

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menggunakan ilmu manajemen pemasaran. Adapun objek penelitian terdiri dari dua variabel yaitu variabel X dan variabel Y. Penelitian dilakukan untuk menganalisis pengaruh atribut *tea tourism* terhadap keputusan berkunjung wisatawan domestik di Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung. Objek penelitian yang menjadi variabel bebas atau *independent variable* (X) yaitu atribut *tea tourism* yang terdiri dari tiga dimensi yaitu kesadaran (X₁), aksesibilitas (X₂), atraksi (X₃), fasilitas (X₄) dan layanan tambahan (X₅). Sedangkan variabel terikat atau *dependent variable* (Y) yaitu keputusan berkunjung.

Unit analisis dalam penelitian ini adalah konsumen yang berkunjung ke Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung. Dipilihnya Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung sebagai tempat penelitian karena cocok untuk bisa meningkatkan kesadaran masyarakat Indonesia akan teh yang berasal dari Indonesia sendiri yang menjadi masalah besar masalah tentang teh di Indonesia dan berdasarkan data yang diperoleh dari wawancara dengan pihak pengelola terdapat penurunan kunjungan wisatawan domestik sehingga hal ini lebih membuat penulis tertarik.

Penelitian ini dilakukan pada kurun waktu pendek kurang dari satu tahun, maka metode yang digunakan adalah *cross sectional method*. Yang menjadi alasan mendasar dipilihnya Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung sebagai objek penelitian adalah peneliti ingin mengetahui apakah meningkatnya jumlah pembelian produk teh disebabkan adanya pengaruh atribut *tea tourism* terhadap keputusan berkunjung di Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif dan verifikatif. Metode ini menggambarkan objek penelitian berdasarkan fakta yang ada dan sedang berlangsung, dengan cara mengumpulkan, menyusun dan menjelaskan data yang diperlukan untuk kemudian di analisis sesuai teori yang ada.

Penelitian deskriptif dalam penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gambaran mengenai atribut *tea tourism* di Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung dan gambaran mengenai keputusan berkunjung. Sedangkan penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, dimana dalam penelitian ini akan diuji apakah yang dilakukan Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung untuk meningkatkan atribut *tea tourism* di Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung berpengaruh terhadap keputusan berkunjung.

Metode penelitian dibuat untuk memudahkan peneliti untuk membuat kesimpulan. Dari metode yang digunakan ini merupakan informasi dari sebagian data yang di dapat seperti data wisatawan tentang keputusan berkunjung di Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

3.2.2 Operasional Variabel

Variabel yang diteliti dalam penelitian ini dioperasionalkan dalam dua variabel utama yaitu variabel bebas atau *independent variable* (X) yaitu atribut *tea tourism* yang terdiri dari tiga dimensi yaitu kesadaran (X_1), aksesibilitas (X_2), atraksi (X_3), fasilitas (X_4) dan layanan tambahan (X_5). Sedangkan variabel terikat atau *dependent variable* (Y) yaitu keputusan berkunjung.

Secara lebih rinci operasionalisasi masing-masing variabel tersebut dapat dijelaskan dalam Tabel 3.1 mengenai operasionalisasi variabel sebagai berikut:

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL

Variabel / Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
Atribut <i>tea tourism</i> (X)	<i>Tea tourism</i> adalah pariwisata yang dimotivasi oleh minat dalam sejarah, tradisi dan konsumsi teh (Jolliffe, 2007: 9). Atribut dari destinasi sendiri adalah salah satu faktor yang memainkan peran penting dalam pemilihan destinasi oleh wisatawan setelah keputusan melakukan perjalanan dibuat (Khuong et al., 2014: 491).	Kesadaran tentang kualitas tinggi teh dari Indonesia	Tingkat kesadaran terhadap kualitas tinggi teh dari Indonesia oleh wisatawan domestik di Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung	<i>Ordinal</i>	1
		Kesadaran tentang destinasi <i>tea tourism</i> yang bisa membuat lebih mengenal kualitas tinggi teh Indonesia	Tingkat kesadaran tentang Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung yang bisa membuat lebih mengenal kualitas tinggi teh Indonesia	<i>Ordinal</i>	2
		Kesadaran terhadap aktivitas <i>tea walk</i> (jalan-jalan disekitar perkebunan teh) dalam memberikan pengetahuan kualitas tinggi teh Indonesia	Tingkat kesadaran terhadap aktivitas <i>tea walk</i> (jalan-jalan disekitar perkebunan teh) dalam memberikan pengetahuan kualitas tinggi teh Indonesia	<i>Ordinal</i>	3
		Kesadaran	Tingkat	<i>Ordinal</i>	4

	terhadap aktivitas kunjungan pabrik teh dalam memberikan pengetahuan kualitas tinggi teh Indonesia	kesadaran terhadap aktivitas kunjungan pabrik teh dalam memberikan pengetahuan kualitas tinggi teh Indonesia		
	Kesadaran terhadap aktivitas kunjungan ke rumah Bosscha dalam memberikan pengetahuan sebagian sejarah teh di Indonesia	Tingkat kesadaran terhadap aktivitas kunjungan ke rumah Bosscha dalam memberikan pengetahuan sejarah teh di Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung	<i>Ordinal</i>	5
	Kesadaran terhadap aktivitas meminum teh di area destinasi dalam memberikan pengalaman berbeda meminum	Tingkat kesadaran terhadap aktivitas meminum teh di area Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung dalam memberikan pengalaman berbeda meminum teh	<i>Ordinal</i>	6
Aksesibilitas (X ₂)	Kelancaran akses menuju destinasi	Tingkat kelancaran akses menuju Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung	<i>Ordinal</i>	7

