

eko raharjanto

by Eko Raharjanto

Submission date: 26-Dec-2019 09:04AM (UTC+0700)

Submission ID: 1238357583

File name: Jafung_penelitian17_Eko_Raharjanto_jurnal19_Autosaved.docx (81.65K)

Word count: 3934

Character count: 25080

¹
ANALISIS PENGARUH FAKTOR HARGA TIKET, FASILITAS REKREASI, HIBURAN MUSIC LIVE, PROMOSI
DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG KE TAMAN REKREASI OLENG SIBUTTONG, DI
DESA BITING, ARJASA, JEMBER PADA TAHUN BARU 2017 (TANGGAL 1-1-2017)

(Study Kasus UMKM Bidang Pariwisata di Kabupaten Jember)

Eko Raharjanto

²
Eko.raharjanto@unmuhjember.ac.id

¹
Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah, harga tiket, fasilitas rekreasi, hiburan
music live, promosi dan pelayanan mempengaruhi keputusan berkunjung ke Taman Rekreasi Olang
Sibuttong, di Desa Biting, Kecamatan Arjasa, Kabupaten Jember pada Tahun Baru 2017 (Tanggal 1
Januari 2017)

Penelitian ini dilakukan pada masyarakat Kabupaten Jember yang berkunjung Taman Rekreasi
Olang Sibuttong pada tahun Baru 2017 (Tanggal 1 Januari 2017) karena pada saat itu banyak
wisatawan yang berkunjung di tempat tersebut . ³ Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner,
pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, dimana peneliti memiliki kriteria-kriteria
tertentu sesuai tujuan penelitian. Sampel yang di ambil berjumlah 40 orang.

Dapat disarankan agar perusahaan lebih memperhatikan harga tiketnya sehingga dengan
harga tiket yang terjangkau dapat meningkatkan keputusan berkunjung dari konsumen. Selain itu,
memberi hiburan Music Live yang menarik membuat keputusan berkunjung semakin meningkat.
Selain itu fasilitas rekreasi juga dapat meningkatkan keputusan berkunjung. Promosi yang gencar
dilakukan dan menarik serta pelayanan juga berpengaruh terhadap keputusan berkunjung. Perusahaan
di anjurkan untuk membuat promosi dan iklan yang menarik serta mudah diingat, serta meningkatkan
pelayanan menjadi semakin baik.

Khususnya pada hari libur, seperti pada tahun baru sebaiknya lebih meningkatkan hiburan
music live dan promosinya karena variabel-variabel ini sangat signifikan dan dominan dalam
keputusan kunjungan masyarakat Jember ke Taman Rekreasi Olang Sibuttong.

¹
Kata kunci : Harga tiket, fasilitas rekreasi, hiburan music live, promosi, pelayanan dan
keputusan berkunjung

ABSTRACT

ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF THE TICKET PRICE, RECREATION FACILITIES, LIVE MUSIC ENTERTAINMENT, PROMOTIONS AND SERVICES ON THE VISITING DECISION TO OLENG SIBUTTONG RECREATION PARK, AT BITING VILLAGE, DISTRICT OF ARJASA, THE REGION OF JEMBER IN NEW YEAR 2017

(DATE ON THE 1ST OF JANUARY 2017

(Case study on UMKM, a Tourism Micro Companies Unit in The Region of Jember)

² The purpose of the research is to study whether The Ticket Price, Recreation Facilities, Live Music Entertainment, Promotion and Services influence visiting decision.

The research was conducted on the people of Jember that visit Oleng Sibuttong Recreation Park in the new year 2017 (the date on the 1st of January 2017). ³ Data was collected using questionnaires, sampling using purposive sampling where researcher have certain criterias corresponding research purposes. Samples were taken of 40 people.

