

BAB IV

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Profil Kawasan Wisata dan Wisatawan Domestik

1. Potensi Kawasan Wisata *Lido Lakes Resort & Conference*

Lido secara perencanaan diproyeksikan menjadi kawasan *resort* dengan konsep agrowisata. Untuk mendukung rencana tersebut, dilakukan langkah-langkah pengembangan Lido dengan membangun hotel berbintang empat beserta fasilitas-fasilitas pendukung, yaitu berupa golf dan kegiatan luar lainnya (*outdoor activities*). Daerah tersebut memiliki hawa yang sejuk dengan suhu udara berkisar antara 23-30 derajat celcius, dengan ketinggian 458 m diatas permukaan air laut dan berdekatan dengan gunung Salak dan gunung Pangrango.

Lido Lakes Resort & Conference (LLRC) dibangun diatas tanah seluas 2.2 ha, dengna luas bangunan 20.000 m² merupakan hotel dengan konsep *One Stop Adventure Hotel* yang ramah lingkungan baik untuk berekreasi maupun berbisnis. Secara resmi mulai beroperasi pada tanggal 1 Juni 1995 (soft opening).

Salah satu fasilitas di Lido Lakes Resort & Conference yaitu Unit usaha yang saat ini diberi nama LEAD Indonesia yang khusus menangani kegiatan yang bersifat sebagai fasilitas pendukung bagi para pengunjung LLRC. Pengelolaan fasilitas tersebut sudah tersedia sejak awal beroperasinya LLRC yaitu pada tahun 1995 sampai pada tahun 2002, sebagai bagian dari pelayanan tamu hotel di bidang *Sport and Recreation*. Melihat perkembangan permintaan dan untuk lebih memfokuskan usaha pelayanan di bidang *outbond training*, Lead Indonesia menjadi salah satu provider yang menyediakan program *outbound training*. Disaat banyaknya provider-provider baru yang bermunculan, keunggulan dari Lead Indonesia ialah mempunyai lokasi kegiatan yang unik berupa danau, lahan luas dan pemandangan yang benar-benar masih natural.

2. Daya Tarik Wisata

Secara keadaan alam, Lido mempunyai banyak keunggulan yang dapat menjadi daya tarik bagi wisatawan. Danau, perkebunan, persawahan dan hutan nasional ada di dalam lingkungan Lido Lakes. Banyak wisatawan yang menyebutkan bahwa Lido sebagai tempat wisata yang menawarkan

Gita Wulandari, 2013

**PENGARUH PREFERENSI WISATAWAN TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH PRODUK OUTBOUND DI LEAD INDONESIA
LIDO LAKES RESORT & CONFERENCE BOGOR**

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

pemandangan alam yang komplit. Danau yang berada di Lido tersebut berdampingan dengan suasana flora dan fauna yang berkolaborasi dengan apik. Danau yang terlihat alami dengan pepohonan di sekitarnya yang berwarna hijau beserta fauna yang ada sangat memanjakan mata para wisatawan yang datang.

Tidak begitu jauh dari kawasan hotel Lido, terdapat sebuah taman wisata alam Bodogol yang merupakan sebuah hutan hujan tropis dimana di dalamnya terdapat flora dan fauna yang benar-benar alami dan juga terdapat sebuah rehabilitas Owa Jawa. Pemandangan yang di tawarkan di tempat tersebut sangatlah baik, berbagai macam flora dan fauna serta air terjun dapat dinikmati oleh wisatawan secara dekat.

3. Aksesibilitas

Untuk menuju ke objek wisata Lido Lakes Resort, pengunjung dari Jakarta dapat melewati Tol Cipularang terus menuju pintu tol Ciawi menuju arah Sukabumi ±45 menit terlihat tanda masuk menuju kawasan objek di sebelah kiri jalan. Berbagai macam kendaraan dapat memasuki kawasan objek karena jalan yang akan di lewatinya cukup luas dengan setiap jalur yang berbeda. Terdapat banyak transportasi umum yang menuju ke objek, dari Stasiun Baranang Siang langsung saja menaiki transportasi umum ke arah Cicurug ±1 jam 30 menit.

4. Sarana dan Prasarana

a. *Lido Lakes Resort & Conference (LLRC)* adalah hotel bintang ***** yang memiliki 104 kamar yang terdiri dari :

- 1) 78 kamar Superior
- 2) 16 kamar *Deluxe*
- 3) 6 Halimun *Suite*
- 4) Walet *Suite*, dan
- 5) Lido *Suite*

b. Semua kamar mempunyai balkon dengan dominasi pemandangan antara lain danau, kolam renang, lapangan golf dan gunung Salak, Gede, dan Pangrango.

Gita Wulandari, 2013

**PENGARUH PREFERENSI WISATAWAN TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH PRODUK OUTBOUND DI LEAD INDONESIA
LIDO LAKES RESORT & CONFERENCE BOGOR**

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

c. Fasilitas yang ada didalam kamar :

- 1) AC, TV Satelit
- 2) Kamar mandi dengan shower (Water Heater)
- 3) Sambungan Telepon (Lokal, SLJJ, SLI)
- 4) Mini bar / Kulkas, Coffee & Tea Maker

d. Fasilitas yang dimiliki:

Restaurant Telaga Asri yang menyuguhkan makanan local maupun Internasional,

- 1) *Bar, Mini Bar, Room Service, Ruang Karaoke*
- 2) *Satelit TV Channel*
- 3) *IDD (International Direct Dial) telephone*
- 4) *Doctor on Call*
- 5) *Massage Service & Spa*
- 6) *Laundry & Vallet*
- 7) Ruangan Rapat / Pesta
- 8) *Wi Fi Connection & Speedy Internet*
- 9) Bisnis Center
- 10) *Drugstore*
- 11) *Owa-na Camp (Orientasi Wahana Anak)*
- 12) Lapangan Tennis
- 13) Tennis Meja
- 14) Lapangan Volley
- 15) Meja Billiard
- 16) Futsal
- 17) Masjid

e. Aktifitas luar hotel yang dapat dinikmati:

- 1) *Team Building*
- 2) *ATV*
- 3) *Micro Light*
- 4) *GOLF 18 Hole & Driving Range*

Gita Wulandari, 2013

**PENGARUH PREFERENSI WISATAWAN TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH PRODUK OUTBOUND DI LEAD INDONESIA
LIDO LAKES RESORT & CONFERENCE BOGOR**

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

- 5) Rakit
- 6) Sepeda
- 7) *Paint Ball*
- 8) *River Rafting*
- 9) *Lido Aero Club (TRIKE)*
- 10) Delman
- 11) *Off Road*
- 12) *Leisurely Walk*
- 13) POT (*Painting On T-shirt*)

B. Profil Wisatawan Nusantara dilihat dari Karakteristik Demografi, pengalaman dan Penilaian terhadap Daya Tarik Wisata di Lido Lakes Resort

Profil wisatawan Nusantara ini diambil dari 95 responden sebagai sample dengan melihat karakteristik yang beraneka ragam. Karakteristik wisatawan menggambarkan keadaan dari objek wisata Lido Lakes. Karakteristik yang digambarkan meliputi jenis kelamin, usia, pekerjaan dan penghasilan. Sedangkan pengalaman responden yang digambarkan meliputi frekuensi berwisata, daya tarik wisata yang disukai dan alasan mengunjungi objek wisata Lido Lakes.

