

# Pengaruh Unsur Pokok Produk Pariwisata terhadap Peningkatan Jumlah Pengunjung di Taman Wisata Matahari Cilember, Bogor

Martinus Hia<sup>1)</sup>

<sup>1)</sup> Prodi Perhotelan/Pariwisata, Universitas Kalbis  
Jalan Pulomas Selatan Kav. 22, Jakarta 13210  
Email: [martinus.hia@kalbis.ac.id](mailto:martinus.hia@kalbis.ac.id)

**Abstract:** This study aims to determine the influence of the main elements of tourism on increasing the number of visitors at Matahari Tourism Park. There are four variables in this research, namely attractions, accessibility and amenities and an increase in the number of visitors. This research uses quantitative methods using random sampling techniques. Distribution of closed questionnaires to 100 respondents who were visitors to Matahari Tourism Park. The tests used in this research are validity testing, reliability testing, hypothesis testing and multiple regression analysis. The results of this research show that the variables of attraction, accessibility and amenities influence the increase in the number of visitors at Matahari Cilember Tourism Park at the same time.

**Keywords:** accessibility, amenities, attraction, increase in the number of visitors

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh unsur pokok pariwisata terhadap peningkatan jumlah pengunjung di Taman Wisata Matahari. Terdapat empat variabel dalam penelitian ini, yaitu atraksi, aksesibilitas dan amenities dan peningkatan jumlah pengunjung. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan teknik random sampling. Penyebaran kuesioner secara tertutup sebanyak 100 responden yang merupakan pengunjung di Taman Wisata Matahari. Uji yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji hipotesis dan analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel atraksi, aksesibilitas, dan amenities berpengaruh terhadap peningkatan jumlah pengunjung di Taman Wisata Matahari Cilember dalam waktu yang bersamaan.

**Kata kunci:** aksesibilitas, amenities, atraksi, peningkatan jumlah pengunjung

## I. PENDAHULUAN

Paradigma pembangunan di banyak negara kini lebih berorientasi kepada pengembangan industri jasa, termasuk di dalamnya adalah industri pariwisata. Sektor pariwisata saat ini semakin diperhitungkan sebagai kontributor penting dalam pertumbuhan ekonomi global. Tren global saat ini menunjukkan bahwa sektor pariwisata rata-rata tumbuh sekitar 7% per tahun dan memberikan kontribusi 25% dan total nilai tren pertumbuhan pariwisata global tersebut yang tentunya akan memberikan dampak yang cukup signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional.

Perkembangan pariwisata di Indonesia terutama didasarkan pada faktor potensi kepariwisataan Indonesia yang berpeluang besar untuk mendatangkan wisatawan. Peluang untuk memajukan pariwisata, terutama ditentukan oleh potensi kepariwisataan yang dimiliki oleh Indonesia. Tanpa adanya obyek dan daya tarik wisata yang menjadi tujuan, wisatawan tidak akan melakukan suatu perjalanan wisata. Potensi kepariwisataan yang dimiliki Indonesia sangat beragam.

Undang-undang kepariwisataan nomor 10 tahun 2009 mengatakan bahwa bahwa keadaan alam, flora, dan fauna, sebagai karunia Tuhan Yang Maha Esa, serta peninggalan purbakala, peninggalan sejarah, seni, dan

budaya yang dimiliki bangsa Indonesia merupakan sumber daya dan modal pembangunan kepariwisataan untuk peningkatan kemakmuran dan kesejahteraan rakyat sebagaimana terkandung dalam Pancasila dan Pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Menurut undang-undang kepariwisataan pasal 1 ayat 6 mengatakan bahwa “Destinasi pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang didalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan”.

Dampak dan penurunan tingkat kunjungan wisatawan ke Taman Wisata Matahari yaitu: *image* perusahaan menjadi menurun, tingkat persaingan menjadi semakin tinggi, dan biaya promosi menjadi sangat tinggi. Untuk mengatasi hal-hal tersebut Taman Wisata Matahari melakukan kegiatan pemasaran dengan melakukan strategi produk wisata yang didalamnya terdiri dari atraksi wisata, aksesibilitas dan amenities.

Menurut Gamal Suwanto (2004:48) Produk wisata bukanlah suatu produk yang nyata. Produk wisata merupakan suatu rangkaian jasa yang tidak hanya mempunyai segi-segi yang bersifat ekonomis, tetapi juga yang bersifat sosial, psikologis dan alam, walaupun produk wisata itu sendiri sebagian besar dipengaruhi oleh tingkah laku ekonomi. Berdasarkan hal tersebut maka produk wisata merupakan rangkaian dan berbagai jasa yang

saling terkait, yaitu jasa yang dihasilkan berbagai perusahaan (segi ekonomis), jasa masyarakat (segi sosial/psikologis) dan jasa alam.