³ It can be suggested that the company should pay more attention to the ticket price. With the result that the better price ticket can increase the visiting decisions of visitors. In addition the company also must maintain and provide recreation facilities because the better facilities will make the visiting decision increased and in addition the company also must provide live music entertainment because the attractive live music entertainment will make the visiting decision increased. Furthermore vigorous campaign conducted by Oleng Sibuttong Recreation Park and services also effect the visiting decision. Here the company suggested to create interesting promotions and advertisements as well as easy to remember and improve services getting better. Especially in the holliday such as in the happy new year the company must improve the music live entertainment and so the promotion as well, because these variables are very significant and dominan on desicion of visiting of Jember society at Oleng Sibuttong Recreation Park.

Keyword :Ticket Price, Recreation fasilities, Live music entertainment, Promotion, Services and visiting decision

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pariwisata adalah kegiatan yang dapat mendatangkan banyak manfaat bagi masyarakat, diantaranya adalah meningkatkan kegiatan ekonomi di sekitarnya, mendatangkan devisa bagi negara, dan peningkatan seni budaya serta nasionalisme/persatuan bangsa, terbukanya peluang kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, pendapatan asli daerah dari sektor pajak dan lain-lain.

Banyak kegiatan usaha di bidang pariwisata yang saling menunjang antara satu dengan yang lainnya diantaranya hotel, taman rekreasi, restoran, cafe, obyek wisata, Travel/biro perjalanan wisata, toko cinderamata/oleh-oleh, pemandu wisata, kesenian daerah, decoration and gardening, pendidikan dan lain-lain.

Keuntungan lain dari pengembangan kepariwisataan, dapat meningkatkan kerjasama dan kerukunan antar bangsa, serta kesejahteraan dan kesehatan jasmani maupun rohani.

Kunci keberhasilan pariwisata dunia adalah diversifikasi produk-produk pariwisata, teknologi modern (Sistem informasi komputer), hotel chains, dan franchise system.

Pemerintah berperan dalam mendorong peningkatan investasi di bidang infrastruktur akomodasi, peningkatan kualitas, keramah-tamahan (hospitality), konstruksi proyek-proyek urban termasuk substansi kulturalnya, mengembangkan program-program pelatihan profesional di seluruh bidang industri pariwisata, dan menyiapkan suatu paket finansial yang tepat untuk mengembangkan pariwisata.

Potensi industri pariwisata yang luar biasa besar harus segera digali dengan bekerja sama antar industri pariwisata di Indonesia dan lingkup internasional, agar tercapai kesejahteraan dan dapat meraih pasar yang semakin terbuka lebar.

Menurut Oka (1980), "industri pariwisata terbagi menjadi tiga golongan produk, sebagai berikut :

1. Obyek wisata atau daerah tujuan wisata/ destination object/tourist, yaitu tempat yang menjadi kunjungan para wisatawan yang mempunyai daya tarik tersendiri.
2. Fasilitas atau kelengkapan yang ada dan keberadaannya menunjang aktivitas di tempat wisata tersebut seperti area parker, kolam renang, hotel, aula/meeting room,

café, pojok kuliner, restaurant, hiburan music live, agrowisata, museum dan lain-lain.

3. Transportasi atau kendaraan yang melayani wisatawan untuk mencapai daerah tujuan wisata dari daerah asal mereka, seperti bus pariwisata, kereta api, pesawat, kapal laut serta kendaraan yang digunakan di obyek wisata tersebut, seperti becak, dokar, cidomo, bentor, ATV, kereta mini dan lain-lain.”

Taman Rekreasi OLENG SIBUTTONG merupakan taman rekreasi asri yang berjarak sekitar 11 KM dari pusat kota, tepatnya di dusun Gembel Waru, desa Biting, Kecamatan Arjasa, Kabupaten Jember. Dibangun pertama kali bulan September 1982 dan diresmikan pada tanggal 2 Mei 1983.

Pada awalnya taman rekreasi ini berbadan hukum CV Oleng Sibuttong, didirikan dengan akta notaris Soesanto Adi Purnomo, SH pada tanggal 30 Mei 1982, Nomor 78. Selanjutnya pada perkembangannya dinaungi juga oleh payung badan hukum PT Oleng Sibuttong Indah Lestari, yang didirikan dengan akta notaris Soesanto Adi Purnomo, SH pada tanggal 28 Agustus 2000, Nomor 43.