1. Karakteristik Wisatawan
 - a. Jenis Kelamin

4.1 Tabel Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	f	%
1	Laki-Laki	54	56.8
2	Perempuan	41	43.2
Jumlah		95	100.0

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2012

Tabel di atas menggambarkan jenis kelamin responden. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa dari 95 responden, 54 orang (56.8%) adalah laki-laki dan 41 orang (43.2%) adalah perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden adalah laki-laki. Karena untuk responden laki-laki cenderung mempunyai jiwa petualang dengan disediakan banyak aktifitas untuk kaum laki-laki yang akan sangat diminati. Sedangkan wanita cenderung tidak tertarik dengan kegiatan petualang dan menguji adrenalin, banyaknya wanita hanya untuk menikmati keadaan dari pemandangannya.

b. Usia

4.2 Tabel Usia

No	Usia	f	%
1	<= 26 tahun	21	22.1
2	26-35 tahun	50	52.6
3	35-44 tahun	12	12.6
4	>= 44 tahun	12	12.6
Jumlah		95	100.0

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2012

Tabel di atas menggambarkan usia responden. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa dari 95 responden, 21 orang (22.1%) berusia kurang dari sama dengan 26 tahun, 50 orang (52.6%) berusia 26-35 tahun, 12 orang (12.6%) berusia 35-44 tahun dan 12 orang (12.6%) berusia lebih dari sama dengan 44 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden berusia diantara 26-35 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa usia tersebut merupakan usia ideal seorang karyawan yang sedang produktif dalam rangka melakukan kegiatan *team building* yang diadakan oleh perusahaannya. Sedangkan usia 35-44 tahun atau pun 44 tahun cenderung melakuka kegiatannya tidak sesering pada usia produktif.

b. Pekerjaan

4.3 Tabel Pekerjaan

No	Pekerjaan	f	%
1	PNS / BUMN	10	10.5
2	Karyawan Swasta	49	51.6
3	Pelajar / Mahasiswa	16	16.8
4	Wiraswasta	18	18.9
5	Lainnya	2	2.1
Jumlah		95	100.0

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2012

Tabel di atas menggambarkan pekerjaan responden. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa dari 95 orang responden, 10 orang (10.5%) adalah PNS / BUMN, 49 orang (51.6%) adalah karyawan swasta, 16 orang (16.8%) adalah pelajar / mahasiswa, 18 orang (18.9%) adalah wiraswasta dan 2 orang (2.1%) selainnya. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden adalah karyawan swasta. Hal ini dilihat dari banyaknya permintaan team building yang di adakan oleh sebuah perusahaan swasta yang sedang melakukan training.

c. Tingkat Pendapatan

4.4 Tabel Tingkat Pendapatan

No	Tingkat Pendapatan	f	%
1	1 Juta – 2,5 Juta	24	25.3
2	2,5 Juta – 4,5 Juta	35	36.8
3	4,5 Juta – 7 Juta	25	26.3
4	7 Juta – 10 Juta	7	7.4
5	➤ 10 Juta	4	4.2
Jumlah		95	100.0

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2012

Tabel di atas menggambarkan tingkat pendapatan responden. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa dari 95 orang responden, 24 orang (25.3%) tingkat pendapatannya 1 juta – 2,5 juta, 35 orang (36.8%) antara 2.5 juta – 4.5 juta, 25 orang (26.3%) antara 4,5 juta – 7 juta, 7 orang (7.4%) antara 7 juta – 10 juta dan 4 orang (4.2%) diatas 10 juta. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden tingkat pendapatannya antara 2,5 juta – 4,5 juta. Karena segmentasi pasar Lido Lakes ini yaitu kelas menengah keatas maka para pengunjung yang datang merupakan karyawan yang mempunyai penghasilan yang berlebih.

d. Tingkat Kunjungan

4.5 Tabel Tingkat Kunjungan Ke Lido Lakes Resort & Conference Bogor

No	Tingkat Kunjungan	f	%
1	1 kali	44	46.3
2	2 kali	27	28.4
3	3 kali	8	8.4
4	Lebih dari 3 kali	16	16.8
Jumlah		95	100.0

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2012

Tabel di atas menggambarkan tingkat kunjungan responden. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa dari 95 orang responden, 44 orang (46.3%) baru berkunjung 1 kali, 27 orang (28.4%) berkunjung 2 kali, 8 orang (8.4%) berkunjung 3 kali dan 16 orang (16.8%) sudah berkunjung lebih dari 3 kali. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden ini merupakan kunjungan pertamanya.

e. Frekuensi Kunjungan

4.6 Tabel Frekuensi Mengunjungi Lido Lakes Resort & Conference Bogor

No	Tingkat Hunian	f	%
1	2 hari	63	66.3
2	3 hari	21	22.1
3	4 hari	5	5.3

Gita Wulandari, 2013

PENGARUH PREFERENSI WISATAWAN TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH PRODUK OUTBOUND DI LEAD INDONESIA LIDO LAKES RESORT & CONFERENCE BOGOR

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

4	5 hari	3	3.2
5	Lebih dari 5 hari	3	3.2
Jumlah		95	100.0

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2012

Tabel di atas menggambarkan tingkat hunian responden. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa dari 95 orang responden, 63 orang (66.3%) menginap selama 2 hari, 21 orang (22.1%) menginap selama 3 hari, 5 orang (5.3%) menginap selama 4 hari, 3 orang (3.2%) menginap selama 5 hari dan 3 orang (3.2%) menginap lebih dari 5 hari. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menginap selama 2 hari.

f. Informasi Mengenai Objek Wisata

4.7 Tabel Informasi Mengenai LEAD Indonesia Lido Lakes Resort Bogor

No	Informasi	F	%
1	Media elektronik (TV,Radio,Internet)	13	13.7
2	Brosur	23	24.2
3	Media Cetak (Koran,Majalah,Papan Reklame)	10	10.5
4	Kerabat / Keluarga	18	18.9
5	Lainnya	31	32.6
Jumlah		95	100.0

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2012

Tabel di atas menggambarkan sumber Informasi responden. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa dari 95 orang responden, 13 orang (13.7%) memperoleh informasi dari Media elektronik (TV,Radio,Internet) 23 orang (24.2%) memperoleh informasi dari Brosur, 10 orang (10.5%) memperoleh informasi dari Media cetak (Koran,Majalah,Papan Reklame), 18 orang (18.9%) memperoleh informasi dari kerabat / keluarga dan 31 orang (32.6%) memperoleh informasi dari media yang lain. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memperoleh informasi dari media yang lain.

2. Tanggapan responden mengenai Preferensi Wisatawan (X)

Variabel pelaksanaa preferensi wisatawan terdiri dari Lokasi, Aksesibilitas, Fasilitas dan Suasana. Berdasarkan hasil pengolahan data dari 95 responden, maka dapat di lihat tanggapan wisatawan sebagai berikut :

a. Lokasi

Lokasi merupakan pertimbangan seseorang mengenai tanggapannya terhadap suatu objek. Pertimbangan tersebut yang mencangkup posisi dan jarak objek wisata. Pada table 4.7 dijelaskan bahwa tanggapan dari seorang wisatawan terhadap objek yang di lokasi kawasan Lido Lakes Resort :

4.8 Tabel Lokasi

No	Pertanyaan	5	4	3	2	1	Jumlah	Skor Total	Skor Ideal
1	Posisi daya tarik di objek wisata	13	69	13	0	0	95	380	475
	Lido Lakes Resort Bogor	13.7	72.6	13.7	0.0	0.0	100.0	80.0	
2	Tempat parkir di objek wisata di	7	50	30	8	0	95	341	475
	Lido Lakes Resort Bogor	7.4	52.6	31.6	8.4	0.0	100.0	71.8	
3	Keterjangkauan Lokasi wisata di	5	43	44	3	0	95	335	475
	Lido Lakes Resort Bogor	5.3	45.3	46.3	3.2	0.0	100.0	70.5	
Jumlah Skor Total								1056	
Persentase Skor Total								74.1%	

