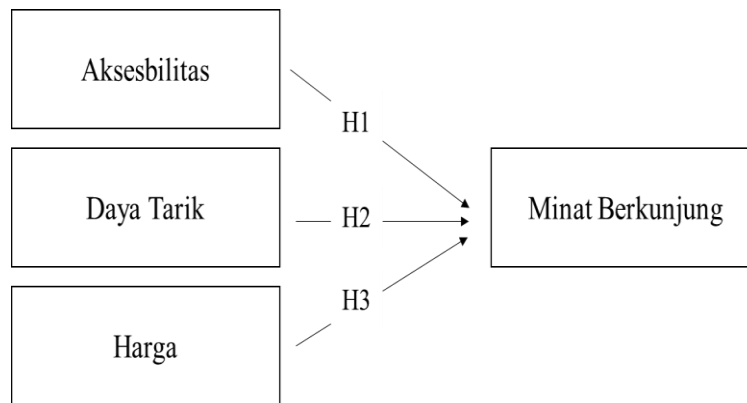
<p>Ngajow et al., 2021, Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Citra Objek Wisata Terhadap Minat Berkunjung Pada Objek Wisata Bukit Kasih Kanonang, Dengan Pandemi Covid 19 Sebagai Variabel Moderator</p>	<p>Daya Tarik Wisata (X1), Citra Objek Wisata (X2), Minat Berkunjung(Y), dan pandemi covid 19 (Z)</p>	<p>analisis regresi moderasi (moderate regression analysis)</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan Daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung. Citra Objek Wisata berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Berkunjung.</p>
<p>Irawan Et Al., 2021, Pengaruh Fasilitas Wisata, Promosi Dan Harga Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung Pada Wisata Wego Lamongan</p>	<p>Fasilitas Wisata (X1), Promosi (X2), Harga (X3) Dan Minat Wisatawan Berkunjung (Y)</p>	<p>Regresi Linear</p>	<p>Fasilitas Wisata , Promosi Dan Harga Berpengaruh Secara Segnifikan Positif Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung.</p>

Tabel berlanjut...

Lanjutan tabel 2.1

Rini & Apriyanti, 2022, Pengaruh Daya Tarik, Aksesibilitas, Harga, Dan Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Pada Wisata Lembah Wilis Madiun	Daya Tarik (X1), Aksesibilitas (X2), Harga, Pelayanan (X3) Dan Minat Berkunjung (Y)	Regresi Linear	Hasil Uji Hipotesis Menunjukkan Bahwa Aksesibilitas Berpengaruh Positif Secara Parsial Terhadap Minat Berkunjung, Sedangkan Daya Tarik, Harga, Dan Pelayanan Berpengaruh Negatif Secara Parsial Terhadap Minat Berkunjung
Bolang Et Al., 2021 Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Lokasi Dan Harga Tiket Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Pada Makatete Hill's Desa Warembungan	Electronic Word Of Mouth (X1), Lokasi(X2), Harga Tiket (X3) Dan Minat Berkunjung (Y)	Analisis Regresi Linier Berganda	E- Wom, Lokasi Dan Harga Tiket Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Minat Berkunjung.

2.3 Kerangka Berfikir



Gambar 2.1 Kerangka Berfikir

Berdasarkan kerangka berfikir diatas, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Aksesibilitas, Daya Tarik, dan Harga terhadap Minat Berkunjung.

2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara yang belum diketahui kebenarannya dari rumusan masalah. Berikut merupakan hipotesis dalam penelitian ini:

2.4.1 Aksesibilitas Berpengaruh Pada Minat Berkunjung

Berdasarkan penelitian (Nurbaeti et al., 2021) pada variabel Aksesibilitas memiliki pengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rossadi & Widayati, 2018) yang menunjukkan bahwa variabel aksesibilitas Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan. Maka dapat diambil hipotesis yaitu:

H1: Aksesibilitas berpengaruh terhadap minat berkunjung

2.4.2 Daya Tarik Berpengaruh Pada Minat Berkunjung

Berdasarkan penelitian penelitian (Nurbaeti et al., 2021) pada variabel Daya Tarik memiliki pengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan. Pada penelitian (Ngajow et al., 2021) mendapatkan hasil bahwa variabel daya tarik memiliki pengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan. Penelitian (Tinggi et al., 2021) juga mendapatkan hasil bahwa variabel daya tarik memiliki pengaruh pada minat berkunjung.

H2: Daya Tarik berpengaruh terhadap minat berkunjung

2.4.3 Harga Berpengaruh Pada Minat Berkunjung

Berdasarkan penelitian (Irawan et al., 2021) pada variabel harga berpengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan. Hal ini sesuai dengan penelitian (Nurbaeti et al., 2021) yang menunjukkan bahwa harga Berpengaruh Signifikan Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan.

H3: Harga berpengaruh terhadap minat berkunjung.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Pendekatan yang dilakukan pada penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif yaitu penelitian yang menekankan pada pembuktian hipotesis yang disusun dari rumusan masalah yang dikemukakan, kemudian menggunakan data yang terukur, dan menghasilkan kesimpulan yang dapat digeneralisasikan. Dikatakan kuantitatif karena terdapat data penelitian berhubungan dengan angka-angka dan analisis menggunakan statistik.

3.2 Waktu Dan Tempat Penelitian

Waktu penelitian dilakukan pada bulan februari sampai bulan mei 2023. Penelitian ini dilakukan di wisata Srambang Park yang berlokasi di Desa Girimulyo, Kecamatan Jogorogo, kabupaten ngawi. Penelitian ini dilakukan secara daring dan luring. Secara daring yaitu menyebarkan angket kepada masyarakat melalui media sosial dan secara luring yaitu menyebarkan angket secara langsung pada masyarakat di kabupaten Ngawi.

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah masyarakat kabupaten Ngawi dengan jumlah penduduk pada tahun 2020 sebanyak 870.057 jiwa. Sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *nonprobability sampling*, *nonprobability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap populasi. Dengan metode

Accidental Sampling, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti, maka seseorang itu dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber. Penentuan jumlah responden menggunakan rumus Slovin.

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

keterangan

n = Jumlah Sampel

N = Ukuran Populasi (Masyarakat kabupaten Ngawi)

e = Taraf kesalahan 10% (0,1) karena populasi jumlah besar

sehingga

$$n = 870.057 / (1 + 870.057 (0,1)^2)$$

$$n = 99,98$$

dari perhitungan diatas, jumlah sampel yaitu sebesar 99,44 sehingga jika dibulatkan menjadi 100 responden. Responden akan didapatkan dari pengunjung wisata Srambang Park.

3.4 Data dan Sumber Data

Adapun sumber data yang digunakan oleh peneliti terdiri dari dua macam yaitu:

1. Sumber data primer yakni data yang diperoleh oleh peneliti secara langsung dari responden atau sampel untuk menjawab masalah dalam penelitian dengan menggunakan metode survei.

2. Data sekunder adalah data yang bukan diusahakan sendiri pengumpulannya oleh peneliti. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dengan metode studi kepustakaan yaitu data-data yang diperoleh dari literatur yang diperoleh dari buku, jurnal ilmiah, internet, laporan penelitian dan media masa yang berkaitan dengan pokok permasalahan penelitian ini.

3.5 Teknik Pengumpulan data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang didapat langsung dari sumber pertama. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuisisioner. Metode kuesioner atau pembagian angket merupakan metode untuk memperoleh data yang dilakukan dengan cara memberikan suatu daftar pertanyaan sederhana yang akan diisi oleh responden yang terdiri dari pernyataan mereka tentang variabel Aksesibilitas, Daya Tarik, Harga dan Minat Berkunjung.

Pengukuran variable dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Pada saat menanggapi pertanyaan dalam skala likert, responden menemukan tingkat persetujuan terhadap suatu pertanyaan dengan memilih salah satu dari pilihan yang tersedia. Metode pengukuran variabel dalam penelitian ini menggunakan skala likert lima (5) item nilai. Penggunaan skala 1-5 untuk jawaban responden, selanjutnya dibagi dalam lima kategori, yaitu:

Tabel 3.1 Skala Likert

No	Skala	Skor
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Netral	3
4	Tidak setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

3.6 Variabel Penelitian

Terdapat dua jenis variabel dalam penelitian ini, yaitu:

1. Variabel Bebas (*independent Variable*)

Variabel bebas atau variabel independen merupakan variabel pengaruh atau penyebab berubahnya variabel terikat atau variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah aksesibilitas(X1), Daya Tarik(X2), dan harga(X3).

2. Variabel terikat (*dependent Variable*)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau akibat karena adanya variabel independen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah Minat Berkunjung (Y).

3.7 Definisi Operasional

Definisi operasional adalah definisi yang memberikan pernyataan pada peneliti untuk apa saja yang diperlukan dalam menjawab pertanyaan atau mengujian hipotesis penelitian. dimana Variabel bebas atau independen (X) memiliki hubungan dengan variabel dependen(Y).

Tabel 3. 2
Definisi Operasional

Variabel	Devinisi	Indikator
Aksesibilitas	Aksesibilitas merupakan kemudahan untuk mencapai sesuatu Dalam kegiatan pariwisata, aksesibilitas wisata merupakan berbagai macam kemudahan yang mampu diperoleh pengunjung dalam mengunjungi suatu obyek wisata dan melakukan perpindahan saat sedang melakukan perjalanan wisata (Delamartha et al., 2021)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Akses informasi 2. Akses kondisi jalan 3. Tempat akhir perjalanan <p>Soekadijo dikutip dari (Hidayat et al., 2017)</p>
Daya Tarik	Dalam UU. No 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan, disebutkan “Daya Tarik Wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan”	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Something to see</i> 2. <i>Something to do</i> 3. <i>Something to buy</i> <p>(Novitaningtyas et al., 2022)</p>

Tabel berlanjut ...

