

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Diperhiaskan bagi manusia kesukaan kepada barang yang diingini, (yaitu) dari hal perempuan dan anak laki-laki, dan berpikul-pikul emas dan perak, dan kuda kenderaan yang diasuh, dan binatang-binatang ternak dan sawah-ladang. Yang demikian itulah perhiasan hidup di dunia. Namun di sisi Allah ada (lagi) sebaik tempat kembali (Q.S. Al-Imron : 14).

Dunia pariwisata adalah dunia yang universal, artinya bahwa pariwisata itu adalah kebutuhan umat manusia di seluruh dunia, sebagaimana yang dikemukakan oleh (Murti & Soeprihantono, 2003:134). Dengan meningkatnya kesejahteraan dan kemakmuran suatu bangsa dalam bidang ekonomi, maka munculah sifat dasar dari manusia yaitu keinginan untuk melihat keadaan sehari-hari, baik dari segi budaya, adat istiadat, kebiasaan hidup sehari-hari dan penciptaan alam yang dibedakan oleh Tuhan Yang Maha Esa yang menyebabkan suatu rasa ingin tahu seseorang untuk melihat serta menikmatinya. Sehingga timbul niat untuk melakukan perjalanan (Mas Oetarjo,2013)."

Pariwisata menurut mcintosh dan gupta dalam Pendit (2002) adalah gabungan dari gejala dan hubungan yang timbul dari interkasi wisatawan, swasta (bisnis), pemerintah serta masyarakat dalam proses menarik dan melayani wisatawan. Hal ini pariwisata mengalami pertumbuhan yang sangat pesat sehingga menjadikan sektor pariwisata sebagai sektor pendapatan negara yang cukup berpengaruh dan diunggulkan.

Pariwisata merupakan segala kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah atau pengusaha maupun masyarakat dalam menata, mengatur, mengelola, menyediakan dan melayani kebutuhan orang-orang yang melakukan perjalanan atau wisatawan untuk menikmati objek dan daya tarik wisata.

Pengembangan pariwisata seperti layaknya usaha lain membutuhkan tuntutan untuk mempertimbangkan selera pasar yang potensial. Produk-produk yang berorientasi pasar (*Customer Oriented*) dengan mempertimbangkan daya dukung sumberdaya dan lingkungan yang optimal akan mampu mencapai customer dan kualitas produk yang proposional serta mampu memberikan kontribusi pendapatan yang maksimal. Oleh karena itu, pengembangan pariwisata sangat penting untuk memperhatikan dan meningkatkan kualitas. Hasil pembangunan di sektor pariwisata dari segi ekonomi dapat dikatakan telah menunjukkan hasil yang nyata meskipun belum secara maksimal, dapat dilihat dari aspek penerimaan devisa negara, lapangan kerja dan kesempatan usaha, dan kemajuan pembangunan sarana dan prasarana di daerah (Pendit, 2002).

Untuk meningkatkan peran kepariwisataan, sangat terkait antara barang berupa obyek wisata sendiri yang dapat dijual dengan sarana dan prasarana yang terkait dalam industri pariwisata. Usaha pengembangan suatu daerah bertujuan untuk wisata agar memperhatikan berbagai faktor yang berpengaruh terhadap keberadaan daerah tujuan wisata, yang meliputi obyek dan daya tarik wisata, prasarana wisata, tata laksana, atau infrastruktur serta kondisi dari masyarakat atau lingkungan.

Air sebagai salah satu sumber daya alam yang mempunyai keterbatasan-keterbatasan dari segi jumlah, ruang maupun waktu. Mengingat keterbatasan

tersedianya air tersebut, maka potensi air yang ada harus dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya. Untuk dapat merealisasi hal tersebut, diperlukan sarana dan prasarana pendukung, diantaranya dengan pembangunan waduk. Dengan adanya waduk maka kelebihan air pada musim hujan dapat ditampung dan dimanfaatkan selama musim kemarau serta dapat sebagai pengendali banjir pada musim hujan. Waduk yang dibangun untuk melayani berbagai kebutuhan dengan tingkat prioritas dan keuntungan berbeda memerlukan pengoperasian yang teliti.

Waduk Wonorejo mulai dioperasikan tahun 2002, waduk ini diharapkan dapat memenuhi kebutuhan masyarakat Tulungagung dan sekitarnya sebagai waduk serbaguna sehingga perlu analisa operasional waduk yang lebih teliti. Berbagai metode telah dikembangkan untuk menganalisa tampungan waduk, diantaranya : penerapan program linier, program non linier dan program dinamik.

Faktor yang mempengaruhi pilihan produk atau jasa menurut Shiffman & Kanuk (2004), seorang pemasar harus mampu memahami dan memprediksi perilaku konsumen tentang pentingnya hal yang berkaitan dengan apa yang dibeli konsumen, mengapa membeli, kapan, dimana, bagaimana dan berapa banyak yang dibeli. Hal tersebut, perusahaan pariwisata berusaha untuk mengetahui bagaimana sebenarnya perilaku pengunjung. Melalui penelitian ini juga diharapkan dapat diketahui pola pengambilan keputusan untuk berkunjung ke tempat pariwisata Waduk Wonorejo.

Pengelola wisata Waduk Wonorejo untuk mengidentifikasi dan menganalisa minat berkunjung yang menjadi sasarannya dalam menggunakan cara-cara untuk mempengaruhi keputusannya. Pihak Waduk Wonorejo harus selalu berusaha menarik perhatian para pengunjungnya dengan cara memenuhi kebutuhan dan keinginan pengunjung.

Wisata Waduk Wonorejo selain sudah dapat menarik pengunjung namun perlu juga mempertahankan pengunjung yang telah ada agar pengunjung sering melakukan kunjungannya. Upaya untuk mempertahankan pelanggan dilakukan agar dapat memastikan bahwa produk atau jasa dapat memenuhi harapan pengunjung sehingga sejumlah kunjungan selalu meningkat.