- a. Jasa yang disediakan perusahaan antara lain jasa angkutan, penginapan, pelayanan makan minum, jasa *tour*, dan sebagainya.
- b. Jasa yang disediakan masyarakat dan pemerintah antara lain berbagai prasarana utilitas umum, kemudahan, keramahan, adat istiadat, seni budaya, dan sebagainya.
- c. Jasa yang disediakan alam antara lain pemandangan alam, pegunungan, pantai, gua alam, taman laut, dan sebagainya.

Menurut Gamal Suwanto (2004:48) produk wisata juga merupakan gabungan dan berbagai komponen, antara lain : (1) Atraksi suatu daerah tujuan wisata, (2) Fasilitas/amenitas yang tersedia, (3) Aksesibilitas ke dan dari daerah tujuan wisata. Berdasarkan fenomena yang terjadi, Taman Wisata Matahari perlu melakukan upaya untuk mengatasi masalah yang ada, salah satunya yaitu melalui produk wisata yang dimiliki Taman Wisata Matahari, yang terdiri dari atraksi, amenities dan aksesibilitas

Atraksi wisata yang terdapat di Taman Wisata Matahari seperti, setiap pengunjung bisa bermain dengan wisata air kolam yang cukup luas antara lain (*paddle boat*, perahu karet, *bumper boat*, *tubing adventure*, *water ball* dan *rowing boat*), kolam renang, wahana pendidikan alam, education program, wahana permainan anak-anak, *outdoor activity* dan lain-lain.

Amenitas yang tersedia di Kawasan Taman Wisata Matahari seperti depan merupakan tempat penjualan tiket, 6 villa, 6 kamar bakendam, 1 buah mushola, 1 kantor informasi. 1 buah rumah dinas, setiap tempat arena permainan ada MCK, arena bermain anak, arena *outbound* dan *cottage* dengan berbagai tipe kamar disertai fasilitas yang terdapat didalamnya, fasilitas saung, rumah bambu, Manado, aula Pendopo dan lain-lain.

Aksesibilitas menuju Taman Wisata Matahari, dapat diakses dengan sangat mudah. Pengunjung bisa menggunakan kendaraan pribadi maupun kendaraan umum. Taman Wisata Matahari lebih dekat alat transportasi darat sehingga pengunjung akan lebih mudah mengunjungi Taman Wisata Matahari. Jarak dan Kota Bandung menuju Taman Wisata Matahari hanya berjarak sekitar 46 Km dan Kota Bandung dan dapat ditempuh sekitar 2 jam dengan menggunakan kendaraan pribadi atau umum dan dengan Jakarta sekitar 40 km dan dapat ditempuh sekitar 1,5 jam baik kendaraan umum pribadi, lebih praktis lagi dengan menggunakan kereta api sampai ke Bogor. Dengan melakukan strategi atribut produk wisata perusahaan berharap dapat menarik konsumen untuk mengunjungi Kawasan Taman Wisata Matahari.

Selain itu juga sumber daya alam yang dimiliki Taman Wisata Matahari dapat dimanfaatkan untuk berwisata khususnya untuk kegiatan education program (agro sawah, animal world adventure, predator world adventure dan pendidikan wisata alam lainnya). Keadaan lingkungan yang masih segar alami

dengan banyaknya ditumbuhi pepohonan yang menghasilkan udara yang segar dan sejuk menambah daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Oleh karena itu komponen produk wisata merupakan faktor penting bagi wisatawan maupun bagi Taman Wisata Matahari.

Oleh karena itu penulis perlu mengadakan penelitian mengenai produk wisata dan peningkatan jumlah pengunjung di Taman Wisata Matahari, sehingga penelitian ini diberi judul "*Pengaruh Unsur Pokok Produk Pariwisata Terhadap Peningkatan Jumlah Pengunjung di Taman Wisata Matahari Cilemer, Bogor*".

## **II. METODE PENELITIAN**

### **1. Populasi dan Sampel**

Parsipan pada riset ini adalah responden yang sesuai dengan kriteria yang ditetapkan. Kriteria pencarian responden penelitian, antaran lain :

- a. Responden penelitian ini adalah individu berusia 20 – 60 tahun
- b. Bertempat tinggal di Jabodetabek
- c. Latar belakang pekerjaan yaitu wiraswasta, pegawai, mahasiswa

### **2. Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan model konklusif kausal yaitu sebab akibat yang mencari hubungan antara satu variable dengan variable lainnya. Adapun objek penelitian adalah pengunjung TWM. Sedangkan pendekatan adalah pendekatan kuantitatif. Menurut Sugoyono (2010 : 8 ) menjelaskan bahwa “ studi kuantitatif

merupakan studi dengan angka dan bukan hanya kualitas “. Untuk data penelitian adalah data primer dari responden, penyebaran kuesioner dilakukan untuk mendapatkan hasil temuan dan kemudian menarik kesimpulan dari hipotesis awal.