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2012

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai Lokasi. Berdasarkan hasil pengolahan yang disajikan pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa skor total untuk Lokasi adalah 1056. Jumlah skor tersebut dimasukkan ke dalam garis kontinum, yang pengukurannya ditentukan dengan cara:

$$\text{Nilai Indeks Maksimum} = 5 \times 3 \times 95 = 1425$$

$$\text{Nilai Indeks Minimum} = 1 \times 3 \times 95 = 285$$

$$\begin{aligned} \text{Jarak Interval} &= [\text{nilai maksimum} - \text{nilai minimum}] : 5 \\ &= (1425 - 285) : 5 \\ &= 228 \end{aligned}$$

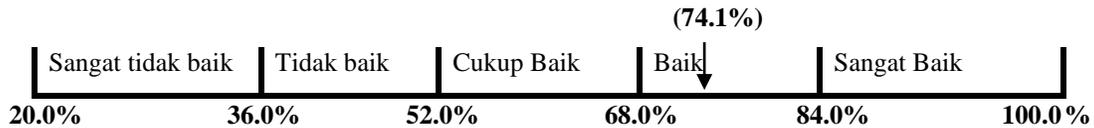
Gita Wulandari, 2013

PENGARUH PREFERENSI WISATAWAN TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH PRODUK OUTBOUND DI LEAD INDONESIA LIDO LAKES RESORT & CONFERENCE BOGOR

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

$$\begin{aligned}
 \text{Persentase Skor} &= [(\text{total skor}) : \text{nilai maksimum}] \times 100\% \\
 &= (1056 : 1425) \times 100\% \\
 &= 74.1\%
 \end{aligned}$$

4.9 Gambar Kontinum Lokasi



Secara ideal, skor yang diharapkan untuk jawaban responden terhadap pertanyaan nomor 1 sampai dengan 3 adalah 1425. Dari perhitungan dalam tabel menunjukkan nilai yang diperoleh 1056 atau 74.1% dari skor ideal yaitu 1425. Dengan demikian Lokasi berada pada kategori baik.

Di lihat dari skor Daya Tarik yang di dapat dengan skor yang paling tinggi sebesar 380, membuktikan bahwa Lido Lakes Resort mempunyai Daya Tarik dari Objek Wisata yang sangat menarik, para wisatawan yang datang berpendapat bahwa objek wisata tersebut mempunyai keunikan dari alam yang begitu *natural*.

Dari segi area parkir dengan skor berada di 341 menandakan bahwa keadaan parkir cukup strategis dengan banyaknya lahan yang tersedia untuk kendaraan, posisi area parkir pun mempengaruhi penilaian wisatawan terhadap lokasi dari objek karena sebagian besar para pengunjung membawa kendaraan pribadi dan bus sehingga keamanan dan kenyamanan area pun memang harus lebih di perhatikan.

Keterjangkauan sebuah lokasi pun akan menjadi salah satu pengaruh para pengunjung berkunjung ke sebuah objek wisata. Hanya saja untuk skor dari keterjangkauan lokasi Lido Lakes Resort tersebut berada di angka terendah sebesar 335, hal ini dikarenakan dari keadaan jalannya yang tidak memberikan kenyamanan. Jalur yang di lewati memang tidaklah jauh hanya saja keadaan sekitarnya yang banyak dilalui kendaraan besar membuat kemacetan dari setiap arah.

b. Aksesibilitas

Aksesibilitas yaitu tidak hanya tentang alat transportasi saja tetapi juga sarana dan prasarana yang mendukung dalam memudahkan wisatawan dalam mencapai suatu objek wisata.

Gita Wulandari, 2013

PENGARUH PREFERENSI WISATAWAN TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH PRODUK OUTBOUND DI LEAD INDONESIA LIDO LAKES RESORT & CONFERENCE BOGOR

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

Aksesibilitas menjadi faktor penting yang sangat di pertimbangkan oleh wisatawan ketika akan melakukan wisata.

4.10 Tabel Aksesibilitas

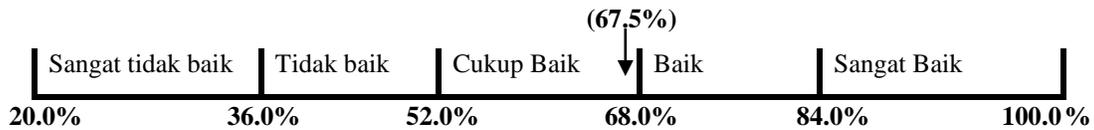
No	Pertanyaan	5	4	3	2	1	Jumlah	Skor Total	Skor Ideal
1	Sarana Angkutan menuju daya tarik objek wisata Lido Lakes Resort Bogor	7	36	46	6	0	95	329	475
		7.4	37.9	48.4	6.3	0.0	100.0	69.3	
2	Kelayakan sarana angkutan di objek wisata Lido lakes resort Bogor	4	38	42	11	0	95	320	475
		4.2	40.0	44.2	11.6	0.0	100.0	67.4	
3	Kelayakan jalan menuju objek wisata Lido Lakes Resort Bogor	3	35	44	13	0	95	313	475
		3.2	36.8	46.3	13.7	0.0	100.0	65.9	
Jumlah Skor Total								962	
Persentase Skor Total								67.5%	

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2012

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai Aksesibilitas. Berdasarkan hasil pengolahan yang disajikan pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa skor total untuk Aksesibilitas adalah 962. Jumlah skor tersebut dimasukkan ke dalam garis kontinum, yang pengukurannya ditentukan dengan cara:

1. Nilai Indeks Maksimum = $5 \times 3 \times 95 = 1425$
2. Nilai Indeks Minimum = $1 \times 3 \times 95 = 285$
3. Jarak Interval = $[\text{nilai maksimum} - \text{nilai minimum}] : 5$
 $= (1425 - 285) : 5$
 $= 228$
4. Persentase Skor = $[(\text{total skor}) : \text{nilai maksimum}] \times 100\%$
 $= (962 : 1425) \times 100\%$
 $= 67.5\%$

4.11 Gambar Garis Kontinum Aksesibilitas



Secara ideal, skor yang diharapkan untuk jawaban responden terhadap pertanyaan nomor 4 sampai dengan 6 adalah 1425. Dari perhitungan dalam tabel menunjukkan nilai yang diperoleh 962 atau 67.5% dari skor ideal yaitu 1425. Dengan demikian Aksesibilitas berada pada kategori Cukup baik.

Sarana angkutan menuju objek wisata mempunyai skor 329 yang menunjukkan skor yang paling tinggi. Sarana transportasi sangat mudah untuk di temui sepanjang jalan menuju arah objek wisata. Dengan di pengaruhi kelayakan dari sarana transportasi yang berada pada skor 320 yang membuat keseimbangan antara sarana angkutan dengan kelayakan transportasi. Namun untuk kelayakan dari jalan berada di skor paling rendah sebesar 313, karena keadaan dari jalan yang ada tidak cukup baik untuk menjadi jalur menuju objek wisata. Jalan yang tidak begitu besar dengan ditambah banyaknya kendaraan yang melewati serta kendaraan truk besar yang menambah kemacetan jalur menuju objek wisata Lido Lakes Resort.

2. Fasilitas

Fasilitas wisata merupakan sarana dan prasarana yang tersedia dalam sebuah objek wisata untuk menunjang kebutuhan para pengunjung selama berada di objek wisata tersebut.