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan diatas maka, penulis mengambil penelitian dengan judul “ Pengaruh Faktor Perilaku Konsumen Terhadap Minat Berkunjung Wisata Waduk Wonorejo Pagerwojo Kabupaten Wonorejo Jawa Timur “.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada suatu penelitian adalahh untuk memudahkan dalam menganalisa dan mengevaluasi masalah serta dapat lebih terarah dan jelas sehingga diperoleh langkah-langkah pemecahan masalah yang efektif, maka perlu dibuat suatu perumusan masalah

Berdasarkan dari latar belakang masalah yang telah dikemukakan sebelumnya maka dapat dirumuskan bahwa masalah pokok dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana karakteristik pengunjung ke Wisata Waduk Wonorejo Pagerwojo Kabupaten Tulungagung Jawa Timur?
2. Bagaimana Pengaruh perilaku konsumen terhadap minat berkunjung ke Wisata Waduk Wonorejo Pagerwojo Kabupaten Tulungagung Jawa Timur secara simultan dan parsial?

1.3 Tujuan penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis :

1. Karakteristik pengunjung ke Wisata Waduk Wonorejo Pagerwojo Kabupaten Tulungagung Jawa Timur.

2. Faktor perilaku konsumen terhadap minat berkunjung ke Wisata Waduk Wonorejo PAGERWOJO Kabupaten Tulungagung Jawa Timur secara simultan dan parsial.

1.4 Kegunaan penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi :

1. Perguruan tinggi atau mahasiswa

Dapat menambah pengetahuan dan keterampilan bagi mahasiswa dalam pemasaran wisata waduk dengan mempertimbangkan variabel-variabel yang mempengaruhinya.

2. Perusahaan pariwisata

Hasil penelitian ini dapat menjadi tambahan informasi bagi perusahaan (pengelola pariwisata) dalam merumuskan strategi perusahaan yang tepat dan akurat untuk meningkatkan pemasaran wisata waduk.

3. Pemerintah

Sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan peningkatan pembangunan sektor Wisata Waduk terutama dalam upaya pengembangan kawasan wisata.

4. Wisatawan

Sebagai bahan pertimbangan untuk berkunjung lagi ke Wisata Waduk Wonorejo, dimana Wisata Waduk Wonorejo mempunyai daya tarik tersendiri.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pariwisata

Istilah pariwisata terlahir dari bahasa Sanskerta yang komponennya terdiri dari : “*Pari*” yang berarti penuh, lengkap, berkeliling; “*Wis(man)*” yang berarti rumah, properti, kampung, komunitas; dan “*ata*” berarti pergi terus-menerus, mengembara (*roaming about*) yang bila dirangkai menjadi satu kata melahirkan istilah pariwisata, berarti : pergi secara lengkap meninggalkan rumah (kampung) berkeliling terus menerus dan tidak bermaksud untuk menetap di tempat yang menjadi tujuan perjalanan (Pendit, 2002 : 3). Konsep pariwisata menurut Burkart dan Medlik (1981 : 46). Wisatawan memiliki empat ciri, diantaranya adalah :

- a. Wisatawan adalah orang yang melakukan perjalanan dan tinggal diberbagai tempat tujuan.
- b. Tempat tujuan wisatawan berbeda dari tempat tinggal dan tempat kerjanya sehari-hari, karena itu kegiatan wisatawan tidak sama dengan kegiatan penduduk yang berdiam dan bekerja di tempat tujuan wisata.
- c. Wisatawan bermaksud pulang kembali dalam beberapa hari atau bulan-bulanan, karena perjalanan itu bersifat sementara dan berjangka panjang.
- d. Wisatawan melakukan perjalanan bukan untuk mencari tempat tinggal untuk menetap di tempat tujuan atau bekerja untuk mencari nafkah.

Spillane (1987) dalam Badrudin (2001), mendefinisikan pariwisata sebagai perjalanan dari suatu tempat ke tempat yang lain, bersifat sementara, dilakukanperorangan maupun kelompok, sebagai usaha pencari keseimbangan atau

keserasian atau kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu.

Pengertian pariwisata mengalami perkembangan dari waktu ke waktu. Namun, pada hakekatnya pengertian pariwisata adalah suatu bentuk wisata yang bertanggung jawab terhadap kelestarian area yang masih alami memberi manfaat secara ekonomi dan mempertahankan keutuhan budaya bagi masyarakat setempat. Atas dasar pengertian ini, bentuk pariwisata pada dasarnya merupakan bentuk gerakan konservasi yang dilakukan oleh penduduk dunia.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa wisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau lebih dengan tujuan antara lain untuk mendapatkan kenikmatan dan memenuhi hasrat ingin mengetahui sesuatu. Dapat juga karena kepentingan yang berhubungan dengan kegiatan olahraga untuk kesehatan, konvensi, keagamaan dan keperluan usaha lainnya. Menurut Robinson dalam Pitana (2005:40), pariwisata berkembang karena adanya gerakan manusia dalam mencari sesuatu yang belum diketahuinya, menjelajahi wilayah yang baru, mencari perubahan suasana, atau untuk mendapat perjalanan baru.

2.1.1 Bentuk Pariwisata

Menurut Nyoman S. Pendit (2002: 37), bentuk pariwisata dapat dibagi menjadi lima kategori yaitu menurut asal wisatawan, menurut akibatnya terhadap neraca pembayaran, menurut jangka waktu, menurut jumlah wisatawan, dan menurut alat angkut yang digunakan. Bentuk-bentuk pariwisata tersebut dijelaskan di bawah ini:

a. Menurut asal wisatawan

Wisatawan itu berasal dari dalam atau luar negeri. Kalau asalnya dari dalam negeri berarti sang wisatawan hanya pindah tempat sementara di dalam lingkungan wilayah negerinya sendiri dan selama ia mengadakan perjalanan.

b. Menurut akibatnya terhadap neraca pembayaran

Kedatangan wisatawan dari luar negeri adalah membawa mata uang asing. Pemasukan valuta asing ini berarti memberi dampak positif terhadap neraca pembayaran luar negeri suatu negara yang dikunjunginya, hal ini disebut pariwisata aktif. Sedangkan kepergian seorang warga negara ke luar negeri memberikan dampak negatif terhadap neraca pembayaran luar negerinya, disebut pariwisata pasif.

c. Menurut jangka waktu

Kedatangan seorang wisatawan di suatu tempat atau negara diperhitungkan pula menurut waktu lamanya ia tinggal di tempat atau negara yang bersangkutan. Hal ini menimbulkan istilah-istilah pariwisata jangka pendek dan pariwisata jangka panjang, yang mana tergantung kepada ketentuan-ketentuan yang diberlakukan oleh suatu negara untuk mengukur pendek atau panjangnya waktu yang dimaksudkan.

d. Menurut jumlah wisatawan

Perbedaan ini diperhitungkan atas jumlah wisatawan yang datang, apakah sang wisatawan dating sendiri atau rombongan. Maka timbulah istilah-istilah pariwisata tunggal dan pariwisata rombongan.

e. Menurut alat angkut yang dipergunakan

Dilihat dari segi penggunaan yang dipergunakan oleh sang wisatawan, maka kategori ini dapat dibagi menjadi pariwisata udara, pariwisata laut, pariwisata

kereta api dan pariwisata mobil, tergantung apakah sang wisatawan tiba dengan pesawat udara, kapal laut, kereta api atau mobil.