### 3. Hipotesis Penelitian

Hipotesis dalam penelitian ini adalah

Berdasarkan landasan teori dan model penelitian yang dipergunakan, maka hipotesa tersebut dapat dinyatakan :

1.  $H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = 0 \rightarrow$  Tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel X (Atraksi, Aksesibilitas dan Amenitas) terhadap peningkatan jumlah pengunjung untuk memilih Taman Wisata Matahari sebagai destinasi wisata

$H_1 : b_1 = b_2 = b_3 \neq 0 \rightarrow$  ada pengaruh yang signifikan antara variabel X (Atraksi, Aksesibilitas dan Amenitas) terhadap peningkatan jumlah pengunjung untuk memilih Taman Wisata Matahari sebagai destinasi wisata

2.  $H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = 0 \rightarrow$  Tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel X (Atraksi) terhadap peningkatan jumlah pengunjung untuk memilih Taman Wisata Matahari sebagai destinasi wisata

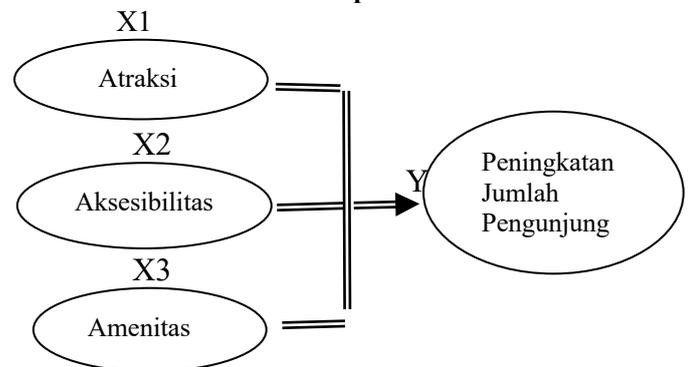
$H_1 : b_1 = b_2 = b_3 \neq 0 \rightarrow$  ada pengaruh yang signifikan antara variabel X (Atraksi) terhadap peningkatan jumlah pengunjung untuk memilih Taman

Wisata Matahari sebagai destinasi wisata

3.  $H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = 0 \rightarrow$  Tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel X ( Aksesibilitas) terhadap peningkatan jumlah pengunjung untuk memilih Taman Wisata Matahari sebagai destinasi wisata

### 4. Model Konseptual Penelitian

Gambar 1 Model Konseptual Penelitian



### 5. Jenis, Sumber Data dan Teknik Pengambilan Data

Berdasarkan jenisnya maka penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan data primer yang mencari hubungan dari variabel-variabel penelitian. Peneliti mendapatkan sampel dengan menyebarkan kuesioner yang di isi oleh responden. Untuk mengukurnya maka digunakan skala *likert 1 – 5*

## III. PEMBAHASAN

### A. Analisis Data

#### 1. Analisis Koefisien Korelasi Berganda

Analisis koefisien korelasi berganda dijabarkan untuk mengetahui besarnya pengaruh atau hubungan antara variabel X dengan variabel Y secara keseluruhan. Berikut ini tabel hasil olah data:

**Tabel 1 Nilai Koefisien Korelasi Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std Error of the Estimate	Durbin Watson
1	0,576	0,569	0,552	4,3382	2,161

- a. Predictor (constant) : ATRAKSI, AKSESIBILITAS DAN AMENITAS
- b. Dependent Variables : PENINGKATAN JUMLAH PENGUNJUNG

Durbin Watson digunakan untuk menguji asumsi non-autokorelasi untuk regresi, karena nilai diatas mendekati angka dua maka asumsinya terpenuhi.

Jika dilihat dari nilai R, maka menunjukkan bahwa R sebesar 0,576 berarti variabel atraksi, aksesibilitas dan amenitas memiliki hubungan yang positif dengan peningkatan jumlah pengunjung (Y). Nilai R<sup>2</sup> = 0,569 berarti sekitar 57% peningkatan jumlah pengunjung bisa dijelaskan oleh variabel atraksi, aksesibilitas dan amenitas, sedangkan sisanya, sebesar 43% dijelaskan oleh sebab faktor-faktor lain selain variabel-variabel tersebut.

## 2. Analisis Koefisien Korelasi Parsial

Uji korelasi digunakan untuk mengetahui hubungan antara masing-masing variabel yang diuji dalam penelitian ini. Nilai korelasi Pearson yang tercantum pada tabel adalah nilai r hitung. Angka tersebut menunjukkan bagaimana korelasi antara satu variabel dengan variabel yang lain seperti tertulis pada tabel 2.

Nilai 0,329 menunjukkan korelasi yang rendah antara atraksi dan peningkatan jumlah pengunjung. Hubungannya positif, yang berarti semakin positif atraksi responden terhadap TWM akan meningkatkan peningkatan jumlah pengunjung ke TWM.

