

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Objek Penelitian

a) Profil Umum Objek Penelitian

Dalam pembangunan Waduk ini Pemerintah Provinsi Jawa Tengah harus mengorbankan kurang lebihnya 37 Desa di 7 Kecamatan yang terletak pada tiga Kabupaten. Terdapat sebanyak 5.391 keluarga yang harus mengikhhlaskan lahan mereka¹. Setelah proyek selesai, Waduk ini mulai beroperasi sejak tanggal 14 Januari 1989 yang diresmikan pada tanggal 18 Mei 1991 oleh Bapak Presiden, yang saat itu ialah Presiden Soeharto². Gambaran umum mengenai Waduk Kedungombo sebagai berikut:

1) Lokasi

Waduk Kedungombo terletak di Desa Kedungombo, Kecamatan Geyer, Kabupaten Grobogan, Provinsi Jawa Tengah, Indonesia. Secara administratif keberadaan waduk Kedungombo melibatkan tiga Kabupaten di Jawa Tengah, yaitu: Kabupaten Grobogan, Kabupaten Boyolali, dan Kabupaten Sragen

2) Fungsi Utama

Waduk ini dirancang untuk memiliki fungsi utama sebagai sumber air irigasi untuk mendukung sektor pertanian di sekitarnya, meningkatkan ekonomi pada sektor perikanan, sebagai Pembangkit Listrik Tenaga Air (PLTA), dan difungsikan untuk pengendali banjir

3) Kapasitas

Waduk Kedungombo memiliki kapasitas penyimpanan air yang dapat bervariasi tergantung pada kondisi musim dan curah hujan. Kapasitasnya juga dirancang untuk membantu mengendalikan banjir dan menyediakan air bersih.

4) Luas Permukaan

Waduk ini menutupi suatu luas permukaan yang signifikan, membentuk sebuah danau buatan yang berkontribusi pada pemandangan alam setempat.

¹ Radhi Sinaro, "Menyimak Bendungan Di Indonesia," *Tangerang Selatan ; Bentara Adhi Cipta* 3945, no. 23-1 (2007): 978-79.(15/11/2023)

² Nahal Waduk Kedungombo

- 5) luas perairan
Adapun luas perairannya mencapai sekitar 2.830 ha, dan luas daratan mencapai 3.746 ha.
- 6) Manfaat Tambahan
Selain mendukung sektor pertanian, Waduk Kedungombo memberikan manfaat tambahan seperti pengendalian banjir dan penyediaan air bersih untuk keperluan masyarakat sekitar.
- 7) Pengelolaan
Pengelolaan waduk ini umumnya dilakukan oleh otoritas setempat, yang bertanggung jawab untuk memastikan keberlanjutan penggunaan sumber daya air dan menjaga kondisi ekosistem sekitar.
- 8) Pariwisata
Beberapa waduk di Indonesia, termasuk Waduk Kedungombo, juga dapat menjadi objek pariwisata lokal. Pengunjung dapat menikmati keindahan danau buatan ini, serta berbagai kegiatan rekreasi yang mungkin diselenggarakan di sekitarnya. Selain itu, di tengah tengah Waduk Kedungombo terdapat satu makam, yaitu makam Ki Ageng Serang yang sampai sekarang masih ramai diziarahi warga dan dianggap keramat oleh warga.

Gambar 4.1

Waduk Kedungombo	
Lokasi	Geyer, Grobogan, Jawa Tengah
Koordinat	7.272889°S 110.819861°E Koordinat: 7.272889°S 110.819861°E
Kegunaan	Serbaguna
Status	Beroperasi
Mulai dibangun	Januari 1984
Mulai dioperasikan	18 Mei 1991
Biaya konstruksi	US\$ 283,1 juta
Pemilik	Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat
Kontraktor	Hazama Gumi dan Brantas Abipraya ^[1]
Perancang	SMEC Holdings
Bendungan dan saluran pelimpah	
Tipe bendungan	Urugan
Tinggi	66 m
Panjang	1.600 m
Lebar puncak	12 m
Volume bendungan	6.200.000 m ³
Ketinggian di puncak	96 mdpl
Membendung	Sungai Serang
Jumlah pelimpah	3
Tipe pelimpah	Ogee dan <i>fuse plug</i>
Kapasitas pelimpah	5.450 m ³ / detik
Waduk	
Kapasitas normal	723.000.000 m ³ ^[2]
Kapasitas aktif	634.600.000 m ³
Kapasitas nonaktif	88.400.000 m ³
Luas tangkapan	614 km ²
Luas genangan	4.800 hektar ^[3]
PLTA Kedungombo	
Pengelola	PLN Indonesia Power
Jenis	Konvensional
Jumlah turbin	2
Kapasitas terpasang	22,5 MW
Produksi tahunan	80.000 MWh

Waduk Kedungombo merupakan salah satu waduk besar di Indonesia, tepatnya berada di Provinsi Jawa Tengah yang dibangun sejak tahun 1984 dan proyek ini diselesaikan pada tahun 1989. Di Desa Ngargotirto, tepatnya di Waduk Kedungombo, telah dibangun arena pacuan kuda dengan lintasan sepanjang 600 meter yang dikenal dengan nama 'Nyi Ageng Serang'. Arena ini merupakan replika dari lapangan pacuan kuda Pulo Mas di Jakarta dan telah digunakan sebagai lokasi kejuaraan pacuan kuda tingkat nasional³. Selain itu di sekitar Waduk Kedungombo juga terdapat beberapa obyek wisata yang baru, di antaranya adalah: Tirta Kedungombo, Wonosari, dan Embun Bening. ketiga obyek wisata itu terletak di Kabupaten Grobogan yang baru di buka sejak 2 – 3 tahun yang lalu⁴.

Embun Bening merupakan nama dari salah satu tempat wisata yang ada di tepi Waduk Kedungombo, berdiri pada tanggal 17 Januari 2021. Embun Bening terletak pada tepian Waduk Kedungombo Kabupaten Grobogan. Wisata ini berada di Desa Rambat, Kecamatan Geyer, Kabupaten Grobogan, Provinsi Jawa Tengah. Embun Bening Kedungombo Park menyuguhkan konsep wisata keluarga yang kekinian. Hal tersebut dapat dilihat dari segi penataan spotnya yang kreatif, berwarna, dan dipenuhi dengan beberapa *spot selfie*. Akses untuk pejalan kaki juga sudah tertata dengan baik, dan bersih. Selain itu terdapat juga fasilitas permainan untuk anak-anak, dan rumah makan yang menyajikan beraneka ragam menu masakan dengan harga yang terjangkau. Untuk tempat berfoto pengunjung terletak di tepian Waduk, sehingga wisatawan dapat menikmati sensasi wisata danau, namun memiliki citarasa di pantai⁵. Di dalam area wisata pengelola telah menyediakan berbagai permainan anak-anak di Waduk Kedungombo. Selain itu, bagi pengunjung yang tertarik untuk mengelilingi waduk, tersedia layanan perahu motor yang dapat disewa.

³ Dini Daniswari, “Sejarah Waduk Kedungombo,” Kompas.Com, 2022.(20/11/2023)

⁴ Ensiklopedia Jawa Tengah” Plta Di Grobogan “

⁵ Ma’arif Samsul “Embun Bening Wisata Kekinian Di Tepi Waduk Kedungombo Kabupaten Grobogan”

b) Embun Bening Waduk Kedungombo Park

Embun Bening, yang berlokasi di Kabupaten Grobogan, Provinsi Jawa Tengah, adalah destinasi wisata terbaru yang resmi dibuka pada tahun 2021. Dikenal juga dengan sebutan Embun Bening Kedungombo Park, tempat ini menawarkan pengalaman wisata alam yang unik dengan mengadopsi konsep waduk, tetapi memberikan atmosfer yang serupa dengan suasana pantai. Keindahan Embun Bening menciptakan daya tarik bagi pengunjung yang ingin menikmati keindahan alam dengan merasakan kesegaran suasana pantai, menjadikannya salah satu tujuan wisata yang menarik di wilayah tersebut⁶.

