

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Obyek Penelitian

1. Gambaran Umum Obyek Penelitian

Agrowisata Jollong merupakan tujuan wisata menawan yang terletak di lereng Gunung Muria, pada ketinggian mulai dari 570 hingga 800 meter di atas permukaan laut. Dengan suhu udara rata-rata 25 hingga 32°C, ia menawarkan suasana yang menyenangkan dan sejuk, menampilkan keindahan pemandangan yang biasanya diasosiasikan dengan daerah pegunungan. Dikelola oleh PT. Perkebunan Nusantara IX, Agrowisata Jollong terletak di Desa Sitaluhur, Kecamatan Gembong, Kabupaten Pati.

Meliputi area seluas 530,69 hektar, Agrowisata Jollong mencakup berbagai atraksi, termasuk perkebunan kopi, kebun jeruk pomelo, kebun buah naga, pabrik pengolahan kopi, taman bunga krisan, area bermain anak-anak, dan tempat-tempat indah yang memberikan latar belakang yang ideal untuk Instagram -foto yang layak dengan latar belakang pegunungan alami. Tata letak geografis Agrowisata Jollong terdiri dari dua bagian: Afdeling Jollong dan Afdeling Jurang, dipisahkan oleh jarak 5 kilometer. Topografi kawasan Agrowisata Jollong dicirikan oleh lereng dan perbukitan yang curam, dengan kemiringan rata-rata berkisar antara 35° hingga 60°.

Medan berbukit dan berkelok-kelok, serta jalan yang sempit, menjadi tantangan bagi wisatawan yang berencana mengunjungi Agrowisata Jollong. Selain itu, letaknya yang tidak strategis dan jaraknya yang jauh dari kota menyebabkan pengakuannya yang terbatas di kalangan masyarakat umum, khususnya di luar Kabupaten Pati. Seperti terlihat pada Tabel 4, mayoritas pengunjung Agrowisata Jollong berasal dari Kabupaten Pati.⁷⁷

Kabupaten Pati terletak di bagian timur Jawa Tengah, dengan Kabupaten Jepara dan Laut Jawa di sebelah utara, Kabupaten Kudus dan Kabupaten Jepara di sebelah barat, Kabupaten Grobogan dan Kabupaten Blora di sebelah selatan, serta Kabupaten Rembang dan Laut Jawa di sebelah timur. Topografi Kabupaten Pati sebagian besar merupakan dataran rendah sehingga cocok untuk pertanian. Lahan pertanian di Kabupaten Pati luasnya

⁷⁷ Wilujeng Puspita, Destinasi Pati, Agrowisata Jollong Suguhkan Panorama Gunung Dan Kesegaran Hawa Perkebunan, Tribunjateng.Com.

mencapai 119.613 hektar, dengan 2.313 hektar diperuntukkan bagi perkebunan.⁷⁸

Di Kabupaten Pati, Kabupaten Gembong memiliki areal perkebunan terbesar, seluas 1.004 hektar. Kecamatan Gembong terletak di lereng timur Gunung Muria dan berbatasan dengan Kabupaten Kudus. Komoditas pertanian yang dibudidayakan di Kecamatan Gembong beragam, antara lain padi, kelapa, kapuk, kopi, kayu sengon, serai wangi, dan aneka buah-buahan seperti jeruk pamento. Mayoritas penduduk di Kecamatan Gembong bercocok tanam, terutama bercocok tanam padi, tanaman tahunan, dan pohon buah-buahan seperti rambutan, durian, dan jeruk bali. Kawasan Agrowisata Jollong memiliki luas total 530,69 hektar, dengan luas perkebunan kopi mencapai 38%, kebun jeruk bali menempati 9%, kebun buah naga seluas 3%, dan kebun serai wangi menempati 16%. Sisanya sebesar 34% dialokasikan untuk keperluan lain, antara lain perkantoran, akomodasi, warung makan, ruang pertemuan, dan spot foto. Agrowisata Jollong menawarkan beragam paket wisata kepada pengunjung. Ini termasuk paket wisata edukasi yang dirancang khusus untuk pengunjung yang tertarik mempelajari berbagai aspek pertanian, mulai dari sistem budidaya hingga pengolahan pasca panen. Paket ini sangat cocok untuk rombongan sekolah yang sedang study tour. Selain itu, paket wisata taman safari tersedia bagi wisatawan yang ingin menjelajahi seluruh kawasan Agrowisata Jollong dengan kereta api atau *jeep*.

Agrowisata Jollong dicirikan oleh komoditasnya yang khas, yaitu kopi Jollong, buah naga, dan jeruk pamento, yang menjadi sorotan utamanya. Pengunjung sangat tertarik dengan tempat foto yang menawarkan latar belakang pemandangan alam pegunungan yang indah. Tempat ini juga menampilkan bangunan peninggalan dari zaman kolonial Belanda, yang digunakan kembali sebagai kantor, akomodasi, warung makan, dan ruang pertemuan.