2.1.2 Jenis Pariwisata

Menurut Spillane (1991: 28-31), jenis pariwisata dibagi menjadi enam yaitu :

a. Pariwisata untuk menikmati perjalanan (*Pleasure Tourism*)

Bentuk pariwisata ini dilakukan oleh orang-orang yang meninggalkan tempat tinggalnya untuk berlibur, untuk mencari udara segar yang baru, untuk memenuhi kehendak ingin tahunya, untuk mengendorkan ketegangan sarafnya, untuk melihat sesuatu yang, untuk menikmati keindahan alam, dan lain-lain.

b. Pariwisata untuk rekreasi (*Recreation*)

Jenis pariwisata ini dilakukan oleh orang-orang yang menghendakai pemanfaatan hari-hari liburnya untuk beristirahat untuk memulihkan kesegaran jasmani dan rohaninya, yang ingin menyegarkan dan kelelahannya.

c. Pariwisata untuk kebudayaan (*Culture Tourism*)

Jenis ini ditandai oleh adanya rangkaian motivasi, seperti keinginan untuk belajar di pusat-pusat pengajaran dan riset, untuk mempelajari adat-istiadat, cara hidup rakyat, dan lain-lain.

d. Pariwisata untuk olah raga (*Sport Tourism*), dibagi menjadi:

1. *Big sport events*, yaitu peristiwa-peristiwa olah raga besar seperti olimpiade game, kejuaraan tinju dunia, dan lain-lain.

2. *Sporting tourism of the practitioners*, yaitu pariwisata olah raga bagi mereka yang ingin berlatih dan mempratikan sendiri, seperti pendakian gunung, *rafting*, berburu, dan lain-lain.

e. Pariwisata untuk urusan usaha dagang (*Business Tourism*)

Jenis pariwisata ini seperti industri pariwisata, tetapi juga mencakup semua kunjungan ke pameran, kunjungan ke instalasi teknis yang bahkan menarik orang-orang luar profesi ini.

f. Pariwisata untuk berkonvensi (*Convention Tourism*)

Peranan jenis wisata ini makin lama makin penting. Konfensi dan pertemuan bentuk ini sering dihadiri oleh ratusan bahkan ribuan peserta yang biasanya tinggal di beberapa kota atau negara penyelenggara.

2.2 Wisatawan

Wisatawan adalah orang-orang yang melakukan kegiatan wisata (Undang-undang nomor 10 tahun 2009). Jadi menurut pengertian ini, semua orang yang melakukan perjalanan wisata dinamakan wisatawan. Apapun tujuannya yang penting, perjalanan itu bukan untuk menetap dan tidak untuk mencari nafkah ditempat yang dikunjungi. *Pacific Area Travel Association* memberi batasan bahwa wisatawan sebagai orang-orang yang sedang mengadakan perjalanan dalam jangka waktu 24 jam dan maksimal 3 bulan di dalam suatu negeri yang bukan negeri di mana biasanya ia tinggal, mereka ini meliputi:

- Orang-orang yang sedang mengadakan perjalanan untuk bersenang-senang, untuk keperluan pribadi, untuk keperluan kesehatan,
- Orang-orang yang sedang mengadakan perjalanan untuk pertemuan, konferensi, musyawarah atau sebagai utusan berbagai badan/organisasi,

- c. Orang-orang yang sedang mengadakan perjalanan dengan maksud bisnis, Pejabat pemerintahan dan militer beserta keluarganya yang di tempatkan di negara lain tidak termasuk kategori ini, tetapi bila mereka mengadakan perjalanan ke negeri lain, maka dapat digolongkan wisatawan (Pendit, 1994:38).

Spillane (1987:27) membagi katagori wisatawan menjadi wisatawan dan pelancong. Wisatawan ialah pengunjung sementara yang tinggal sekurang-kurangnya 24 jam sedangkan pelancong ialah yang tinggal kurang dari 24 jam.

2.3 Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah aktivitas yang dilakukan oleh pelanggan rumah tangga dan pelanggan bisnis yang menghasilkan keputusan untuk membayar, membeli, dan menggunakan produk dan jasa tertentu (Sheth &Mittal,2004. Dalam buku Tjiptono, 2006).

Loudon dan Bitta dalam Amirullah (2002:4) menjelaskan bahwa perilaku konsumen mencakup proses pengambilan keputusan dan kegiatan yang dilakukan konsumen secara fisik dalam pengevaluasian, perolehan penggunaan atau mendapatkan barang dan jasa.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah suatu pengambilan keputusan menggunakan produk dan jasa yang dilakukan oleh konsumen.

2.4 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Menurut Philip Kottler & Amstrong (2001:201), faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah :

1. Faktor lingkungan

a. Budaya

Adalah penentu keinginan dan perilaku yang paling mendasar bagi anggota masyarakat dan instansi penting lain.

b. Sub budaya

Sub budaya yang terdiri dari bangsa, agama, kelompok ras dan daerah geografis berdasarkan pengalaman dan situasi kehidupan yang serupa.

c. Kelas sosial

Adalah pembagian masyarakat yang relatif dan permanen yang tersusun dan memiliki anggota dengan nilai, minat, dan perilaku yang sama.

2. Faktor pribadi

a. Umur dan siklus hidup

Orang yang membeli barang dan jasa yang berbeda sepanjang hidupnya.

b. Pekerjaan

Pekerjaan akan mempengaruhi barang dan jasa yang dibeli dan kelompok pekerjaan yang memiliki minat di atas rata-rata terhadap produk dan jasa mereka.

c. Gaya hidup

Pola hidup seseorang yang dideskripsikan dalam aktivitas, minat dan opininya.