Fasilitas yang telah disediakan di Embun Bening Kedungombo Park Grobogan memiliki standar kepuasan wisatawan yang sangat tinggi. Berbagai fasilitas tersebut dirancang untuk memastikan pengalaman wisata yang memuaskan bagi para pengunjung. Beberapa fasilitas yang dapat dinikmati di tempat ini melibatkan aspek kenyamanan dan kepraktisan, termasuk adanya area parkir yang luas untuk kenyamanan pengunjung dalam melakukan kunjungan wisata. Selain itu, tersedia pula fasilitas toilet yang bersih dan terawat dengan baik, mushola untuk kebutuhan spiritual, serta spot selfie yang menarik bagi para pecinta fotografi⁷. Untuk keluarga yang membawa anak-anak, terdapat area bermain khusus anak-anak, memberikan kesempatan bagi mereka untuk bermain dan menikmati waktu bersama. Gazebo yang tersebar di sekitar area wisata juga menambahkan nuansa santai dan nyaman bagi pengunjung yang ingin beristirahat sejenak. Pilihan rumah makan yang ada di Embun Bening Kedungombo Park menawarkan beragam kuliner, memungkinkan pengunjung untuk menikmati aneka hidangan lokal atau beberapa variasi menu yang tersedia. Terakhir, gardu

⁶ Samsul Ma'arif, "Embun Bening, Wisata Kekinian Di Tepi Waduk Kedungombo Grobogan," *Nativeindonesia*, 2022. (20/11/2023)

⁷ Yoel, "Wisata Embun Bening, Kedungombo Tawarkan Sejuta Keindahan Alam," *Transindonews.Com*, 2021, <https://www.transindonews.com/tetap-buka-wisata-embun-bening-kedungombo-tawarkan-sejuta-keindahan-alam/>.(10/03/2024)

pandang di lokasi ini menjadi tempat ideal untuk menikmati pemandangan sekitar dan mengabadikan momen indah selama berada di Embun Bening Kedungombo Park. Dengan demikian, berbagai fasilitas tersebut secara komprehensif mendukung dan meningkatkan kualitas kunjungan wisata di tempat ini.

Selain berbagai fasilitas yang telah disebutkan diatas, pihak pengelola destinasi wisata Embun Bening Kedungombo Park, juga menyajikan pengalaman unik bagi para pengunjung yang ingin menjelajahi area tersebut dengan menyediakan layanan kendaraan *offroad*⁸. Untuk menikmati keindahan Kawasan Wisata Embun Bening Kedungombo Park dari sudut yang berbeda, pengunjung dapat mengakses fasilitas *offroad* ini dengan membayar biaya sewa yang terjangkau, hanya dengan mengeluarkan beberapa ratus ribu rupiah.

Wisata Embun Bening Kedungombo Park menjadi destinasi yang sangat diminati, terutama saat akhir pekan, terlebih lagi jika cuaca sedang cerah dan mendukung. Keindahan tempat ini semakin menarik perhatian para pengunjung saat matahari mulai berada di ufuk barat, menjelang matahari terbenam. Banyak pengunjung yang antusias berburu momen indah matahari terbenam untuk mengabadikannya dalam foto-foto yang memukau. Sementara itu, terkait jam operasional Wisata Embun Bening Kedungombo buka setiap hari kecuali pada hari Senin, dengan jam operasional dari pukul 06:00 hingga 20:00 WIB. Dengan demikian, pengunjung dapat merencanakan kunjungan mereka sesuai dengan jadwal operasional yang telah ditetapkan untuk memastikan pengalaman wisata yang optimal di tempat ini.⁹

⁸ rafiq al aziz, “Wisata Embun Bening Kedungombo Park” (kompasiana beyond blogging, 2021), <https://www.kompasiana.com/rafiqa5710/608986758ede48519f39f0e2/wisata-embun-bening-kedungombo-park>.

⁹ anggara wikan Prasetya, “Wisata-Embun-Bening-Kedungombo-Park” (kompas, 2022), [https://r.search.yahoo.com/_ylt=AwrKA45ba6ZlzFYFijLQwx.;_ylu=Y29sbwNzZzMEcG9zAzYEdnRpZAMEc2VjA3Ny/RV=2/RE=1705434076/RO=10/RU=https%3A%2F%2Fwww.kompasiana.com%2Frafiqa5710%2F608986758ede48519f39f0e2%2Fwisata-embun-bening-kedungombo-park/RK=2/RS=VZI5V.uci.\(20/11/2023\)](https://r.search.yahoo.com/_ylt=AwrKA45ba6ZlzFYFijLQwx.;_ylu=Y29sbwNzZzMEcG9zAzYEdnRpZAMEc2VjA3Ny/RV=2/RE=1705434076/RO=10/RU=https%3A%2F%2Fwww.kompasiana.com%2Frafiqa5710%2F608986758ede48519f39f0e2%2Fwisata-embun-bening-kedungombo-park/RK=2/RS=VZI5V.uci.(20/11/2023))

c) Gambaran umum responden

Sampel dalam penelitian ini dipilih dari kalangan pengunjung destinasi wisata Embun Bening Kedungombo Park di Kabupaten Grobogan. Penetapan jenis populasi ini dilakukan dengan pertimbangan bahwa variabel yang akan diuji berfokus pada tanggapan yang diberikan oleh pengunjung destinasi tersebut. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa data yang terkumpul memiliki tingkat validitas dan reliabilitas yang tinggi. Jumlah responden yang mengisi kuesioner penelitian sebanyak 100, sehingga total data yang di olah dalam penelitian ini setara dengan jumlah responden yang sama, yakni 100 orang .

1) Jenis Kelamin Responden

Karakteristik responden jenis kelamin

Tabel 4.1

Jenis Kelamin Responden

Jenis kelamin	Frekuensi	Presentase (%)
Laki-laki	69	69%
Perempuan	31	31%
Total	100	100%

Berdasarkan keseluruhan data dari 100 responden dalam penelitian ini, dengan proporsi laki-laki yang menyumbang presentase 69%, sementara jumlah responden perempuan memiliki presentase 31%

2) Pendapatan responden

Karakteristik Pendapatan Responden

Tabel 4.2

Pendapatan Responden

Pendapatan	Frekuensi	Presentase(%)
Kurang dari Rp. 500.000	2	2%
Rp. 500.000-1.000.000	3	3%
Rp. 1.000.000-1.500.000	21	21%
Lebih dari Rp. 1.500.000	56	56%
Belum bekerja	18	18%
Total	100	100%

Berdasarkan analisis terhadap total data dari 100 responden yang menjadi subjek penelitian, dapat disajikan perincian terkait tingkat pendapatan masing-masing responden. Sejalan dengan hasil tersebut, 2% dari responden menunjukkan bahwa pendapatan mereka setiap bulannya berada dalam rentang kurang dari Rp. 500.000. Selanjutnya, sebanyak 3% responden melaporkan memiliki penghasilan bulanan antara Rp. 500.000 hingga Rp. 1.000.000, sementara 21% responden lainnya memiliki pendapatan dalam kisaran Rp. 1.000.000 hingga Rp. 1.500.000 per bulan. Di sisi lain, sebanyak 56% responden memiliki penghasilan lebih dari Rp. 1.500.000 per bulan, dan yang terakhir responden yang belum mempunyai pendapatan atau belum bekerja sebanyak 18% responden . Oleh karena itu, dapat diambil kesimpulan bahwa mayoritas responden menunjukkan pendapatan bulanan mereka lebih dari Rp. 1.500.000/ bulan

3) Alamat responden

Tabel 4.3

Karakteristik alamat responden

Karakteristik responden berdasarkan domisili di sajikan dalam tabel sebagai berikut :

Domisili	Jumlah	Presentase
Demak	22	22%
Boyolali	31	31%
Blora	1	1%
Semarang	3	3%
Kudus	5	5%
Karanganyar	6	6%
Jogja	1	1%
Surakarta	4	4%
Pati	1	1%
Grobogan	13	13%
Sragen	5	5%
Salatiga	1	1%
Bekasi	5	5%
Wonogiri	1	1%
Jepara	1	1%
Jumlah	100	100%

sumber : olah data primer 2024

Seratus wisatawan yang berkunjung ke situs Embun Bening Kedungombo dan mengikuti penelitian menurut tempat tinggalnya ditunjukkan pada tabel di atas. Berdasarkan data pada tabel, 31 dari total responden (atau 31% dari total) berasal dari Boyolali. Responden dari Blora, Jogja, Pati, Salatiga, Wonogiri, dan Jepara mendapatkan hasil yang sama—1%—sebagai pengunjung yang paling jarang berkunjung.

d) Deskripsi data variabel penelitian

Deskripsi yang berkaitan dengan data mengenai variabel penelitian ini melibatkan elemen-elemen yang mencakup respons individu dari masing-masing responden terhadap dampak yang mungkin muncul dari daya tarik wisata, lokasi, harga, serta *E word of mouth*. Fokus dari analisis ini adalah untuk memahami bagaimana pandangan dan tanggapan para responden memengaruhi keputusan mereka dalam memilih untuk berkunjung ke objek wisata yang spesifik, yaitu Embun Bening Waduk Kedungombo Park di Kabupaten Grobogan. Dengan demikian, berikut adalah penjelasan rinci yang menguraikan tanggapan yang diberikan oleh para responden terkait dengan aspek-aspek tersebut:

- 1) Variabel daya tarik (X1)

Tabel 4.4

Data kuisisioner variabel daya tarik (X1)

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	waduk Kedungombo menawarkan pemandangan alam yang indah	0	2	4	56	38
2.	embun bening memiliki fasilitas dan pelayanan yang baik terhadap pengunjung.	1	4	4	61	30
3.	terdapat beragam pilihan makanan dan barang yang dapat dibeli	0	4	5	65	26
4.	Untuk menuju ke obyek wisata dapat menggunakan mobil atau motor sehingga dapat memudahkan pengunjung	0	0	6	50	44
5.	Terdapat mushola untuk memfasilitasi pengunjung guna menunaikan shalat	0	2	6	62	30

sumber : olah data MS.exel

- a) Dalam menanggapi pertanyaan pertama, terlihat bahwa sebanyak 38% dari responden dengan sungguh-sungguh menyatakan sangat setuju, sementara mayoritas yang signifikan, yakni 56%, menyatakan tingkat persetujuan terhadap pernyataan tersebut. Selain itu, terdapat sejumlah responden, mencapai 4%, yang memberikan tanggapan netral terhadap pernyataan tersebut, sedangkan sebesar 2% lagi menyatakan ketidaksetujuan. Menariknya, tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju, sehingga presentase untuk kategori tersebut adalah 0%. Dengan demikian, dapat ditarik kesimpulan bahwa mayoritas besar responden cenderung memberikan tanggapan positif, khususnya terkait pandangan bahwa waduk Kedungombo menawarkan pemandangan alam yang indah, seperti yang tercermin dalam embun beningnya. Hal ini mengindikasikan adanya apresiasi yang tinggi terhadap keindahan alam di lokasi tersebut, seiring dengan respon positif yang dominan dari para responden.
- b) Dalam menanggapi pertanyaan kedua, terlihat bahwa sebanyak 30% dari responden dengan sungguh-sungguh menyatakan sangat setuju, sementara sebanyak 61% menyatakan tingkat persetujuan. Sebaliknya, hanya 4% responden yang menyatakan netral terhadap pernyataan tersebut. Menariknya, terdapat responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 4% juga, hanya ada 1% yang menyatakan sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut, menghasilkan presentase 0% untuk kategori tersebut. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden cenderung merespon dengan tingkat persetujuan terhadap pernyataan bahwa embun bening memiliki fasilitas dan pelayanan yang baik terhadap pengunjung.
- c) Dalam menanggapi pertanyaan ketiga, terlihat bahwa sebanyak 26% dari responden dengan sungguh-sungguh menyatakan sangat setuju, sementara mayoritas yang signifikan, yakni 65%,

menyatakan tingkat persetujuan terhadap pernyataan tersebut. Selain itu, terdapat sejumlah responden, mencapai 5%, yang memberikan tanggapan netral terhadap pernyataan tersebut, sedangkan sebesar 4% lagi menyatakan ketidaksetujuan. Menariknya, tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju, sehingga presentase untuk kategori tersebut adalah 0%. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa mayoritas besar responden cenderung memberikan respon positif dengan menyatakan setuju terhadap pernyataan bahwa terdapat beragam pilihan makanan dan barang yang dapat dibeli.

- d) Dalam menanggapi pertanyaan keempat, terlihat bahwa sebanyak 44% dari responden memberikan tanggapan sangat setuju, mencerminkan tingkat persetujuan yang signifikan. Sementara itu, mayoritas yang lebih besar, yakni sebanyak 50%, menyatakan persetujuan terhadap pernyataan tersebut. Selain itu, terdapat sejumlah responden, sekitar 6%, yang memberikan tanggapan netral terhadap pernyataan tersebut, tidak ada satu pun dari responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju, sehingga presentase untuk kategori tersebut adalah 0%. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa mayoritas besar responden cenderung memberikan respons positif dengan menyatakan setuju terhadap pernyataan bahwa Untuk menuju ke obyek wisata dapat menggunakan mobil atau motor sehingga dapat memudahkan pengunjung
- e) Dalam menanggapi pertanyaan kelima, terlihat bahwa sebanyak 30% dari responden dengan tegas menyatakan sangat setuju, sementara mayoritas yang mencapai 62% memberikan persetujuan terhadap pernyataan tersebut. Selain itu, terdapat sejumlah responden, sekitar 6%, yang memberikan tanggapan netral terhadap pernyataan tersebut, sedangkan hanya ada 2% responden yang menyatakan tidak setuju, tidak

ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa mayoritas besar responden cenderung menyatakan kesetujuan terhadap pernyataan bahwa terdapat mushola untuk memfasilitasi pengunjung guna menunaikan ibadah shalat

2) Variabel lokasi (X2)

Tabel 4.5
Data kuisisioner Variabel lokasi (X2)

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	memiliki akses yang mudah dijangkau	0	4	8	56	32
2.	Embun bening terletak di tepian waduk kedungombo yang menciptakan suasana seperti di tepi pantai	1	4	5	65	25
3.	Di sepanjang jalan menuju obyek wisata terdapat banyak rambu-rambu petunjuk arah yang dapat memudahkan wisatawan dalam perjalanan	0	2	6	62	30
4.	Terdapat tempat parkir yang luas	0	2	2	64	32
5.	Disekitar obyek wisata embun bening terdapat banyak pepohonan yang membuat rindang dan sejuk	0	2	4	56	38

sumber : olah data MS.exel

- a) Dalam menanggapi pertanyaan pertama, terlihat bahwa sebanyak 32% dari responden dengan sungguh-sungguh menyatakan sangat setuju, sementara mayoritas yang signifikan, yakni 56%, menyatakan tingkat persetujuan terhadap pernyataan tersebut. Selain itu, terdapat sejumlah responden, mencapai 8%, yang memberikan tanggapan netral terhadap pernyataan tersebut, sedangkan sebesar 4% lagi menyatakan ketidaksetujuan. Menariknya, tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju, sehingga presentase untuk kategori tersebut adalah 0%. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa mayoritas besar dari responden cenderung menyatakan kesetujuan terhadap pernyataan bahwa mereka memiliki akses yang mudah dan dapat dijangkau dengan menggunakan transportasi darat.

- b) Dalam menanggapi pertanyaan kedua, terlihat bahwa sebanyak 25% dari responden dengan sungguh-sungguh menyatakan sangat setuju, sementara sebanyak 65% menyatakan tingkat persetujuan. Sebaliknya, hanya 5% responden yang menyatakan netral terhadap pernyataan tersebut. Menariknya, terdapat 4% dari responden yang menyatakan tidak setuju, bahkan hanya satu responden yang menyatakan sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut, menghasilkan presentase 1% untuk kategori tersebut. Dengan melihat data ini, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden cenderung setuju dengan pernyataan bahwa Embun bening terletak di tepian waduk kedungombo yang menciptakan suasana seperti di tepi pantai.
- c) Dalam menanggapi pertanyaan ketiga, terlihat bahwa sebanyak 30% dari responden dengan sungguh-sungguh menyatakan sangat setuju, sementara mayoritas yang signifikan, yakni 62%, menyatakan tingkat persetujuan terhadap pernyataan tersebut. Selain itu, terdapat sejumlah responden, mencapai 6%, yang memberikan tanggapan netral terhadap pernyataan tersebut, sedangkan sebesar 2% lagi menyatakan ketidaksetujuan. Menariknya, tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju, sehingga presentase untuk kategori tersebut adalah 0%. Melalui analisis data ini, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden cenderung menunjukkan persetujuan terhadap pernyataan di sepanjang jalan menuju obyek wisata terdapat banyak rambu-rambu petunjuk arah yang dapat memudahkan wisatawan dalam perjalanan.
- d) Dalam menanggapi pertanyaan keempat, terlihat bahwa sebanyak 32% dari responden memberikan tanggapan sangat setuju, mencerminkan tingkat persetujuan yang signifikan. Sementara itu, mayoritas yang lebih besar, yakni sebanyak 64%, menyatakan persetujuan terhadap pernyataan tersebut. Selain

itu, terdapat sejumlah responden, sekitar 2%, yang memberikan tanggapan netral terhadap pernyataan tersebut, sedangkan hanya 2% yang menyatakan ketidaksetujuan. Menariknya, tidak ada satu pun dari responden yang menyatakan sangat tidak setuju, sehingga presentase untuk kategori tersebut adalah 0%. Dari hasil analisis ini, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden cenderung memberikan persetujuan terhadap tempat parkir yang luas yang luas.