4.12 Tabel Fasilitas

No	Pertanyaan	5	4	3	2	1	Jumlah	Skor Total	Skor Ideal
1	Kelengkapan fasilitas di objek wisata Lido Lakes Resort Bogor	18	61	16	0	0	95	382	475
		18,9	64,2	16,8	0,0	0,0	100,0	80,4	
2	Kelayakan kondisi fasilitas di objek wisata	20	53	18	2	2	95	372	475
		21,1	55,8	18,9	2,1	2,1	100,0	78,3	

Gita Wulandari, 2013

PENGARUH PREFERENSI WISATAWAN TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH PRODUK OUTBOUND DI LEAD INDONESIA LIDO LAKES RESORT & CONFERENCE BOGOR

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

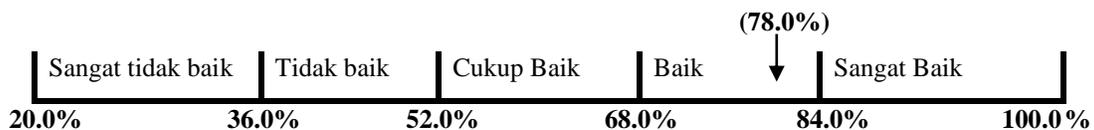
	Lido Lakes Resort Bogor								
3	Kebersihan di objek wisata Lido Lakes Resort	18	38	38	1	0	95	358	475
		18,9	40,0	40,0	1,1	0,0	100,0	75,4	
Jumlah Skor Total								1112	
Persentase Skor Total								78,0%	

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2012

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai Fasilitas. Berdasarkan hasil pengolahan yang disajikan pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa skor total untuk Fasilitas adalah 1112. Jumlah skor tersebut dimasukkan ke dalam garis kontinum, yang pengukurannya ditentukan dengan cara:

1. Nilai Indeks Maksimum = $5 \times 3 \times 95 = 1425$
2. Nilai Indeks Minimum = $1 \times 3 \times 95 = 285$
3. Jarak Interval = $[\text{nilai maksimum} - \text{nilai minimum}] : 5$
 $= (1425 - 285) : 5$
 $= 228$
4. Persentase Skor = $[(\text{total skor}) : \text{nilai maksimum}] \times 100\%$
 $= (1112 : 1425) \times 100\%$
 $= 78.0\%$

4.13 Gambar Garis Kontinum Fasilitas



Secara ideal, skor yang diharapkan untuk jawaban responden terhadap pertanyaan nomor 7 sampai dengan 9 adalah 1425. Dari perhitungan dalam tabel menunjukkan nilai yang diperoleh 1112 atau 78.0% dari skor ideal yaitu 1425. Dengan demikian Fasilitas berada pada kategori baik.

Dari tabel yang ada terlihat bahwa kondisi dari kelengkapan fasilitas dinilai baik dengan skor terbesar yakni 382 menunjukkan fasilitas yang disediakan oleh objek wisata cukup untuk

melayani para wisatawan yang berkunjung. Kelayakan dari fasilitas objek wisata pun berada di posisi dua terbaik sebesar 372 menunjukkan bahwa fasilitas yang ada di objek wisata sangat layak untuk di nikmati oleh para wisatawan sedangkan kebersihan dari fasilitas yang ada di objek wisata menunjukkan angka yang terendah sebesar 358 yang menunjukkan bahwa kebersihan fasilitas cukup baik.

3. Suasana

Suasana merupakan salah satu faktor utama seorang wisatawan memilih sebuah tempat wisata. Susana yang ada di lokasi objek wisata dapat memberikan kenyamanan bagi wisatawan. Wisatawan yang terbiasa dengan keramaian kota, menginginkan sebuah suasana dimana didapatnya keasrian, tidak berpolusi dan alaminya objek wisata.

4.14 Tabel Suasana

No	Pertanyaan	5	4	3	2	1	Jumlah	Skor Total	Skor Ideal
1	Keasrian daya tarik wisata objek wisata Lido Lakes Resort Bogor	51	35	9	0	0	95	422	475
		53,7	36,8	9,5	0,0	0,0	100,0	88,8	
2	Kenyamanan di objek wiata Lido Lakes Resort Lido Lakes Resort Bogor	34	47	14	0	0	95	400	475
		35,8	49,5	14,7	0,0	0,0	100,0	84,2	
Jumlah Skor Total								822	
Persentase Skor Total								86,5%	

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2012

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai Suasana. Berdasarkan hasil pengolahan yang disajikan pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa skor total untuk Suasana adalah 822. Jumlah skor tersebut dimasukkan ke dalam garis kontinum, yang pengukurannya ditentukan dengan cara:

1. Nilai Indeks Maksimum = $5 \times 2 \times 95 = 950$
2. Nilai Indeks Minimum = $1 \times 2 \times 95 = 190$
3. Jarak Interval = $[\text{nilai maksimum} - \text{nilai minimum}] : 5$
= $(950 - 190) : 5$

Gita Wulandari, 2013

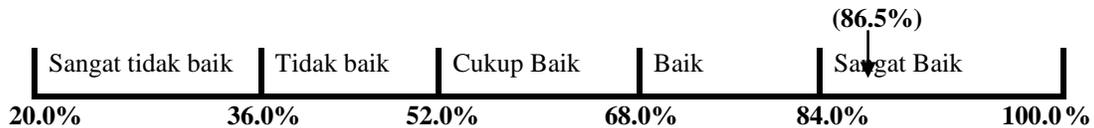
PENGARUH PREFERENSI WISATAWAN TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH PRODUK OUTBOUND DI LEAD INDONESIA LIDO LAKES RESORT & CONFERENCE BOGOR

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

$$= 152$$

$$\begin{aligned}
 4. \text{ Persentase Skor} &= [(total \text{ skor}) : nilai \text{ maksimum}] \times 100\% \\
 &= (822 : 950) \times 100\% \\
 &= 86.5\%
 \end{aligned}$$

4.15 Gambar Garis Kontinum Suasana



Secara ideal, skor yang diharapkan untuk jawaban responden terhadap pertanyaan nomor 10 sampai dengan 11 adalah 950. Dari perhitungan dalam tabel menunjukkan nilai yang diperoleh 822 atau 86.5% dari skor ideal yaitu 950. Dengan demikian Suasana berada pada kategori Sangat baik.

Keasrian daya tarik wisata berada di angka terbesar sebesar 422 menunjukkan bahwa keasrian dari lingkungan yang di dimiliki oleh Objek Wisata sangat baik untuk dinikmati oleh para pengunjung dengan adanya kombinasi dari alam yang begitu alami mulai dari gunung, persawahan, perkebunan dan juga danau. Sedangkan kenyamanan dari objek wisata berada di angka 400 menunjukkan bahwa lingkungan yang ada di sekitar objek wisata sangat baik dan nyaman untuk dinikmati oleh para pengunjung.

4. Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Preferensi Wisatawan (X)

4.16 Tabel Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Preferensi Wisatawan (X)

No	Dimensi	Skor
1	Lokasi	1056
2	Aksesibilitas	962
3	Fasilitas	1112
4	Suasana	822

Gita Wulandari, 2013

PENGARUH PREFERENSI WISATAWAN TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH PRODUK OUTBOUND DI LEAD INDONESIA LIDO LAKES RESORT & CONFERENCE BOGOR

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

Jumlah	3952
--------	------

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2012

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai Preferensi Wisatawan (X). Berdasarkan hasil pengolahan yang disajikan pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa skor total untuk Preferensi Wisatawan (X) adalah 3952. Jumlah skor tersebut dimasukkan ke dalam garis kontinum, yang pengukurannya ditentukan dengan cara:

1. Nilai Indeks Maksimum = $5 \times 11 \times 95 = 5255$
2. Nilai Indeks Minimum = $1 \times 11 \times 95 = 1045$
3. Jarak Interval = $[\text{nilai maksimum} - \text{nilai minimum}] : 5$
 $= (5255 - 1045) : 5$
 $= 836$
4. Persentase Skor = $[(\text{total skor}) : \text{nilai maksimum}] \times 100\%$
 $= (3952 : 5255) \times 100\%$
 $= 75.6\%$

4.17 Gambar Garis Kontinum Preferensi Wisatawan (X)



Secara ideal, skor yang diharapkan untuk jawaban responden terhadap pertanyaan nomor 1 sampai dengan 11 adalah 5255. Dari perhitungan dalam tabel menunjukkan nilai yang diperoleh 3952 atau 75.6% dari skor ideal yaitu 5255. Dengan demikian Preferensi Wisatawan (X) berada pada kategori baik.