Saat ini telah dilengkapi dengan bermacam fasilitas rekreasi seperti Kolam renang dewasa dan anak-anak, kolam pemandian air panas, waterpark, cafe dan resto, karaoke serta hotel 21 kamar, area bermain yang dilengkapi dengan patung-patung satwa dengan nuansa yang sangat asri dan alami mempesona

Dengan luas area sekitar 3,5 Hektare, taman wisata ini dipadati dengan pengunjung pada tahun baru dan hari-hari libur, apalagi apabila didatangkan artis ibukota, pengunjungnya dapat mencapai 3000 orang pada waktu satu hari tersebut.

Dengan berkembangnya teknologi di era globalisasi, di Taman Rekreasi Oleng Sibuttong akan dibangun sebuah perpustakaan, hotel berbintang, dan BRN (Bisnis, rekreasi dan Hiburan), yang menyediakan fasilitas pameran dan pasar malam dan lain-lain sehingga wisatawan dapat rekreasi sambil belajar di kawasan wisata yang terlengkap fasilitasnya di kota Jember. Kawasan ini terbuka untuk wisatawan 24 jam nonstop, yang dilengkapi juga dengan Wifi/Hot spot.

Di samping pengembangan fisik, sarana dan prasarana di atas, direncanakan pula wahana pendidikan berupa museum augmented dan pelatihan SDM, edukasi kreatifitas, serta edukasi seni budaya, edukasi nasionalisme, dipadukan dengan pengembangan kuliner di atas

perahu/air, yang menjadikan kawasan tersebut menjadi kampung wisata dan golf resort yang akan dikunjungi wisatawan domestik dan asing.

Tabel Rencana Pengembangan Wisata Taman Oleg Sibutong, Jember

No.	Program	Deskripsi	Instansi Terkait	Prioritas	Indikator
1.	Penyusunan Paket Wisata Oleg Sibutong	Difokuskan pada pengembangan ragam potensi atraksi wisata yang menjadi keayaan seni dan budaya di Kab. Jember	Pemprov, Pemkab/Pemkot, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan	Jangka Pendek 2017-2019	Tersedia Paket Wisata yang terstruktur, Implementatif
2.	Pengembangan terpadu model wisata budaya tradisional di sekitar Kawasan Wisata Oleg Sibutong (misalnya: Penataan kampung/ Desa Wisata)	Merupakan program pengembangan kepariwisataan yang berorientasi untuk menampilkan suatu bentuk "replica" mengenai kondisi kehidupan lingkungan budaya tertentu	Pemprov, Pemkab/Pemkot, Dinas Pariwisata & Kebudayaan, Kimpraswil, DKLH, Perguruan Tinggi, Private Sector (agen biro perjalanan, hotel), Asosiasi terkait (PHRI, ASITA, dll)	Jangka Pendek 2017-2019	Tersusunnya penataan desa wisata di Kawasan Wisata Oleg Sibutong
3.	Pelatihan Pramuwisata khusus bagi atraksi pariwisata budaya/alam di pedesaan tradisional	Merupakan program untuk mendukung program utama dalam kepariwisataan di pedesaan tradisional (wisata budaya, alam, adventure, dll)	Pemprov, Pemkab/Pemkot, Disparbud, Kelompok Usaha, BPU, peminat adventure, outdoor/Outbond grup	Jangka Menengah 2017-2022	Meningkatnya Kualitas Pelayanan dan Kompetensi para pramuwisata di Kawasan Wisata Oleg Sibutong
4.	Pusat Informasi Wisata di Kawasan Wisata Oleg Sibutong	Sebagai program pendukung pengembangan atraksi wisata di Kawasan Wisata Oleg Sibutong	Pemprov, Pemkab/Pemkot, Disparbud, Perguruan Tinggi, Klub Pecinta Alam, media massa, kominfo	Jangka Menengah 2017-2022	Wisatawan dan calon wisatawan semakin mudah mengakses informasi tentang Kawasan Wisata Oleg Sibutong