Agrowisata Jollong menawarkan berbagai paket wisata untuk memenuhi preferensi yang berbeda. Salah satu paket penting adalah wisata edukasi, yang dirancang khusus untuk pengunjung yang tertarik untuk mendapatkan pengetahuan tentang berbagai aspek pertanian, mulai dari sistem budidaya hingga pengolahan pasca panen. Pilihan lainnya adalah tur safari taman, yang dirancang untuk kelompok yang ingin menjelajahi semua area

⁷⁸ [Kondisi Geografis | Website Resmi Pemerintah Kabupaten Pati \(Patikab.Go.Id\)](#), Di Akses Pada Tanggal 22 April 2023

Agrowisata Jollong baik dengan kereta api atau *jeep*. Harga untuk paket wisata ini bervariasi berdasarkan fitur dan inklusinya. Kapasitas dan harga yang sesuai, serta fasilitas dan wahana yang tersedia di Agrowisata Jollong, dapat ditemukan di tabel berikut:

Tabel 4.1. Kapasitas dan Harga Paket Wisata, Fasilitas dan Wahana Permainan di Agrowisata Jollong

No.	Jenis	Kapasitas Orang	Harga
1.	Safari kebun: <ul style="list-style-type: none"> • Kereta • Mobil jeep 	10 – 12 6 -8	Rp. 150.000-250.000 Rp. 200.000-350.000
2.	Penginapan <ul style="list-style-type: none"> • Mess kopi • Mess pamello • Mess alpukat 	100 30 30	Rp. 1.550.000 Rp. 1.550.000 Rp. 850.000
	<i>Outbond kids</i>	1	Rp. 5.000
3.	Terapi ikan	1	Rp. 5.000
4.	Wisata edukasi	1	Rp. 3.500
5.	<i>jollong garden valey</i>	1	Rp. 5.000
6.	<i>Flaying fox</i>	1	Rp. 5.000
7.	Istana balon	1	Rp. 5.000
8.	Taman bunga krisan	1	Rp. 5.000

Sumber: Diolah dari data sekunder,2023

Tabel 4.2. Jumlah Kunjungan Wisatawan di Agrowisata Jollong

No	Bulan	Jollong 1	Bukit Naga	Jumlah bulan ini	Jumlah s /d
1	Januari	3.224 Orang	620 Orang	3.844 Orang	3.844 Orang
2	Pebruari	2.579 Orang	365 Orang	2.944 Orang	6.788 Orang
3	Maret	2.103 Orang	372 Orang	2.475 Orang	9.263 Orang
4	April	5.248 Orang	949 Orang	6.197 Orang	15.46 Orang

		ng	ng	ng	0	ng
5	Mei	4.520	721	5.241	20.70	1
6	Juni	6.286	1.335	7.621	28.32	2
7	Juli			-	28.32	2
8	Agustus			-	28.32	2
9	September			-	28.32	2
10	Oktober			-	28.32	2
11	November			-	28.32	2
12	Desember			-	28.32	2

Sumber: Diolah dari data sekunder, 2022

2. Sejarah Berdirinya Agrowisata Jollong

Sejak tahun 1895, Kebun Jollong, yang sekarang dikenal sebagai Agrowisata Jollong, merupakan wilayah perkebunan yang dikuasai oleh Belanda. Setelah Indonesia dijajah oleh Jepang, kepemilikan Kebun Jollong beralih ke tangan Jepang pada tahun 1942. Pada tahun 1945, setelah proklamasi Republik Indonesia, Kebun Jollong berada di bawah pemerintahan RI dengan nama Perusahaan Perkebunan Republik Indonesia (PPRI). Namun, pada tanggal 19 Desember 1949, Kebun Jollong kembali dikuasai oleh Belanda dengan nama N.V. Lanbouw My "Goenoeng Rowo" yang berpusat di Surabaya. Pada tahun 1958, Pemerintah RI berhasil merebut kembali Kebun Jollong dengan nama Perusahaan Perkebunan Negara (PPN) yang kantor direksinya berlokasi di Semarang.

Seiring berjalannya waktu, nama PPN mengalami perubahan hingga pada tahun 1973 statusnya berubah menjadi Perseroan Terbatas Perkebunan (PTP) dengan nama "PTP XVIII (Persero) Kebun Jollong". Pada tanggal 1 Agustus 1996, berdasarkan surat keputusan direksi, luas konsesi Kebun Jollong yang awalnya 527,27 ha meningkat menjadi 530,69 ha akibat penggabungan area seluas 3,42 ha yang merupakan milik Pabrik Kapas Kudus. Sesuai dengan perkembangan peraturan di Indonesia, sejak 11 Maret 1996, PT Perkebunan XVIII (Persero) Kebun Jollong berubah menjadi PT. Perkebunan Nusantara IX (Persero) Kebun Jollong. Pada tahun 2014, sesuai dengan keputusan para pemegang saham perusahaan, terjadi perubahan nama dari PT Perkebunan Nusantara IX (Persero) Kebun Jollong menjadi PT Perkebunan Nusantara IX Kebun Jollong.