- e) Dalam menanggapi pertanyaan kelima, terlihat bahwa sebanyak 38% dari responden dengan tegas menyatakan sangat setuju, sementara mayoritas yang mencapai 56% memberikan persetujuan terhadap pernyataan tersebut. Selain itu, terdapat sejumlah responden, sekitar 4%, yang memberikan tanggapan netral terhadap pernyataan tersebut, sedangkan terdapat 2% responden yang menyatakan tidak setuju, sangat tidak setuju, dengan presentase 0%. Dari hasil analisis ini, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden cenderung memberikan persetujuan terhadap pernyataan bahwa disekitar obyek wisata embun bening terdapat banyak pepohonan yang membuat rindang dan sejuk.

1) Variabel harga (X3)

Tabel 4.6

Data kuisisioner Variabel harga (X3)

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	Embun Bening menetapkan harga tiket masuk yang terjangkau.	0	3	1	65	31
2.	proses pembayaran dapat dilakukan dengan mudah, sehingga tidak memberikan kesulitan bagi pengunjung yang hendak melakukan transaksi pembayaran.	0	0	6	56	38
3.	Adanya diskon untuk wisatawan yang menunjukkan Kartu Identitas Anak (KIA)	1	3	6	63	27

sumber : olah data MS.exel

- a) Dalam menjawab pertanyaan pertama, terlihat bahwa sebanyak 31% dari responden dengan sungguh-sungguh menyatakan sangat setuju, sementara sebanyak 65% menyatakan tingkat persetujuan. Sebaliknya, hanya 1% responden yang menyatakan netral terhadap pernyataan tersebut. Menariknya, terdapat 3% responden yang menyatakan tidak setuju, bahkan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut, menghasilkan presentase 0% untuk kategori tersebut. Melalui analisis data ini, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden cenderung menunjukkan persetujuan terhadap klaim bahwa Embun Bening menetapkan harga tiket masuk yang terjangkau.
- b) Dalam merespons pertanyaan kedua, dapat diamati bahwa sebanyak 38% dari responden dengan sungguh-sungguh menyatakan sangat setuju, sementara sebanyak 56% menyatakan tingkat persetujuan. Sebaliknya, hanya 6% responden yang menyatakan netral terhadap pernyataan tersebut. Menariknya, tidak ada satu pun dari responden yang menyatakan tidak setuju, bahkan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut, menghasilkan presentase 0% untuk kategori tersebut. Melalui analisis data ini, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden cenderung menunjukkan persetujuan terhadap klaim bahwa di Embun Bening, proses pembayaran dapat dilakukan dengan mudah, sehingga tidak memberikan kesulitan bagi pengunjung yang hendak melakukan transaksi pembayaran.
- c) Pada pertanyaan ketiga, terlihat bahwa sebanyak 27% dari responden dengan sungguh-sungguh menyatakan sangat setuju, sementara mayoritas yang signifikan, yakni 63%, menyatakan tingkat persetujuan terhadap pernyataan tersebut. Selain itu, terdapat sejumlah responden, mencapai 6%,

yang memberikan tanggapan netral terhadap pernyataan tersebut, sedangkan sebesar 3% lagi menyatakan ketidaksetujuan. Menariknya, tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju, sehingga presentase untuk kategori tersebut adalah 1%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menjawab setuju bahwa Adanya diskon untuk wisatawan yang menunjukkan Kartu Identitas Anak (KIA).

2) Variabel e Word of mouth (X4)

Tabel 4.7
Data kuisioner Variabel e word of mouth (X4)

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	Terdapat banyak orang yang membicarakan pengalaman positif.	0	0	7	60	33
2.	Terdapat banyak review yang merekomendasikan teman dan keluarga	0	0	6	56	38
3.	Terdapat banyak ulasan yang membujuk untuk mengajak keluarga	0	0	0	56	44
4.	Banyak konten yang memamerkan keindahan obyek wisata	0	0	7	59	34

sumber : olah data MS.exel

a) Pada pertanyaan pertama, terlihat bahwa sebanyak 33% dari responden dengan sungguh-sungguh menyatakan sangat setuju, sementara mayoritas yang signifikan, yakni 60%, menyatakan tingkat persetujuan terhadap pernyataan tersebut. Selain itu, terdapat sejumlah responden, mencapai 7%, yang memberikan tanggapan netral terhadap pernyataan tersebut, sedangkan sebesar 0% lagi menyatakan ketidaksetujuan. Menariknya, tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju, sehingga presentase untuk kategori tersebut adalah 0%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa Terdapat banyak orang yang membicarakan pengalaman positif .

- b) Pada pertanyaan kedua, terlihat bahwa sebanyak 38% dari responden dengan sungguh-sungguh menyatakan sangat setuju, sementara sebanyak 56% menyatakan tingkat persetujuan. Sebaliknya, hanya 6% responden yang menyatakan netral terhadap pernyataan tersebut. Anehnya, terdapat nilai sempurna 0% pada area ini karena tidak ada seorang pun yang menyatakan tidak setuju atau bahkan sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Dapat menyimpulkan bahwa Terdapat banyak review yang merekomendasikan teman dan keluarga.
- c) Pada pertanyaan ketiga, terlihat bahwa sebanyak 44% dari responden dengan sungguh-sungguh menyatakan sangat setuju, sementara mayoritas yang signifikan, yakni 56%, menyatakan tingkat persetujuan terhadap pernyataan tersebut. Selain itu tidak ada responden yang memberikan tanggapan netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju terhadap pernyataan tersebut. Hal ini dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menjawab setuju bahwa Terdapat banyak ulasan yang membujuk untuk mengajak keluarga.
- d) Pada pertanyaan keempat, terlihat bahwa sebanyak 34% dari responden memberikan tanggapan sangat setuju, mencerminkan tingkat persetujuan yang signifikan. Sementara itu, mayoritas yang lebih besar, yakni sebanyak 59%, menyatakan persetujuan terhadap pernyataan tersebut. Selain itu, terdapat sejumlah responden, sekitar 7%, yang memberikan tanggapan netral terhadap pernyataan tersebut, sedangkan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Hal ini dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menjawab setuju bahwa banyak konten yang memamerkan keindahan obyek wisata.

3) Variabel keputusan berkunjung (Y)

Tabel 4.8**Data kuisisioner Variabel keputusan berkunjung (Y)**

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	Memutuskan berkunjung setelah mengetahui informasi.	0	4	8	56	32
2.	Memutuskan berkunjung setelah mengetahui keindahan obyek wisata	1	4	5	65	25
3.	Berkunjung karena sesuai dengan keinginan	0	0	5	64	31
4.	Berkunjung karena harga terjangkau	0	2	4	56	38
5.	Berkunjung karena dapat rekomendasi orang lain.	0	0	6	57	37

sumber : olah data MS.exel

- a) Pada pertanyaan pertama, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak dengan presentase 32%, yang menjawab setuju sebanyak dengan presentase 56%, yang menjawab netral sebanyak dengan presentase 8%, yang menjawab tidak setuju sebanyak dengan presentase 4% , dan menjawab sangat tidak setuju sebanyak dengan presentase 0%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menjawab setuju bahwa Memutuskan berkunjung setelah mengetahui informasi.
- b) Pada pertanyaan kedua, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak dengan presentase 25%, yang menjawab setuju sebanyak dengan presentase 65%, yang menjawab netral sebanyak dengan presentase 5%, yang menjawab tidak setuju sebanyak dengan presentase 4%, dan menjawab sangat tidak setuju sebanyak dengan presentase 1%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa Memutuskan berkunjung setelah mengetahui keindahan obyek wisata.