5	Pengembangan Museum Olung Sibutong	Program ini berorientasi menampilkan keunikan produk wisata dan didesain untuk menampilkan khasanah seni dan budaya lokal	Pemprov, Pemkab/ Pemkot, Disbudpar, BPS, Private Sector, Seniman, Budayawan, Perguruan Tinggi, Disperindag, Dinas Perikanan dan Kelautan, Dishutbun, Disperta	Jangka Panjang 2017-2022	Berdirinya Museum Olung Sibutong sebagai sarana edukasi, bisnis dan wisata.
6	Pelatihan SDM di semua bidang	Program ini ditujukan untuk menambah bekal skill dan keilmuan bagi seluruh tenaga kerja di semua bidang	Pemprov, Pemkab/ Pemkot, Disparbud, Dinas Tenaga Kerja/BLK, Private Sector, Akademisi, Masyarakat sekitar	Jangka Mene- ngah 2017-2020	Meningkat- nya kualitas pelayanan tourism
7	Pengembang- an Fasilitas penunjang (souvenir shop, Restoran)	Pengembang- an Fasilitas penunjang ini diutamakan terdapat di berbagai lokasi yang mudah dicapai	Pemprov, Pemkab/ Pemkot, Disperindag, Disparbud, Private Sector, Kelompok Masyarakat, Karang Taruna, DPU, Dishub	Jangka Pendek 2017-2022	Semakin mudahnya wisatawan untuk memperoleh cinderamata di Kawasan Wisata Olung Sibutong

Sumber: Wisata Taman Olung Sibutong, Jember

Namun karena ketatnya persaingan, program pengembangan tersebut di atas masih belum dapat direalisasikan. Hal ini disebabkan lemahnya manajemen dan permodalan serta terutama adalah pemasaran, karena dalam setiap usaha, pemasaranlah yang menjadi kunci sukses dan ujung tombak agar perusahaan dapat berdiri dengan tegak.

“Pemasaran pariwisata adalah semua aktivitas yang dilakukan dengan dimulai dari tahap penentuan wisatawan potensial dan wisatawan aktual, yang kemudian dilakukan komunikasi yang intensif dengan media promosi untuk mempengaruhi minat dan keinginan maupun kebutuhan, serta kesukaan/ketidaksukaan mereka sehingga akhirnya dapat dirumuskan obyek-obyek wisata yang dibutuhkan beserta fasilitas dan transportasinya agar sesuai dengan harapan sehingga mendapatkan kepuasan optimal.”(Oka,1980)

Proses marketing manajemen dalam kepariwisataan dalam hal ini meliputi :

1. Suatu philosophy manajemen dalam pengertian keberlanjutan proses yang sudah ada, dalam struktur organisasi, tinngkah laku dan perubahannya,k teknik-tehnik m anajemen perencanaan, dan lain-lain.
2. Teknik-tehnik tertentu untuk meraih hasil yang optimal dan perencanaan yang matang
3. Orientasi dalam rangka mencapai kepuasan konsumen, yang diterapkan untuk menambah volume penjualan.

Tabel Volume Penjualan Tiket masuk Wisata Taman Oleng Sibuttong 2011-2016

Tahun	Jumlah lembar	Harga @Rp (000)	Jumlah Rp (000)
2011	5017	@ Rp 10,00	Rp 50.170,00
2012	4525	@ Rp 15,00	Rp 67.875,00
2013	4194	@ Rp 15,00	Rp 62.910,00
2014	3792	@ Rp 15,00	Rp 56.880,00
2015	3298	@ Rp 10,00.	Rp 32.980,00
2016	3115	@ Rp 10,00	Rp 31.150,00

Sumber : Wisata Taman Oleng Sibuttong Jember

Dari tabel di atas nampak bahwa terjadi penurunan yang signifikan jumlah lembar tiket masuk maupun nominal pendapatan, sementara itu persaingan wahana wisata semakin ketat, diantaranya Wisata Botani, Sukorambi dan Wisata Dira Park, Ambulu, serta Mumbulsari Garden dan Galaksi, Tempurejo.