Nilai 0,288 menunjukkan korelasi yang lemah antara aksesibilitas dengan peningkatan jumlah pengunjung. Hubungannya positif, yang berarti semakin tinggi aksesibilitas responden terhadap TWM akan meningkatkan peningkatan jumlah pengunjung ke TWM

Nilai 0,117 menunjukkan korelasi yang rendah antara amenitas dengan peningkatan jumlah pengunjung. Hubungannya positif, yang berarti semakin besar amenitas mempengaruhi responden untuk berkunjung ke TWM akan meningkatkan peningkatan jumlah pengunjung ke TWM

Nilai 0,575 menunjukkan korelasi yang cukup kuat dan positif antara atraksi pengunjung dengan amenitas. Dan nilai 0,648 menunjukkan korelasi yang kuat dan positif antara atraksi dan aksesibilitas. Sedangkan dari semua tingkat korelasi tidak terdapat yang hubungannya negatif.

**Tabel 2 Korelasi antar Variabel Item – Total Statistik**

	TINGKAT PENGUNJUNG	ATRAKSI	AKSESIBILITAS	AMENITAS
Pearson Correlation	1,000	0,329	0,117	0,288
TINGKAT PENGUNJUNG				
ATRAKSI	0,329	1,000	0,646	0,575
AKSESIBILITAS	0,288	0,575	0,534	1,000
AMENITAS	0,117	0,646	1,000	0,534
Sig. (1-tailed)				
TINGKAT PENGUNJUNG	,	0,000	0,122	0,002
ATRAKSI	0,000	,	0,000	0,000
AKSESIBILITAS	0,002	0,000	0,000	,
AMENITAS	0,122	0,000	,	0,000
N				
TINGKAT PENGUNJUNG	100	100	100	100
ATRAKSI	100	100	100	100
AKSESIBILITAS	100	100	100	100
AMENITAS	100	100	100	100

Untuk mengetahui apakah suatu variabel signifikan atau tidak, maka kita akan melihat pada nilai yang tercantum pada sig (1-tailed) atau probabilitas. Korelasi dikatakan signifikan apabila r hitung lebih besar daripada r tabel, atau nilai dari probabilitasnya kurang dari taraf kesalahan (0,05)

Dari tabel ini dapat dilihat bahwa hanya variabel bebas atraksi, aksesibilitas dan amenitas memiliki hubungan signifikan terhadap variabel terikat (peningkatan jumlah pengunjung) karena memiliki probabilitas dibawah 0,05.

- Probabilitas atraksi terhadap Peningkatan Jumlah 0,000 < 0,05, signifikan
- Probabilitas aksesibilitas terhadap Peningkatan Jumlah 0,002 < 0,05, signifikan
- Probabilitas amenitas terhadap Peningkatan Jumlah 0,122 < 0,05, tidak signifikan

**B. Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas dan Amenitas terhadap Peningkatan Jumlah Pengunjung Taman Wisata Matahari Bogor**

Dengan menggunakan analisis regresi linear berganda, penulis menganalisis pengaruh Atraksi, Aksesibilitas dan Amenitas terhadap peningkatan jumlah Pengunjung Taman Wisata Matahari Bogor.

Adapun bentuk persamaan regresinya adalah :

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

Keterangan :

= Peningkatan jumlah pengunjung untuk memilih TWM sebagai destinasi wisata

X<sub>1</sub> = Atraksi responden terhadap produk TWM

X<sub>2</sub> = Aksesibilitas

X<sub>3</sub> = Amenitas

b<sub>0</sub> = Konstanta

b<sub>0</sub>,....., b<sub>5</sub>= Koefisien Regresi

Berdasarkan perhitungan dari hasil pengolahan kuesioner yang ada dihasilkan analisis regresi adalah seperti yang tercantum pada tabel berikut :

**Tabel 3 Hasil Regresi Linear Berganda Coefficients**

Model	Unstandardized Coefficients		Unstandardized Coefficients	T	Sig	Collinearity Statistic	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	13,861	4,196		3,303	0,001		
ATRAKSI	0,365	0,136	0,355	2,685	0,009	0,508	1,967
AKSESIBILITAS	0,234	0,136	0,219	2,214	0,020	0,543	1,841
AMENITAS	0,176	0,104	0,201	1,684	0,045	0,624	1,603

a. Dependent Variables : PENINGKATAN JUMLAH PENGUNJUNG

Nilai VIF digunakan untuk menguji asumsi non-multikolinieritas dalam regresi. Ada masalah muttikolinieritas jika nila VIF lebih dari 10. Karena nila VIF pada tabel di atas semuanya kurang dari 10 maka tidak terjadi masalah multikolinieritas. Dengan kata lain, asumsi non-multikolinieritas sudah terpenuhi.

\*Multikolinieritas artinya ada hubungan yang sempurna antara variabel bebas (antar sesama X).