- c) Pada pertanyaan ketiga, tanggapan responden yang menjawab sangat setuju dengan presentase 31%, beberapa responden yang menjawab setuju sebanyak dengan presentase 64%, yang menjawab netral dengan presentase 5%, yang menjawab tidak setuju sebesar dengan presentase 0%, dan menjawab sangat tidak setuju sebanyak dengan presentase 0%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa Berkunjung karena sesuai dengan keinginan .
- d) Pada pertanyaan keempat, terlihat bahwa sebanyak 38% dari responden memberikan tanggapan sangat setuju, mencerminkan tingkat persetujuan yang signifikan. Sementara itu, mayoritas yang lebih besar, yakni sebanyak 56%, menyatakan persetujuan terhadap pernyataan tersebut. Selain itu, terdapat sejumlah responden, sekitar 4%, yang memberikan tanggapan netral terhadap pernyataan tersebut, sedangkan hanya 2% yang menyatakan ketidaksetujuan. Menariknya, tidak ada satu pun dari responden yang menyatakan sangat tidak setuju, sehingga presentase untuk kategori tersebut adalah 0%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa berkunjung karena harga terjangkau.
- e) Dalam merespons pertanyaan kelima, terlihat bahwa sebanyak 37% dari responden dengan tegas menyatakan sangat setuju, sementara mayoritas yang mencapai 57% memberikan persetujuan terhadap pernyataan tersebut. Selain itu, terdapat sejumlah responden sekitar 6% yang memberikan tanggapan netral terhadap pernyataan tersebut, sedangkan tidak ada satu pun responden yang menyatakan tidak setuju atau sangat tidak setuju, dengan persentase 0% untuk kedua kategori tersebut. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju bahwa Berkunjung karena dapat rekomendasi orang lain.

2. Analisis Data

a. Uji Instrumen Data

Bahwa dasar dalam pengambilan keputusan uji validitas instrumen nilai r tabel yang digunakan sebagai acuan dalam penilaian validitas diperoleh dari jumlah sampel sebanyak 100, $df = (N-2)$ $df = (100-2) = 98$ dan memperoleh r tabel adalah 0.196.

1) Uji Validitas Terhadap Instrumen Variabel Daya Tarik (X1)

Tabel 4.9

Uji Validitas Instrumen Variabel Daya Tarik

No	Item	Signifika nsi	r tabel	Hasil		Keteranga n
				Sig	r hitung	
1	X1.1	0,05	0,196	0,000	0,592	Valid
2	X1.2	0,05	0,196	0,000	0,667	Valid
3	X1.3	0,05	0,196	0,000	0,509	Valid
4	X1.4	0,05	0,196	0,000	0,659	Valid
5	X1.5	0,05	0,196	0,000	0,580	Valid

sumber : olah data SPSS 27

Setiap pernyataan menunjukkan hubungan dengan nilai r terhitung yang melampaui nilai r tabel yang telah ditetapkan, sesuai dengan temuan analisis yang ditunjukkan pada tabel terlampir. Oleh karena itu, temuan uji validitas menunjukkan bahwa variabel kecantikan mengandung item pernyataan yang mungkin dianggap valid, sehingga dapat digunakan sebagai alat penelitian yang andal.

2) Uji Validitas Terhadap Instrumen Variabel Lokasi (X2)

Tabel 4.10

Uji Validitas Instrumen Variabel Lokasi

No	Item	Signifi kansi	r tabel	Hasil		Keterangan
				Sig	r hitung	
1	X2.1	0,05	0,196	0,000	0,689	Valid
2	X2.2	0,05	0,196	0,000	0,623	Valid
3	X2.3	0,05	0,196	0,000	0,791	Valid
4	X2.4	0,05	0,196	0,000	0,756	Valid
5	X2.5	0,05	0,196	0,000	0,526	Valid

sumber : olah data SPSS 27

Variabel Lokasi terdiri dari sejumlah lima butir pertanyaan yang mencakup aspek-aspek tertentu. Penting untuk dicatat bahwa pada analisis instrumen ini, terdapat keterhubungan yang signifikan pada masing-masing butir

pertanyaan, di mana nilai r hitung pada setiap pertanyaan instrumen secara konsisten melebihi nilai r tabel yang telah ditetapkan sebagai batas. Oleh karena itu, hasil uji validitas dengan jelas menunjukkan bahwa setiap pernyataan yang terdapat dalam variabel Lokasi dapat dianggap sebagai valid. Dengan demikian, pernyataan-pernyataan ini layak untuk dijadikan sebagai alat instrumen penelitian yang dapat diandalkan.

3) Uji Validitas Terhadap Instrumen Variabel Harga (X3)

Tabel 4.11
Uji Validitas Instrumen Variabel Harga

No	Item	Signifikansi	r tabel	Hasil		Keterangan
				Sig	r hitung	
1	X3.1	0,05	0,196	0,000	0,740	Valid
2	X3.2	0,05	0,196	0,000	0,798	Valid
3	X3.3	0,05	0,196	0,000	0,749	Valid

sumber : olah data SPSS 27

Dalam ruang lingkup variabel Harga, terdapat tiga buah pernyataan yang merinci berbagai aspek terkait. Analisis hubungan pada setiap pernyataan instrumen menunjukkan bahwa nilai r hitung secara konsisten melebihi nilai r tabel yang telah ditetapkan, menggambarkan tingkat signifikansi yang cukup dalam keterhubungan tersebut. Oleh karena itu, hasil yang diperoleh dari uji validitas dengan jelas menunjukkan bahwa setiap pernyataan instrumen yang terdapat dalam variabel Harga dapat dianggap sebagai valid, dan dengan demikian, dapat dijadikan sebagai alat instrumen penelitian yang dapat diandalkan.

4) Uji Validitas Terhadap Instrumen Variabel *e Word of Mouth* (X4)

Tabel 4.12
Uji Validitas Instrumen Variabel *e Word of Mouth*

No	Item	Signifikansi	r tabel	Hasil		Keterangan
				Sig	r hitung	
1	X4.1	0,05	0,196	0,000	0,870	Valid
2	X4.2	0,05	0,196	0,000	0,872	Valid
3	X4.3	0,05	0,196	0,000	0,880	Valid
4	X4.4	0,05	0,196	0,000	0,871	Valid

sumber : olah data SPSS 27

Dalam ruang lingkup variabel *e Word Of Mouth*, terdapat empat pertanyaan yang merinci berbagai aspek yang relevan. Hasil analisis keterhubungan pada masing-masing pertanyaan instrumen menunjukkan bahwa nilai *r* hitung secara konsisten melebihi nilai *r* tabel yang telah ditetapkan, menandakan tingkat signifikansi yang cukup tinggi pada hubungan antar elemen tersebut. Oleh karena itu, hasil uji validitas dengan tegas menyatakan bahwa setiap pernyataan yang terdapat dalam variabel *Word Of Mouth* dapat dianggap sebagai valid, dan sebagai hasilnya, dapat dijadikan sebagai alat instrumen penelitian yang dapat diandalkan.

5) Uji Validitas Terhadap Instrumen Variabel Keputusan Berkunjung (Y)

Tabel 4.13
Uji Validitas Instrumen Variabel Keputusan Berkunjung

No	Item	Signifikansi	r tabel	Hasil		Keterangan
				Sig	r hitung	
1	X5.1	0,05	0,196	0,000	0,757	Valid
2	X2.2	0,05	0,196	0,000	0,698	Valid
3	X3.3	0,05	0,196	0,000	0,541	Valid
4	X5.4	0,05	0,196	0,000	0,551	Valid
5	X5.5	0,05	0,196	0,000	0,635	Valid

sumber : olah data SPSS 27

Dalam ruang lingkup variabel Keputusan Berkunjung, terdapat sejumlah lima pernyataan yang merinci berbagai aspek terkait. Hasil analisis keterhubungan pada masing-masing pernyataan instrumen menunjukkan konsistensi dimana nilai *r* hitung secara signifikan lebih besar daripada nilai *r* tabel yang telah ditetapkan, menunjukkan tingkat signifikansi yang cukup tinggi pada keterhubungan antar elemen tersebut. Oleh karena itu, hasil uji validitas dengan jelas dan tegas menyatakan bahwa setiap pernyataan instrumen yang terdapat dalam variabel Keputusan Berkunjung dapat dianggap sebagai valid dan dapat dijadikan sebagai alat instrumen penelitian yang dapat diandalkan.

b. Uji Reabilitas

Tabel 4.14
Uji reabilitas instrumen variabel

No	Indikator Variabel	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
1.	Daya Tarik	0,555	Reliabel
2.	Lokasi	0,710	Reliabel
3.	Harga	0,635	Reliabel
4.	<i>E Word Of Mouth</i>	0,896	Reliabel
5.	Keputusan berkunjung	0,640	Reliabel

sumber : olah data SPSS 27

Dengan merujuk pada informasi yang tersaji dalam tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel Daya Tarik (X1), Lokasi (X2), Harga (X3), e *Word Of Mouth* (X4), dan Keputusan Berkunjung (Y) melebihi ambang batas 0,6 atau dapat juga membandingkan antara nilai cronbach's alpha dan nilai r tabel, jika nilai cronbach's alpha > r tabel maka data dinyatakan reliabel, dan jika nilai cronbach's alpha < r tabel maka data dinyatakan tidak reliabel.¹⁰ Penyimpulan ini menunjukkan bahwa data yang terkumpul dapat dianggap reliabel dan memiliki tingkat keandalan yang memadai. Selain itu, hasil ini memberikan indikasi bahwa data tersebut cukup valid untuk diaplikasikan sebagai instrumen pengumpulan data dalam konteks penelitian yang bersangkutan.

c. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas Data

a) Metode Grafik

1) Metode Grafik Normal P – P Plot

Gambar 4.2
Grafik P – P Plot



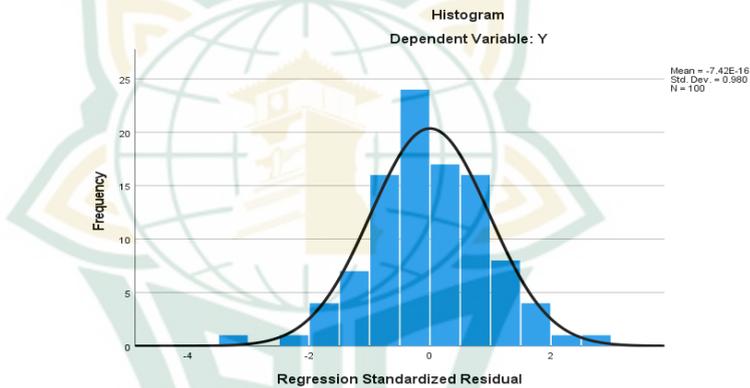
sumber : olah data SPSS 27

¹⁰ Joko Widiyanto, “Dasar Dalam Pengambilan Keputusan Dalam Uji Reabilitas” 43 (2010).

Dari hasil pengujian dengan menggunakan metode grafik P – P Plot, terlihat bahwa terdapat titik-titik yang tersebar di sekitar garis diagonal, dan penyebaran titik-titik tersebut mengikuti arah garis diagonal. Melalui observasi ini, dapat ditarik kesimpulan bahwa data yang digunakan telah memenuhi asumsi klasik. Selain itu, dapat dijelaskan bahwa distribusi data tersebut dapat dianggap sebagai distribusi normal, mengingat pola penyebaran titik-titik yang terlihat pada grafik P – P Plot.

2) Metode Grafik Histogram

Gambar 4.3
Grafik Histogram



sumber : olah data SPSS 27

Melalui proses pengujian menggunakan metode histogram, bisa dapat mengidentifikasi apakah data residual menunjukkan kecenderungan distribusi yang mengikuti pola normal atau tidak. Melihat hasil grafik histogram yang telah disajikan, tampak jelas bahwa pola kurva membentuk distribusi lonceng yang simetris, menggambarkan bahwa data residual telah mengikuti distribusi normal. Dengan demikian, dapat diambil kesimpulan bahwa penggunaan data ini telah memenuhi asumsi klasik yang diperlukan, dan dapat dinyatakan bahwa data tersebut memiliki distribusi yang dapat dianggap sebagai distribusi normal.

b) Metode Kolmogorov Smirnov

Gambar 4.4
Kolmogorov Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		100	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	1.0467642	
Most Extreme Differences	Absolute	.039	
	Positive	.039	
	Negative	-.034	
Test Statistic		.039	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	.972	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.968
		Upper Bound	.976

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.
- e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

sumber : olah data SPSS 27

Dengan merujuk pada visualisasi grafis yang disajikan, dilakukan uji normalitas menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov, yang hasilnya menunjukkan bahwa nilai Asymp. Sig berada di atas angka 0,0. Lebih lanjut, apabila nilai Asymp. Sig melewati batas 0,200, dapat diambil kesimpulan bahwa data ini mengindikasikan adanya distribusi yang bersifat normal.

2. Uji Multi Koloniaritas

Gambar 4.5
Multi koloniaritas coefficients

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.989	1.388		2.433	.155		
X1	.163	.101	.155	2.615	.110	.286	3.493
X2	.614	.081	.679	2.538	.000	.326	3.072
X3	.093	.088	.068	2.059	.292	.646	1.548
X4	.096	.054	.093	2.593	.076	.972	1.029

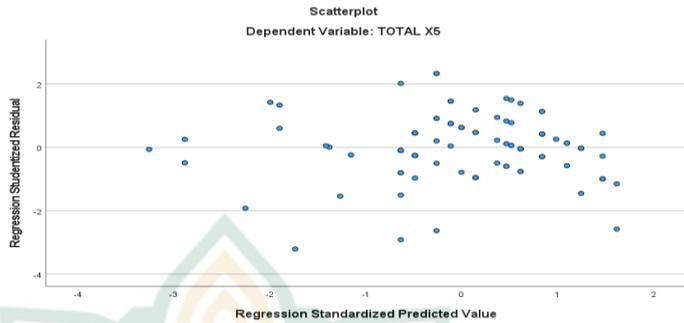
a. Dependent Variable: Y

sumber : olah data SPSS 27

Apabila nilai toleransi lebih besar dari 0,10 maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung multikoloniaritas. Sebaliknya jika nilai toleransi lebih kecil dari 0,10 maka dapat disimpulkan model regresi memang mengandung multikoloniaritas. Tanda multikoloniaritas terlihat ketika nilai VIF lebih besar dari 10,00 yang menunjukkan adanya multikoloniaritas pada regresi. Multikoloniaritas tidak terjadi bila nilai VIF kurang dari 10,00. Berdasarkan data terlihat tidak terdapat bukti adanya multikoloniaritas. Hal ini didukung oleh variabel-variabel berikut: Daya Tarik (X1), Lokasi (X2), Variasi Harga (X3), dan Word of Mouth (X4) yang semuanya mempunyai tingkat kestabilan yang hampir sama: toleransi 0,286, VIF 0,326, VIF 1,548, dan 1,029 VIF masing-masing.

3. Uji Heteroskedastisitas

Gambar 4.6
Heteroskedastisitas metode scatter plot



sumber : olah data SPSS 27

Dengan cermat memeriksa hasil grafik scatterplot, dapat diperhatikan bahwa distribusi titik data tidak menunjukkan pola yang jelas; tidak hanya terkumpul di atas atau di bawah, melainkan tersebar secara acak di sekitar angka 0 pada sumbu Y. Analisis yang mendalam dari grafik ini memungkinkan bahwa tidak terdapat indikasi heteroskedastisitas dalam perilaku model regresi ini, sehingga dapat dianggap bahwa model regresi tersebut memiliki validitas yang cukup untuk digunakan dalam konteks analisis data yang sedang dilakukan.

4. Uji Regresi Linear Berganda

Gambar 4.7
Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.989	1.388		2.433	.155
	X1	.163	.101	.155	2.615	.110
	X2	.614	.081	.679	2.538	.000
	X3	.093	.088	.068	2.059	.292
	X4	.096	.054	.093	2.593	.076

sumber : olah data SPSS 27

Dengan proses uji di atas dengan menggunakan SPSS memperoleh hasil uji koefisien yaitu: $Y = 1.989 + 0.163 X_1 + 0.614 X_2 + 0.093 X_3 + 0.096 X_4 + 0.05$.

Persamaan regresi linear berganda pada gambar 4.7 di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a) Nilai konstanta regresi mempunyai nilai 2.107, nilai ini akan sama dengan Y apabila nilai X_1, X_2, X_3, X_4 bernilai 0
- b) Nilai koefisien regresi pada variabel daya tarik sebesar 0,163.

Artinya, apabila daya tarik (X_1) yang ditawarkan mengalami kenaikan 100% , maka keputusan berkunjung (Y) wisata Embun Bening akan mengalami peningkatan sebesar 16,3%. Dengan hal itu koefisien yang memiliki nilai positif diantara variabel X_1 atas Y yang memiliki makna daya tarik dapat memberikan manfaat dengan maksimal maka keputusan berkunjung mengalami peningkatan.