Lanjutan tabel 3.2

Variabel	Devinisi	Indikator
Harga	harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan untuk sebuah produk atau jasa, atau sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat atau kepemilikan atau penggunaan atas sebuah produk atau jasa. (Irawan et al., 2021)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan harga. 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk. 3. Daya saing harga. 4. Kesesuaian harga dengan manfaat <p>Menurut Kotler dan Amstrong pada (Istanti et al., 2020)</p>
Minat Berkunjung	minat berkunjung adalah suatu reaksi dari konsumen untuk menginginkan kunjungan terhadap suatu objek.(Susanto, B & Astutik, 2020)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Minat Transaksional 2. Minat Refrensial 3. Minat Prefensial. 4. Minat Eksploratif. <p>Ferdinand pada (Irawan et al., 2021)</p>

3.8 Teknik Analisis Data

3.8.1. Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas item merupakan uji instrumen data untuk mengetahui seberapa cermat suatu item dalam mengukur apa yang ingin diukur. Item dapat dikatakan valid jika adanya korelasi yang signifikan dengan skor totalnya, hal ini menunjukkan adanya dukungan item tersebut dalam mengungkap suatu yang ingin diungkap. Item biasanya berupa pertanyaan atau pernyataan yang ditujukan kepada responden dengan menggunakan bentuk kuesioner dengan tujuan untuk mengungkap sesuatu (Purnomo, 2016). Pengujian menggunakan uji dua sisi dengan taraf signifikansi 0,05. Kriteria pengujian yaitu sebagai berikut:

- a. Jika $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$ (uji dua sisi dengan sig. 0,05) maka instrument atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total, hal ini dinyatakan valid.
- b. Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ (uji dua sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total, hal ini nyatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuesioner, maksudnya apakah alat ukur tersebut akan mendapatkan pengukuran yang tetap konsisten jika pengukuran diulang kembali. Metode yang sering digunakan dalam penelitian untuk mengukur skala rentangan (seperti skala Likert 1-5) adalah *Cronbach Alpha*. Uji reliabilitas merupakan

kelanjutan dari uji validitas, dimana item yang masuk pengujian adalah item yang valid saja. Untuk menentukan apakah instrumen reliabel atau tidak menggunakan batasan 0,6. Reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan di atas 0,8 adalah baik (Purnomo, 2016).

3.8.2. Uji Asumsi Klasik

1 Uji Normalitas

Uji normalitas data terlebih dahulu untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak. Normalitas data merupakan syarat pokok yang harus dipenuhi dalam analisis parametrik. Normalitas data merupakan hal yang penting karena dengan data yang terdistribusi normal maka data tersebut dianggap dapat mewakili populasi. (Purnomo, 2016). Apabila suatu variabel tidak berdistribusi secara normal, maka hasil uji statistik akan mengalami penurunan. Teknik yang digunakan yaitu dengan analisis *Kolmogorov-Smirnov*, grafik histogram, dan grafik P P-Plot. Kriteria uji normalitas, yaitu:

- a. Apabila nilai Signifikansi (Sig.) $< 0,05$ berarti distribusi sampel tidak normal.
- b. Apabila nilai Signifikansi (Sig.) $> 0,05$ berarti distribusi sampel adalah normal.

2 Uji heteroskedastisitas

Heterokedastisitas adalah varian residual yang tidak sama pada semua pengamatan di dalam model regresi. Regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas. Macam-macam uji heteroskedastisitas antara lain adalah dengan uji koefisien korelasi Spearman's rho, melihat pola titik-titik pada grafik regresi, uji Park, dan uji Glejser. Pengujian heteroskedastisitas menggunakan teknik uji koefisien korelasi Spearman's rho yaitu mengkorelasikan variabel independen

dengan residualnya. Pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi. Jika korelasi antara variabel independen dengan residual di dapat signifikansi lebih dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi problem heteroskedastisitas (Purnomo, 2016).

3 Uji multikolineritas

Uji Multikolinearitas adalah dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan (korelasi) yang signifikan diantara dua atau lebih variabel independen dalam model regresi. Deteksi adanya multikolinearitas dilakukan dengan menggunakan uji korelasi parsial antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolinearitas diantar variabel independent. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas dalam model regresi dapat dilihat dari tolerance value atau *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*, apabila nilai VIF kurang dari 10 dan Tolerance lebih dari 0,1 maka dinyatakan tidak terjadi multikoliniearitas (Purnomo, 2016).

3.8.3. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah alat analisis untuk menganalisis dan mengetahui tingkat signifikan dan variabel mana yang sangat berpengaruh terhadap variabel terikat. Korelasi berganda adalah alat ukur untuk mengetahui pertautan antara variabel terikat (Y) dengan beberapa variabel bebas (X) secara serempak dengan menggunakan melalui program software SPSS. Regresi berganda memiliki rumus umum yang sebagai berikut :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_n X_n$$

Keterangan:

A = Konstanta

B = Koefisien regresi

x1 = Variabel independen pertama

x2 = Variabel independen kedua

x3 = Variabel independen ketiga

Dalam penelitian ini mempunyai tiga variabel bebas dan satu variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Aksesibilitas(X1), Daya Tarik(X2), dan Harga(X3). Dan variabel terikatnya adalah minat berkunjung (Y).

3.8.4. Uji Hipotesis

1. Uji Koefisien determinasi

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi antara nol dan satu. Apabila nilai koefisien determinasi (R-squared) pada suatu estimasi mendekati angka satu (1), maka dapat dikatakan bahwa variabel dependen dijelaskan dengan baik oleh variabel independennya. Dan sebaliknya, apabila koefisien determinasi (R-Squared) menjauhi hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen angka satu(1) atau mendekati angka nol (0), maka semakin kurang baik variabel independen menjelaskan variabel dependennya (Ghozali, 2016).

2. Uji Signifikansi parsial (Uji t)

Uji t adalah pengujian signifikansi untuk mengetahui pengaruh variabel X1, X2 dan X3 terhadap Y secara parsial, apakah berpengaruh signifikan atau tidak. Untuk mengetahui hasil signifikan atau tidak, angka t hitung akan dibandingkan dengan t tabel (Purnomo, 2016). Kriteria diterima atau ditolaknya H0 adalah sebagai berikut:

- 1) H0 diterima jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau $sig\ t \geq \alpha (0,05)$
- 2) H0 ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $sig\ t < \alpha (0,05)$

3. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Yaitu uji koefisien regresi secara bersama-sama (uji F) untuk menguji signifikansi pengaruh beberapa variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,05 (Purnomo, 2016). Cara pengujiannya adalah dengan menggunakan Tabel F. Berikut kriteria pengambilan keputusannya adalah:

- 1) H0 diterima jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ atau $sig\ F \geq \alpha (0,05)$
- 2) H0 ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $sig\ F < \alpha (0,05)$

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Objek penelitian ini adalah wisata Srambang Park. Populasi yang dipilih adalah masyarakat kabupaten ngawi. Selanjutnya responden pada penelitian ini ialah masyarakat kabupaten ngawi yang mengetahui objek wisata Srambang Park. Tujuan dilakukan penelitian ini tidak lain untuk mengetahui variabel apa saja yang berpengaruh pada minat berkunjung pada srambang park.

Kuisisioner disebarakan secara daring dan luring. Penyebaran secara daring menggunakan google form selanjutnya di sebarakan melalui media sosial, seperti Instagram dan whatsapp Grub. Sedangkan penyebaran secara luring atau langsung dengan cara mewawancarai responden secara langsung. Data yang dikumpulkan akan dikelompokkan menurut jenis kelamin, umur dan domisili. Identifikasi diperlukan guna mengetahui gambaran umum dari responden pada penelitian ini.

Jumlah data yang didapatkan pada penelitian ini adalah 124 responden. Data yang digunakan untuk pengujian dalam penelittitna ini sebanyak 100 dan 24 tidak dipakai karena tidak sesuai dengan kriteria. Pencarian data dilakukan mulai bulan april 2023 sampai dengan bulan mei 2023. Setelah mendapatkan data dari responden, data akan diolah menggunakan alat analisis SPSS Statistic 23.

4.1.1 Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin responden yang ada pada penelitian ini bisa dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 4 1
Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase(%)
1	Laki-laki	34	34%
2	Perempuan	66	66%
Jumlah		100	100%

Dari tabel tersebut, dapat diketahui jenis kelamin responden. Pada data diatas adalah laki-laki sebanyak 34 orang dengan presentase 34%. Lalu perempuan sebanyak 66 orang dengan pesentase 66% dan keseluruhan responden berjumlah 100 orang (100%).

4.1.2 Usia Responden

Usia responden yang ada pada penelitian ini bisa dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 4 2
Usia Responden

No	Usia	Frekuensi	Persentase(%)
1	<20 tahun	71	71%
2	21-30 tahun	26	26%

Tabel berlanjut...

Lanjutan tabel 4.2

3	31-40 tahun	2	2%
4	>40 tahun	1	1%
Jumlah		100	100%

Dari tabel tersebut, dapat diketahui jenis kelamin responden pada data diatas adalah usia dibawah 20 tahun sebanyak 71 orang dengan presentase 71%, lalu usia antara 21 tahun sampai 30 tahun sebanyak 26 orang dengan pesentase 26%, lalu usia 31 tahun sampai 40 sebanyak 2 orang dengan presentase 2% dan Usia diatas 40 tahun sebanyak 1 orang dengan persentase 1% sehingga total keseluruhan responden berjumlah 100 orang (100%)

4.1.3 Domisili Responden

Domisili responden pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4 3
Domisili Responden

No	Domisili	Frekuensi	Presentase(%)
1	Bringin	5	5%
2	Geneng	4	4%
3	Gerih	5	5%
4	Jogorogo	7	7%
5	Karangjati	4	4%
6	Kedunggalar	8	8%

Tabel berlanjut...