**Tabel 4 Hasil Coefficients**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	13,861	4,196		3,303	0,001
Atraksi	0,365	0,136	0,355	2,685	0,009
Aksesibilitas	0,234	0,136	0,219	2,214	0,020
Amenitas	0,176	0,104	0,201	1,684	0,045
<b>R</b>	0,576				
<b>R<sup>2</sup></b>	0,569				
<b>Adjusted R<sup>2</sup></b>	0,552				
<b>N</b>	100				

Dependent Variable: Peningkatan Jumlah pengunjung

Dari hasil regressi di tabel 4.2, maka persamaan yang dihasilkan pada penelitian ini, adalah :

$$Y = 13,861 + 0,365 X_1 + 0,234 X_2 + 0,176 X_3 + e$$

**1. Uji Hipotesa**

Uji F dan uji t digunakan untuk membuktikan pengaruh atraksi, aksesibilitas dan amenitas terhadap peningkatan jumlah pengunjung untuk memilih Taman Wisata Matahari sebagai desinasi wisata. Pengaruh

masing-masing variabel terikat terhadap peningkatan jumlah diuji secara secara serempak (uji F) dan individual (uji t) dengan asumsi bahwa variabel yang lain tetap atau konstan. Kemudian dilanjutkan dengan pengujian koefisien korelasi berganda dan koefisien korelasi parsial. Berdasarkan hasil perhitungan maka diperoleh hasil sebagai berikut :

**2. Uji Secara Serentak**

Uji F adalah uji simultan yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat. Uji ini dilakukan untuk menguji hipotesis yang pertama, yaitu pengaruh atraksi, aksesibilitas dan amenitas terhadap Peningkatan Jumlah.

• Perumusan hipotesis

Ho :  $b_1 = b_2 = b_3 = 0$  (Tidak ada pengaruh yang signifikan antara seluruh variabel bebas, yaitu atraksi, aksesibilitas dan amenitas sebagai destinasi wisata)

Ha :  $b_1 = b_2 = b_3 \neq 0$  (Ada pengaruh yang signifikan antara seluruh variabel bebas, yaitu atraksi, aksesibilitas dan amenitas, terhadap

Peningkatan Jumlah pengunjung untuk memilih TWM sebagai destinasi wisata).

Hasil perhitungan untuk uji F adalah sebagai berikut:

**Tabel 5 Hasil F**

F <sub>-statistik</sub>	Signifikansi	F <sub>-tabel</sub>
<b>5,586</b>	<b>0,001</b>	<b>2,699</b>

### Kriteria Pengujian

Kriterian pertama berdasarkan uji F, diketahui F hitung adalah 5,586 dengan tingkat signifikansi 0,001 atau probabilitasnya jauh dibawah 0,05. Dengan hasil tersebut, maka dapat dikatakan bahwa secara bersama-sama variabel atraksi, aksesibilitas dan amenitas mempengaruhi peningkatan jumlah pengunjung untuk memilih TWM sebagai destinasi wisata.

Kriteria yang kedua adalah apabila  $F_{\text{statistik}} > F_{\text{-tabel}}$ , maka  $H_0$  ditolak, artinya secara simultan variabel atraksi, aksesibilitas dan amenitas berpengaruh signifikan terhadap peningkatan jumlah pengunjung untuk memilih TWM sebagai destinasi wisata.

Bila  $F_{\text{-statistik}} \leq F_{\text{-tabel}}$ , maka  $H_0$  diterima, artinya secara simultan variabel atraksi, aksesibilitas dan amenitas tidak berpengaruh signifikan terhadap peningkatan jumlah pengunjung untuk memilih TWM sebagai destinasi wisata

Dengan *level of significant* ( $\alpha$ ) 5 % dk pembilang(V1) = jumlah variabel-1 ( $k-1$ ) = 4-1 = 3, dk penyebut:(V2) =  $n-k = 100-4 = 96$ , diperoleh  $F_{\text{-tabel}} = 2,699$

- Statistik uji F = 5,586
- Hasil uji :

Diperoleh nilai  $F_{\text{-statistik}} = 5,585 > F_{\text{-tabel}} = 2,699$ , maka  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima, artinya ada pengaruh secara simultan antara variabel atraksi ( $X_1$ ), aksesibilitas ( $X_2$ ) dan amenitas ( $X_3$ ) berpengaruh signifikan terhadap peningkatan jumlah pengunjung untuk memilih TWM sebagai destinasi wisata (Y).

Dengan demikian bisa dikatakan bahwa hipotesis pertama yang menyatakan bahwa atraksi, aksesibilitas dan amenitas mempengaruhi peningkatan jumlah pengunjung untuk memilih TWM sebagai destinasi wisata terbukti.