Atraksi (X ₃)	Kemudahan untuk mencapai destinasi	Tingkat kemudahan untuk mencapai Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung	<i>Ordinal</i>	8
	Kelayakkan infrastruktur untuk menuju destinasi	Tingkat kelayakkan infrastruktur untuk menuju Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung	<i>Ordinal</i>	9
	Keragaman atraksi	Tingkat keragaman atraksi di Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung	<i>Ordinal</i>	10
	Kedamaian suasana alam	Tingkat kedamaian suasana alam di sekitar Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung	<i>Ordinal</i>	11
	Kemenarikkan Makam Bosscha	Tingkat kemenarikkan Makam Bosscha di Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung	<i>Ordinal</i>	12
	Kemenarikkan Rumah Bosscha	Tingkat kemenarikkan Rumah Bosscha di Wisata Kebun Teh Malabar	<i>Ordinal</i>	13

		Pangalengan Kabupaten Bandung		
	Kemenarikkan Gunung Nini	Kemenarikkan Gunung Nini di Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung	<i>Ordinal</i>	14
	Kemenarikkan pemandangan perkebunan teh	Tingkat kemenarikkan pemandangan perkebunan teh di Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung	<i>Ordinal</i>	15
	Ketersediaan gerai makanan dan minuman	Tingkat ketersediaan gerai makanan dan minuman di Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung	<i>Ordinal</i>	16
Fasilitas (X ₄)	Kenyamanan penginapan	Tingkat kenyamanan penginapan di Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung	<i>Ordinal</i>	17
	Ketersediaan fasilitas parkir kendaraan	Tingkat ketersediaan fasilitas parkir kendaraan di Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung	<i>Ordinal</i>	18
	Ketersediaan	Tingkat	<i>Ordinal</i>	19

	transportasi umum menuju destinasi	ketersediaan transportasi umum menuju Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung		
	Ketersediaan layanan kesehatan	Tingkat ketersediaan layanan kesehatan di Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung	<i>Ordinal</i>	20
	Kelayakkan mushola	Tingkat kelayakkan mushola di Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung	<i>Ordinal</i>	21
	Ketersediaan keselamatan dan keamanan	Tingkat ketersediaan keselamatan dan keamanan di Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung	<i>Ordinal</i>	22
Layanan tambahan (X ₅)	Ketersediaan petunjuk dan bimbingan	Tingkat ketersediaan petunjuk dan bimbingan ketika sedang berwisata di Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung	<i>Ordinal</i>	23
	Ketersediaan ATM	Tingkat ketersediaan ATM di sekitar	<i>Ordinal</i>	24

		Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung			
Keputusan berkunjung (Y)	Penggambaran keputusan pembelian adalah sebagai rangkaian proses integrasi yang menggabungkan pengetahuan untuk mengevaluasi perilaku dari dua atau lebih alternatif dan memilih salah satu dari mereka, sehingga proses pengambilan keputusan pembelian konsumen tidak berdiri sendiri tetapi dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti budaya, sosial, pribadi dan psikologi pembeli (Foster, 2016: 4)	Keunggulan destinasi	Tingkat keunggulan Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung	<i>Ordinal</i>	25
Pilihan produk (Y ₁)		Manfaat melakukan kunjungan	Tingkat manfaat melakukan kunjungan ke Wisata Kebun teh Malabar Pangalengan Bandung	<i>Ordinal</i>	26
		Kesesuaian pilihan destinasi dengan kualitas yang diinginkan dan manfaat yang diperoleh	Kesesuaian pilihan destinasi dengan kualitas yang diinginkan dan manfaat yang diperoleh di Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung	<i>Ordinal</i>	27
Pilihan merek (Y ₂)		Ketertarikan pada merek	Tingkat ketertarikan pada Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung	<i>Ordinal</i>	28
		Kesesuaian harga	Tingkat kesesuaian harga dengan kualitas dan manfaat produk yang diperoleh	<i>Ordinal</i>	29

		di Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung		
Pilihan saluran kunjungan (Y ₃)	Kemudahan menuju destinasi	Tingkat kemudahan menuju Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung	<i>Ordinal</i>	30
	Pelayanan yang diberikan	Tingkat pelayanan yang diberikan oleh Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung	<i>Ordinal</i>	31
Waktu kunjungan (Y ₄)	Kemenarikkan mengunjungi destinasi pada saat hari kerja	Tingkat kemenarikkan mengunjungi Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung pada saat hari kerja	<i>Ordinal</i>	32
	Kemenarikkan mengunjungi destinasi pada saat hari libur	Tingkat kemenarikkan mengunjungi Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung pada saat hari libur	<i>Ordinal</i>	33
Jumlah kunjungan (Y ₅)	Jumlah orang yang melakukan kunjungan	Tingkat frekuensi kunjungan ke Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Bandung	<i>Ordinal</i>	34
	Keinginan untuk	Tingkat	<i>Ordinal</i>	35

mengunjungi kembali	keinginan untuk mengunjungi kembali Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung
---------------------	--