3. Faktor psikologis

a. Motivasi

Kebutuhan yang cukup mendorong seseorang untuk bertindak secara kuat mencari kepuasan atas Kebutuhan tersebut.

b. Persepsi

Seseorang yang bermotivasi akan siap bertindak dalam proses menyeleksi, mengatur dan menginterpretasikan informasi guna membentuk gambaran yang berarti tentang dunia.

c. Pembelajaran

Perubahan perilaku seseorang saat bertindak karena mereka belajar pengalaman.

Sedangkan menurut James F. Engel – Roger D Blackwell-Paul W. Miniart dalam saladin terdapat tiga faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu :

1. Pengaruh lingkungan, terdiri dari budaya, kelas sosial, keluarga dan situasi. Sebagai dasar utama perilaku konsumen adalah memahami pengaruh lingkungan yang membentuk atau menghambat individu dalam mengambil keputusan berkonsumsi mereka. Konsumen hidup dalam lingkungan yang kompleks, dimana perilaku keputusan mereka dipengaruhi oleh keempat faktor tersebut.
2. Perbedaan dan pengaruh individu, terdiri dari motivasi dan keterlibatan, pengetahuan, sikap, kepribadian, gaya hidup, dan demografi. Perbedaan individu adalah faktor internal (interpersonal) yang menggerakkan serta mempengaruhi perilaku. Kelima faktor tersebut akan memperluas pengaruh perilaku konsumen dalam proses kesatuannya.
3. Proses psikologis, terdiri dari pengolahan informasi, pembelajaran, perubahan sikap dan perilaku. Ketiga faktor tersebut menambah minat utama dari penelitian konsumen dalam penampilan keputusan pembelian.

2.5 Minat Berkunjung

Menurut Simamora (2002:153), minat berkunjung merupakan sikap dimana suatu kecenderungan potensial untuk mengadakan reaksi atau bahwa sikap mendahului perilaku. Model ini merupakan model sikap yang berkaitan antara sikap, norma subyektif, minat berperilaku dan perilaku.

Minat berkunjung dilakukan berdasar apa yang telah mereka katakan tentang minat mereka untuk mengambil keputusan. Adapun proses dalam pengambilan keputusan meliputi:

1. Pemrakarsa (*initiator*)
2. Pemberi pengaruh (*influencer*)
3. Pengambil keputusan (*decider*)
4. Pembeli (*buyer*)
5. Pemakai (*user*)

Keputusan untuk minat berkunjung pada suatu wisata dapat dilihat menggunakan indikator penarik dan pendorong, dimana indikator penarik melihat dari harga tiket masuk lokasi wisata dan indikator pendorong melihat dari saran dari orang lain untuk mendorong berwisata ke wisata tersebut (Mas Oetarjo, 2013).