Pemerintah bersama dengan masyarakat setempat memiliki keinginan untuk mengembangkan Kebun Jollong menjadi tempat wisata. Rintisan Agrowisata Jollong telah dimulai sejak tahun 2010. Pada awalnya, komoditas utama di Kebun Jollong adalah kopi Jollong dan kapas. Namun, pada tahun 2012-2014, program penanaman jeruk pamento dan buah naga dimulai. Pada tahun 2012, Agrowisata Jollong secara resmi dibuka, meskipun pada saat itu jumlah pengunjung rata-rata hanya sekitar 6.000 orang per tahun. Namun, antara tahun 2015-2016, jumlah pengunjung meningkat drastis menjadi sekitar 60.000 orang per tahun. Agrowisata Jollong semakin dikenal oleh masyarakat, baik di dalam maupun di luar Kabupaten Pati. Pada tahun 2017, rata-rata jumlah pengunjung Agrowisata Jollong mencapai lebih dari 100.000 orang per tahun. Peningkatan jumlah pengunjung tertinggi terjadi pada tahun 2018-2019, di mana total pengunjung per tahun pada tahun 2019 mencapai 250.000 orang. Grafik peningkatan jumlah pengunjung Agrowisata Jollong antara tahun 2012-2019 dapat dilihat pada ilustrasi yang disediakan.

3. Gambaran Umum Identitas Responden

Penelitian ini menggunakan data yang diperoleh dari responden yakni wisatawan yang berkunjung ke Agrowisata Jollong Desa Sartiluhur Kecamatan Gembong Kabupaten Pati dengan identitas responden yang meliputi jenis kelamin, pendidikan, umur, pekerjaan dan kunjungan. sebelumnya yang berjumlah 100 orang/wisatawan. Analisa ini dinyatakan dalam bentuk tabel dari karakteristik responden. Analisis karakteristik responden digunakan untuk menelaah apakah ada perbedaan dalam penilaian atau tidak. Karakteristik responden yang digunakan

pada riset ini berdasarkan dengan jenis kelamin, usia, pendidikan, pendapatan, dan jenis pekerjaan. Analisis deskriptif memiliki tujuan untuk memberikan gambaran yang bersumber dari subjek penelitian yang nantinya dapat digunakan sebagai acuan dalam melihat karakteristik responden yang didapat.

a. Jenis Kelamin Responden

Dilihat hasil sebaran instrument yang diajukan pada responden diperoleh informasi reponden sebagai berikut:

Tabel 4.3. Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Laki-laki	53	53%
Perempuan	47	47%
Total	100	100%

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Dari tabel 4.2 menyatakan bahwa dari 100 responden, wisatawan yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 53 wisatawan atau sebesar 53% sedangkan wisatawan yang berjenis perempuan berjumlah 47 atau sebesar 47%, maka dari data diatas dapat diketahui bahwa responden hamper seimbang namun lebih didominasi seorang laki-laki.

b. Pendidikan Responden

Penelitian ini menggunakan 5 kelompok jenis pendidikan dari responden yang terdiri dari SD/SMP/SMA, Diploma, Sarjana, Pascasarjana, Lainnya. Berikut data dari hasil penelitian:

Tabel 4.4. Pendidikan

Pendidikan	Jumlah	Presentase
SD/SMP/SMA	46	46%
Diploma	5	5%
Sarjana	39	39%
Pascasarjana	2	2%
Lainnya	8	8%
Total	100	100%

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Dari data diatas yang telah disajikan terhadap Tabel 4.3 dapat diketahui bahwa dari 100 responden, wisatawan yang berjenjang pendidikan terakhir SD/SMP/SMA sebanyak 46 atau sebesar 46%. Wisatawan dengan pendidikan akhir diploma sebanyak 5 atau sebesar 5%. Wisatawan dengan pendidikan akhir sarjana sebanyak 39 atau sebesar 39%. Dan Wisatawan dengan pendidikan akhir pascasarjana sebanyak 2 atau sebesar

2%. Wisatawan dengan pendidikan akhir lainnya sebanyak 8 atau sebesar 8%.

c. Umur Responden

Berdasarkan hasil dari penyebaran kuesioner, diperoleh hasil data dari responden mengenai usia seperti berikut ini :

Tabel 4.5. Umur

Umur	Jumlah	Presentase
< 20 Tahun	16	16%
20-30 Tahun	66	66%
31-40 Tahun	7	7%
41-50 Tahun	11	11%
Total	100	100%

Sumber: Hasil Data Primer diolah, 2023

Dari data yang disajikan pada tabel 4.4 dapat dilihat bahwa dari 100 responden, yang berumur <20 tahun sebanyak 16 wisatawan atau 15%, yang berusia 20-30 tahun sebanyak 66 wisatawan atau 66%, dan yang berusia 31-40 tahun sebanyak 7 wisatawan atau 7%. yang berusia 41-50 tahun sebanyak 11 wisatawan atau 11%, Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas wisatawan memiliki usia 20-30 tahun.

d. Pekerjaan Responden

Dari instrumen yang telah terdistribusi, diperoleh hasil data mengenai pekerjaan responden seperti :

Tabel 4.6. Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Presentase
Pelajar/Mahasiswa	52	52%
Pegawai Negeri	7	7%
Pegawai Swasta	14	14%
Wiraswasta	16	16%
Lainnya	11	11%
Total	100	100%