Sumber: Pengolahan data, 2018

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data dalam penelitian ini dapat dibedakan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Untuk lebih jelasnya dijelaskan oleh Tabel 3.2 Jenis dan Sumber Data:

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

Data Penelitian	Sumber Data
Data Sekunder	
Data Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia	Badan Pusat Statistik
Data Kunjungan Wisatawan Ke Jawa Barat	Disparbud Provinsi Jawa Barat
Data Pengunjung Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung	PTPN VIII Unit Usaha Argowisata Malabar
Data Pengunjung Wisatawan Asing Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung	PTPN VIII Unit Usaha Argowisata Malabar
Data Pengunjung Wisatawan Domestik Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung	PTPN VIII Unit Usaha Argowisata Malabar
Data Primer	
Tanggapan wisatawan mengenai Atribut <i>tea tourism</i>	Wisatawan yang berkunjung ke Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung
Tanggapan wisatawan mengenai keputusan berkunjung	Wisatawan yang berkunjung ke Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung

Sumber: Pengolahan data, 2018

3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik *Sampling*

3.2.4.1 Populasi

Peneliti mengambil sebagian dari objek populasi yang telah ditentukan, dengan catatan bagian yang diambil tersebut dapat mewakili yang lainnya karena

pada suatu penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi untuk diteliti karena hal ini disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya keterbatasan dana, tenaga dan waktu. Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan domestik yang berkunjung Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Bandung karena peneliti ingin mengetahui apakah terdapat pengaruh atribut *tea tourism* terhadap keputusan berkunjung. Langkah awal seorang peneliti harus menentukan mengenai populasi yang menjadi sasaran penelitian secara jelas yang disebut dengan populasi sasaran (*target population*) yaitu populasi yang akan menjadi cakupan kesimpulan penelitian. Populasi (N) dalam penelitian ini adalah wisatawan domestik di Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung yang berkunjung pada tahun 2017 sebanyak 18.530 orang.

3.2.4.2 Sampel

Besarnya populasi yang tersedia dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Penelitian ini tidak memungkinkan untuk menggunakan keseluruhan populasi untuk diteliti dikarenakan faktor waktu, perizinan, dan biaya. Dengan demikian, peneliti mengambil sebagian objek populasi yang telah ditentukan. Besarnya ukuran sampel diukur melakukan teknik Slovin dengan rumus berikut ini:

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

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Persentase kelonggaran penelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir ($e=0.05$ atau 5%)

Berdasarkan penjelasan rumus Slovin diatas, maka ukuran sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

$$n = \frac{37.377}{1 + 37.377 \times 0.05^2}$$

$$= 395,7 = 396$$

Berdasarkan perhitungan diatas dengan menggunakan rumus Slovin, maka ukuran sampel minimal pada penelitian ini adalah 396 responden.

3.2.4.3 Teknik *Sampling*

Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *systematic random sampling* untuk populasi bergerak (*mobile sampling*). Adapun langkah-langkah dalam teknik pengambilan sampel ini adalah dilakukan sebagai berikut.

1. Menentukan responden yang akan dijadikan penelitian yaitu wisatawan domestik Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung.
2. Menentukan tempat tertentu sebagai *check point* pada objek yang akan diteliti, dalam penelitian ini adalah pintu masuk Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung dan di wilayah Kota Bandung.
3. Menentukan waktu yang akan digunakan untuk *sampling*. Waktu pelaksanaannya cukup fleksibel.

Pada pelaksanaan *check point* ditentukan, wisatawan domestik yang ada ditempat tersebut dan kemungkinan dijadikan sebagai sampel dalam penelitian akan diberikan pertanyaan mengenai ketersediaannya untuk membantu penelitian ini lalu diberi kuesioner untuk di isi atau peneliti membacakan pertanyaan dalam kuesioner sedangkan wisatawan domestik menjawab pertanyaannya.

3.2.4.4 Teknik Pengumpulan Data

Langkah yang paling strategis dalam penelitian merupakan langkah teknik pengumpulan, karena tujuan penelitian adalah mendapatkan data, oleh karena itu peneliti perlu mengetahui bagaimana teknik pengumpulan data supaya mendapatkan data yang memenuhi standar yang ditetapkan. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Kuesioner (Angket), berisi pertanyaan mengenai identitas dan pengalaman responden, penilaian responden mengenai atribut *tea tourism* di Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung dan keputusan berkunjung.
2. Studi Literatur, dengan pengumpulan data sekunder dengan cara mempelajari buku maupun jurnal-jurnal guna memperoleh informasi yang berhubungan dengan teori-teori dan konsep-konsep yang berkaitan dengan masalah penelitian.
3. Wawancara, dengan mengajukan pertanyaan baik tertulis maupun lisan, baik kepada pihak pengelola Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung maupun kepada konsumen Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung.
4. Observasi, peneliti datang langsung ke Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung untuk memperoleh data-data yang diperlukan.