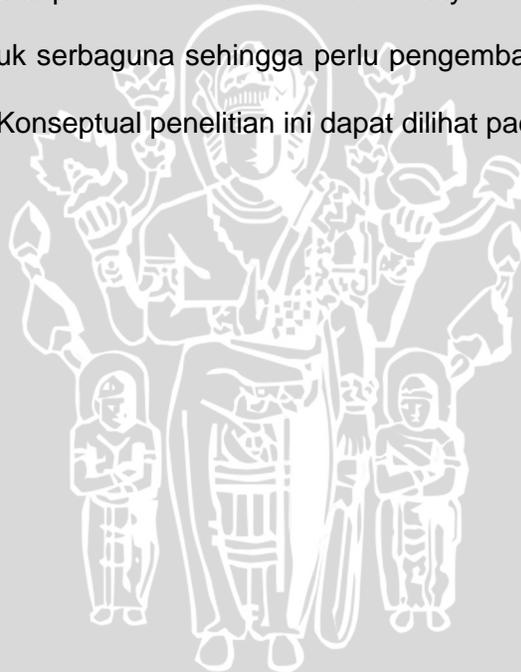
2.6 Kerangka Konsep Penelitian

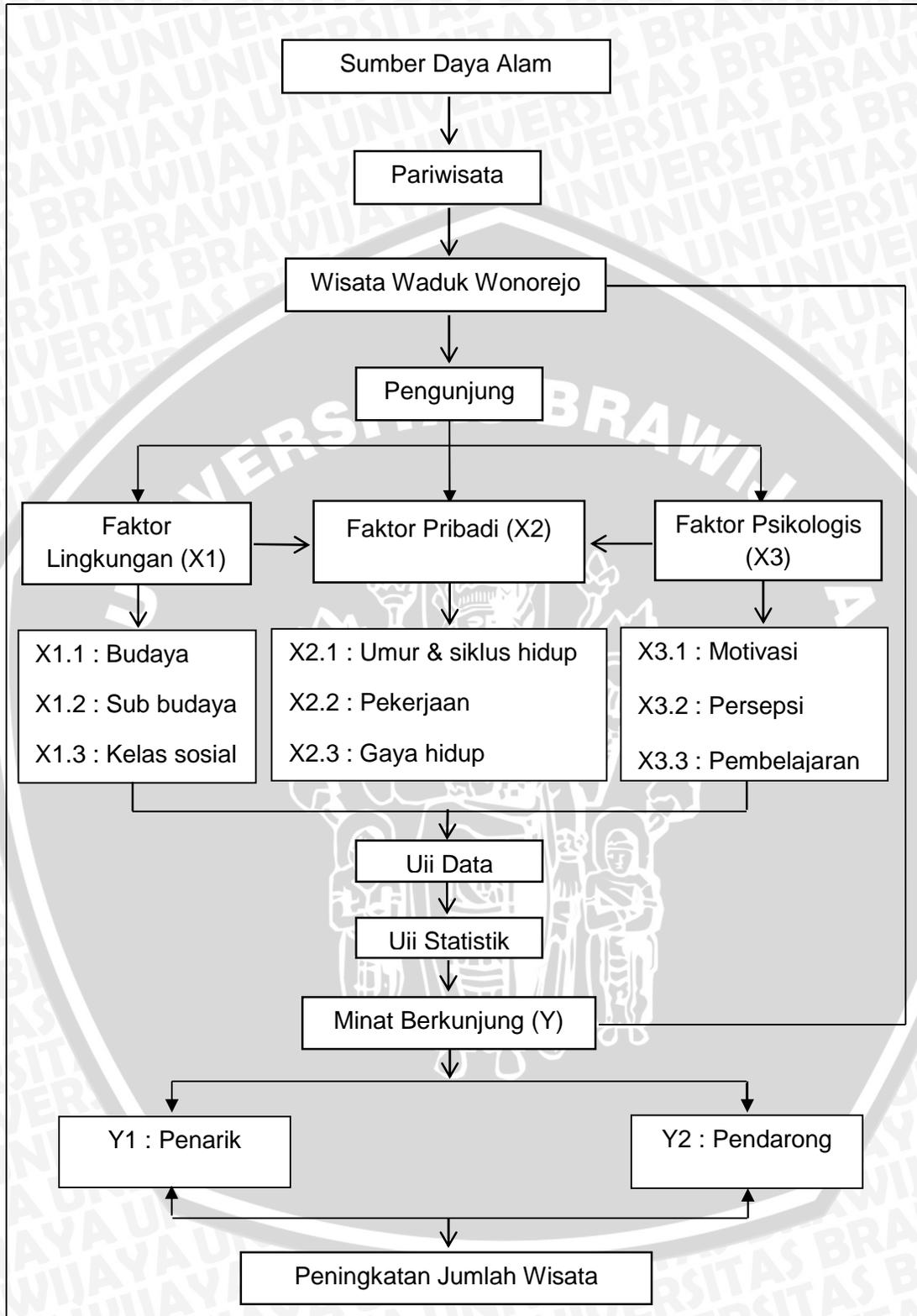
Pariwisata dikembangkan tidak hanya untuk mendorong pertumbuhan ekonomi, tetapi mempunyai tujuan yang luas meliputi aspek sosial-budaya, politik dan hankamnas. Walaupun demikian tujuan ekonomis sangat menonjol, lagi pula aspek non ekonomis pembangunan pariwisata sangat erat terkait dengan tujuan ekonominya.

Secara spesifik pengembangan pariwisata diharapkan dapat memperbesar penerimaan devisa, memperluas dan pemeratakan kesempatan kerja dan

kesempatan berusaha, serta mendorong pembangunan daerah. Sektor pariwisata juga diharapkan sebagai lokomotif (penggerak) dan magnet (pemicu) dalam memperbaiki kondisi ekonomi.

Waduk Wonorejo merupakan salah satu waduk di Sungai Brantas Hulu terletak di Kali Gondang, kurang lebih 16 km sebelah barat Kota Tulungagung tepatnya di Desa Wonorejo Kecamatan Pagerwojo. Waduk ini berfungsi sebagai waduk tahunan yang dioperasikan sebagai penyuplai ketersediaan air di Surabaya dan sekitarnya sebesar 8,02 m³/detik, pembangkit tenaga listrik sebesar 6,020 MW dan pariwisata, selain itu dapat memenuhi kebutuhan masyarakat Tulungagung dan sekitarnya sebagai waduk serbaguna sehingga perlu pengembangan wisata secara tepat, berikut Kerangka Konseptual penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 1.





Gambar 1. Konseptual Kerangka Penelitian

III. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini termasuk penelitian survei. Jenis penelitian survei dibatasi pada penelitian yang datanya dikumpulkan dari sampel atas populasi untuk mewakili seluruh populasi. Mengenai kegunaan jenis penelitian survei bahwa hasil survei dapat digunakan untuk mengadakan prediksi mengenai fenomena sosial tertentu. Dalam penelitian ini digunakan dengan maksud deskriptif, penelitian deskriptif dimaksudkan untuk pengukuran cermat terhadap fenomena sosial tertentu (Singarimbun, 2008).

Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif yaitu studi kasus. Penelitian ini yang dipandang sebagai kasus adalah seberapa jauh pengaruh faktor perilaku konsumen terhadap minat berkunjung Wisata Waduk Wonorejo Pagerwojo Kabupaten Tulungagung Jawa Timur.

3.2 Populasi Dan Metode Pengambilan Sampel

Populasi adalah seluruh data yang menjadi perhatian kita dalam suatu ruang lingkup dan waktu yang kita tentukan. Jadi populasi berhubungan dengan data, bukan manusianya. Kalau setiap manusia memberikan suatu data maka, maka banyaknya atau ukuran populasi akan sama dengan banyaknya manusia. Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian (Arikunto, 2002: 108; Nazir 2005:271). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berkunjung di wisata Waduk Wonorejo Pagerwojo Kabupaten Tulungagung.

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua

yang ada pada populasi (Sugiyono, 2006:56). Teknik penelitian sample yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Accidental Sampling* yaitu teknik pengambilan sample berdasarkan kebetulan (Sugiono, 2006:77). Dengan demikian, maka peneliti memberi hak yang sama kepada setiap responden untuk memperoleh kesempatan menjadi sampel. Subjek yang diambil sebagai responden adalah semua konsumen yang berkunjung ke Wisata Waduk Wonorejo Kabupaten Tulungagung. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus ($T = t_0 + t_1 n$). Menurut Sari (1993), pada rumus *linier time function* yakni jumlah sampel ditentukan berdasarkan waktu yang efektif atau mengestimasi jumlah sampel berdasarkan kendala waktu.

Rumus *linier time function* dapat dituliskan sebagai berikut :

$$\begin{aligned} T &= t_0 + t_1 n \\ &= T - t_0 \\ &\quad \underline{\quad t_1 \quad} \\ &= \underline{1800 - 300} \\ &\quad \quad \quad 30 \\ n &= 50 \end{aligned}$$

Keterangan :

- T : Waktu penelitian 6 kali pengambilan data dalam 1 bulan pada hari sabtu dan minggu (1800 menit)
- t_0 : Periode waktu harian 5 jam (300 menit)
- t_1 : Waktu pengisian kuisioner (30 menit)
- n : Jumlah responden

Dalam penelitian ini akan memberikan kuisioner kepada pengunjung Wisata Waduk Wonorejo sebanyak 50 responden dengan cara random (acak) yang kebetulan bertemu dengan peneliti.