Dilihat dari tabel yang sudah ada maka terlihat jelas bahwa Fasilitas menjadi skor yang tertinggi sebesar 1112 karena fasilitas yang ada di kawasan objek wisata Lido Lakes Resort ini sudah lengkap dengan penyediaan penunjang kegiatan wisatawan. Lido Lakes Resort memiliki

Kelengkapan Fasilitas seperti Hotel berbintang 4, *Outdoor activity* yang di sediakan oleh Lead Gita Wulandari, 2013

PENGARUH PREFERENSI WISATAWAN TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH PRODUK OUTBOUND DI LEAD INDONESIA LIDO LAKES RESORT & CONFERENCE BOGOR

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

Indonesia, Golf Club dan juga taman rekreasi (Lido Recreation Center) sehingga untuk mendapatkan seluruh fasilitas itu berada di satu area. Suasana sesuai dengan data tabel diatas menunjukkan angka terendah sebesar 822, hal ini dikarenakan kurangnya pemeliharaan lingkungan sekitar. Pada dasarnya suasana yang ada di kawasan objek wisata sangat alami. Adanya danau, perkebunan, persawahan dan juga pegunungan menjadi nilai lebih untuk daya tarik wisata. Dengan pemeliharaan yang lebih di perhatikan, maka keselarasan itu akan menghasilkan hasil yang memuaskan untuk dinikmati pada wisatawan.

Lokasi menurut hasil data tabel menunjukkan angka sebesar 1056 yang menunjukkan lokasi dari objek wisata Lido Lakes Resort yang cukup strategis dengan cukup keadaan tempat yang cocok untuk para pengunjung yang ingin menikmati tempat yang tidak begitu ramai. Berbanding dengan Aksesibilitas dari skor yang di dapat sebesar 962 maka alat transportasi yang ada sangat mudah di dapat, dilihat dari mudahnya menemukan transportasi umum menuju Lido Lakes Resort dari Baranang Siang atau mudahnya jalan menuju Lido dari keluar pintu Gerbang Tol Ciawi.

5. Keputusan Memilih/Pembelian (Y)

Variabel keputusan berkunjung memiliki beberapa dimensi diantaranya yaitu keputusan pembelian berdasarkan pilihan produk wisata, pilihan merek, pilihan saluran pembelian, pilihan waktu berkunjung dan pilihan jumlah kunjungan. Berdasarkan pada hasil angket yang telah di sebar maka hasilnya adalah sebagai berikut :

a. Pemilihan Produk

Produk wisata yang ditawarkan oleh sebuah objek wisata itu bersifat tidak nyata, sehingga tolak ukur yang di dapat untuk pencapaian sebuah objek wisata itu pada saat seorang wisatawan dapat merasakannya sendiri. Berikut adalah tanggapan dari 95 orang wisatawan mengenai pemilihan produk pada *provider* Lead Indonesia.

4.18 Tabel Pemilihan Produk

No	Pertanyaan	5	4	3	2	1	Jumlah	Skor Total	Skor Ideal
1	Kesesuaian manfaat	21	60	14	0	0	95	387	475
	yang di dapat setelah	22,1	63,2	14,7	0,0	0,0	100,0	81,5	

Gita Wulandari, 2013

PENGARUH PREFERENSI WISATAWAN TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH PRODUK OUTBOUND DI LEAD INDONESIA LIDO LAKES RESORT & CONFERENCE BOGOR

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

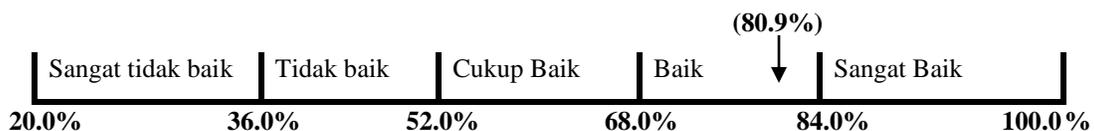
	berkunjung untuk mempercayai Lead Indonesia sebagai provider								
2	Keberagaman provider di daerah Bogor-Sukabumi	22	51	22	0	0	95	380	475
		23,2	53,7	23,2	0,0	0,0	100,0	80,0	
3	Keunggulan dari provider Lead Indonesia Lido Lakes Resort	26	49	20	0	0	95	386	475
		27,4	51,6	21,1	0,0	0,0	100,0	81,3	
Jumlah Skor Total								1153	
Persentase Skor Total								80,9%	

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2012

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai Pemilihan Produk. Berdasarkan hasil pengolahan yang disajikan pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa skor total untuk Pemilihan Produk adalah 1153. Jumlah skor tersebut dimasukkan ke dalam garis kontinum, yang pengukurannya ditentukan dengan cara:

1. Nilai Indeks Maksimum = $5 \times 3 \times 95 = 1425$
2. Nilai Indeks Minimum = $1 \times 3 \times 95 = 285$
3. Jarak Interval = $[\text{nilai maksimum} - \text{nilai minimum}] : 5$
 $= (1425 - 285) : 5$
 $= 228$
4. Persentase Skor = $[(\text{total skor}) : \text{nilai maksimum}] \times 100\%$
 $= (1153 : 1425) \times 100\% = 80.9\%$

4.19 Gambar Garis Kontinum Pemilihan Produk



Secara ideal, skor yang diharapkan untuk jawaban responden terhadap pertanyaan nomor 12 sampai dengan 14 adalah 1425. Dari perhitungan dalam tabel menunjukkan nilai yang diperoleh

Gita Wulandari, 2013

PENGARUH PREFERENSI WISATAWAN TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH PRODUK OUTBOUND DI LEAD INDONESIA LIDO LAKES RESORT & CONFERENCE BOGOR

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

1153 atau 80.9% dari skor ideal yaitu 1425. Dengan demikian Pemilihan Produk berada pada kategori baik.

Kesesuaian manfaat yang di dapat setelah berkunjung untuk mempercayai Lead Indonesia sebagai *provider team building* dinilai baik dalam penyesuaian permintaan klien dalam kegiatannya dengan skor tertinggi sebesar 387. Biasanya, klien meminta ada esensi-esensi yang diberikan pada saat kegiatan *team building* sesuai dengan pencapaian tujuan yang di dapat setelah melakukan kegiatan tersebut.

Keunggulan dari *provider* Lead Indonesia ini pun menjadi tolak ukur para pengunjung yang menilainya sebesar 386, *provider* Lead Indonesia memang mempunyai keunggulan tersendiri dari paket Outbound yang memanfaatkan keadaan dari alam sekitarnya, salah satu daya tarik wisata Lido Resort yakni Danau nya, sehingga Lead Indonesia mempunyai salah satu permainan di air yang menjadi favorit atau pilihan setiap klient yang meminta untuk mengadakan outbound di Lido.