3.2.5 Pengujian Validitas dan Realibilitas

Setelah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner terkumpul, selanjutnya adalah mengolah dan menafsirkan data sehingga dari hasil tersebut dapat dilihat apakah antara variabel *attitude toward tea* (X) terdapat pengaruh atau tidak terhadap variabel keputusan berkunjung (Y). Sebelum melakukan analisis data dan juga untuk menguji layak atau tidaknya kuesioner yang disebarkan kepada responden, terlebih dahulu dilakukan Uji Validitas dan Uji Realibilitas untuk melihat tingkat kebenaran serta kualitas data.

3.2.5.1 Pengujian Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan atau kesahihan suatu alat ukur. Alat ukur yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah dan untuk menguji validitas alat ukur terlebih dahulu dicari harga korelasi antara bagian-bagian dari alat ukur secara keseluruhan dengan cara mengkorelasikan setiap butir alat ukur dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir. Hasil penelitian yang valid yaitu apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti.

Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dilaporkan oleh peneliti, dengan demikian, uji validitas dilakukan untuk memastikan seberapa baik suatu instrumen digunakan untuk mengukur konsep yang seharusnya diukur. Instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu *valid* dan *reliable*. Penelitian ini yang akan diuji adalah validitas dari variabel atribut *tea tourism* sebagai instrumen variabel X, dan keputusan berkunjung sebagai instrumen variabel Y.

Tipe validitas yang digunakan adalah validitas konstruk yang menentukan validitas dengan cara mengkorelasikan antara skor yang diperoleh dari masing-masing item berupa pertanyaan dengan skor totalnya. Skor total ini merupakan nilai yang diperoleh dari penjumlahan semua skor item. Korelasi antara skor item dengan skor totalnya harus signifikan. Berdasarkan ukuran statistika, bila ternyata skor semua item yang disusun berdasarkan dimensi konsep korelasi skor totalnya, maka dapat dikatakan bahwa alat ukur tersebut mempunyai validitas.

Rumus yang digunakan untuk menguji validitas menggunakan nilai korelasi antara data pada masing-masing pernyataan dengan skor total memakai teknik korelasi *product moment* yang dikemukakan oleh Pearson.

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(n \sum x^2 - (\sum x)^2)(n \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan : r_{xy} : Korelasi skor item dan skor total item
 n : Jumlah responden
 x : Skor per item dalam variable
 y : Skor total item dalam variable
 $\sum x$: Jumlah skor dalam distribusi X
 $\sum y$: Jumlah skor dalam distribusi Y
 $\sum x^2$: Jumlah kuadrat dalam skor ditribusi X
 $\sum y^2$: Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

Perhitungan uji validitas instrumen dilakukan menggunakan program IBM SPSS *Statistic (Statistical Product for Service Solution) 23 for Windows*.

Dengan langkah – langkah sebagai berikut :

1. Distribusi data pada excel copy ke SPSS data view
2. Klik variabel *view* (letaknya dikiri bawah) isi kolom name dengan variabel – variabel penelitian. *Width, decimal, label* (isi dengan nama – nama atas variabel penelitian), *column, align (left, center, right, justify)* dan isi juga kolom *measure (skala : ordinal)*
3. Pengisian data : pilih data *view* pada SPSS data editor
4. Pengolahan data : pilih *analyze, correlate, bivariate*
5. Pengisian (dari *bivariate correlation*) : masukan skor jawaban dan total ke *variables, correlation, coefficient pilih pearson, test of significance klik two tailed*
6. Klik Ok untuk mengakhiri perintah.

Keputusan pengujian validitas responden menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut :

1. Nilai r dibandingkan dengan r tabel dengan $dk = n-2$ dan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$
2. Item pertanyaan responden penelitian dikatakan valid jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$.
3. Item pertanyaan responden penelitian dikatakan tidak valid jika $r_{hitung} < r_{tabel}$
4. Berdasarkan jumlah angket yang diuji sebanyak 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (dk) $n-2$ ($30-2=28$), maka didapat nilai r_{tabel} sebesar 0,361.