Lanjutan tabel 4.3

7	Kendal	6	6%
8	Kwadungan	5	5%
9	Kasreman	6	6%
10	Mantingan	4	4%
11	Ngawi	7	7%
12	Ngrambe	4	4%
13	Padas	5	5%
14	Pangkur	6	6%
15	Paron	11	11%
16	Pitu	4	4%
17	Sine	5	5%
18	Widodaren	4	4%
jumlah		100	100%

Dari tabel tersebut dapat diketahui domisili dari seluruh responden, berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa responden berasal dari Bringin sebanyak 5 orang (5%) , Geneng sebanyak 4 orang (4%) , Gerih sebanyak 5 orang (5%) , Jogorogo sebanyak 7 orang (7%), Karangjati sebanyak 4 orang (4%) , Kedunggalar sebanyak 8 orang (8%), Kendal sebanyak 6 orang (6%), Kwadungan sebanyak 5 orang (5%), Kasreman sebanyak 6 orang (6%), Mantingan sebanyak 4 orang (4%), Ngawi sebanyak 7 orang (7%), Ngrambe sebanyak 4 orang (4%), Padas

sebanyak 5 orang (5%), Pangkur sebanyak 6 orang (6%), Paron sebanyak 11 orang (11%), Pitu sebanyak 4 orang (4%), Sine sebanyak 5 orang (5%) dan widodaren sebanyak 4 orang (4%), sehingga keseluruhan jumlah responden 100 sebanyak orang (100%).

4.2 Analisis Statistik Deskriptif

4.2.1 Variabel Aksesibilitas

Dalam variabel aksesibilitas (X1) menggunakan 4 pertanyaan dalam penelitian ini, yang kemudian dibagikan kepada para responden melalui kuesioner yang disediakan. Tabel statistik variabel aksesibilitas sebagai berikut :

Tabel 4 4
Variabel Aksesibilitas

Keterangan	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4
Mean	4,58	4,56	4,19	4,35
Mode	5	5	4	4
Minimum	3	3	2	2
Maximum	5	5	5	5
Std. Deviation	0,551	0,536	0,741	0,669

Tabel diatas menunjukkan hasil statistik dari variabel X1 pada pertanyaan pertama yaitu “Informasi tentang Srambang Park dapat dicari melalui media online” menunjukkan rata-rata atau mean sebesar 4,58 yang menjelaskan bahwa kebanyakan responden setuju dengan pertanyaan pertama. Nilai mode sebesar 5 dengan standar deviasi 0,551.

Tabel diatas menunjukkan hasil statistik dari variabel X1 pada pertanyaan kedua yaitu “Terdapat papan penunjuk jalan yang jelas untuk menuju ke Srambang Park” menunjukkan rata-rata atau mean sebesar 4,56 yang menjelaskan bahwa kebanyakan responden setuju dengan pertanyaan kedua. Nilai mode sebesar 5 dengan standar deviasi 0,536.

Tabel diatas menunjukkan hasil statistik dari variabel X1 pada pertanyaan ketiga yaitu “Kondisi jalan menuju Srambang Park sangat baik sehingga mudah dilalui” menunjukkan rata-rata atau mean sebesar 4,19 yang menjelaskan bahwa kebanyakan responden setuju dengan pertanyaan ketiga. Nilai mode sebesar 4 dengan standar deviasi 0,741.

Tabel diatas menunjukkan hasil statistik dari variabel X1 pada pertanyaan keempat yaitu “Srambang park memiliki area parkir yang luas dan aman untuk penitiapn kendaraan” menunjukkan rata-rata atau mean sebesar 4,35 yang menjelaskan bahwa kebanyakan responden setuju dengan pertanyaan nomor keempat. Nilai mode sebesar 4 dengan standar deviasi 0,669.

4.2.2 Variabel Daya Tarik

Dalam variabel Daya Tarik (X2) menggunakan 3 pertanyaan dalam penelitian ini, yang kemudian dibagikan kepada para responden melalui kuesioner yang disediakan. Tabel statistik variabel harga sebagai berikut :

Tabel 4 5
Variabel Daya Tarik

Keterangan	X2.1	X2.2	X2.3
Mean	4,40	4,69	4,19
Mode	4	5	4
Minimum	3	4	2
Maximum	5	5	5
Std. Deviation	0,567	0,460	0,728

Tabel diatas menunjukkan hasil statistik dari variabel X2 pada pertanyaan pertama yaitu “Srambang Park memiliki pemandangan yang bagus sehingga membuat pengunjung merasakan kenyamanan” menunjukkan rata-rata atau mean sebesar 4,40 yang menjelaskan bahwa kebanyakan responden setuju dengan pertanyaan pertama. Nilai mode sebesar 4 dengan standar deviasi 0,567.

Tabel diatas menunjukkan hasil statistik dari variabel X2 pada pertanyaan kedua yaitu “Srambang Park memiliki tempat foto yang menarik” menunjukkan rata-rata atau mean sebesar 4,69 yang menjelaskan bahwa kebanyakan responden setuju dengan pertanyaan kedua. Nilai mode sebesar 5 dengan standar deviasi 0,460.

Tabel diatas menunjukkan hasil statistik dari variabel X2 pada pertanyaan ketiga yaitu “Srambang park memiliki cinderamata atau oleh-oleh yang dapat dibeli” menunjukkan rata-rata atau mean sebesar 4,19 yang menjelaskan bahwa

kebanyakan responden setuju dengan pertanyaan ketiga. Nilai mode sebesar 4 dengan standar deviasi 0,728.

4.2.3 Variabel Harga

Dalam variabel harga (X3) menggunakan 4 pertanyaan dalam penelitian ini, yang kemudian dibagikan kepada para responden melalui kuesioner yang disediakan. Tabel statistik variabel harga sebagai berikut :

Tabel 4 6
Variabel Harga

Keterangan	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4
Mean	4.08	4.27	4.16	4.21
Median	4	4	4	4
Minimum	1	2.00	2	2
Maximum	5	5	5	5
Std. Deviation	0,805	0,659	0,672	0,680

Tabel diatas menunjukkan hasil statistik dari variabel X3 pada pertanyaan pertama yaitu “Harga tiket srambang park terjangkau” menunjukkan rata-rata atau mean sebesar 4,08 yang menjelaskan bahwa kebanyakan responden setuju dengan pertanyaan pertama. Nilai mode sebesar 4 dengan standar deviasi 0,805.

Tabel diatas menunjukkan hasil statistik dari variabel X3 pada pertanyaan kedua yaitu “Kualitas wisata srambang park sesuai dengan harga yang dibayarkan” menunjukkan rata-rata atau mean sebesar 4,27 yang menjelaskan bahwa

kebanyakan responden setuju dengan pertanyaan kedua. Nilai mode sebesar 4 dengan standar deviasi 0,659.

Tabel diatas menunjukkan hasil statistik dari variabel X3 pada pertanyaan ketiga yaitu “Harga tiket masuk dapat bersaing dengan wisata yang lain” menunjukkan rata-rata atau mean sebesar 4,16 yang menjelaskan bahwa kebanyakan responden setuju dengan pertanyaan ketiga. Nilai mode sebesar 4 dengan standar deviasi 0,672.

Tabel diatas menunjukkan hasil statistik dari variabel X3 pada pertanyaan keempat yaitu “Harga tiket masuk srambang park sesuai dengan manfaat yang didapatkan” menunjukkan rata-rata atau mean sebesar 4,21 yang menjelaskan bahwa kebanyakan responden setuju dengan pertanyaan ke empat. Nilai mode sebesar 4 dengan standar deviasi 0,680.

4.2.4 Variabel Minat Berkunjung

Dalam variabel Minat Berkunjung (Y) menggunakan 4 pertanyaan dalam penelitian ini, yang kemudian dibagikan kepada para responden melalui kuesioner yang disediakan. Tabel statistik variabel harga sebagai berikut :

Tabel 4 7
Variabel Minat Berkunjung

Keterangan	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4
Mean	4.44	4.41	4.02	4.29
Mode	4	5	4	4
Minimum	3	2	1	2
Maximum	5	5	5	5
Std. Deviation	0.572	0.664	0.833	0.604

Tabel diatas menunjukkan hasil statistik dari variabel Y pada pertanyaan pertama yaitu “Saya memiliki minat berkunjung ke srambang park” menunjukkan rata-rata atau mean sebesar 4,44 yang menjelaskan bahwa kebanyakan responden setuju dengan pertanyaan pertama. Nilai mode sebesar 4 dengan standar deviasi 0,644.

Tabel diatas menunjukkan hasil statistik dari variabel Y pada pertanyaan kedua yaitu “Saya menyarankan wisata srambang park pada orang lain” menunjukkan rata-rata atau mean sebesar 4,41 yang menjelaskan bahwa kebanyakan responden setuju dengan pertanyaan kedua. Nilai mode sebesar 5 dengan standar deviasi 0,644.

Tabel diatas menunjukkan hasil statistik dari variabel Y pada pertanyaan ketiga yaitu “Saya menjadikan srambang park sebagai pilihan utama ketika berwisata” menunjukkan rata-rata atau mean sebesar 4,02 yang menjelaskan bahwa

kebanyakan responden setuju dengan pertanyaan ketiga. Nilai mode sebesar 4 dengan standar deviasi 0,644.

Tabel diatas menunjukkan hasil statistik dari variabel Y pada pertanyaan keempat yaitu “Saya mencari informasi sebelum ke srambang park” menunjukkan rata-rata atau mean sebesar 4,29 yang menjelaskan bahwa kebanyakan responden setuju dengan pertanyaan keempat. Nilai mode sebesar 4 dengan standar deviasi 0,644.