Sumber: Hasil Data Primer diolah,2023

Didapati dengan yang telah ditampilkan bahwa jumlah pekerjaan pada wisatawan pada penelitian terbanyak yaitu pelajar/mahasiswa dengan jumlah 52 responden 52%, pegawai swasta 14 responden 14%, wiraswasta 16 responden 16% dan lainnya 11 responden 11%. dan pekerjaan responden yang paling sedikit yaitu sebagai seorang pegawai negeri dengan jumlah 7 responden 7%.

e. Kunjungan Responden

Dari instrumen yang telah terdistribusi, diperoleh hasil data mengenai jumlah kunjungan responden seperti :

Tabel 4.7. Kunjungan

Kunjungan	Jumlah	Presentase
Kedua Kali	27	27%
Ketiga Kali	8	8%
Lebih dari Tiga kali	21	21%
Pertama Kali	44	44%
Total	100	100%

Sumber: Hasil Data Primer diolah,2023

Dari tabel tersebut diperoleh hasil bahwa jumlah kunjungan wisatawan atau responden yang hubungannya pada penelitian terbanyak adalah kunjungan pertamakali dengan jumlah 44 responden 44%, kunjungan kedua kali memiliki jumlah 27 responden 27%, kunjungan ketiga kali memiliki jumlah 8 responden 8%, kunjungan lebih dari tiga kali memiliki jumlah 21 responden 21%.

4. Analisis Data

a. Uji Validitas Instrumen

Uji validitas dilakukan dengan untuk melihat dan mengetahui kesesuaian dan keakuratan dari data yang bersumber dari objek penelitian. Uji validitas ditentukan dengan cara melihat antara r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk kemudian dilakukan perbandingan dan dengan melihat nilai alpha 0,05. Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka item pernyataan dinyatakan valid. Namun apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka item pernyataan dinyatakan tidak valid.⁷⁹ Uji validitas dapat dilakukan dengan bantuan SPSS. Berikut dari hasil uji validitas instrument dari masing-masing instrument :

b. Variable Halal Tourism (X1)

Tabel 4.8. Uji Validitas X1

Variable	No. Item	r_{hitung}	r_{tabel}	keterangan
Halal tourism	1	0.678	0.196	Valid
	2	0.771	0.196	Valid
	3	0.692	0.196	Valid
	4	0.725	0.196	Valid
	5	0.849	0.196	Valid
	6	0.747	0.196	Valid

⁷⁹ Imam Ghozali, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 19 (Semarang: Universitas Diponeoro, 2011),53.

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Hasil di atas didapatkan berdasarkan dari perbandingan antara r_{hitung} dengan r_{tabel} . Untuk Degree Of Freedom (df) = $n-2$. Dimana n merupakan jumlah sampel dan dalam penelitian ini banyaknya sampel adalah 100 sehingga $df = 100-2 = 98$ dengan $\alpha 0,05$ dan didapatkan $r_{tabel} = 0.196$. Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ item pernyataan dinyatakan valid, maka dari hasil olah data yang dilakukan dapat dinyatakan bahwa pernyataan pada variabel Tingkat Pendidikan dinyatakan “valid”, sehingga penelitian dapat dilanjutkan .

c. Variabel Potensi Agrowisata (X2)

Tabel 4.9. Uji Validitas X2

Variable	No Item	r_{hitung}	r_{tabel}	keterangan
Potensi Agrowisata	1	0.593	0.196	Valid
	2	0.774	0.196	Valid
	3	0.806	0.196	Valid
	4	0.774	0.196	Valid
	5	0.687	0.196	Valid
	6	0.756	0.196	Valid

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Dari hasil uji validitas di atas, didapatkan hasil bahwa pernyataan pada variabel Tingkat Pendapatan dapat dikategorikan “valid” sehingga penelitian ini dapat dilanjutkan ketahap berikutnya.

d. Variabel Destinasion Image (X3)

Tabel 4.10. Uji Validitas X3

Variabel	No Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
<i>Destinasion Image</i>	1	0.793	0.196	Valid
	2	0.798	0.196	Valid
	3	0.814	0.196	Valid
	4	0.791	0.196	Valid

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Dari hasil uji validitas di atas, didapatkan hasil bahwa pernyataan pada variabel Tingkat Pendapatan dapat dikategorikan “valid” sehingga penelitian ini dapat dilanjutkan ketahap berikutnya.

e. Variabel Tourist Satisfaction (Y)

Tabel 4.11. Uji Validitas Y

Variable	No Item	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
<i>Tourist Satisfaction</i>	1	0.766	0.196	Valid
	2	0.781	0.196	Valid
	3	0.776	0.196	Valid
	4	0.793	0.196	Valid

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Dari hasil uji validitas di atas, didapatkan hasil bahwa pernyataan pada variabel Tingkat Pendapatan dapat dikategorikan “valid” sehingga penelitian ini dapat dilanjutkan ketahap berikutnya.