Validitas dari variabel atribut *tea tourism* sebagai instrumen variabel (X) dan keputusan berkunjung (Y) akan diuji dalam penelitian ini. Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan menggunakan program SPSS *Statistic 23 for windows*. Berikut Tabel 3.3 yang merupakan hasil pengujian validitas dari item pertanyaan yang diajukan kepada responden:

TABEL 3.3
HASIL UJI VALIDITAS
ATRIBUT *TEA TOURISM* TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG

No.	Pernyataan	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
Atribut <i>Tea Tourism</i> (X)				
Kesadaran (X_1)				
1.	Tingkat kesadaran terhadap kualitas tinggi teh dari Indonesia oleh	0,880	0,361	Valid

	wisatawan domestik di Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung			
2.	Tingkat kesadaran tentang Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung yang bisa membuat lebih mengenal kualitas tinggi teh Indonesia	0,820	0,361	Valid
3.	Tingkat kesadaran terhadap aktivitas <i>tea walk</i> (jalan-jalan disekitar perkebunan teh) dalam memberikan pengetahuan kualitas tinggi teh Indonesia	0,811	0,361	Valid
4.	Tingkat kesadaran terhadap aktivitas kunjungan pabrik teh dalam memberikan pengetahuan kualitas tinggi teh Indonesia	0,886	0,361	Valid
5.	Tingkat kesadaran terhadap aktivitas kunjungan ke rumah Bosscha dalam memberikan pengetahuan sejarah teh di Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung	0,867	0,361	Valid
6.	Tingkat kesadaran terhadap aktivitas meminum teh di area Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung dalam memberikan pengalaman berbeda meminum teh	0,810	0,361	Valid
Aksesibilitas (X_2)				
7.	Tingkat kelancaran akses menuju Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung	0,885	0,361	Valid
8.	Tingkat kemudahan untuk mencapai Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung	0,947	0,361	Valid
9.	Tingkat kelayakkan infrastruktur untuk menuju Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung	0,873	0,361	Valid
Atraksi (X_3)				
10.	Tingkat kenyamanan suasana alam di sekitar Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung	0,742	0,361	Valid
11.	Tingkat kemenarikan Makam Bosscha di Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung	0,828	0,361	Valid
12.	Tingkat kemenarikan Rumah Bosscha di Wisata Kebun Teh	0,870	0,361	Valid

13.	Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung Kemenarikkan Gunung Nini di Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung	0,707	0,361	Valid
Fasilitas (X₄)				
14.	Tingkat ketersediaan gerai makanan dan minuman di Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung	0,901	0,361	Valid
15.	Tingkat kenyamanan penginapan di Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung	0,682	0,361	Valid
16.	Tingkat ketersediaan fasilitas parkir kendaraan di Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung	0,746	0,361	Valid
17.	Tingkat ketersediaan transportasi umum menuju Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung	0,850	0,361	Valid
18.	Tingkat ketersediaan layanan kesehatan di Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung	0,923	0,361	Valid
19.	Tingkat kelayakkan rumah ibadah/mushola di Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung	0,816	0,361	Valid
20.	Tingkat ketersediaan keselamatan dan keamanan di Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung	0,906	0,361	Valid
Layanan Tambahan (X₅)				
21.	Tingkat ketersediaan petunjuk dan bimbingan ketika sedang berwisata di Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung	0,846	0,361	Valid
22.	Tingkat ketersediaan ATM di sekitar Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung	0,891	0,361	Valid
Keputusan Berkunjung (Y)				
Pilihan Produk (Y₁)				
1.	Tingkat keunggulan Wisata Kebun Teh Malabar Panganlengan Kabupaten Bandung	0,854	0,361	Valid
2.	Kesesuaian pilihan destinasi dengan	0,892	0,361	Valid

kualitas yang diinginkan dan manfaat yang diperoleh di Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung

Pilihan Merek (Y₂)				
3.	Tingkat ketertarikan pada Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung	0,912	0,361	Valid
4.	Tingkat kesesuaian harga dengan kualitas dan manfaat produk yang diperoleh di Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung	0,916	0,361	Valid
Pilihan Saluran Kunjungan (Y₃)				
5.	Tingkat kemudahan menuju Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung	0,817	0,361	Valid
6.	Tingkat pelayanan yang diberikan oleh Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung	0,843	0,361	Valid
Waktu Kunjungan (Y₄)				
7.	Tingkat kemenarikan mengunjungi Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung pada saat hari kerja	0,927	0,361	Valid
8.	Tingkat kemenarikan mengunjungi Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung pada saat hari libur	0,881	0,361	Valid
Jumlah Kunjungan (Y₅)				
9.	Tingkat frekuensi jumlah pengunjung yang datang secara bersamaan ke Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Bandung	0,789	0,361	Valid
10.	Tingkat keinginan untuk mengunjungi kembali Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung	0,771	0,361	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2018