Melihat dari data tabel tanggapan wisatawan, beragamnya provider outbound di daerah Bogor-Sukabumi mempunyai skor terendah sebesar 380, hal ini menunjukkan bahwa wisatawan melihat banyaknya *provider* yang menawarkan program-program *outbound* yang menjadikan perbandingan para wisatawan. Maka dari itu, karena banyaknya *provider* tersebut sehingga menjadi persaingan tersendiri maka para *provider* harus memiliki sebuah daya tarik sendiri dari *provider* nya yang tidak dapat disamakan dari *provider* yang lainnya.

b. Pemilihan Merek

4.20 Tabel Pemilihan Merek

No	Pertanyaan	5	4	3	2	1	Jumlah	Skor Total	Skor Ideal
1	Kemenarikan daya tarik provider Lead Indonesia Lido Lakes Resort	26	56	13	0	0	95	393	475
		27,4	58,9	13,7	0,0	0,0	100,0	82,7	
2	Kepopuleran daya tarik provider Lead	19	51	25	0	0	95	374	475
		20,0	53,7	26,3	0,0	0,0	100,0	78,7	

Gita Wulandari, 2013

PENGARUH PREFERENSI WISATAWAN TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH PRODUK OUTBOUND DI LEAD INDONESIA LIDO LAKES RESORT & CONFERENCE BOGOR

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

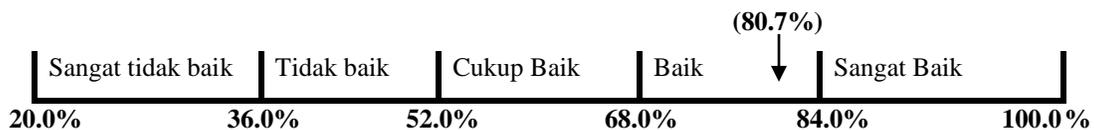
Indonesia Lido Lakes Resort									
Jumlah Skor Total									767
Persentase Skor Total									80,7%

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2012

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai Pemilihan Merk. Berdasarkan hasil pengolahan yang disajikan pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa skor total untuk Pemilihan Merk adalah 767. Jumlah skor tersebut dimasukkan ke dalam garis kontinum, yang pengukurannya ditentukan dengan cara:

1. Nilai Indeks Maksimum = $5 \times 2 \times 95 = 950$
2. Nilai Indeks Minimum = $1 \times 2 \times 95 = 190$
3. Jarak Interval = $[\text{nilai maksimum} - \text{nilai minimum}] : 5$
 $= (950 - 190) : 5$
 $= 152$
4. Persentase Skor = $[(\text{total skor}) : \text{nilai maksimum}] \times 100\%$
 $= (767 : 950) \times 100\%$
 $= 80.7\%$

4.21 Gambar Kontinum Pemilihan Merk



Secara ideal, skor yang diharapkan untuk jawaban responden terhadap pertanyaan nomor 15 sampai dengan 16 adalah 950. Dari perhitungan dalam tabel menunjukkan nilai yang diperoleh 767 atau 80.7% dari skor ideal yaitu 950. Dengan demikian Pemilihan Merk berada pada kategori baik.

Kemenarikan daya tarik *provider* dari Lead Indonesia Lido Resort mendapatkan skor tertinggi sebesar 393, hal ini menunjukan bahwa wisatawan menilai untuk kemenarikan program Lead Indonesia itu baik. Lead Indonesia mempunyai beragam jenis kegiatan dari mulai permainan low impact hingga high impact. Dimana dalam program yang diberikan sangat bervariasi dari

Gita Wulandari, 2013

PENGARUH PREFERENSI WISATAWAN TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH PRODUK OUTBOUND DI LEAD INDONESIA LIDO LAKES RESORT & CONFERENCE BOGOR

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

permainan yang berada di *ground*, danau (permainan air) hingga program permainan *Offroad* pun dapat di tawarkan pada wisatawan untuk menjadi salah satu pilihan program. Sedangkan untuk kepopuleran daya tarik Lead Indonesia Lido Resort berada dalam skor 374, *provider* Lead Indonesia menjadi sebuah unit di dalam Kawasan Wisata Lido Lakes Resort sebagai penunjang bagi para wisatawan yang berkunjung.

c. Pemilihan Waktu

4.22 Tabel Pemilihan Waktu

No	Pertanyaan	5	4	3	2	1	Jumlah	Skor Total	Skor Ideal
1	Frekuensi mengunjungi daya tarik objek wisata di Lido Lakes Resort pada saat weekday	2	38	47	8	0	95	319	475
		2,1	40,0	49,5	8,4	0,0	100,0	67,2	
2	Frekuensi mengunjungi daya tarik objek wisata di Lido Lakes Resort pada saat weekend	5	44	42	4	0	95	335	475
		5,3	46,3	44,2	4,2	0,0	100,0	70,5	
3	Frekuensi mengunjungi daya tarik objek wisata di Lido Lakes Resort pada saat Libur Nasional	6	42	42	5	0	95	334	475
		6,3	44,2	44,2	5,3	0,0	100,0	70,3	
Jumlah Skor Total								988	
Persentase Skor Total								69,3%	

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2012

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai Pemilihan Waktu. Berdasarkan hasil pengolahan yang disajikan pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa skor total untuk Pemilihan Waktu adalah 988. Jumlah skor tersebut dimasukkan ke dalam garis kontinum, yang pengukurannya ditentukan dengan cara:

1. Nilai Indeks Maksimum = $5 \times 3 \times 95 = 1425$
2. Nilai Indeks Minimum = $1 \times 3 \times 95 = 285$
3. Jarak Interval = $[\text{nilai maksimum} - \text{nilai minimum}] : 5$
 $= (1425 - 285) : 5$
 $= 228$
4. Persentase Skor = $[(\text{total skor}) : \text{nilai maksimum}] \times 100\%$

Gita Wulandari, 2013

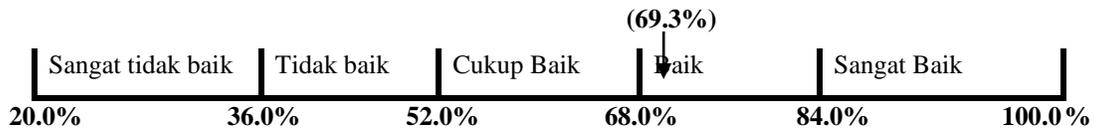
PENGARUH PREFERENSI WISATAWAN TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH PRODUK OUTBOUND DI LEAD INDONESIA LIDO LAKES RESORT & CONFERENCE BOGOR

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

$$= (988 : 1425) \times 100\%$$

$$= 69.3\%$$

4.23 Gambar Garis Kontinum Pemilihan Waktu



Secara ideal, skor yang diharapkan untuk jawaban responden terhadap pertanyaan nomor 17 sampai dengan 19 adalah 1425. Dari perhitungan dalam tabel menunjukkan nilai yang diperoleh 988 atau 69.3% dari skor ideal yaitu 1425. Dengan demikian Pemilihan Waktu berada pada kategori baik.

Frekuensi mengunjungi daya tarik objek wisata di Lido Lakes Resort pada saat weekend berada dalam skor tertinggi sebesar 335 yang menunjukkan bahwa sebagian besar para wisatawan mengunjungi objek wisata pada saat weekend dikarenakan dari lokasi objek wisata yang tidak dekat sehingga biasanya para wisatawan akan memutuskan untuk bermalam dan waktu yang sangat cocok adalah pada saat weekend. Hal tersebut akan berpengaruh pada Frekuensi para wisatawan untuk mengunjungi Lido Lakes Resort pada saat Libur Nasional yang berada pada skor 334. Frekuensi mengunjungi daya tarik objek wisata di Lido Lakes Resort pada saat weekday berada pada skor terendah sebesar 319, karena sebagian besar para wisatawan yang mengunjungi objek wisata Lido Resort pada saat weekday adalah sebuah perusahaan yang akan mengadakan kegiatan meeting. Maka sangatlah jarang para wisatawan yang datang pada saat weekday untuk berlibur.

d. Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Memilih/Pembelian (Y)

4.24 Tabel Rekapitulasi Keputusan Memilih/Pembelian (Y)

No	Dimensi	Skor
----	---------	------

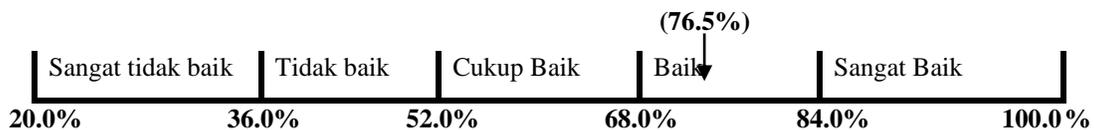
1	Pemilihan Produk	1153
2	Pemilihan Merk	767
3	Pemilihan waktu	988
Jumlah		2908