Sedangkan jumlah kunjungan wisatawan ke Jember selama kurun waktu 2012-2016 menurut data dari Dinas Pariwisata Jember setiap tahunnya meningkat.

Tabel Kunjungan Wisatawan ke Jember

TAHUN	JUMLAH WISATAWAN
2012	742.297 orang
2013	830.237 orang
2014	884.038 orang
2015	1.050.000 orang
2016	1.900.000 orang

Sumber : Lokadata Disparbud Jember

Oleh karena itulah maka proposal penelitian ini merumuskan judul “¹Analisis pengaruh Harga tiket, fasilitas rekreasi, hiburan musik live, promosi dan pelayanan terhadap keputusan berkunjung ke Taman Rekreasi Olong Sibuttong, di Desa Biting, Kecamatan Arjasa, Kabupaten Jember pada tahun Baru (tanggal 1 Januari 2017)”

²⁶
Penelitian terdahulu

Berikut ini adalah hasil penelitian terdahulu yang menjadi landasan penelitian ini yang dapat dilihat pada tabel :

NO.	NAMA	JUDUL	TUJUAN	OBYEK DAN SAMPEL	HASIL PENELITIAN
1.	² abruroh (2016)	Analisis Keputusan Menginap di Hotel Syariah Berdasarkan Harga, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi pada Pelanggan Hotel Syariah di Surakarta	Untuk mengetahui bagaimana hubungan antara lokasi, kualitas, harga serta pelayanan	70 responden yang merupakan customer hotel	Pengaruh paling signifikan pada variable harga Semua variable, baik kualitas, lokasi, harga maupun pelayanan berpengaruh secara simultan
2.	Qomariah (2013)	Study Pengaruh Variabel Nilai-Nilai Keislaman, ⁴ Kualitas Pelayanan dan Citra Institusi terhadap loyalitas serta kepuasan	Untuk mengetahui hubungan yang saling berpengaruh diantara nilai-nilai keislaman, citra institusi, serta kualitas pelayanan dengan loyalitas dan kepuasan	400 mahasiswa dari 6 Universitas Muhammadiyah di Jatim	Kualitas pelayanan dan citra institusi serta nilai-nilai ⁴ islamian berpengaruh secara langsung dan tidak langsung terhadap kepuasan, sedangkan, citra institusi dan nilai-nilai keislaman berkaitan langsung dengan loyalitas dan kepuasan
3.	¹⁸ Yap Sheau Fen dan Kew mei Lian (2006)	Service Quality and customer Satisfaction: Antecedents of Customer's Re-	Untuk mengetahui hubungan antara kualitas layanan, kepuasan	Responden sebanyak 337 orang yang mengunjungi restoran Fusion	Variabel kualitas layanan berpengaruh langsung terhadap niat berkunjung

		Patronage Intentions	konsumen dan niat berbelanja kembali dalam industry restaurant		kembali dengan nilai r sebesar 0,537 dengan tingkat signifikan $p < 0,01$
4.	¹³ Festus Olorunniwo dan Maxwell K Hsu (2006)	A Typology Analysis of Service Quality, Customer Satisfaction and Behavioral Intentions in Mass Services	Untuk mengetahui hubungan yang terjadi pada variabel kualitas pelayanan dan kepuasan kastamer (behavioral intentions)	317 nasabah sebuah bank	Dimensi yang dominan dari kualitas pelayanan, kemudahan, kenampakan fisik serta cepat tanggap sedangkan yang tidak signifikan adalah dimensi recovery. Kepuasan nasabah memediasi penuh hubungan antara kualitas layanan dan loyalitas pelanggan.
5.	²¹ Fatimah (2016)	Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian pada Sebuah Ritel di Desa Balung Lor, balung- Jember	Dapat diketahui bagaimana ²² ngaruh marketing mix (produk, price, place, dan promosi) terhadap keputusan membeli	50 pelanggan	Efek simultan terjadi pada keempat variable, terhadap pembelian retail dimana Variabel product secara parsial paling dominan pengaruhnya, lalu place, price dan promotion.