5. Uji Reliabilitas Instrumen

Uji reliabilitas digunakan dengan tujuan sebagai pengukur konsistensi variabel penelitian yang telah ditentukan dengan gejala yang sama dan dilakukan berulang kali. Penelitian dikategorikan reliabel apabila nilai cronbach alpha > 0,60. Berikut hasil uji reliabilitas instrument pada penelitian ini :

Tabel 4.12. Uji Reabilitas

Variabel	Reliability Coefficiens	r-Alpha	Cronbach Alpha	Keterangan
<i>Halal tourism (X1)</i>	6 Item	0,883	0,60	Realibel
Potensi Agrowisata (X2)	6 item	0,828	0,60	Realibel
<i>Destinasian Image (X3)</i>	4 item	0,810	0,60	Realibel
<i>Tourist Satisfacion (Y)</i>	4 item	0,779	0,60	Realibel

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Dari penyajian data pada tabel 4.10 dapat dilihat bahwa semua variabel memiliki nilai cronbach alpha > 0,60, sehingga variabel X1, X2, X3, dan Y dapat dikategorikan “reliabel”.

6. Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Asumsi Klasik

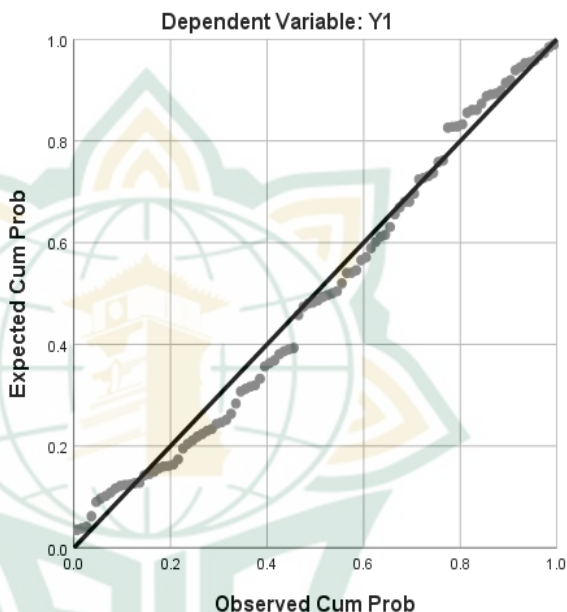
1) Uji Normalitas

Dibawah ini adalah hasil uji normalitas pada penelitian ini. Untuk dapat mengetahui data tersebut normal diketahui apabila Kolmogorov > 0,05. Uji Normalitas bertujuan untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu distribusi data. Normal atau tidaknya distribusi data dilakukan dengan melihat nilai signifikansi pada tabel

Kolmogorov-Smirnov. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ($\text{Sig} > 0,05$) maka data terdistribusi normal. Berikut adalah hasil uji normalitas:

Gambar 4.1. Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber : Data Primer diolah, 2023

Sedangkan pada grafik normal P-Plot titik-titik menyebar disekitar garis diagonal. Kedua grafik ini menunjukkan bahwa model regresi tidak menyalahi asumsi normalitas. Jadi, dapat disimpulkan bahwa model regresi pada hasil penelitian ini memenuhi syarat untuk menjadi model regresi yang baik karena merupakan model regresi yang memiliki distribusi data normal atau mendekati normal.

Tabel 4.13. Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov Test

One Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
	Unstandardized Residual
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 4.13 dapat dilihat bahwa nilai 0,200 > 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data

berdistribusi secara normal karena nilai signifikan pada tabel Kolmogorov-Smirnov lebih besar dari 0,05.

2) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas memiliki tujuan yaitu guna dapat teruji suatu korelasi yang mungkin didapatkan pada variabel dalam hal ini terkait pada variabel bebas. Bila dalam program terindikasi tolerance $< 0,1$ dan nilai VIF berangka kurang dari 10, sesuai standarisasi yang ada bisa diartikan multikolinieritas tidak didapatkan, nilai lebih dari standar yang diberikan (lebih dari 10) dapat dipahami terdapat gejala multikolinieritas.

Tabel 4.14. Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
<i>Halal Tourism</i>	0.959	1.043	Tidak terjadi Multikolinieritas
Potensi Agrowisata	0.949	1.053	Tidak terjadi Multikolinieritas
<i>Destinasian Image</i>	0.966	1.036	Tidak terjadi Multikolinieritas

Sumber : Data Primer diolah, 2023

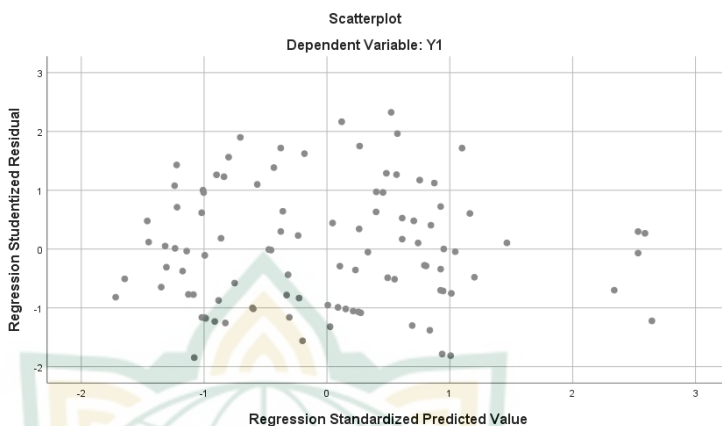
Indikasi dari pengujian menunjukkan bahwa $X_1 0,959 > 0,1$ $X_2 0,949 > 0,1$ $X_3 0,996 > 0,1$. Dan VIF bernilai $X_1 1.043 < 10$. $X_2 1.053 < 10$ dan $X_3 1.036 < 10$. Pengambilan keputusan menunjukkan tidak ditemukan gejala multikolinieritas pada model regresi ini.

3) Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas pengujiannya dengan maksud untuk melakukan pengujian dimana ada tidaknya suatu kesamaan dalam varian pada residual pada antar pengamatan. Sebagai indikasi dapat dipahami dengan melihat grafik P-Plot dengan prediksi variabel dependent sesuai nilai yaitu: ZPRED serta residual SRESID.

Dasar dari pengambilan keputusan dalam uji heteroskedastisitas dengan grafik scatterplot yaitu jika sebaran titik-titik berada diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y dan tidak membentuk pola yang jelas, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Gambar 4.2. Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Data Primer diolah, 2023

Dalam tabel diatas ditunjukkan bahwa hasil unstandardized residual untuk uji heteroskedastisitas dari X1 Sig 2 tailed 0,911 > 0,05, X2 0,517 > 0,05 dan X3 0,836 > 0,05. Hal ini menyatakan bahwa tidak ada gejala heteroskedastisitas pada penelitian ini.

4) Uji Autokolerasi

Tabel 4.16. Uji Autokolerasi

Model	Nilai
Durbin-Waston	1.942

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai Durbin Waston sebesar 1,942 yang berarti nilai Durbin Waston berada diantara -2 sampai +2, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada autokolerasi pada penelitian ini.

7. Hasil Teknik Analisis Data

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Berguna melakukan uji hipotesis dari penelitian yakni untuk mengetahui apakah variabel *halal tourism*, potensi agrowisata dan *destinasion image* berpengaruh terhadap *tourist satisfaction*. Oleh karena itu, dapat dilihat dari tabel di bawah ini:

Tabel 4.17. Analisis Regresi Linier Berganda

Keterangan	Nilai Koefisien
Constant	18.011
X1	-0.216

X2	.145
X3	-.026

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Menurut tabel di atas, selanjutnya dikembangkan sebuah model persamaan regresi yakni:

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

$$Y = 18,011 + -,216X_1 + 0,145X_2 + 0,264X_3 + e$$

Persamaan regresi linier berganda tersebut memiliki makna:

- 1) Konstanta sebesar 18.011 memberikan makna bahwa variabel *halal tourism*, potensi agrowisata dan *destinasion image* dianggap konstanta, maka dari itu nilai *tourist satisfaction* (Y) sebesar 18.011.
- 2) Variabel kualitas *halal tourism* (X₁) memiliki nilai koefisien regresi sebesar -,216, yang memiliki arti apabila variabel *halal tourism* mengalami kenaikan satu satuan maka *tourist satisfaction* akan mengalami penurunan sebesar -,216 satuan.
- 3) Variabel potensi agrowisata (X₂) memiliki nilai koefisien sebesar 0,145 yang memiliki arti apabila variabel nilai nasabah mengalami kenaikan satu satuan maka *tourist satisfaction* akan meningkat sebesar 0,145 satuan.
- 4) Variabel *destinasion image* (X₃) memiliki nilai sebesar -,026 yang memiliki arti apabila variabel citra merek mengalami kenaikan satu satuan maka *tourist satisfaction* akan meningkat sebesar -,026 satuan.

b. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 4.18. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien	Nilai
Adjusted R Square	0.169

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai adjusted R square sebesar 0,169 atau 16,9 %. Nilai Koefisien determinasi tersebut menunjukkan bahwa variabel X1, X2 dan X3 mampu menjelaskan variabel Y sebesar 16,9 %, sedangkan sisanya yaitu 83,1 % dijelaskan oleh varibel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

c. Hasil Uji F

Tabel 4.19. Uji F

F hitung	F table	Sig.
----------	---------	------

7.712	2.70	.000
-------	------	------

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai F hitung sebesar 7.712 lebih besar dari nilai F tabel 2.70 dan nilai sig. yaitu 0,000 lebih kecil dari 0,05. Maka pengambilan keputusan dalam uji ini yaitu H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel X_1 X_2 dan X_3 berpengaruh terhadap variabel Y.

d. Hasil Uji t

Tabel 4.20. Uji t

Variable	T hitung	T table	Sig
Halal tourism	4.165	1.984	.000
Potensi Agrowisata	3.068	1.984	.003
Destinasian Image	.406	1.984	.685