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2012

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai Keputusan Memilih/Pembelian (Y). Berdasarkan hasil pengolahan yang disajikan pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa skor total untuk Keputusan Memilih/Pembelian (Y) adalah 2908. Jumlah skor tersebut dimasukkan ke dalam garis kontinum, yang pengukurannya ditentukan dengan cara:

1. Nilai Indeks Maksimum = $5 \times 8 \times 95 = 3800$
2. Nilai Indeks Minimum = $1 \times 8 \times 95 = 760$
3. Jarak Interval = $[\text{nilai maksimum} - \text{nilai minimum}] : 5$
 $= (3800 - 760) : 5$
 $= 608$
4. Persentase Skor = $[(\text{total skor}) : \text{nilai maksimum}] \times 100\%$
 $= (2908 : 3800) \times 100\%$
 $= 76.5\%$

4.25 Gambar Garis Kontinum Keputusan Memilih/Pembelian (Y)



Secara ideal, skor yang diharapkan untuk jawaban responden terhadap pertanyaan nomor 12 sampai dengan 19 adalah 3800. Dari perhitungan dalam tabel menunjukkan nilai yang diperoleh 2908 atau 76.5% dari skor ideal yaitu 3800. Dengan demikian Keputusan Memilih/Pembelian (Y) berada pada kategori baik.

Pemilihan produk menurut tanggapan para wisatawan berada pada skor tertinggi sebesar 1153, yang dilihat dari kesesuaian manfaat atau tujuan, keragaman jenis program dan kemenarikan program menjadi acuan para wisatawan untuk memilih sebuah objek wisata. Melihat dari latar

belakang *provider* Lead Indonesia yang memiliki aspek-aspek tersebut harus mampu memelihara dan mengembangkan aspek tersebut agar tetap menjadi salah satu pilihan yang tepat bagi para wisatawan. Lead Indonesia merupakan sebuah unit yang berada dalam satu kawasan Lido Lakes Resort yang mana sangat banyak peluang untuk memperkenalkan provider tersebut kepada wisatawan, karena para wisatawan yang datang di Lido Lakes Resort akan membutuhkan sebuah fasilitas kegiatan bermain di luar ruangan. Pemilihan waktu yang berada pada skor 988, yang akan mempengaruhi waktu yang tepat untuk berkunjung menuju objek wisata, karena memang posisi dari objek wisata Lido Lakes Resort ini tidak dekat yang mengharuskan para wisatawan memilih untuk bermalam. Pemilihan Merek berada dalam skor terendah sebesar 767, kemenarikan dan daya tarik yang ada dalam sebuah objek wisata akan menjadi salah satu pilihan para wisatawan dengan dipengaruhi oleh pemilihan produk dan waktu yang tepat.

C. Analisis Regresi Linier Sederhana

1. Pengaruh Preferensi Wisatawan terhadap Keputusan Memilih/Pembelian

Untuk mengetahui pengaruh Preferensi Wisatawan terhadap Keputusan Memilih / Pembelian, maka penulis menggunakan analisis regresi linear sederhana dengan model sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Dimana : Y = Keputusan Memilih/Pembelian

X = Preferensi Wisatawan

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan bantuan *software SPSS 13* diperoleh hasil sebagai berikut.

4.26 Tabel Analisis Regresi Linear Sederhana

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.819	1.787		7.175	.000
	Preferensi Wisatawan	.260	.055	.439	4.714	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Memilih/Pembelian

Dari output *software SPSS 13* di atas diperoleh model regresi sebagai berikut:

$$Y = 12.819 + 0.260 X$$

Nilai konstanta a memiliki arti bahwa ketika Preferensi Wisatawan (x) bernilai nol atau Keputusan Memilih/Pembelian (y) tidak dipengaruhi oleh Preferensi Wisatawan (x), maka rata-rata bernilai 12.819. sedangkan koefisien regresi b memiliki arti bahwa jika variabel Preferensi Wisatawan (x) meningkat sebesar satu satuan, maka Keputusan Memilih/Pembelian (y) akan meningkat sebesar 0.260. koefisien regresi tersebut bernilai positif, yang artinya Preferensi Wisatawan memberikan pengaruh positif terhadap Keputusan Memilih/Pembelian (semakin tinggi/kuat Preferensi Wisatawan, maka semakin meningkat Keputusan Memilih/Pembelian).

Selera yang dimiliki oleh seorang konsumen yang terdiri dari beberapa faktor meliputi lokasi, suasana, aksesibilitas dan fasilitas menjadi hal yang terpenting dimana seorang konsumen tersebut akan memilih sebuah produk yang di dalam penelitian ini produk yang akan menjadi bahasan yaitu produk *outbound* di LEAD Indonesia Lido Lakes Resort. Seorang konsumen melihat dari lokasi *provider* Lead Indonesia tersebut yang berada di dalam lingkungan Lido Lakes Resort & Conference Bogor dengan suasana yang dimiliki masih asri serta aksesibilitas dan fasilitas yang dimilikinya pun sudah cukup lengkap. Keputusan Pembelian/memilih pun akan di dasari dari faktor pemilihan produk, merek dan waktu. Keputusan tersebut pun akan ditentukan oleh kesesuaian dari konsumen yang akan memilih. Sehingga para saat seorang konsumen akan memilih atau melakukan keputusan pembelian akan sangat di pengaruhi oleh preferensi atau selera dari konsumen itu sendiri.

2. Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan pernyataan sementara yang masih lemah kebenarannya, maka perlu diuji kebenarannya. Sudjana (1992:219) mengartikan hipotesis adalah asumsi atau dugaan mengenai suatu hal itu yang sering dituntut untuk melakukan pengecekan.

Hipotesis penelitian adalah hipotesis kerja (Hipotesis Alternatif H_0 atau H_1) yaitu hipotesis yang dirumuskan untuk menjawab permasalahan dengan menggunakan teori-teori yang ada hubungannya (relevan) dengan masalah penelitian dan belum berdasarkan fakta serta dukungan yang nyata di lapangan.

Pada penelitian kali ini maka di tentukan hipotesisnya sebagai berikut :

$H_0 : \beta = 0$ Artinya, tidak terdapat pengaruh Preferensi Wisatawan terhadap Keputusan Memilih/Pembelian.

$H_1 : \beta \neq 0$ Artinya, terdapat pengaruh Preferensi Wisatawan terhadap Keputusan Memilih/Pembelian.

Rumus yang digunakan dalam menguji hipotesis diatas menggunakan yaitu menggunakan uji t student :

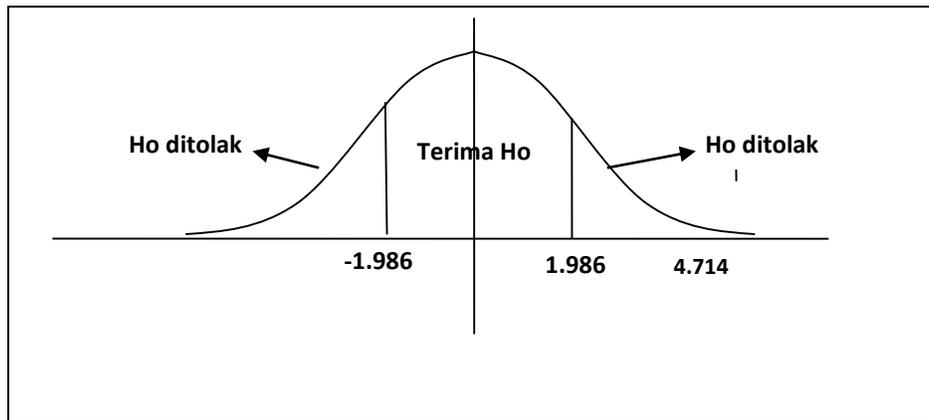
$$\begin{aligned} t_{hit} &= \frac{b}{Se(b)} \\ &= \frac{0,260}{0,055} \\ &= 4.714 \end{aligned}$$

Dengan $\alpha = 5\%$ dan derajat kebebasan ($dk = n-2$) $dk = 95-2 = 93$ diperoleh nilai t tabel sebesar ± 1.986 .