METODE

Identifikasi variable

Identifikasi variabel merupakan hal atau factor-faktor yang ¹² diamati atau diobservasi.

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu :

- a. *Independen*, yaitu ³⁹ variabel yang berpengaruh pada variable lain
- b. *Dependen*, ialah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas yaitu: Keputusan berkunjung (Y).

Definisi operasional variabel

Menurut Singarimbun dan Efendi (1995), “Operasional variabel adalah unsur penelitian yang memberitahukan bagaimana caranya mengukur suatu variabel”. Variabel dalam penelitian ini meliputi:

Tabel Operasional Variabel

No	Jenis Variabel	Indikator
A. Variabel Bebas		
1.	Harga tiket (X1)	1. Harga cukup murah dan dapat dijangkau 2. Harga cocok dengan kualitas 3. Dapat bersaing
2.	Fasilitas Rekreasi (X2)	1. Fasilitas rekreasi cukup memuaskan 2. Fasilitas rekreasi memuaskan 3. Fasilitas rekreasi sangat memuaskan
3.	Hiburan Music Live (X3)	1. Hiburan music live cukup menarik 2. Hiburan music live menarik 3. Hiburan music live sangat menarik
4.	Promosi (X4)	1. Informasi menarik minat 2. Cukup dan berisi materi yang sesuai 3. Gencarnya promosi yang dilakukan perusahaan.
5.	Pelayanan (X5)	1. Pelayanan cukup memuaskan 2. Pelayanan memuaskan 3. Pelayanan sangat memuaskan
B. Variabel Terikat		
1.	Keputusan berkunjung (Y)	1. Keyakinan yang cukup dalam membeli tiket masuk 2. Tanpa pertimbangan dalam membeli tiket masuk 3. Rekomendasi kepada teman/kerabat untuk membeli tiket masuk

Desain penelitian

Explanatory research dan *confirmatory research*

Sumber data

“Data diperoleh dari responden secara langsung dengan wawancara dan angket berupa sekumpulan pertanyaan atau kuesioner”. (Sugiyono, 2010). Kuisisioner diberikan kepada sebagian masyarakat Jember yang melakukan kunjungan ke Taman Rekreasi Oleng Sibuttong pada tahun baru 2017 (tanggal 1 Januari 2017).

Populasi dan Sampel

Ananta, dkk (2014) mengemukakan bahwa “ Populasi merupakan keseluruhan kelompok orang, kejadian, atau hal minat yang ingin peneliti investigasi. Sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Pada

penelitian ini, peneliti menjadikan masyarakat Jember yang berkunjung ke Taman Rekreasi Oleng Sibutong pada tahun baru 2017 (tanggal 1 Januari 2017) sebagai populasi dalam penelitian.

“Pengambilan sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 dapat dikatakan sudah memadai bagi kebanyakan penelitian”. (Ananta, dkk. 2014)

Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dimaksudkan untuk mengetahui karakteristik dan tanggapan responden terhadap item-item pertanyaan dalam kuisioner.

1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel prosentase jenis kelamin dari responden

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	%
Pria Dewasa	17 Responden	42,5 %
Wanita Dewasa	16 Responden	40 %
Pria Remaja	2 Responden	5 %
Wanita Remaja	3 Responden	7,5 %
Wanita anak-anak	2 Responden	5 %

Sumber : Data diolah

Berdasarkan tabel diatas bahwa jenis kelamin konsumen yang paling banyak menjadi responden adalah wanita sebanyak 21 responden atau 52,5 %. Sedangkan pria 19 responden atau 47,5 % dari total responden.