Berdasarkan Tabel 3.4 mengenai hasil uji validitas atribut *tea tourism* terhadap keputusan berkunjung, kuesioner yang diuji kepada responden yaitu sebanyak 30 dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (dk) $n-2$ ($30-2=28$), maka diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0,361. Hasil pengujian validitas diketahui

bahwa seluruh item pernyataan yang diajukan kepada responden dinyatakan valid karena memiliki r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} . Pengukuran validitas untuk variabel X yaitu atribut *tea tourism* yang terdiri dari 22 item pernyataan dinyatakan valid. Nilai r_{hitung} tertinggi terdapat pada dimensi aksesibilitas dengan item pernyataan “tingkat kemudahan untuk mencapai Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung” dengan perolehan nilai sebesar 0,947. Nilai r_{hitung} terendah terdapat pada dimensi atraksi dengan item pernyataan “Kemenarikkan Gunung Nini di Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung” dengan perolehan nilai sebesar 0,707. Variabel Y yaitu keputusan berkunjung yang terdiri dari 10 item pernyataan dinyatakan valid. Nilai r_{hitung} tertinggi terdapat pada item pernyataan “tingkat kemenarikkan mengunjungi Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung pada saat hari kerja” pada dimensi waktu kunjungan dengan perolehan nilai sebesar 0,927. Nilai r_{hitung} terendah terdapat pada item pernyataan “tingkat keinginan untuk mengunjungi kembali Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung” pada dimensi jumlah kunjungan dengan perolehan nilai sebesar 0,771.

3.2.5.2 Pengujian Reliabilitas

Selain harus valid, instrument penelitian juga harus dapat dipercaya (*reliable*). Penelitian dapat dikatakan *reliable* apabila adanya suatu persamaan data dalam waktu yang berbeda. Suatu penelitian dapat mempunyai taraf kepercayaan yang tinggi apabila mengalami perubahan, perubahan tersebut tidak terlalu signifikan. Uji ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran sehingga dapat dikatakan bahwa reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuisioner yang memberikan hasil pengukuran yang terpercaya. Pengujian realibilitas menggunakan realibilitas internal menggunakan uji *Cronbach Alpha* karena alternatif jawaban pada instrumen penelitian lebih dari dua. Rumus *Cronbach alpha* adalah sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Sumber: Husein Umar (2013:170)

Keterangan : r_{11} : Reliabilitas instrumen
 k : Banyaknya butir pertanyaan
 $\sum \sigma b^2$: Jumlah varian total
 σ_1^2 : Varian total

Jumlah varian butir dapat dicari dengan cara mencari nilai varian tiap butir, kemudian jumlahkan, seperti berikut ini :

$$\sigma = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n}}{n}$$

Keterangan : σ_t^2 : varians total
 n : Jumlah responden
 x : Nilai skor yang dipilih (total nilai dari nomor-nomor butir pertanyaan)

Keputusan uji reliabilitas dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika instrumen dikatakan reliabel apabila *Cronbach alpha* > 0,70.
2. Jika instrumen dikatakan tidak reliabel *Cronbach alpha* < 0,70.

Realibilitas dari variabel atribut *tea tourism* sebagai instrumen variabel (X) dan keputusan berkunjung (Y) akan diuji dalam penelitian ini. Perhitungan reliabilitas item instrumen dilakukan dengan menggunakan program SPSS *Statistic 23 for windows*. Pengujian realibilitas dilakukan kepada 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan dengan derajat kebebasan (dk) $n-2$ ($30-2=28$) dengan menggunakan program SPSS v.20. Berikut hasil pengujian realibitas pada Tabel 3.4:

TABEL 3.4
HASIL UJI RELIABILITAS CRONBACH'S ALPHA

No.	Variabel	Ca hitung	Ca minimal	Keterangan
1.	Atribut <i>Tea Toursm</i> (X)	0,954	0,70	<i>Reliable</i>
2.	Keputusan Berkunjung (Y)	0,906	0,70	<i>Reliable</i>

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2018

Berdasarkan Tabel 3.4 mengenai hasil uji reliabilitas *cronbach's alpha*, maka dapat diketahui bahwa pengukuran reliabilitas untuk variabel X yaitu atribut *tea tourism* dan variabel Y yaitu keputusan berkunjung dinyatakan *reliable* karena nilai *cronbach's alpha* lebih besar dibandingkan dengan koefisien *cronbach's alpha* yang bernilai 0,70. Variabel yang memiliki nilai tertinggi yaitu variabel yaitu atribut *tea tourism* dengan nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,954 sedangkan variabel keputusan berkunjung memiliki nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,906.

3.2.6 Analisis Data

Data yang diperoleh dan dikumpulkan kemudian diolah dan dianalisis. Tujuan pengolahan data adalah untuk memberikan keterangan yang berguna, serta menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian ini, maka dari itu, teknik analisis data diarahkan pada pengujian hipotesis serta menjawab masalah yang diajukan. Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner ini disusun berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian.

3.2.6.1 Analisis Deskriptif

Penelitian ini menggunakan analisis data deskriptif verifikatif. Analisis data deskriptif digunakan untuk melihat faktor yang menjadi penyebab. Analisis data deskriptif dilakukan dengan mengelompokan, mengklasifikasikan, mendeskripsikan dan menganalisis data penelitian sehingga diperoleh gambaran umum mengenai variabel-variabel yang diteliti diantaranya:

1. Distribusi frekuensi merupakan distribusi matematika dengan tujuan memperoleh hitungan jumlah tanggapan terkait dengan nilai yang berbeda dari satu variabel dan dua variabel mengungkapkan jumlah dalam persentase (Naresh K. Malhotra, 2009:480).
2. Analisis *cross tabulation* merupakan teknik yang menggambarkan dua atau lebih variabel secara bersamaan dan hasil pada tabel yang mencerminkan bahwa

distribusi gabungan dari dua atau lebih yang memiliki sejumlah kategori atau nilai-nilai yang berbeda (Naresh K. Malhotra, 2009:493).