### 3. Uji Secara Parsial

Hasil pengolahan data menghasilkan t hitung sebagaimana tercantum pada table

**Tabel 6 Hasil Uji t**

Variabel Bebas	T hitung	T tabel
Atraksi	2,685	1,984
Aksesibilitas	2,214	1,984
Amenitas	1,684	1,984

- Pengujian pengaruh variabel atraksi ( $X_1$ ) terhadap variabel peningkatan jumlah pengunjung untuk memilih TWM sebagai destinasi wisata (Y).
  - Dengan taraf nyata ( $\alpha$ ) = 5% = 0,05 dan dengan derajat kebebasan (*degree of freedom*) yaitu :  $df = (n-k) = 100 - 4 = 96$ , diperoleh  $t_{\text{-tabel}} = 1,984$  dan dari hasil regresi berganda diperoleh  $t_{\text{-statistik}} = 2,685$
  - Berdasarkan hasil olah data diperoleh nilai  $t_{\text{-statistik}} = 2,685 > t_{\text{-tabel}} 1,984$ , maka diartikan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara atraksi ( $X_1$ ) terhadap variabel Peningkatan Jumlah pengunjung untuk memilih TWM sebagai destinasi wisata (Y).
  - Hal ini berarti hipotesis kedua bahwa atraksi ( $X_1$ ) mempengaruhi peningkatan jumlah pengunjung untuk memilih TWM sebagai destinasi wisata (Y) terbukti.

b. Pengujian pengaruh variabel aksesibilitas ( $X_2$ ) terhadap variabel Peningkatan Jumlah pengunjung untuk memilih TWM sebagai destinasi wisata (Y).

- Dengan taraf nyata ( $\alpha$ ) = 5% = 0,05 dan dengan derajat kebebasan (*degree of freedom*) yaitu :  $df = (n-k) = 100 - 4 = 96$ , diperoleh

$t_{\text{-tabel}} = 1,984$  dan dari hasil regresi berganda diperoleh  $t_{\text{-statistik}} = 2,214$

- Berdasarkan hasil olah data diperoleh nilai  $t_{\text{-statistik}} = 2,214 < t_{\text{-tabel}} 1,984$ , maka dinyatakan bahwa mempunyai pengaruh negatif dan signifikan antara aksesibilitas ( $X_2$ ) terhadap variabel peningkatan jumlah pengunjung untuk memilih TWM sebagai destinasi wisata (Y).
- Hal ini berarti hipotesis ketiga bahwa aksesibilitas ( $X_2$ ) mempengaruhi peningkatan jumlah pengunjung untuk memilih TWM sebagai destinasi wisata (Y) terbukti

c. Pengujian pengaruh variabel amenitas ( $X_3$ ) terhadap variabel peningkatan jumlah pengunjung untuk memilih TWM sebagai destinasi wisata (Y).

- Dengan taraf nyata ( $\alpha$ ) = 5% = 0,05 dan dengan derajat kebebasan (*degree of freedom*) yaitu :  $df = (n-k) = 100 - 4 = 94$ , diperoleh  $t_{\text{-tabel}} = 1,984$  dan dari hasil regresi diperoleh  $t_{\text{-statistik}} = 1,684$
- hasil olah data diperoleh nilai  $t_{\text{-statistik}} = 1,684 > t_{\text{-tabel}} 1,984$ , maka dijelaskan bahwa mempunyai pengaruh positif dan tidak signifikan antara amenitas ( $X_3$ ) terhadap variabel peningkatan jumlah

pengunjung untuk memilih TWM sebagai destinasi wisata (Y)

- Hal ini berarti hipotesis keempat bahwa amenitas ( $X_3$ ) mempengaruhi peningkatan jumlah pengunjung tetapi tidak signifikan untuk memilih TWM sebagai destinasi wisata (Y).

### **C. Interpretasi Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas dan Amenitas terhadap Peningkatan Jumlah Pengunjung TWM**

Untuk menguji pengaruh terhadap pengunjung Taman Wisata Matahari, penulis menggunakan analisis regresi linear berganda. Setelah melalui uji secara serempak (uji F) diperoleh hasil bahwa hipotesis nol ditolak dan uji secara parsial (t), diperoleh hasil bahwa atraksi mempengaruhi peningkatan jumlah pengunjung secara positif dan signifikan, aksesibilitas mempengaruhi peningkatan jumlah pengunjung secara positif dan signifikan sedangkan untuk amenitas mempengaruhi peningkatan jumlah pengunjung secara positif dan tidak signifikan. Hal ini berarti ketiga variabel bebas (atraksi, aksesibilitas dan amenitas) yang digunakan secara serempak terbukti mempengaruhi variabel terikatnya (Peningkatan Jumlah Pengunjung) secara positif dan signifikan sedangkan uji secara parsial variabel atraksi dan aksesibilitas terbukti mempengaruhi peningkatan jumlah pengunjung secara positif dan signifikan, sedangkan amenitas mempengaruhi secara positif dan tidak signifikan. Secara rinci, hasil penelitian ini memberikan hasil sebagai berikut:

**a. Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas dan Amenitas secara bersama-sama terhadap Peningkatan Jumlah Pengunjung TWM**

Analisis korelasi yang dilakukan, telah membuktikan bahwa terdapat korelasi yang positif antar keempat variabel tersebut.  $R^2$  sebesar 57% menjelaskan mengindikasikan bahwa variabel bebas dalam penelitian ini bisa menjelaskan 57% variabel terikatnya.