4.3 Uji Instrumen Data

4.3.1 Uji Validitas

Uji validitas diperlukan untuk mengetahui validitas kuesioner. Suatu kuesioner dapat dikatakan valid jika item-item dalam kuesioner dapat menjelaskan apa yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas penelitian ini menggunakan metode Pearson Product Moment. Kriteria yang digunakan adalah data dikatakan valid jika r hitung lebih besar dari r tabel.

Teknik yang digunakan adalah dengan melakukan korelasi antar point pertanyaan dengan keseluruhan variabel. Teknik ini membandingkan nilai r tabel. Nilai tersebut dicari pada signifikansi 0,05 dengan uji sisi jumlah data $(n) = 100$, dimana $df = n - 2$ sehingga $df = 98$ maka r tabel 0,196.

Tabel 4 8
Hasil Uji Validitas

Variabel	Pertanyaan	<i>Cerrcted item – Total Correlation (r hitung)</i>	r tabel	Validitas
Aksesibilitas	X1.1	0,649	0,196	Valid
	X1.2	0,670	0,196	Valid
	X1.3	0,759	0,196	Valid
	X1.4	0,735	0,196	Valid
Daya Tarik	X2.1	0,686	0,196	Valid
	X2.2	0,536	0,196	Valid
	X2.3	0,785	0,196	Valid
Harga	X3.1	0,815	0,196	Valid
	X3.2	0,880	0,196	Valid
	X3.3	0,679	0,196	Valid
	X3.4	0,868	0,196	Valid
Minat Berkunjung	Y1	0,734	0,196	Valid
	Y2	0,800	0,196	Valid
	Y3	0,750	0,196	Valid
	Y4	0,634	0,196	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas yang telah diolah dapat diketahui nilai r hitung yang ada dalam kolom bahwa semua pertanyaan nilainya lebih besar daripada r tabel yang digunakan sebesar 0,155. Dapat dijelaskan bahwa seluruh pertanyaan dalam kuesioner dapat dikatakan valid dalam penelitian ini.

4.3.2 Uji Reliabilitas

Uji reabilitas dijalankan guna melihat kekonsistensi jawaban dari para responden dalam menjawab item pertanyaan yang terkait dengan Aksesibilitas, Daya Tarik, Harga dan Minat Berkunjung. Sebuah variabel bisa dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha lebih dari 0,60 . Hasil uji perhitungan disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4 9
Hasil Reliabilitas

Variabel Penelitian	<i>Cronbach's Alpha</i>	Nilai Krisis	Kesimpulan
Aksesibilitas	0,658	0,60	Reliabel
Daya Tarik	0,610	0,60	Reliabel
Harga	0,839	0,60	Reliabel
Minat Berkunjung	0,779	0,60	Reliabel

Hasil tersebut menjelaskan nilai *cronbach alpha* tiap variabel. Dapat dilihat bahwa seluruh variabel memiliki nilai *cronbach alpha* $> 0,60$. Maka dapat diambil kesimpulan jika indikator yang dipakai pada setiap variabel yang dipakai dalam penelitian ini yaitu Aksesibilitas, Daya Tarik, Harga dan Minat Berkunjung. Dapat dinyatakan bisa dipercaya sebagai alat ukur.

4.4 Uji Asumsi Klasik

4.4.1 Uji Normalitas

Uji normalitas data terlebih dahulu untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak. Normalitas data merupakan syarat pokok yang harus dipenuhi dalam analisis parametrik. Normalitas data merupakan hal yang penting karena dengan data yang terdistribusi normal maka data tersebut dianggap dapat mewakili populasi. (Purnomo, 2016). Dalam uji ini dapat dilihat dari Asymp.Sig dengan melalui uji One-Sample KolmogorovSmirnov Test. Data yang akan diuji bisa disebut normal apabila nilai yang dihasilkan lebih besar dari 0,05. Hasil uji normalitas dalam penelitian ini sebagai berikut :

Tabel 4 10
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.34097412
Most Extreme Differences	Absolute	.087
	Positive	.072
	Negative	-.087
Test Statistic		.087
Asymp. Sig. (2-tailed)		.059 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Berdasarkan hasil uji normalitas yang telah diolah dapat diketahui nilai yang ada dalam tabel adalah 0,059, dapat dijelaskan bahwa nilai Asymp.Sig 0,059 lebih dari 0,05 yang berarti dalam penelitian ini memenuhi syarat serta data yang ada berdistribusi secara normal.

4.4.2 Uji Multikolenieritas

Uji Multikolinearitas adalah dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan (korelasi) yang signifikan diantara dua atau lebih variabel independen dalam model regresi. Deteksi adanya multikolinearitas dilakukan dengan menggunakan uji korelasi parsial antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolinearitas diantar variabel independent. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas dalam model regresi dapat dilihat dari tolerance value atau *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*, apabila nilai VIF kurang dari 10 dan Tolerance lebih dari 0,1 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas (Purnomo, 2016). Hasil perhitungan diperoleh dari hasil nilai VIF dan tolerance sebagai berikut:

Tabel 4 11
Hasil Uji Multikolenieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Kesimpulan
Aksesibilitas	0,672	1,488	Tidak terjadi multikolinearitas
Daya Tarik	0,530	1,888	Tidak terjadi multikolinearitas
Harga	0,593	1,685	Tidak terjadi multikolinearitas

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas yang telah diolah dapat diketahui nilai dari VIF sebesar 1,488, 1,888 dan 1,685 yang berarti bahwa nilai tersebut lebih kecil dari 10 dan nilai tolerance sebesar 0,672, 0,530 dan 0,593 yang lebih besar dari 0,10 dari masing masing variabel Aksesibilitas, Daya Tarik dan Harga. Dapat dijelaskan bahwa masing masing variabel tersebut tidak terjadi gejala multikolinearitas dan dapat disimpulkan dalam penelitian ini memenuhi syarat uji multikolinearitas.

4.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Heterokedastisitas adalah varian residual yang tidak sama pada semua pengamatan di dalam model regresi. Regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas. Pengujian heteroskedastisitas menggunakan teknik uji koefisien korelasi Spearman's rho yaitu mengkorelasikan variabel independen dengan residualnya. Pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi. Jika korelasi antara variabel independen dengan residual di dapat signifikansi lebih dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi problem heteroskedastisitas (Purnomo, 2016). Hasil Pengujian heterokedastisitas dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4 12
Hasil Heteroskedastisitas

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.419	1.086		1.307	.194
	x1	.123	.064	.233	1.941	.055
	x2	-.084	.101	-.112	-.830	.409
	x3	-.090	.051	-.227	-1.776	.079

a. Dependent Variable: ABS

Hasil uji pada tabel diatas menjelaskan bahwa hasil uji park menunjukkan nilai signifikansi $> 0,05$. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa tidak terjadi adanya gejala heteroskedastisitas pada model regresi dan model dapat dipakai untuk memprediksi Minat berkunjung berdasarkan masukan Variabel bebas yaitu Aksesibilitas, Daya Tarik dan Harga.

4.5 Analisis Regresi Linear Berganda

Dalam penelitian ini, analisis regresi linier dilakukan untuk menganalisis pengaruh variabel independen. Variabel independen penelitian ini adalah Aksesibilitas, Daya Tarik, dan Harga. Untuk mengetahui pengaruh terhadap variabel dependen yaitu tingkat Berkunjung. Hasil analisis regresi linier berganda ditunjukkan pada tabel di bawah ini:

Tabel 4 13
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.897	1.657		1.145	.255
	x1	.146	.097	.127	1.505	.136
	x2	.501	.155	.308	3.240	.002
	x3	.362	.077	.421	4.689	.000
a. Dependent Variable: y						

Berikut adalah persamaan regresi linear berganda berdasarkan tabel diatas:

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

$$Y = 1,897 + 0,146 X_1 + 0,501 X_2 + 0,362 X_3$$

Berdasarkan hasil di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 1,897. Yang berarti saat nilai skor variabel bebas sama dengan 0. Maka nilai variabel minat beli sebesar 1,897.
2. Koefisien regresi Aksesibilitas (X1) sebesar 0,146. Yang berarti meningkatnya variabel Aksesibilitas dapat meningkatkan minat berkunjung sebesar 0,146. Dengan asumsi variabel yang lainnya konstan.
3. Koefisien regresi Daya Tarik (X2) sebesar 0,501, Yang berarti meningkatnya variabel islamic advertising dapat meningkatkan minat berkunjung sebesar 0,501. Dengan asumsi variabel yang lainnya konstan.

4. Koefisien regresi Harga (X3) sebesar 0,362. Yang berarti meningkatnya variabel Harga dapat meningkatkan minat berkunjung sebesar 0,362. Dengan asumsi variabel yang lainnya konstan.

4.6 Uji Hipotesis

4.6.1 Uji Koefisien Determinasi

Uji Koefisien Determinasi digunakan Untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat atau untuk melihat betapa besar variabel bebas dapat menjelaskan variabel terikat. Berikut adalah hasil uji determinasi dalam penelitian ini:

Tabel 4 14
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.736 ^a	.541	.527	1.36177
a. Predictors: (Constant), x3, x1, x2				

Berdasarkan hasil uji diatas yang telah diolah dapat diketahui, bahwa nilai dari kolom *adjusted r square* sebesar 0,527, dari hasil ini menunjukkan bahwa variasi dependen mampu menjelaskan sebesar 52,7%. Sedangkan sisanya sebesar 47,3% didapat dari ($100\% - 52,7\% = 47,3\%$) dijelaskan dari faktor lainnya yang tidak ada dalam model dan penelitian ini.

4.6.2 Uji F

Uji koefisien regresi secara bersama-sama (uji F) bertujuan untuk menguji signifikansi pengaruh beberapa variabel independen terhadap variabel dependen.