3. Perhitungan skor ideal digunakan untuk mengukur tinggi rendahnya pengaruh variabel x yang terdapat di objek penelitian. Rumus untuk menghitung skor ideal adalah sebagai berikut:
 - a) Nilai indeks maksimum = skor tertinggi x jumlah item x jumlah responden
 - b) Nilai indeks minimum = skor terendah x jumlah item x jumlah responden
 - c) Jenjang variabel = nilai indeks maksimum – nilai indeks minimum
 - d) Jarak interval = jenjang: banyaknya kelas interval
 - e) Presentasi skor = [(total skor): nilai maksimum] x 100

Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan variabel-variabel yang diteliti yang dimana dalam penelitian ini variabel-variabel yang akan diteliti yaitu:

1. Analisis data deskriptif tentang atribut *tea tourism* yang terdiri dari kesadaran (X_1), aksesibilitas (X_2), atraksi (X_3), fasilitas (X_4) dan layanan tambahan (X_5).
2. Analisis deskriptif mengenai keputusan pengunjung yang terdiri dari pilihan produk, pilihan merek, pilihan saluran kunjungan, jumlah kunjungan dan waktu kunjungan pada wisatawan domestik di Wisata Kebun Teh Malabar Pangalengan Kabupaten Bandung.

3.2.6.2 Analisis Data Verifikatif

Analisis verifikatif bertujuan untuk mengetahui keterkaitan antara satu variabel dengan variabel lainnya. Dalam analisis verifikatif, maka dilakukan analisis regresi berganda. Regresi berganda merupakan nilai dua pengaruh variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan antar dua variabel bebas atau lebih. Regresi berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh X yaitu atribut *tea tourism* yang terdiri kesadaran, aksesibilitas, atraksi, fasilitas dan layanan tambahan terhadap keputusan berkunjung (Y).

Adapun langkah-langkah yang akan dilakukan dalam analisis penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Analisis Regresi Berganda

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik analisis regresi linier berganda. Analisis regresi berganda yaitu suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua atau lebih variabel bebas (X_1, X_2, X_3, X_4, X_5) terhadap variabel terikat (Y) untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan kausal antara dua atau lebih variabel bebas.

Persamaan regresi linier berganda lima variabel bebas dirumuskan berikut ini:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

Keterangan:

Y = Subyek dalam variabel terikat yang diprediksi (Keputusan Berkunjung)

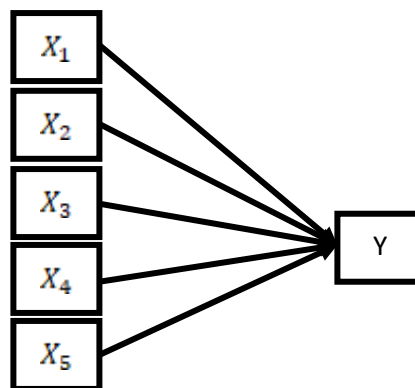
a = Harga Y bila X = 0

b = Koefisien regresi yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel terikat yang didasarkan pada variabel bebas. Bila b (+) maka terjadi kenaikan, bila b (-) maka terjadi penurunan.

X = Subyek pada variabel bebas yang memiliki nilai tertentu.

X_1 (kesadaran), X_2 (aksesibilitas), X_3 (atraksi), X_4 (fasilitas), X_5 (layanan tambahan) yang merupakan variabel penyebab.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linear berganda karena menguji pengaruh lebih dari satu variabel bebas (X) yaitu atribut *tea tourism* yang terdiri dari kesadaran (X_1), aksesibilitas (X_2), atraksi (X_3), fasilitas (X_4) dan layanan tambahan (X_5) terhadap variabel terikat (Y) yaitu keputusan berkunjung. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 3.1 berikut ini:



GAMBAR 3.1 REGRESI LINIER BERGANDA

Keterangan :

- X_1 = Kesadaran
- X_2 = Aksesibilitas
- X_3 = Atraksi
- X_4 = Fasilitas
- X_5 = Layanan tambahan
- Y = Keputusan berkunjung

Larangan asumsi-asumsi dalam regresi berganda perlu dideteksi. Adapun cara untuk mendeteksi agar larangan dalam analisis regresi berganda tidak terjadi yaitu dengan cara melakukan uji asumsi klasik yang secara statistik harus dipenuhi. Berikut merupakan asumsi klasik yang sering digunakan dalam analisis regresi berganda:

a. Uji Asumsi Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik yaitu memiliki nilai residual terdistribusi normal. Syarat untuk melakukan analisis regresi adalah normalitas yaitu data sampel hendaknya memenuhi persyaratan distribusi normal. Untuk mengetahui apakah data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak dapat menggunakan *normal probability plot*.