Untuk mengetahui pengaruh ketiga variabel tersebut terhadap peningkatan jumlah, Uji F yang digunakan untuk menguji hipotesis pertama: Atraksi, Aksesibilitas dan Amenitas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Peningkatan Jumlah Pengunjung TWM.

Berdasarkan uji F tersebut, diketahui F hitung adalah 5,585 dengan tingkat signifikansi 0,001 atau probabilitasnya jauh dibawah 0,05 dan Diperoleh nilai  $F_{\text{-statistik}} = 5,585 > F_{\text{-tabel}} = 2,699$ . Ini berarti Atraksi, Aksesibilitas dan Amenitas secara bersama-sama terbukti berpengaruh signifikan terhadap peningkatan jumlah Pengunjung TWM.

Dari hasil analisis regresi linear berganda, persamaan yang dihasilkan untuk menunjukkan hubungan keempat variabel tersebut adalah:

$$Y = 13,861 + 0,365 X_1 + 0,234 X_2 + 0,176 X_3 + e$$

Dengan Y sebagai variabel peningkatan jumlah pengunjung untuk memilih TWM sebagai destinasi wisata,  $X_1$  adalah Atraksi responden terhadap produk TWM,  $X_2$  adalah Aksesibilitas dan  $X_3$  adalah Amenitas.

Karena keempat variabel diatas telah terbukti berkorelasi dan berpengaruh, maka persamaan diatas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

Nilai koefisien  $b_0 = 13,861$  menyatakan bahwa jika seluruh variabel bebas, diasumsikan nilainya 0, maka peningkatan jumlah pengunjung ke Taman Wisata Matahari adalah sebesar 13,861.

Nilai koefisien regresi  $X_1$  ( $b_1$ ) sebesar 0,365 memiliki makna bahwa jika variabel atraksi mengalami perubahan satu satuan dan variabel bebas lainnya diasumsikan bernilai 0, maka akan meningkatkan peningkatan jumlah pengunjung sebesar 0,365.

Nilai koefisien regresi  $X_2$  ( $b_2$ ) sebesar 0,234 memiliki makna bahwa jika variabel aksesibilitas mengalami perubahan satu satuan dan variabel bebas lainnya diasumsikan bernilai 0, maka akan meningkatnya peningkatan jumlah pengunjung sebesar 0,234.

Nilai koefisien regresi  $X_3$  ( $b_3$ ) sebesar 0,176 memiliki makna bahwa jika variable amenitas mengalami perubahan satu satuan dan variabel bebas lainnya diasumsikan bernilai 0, maka akan meningkatkan peningkatan jumlah pengunjung sebesar 0,176.

**b. Pengaruh Atraksi terhadap peningkatan jumlah Pengunjung TWM**

Uji t digunakan untuk menguji masing-masing variabel bebas terhadap peningkatan jumlah. Berdasarkan hasil uji t, memiliki  $t_{\text{-statistik}} = 2,685 > t_{\text{-tabel}} 1,984$ , maka disimpulkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara atraksi ( $X_1$ ) terhadap variabel

Peningkatan Jumlah pengunjung untuk memilih TWM sebagai destinasi wisata (Y). Dengan demikian hipotesis kedua bahwa atraksi ( $X_1$ ) mempengaruhi Peningkatan Jumlah pengunjung untuk memilih TWM sebagai destinasi wisata (Y).

#### **c. Pengaruh aksesibilitas terhadap**

##### **Peningkatan Jumlah Pengunjung TWM.**

Uji t digunakan untuk menguji masing-masing variabel bebas terhadap Peningkatan Jumlah. Berdasarkan hasil uji t, norma subyektif memiliki  $t_{\text{statistik}} = 2,214 < t_{\text{tabel}} 1,984$ , maka disimpulkan bahwa mempunyai pengaruh positif dan signifikan antara aksesibilitas ( $X_2$ ) terhadap variabel peningkatan jumlah pengunjung untuk memilih TWM sebagai destinasi wisata (Y). Dengan demikian hipotesis ketiga bahwa aksesibilitas ( $x_2$ ) mempengaruhi peningkatan jumlah pengunjung untuk memilih TWM sebagai destinasi wisata (Y).

#### **d. Pengaruh amenities terhadap**

##### **Peningkatan Jumlah Pengunjung TWM**

Uji t digunakan untuk menguji masing-masing variabel bebas terhadap Peningkatan Jumlah. Berdasarkan hasil uji t, amenities memiliki  $t_{\text{statistik}} = 1,684 < t_{\text{tabel}} 1,984$ , maka disimpulkan bahwa ada pengaruh positif dan tidak terlalu signifikan antara amenities ( $X_3$ ) terhadap variabel Peningkatan Jumlah pengunjung untuk memilih TWM sebagai destinasi wisata (Y). Dengan demikian hipotesis terakhir amenities ( $X_3$ ) mempengaruhi Peningkatan Jumlah pengunjung untuk

memilih TWM sebagai destinasi wisata (Y). Dari hasil regresi, tidak ditemukan adanya penyimpangan seperti multikolinearitas.