2. Usia Responden

Tabel prosentase usia responden

Usia	Jumlah Responden	%
>18 Tahun	33 Responden	82,5 %
13 - 18 Tahun	5 Responden	12,5 %
<13 Tahun	2 Responden	5 %
Jumlah	100 Responden	100

Sumber : Data diolah

Dari pengamatan di atas, terlihat bahwa beragam usia responden, dan . perbedaan usia menunjukkan bahwa Taman wisata Oleng Sibutong diminati oleh semua usia., menunjukkan pula kompleksitas keputusan berkunjung pada usia yang dewasa daripada

reponden anak-anak. Berdasarkan tabel di atas konsumen yang paling banyak menjadi responden adalah kelompok usia >18 tahun, yaitu sebanyak 33 Responden atau 82,5 %. Sedangkan kelompok kedua adalah kelompok usia 13 - 18 tahun sebanyak 5 responden atau 12,5 %. Urutan terakhir dari konsumen yang menjadi responden adalah kelompok usia < 13 tahun yang berjumlah 2 responden atau 5 %.

HASIL

Hasil Uji Instrumen

No.	Jenis Uji Instrumen	Keterangan
A.	Validitas	
	24 uruh instrumen memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari 5% atau 0,05 yaitu 31 besar 0,000	Setiap butir pernyataan layak untuk digunakan (valid) karena persyaratan yang telah terpenuhi
B.	Uji Reliabilitas	25
	Nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60	Setiap item pertanyaan pada setiap variabel bisa dikatakan reliabel

Sumber : Data diolah

7 Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel di bawah ini, adalah hasil pengujian yang mana akan dapat dirumuskannya suatu persamaan ini :

$$Y = -4.320 + 0,201X_1 - 0,019X_2 + 0,306X_3 + 0,641X_4 + 0,229X_5$$

Model	24 Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
	B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	-4.320	1.588	
	Harga Tiket 1	.201	.135	.165
	Fasilitas Rekreasi	-.019	.115	-.021
	Hiburan Music Live	.306	.110	.269
	promosi	.641	.186	.471
	pelayanan	.229	.181	.173

Sumber: Data diolah

Dengan syarat variable-variabel lainnya konstan, maka dari persamaan di atas dapatlah kita artikan sebagai berikut :

No.	Keterangan
1.	Jika variabel X1 (Harga tiket) bertambah satu satuan maka Y (keputusan berkunjung) akan bertambah sebesar 0,201
2.	Jika variabel X2 (Fasilitas rekreasi) bertambah satu satuan maka Y (keputusan berkunjung akan berkurang sebesar 0,5)
3.	Jika variabel X3 (hiburan music live) bertambah satu satuan maka Y (keputusan berkunjung) akan bertambah sebesar 0,306
4.	Jika variabel X4(Promosi) bertambah satu satuan maka Y (keputusan berkunjung) akan bertambah sebesar 0,641
5.	Jika variabel X5 (pelayanan) bertambah satu-satuan maka keputusan berkunjung akan bertambah sebesar 0,229
6.	Jika variabel-variabel bebas yaitu harga tiket, fasilitas rekreasi, hiburan music live, promosi dan pelayanan memiliki nilai nol (0) maka nilai variabel terikat yaitu keputusan berkunjung sebesar -4,320.