Berdasarkan kriteria uji berikut:

- Terima H_0 jika $-t \text{ tabel} < t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$
- Tolak H_0 jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ atau $t \text{ hitung} < -t \text{ table}$

4.27 Gambar Kurva Uji T



Sumber : Hasil Pengolahan Data 2013

Berdasarkan perhitungan di atas, dapat diperoleh nilai t hitung sebesar 4.714. Karena nilai t hitung ($4.714 > t$ tabel (1.986)), maka H_0 diterima. Artinya, terdapat pengaruh Preferensi Wisatawan terhadap Keputusan Memilih/Pembelian.

Setelah dilakukan uji hipotesis dan kemudian disesuaikan dengan keadaan di lapangan melalui teori-teori yang relevan selama penelitian maka didapatkan bahwa adanya pengaruh preferensi wisatawan terhadap keputusan memilih atau pembelian. Jika dilihat dari analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan memilih/pembelian yang meliputi pemilihan produk, merek dan waktu yang dimiliki oleh seorang calon konsumen. Dengan seperti itu, seorang konsumen berhak untuk memilih pilihannya yang akan disesuaikan dengan kemampuannya yang dipengaruhi juga oleh selera atau preferensi konsumen itu sendiri. Preferensi konsumen yang meliputi lokasi, suasana, fasilitas dan aksesibilitas dari lokasi yang dimiliki oleh objek wisata. Ketika seorang konsumen akan memilih atau melakukan pembelian, konsumen akan melihat objek wisata dari kestrategisan lokasi, kenyamanan suasana dimiliki yang disesuaikan dengan selera, kelengkapan fasilitas yang ada serta kemudahan aksesibilitas terlebih dahulu, kemudian seorang konsumen akan menyesuaikan selera atau preferensi tersebut dengan produk yang diminati, ketertarikan dari merek serta kecocokan waktu untuk mengunjungi sebuah objek wisata tersebut. Dengan adanya banyak *provider* disekitar area Bogor-Sukabumi yang menawarkan beragamnya jenis program bervariasi akan menjadi sebuah pilihan yang diikuti selera dari konsumen itu sendiri. Dari faktor Lokasi dengan keterjangkauan jarak yang tidak terlampaui jauh dari gerbang Tol Ciawi dengan

didukung oleh daya tarik yang ada dari objek danau yang mengelilingi resort serta area parkir yang cukup strategis, faktor suasana dari keasrian dan kenyamanan Lido Lakes Resort & Conference, faktor fasilitas dari kelengkapan, kelayakan dan kebersihan yang dimiliki serta faktor aksesibilitas dari kemudahan sarana transportasi dan kelayakan dari transportasi yang sudah ditetapkan oleh seorang konsumen akan disesuaikan juga dengan pemilihan produk meliputi kesesuaian manfaat setelah berkunjung untuk mempercayai Lead Indonesia, keberagaman jenis provider dan keunggulan dari provider Lead Indonesia, pemilihan merek meliputi kemenarikan daya tarik dan kepopuleran daya tarik Lead Indonesia, serta pemilihan waktu berkunjung. Maka dengan adanya analisis tersebut, terlihat jelas bahwa seorang konsumen ketika melihat sebuah objek wisata yang sesuai dengan selera konsumen kemudian akan dicocokkan dengan pemilihan produk, merek dan waktu yang dimiliki oleh seorang calon konsumen.

D. Analisis Korelasi

Untuk mengetahui hubungan antara Preferensi Wisatawan dengan Keputusan Memilih/Pembelian., penulis menggunakan teknik analisis korelasi *Pearson Product Moment* (PPM) dengan kegunaannya untuk mengetahui derajat hubungan antar variabel bebas (*independent*) dengan variabel terikat (*dependent*). Teknik analisis PPM termasuk teknik statistik parametrik yang menggunakan data interval dan rasio dengan persyaratan tertentu.

Berikut ini adalah hasil pengolahan *software SPSS 13* untuk koefisien korelasi mengenai hubungan antara preferensi wisatawan dengan keputusan memilih/pembelian.

4.28 Tabel Analisis Korelasi Pearson

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.439 ^a	.193	.184	3.14213

a. Predictors: (Constant), Preferensi Wisatawan

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0.439, yang berarti terdapat hubungan yang sedang antara Preferensi Wisatawan dengan Keputusan Memilih / Pembelian. Hubungan yang dilihat dari preferensi dan keputusan wisatawan berpengaruh sangat besar dalam penentuan produknya.

Seorang wisatawan yang datang ke Lido Lakes Resort & Conference untuk melakukan *outbound* di Lead Indonesia dipengaruhi dari selera wisatawan tersebut yang dimulai dari lokasi, aksesibilitas, suasana dan fasilitas yang dimiliki oleh objek wisata. Faktor selera wisatawan tersebut akan disesuaikan dari ketertarikan konsumen itu sendiri mengenai sebuah produk. Dan juga untuk keputusan memilih/pembelian akan dipengaruhi dengan pemilihan produk, merek dan Waktu. Para wisatawan yang datang untuk menggunakan produk *outbound* LEAD Indonesia di Lido Lakes Resort ini sebagian besar melihat dari keunggulan program yang dimiliki dan kesesuaian manfaat. Karena pada saat ini sangat banyak provider-provider yang menyuguhkan keragaman jenis program yang menarik. Maka dari situlah, setiap provider harus memiliki sebuah program yang sangat menarik untuk menjadikan sebuah keunggulan dari provider untuk bersaing dengan provider-provider *outbound* khususnya di wilayah Bogor-Sukabumi.

E. Koefisien Determinasi

Besarnya pengaruh preferensi wisatawan terhadap keputusan pembelian, ditunjukkan oleh koefisien determinasi dengan rumus sebagai berikut :

$$\begin{aligned} KD &= r^2 \times 100\% \\ &= (0.439)^2 \times 100\% \\ &= 19.3\% \end{aligned}$$

Koefisien determinasi dari hasil perhitungan didapat sebesar 19.3%. Hal ini menunjukkan bahwa Preferensi Wisatawan memberikan pengaruh sebesar 19.3% terhadap Keputusan Memilih / Pembelian, sedangkan sisanya sebesar 80.7% yang dapat dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak diteliti.

Dilihat dari penelitian penulis, terlihat bahwa 19.3% preferensi memberikan sebuah pengaruh untuk menentukan pemilihan pembelian/keputusan seorang wisatawan. Pada penelitian kali ini untuk preferensi wisatawan mengenai daya tarik wisata Lido Lakes Resort & Conference

yang melihatnya dari sisi Lokasi yang strategis untuk melakukan sebuah wisata, aksesibilitas yang mudah untuk mencapai objek wisata, suasana yang di dapat pada saat berkunjung dan juga fasilitas yang di miliki oleh objek wisata tersebut yang akan ditentukan oleh seorang wisatawan mengenai seleranya. Sementara itu, sebesar 80.7% dipengaruhi oleh faktor lain yang akan menjadi pengaruh yang lain dari sebuah keputusan pembelian/memilih seorang konsumen terhadap objek wisata.