Sumber : Data Primer diolah, 2023

- a) Hasil uji t pada variable X_1 diperoleh nilai t hitung sebesar 4.165 lebih besar dari nilai t tabel yaitu 1.984 dan nilai sig 0.000 lebih kecil dari 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variable X_1 berpengaruh secara signifikansi terhadap Y. Dengan demikian **H_1 diterima**. Jadi dapat disimpulkan bahwa pengaruh secara positif didapati serta signifikan variabel *halal tourism* memberi dampak secara langsung terhadap *tourist statisfaction*.
- b) Hasil uji t pada variable X_2 diperoleh nilai t hitung sebesar 3.068 lebih besar dari nilai t tabel yaitu 1.984 dan nilai sig 0.003 lebih kecil dari 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variable X_2 berpengaruh secara signifikansi terhadap Y. Dengan demikian **H_2 diterima**. Jadi dapat disimpulkan bahwa pengaruh secara positif didapati serta signifikan variabel *Potensi Agrowisata* memberi dampak secara langsung terhadap *tourist statisfaction*.
- c) Hasil uji t pada variable X_3 diperoleh nilai t hitung sebesar 0,406 lebih kecil dari nilai t tabel yaitu 1.984 dan nilai sig 0,68 lebih besar dari 0,05, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variable X_3 tidak berpengaruh dan tidak signifikansi terhadap Y. Dengan demikian **H_3 ditolak**. Jadi dapat disimpulkan

bahwa pengaruh secara positif didapati serta signifikan variabel *Destination Image* memberi dampak secara langsung terhadap *tourist satisfaction*.

B. Pembahasan

1. *Halal Tourism* Berpengaruh Terhadap *Tourist Satisfaction*

Halal tourism merupakan salah satu faktor yang cukup berpengaruh dalam kepuasan dan loyalitas wisatawan yang berkunjung. Halal tourism salah satu upaya untuk menumbuhkan kenyamanan wisatawan dalam kunjungannya. dengan adanya perhatian pengelola pariwisata dengan memberikan kenyamanan wisatawan muslim guna menghubungkan jalinan yang baik untuk wisatawan agar merasa senang hati. Sesuai hasil dari nilai yang didapati dan indikasi hasil dari bahwa t hitung sebesar 4.165 lebih besar dari pada nilai t tabel yaitu 1.984 dan nilai sig 0.000 lebih kecil dari 0,05. Dengan yang didapati demikian bahwa *halal tourist* memberi pengaruh terhadap *tourist satisfaction*, maka dengan demikian **H1** yaitu didapati pengaruh langsung dalam mempengaruhi antara *halal tourism* terhadap *tourist satisfaction* pada penelitian ini **diterima**.

Disamping itu, beberapa factor yang mempengaruhi terjadinya pengaruh yang signifikan pada halal tourism terhadap *tourist satisfaction* di wisata Agrowisata Jolong, disebabkan berdasarkan data-data yang diperoleh di lapangan diketahui bahwa *halal tourism* yang diterapkan cukup baik yang memungkinkan wisatawan merasa puas dengan adanya *halal tourism*, dikarenakan berbagai aspek yang mendukung kepuasan wisatawan di wisata Agrowisata Jolong.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang berjudul “Pengaruh *halal tourism* terhadap Kepuasan Wisatawan Yang Berkunjung Ke Pantai Lon Malang di Kabupaten Sampang” yang menunjukkan hasil yang sama bahwa *halal tourism* secara simultan berpengaruh positif dan signifikansi terhadap *tourist satisfaction* yang berkunjung ke Pantai Lon Malang. Untuk itu, maka *halal tourism* perlu memperhatikan *tourist satisfaction* agar tetap meningkatkan objek di wisatanya tersebut.⁸⁰

⁸⁰ Moh. Syamsih Dan Yustina Chrismardani, “Pengaruh Halal Tourism Terhadap Kepuasan Wisatawan Yang Berkunjung Ke Pantai Lon Malang Di Kabupaten Sampang”, Jurnal Kajian Ilmu Manajemen, Vol 2 No 3, September 2022, 372.

2. Potensi Agrowisata Berpengaruh Terhadap *Tourist Sastisfaction*

Potensi agrowisata merupakan salah satu pemanfaatan pertanian dan perkebunan guna memberikan edukasi dan kemanfaatan dalam relasi perkesbunan dan pertanian dalam pengelolaannya, dan potensi agrowisata merupakan faktor yang cukup berpengaruh dalam kepuasan dan loyalitas wisatawan yang berkunjung karena keindahan alam dan eksotisme alam merupakan salah satu upaya untuk menumbuhkan kepuasan dalam berwisata. Sesuai dengan nilai yang didapati indikasi hasil dari nilai t hitung sebesar 3.068 lebih besar dari pada nilai t tabel yaitu 1.984 dan nilai sig 0.003 lebih kecil dari 0,05 yang didapati demikian bahwa potensi agrowisata memberi pengaruh terhadap *tourist stastisfaction*, maka dengan demikian **H2** yaitu didapati pengaruh langsung dalam mempengaruhi antara *Potensi Agrowisata* terhadap *tourist stastisfaction* pada penelitian ini **diterima**.