#### **IV. SIMPULAN**

Hasil penelitian ini disimpulkan sebagai berikut:

1. Peningkatan jumlah pengunjung untuk memilih Taman Wisata Matahari sebagai destinasi wisata, dipengaruhi oleh atraksi, aksesibilitas dan amenities secara bersama-sama. Hal ini dapat ditunjukkan dengan uji F yang menghasilkan F hitung (5,586) yang lebih besar dari F tabel (2,60). Ini artinya, secara bersama-sama seluruh variabel bebas memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel terikat, peningkatan jumlah pengunjung.
2. Atraksi wisata mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap peningkatan jumlah pengunjung. Hal ini berdasarkan nilai t hitung (2,685) untuk variabel atraksi yang lebih besar daripada t tabelnya (1,984). Hasil analisis regresi menghasilkan nilai korelasi yang tertinggi, 0,365 dibandingkan variabel lainnya, yang berarti variabel atraksi merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap peningkatan jumlah pengunjung dibandingkan kedua variabel bebas lainnya.
3. Aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan jumlah pengunjung. Kesimpulan ini berdasarkan hasil uji t, yang menghasilkan t hitung (2,214) yang lebih besar daripada t tabelnya (1,984).
4. Amenitas pengaruh yang positif dan kurang signifikan terhadap peningkatan pengunjung, karena t hitung untuk variabel amenities memiliki nilai yang lebih kecil (1,684) daripada t tabelnya (1,984).

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Inskeep, Edward (1991). *Tourism Planning: An Integrated and Sustainable*,

- Development Approach*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Irawan, Prasetya, (2006). *Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif untuk Ilmu-ilmu Sosial*. Depok : Departemen Ilmu Administrasi dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia.
- Kotler, P, (2002). *Pemasaran Perhotelan dan Kepariwisataaan*. Jakarta : PT Prenhallindo.
- Kotler, Philip, John T. Bowen, James C. Makens (2006). *Marketing for Hospitality and Tourism*. Pearson Education Pte, Ltd.
- Kotler, P, (2000). *Marketing Management, Analysis, Planning Implementation and Control*, New Jersey : Prentice Hall International.
- Kusmayadi dan Sugiyono, Endar, (2000). *Metode penelitian dalam bidang Kepariwisataaan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Mill, Robert Christie (2000). *Tourism; The International Business*. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Milman, Ady (2001). The Future of the Theme Park and Attraction Industry: A Management Perspective. (on-line) Available
- Richards, Greg (2001). Marketing China overseas: The role of theme parks and tourist attractions(on-line) Available
- Riduan, MBA (2008). *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*. Bandung : Penerbit Alfabeta.
- Ross, Glenn F (1998) *Psikologi Pariwisata*, Yayasan Obor Indonesia.
- Ryan (2003), *Recreational Tourism: Demand and Impact*, United Kingdom: Channel View Publication.
- Sekaran, Umar. (2006) *Research Methods for Business*. Jakarta : Penerbit Salemba
- Supranto, Johannes (2004), *Analisis Multivariat, Arti dan Interpretasi*, Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Sunyoto, Danang (2007) *Analisis Regresi dan Korelasi Bivariat*, ringkasan dan kasus.
- Sugiarto, Siagian, Sunaryanto, S.Oetomo, (2003). *Teknik Sampling*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Wahab, Salah, (2003). *Manajemen Kepariwisataaan*, PT. Pradnya Pramita
- Wardiyanta, Drs, (2006). *Metode Penelitian Pariwisata*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Yoeti, Oka. A, (2008). *Ekonomi Pariwisata, Introduksi, Informasi dan Implementasi*, Jakarta : Penerbit Buku Kompas.
- Yoeti, Oka. A. (1997). *Pemasaran Pariwisata*. Bandung: PT. Angkasa.
- Yoeti, Oka. A. (2006). *Pariwisata Budaya Masalah dan Solusinya*. Jakarta : PT Malta Printindo.
- J. Lawton, Laura (2005). Resident Perceptions of Tourist Attractions on the Gold Coast of Australia (on-line) Available
- Jurnal Penelitian dan Pengembangan Kepariwisataaan. Vol.1, No.1, Maret 2006. *Jurnal Kepariwisataaan Indonesia*. Jakarta, Puslitbang Kepariwisataaan Budpar.
- Jurnal Penelitian dan Pengembangan Kepariwisataaan. Vol 2, No.4, Desember 2007. *Jurnal Kepariwisataaan Indonesia*. Jakarta, Puslitbang Kepariwisataaan Budpar.