Lama waktu yang digunakan dalam pengambilan sampel untuk mengumpulkan data primer yaitu 6 kali pengambilan data dalam 1 bulan pada hari sabtu dan minggu (*weekend*) karena pada waktu itu belum merupakan musim liburan, jadi diharapkan sampel dapat mewakili populasi yang menyeluruh dalam penelitian dan dari berbagai karakteristik pengunjung, selain itu diperkirakan juga waktu untuk mengumpulkan data dalam satu hari selama 5 jam, yaitu antara pukul 09.00 – 14.00 WIB, karena waktu yang ramai didatangi pengunjung.

3.3 Jenis Dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

3.3.1 Data Primer

Menurut Sugiyono (2008 : 137) data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber datanya. Data primer disebut juga data asli atau data yang memiliki sifat *up to date* (Cahya, 2010).

Pada penelitian ini data primer diperoleh dari wawancara langsung dengan pengelola Waduk Wonorejo dan melalui hasil kuisisioner yang diberikan langsung kepada pengunjung yang menjadi responden, serta melakukan pengamatan langsung atau observasi yang terdapat di Wisata Waduk Wonorejo agar memperoleh informasi tambahan sehingga dapat mendukung data yang diperoleh.

3.3.2 Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini termasuk pada hal-hal yang diungkapkan oleh Sugiyono (2008: 137), bahwa data sekunder merupakan sumber data yang diperoleh dengan cara membaca, mempelajari dan memahami melalui media lain

yang bersumber dari literatur, buku-buku dan dokumen perusahaan. Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan dari berbagai sumber yang telah ada. Data sekunder dapat berupa jurnal, dokumen literatur dan sebagainya yang berhubungan dan berkaitan dengan permasalahan serta tujuan penelitian yang dilakukan (Cahya, 2010).

Dari penelitian ini data sekunder diperoleh dari studi literature yang terkait dengan topik penelitian dan diperoleh Wisata Waduk Wonorejo untuk mengetahui profil dan perkembangan wisata tersebut.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini menggunakan data kualitatif dan kuantitatif sehingga metode pengumpulan data meliputi :

3.4.1 Observasi

Observasi adalah pengambilan data dengan menggunakan mata tanpa pertolongan alat standar lain untuk kegiatan tertentu (Natzir, 2005). Observasi adalah teknik pengumpulan data dengan menggunakan pancaindera. Observasi mempunyai ciri yang spesifik dan tidak terbatas pada orang, tetapi juga obyek-obyek alam lainnya (Sugiyono, 2008).

Observasi yang dilakukan pada penelitian ini adalah mengamati seluruh kegiatan yang berlangsung saat pengunjung datang hingga pengunjung menikmati wisata tersebut.

3.4.2 Wawancara

Wawancara adalah merupakan cara mengumpulkan data dengan cara tanya jawab sepihak yang dikerjakan secara sistematis dan berlandaskan pada tujuan penelitian. Dalam wawancara memerlukan komunikasi yang baik dan lancar antara

peneliti dengan subyek sehingga akhirnya bisa didapatkan data yang dapat dipertanggung jawabkan secara keseluruhan (Natzir, 2005). Menurut Sutrisno hadi (dalam Marzuki, 2005) wawancara merupakan cara pengumpulan data dengan jalan tanya jawab sepihak yang dikerjakan sistematis dan berlandaskan tujuan penelitian.

Wawancara dalam penelitian ini diperoleh dari wawancara langsung yang dilakukan oleh dua pihak yaitu peneliti dengan narasumber dari pengelola wisata dan pengunjung Wisata Waduk Wonorejo dengan daftar pertanyaan yang sebelumnya sudah dibuat.

3.4.3 Kuisisioner

Dalam pengumpulan data penelitian, peneliti hanya memberikan pertanyaan dan jawaban responden dapat dikemukakan secara tertulis melalui suatu kuisisioner. Teknik ini memberikan tanggung jawab kepada responden untuk membaca dan menjawab pertanyaan. Kuisisioner dapat didistribusikan dengan berbagai cara, yaitu kuisisioner disampaikan langsung oleh peneliti, dikirim bersama-sama dengan pengiriman paket, diletakkan ditempat-tempat yang ramai dikunjungi banyak orang, dikirim melalui pos, faximile atau menggunakan teknologi komputer (Indriantoro dan Bambang, 1999). Kuisisioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2008).

Kuisisioner dalam penelitian ini diberikan kepada pengunjung Wisata Waduk Wonorejo secara acak, baik pengunjung baru maupun pengunjung lama (sudah pernah berkunjung sebelumnya) untuk memungkinkan mendapatkan jawaban yang lebih akurat tentang minat berkunjung ke Wisata Waduk Wonorejo, dengan cara membagikan lembar kuisisioner kepada pengunjung, setelah pengunjung mengisi kemudian peneliti mengambil dan mengumpulkan seluruh kuisisioner.

3.4.4 Dokumentasi

Dokumentasi adalah mengumpulkan data dengan cara mengalir atau mengambil data-data dari catatan, dokumentasi, administrasi yang sesuai dengan masalah yang diteliti. Dalam hal ini dokumentasi diperoleh melalui dokumen-dokumen atau arsip-arsip dari lembaga yang diteliti (Nasution, 2003). Dalam penelitian ini dokumentasi diperoleh dari arsip-arsip maupun dokumen yang dimiliki oleh pengelola Wisata Waduk Wonorejo.

3.5 Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2010), variabel penelitian merupakan segala sesuatu yang bervariasi atau berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu variabel 1 dependent dan 3 independent.

3.5.1 Variabel Terikat (Dependent)

Variabel dependent sering disebut variabel output, kriteria, konsekuen atau variabel terikat yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2010). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Minat berkunjung (Y). Dalam penelitian ini yang digunakan dalam variabel dependent yaitu penarik dan pendorong pengunjung supaya mereka berminat berkunjung ke tempat wisata.