Hasil penelitian yang sesuai dengan penelitian yang dilakukan Ajeng Mar'atul Karimah dkk, berdasarkan hasil pembahasan, berkaitan dengan analisis kepuasan pengunjung terhadap pelayanan Agrowisata Omah Salak, maka dapat disimpulkan bahwa nilai CSI diperoleh sebesar 77.44% artinya secara keseluruhan pengunjung merasa puas terhadap kinerja pelayanan di Agrowisata Omah Salak.⁸¹

3. *Destination Image* Tidak Berpengaruh Terhadap *Tourist Sastisfaction*

Destinasion image merupakan komponen yang mampu menunjang kepuasan dan kenyamanan dari wisatawan yang berkunjung dengan sebuah persepsi dan citra baik dari sebuah pariwisata yang sesuai dengan ekspetasi yang diinginkan. Dengan adanya informasi yang mudah di temui dan di cari baik media social dan lainnya memberikan nilai baik terhadap pariwisata yang dikunjungi Dari hasil pengujian yang telah dilakukan, menunjukkan hasil bahwa didapati tidak adanya pengaruh dengan secara langsung antara *detinasion image* terhadap *tourist stastisfaction* Agrowisata Jollong situluhur. Hal tersebut dari hasil nilai t hitung sebesar 0,406 lebih kecil dari nilai t tabel yaitu 1.984 dan nilai sig 0,68 lebih besar dari 0,05, Dengan yang didapati demikian bahwa

⁸¹ Karimah, Mar'atul, Agus Setiadi, And Mukson Mukson. "Analysis Of Visitor Satisfaction On Quality Of Service Agrowisata Omah Salak." *Jurnal Socioeconomics Of Agriculture (Soca) Universitas Udayana* 15. No. 1 (2021). 97.

destinasion image tidak memberi pengaruh terhadap tourist satisfaction, maka dengan demikian **H3** yaitu tidak didapati pengaruh langsung dalam mempengaruhi antara *destination Image* terhadap *tourist satisfaction* pada penelitian ini **ditolak**. Sesuai dengan penelitian terdahulu penelitian dari Chen dan Tsai dengan judul penelitian “*How destination image and evaluative factors affect behaviour Tourist Destination*” dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa citra destinasi tidak berpengaruh pada kepuasan wisatawan.⁸²

Pengujian f hitung diperoleh f hitung > f tabel ($18.011 > 1.984$) serta signifikansi ($0,000 < 0,05$). Maka H4 diterima dan Ho ditolak, yakni Halal Tourism, Potensi Agrowisata, dan Destinasion Image bersama-sama berpengaruh terhadap Tourist Satisfacion pada Agrowisata Jollong Desa Sitiluhur Kecamatan Gembong Kabupaten Pati.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan Moh. Syasih dan Yustina Charismardani menunjukkan variabel wisata halal, secara simultan atau secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Pantai Lon Malang.⁸³ Dan penelitian yang dilakukan Ajeng Mar’atul Karimah mengenai pengaruh potensi agrowisata terhadap kepuasan wisatawan, berkaitan dengan analisis kepuasan pengunjung terhadap pelayanan Agrowisata Omah Salak, maka dapat disimpulkan bahwa nilai CSI diperoleh sebesar 77.44% artinya secara keseluruhan pengunjung merasa puas terhadap kinerja pelayanan di Agrowisata Omah Salak.⁸⁴ Kemudian menurut penelitian Siti Lestari dkk citra destinasi, fasilitas wisata secara simultan berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang ke Pantai Klayar Pacitan.⁸⁵

⁸² Chen, Ching-Fu, And Dungchun Tsai. "How Destination Image And Evaluative Factors Affect Behavioral Intentions?." *Tourism Management* 28.4 (2007): 1112.

⁸³ Moh. Syamsih Dan Yustina Chrismardani, “Pengaruh Halal Tourism Terhadap Kepuasan Wisatawan Yang Berkunjung Ke Pantai Lon Malang Di Kabupaten Sampang”, *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen*, Vol 2 No 3, September 2022, 372.

⁸⁴ Mar’atul Karimah, Dkk, “*Analysis Of Visitors’ Satisfaction On The Quality Of Omah Salak Agro Tourism Services*”, *Soca: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian* Vol. 15, No. 1, January 2021, 97

⁸⁵ Siti Lestari, Ima Kristina Yulita, And T. Handono Eko Prabowo. “Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata Terhadap Minat Berkunjung Ulang

Hasil uji hipotesis secara simultan menunjukkan variabel *halal tourism*, potensi agrowisata dan *destinasion image* berpengaruh terhadap *tourist satisfacion*. *Halal tourism* menjadi salah satu faktor penunjang dalam sector pariwisata yang mana menjadi kebutuhan bagi para wisatawan muslim khususnya sehingga memberikan kenyamanan dan memberikan kepuasan saat berkunjung. Potensi agrowisata memberi ketertarikan tersendiri pada wisatawan dengan suasana pegunungan dan perkebunan. untuk memberikan kepuasan kepada pengelola pariwisata yang ditawarkan dengan pemandangan yang indah dan mengedukasi tentunya sangat memberikan kepuasan pada wisatawan. Namun dalam *destinasion image* menunjukkan hasil bahwa didapati tidak adanya pengaruh dengan secara langsung antara *detinasion image* terhadap *tourist sastisfaction* Agrowisata Jollong sitiluhur. Hal tersebut dikarenakan t hitung mempunyai besaran lebih kecil dari pada t tabel. Dengan yang didapati demikian bahwa *destinasion image* tidak memberi pengaruh terhadap *tourist statisfaction* karena adanya kekurangan yang harus diperbaiki lagi oleh pengelola. Dengan cara memberikan perhatian kualitas dan mengembangkan destinasi *halal tourism*, potensi agrowisata dan *destinasion image* kepada wisatawan berguna membuat wisatawan semakin yakin pada kunjungan dan destinasi wisata ditawarkan