Uji hipotesis menggunakan angka F hitung yang diperoleh dari tabel Anova berikut ini:

Tabel 4 15
Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	209.977	3	69.992	37.744	.000 ^b
	Residual	178.023	96	1.854		
	Total	388.000	99			
a. Dependent Variable: y						
b. Predictors: (Constant), x3, x1, x2						

Berdasarkan tabel diatas angka Fhitung dari hasil perhitungan adalah sebesar 37,744. Sedangkan Ftabel dihitung dengan ketentuan yaitu taraf signifikansi $df1 = k-1$ yaitu $df1 = 3-1 = 2$ dan $df2 = 100-3 = 97$, maka dengan ketentuan tersebut diperoleh Ftabel = 2,70. Dengan demikian diperoleh Fhitung = 37,744 dan Ftabel = 2,70. Karena Fhitung > Ftabel dan tingkat signifikansi < 0,05 yaitu $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa Aksesibilitas, Daya Tarik dan Harga berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Berkunjung.

4.6.3 Uji T

Untuk melihat besarnya pengaruh Aksesibilitas, Daya Tarik dan Harga terhadap Minat Berkunjung secara persial, digunakan uji t dengan menggunakan koefisien regresi. Pada penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi 5% atau 0,05. Hasil dari uji t variable Aksesibilitas, Daya Tarik dan Harga dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 4 16
Hasil Uji T

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.897	1.657		1.145	.255
	x1	.146	.097	.127	1.505	.136
	x2	.501	.155	.308	3.240	.002
	x3	.362	.077	.421	4.689	.000

a. Dependent Variable: y

Nilai signifikansi variabel Aksesibilitas (X1) yang sebesar 0,136 yang melebihi nilai 0,05. Sehingga variabel X1 tidak berpengaruh signifikan terhadap variable Minat Berkunjung (Y). Bisa dibuktikan bahwa Ho diterima dan Ha ditolak.

Nilai signifikansi variabel Daya Tarik (X2) yang sebesar 0,002 yang kurang dari nilai 0,05. Sehingga variabel X2 berpengaruh signifikan terhadap variable Minat Berkunjung (Y). Bisa dibuktikan bahwa Ha diterima dan Ho ditolak.

Nilai signifikansi variabel Harga (X3) yang sebesar 0,000 yang kurang dari nilai 0,05. Sehingga variabel X3 berpengaruh signifikan terhadap variable Minat Berkunjung (Y). Bisa dibuktikan bahwa Ha diterima dan Ho ditolak.

4.7 Pembahasan Hasil Analisis Data

Berdasarkan penelitian tentang “pengaruh Aksesibilitas, Daya Tarik dan Harga terhadap Minat Berkunjung Wisatawan ke Srambang Park” diperoleh hasil sebagai berikut:

4.7.1 Pengaruh Aksesibilitas terhadap Minat Berkunjung

Hasil Penelitian menjelaskan bahwa pada variabel Aksesibilitas mempunyai probabilitas signifikansi sebesar $0,136 > 0,05$. Sehingga didapatkan kesimpulan variabel Aksesibilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung pada Srambang Park.

Hasil tersebut menolak atau tidak sesuai hipotesis pertama pada penelitian ini. Sehingga H_1 ditolak dan H_0 diterima. Pada penelitian ini Aksesibilitas memiliki indikator Akses informasi, Akses kondisi jalan dan Tempat akhir perjalanan. Dapat dikatakan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung pada Srambang Park.

Dalam penelitian ini aksesibilitas wisata Srambang Park di Kabupaten Ngawi mempunyai lokasi yang terletak di kaki gunung lawu. Kondisi jalan menuju lokasi sudah bagus. Namun, aksesibilitas pada Srambang park tidak mempengaruhi wisatawan untuk berkunjung. Selain itu, tempat parkir untuk sepeda motor terlalu kecil, tempat parkir sepeda motor terletak pada jalan menuju pintu masuk srambang park, sehingga menyulitkan kendaraan ketika hendak keluar maupun masuk lokasi. Penelitian ini sejalan dengan penelitian dilakukan oleh (Zuhriah et al., 2022). dalam penelitiannya mendapatkan hasil bahwa variabel aksesibilitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat berkunjung.

4.7.2 Pengaruh Daya Tarik terhadap Minat Berkunjung

Hasil Penelitian menjelaskan bahwa pada variabel Daya Tarik mempunyai probabilitas signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$. Sehingga didapatkan kesimpulan

variabel Daya Tarik berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung pada Srambang Park.

Hasil tersebut mendukung hipotesis kedua pada penelitian ini. Sehingga H_a2 diterima dan H_0 ditolak.. Pada penelitian ini Daya Tarik memiliki indikator *Something to see*, *Something to do* dan *Something to buy*. Dapat dikatakan berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung pada Srambang Park.

Hal ini menunjukkan bahwa Daya Tarik berpengaruh signifikan dalam membuat Minat Berkunjung bertambah, dikarenakan Srambang Park menyajikan pemandangan yang masih asri dengan suasana yang segar. Selain itu pengunjung juga dapat melakukan foto yang bagus, karena terdapat banyak tempat foto yang kekinian. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh penelitian (Ngajow et al., 2021) mendapatkan hasil bahwa variabel daya tarik memiliki pengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan.

4.7.3 Pengaruh Harga terhadap Minat Berkunjung

Hasil Penelitian menjelaskan bahwa pada variabel Harga mempunyai probabilitas signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga didapatkan kesimpulan variabel Daya Tarik berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung pada Srambang Park.

Hasil tersebut mendukung hipotesis ketiga pada penelitian ini. Sehingga H_a3 diterima dan H_0 ditolak. Pada penelitian ini Harga memiliki indikator Keterjangkauan harga, Kesesuaian harga dengan kualitas produk, Daya saing harga

dan Kesesuaian harga dengan manfaat. Dapat dikatakan berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung pada Srambang Park.

Hal ini menunjukkan bahwa Harga berpengaruh signifikan dalam membuat Minat Berkunjung bertambah. Dikarenakan harga yang di tawarkan masih sesuai dengan kemampuan pengunjung, serta harga yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang didapatkan, sehingga meningkatkan minat berkunjung wisatawan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh penelitian (Irawan et al., 2021) pada variabel harga berpengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan.

4.7.4 Aksesibilitas, Daya Tarik dan Harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap Minat Berkunjung

Hasil penelitian menunjukkan nilai koefisien determinasi sebesar 0,527. Hasil tersebut menunjukkan indikator bebas secara bersama-sama memiliki pengaruh sebesar 52,7% terhadap minat berkunjung. Sedangkan sisanya sebesar 47,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diuji dalam penelitian ini.

Analisis uji-F digunakan untuk mengetahui secara bersama-sama pengaruh antara aksesibilitas, daya tarik dan harga terhadap minat berkunjung. Dari hasil penelitian diperoleh nilai F hitung sebesar 37,744 dengan nilai signifikannya 0,000. Jika nilai sig <0,05 maka secara bersama-sama antara Aksesibilitas, Daya Tarik dan Harga berpengaruh terhadap Minat Berkunjung Wisatawa.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat dihasilkan dari penelitian tentang Pengaruh Aksesibilitas, Daya Tarik Dan Harga Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Srambang Park (Studi Kasus Pada Masyarakat Kabupaten Ngawi) dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Aksesibilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung ke Srambang Park, dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,136 lebih besar dari 0,05, yang mengindikasikan Aksesibilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung.
2. Daya Tarik berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung ke Srambang Park, dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,002 lebih kecil dari 0,05 yang mengindikasikan Daya Tarik berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung.
3. Harga berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung ke Srambang Park, dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,00 lebih kecil dari 0,05, yang mengindikasikan Harga berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung.

5.2 Keterbatasan

Dalam penelitian yang telah dilakukan masih terdapat beberapa keterbatasan. Keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Populasi penelitian ini hanya masyarakat kabupaten ngawi dan sampel yang digunakan hanya sebanyak 100 responden.
2. Pada penelitian ini hanya menggunakan tiga variabel yang mempengaruhi minat berkunjung, yaitu Aksesibilitas, Daya Tarik dan Harga. Sedangkan masih banyak Variabel-variabel yang dapat mempengaruhi minat berkunjung.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya. Berikut adalah beberapa saran yang bisa diperhatikan yaitu:

1. Dilihat dari variabel Aksesibilitas yang tidak berpengaruh signifikan diharapkan pihak Srambang Park dapat memperluas atau menambah tempat parkir sepeda motor, agar mempermudah wisatawan ketika memarkirkan sepeda motornya.
2. Ditinjau dari variabel Daya Tarik dan Harga yang berpengaruh signifikan, diharapkan pihak Srambang Park mampu mempertahankan serta meningkatkan agar mampu lebih mempengaruhi minat berkunjung wisatawan.
3. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat meningkatkan variabel-variabel yang belum ada pada penelitian ini. Sehingga menjadi penelitian yang terbaharukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustan. (2021). *Monograf Aksesibilitas Wilayah Perbatasan Negara (Nkri-Png) Kabupaten Merauke 2016*. Penerbit Nem.
- Ardiansyah, I., & Gema Maulida, R. (2020). Kajian Atraksi, Amenitas Dan Aksesibilitas Untuk Pengembangan Kepariwisata Di Taman Wisata Alam Gunung Pancar Kabupaten Bogor. *Inovasi Penelitian*, 1(4), 707–716.
- Basiya R, & Rozak, H. A. (2012). Kualitas Dayatarik Wisata, Kepuasan Dan Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Mancanegara Di Jawa Tengah. *Dinamika Kepariwisata: Jurnal Pengembangan Ilmu-Ilmu Kepariwisata & Perhotelan*, 11(2), 1–12.
- Bolang, E., Mananeke, L., & Lintong, Dc. A. (2021). Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Lokasi Dan Harga Tiket Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Pada Makatete Hill's Desa Warembungan. *Jurnal Emba*, 9(1), 1360–1370.
- Bonita, N. (2016). Peran Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Labuan Cermin Di Kabupaten Berau. *Ejournal Ilmu Pemerintah*, 4(4), 1499–1510. [https://Ejournal.Ip.Fisip-Unmul.Ac.Id/Site/Wp-Content/Uploads/2019/10/Nita Bonita \(10-21-16-10-23-20\).Pdf](https://Ejournal.Ip.Fisip-Unmul.Ac.Id/Site/Wp-Content/Uploads/2019/10/Nita_Bonita_(10-21-16-10-23-20).Pdf)
- Bps. (N.D.). *Tempat Wisata Di Kabupaten Ngawi*. Badan Pusat Statistik. Retrieved February 23, 2023, From <https://Ngawikab.Bps.Go.Id/Indicator/16/145/1/Tempat-Wisata-Di-Kabupaten-Ngawi.Html>
- Delamartha, A., Galing Yudana, & Erma Fitria Rini. (2021). Kesiapan Aksesibilitas Wisata Dalam Mengintegrasikan Obyek Wisata (Studi Kasus : Karanganyar Bagian Timur). *Jurnal Plano Buana*, 1(2), 78–91. <https://Doi.Org/10.36456/Jpb.V1i2.3229>
- Hidayat, T. Tri Nur, Chalil, & Sutomo, M. (2017). *Pengaruh Aksesibilitas Dan Citra Destinasi Terhadap Niat Berkunjung Kembali Ke Telaga Tamping*. 3(2), 201–212.
- Irawan, M. R. N., Sayekti, L. I., & Ekasari, R. (2021). Pengaruh Fasilitas Wisata, Promosi Dan Harga Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung Pada Wisata Wego Lamongan. *Ecopreneur.12*, 4(2), 122. <https://Doi.Org/10.51804/Econ12.V4i2.1008>
- Istanti, E., Kusumo, B., & Noviandari, I. (2020). Implementasi Harga, Kualitas Pelayanan Dan Pembelian Berulang Pada Penjualan Produk Gamis Afifathin. *Ekonomika45 : Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 7(2), 1–10. <https://Doi.Org/10.30640/Ekonomika45.V8i1.180>

- Kartika, T., Yapari, S., Nengtiting, B., Septy Indrianty, Yahoocoid, Putri Yuliani, S., & Stiepar Yapari, A. (2017). The Attractiveness Effect On The Motivation Of Tourist To Visit Gandoriah Beach. *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*, 2(2), 287–299.
- Mulyati, Y., & Afrinata, M. (2018). Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Destinasi Wisata Pantai Carocok Painan Kabupaten Pesisir Selatan (Studi Kasus Pada Wisatawan Domestik). *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 6(2), 191–200. <https://doi.org/10.30871/Jaemb.V6i2.1014>
- Nabila, A. D., & Widiyastuti, D. (2016). Kajian Atraksi, Amenitas Dan Aksesibilitas Untuk Pengembangan Pariwisata Umbul Pongkok Di Kabupaten Klaten. *Pengaruh Penggunaan Pasta Labu Kuning (Cucurbita Moschata) Untuk Substitusi Tepung Terigu Dengan Penambahan Tepung Angkak Dalam Pembuatan Mie Kering*, 15(1), 165–175.
- Ngajow, M. T., Tawas, H. N., & Djemly, W. (2021). Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Citra Objek Wisata Terhadap Minat Berkunjung Pada Objek Wisata Bukit Kasih Kanonang, Dengan Pandemi Covid 19 Sebagai Variabel Moderator. *Jurnal Issn*, 9(2), 92–100. www.corona.help.com,
- Nifita, A. T., & Arisontha, E. (2018). Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Taman Geopark Kabupaten Merangin. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 7(2), 169–180. <https://doi.org/10.22437/Jmk.V7i2.5490>
- Novitaningtyas, I., Giovanni, A., & Lionora, C. A. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berkunjung Wisatawan Di Kawasan Balkondes Borobudur. *Jurnal Pariwisata*, 9(1), 28–36. <https://doi.org/10.31294/Par.V9i1.12048>
- Nurbaeti, N., Rahmanita, M., Ratnaningtyas, H., & Amrullah, A. (2021). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Harga Dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Danau Cipondoh, Kota Tangerang. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 10(2), 269. <https://doi.org/10.23887/Jish-Undiksha.V10i2.33456>
- Prasetyo, A. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Wisatawan Dalam Berkunjung Ke Obyek Wisata Waduk Gajah Mungkur Wonogiri. *Sosialitas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Sosiologi-Antropologi*, 6(2).
- Priyanti, Y., Susanti, F., & Aziz, N. (2017). Minat Beli Konsumen Toko Sepatu Bata Dipasar Raya Padang Dilihat Dari Sikap Dan Iklan. *Jurnal Pundi*, 1(2), 87–96. <https://doi.org/10.31575/Jp.V1i2.17>
- Purnomo, R. A. (2016). Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Dengan Spss. In *Cv. Wade Group*.
- Purwanto, H., Kadi, D. C. A., & Rismawati, G. (2021). Pengaruh Daya Tarik Dan

- E-Wom Terhadap Keputusan Berkunjung Melalui Minat Berkunjung Sebagai Variabel Intervening. *Management And Business Review*, 5(2), 251–264. <https://doi.org/10.21067/Mbr.V5i2.5867>
- Rini, R. S., & Apriyanti. (2022). Pengaruh Daya Tarik, Aksesibilitas, Harga, Dan Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Pada Wisata Lembah Wilis Madiun. *Seminar Inovasi Majemen Bisnis Dan Akuntansi 4, September*.
- Rossadi, L. N., & Widayati, E. (2018). Pengaruh Aksesibilitas, Amenitas, Dan Atraksi Wisata Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Ke Wahana Air Balong Waterpark Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta. *Journal Of Tourism And Economic*, 1(2), 109–116. <https://doi.org/10.36594/Jtec.V1i2.27>
- Sari, V. F. S., & Harti. (2020). Pengaruh Harga Tiket Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Obyek Wisata Ubalan Waterpark Pacet Mojokerto. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn)*, 8(1), 723–729. <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/32109>
- Sari, V. K. (2018). Pengaruh Harga, Promosi, Bukti Fisik, Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Berkunjung Ke Dynasty Water World Gresik. *Manajerial*, 4(2), 63. <https://doi.org/10.30587/Manajerial.V4i2.608>
- Susanto, B & Astutik, P. (2020). Pengaruh Promosi Media Sosial Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Obyek Wisata Edukasi Manyung. *Jurnal Riset Bisnis Dan Ekonomi*, Xx(X), 46–56.
- Sutrisno, E. (2022). *Peringkat Pariwisata Indonesia Naik Pesat*. Indonesia.Go.Id. <https://indonesia.go.id/kategori/editorial/5975/peringkat-pariwisata-indonesia-naik-pesat?lang=1>
- Suwarduki, P. R., Yulianto, E., & Mawardi, M. K. (2018). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Citra Destinasi Serta Dampaknya Pada Minat Dan Keputusan Berkunjung Wisatawan Domestik Pada Destinasi Wisata Kota Bukit Tinggi. *Jurnal Ekonomi & Bisnis Dharma Andalas*, 20(1), 168–187.
- Tanjung, A., Bintarti, S., & Nurpatria, E. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas, Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Kunjung Pada Situ Rawa Gede. *Ikraith-Ekonomika*, 5(2), 146–156.
- Tantriana, D., & Widiartanto. (2016). Pengaruh Aksesibilitas , Experiential Marketing Dan Electronic Word Of Mouth (Ewom) Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali Melalui Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Bisnis & Manajemen*, 75, 1–11.
- Tinggi, S., Bima, I. E., & Ernawati, S. (2021). Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Di Kawasan Amahami Kota Bima Sri Ernawati. *Insight Management Journal*, 1(2), 50–54. <https://journals.insightpub.org/index.php/Imj>
- Umam. (2021). *Pengertian Harga: Fungsi, Jenis, Tujuan, Dan Contohnya*. Gramedia Blog. <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-harga/>

- Wang, Y.-H., & Chen, L.-Y. (2016). An Empirical Study Of The Effect Of Perceived Price On Purchase Intention Evidence From Low-Cost Carriers. *International Journal Of Business And Social Science*, 7(4), 41170. [Www.Ijbssnet.Com](http://www.ijbssnet.com)
- Yofina Mulyati, M. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Wisatawan Domestik Ditinjau Dari Perspektif Daya Tarik Destinasi Wisata Kota Bukittinggi. *Menara Ilmu Lppm Umsb*, Xiii(1), 190–205.
- Zuhriah, I. A., Alvianna, S., Hidayatullah, S., & Patalo, R. G. (2022). Dampak Attraction , Accessibility , Amenity , Ancillary Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Destinasi Wisata Religi Makam Gus Dur Kabupaten Jombang. *Jurnal Tesla:Perhotelan -Destinasi Wisata -Perjalanan Wisata*, 2(1), 1–11.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

KUISIONER PENELITIAN

Pengaruh Aksesibilitas, Daya Tarik, dan Harga terhadap Minat Berkunjung
Wisatawan ke Srambang Park, Ngawi

Berikut ini adalah kuesioner yang berkaitan dengan penelitian saya. Saat ini saya sedang melakukan penelitian guna memenuhi Tugas Akhir yang berjudul "Pengaruh Aksesibilitas, Daya Tarik, dan Harga terhadap Minat Berkunjung Wisatawan ke Srambang Park, Ngawi". Oleh karena itu, saya berharap agar Saudara/i bersedia menjadi responden dalam pengisian kuesioner berikut ini. Segala informasi yang saudara/i berikan dijamin kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian. Atas waktu dan kesediaannya dalam mengisi kuesioner ini Saya sampaikan Terima kasih.