3.5.2 Variabel Bebas (Independent)

Variabel independent adalah variabel yang mempengaruhi timbulnya variabel terikat, baik yang pengaruhnya positif maupun pengaruhnya negatif (Ferdianand, 2006). Dalam penelitian ini yang termasuk variabel independentyaitu :

- Faktor Lingkungan (X_1)
- Faktor Pribadi (X_2)

➤ Faktor Psikologis (X_3)

Secara sistematis hubungan antara variabel terikat dengan variabel bebas adalah sebagai berikut :

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

Keterangan :

Y : Minat berkunjung

a : Konstanta

B_1 , B_2 , b_3 : Koefisien regresi

X_1 , X_2 , X_3 : Variabel bebas (lingkungan, pribadi, psikologis).

3.6 Definisi Operasional

Menurut Indriantoro dan Bambang Supomo (2002:69) definisi Operasional adalah penentuan *construct* sehingga menjadi variabel yang dapat diukur.

Untuk keperluan pengujian, variabel-variabel yang sudah disebutkan tersebut perlu dijabarkan kedalam indikator-indikator variabel yang bersangkutan.

3.6.1 Kualitatif

Kualitatif merupakan metode yang di gunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah di tetapkan (Sugiyono, 2012: 7). Dalam penelitian ini kualitatif menggunakan populasi atau sampel untuk menguji hipotesis yang telah diterapkan.

3.6.2 Kuantitatif

Kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana, dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan

desain penelitiannya (Sugiyono, 2012: 7). Dalam penelitian ini kuantitatif menjelaskan struktur yang sudah direncanakan untuk diteliti.

3.6.3 Pengaruh

Menurut W.J.S Poewadar minto dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia (1984 : 731), pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, benda) yang berkuasa atau yang berkuatan. Dalam penelitian ini pengaruh berperan penting terhadap kekuasaan pada suatu pariwisata.

Definisi operasional dalam penelitian ini meliputi :

a. Variabel minat berkunjung (Y)

Minat berkunjung merupakan bentuk atau wujud dari minat berperilaku, sedangkan definisi minat berperilaku menurut Simamora (2002:153), yang secara teoritis minat perilaku dibedakan dari sikap dimana suatu kecenderungan potensial untuk mengadakan reaksi dapat diterangkan bahwa sikap mendahului perilaku.

Keputusan untuk minat berkunjung ke Wisata Waduk Wonorejo pada variabel dependen ini merupakan variabel nominal. Pengukuran ini menggunakan indikator sebagai berikut :

- a. Penarik
- b. Pendorong

Dalam pengukuran variabel perilaku konsumen (X) ini, baik itu variabel X_1 , X_2 , X_3 dan variabel minat berkunjung (Y) ada 5 kategori penilaian yaitu :

- a. Sangat setuju : 5
- b. Setuju : 4
- c. Ragu-ragu : 3
- d. Tidak setuju : 2
- e. Sangat tidak setuju : 1

Adapun indikator yang digunakan dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Definisi variable minat berkunjung (Y)

Indikator/Sub Variabel	Item Indikator
Penarik (Y_1)	Lokasi dan harga tiket masuk Wisata Waduk Wonorejo yang terjangkau untuk dikunjungi
Pendorong (Y_2)	Adanya saran dari orang lain atau media lain yang mendorong untuk berkunjung ke Wisata Waduk Wonorejo

b. Faktor Lingkungan

Faktor lingkungan adalah penentu konsumen untuk mendapatkan keputusan yang kompleks dengan mendapatkan nilai budaya, sub budaya dan kelas sosial (Engel F James, 1994). Adapun indikator yang digunakan dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Definisi operasional variabel faktor lingkungan (X_1)

Indikator / Sub Variabel	Item Indikator
Budaya ($X_{1.1}$)	Perilaku seseorang untuk menentukan kunjungan ke Wisata Waduk Wonorejo
Sub budaya ($X_{1.2}$)	Adanya dorongan dari kerabat atau orang terdekat untuk berkunjung ke Wisata Waduk Wonorejo
Kelas sosial ($X_{1.3}$)	Adanya rasa keingintahuan seseorang untuk berkunjung ke Wisata Waduk Wonorejo

c. Faktor Pribadi

Faktor pribadi adalah cara mengumpulkan dan mengelompokkan kekonsistenan reaksi seorang individu terhadap situasi yang sedang terjadi (Lamb, et, al, 2001). Adapun indikator yang digunakan dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Definisi operasional variabel faktor pribadi (X_2)

Indikator / Sub Variabel	Item Indikator
Pendidikan ($X_{2.1}$)	Tingkat pendidikan semua kalangan
Pendapatan ($X_{2.2}$)	Tingkat pendapatan dari masing-masing individu
Gaya hidup ($X_{2.3}$)	Frekuensi berwisata dari tiap individu

d. Faktor Psikologis

Persepsi adalah proses yang digunakan oleh konsumen untuk memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasikan masukan-masukan informasi guna untuk menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti (Kotler, 2005: 197). Adapun indikator yang digunakan dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Definisi operasional variabel faktor psikologis (X_3)

Indikator / Sub Variabel	Item Indikator
Motivasi ($X_{3.1}$)	Adanya keingintahuan untuk berkunjung ke Wisata Waduk Wonorejo
Persepsi ($X_{3.2}$)	Penilaian terhadap Wisata waduk Wonorejo
Pembelajaran ($X_{3.3}$)	Pembelajaran tentang tempat Wisata Waduk Wonorejo

3.7 Skala Pengukuran

Menurut Sugiyono (2008), skala pengukuran adalah kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kualitatif. Skala pengukuran adalah angka-angka pada suatu variabel menurut aturan yang telah ditentukan, maksud dari pengukuran ini adalah deskripsi empirik dari konsep yang telah ditentukan dan perlu bagi penentuan alat pengambilan data yang digunakan (Singarimbun dan Effendi, 1982). Pada penelitian ini variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian

indikator tersebut dijadikan titik tolak untuk menyusun item-item yang dapat berupa pertanyaan maupun pernyataan. Dari setiap instrumen mempunyai gradasi dari positif sampai negatif dengan skor 1-5, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 5. Penilaian skor jawaban responden

Jawaban	Nilai
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu-ragu (Rg)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono, 2014

Dalam penelitian ini digunakan skala pengukuran *Likert*, dimana skala pengukuran *Likert* digunakan mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti yang selanjutnya disebut sebagai variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi sub variabel. Kemudian sub variabel dijabarkan menjadi komponen-komponen yang dapat diukur. Komponen yang diukur ini kemudian dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan yang kemudian dijawab oleh responden (sugiyono, 2001).