- c) Nilai koefisien regresi variabel lokasi sebesar 0,614. Artinya, apabila lokasi (X_2) yang ditawarkan mengalami kenaikan 100%, maka keputusan berkunjung wisata Embun Bening akan mengalami peningkatan sebesar 61,4%. Dengan hal itu koefisien yang memiliki nilai positif diantara variabel X_2 atas Y yang memiliki makna lokasi dapat digunakan secara penuh maka ketetapan berkunjung akan meningkat.
- d) Nilai koefisien regresi variabel harga sebesar 0,093. Artinya, apabila harga (X_3) yang ditawarkan mengalami kenaikan 100%, maka keputusan berkunjung wisata Embun Bening akan mengalami peningkatan sebesar 9,3%. Dengan hal itu koefisien yang memiliki nilai positif diantara variabel X_3 atas Y yang memiliki makna harga dapat memberikan manfaat, maka keputusan berkunjung mengalami peningkatan.
- e) Nilai koefisien regresi variabel harga sebesar 0,096. Artinya, apabila *e word of mouth* (X_4) yang ditawarkan mengalami kenaikan 100%, maka keputusan berkunjung wisata Embun Bening akan mengalami peningkatan sebesar 9,6%. Dengan hal itu koefisien yang memiliki nilai positif diantara variabel X_4 atas Y yang memiliki makna eWOM dapat memberikan manfaat, maka keputusan berkunjung mengalami peningkatan.

d. Uji signifikansi parameter individual (uji T)

Dengan ambang batas signifikansi sebesar 0,05, selanjutnya menghitung besarnya df sebagai $(n - k - 1) = 100 - 4 - 1 = 95$ pada uji signifikansi parameter individual, dan diperoleh nilai t tabel sebesar 1,661. Pengujian asumsi dalam penelitian dikatakan berhasil jika thitung > tabel.

Adapun setelah melakukan uji T di SPSS 27 mendapatkan hasil sebagai berikut:

Gambar 4.8
Uji signifikansi parameter individual (uji T)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.989	1.388		2.433	.155		
	X1	.163	.101	.155	2.615	.110	.286	3.493
	X2	.614	.081	.679	2.538	.000	.326	3.072
	X3	.093	.088	.068	2.059	.292	.646	1.548
	X4	.096	.054	.093	2.593	.076	.972	1.029

a. Dependent Variable: Y

sumber: olah data SPSS 27

1) Daya tarik

Pada tingkat signifikansi 0,000 yang kurang dari 0,05, nilai t hitung sebesar 2,615 > t tabel 1,661 pada pengujian statistik daya tarik pilihan untuk dikunjungi menunjukkan bahwa keputusan tersebut menarik. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa daya tarik individu/parsial H1 berpengaruh positif terhadap pilihan berkunjung karena hipotesis nol penelitian (H1) diterima.

2) Lokasi

Penilaian statistik dampak geografi terhadap pilihan liburan menghasilkan nilai t sebesar 2,538 > t tabel 1,661 pada tingkat signifikansi 0,000 yang menunjukkan bahwa nilai tersebut kurang dari 0,05. Kesimpulan penelitian ini (H2) menyatakan bahwa lokasi berpengaruh positif terhadap pilihan berkunjung, hal ini didasarkan pada hipotesis yang diterima (H2).

3) Harga

Nilai t hitung sebesar 2,059 > t tabel 1,661 dengan tingkat signifikansi 0,000 menunjukkan bahwa nilai signifikansi kurang dari 0,05, sesuai dengan temuan pengujian statistik penetapan harga pada pilihan berkunjung. Hipotesis ketiga penelitian ini, bahwa harga mempunyai pengaruh yang menguntungkan terhadap pilihan untuk berkunjung, diterima, sehingga mengarah pada hipotesis ketiga dan terakhir, H3.

4) E word of mouth

Dapat melihat bahwa pengaruh promosi *Word of Mouth* terhadap pilihan berkunjung adalah signifikan secara statistik, dengan nilai t hitung sebesar 2,593 > t tabel 1,661 pada tingkat signifikansi 0,000, lebih rendah dari 0,05. Hasil penelitian ini didasarkan pada hipotesis yang telah ditetapkan (H4) bahwa word ofmouth berpengaruh positif terhadap pilihan berkunjung, baik secara individu maupun sebagian.

e. Uji signifikansi simultan (uji F)

Gambar 4.9
Uji signifikansi simultan (uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	324.084	4	81.021	70.956	.000 ^b
	Residual	108.476	95	1.142		
	Total	432.560	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X4, X2, X3, X1

sumber : olah data SPSS 27

Pernyataan ini menanyakan apakah terdapat hubungan yang signifikan antara variabel terikat (keputusan pembelian) dengan variabel bebas (daya tarik, lokasi, harga, dan word ofmouth). Untuk mengetahuinya digunakan uji F. Rumus berikut mungkin dapat digunakan untuk menentukan F tabel itu sendiri:

$$F \text{ table} = (k; n-k)$$

K = jumlah variable independent

N = jumlah responden

Dengan memasukkan angka-angka tersebut ke dalam rumus, maka mendapatkan hasilnya $(4 ; 100 - 4) = 4 ; 96$ yang dapat digunakan untuk mendapatkan statistik tabel F. Hasilnya adalah nilai 2,47 untuk F tabel.

Hipotesis dapat dibuat jika nilai F hitung lebih besar atau sama dengan nilai F tabel. Menjalankan pengujian dengan ambang signifikansi 0,05 akan memverifikasi hal ini. Nilai 2,47 pada F tabel terlihat jelas. F-statistik yang dihitung menghasilkan nilai sebesar 70,958 dengan tingkat signifikansi 0,000. Oleh karena itu, nilai yang kurang dari 0,05 ditunjukkan dengan nilai signifikansi. Keempat faktor tersebut—daya tarik, lokasi, harga, dan promosi dari *Word of Mouth* memiliki pengaruh yang baik terhadap pilihan berkunjung, karena nilai F hitung lebih besar daripada nilai F tabel ($70,958 > 2,47$).

f. Uji koefisien determinasi (R²)

**Tabel
Uji Koefisien Determinasi (R²)**

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.866 ^a	.749	.739	1.06857	2.250

a. Predictors: (Constant), X4, X2, X3, X1

b. Dependent Variable: Y

sumber : olah data SPSS 27

Pada tabel uji koefisien determinasi diatas, hasil pengujiannya memperoleh nilai koefisien determinasi/ Adjusted R Squared yaitu memiliki 0,739 nilai sebesar yang berarti bahwa pengaruh sebuah variabel independen (X) atas variabel dependen (Y) memiliki jumlah 73,9 %. Adapun dengan sisa prese ntase tersebut sejumlah 26,1% dapat dipengaruhi dengan variabel yang lain dan tidak terdapat dalam penelitian yang dilaksanakan ini, misalnya variabel promosi, variabel city image, brand image, brand perception, celebrity endorser, dan sebagainya. . Kesimpulannya yaitu nilai tersebut menyatakan koefisien determinasi mempunyai dampak positif ataupun mempunyai persamaan regresi yang baik.

B. Pembahasan

1. Pengaruh Daya Tarik Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Obyek Wisata Embun Bening Waduk Kedungombo

Uji t-statistik (signifikansi parameter individu atau parsial) menunjukkan bahwa thitung lebih besar dari nilai t tabel, yaitu $2,615 > 1,661$, dan nilai sig (signifikansi) sebesar $0,000$ lebih kecil dari taraf signifikansi. sebesar $0,05$, menunjukkan signifikansi. Pilihan mengunjungi lokasi wisata Embun Bening Kedungombo (Y) dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh daya tarik individu atau parsial (X1). Oleh karena itu hipotesis pertama adalah objek wisata Embun Bening Kedungombo lebih berpeluang dikunjungi jika daya tariknya tinggi.

Penelitian ini sejalan dengan temuan penelitian Durotun Hilma yang berjudul “Pengaruh Daya Tarik Wisata, Lokasi, dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Mengunjungi Objek Wisata Waduk Cengklik Kabupaten Boyolali.” Penelitian terakhir memperoleh nilai t $0,012$ dan nilai signifikansi $0,000$ yang menunjukkan $<0,05$. Waduk Cengklik merupakan salah satu destinasi wisata populer di Kabupaten Boyolali, dan penelitian ini menemukan bahwa variabel daya tarik berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengunjung berkunjung ke sana.¹¹

Atraksi yang menarik wisatawan adalah atraksi yang menonjol karena keunikan karakternya, daya tarik estetika, dan nilai uangnya, yang bisa bermacam-macam bentuknya, termasuk fenomena alam dan buatan manusia. Salah satu alasan utama orang pergi ke suatu lokasi adalah untuk melihat banyaknya tempat wisata.¹² Maka dapat diartikan jika daya tarik wisata suatu objek wisata tidak bagus dan tidak dapat memuaskan keinginan pengunjung, maka dapat dipastikan juga keputusan berkunjung dari pengunjung akan menurun.

2. Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Obyek Wisata Embun Bening Waduk Kedungombo

Hasil uji t-statistik (kepentingan parameter individu atau parsial) menunjukkan bahwa nilai thitung ($2,538$) lebih besar dari nilai ttabel ($1,661$), dan nilai sig (signifikansi) ($0,000$) kurang dari tingkat signifikansi ($0,05$), menunjukkan signifikansi. Oleh karena itu, beralasan jika diasumsikan bahwa lokasi (X2) berpengaruh

¹¹ Hilma, “Pengaruh Daya Tarik Wisata, Lokasi, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Obyek Wisata Waduk Cengklik Kabupaten Boyolali.”

¹² Junaida, “Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Wisata Berkunjung Ke Taman Hutan Kota Di Kota Langsa.”

terhadap pilihan mengunjungi lokasi wisata Embun Bening Kedungombo (Y) secara positif dan signifikan. Menurut hipotesis kedua (H2), pilihan mengunjungi lokasi wisata Embun Bening Kedungombo dipengaruhi oleh lokasi.

Dengan judul “pengaruh e-word.of.mouth, lokasi, dan daya tarik wisata terhadap kepuasan pengunjung dengan pilihan berkunjung sebagai variabel intervening (studi kasus di Pantai Menganti, Kebumen)” penelitian ini memberikan kepercayaan pada penelitian Liana Sekar Ayuningtyas dan Hari Susanta Nugraha. Nilai t hitung sebesar 29,128 dan tingkat signifikansi sebesar 0,000 yang berarti kurang dari 0,05. Oleh karena itu, karakteristik lokasi sangat dihargai oleh pengunjung dan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pilihan mereka untuk datang.¹³

Di kalangan Islam, konsep lokasi suatu usaha dikenal dengan bahasa al-makanu yang berarti “tempat”, dan dianggap sebagai ikhtiar, atau proses mencari dan menetapkan kebaikan suatu lokasi. Dalam konteks ini, perkembangan suatu usaha berkaitan dengan cara penyampaian barang kepada pelanggan dan lokasi yang strategis. Keinginan untuk mengunjungi suatu objek wisata akan semakin meningkat apabila lokasinya strategis, memiliki akses yang mudah, dan berada di pinggir jalan raya.¹⁴

Lokasi sering menentukan kesuksesan suatu jasa, karena lokasi erat kaitannya dengan pasar potensial suatu perusahaan. Jika obyek wisata yang ditawarkan itu jauh dari konsumen dan membutuhkan waktu dan harga yang banyak untuk mengakses obyek wisata, maka pengunjung akan enggan untuk melakukan kunjungan.

3. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Obyek Wisata Embun Bening Waduk Kedungombo

Uji t-statistik (signifikansi parameter individu atau parsial) memberikan hasil yang signifikan: $t_{hitung} = 2,059 > t_{tabel} = 1,661$, dan nilai sig (signifikansi) = 0,000, lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Dengan demikian lokasi (X3) berpengaruh baik dan besar terhadap pilihan mengunjungi lokasi wisata Embun Bening Kedungombo (Y), baik seluruhnya maupun sebagian. Oleh karena itu menurut hipotesis kedua (H3), biaya berperan dalam menentukan dikunjungi atau tidaknya pengunjung di situs Embun Bening Kedungombo.

¹³ Ayuningtyas And Nugraha, “Berkunjung Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pantai Menganti Kebumen).”

¹⁴ Lupiyoadi, Manajemen Pemasaran Jasa.

Hasil ini sesuai dengan penelitian Mohamad Rizal Nur Qudus dan Nita Sri Amelia yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Restoran Ayam Bang Dava Di Gegerkalong Bandung” didukung oleh penelitian ini. Penelitian tersebut menghasilkan nilai t sebesar 8,337 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang menunjukkan kurang dari 0,05. Penelitian kami menunjukkan bahwa konsumen lebih tertarik untuk melakukan pembelian ketika harga sedang rendah, dan temuan ini berlaku untuk semua variabel yang dianalisis.¹⁵

Ibnu Taimiyah, Ibnu Qudaimah, dan Ibnu Qoyyim mengklasifikasikan bentuk penetapan harga tersebut menjadi dua macam kategori, yakni :

- a) Penetapan harga yang tidak etis dan adil memang ada. Penetapan harga yang tidak adil terjadi ketika pemerintah menetapkan harga yang tidak masuk akal mengingat kekuatan pasar, seperti meningkatnya permintaan terhadap produk dan jasa yang langka dan pasokan yang terbatas, serta tidak peduli terhadap kesejahteraan pedagang.
- b) Apabila menurut bukti yang dapat dipercaya, kegiatan pedagang menimbulkan kenaikan harga yang cukup tinggi, fantastis, sangat besar, dan substansial, maka diperbolehkan, dan bahkan wajib, untuk menetapkan harga. Namun harus ada batasan yang masuk akal dalam penetapan harga juga.

Al-Qur’an menekankan harus adanya keadilan, sangatlah natural jika menggunakan gagasan ini yang berhubungan dengan pasar, khususnya dengan harga. Karena itu, Nabi Muhammad SAW. Menyatakan sifatnya riba seseorang yang menjual dengan harga yang terlalu tinggi diatas kepercayaan pelanggan¹⁶.

Jumlah uang yang dibutuhkan untuk memperoleh sekumpulan barang dan jasa disebut harga.¹⁷ Ketika biaya atau harga sebanding dengan nilai yang dirasakannya, pengunjung biasanya melihatnya sebagai ukuran nilainya. Hasilnya, jelas bahwa nilai akan meningkat seiring dengan kepuasan wisatawan. Jadi, dapat

¹⁵ Nita Sri Amelia Mohamad Rizal Nur Qudus, “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Harga Pada Minat Beli Ulang Konsumen Restoran Ayam Bang Dava Di Gegerkalong, Bandung,” *International Journal Administration, Business and Organization*, 3 (2022).

¹⁶ Anwar, “Konsepsi Ekon. Ibnu Taimiyah Terjemah.”

¹⁷ meyta salsa hardina, “Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisata Taman Sari Di Yogyakarta.”

dikatakan bahwa biaya atau harga berperan dalam menentukan apakah orang akan berkunjung atau tidak.

4. Pengaruh *e Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Obyek Wisata Embun Bening Waduk Kedungombo

Hasil uji t-statistik (kepentingan parameter individu atau parsial) menunjukkan bahwa nilai thitung (2,593) lebih besar dari nilai ttabel (1,661), dan nilai sig (signifikansi) (0,000) kurang dari tingkat signifikansi (0,05), menunjukkan signifikansi. Dengan demikian e-word-of-mouth (X4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pilihan mengunjungi destinasi wisata Embun Bening Kedungombo (Y), baik seluruhnya maupun sebagian. Dengan demikian, hipotesis kedua (H4) menyatakan bahwa popularitas Embun Bening Kedungombo tersebar dari mulut ke mulut.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ilham Muhammad Arrazi dan Hari Susanta Nugraha dengan judul “Pengaruh Kecantikan dan Electronic Word of Mouth Terhadap Pilihan Mengunjungi Kawasan Kota Lama” menghasilkan nilai t sebesar 8,982 dan nilai signifikansi sebesar 0,000, yang menunjukkan tingkat signifikansi kurang dari 0,05. Kesimpulan mereka diberi bobot lebih sebagai hasil penyelidikan mereka. Oleh karena itu, variabel e Word of Mouth mempunyai pengaruh yang baik terhadap hasil akhir. Pengaruh saran internet terhadap pemilihan lokasi cukup positif.¹⁸

Ada banyak orang dan organisasi yang mempunyai akses terhadap sesuatu yang disebut "*Electronic Word of Mouth*" (e-WOM) melalui Internet. Jenis promosi dari mulut ke mulut ini terdiri dari evaluasi dan komentar yang dibuat oleh pelanggan saat ini dan mantan pelanggan atau konsumen masa depan mengenai suatu perusahaan dan barang yang ditawarkannya. Proses pengambilan keputusan calon penumpang juga sangat dipengaruhi oleh informasi *Word of Mouth* yang disampaikan melalui sarana elektronik. Platform media sosial kini semakin mudah menyampaikan informasi mengenai destinasi pariwisata sebagai dampak dari pesatnya perkembangan teknologi..¹⁹

Word of mouth memiliki kekuatan tersendiri dari mulut ke mulut ini akan lebih dipercaya jika direkomendasikan oleh orang lain dan

¹⁸ Nugraha, “Pengaruh Daya Tarik Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Kawasan Kota Pendahuluan “.”

¹⁹ Ayuningtyas And Nugraha, “Berkunjung Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pantai Menganti Kebumen).”

menjadi metode promosi yang efektif dan memegang peran penting yang dapat mempengaruhi keputusan wisatawan untuk berkunjung.