IDENTITAS RESPONDEN

Nama :
Usia :
Jenis Kelamin :
Kecamatan :

1. Bacalah masing-masing pertanyaan dengan teliti dan jawablah dengan sejujurnya tanpa dipengaruhi oleh siapapun.
2. Pilihlah salah satu jawaban dari lima jawaban yang tersedia dengan memberi tanda (v) pada pilihan yang sesuai dengan keadaan diri anda.
3. Pilihlah jawaban yang tersedia adalah sebagai berikut :
 - 1) STS : Sangat Tidak Setuju
 - 2) TS : Tidak Setuju
 - 3) N : Netral
 - 4) S : setuju
 - 5) STS : Sangat Tidak Setuju
4. Jawaban yang anda berikan akan dijaga dan dijamin kerahasiaannya.
5. Terima kasih atas perhatian dan kerjasama anda.

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
Aksesibilitas: berbagai macam kemudahan yang mampu diperoleh pengunjung dalam mengunjungi suatu obyek wisata						
1	Informasi tentang Srambang Park dapat dicari melalui media online					
2	Terdapat papan penunjuk jalan yang jelas untuk menuju ke Srambang Park					
3	Kondisi jalan menuju Srambang Park sangat baik sehingga mudah dilalui					
4	Srambang park memiliki area parkir yang luas dan aman untuk penitiapn kendaraan					
Daya Tarik: hal-hal yang menarik perhatian wisatawan yang dimiliki oleh suatu daerah tujuan wisata.						
1	Srambang Park memiliki pemandangan yang bagus sehingga membuat pengunjung merasakan kenyamanan					
2	Srambang Park memiliki tempat foto yang menarik					
3	Srambang park memiliki cinderamata atau oleh-oleh yang dapat dibeli					
Harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan untuk memperoleh manfaat atau kepemilikan atau penggunaan atas sebuah produk atau jasa.						
1	Harga tiket srambang park terjangkau					
2	Kualitas wisata srambang park sesuai dengan harga yang dibayarkan					
3	Harga tiket masuk dapat bersaing dengan wisata yang lain					
4	Harga tiket masuk srambang park sesuai dengan manfaat yang didapatkan					
minat berkunjung adalah suatu reaksi dari konsumen untuk menginginkan kunjungan terhadap suatu objek.						

1	Saya memiliki minat berkunjung ke srambang park					
2	Saya menyarankan wisata srambang park pada orang lain					
3	Saya menjadikan srambang park sebagai pilihan utama ketika berwisata					
4	Saya mencari informasi sebelum ke srambang park					

Lampiran 2. Tabulasi data

Variabel Aksesibilitas, Daya Tarik, Harga

x1. 1	x1. 2	x1. 3	x1. 4	x1	x2. 1	x2. 2	x2. 3	x2	x3. 1	x3. 2	x3. 3	x3. 4	x3
5	4	5	4	18	5	5	4	14	3	4	4	4	15
4	4	5	5	18	3	5	4	12	5	5	5	4	19
4	4	4	4	16	4	5	4	13	3	4	4	4	15
5	4	5	5	19	5	5	4	14	4	5	4	5	18
5	5	4	5	19	4	5	2	11	1	3	5	2	11
5	5	4	4	18	4	4	4	12	3	3	4	3	13
5	5	3	4	17	4	4	4	12	3	4	3	4	14
5	5	4	3	17	5	4	4	13	3	3	4	3	13
5	5	4	4	18	5	4	3	12	3	4	3	4	14
5	5	5	5	20	4	5	2	11	5	5	4	5	19
3	4	4	2	13	4	4	3	11	4	4	3	3	14
5	4	4	4	17	5	5	4	14	3	4	4	4	15
5	4	4	4	17	4	4	4	12	3	4	3	4	14
5	4	4	4	17	4	5	3	12	4	4	4	4	16
5	4	4	5	18	4	5	5	14	4	5	5	5	19
5	5	4	5	19	5	5	4	14	5	4	5	5	19
5	4	4	4	17	4	5	4	13	4	5	4	4	17
5	4	5	4	18	5	4	4	13	3	3	3	3	12
5	5	2	3	15	4	5	5	14	3	4	4	4	15
5	4	2	2	13	4	4	3	11	2	3	5	3	13

5	5	5	5	20	5	5	5	15	4	5	4	5	18
5	5	4	4	18	4	5	4	13	4	4	4	4	16
4	5	3	5	17	5	5	4	14	3	4	5	4	16
5	4	4	4	17	3	5	4	12	4	4	3	4	15
5	5	4	5	19	4	5	3	12	4	3	4	3	14
5	5	4	5	19	5	5	4	14	5	3	4	4	16
5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	4	3	3	15
5	5	5	5	20	5	5	5	15	4	4	5	5	18
4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16
5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	5	5	20
3	3	3	4	13	4	4	4	12	4	4	4	4	16
4	4	5	5	18	5	5	4	14	4	5	5	5	19
4	4	4	4	16	5	5	4	14	4	4	4	4	16
4	4	4	5	17	4	4	2	10	3	3	2	3	11
5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	5	5	20
5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	5	5	20
5	5	5	5	20	4	5	3	12	3	4	4	4	15
5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	5	5	20
5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	5	5	20
3	4	4	5	16	4	5	5	14	5	5	5	4	19
4	4	5	5	18	4	4	4	12	2	2	4	2	10
5	5	4	4	18	5	5	5	15	5	5	5	5	20
5	4	3	4	16	5	4	5	14	3	4	3	4	14
5	5	4	5	19	4	5	4	13	4	5	5	5	19
5	5	4	5	19	5	5	5	15	5	5	5	5	20
5	5	4	4	18	4	5	5	14	4	4	4	4	16
5	5	3	4	17	5	4	4	13	3	3	4	4	14
5	5	4	3	17	5	5	5	15	4	4	5	5	18
5	5	4	3	17	4	5	4	13	4	4	4	4	16
4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16
5	5	3	4	17	4	5	4	13	5	5	4	4	18
5	5	4	4	18	4	5	4	13	4	5	4	4	17
5	5	5	5	20	4	5	5	14	5	4	4	4	17
4	5	4	5	18	4	4	5	13	5	4	4	4	17
5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	5	5	20
4	4	5	5	18	4	5	5	14	5	5	4	5	19

4	4	5	5	18	4	5	5	14	4	5	4	5	18
4	4	4	5	17	4	5	5	14	5	5	5	5	20
4	5	4	5	18	5	5	4	14	4	5	4	4	17
5	4	5	5	19	4	4	5	13	5	5	5	4	19
5	5	4	5	19	5	4	4	13	4	4	4	5	17
4	5	4	4	17	4	5	4	13	4	4	4	5	17
4	5	4	5	18	4	4	5	13	4	5	4	5	18
4	4	4	4	16	5	5	4	14	4	4	5	4	17
4	5	5	4	18	5	4	5	14	4	4	4	4	16
5	5	3	4	17	4	5	5	14	4	4	3	4	15
4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16
4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16
4	4	4	4	16	4	5	4	13	4	5	4	5	18
4	3	2	4	13	4	4	4	12	4	4	4	4	16
5	5	4	5	19	5	5	5	15	4	4	4	4	16
5	5	5	4	19	5	4	5	14	4	5	5	5	19
4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16
5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	5	5	20
5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	5	5	20
4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16
4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16
5	4	5	5	19	5	5	4	14	5	5	5	5	20
5	5	4	4	18	4	5	4	13	4	5	4	4	17
5	5	5	5	20	5	5	4	14	5	5	5	5	20
5	5	4	5	19	5	5	4	14	5	5	5	5	20
4	5	3	4	16	4	5	2	11	4	4	2	4	14
5	5	3	4	17	5	5	4	14	5	4	4	4	17
5	5	5	4	19	3	5	5	13	5	5	5	5	20
4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16
5	5	5	4	19	5	5	5	15	4	4	5	4	17
5	5	5	4	19	5	5	4	14	5	5	4	4	18
4	5	5	4	18	4	5	4	13	4	4	4	4	16
4	5	5	4	18	4	5	4	13	4	4	4	4	16
4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16
4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16
5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	5	5	20

4	4	4	4	16	5	4	4	13	4	4	4	4	16
4	5	3	4	16	5	5	4	14	4	4	4	4	16
5	4	5	4	18	5	5	4	14	5	5	4	5	19
5	4	3	3	15	3	5	3	11	5	4	3	3	15
5	5	5	5	20	5	5	4	14	4	4	4	4	16
5	5	5	5	20	4	5	5	14	5	5	4	4	18
4	4	4	4	16	5	5	4	14	3	4	4	4	15
4	5	4	5	18	4	5	4	13	4	4	4	5	17

Variabel Minat Berkunjung

y1	y2	y3	y4	y
5	5	3	5	18
5	4	5	4	18
5	4	3	4	16
4	4	4	4	16
5	5	3	4	17
4	3	3	4	14
4	5	3	5	17
4	4	3	4	15
4	4	3	4	15
5	4	4	2	15
3	3	3	4	13
4	4	4	4	16
4	4	2	4	14
5	5	3	4	17
5	5	4	4	18
5	4	5	5	19
4	4	3	4	15
5	4	4	4	17
4	4	3	4	15
5	5	3	5	18
5	5	5	4	19
5	5	3	4	17

5	5	4	4	18
3	4	4	4	15
4	3	3	3	13
5	5	3	4	17
5	5	5	4	19
5	5	5	5	20
4	3	3	4	14
5	5	5	5	20
4	4	4	3	15
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	3	2	4	13
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
3	4	4	4	15
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	4	4	18
4	3	3	4	14
5	5	5	5	20
4	5	3	4	16
5	5	5	4	19
5	5	5	5	20
4	5	4	4	17
3	4	3	5	15
5	5	4	5	19
5	4	4	4	17
4	4	4	4	16
4	4	4	5	17
5	5	5	5	20
4	3	1	5	13
5	4	4	4	17
5	5	5	5	20
4	4	5	5	18
5	5	5	5	20
5	5	5	4	19