Contoh jawaban dan skor yang diberikan pada skala *Likert* untuk setiap item pertanyaan dapat dilihat pada Tabel 6.

Variabel	Indikator	Item Indikator
Perilaku konsumen (X)	Faktor lingkungan (X1)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perilaku seseorang untuk menentukan kunjungan ke wisata waduk wonorejo 2. Adanya dorongan dari kerabat atau orang terdekat untuk berkunjung ke wisata waduk wonorejo 3. Adanya keingintahuan seseorang untuk berkunjung ke wisata waduk wonorejo
	Faktor pribadi (X2)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tingkat pendidikan semua kalangan 2. Tingkat pendapatan dari masing-masing individu 3. Frekuensi berwisata dari tiap individu
	Faktor psikologis (X3)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya keingintahuan untuk berkunjung ke wisata waduk wonorejo 2. Penilaian terhadap wisata waduk wonorejo 3. Pemebelajaran tentang tempat wisata waduk wonorejo

Sumber : Data primer yang diolah, 2015

Skala *Likert* dalam penelitian ini hanya digunakan untuk mengukur persepsi dan pendapat pengunjung terhadap faktor lingkungan, faktor pribadi dan faktor psikologis. Selanjutnya dari keseluruhan nilai yang dikumpulkan, peneliti akan menjumlahkan seluruh skor yang dipeoleh kemudian dilakukan perhitungan untuk mencari hubungan dan pengaruh antar variabelnya.

Keuntungan skala *Likert* adalah:

- Mudah dibuat dan diterapkan

- Terdapat kebiasaan dalam memasukkan pertanyaan-pertanyaan, asalkan masih sesuai dengan konteks permasalahan
- Jawaban suatu item dapat berupa alternatif, sehingga informasi mengenai item tersebut dijelaskan
- Reliabilitas pengukuran bisa diperoleh dengan jumlah item tersebut diperjelas

3.8 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Uji validitas dan uji reliabilitas diperlukan untuk melakukan pengujian terhadap item-item yang ada dalam suatu variabel dan untuk mendapatkan jawaban dari kondisi yang diharapkan, maka dilakukan uji validitas dan uji reabilitas.

3.8.1 Uji Validasi

Uji validasi dimaksudkan untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat mengukur apa yang ingin diukur. Instrumen yang valid alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur itu valid). Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2008: 172).

3.8.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2008: 121), instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama akan menghasilkan data yang sama.

3.9 Uji Statistik

3.9.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data yang akan digunakan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak, dapat diketahui dengan menggunakan grafik normal plot (Ghozali, 2005: 110).

3.9.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi yaitu mempunyai angka Tolerance diatas ($>$) 0,1 dan mempunyai nilai VIF di bawah ($<$) 1 (Ghozali, 2005).

3.9.3 Uji Homokedastisitas

Uji homokedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam sebuah regresi terjadi ketidaksamaan varians pada residual (*error*) dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2005).

3.9.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui apakah dalam sebuah regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$ (sebelumnya), jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi.

3.10 Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas yaitu faktor budaya (X1), faktor pribadi (X2), faktor psikologis (X3) terhadap variabel terikat yaitu minat berkunjung (Y) (Malhotra, 1996).

Fungsi regresinya adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Minat berkunjung

a = Konstanta

b_1, b_2, b_3 = Koefisien regresi

X_1, X_2, X_3 = Variabel bebas (lingkungan, pribadi, psikologis)

3.10.1 Pengujian Hipotesis

Untuk membuktikan hipotesis dalam penelitian ini variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat, maka digunakan beberapa pengujian yaitu uji F (simultan), uji R^2 (koefisien determinasi) dan uji t (parsial).

1. Uji F (Uji Simultan)

Untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas yaitu faktor lingkungan (X_1), faktor pribadi (X_2), faktor psikologis (X_3) mempunyai pengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikat yaitu minat berkunjung (Y) digunakan uji F (Malhotra, 1996). Digunakan untuk menguji tingkat signifikan pengaruh antar variabel produk, tempat, harga dan promosi sebagai variabel independen. Untuk menghitung koefisiensi korelasi tersebut maka menggunakan rumus :

$$F = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

Keterangan :

F = nilai hitung

k = jumlah variabel bebas

R = koefisien korelasi ganda

n = jumlah sampel

Hipotesis dalam uji F adalah :

- **H₀** diterima dan **H₁** ditolak jika **F hitung** **F table**, sehingga tidak ada pengaruh yang signifikan dari **X₁, X₂, dan X₃** terhadap **Y**.
- **H₀** ditolak dan **H₁** diterima jika **F hitung** **> F tabel**, sehingga ada pengaruh yang signifikan dari **X₁, X₂, dan X₃** terhadap **Y**.

Keterangan :

H₀ = Variabel **X₁, X₂, dan X₃** secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap **Y**.

H₁ = Variabel **X₁, X₂, dan X₃** secara simultan berpengaruh signifikan terhadap **Y**.

2. Uji R² (koefisien determinasi)

Koefisien determinan digunakan untuk mengetahui berapa besar hubungan dari beberapa variabel dalam pengertian yang lebih jelas dan menjelaskan seberapa besar perubahan atau variasi variabel bisa dijelaskan oleh perubahan atau variasi pada variabel yang lain.

3. Uji t (Uji Parsial)

Untuk mengetahui apakah semua variabel bebas yaitu faktor lingkungan (X₁), faktor pribadi (X₂), faktor psikologis (X₃) mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap variabel terikat yaitu minat berkunjung (Y) (Malhotra, 1996). Hipotesis dalam uji t adalah :

- **H₀** diterima dan **H₁** ditolak jika **t hitung** **t table**, sehingga tidak ada pengaruh yang signifikan dari **X₁, X₂, dan X₃** terhadap **Y**.
- **H₀** ditolak dan **H₁** diterima jika **t hitung** **> t tabel**, sehingga ada pengaruh yang signifikan dari **X₁, X₂, dan X₃** terhadap **Y**.

Keterangan :

H₀ = Variabel X_1 , X_2 , dan X_3 secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Y .

H₁ = Variabel X_1 , X_2 , dan X_3 secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Y .