b. Uji Asumsi Multikolinearitas

Uji Asumsi Multikolinearitas digunakan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam satu model regresi linier berganda. Apabila ada korelasi yang tinggi diantara variabel-variabel bebas, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat menjadi terganggu. Pengambilan keputusan dalam uji asumsi multikolinearitas dapat melalui cara berikut ini:

1. Melihat nilai *tolerance*
 - Tidak terjadi multikolinearitas, jika nilai *tolerance* lebih besar 0,10.
 - Terjadi multikolinearitas, jika nilai *tolerance* lebih kecil atau sama dengan 0,10.
2. Melihat nilai VIF (*Variance Inflation Factor*)
 - Tidak terjadi multikolinearitas, jika nilai VIF lebih kecil 10,00.
 - Terjadi multikolinearitas, jika nilai VIF lebih besar atau sama dengan 10,00.

c. Uji Asumsi Autokorelasi

Persamaan regresi yang baik yaitu yang tidak memiliki masalah autokorelasi. Apabila terjadi autokorelasi maka persamaan tersebut tidak layak dipakai prediksi. Masalah autokorelasi timbul jika ada korelasi secara linier antar kesalahan pengganggu periode t (berada) dan kesalahan pengganggu periode $t-1$ (sebelumnya).

d. Uji Asumsi Heteroskedastisitas

Uji asumsi heteroskedastisitas bertujuan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas. Suatu regresi dikatakan tidak terdeteksi heteroskedastisitas apabila diagram pencar residulnya tidak membentuk pola tertentu.

e. Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan dalam suatu empiris sebaiknya berbentuk linear, kuadrat atau kubik. Dengan uji ini akan diperoleh informasi apakah model empiris sebaiknya linear, kuadrat atau kubik. Menurut Ridwan (2011:184) uji linearitas bertujuan untuk menguji data yang dihubungkan, apakah berbentuk garis linear atau tidak.

Selain teknik regresi linear berganda, dilakukan pula analisis korelasi dan uji koefisien determinasi berikut ini:

2. Analisis Korelasi (R)

Analisis korelasi bertujuan untuk mencari hubungan antara kedua variabel yang diteliti. Antara korelasi dan regresi keduanya memiliki hubungan yang erat.

Korelasi yang tidak dilanjutkan dengan regresi adalah korelasi yang tidak memiliki hubungan kausal atau sebab akibat. Analisis regresi dilakukan apabila hubungan dua variabel berupa hubungan kausal atau fungsional. Berikut pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi dapat dilihat pada tabel 3.5:

TABEL 3.5
PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN INTERPRETASI
KOEFISIEN KORELASI

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2017:184)

3. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi menyatakan besar kecilnya nilai variabel X terhadap Y. Koefisien determinasi merupakan kuadrat dari koefisien korelasi (r^2). Rumus koefisien korelasi determinasi adalah sebagai berikut:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD = Nilai koefisien determinasi

R = Nilai koefisien korelasi

3.2.7 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis merupakan langkah terakhir dari analisis data yaitu menguji hipotesis dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang cukup jelas dan dapat di percaya antara variabel independen dengan variabel dependen. Data yang diperoleh dari penelitian ini adalah data ordinal yang merupakan skala yang mengandung unsur kategori atau penamaan juga menunjukkan peringkat atau urutan.

Rancangan hipotesis dalam penelitian ini dilakukan secara simultan dan parsial. Rancangan hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Secara Simultan

Wulan Permatasari, 2019

PENGARUH ATRIBUT TEA TOURISM TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Pengujian secara simultan berfungsi untuk membuktikan bahwa setiap variabel independen (atribut *tea tourism*) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (keputusan berkunjung) secara serentak. Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah:

- a. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak artinya atribut *tea tourism* berpengaruh terhadap keputusan berkunjung.
- b. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima artinya atribut *tea tourism* tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung.

2. Secara Parsial

Kriteri pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah:

- a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka artinya terdapat pengaruh secara signifikan antara kesadaran terhadap keputusan berkunjung.
- b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka artinya tidak terdapat pengaruh secara signifikan antara kesadaran terhadap keputusan berkunjung.
- c. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka artinya terdapat pengaruh secara signifikan antara aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung.
- d. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka artinya tidak terdapat pengaruh secara signifikan antara aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung.
- e. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka artinya terdapat pengaruh secara signifikan antara atraksi terhadap keputusan berkunjung.
- f. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka artinya tidak terdapat pengaruh secara signifikan antara atraksi terhadap keputusan berkunjung.
- g. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka artinya terdapat pengaruh secara signifikan antara fasilitas terhadap keputusan berkunjung.
- h. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka artinya tidak terdapat pengaruh secara signifikan antara fasilitas terhadap keputusan berkunjung.
- i. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka artinya terdapat pengaruh secara signifikan antara layanan tambahan terhadap keputusan berkunjung.

- j. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka artinya tidak terdapat pengaruh secara signifikan antara layanan tambahan terhadap keputusan berkunjung.