5	5	4	4	18
5	5	4	4	18
5	4	5	4	18
4	5	4	4	17
4	2	5	4	15
4	5	5	4	18
4	4	4	4	16
5	5	4	5	19
4	4	4	5	17
4	4	4	4	16
4	4	5	4	17
4	4	4	4	16
5	5	4	5	19
4	5	5	5	19
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	5	5	4	19
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	3	5	18
4	4	5	3	16
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	4	4	5	17
4	5	4	3	16
5	4	4	5	18
4	5	4	5	18
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	4	3	4	15

5	5	4	5	19
5	4	3	3	15
5	5	4	5	19
4	5	4	4	17
4	4	4	4	16
4	5	4	4	17

Lampiran 3. Deskripsi Responden

3. Jenis Kelamin

Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki-laki	34	34.0	34.0	34.0
Perempuan	66	66.0	66.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

4. Usia responden

U

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid <20 Tahun	71	71.0	71.0	71.0
21-30 Tahun	26	26.0	26.0	97.0
31-40 tahun	2	2.0	2.0	99.0
>40 Tahun	1	1.0	1.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

5. Kecamatan Responden

kecamatan

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid bringin	5	5.0	5.0	5.0
geneng	4	4.0	4.0	9.0
gerih	5	5.0	5.0	14.0
jogorogo	7	7.0	7.0	21.0
karangjati	4	4.0	4.0	25.0
kedunggalar	8	8.0	8.0	33.0
kendal	6	6.0	6.0	39.0
kwadungan	5	5.0	5.0	44.0
kasreman	6	6.0	6.0	50.0
mantingan	4	4.0	4.0	54.0
ngawi	7	7.0	7.0	61.0
ngrambe	4	4.0	4.0	65.0
padas	5	5.0	5.0	70.0
pangkur	6	6.0	6.0	76.0
paron	11	11.0	11.0	87.0
pitu	4	4.0	4.0	91.0
sine	5	5.0	5.0	96.0
widodaren	4	4.0	4.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Lampiran 4. Analisis Statistik Deskriptif

1. Variabel Aksesibilitas

Statistics

	x1.1	x1.2	x1.3	x1.4
N Valid	103	103	103	103
Missing	0	0	0	0
Mean	4.5825	4.5631	4.1942	4.3592
Median	5.0000	5.0000	4.0000	4.0000
Mode	5.00	5.00	4.00	4.00
Std. Deviation	.55172	.53633	.74173	.66942
Minimum	3.00	3.00	2.00	2.00
Maximum	5.00	5.00	5.00	5.00

2. Variabel Daya Tarik

Statistics

		x2.1	x2.2	x2.3
N	Valid	103	103	103
	Missing	0	0	0
Mean		4.4078	4.6990	4.1942
Median		4.0000	5.0000	4.0000
Mode		4.00	5.00	4.00
Std. Deviation		.56771	.46092	.72839
Minimum		3.00	4.00	2.00
Maximum		5.00	5.00	5.00

3. Variabel Harga

Statistics

		x3.1	x3.2	x3.3	x3.4
N	Valid	103	103	103	103
	Missing	0	0	0	0
Mean		4.0874	4.2718	4.1650	4.2136
Median		4.0000	4.0000	4.0000	4.0000
Mode		4.00	4.00	4.00	4.00
Std. Deviation		.80570	.65968	.67297	.68098
Minimum		1.00	2.00	2.00	2.00
Maximum		5.00	5.00	5.00	5.00

4. Variabel Minat Berkunjung

Statistics

		x3.1	x3.2	x3.3	x3.4
N	Valid	103	103	103	103
	Missing	0	0	0	0
Mean		4.0874	4.2718	4.1650	4.2136
Median		4.0000	4.0000	4.0000	4.0000
Mode		4.00	4.00	4.00	4.00
Std. Deviation		.80570	.65968	.67297	.68098
Minimum		1.00	2.00	2.00	2.00
Maximum		5.00	5.00	5.00	5.00

Lampiran 5. Uji Instrumen Data

1. Uji Validitas

b. Variabel Aksesibilitas

Correlations

		x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1
x1.1	Pearson Correlation	1	.509**	.166	.118	.598**
	Sig. (2-tailed)		.000	.099	.241	.000
	N	100	100	100	100	100
x1.2	Pearson Correlation	.509**	1	.185	.235*	.648**
	Sig. (2-tailed)	.000		.066	.019	.000
	N	100	100	100	100	100
x1.3	Pearson Correlation	.166	.185	1	.509**	.744**
	Sig. (2-tailed)	.099	.066		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
x1.4	Pearson Correlation	.118	.235*	.509**	1	.723**
	Sig. (2-tailed)	.241	.019	.000		.000

	N	100	100	100	100	100
x1	Pearson Correlation	.598**	.648**	.744**	.723**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	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).

c. Variabel Daya Tarik

Correlations

		x2.1	x2.2	x2.3	x2
x2.1	Pearson Correlation	1	.141	.270**	.686**
	Sig. (2-tailed)		.161	.007	.000
	N	100	100	100	100
x2.2	Pearson Correlation	.141	1	.145	.536**
	Sig. (2-tailed)	.161		.151	.000
	N	100	100	100	100
x2.3	Pearson Correlation	.270**	.145	1	.785**
	Sig. (2-tailed)	.007	.151		.000
	N	100	100	100	100
x2	Pearson Correlation	.686**	.536**	.785**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

d. Variabel Harga

Correlations

		x3.1	x3.2	x3.3	x3.4	x3
x3.1	Pearson Correlation	1	.672**	.321**	.587**	.815**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
x3.2	Pearson Correlation	.672**	1	.432**	.761**	.880**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
x3.3	Pearson Correlation	.321**	.432**	1	.484**	.679**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
x3.4	Pearson Correlation	.587**	.761**	.484**	1	.868**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
x3	Pearson Correlation	.815**	.880**	.679**	.868**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

e. Variabel Minat Berkunjung

Correlations

		y1	y2	y3	y4	y
y1	Pearson Correlation	1	.581**	.365**	.293**	.734**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.003	.000
	N	100	100	100	100	100
y2	Pearson Correlation	.581**	1	.407**	.388**	.800**

	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
y3	Pearson Correlation	.365**	.407**	1	.256*	.750**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.010	.000
	N	100	100	100	100	100
y4	Pearson Correlation	.293**	.388**	.256*	1	.635**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.010		.000
	N	100	100	100	103	103
y	Pearson Correlation	.734**	.800**	.750**	.635**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	103	103

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

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

2. Uji Reliabilitas

a. Variabel Aksesibilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.658	4

b. Variabel Daya Tarik

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.610	3

c. Variabel Harga

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.839	4

d. Variabel Minat Berkunjung**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.779	4

Lampiran 6. Uji Asumsi Klasik**1. Uji Normalitas****One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.34097412
Most Extreme Differences	Absolute	.087
	Positive	.072
	Negative	-.087
Test Statistic		.087
Asymp. Sig. (2-tailed)		.059 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

2. Uji Multikolinearitas**Coefficients^a**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	X1	,221	4,529
	X2	,177	5,642
	X3	,253	3,956

a. Dependent Variable: Y

3. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-8,516	6,956		-1,224	,223
	Ln _{x1}	-2,365	4,832	-,092	-,489	,625
	Ln _{x2}	1,506	5,202	,062	,289	,773
	Ln _{x3}	3,078	4,687	,117	,657	,513

a. Dependent Variable: Lnei2

Lampiran 7. Hasil Analisis Regresi

Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,942	,776		5,081	,000
	X1	,417	,087	,468	4,773	,000
	X2	,030	,093	,036	,325	,746
	X3	,360	,083	,397	4,337	,000

a. Dependent Variable: Y

Lampiran 8. Hasil Uji Hipotesis

1. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,856 ^a	,733	,727	,71718

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

b. Dependent Variable: Y

2. Uji t**Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	3,942	,776		5,081	,000		
X1	,417	,087	,468	4,773	,000	,221	4,529
X2	,030	,093	,036	,325	,746	,177	5,642
X3	,360	,083	,397	4,337	,000	,253	3,956

a. Dependent Variable: Y

3. Uji F**ANOVA^a**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	177,816	3	59,272	115,238	,000 ^b
	Residual	64,807	126	,514		
	Total	242,623	129			

a. Dependent Variable: Y

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

Lampiran 9. Jadwal Penelitian

NO	Bulan	Januari				Februari				Maret				april				Mei			
	Kegiatan	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Penyusunan Proposal	V	V	V																	
2	Konsultasi	V			V	V	V	V		V	V	V		V		V	V	V	V		
3	Revisi Proposal															V	V				
4	Pendaftaran Seminar												V								
5	Seminar Proposal													V							
6	Pengumpulan data															V	V	V			
7	Analisis Data																	V	V		
8	Pendaftaran Munaqosah																	V			
9	Ujian Munaqosah																			V	
10	Revisi Munaqosah																			V	V

Lampiran 10. Daftar Riwayat Hidup

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

1. DATA PRIBADI

Nama Lengkap : Muhammad Nuur Tasniim
Jenis Kelamin : Laki - laki
Tempat, Tanggal Lahir : Ngawi, 9 Juli 2001
Agama : Islam
Prodi/Fakultas : Manajemen Bisnis Syariah/FEBI
Alamat : Bungur 09/03, Gelung, Paron, Ngawi

2. RIWAYAT PENDIDIKAN

MIN Gelung
MTsN Negri Paron
MAN 2 Ngawi
UIN Raden Mas Said Surakarta