Sumber : Data diolah

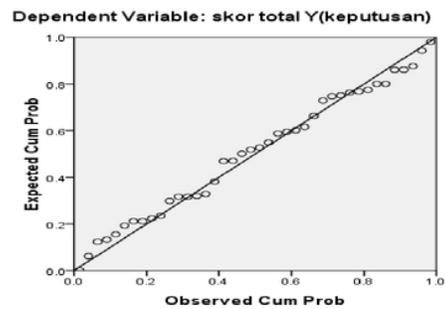
Hasil Uji Asumsi Klasik

No.	Jenis Uji	Keterangan
1.	Normalitas	Hasil pengujian normalitas terlihat pada gambar di bawah, terlihat bahwa titik-titik tersebar di sekitar garis diagonal, mengikuti garis tersebut, yang berarti data-data berdistribusi normal
2.	Multikolinieritas	Hasil pengujian multikolinieritas terlihat pada tabel di bawah, nampak bahwa nilai tolerance dari semua variable lebih dari 0,1 dan tidak terdapat korelasi antara variable bebas, dengan ditunjukkan nilai VIF yang kurang dari 10. Ini berarti tidak terjadi multikolinieritas, sehingga dapat digunakan untuk selanjutnya.
3.	Heterokedastisitas	Hasil pengujian heterokedastisitas nampak pada gambar di bawah, terlihat bahwa titik-titik tersebar di bawah maupun di atas angka 0 pada sumbu Y, yang menggambarkan pola yang tidak jelas, pada grafik plot variable dependent (ZPRED) dan residual (SRESID). Dan itu berarti tidak terjadi heterokedastisitas, sehingga dapat dipakai untuk penelitian.

Sumber : Data diolah

Grafik P-Plot of Regretion Standardized residual

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



16

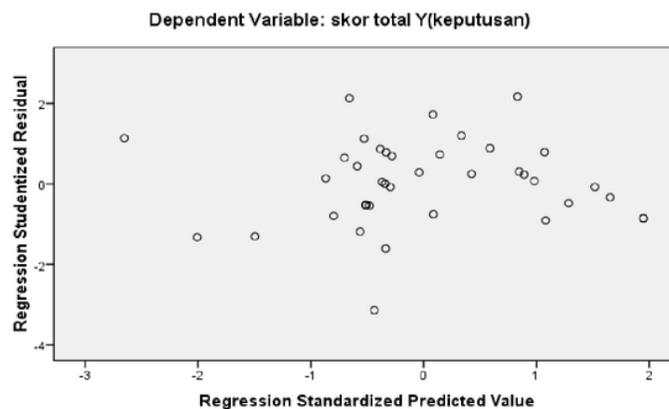
Tabel Nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*

No	Variabel	<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
1.	X1	0,560	1,786
2.	X2	0,411	2,434
3.	X3	0,730	1,370
4.	X4	0,369	2,707
5.	X5	0,367	2,726

Sumber: Data diolah

Grafik plot variable dependent (ZPRED) dan residual (SRESID)

Scatterplot



Sumber: Data diolah

Hasil Pengujian Hipotesis

No.	Jenis Uji Hipotesis	Keterangan
A.	F (Simultan), ANOVA	
	Hasil pengujian pada tabel dibawah, diperoleh nilai signifikansi $< 0,05$ ($0,000 < 0,005$), yang berarti bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima	Hasil tersebut berarti bahwa kelima variabel $\{(X1),(X2),(X3), (X4), dan (X5)\}$ berpengaruh secara simultan terhadap keputusan berkunjung (Y).
B.	Uji t (Parsial), tingkat keyakinan 95%	
1.	Dari hasil pengujian pada table dibawah, diketahui variabel harga tiket terhadap keputusan berkunjung, nilai signifikansi $> 0,05$ ($0,146 > 0,05$)	Harga tiket tidak berpengaruh secara signifikan
2.	Variabel fasilitas rekreasi terhadap keputusan berkunjung, nilai signifikansi $> 0,05$ ($0,872 > 0,05$)	Fasilitas rekreasi tidak berpengaruh secara signifikan
3.	variabel Hiburan music live terhadap keputusan berkunjung, nilai signifikansi $< 0,05$ % ($0,009 < 0,05$)	Hiburan music live berpengaruh secara signifikan
4.	variabel promosi terhadap keputusan berkunjung, nilai signifikansi $< 0,05$ % ($0,002 < 0,05$)	Promosi sangat berpengaruh secara signifikan
5.	Variabel pelayanan terhadap keputusan berkunjung, nilai signifikansi $> 0,05$ ($0,215 > 0,05$)	Pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan
C.	Koefisien Determinasi (R²)	
	Dari hasil pengujian diketahui nilai adjusted R ² sebesar 0,766 (76,6 %)	Variabel terikat yaitu keputusan berkunjung ke Oleng Sibutong dipengaruhi oleh lima variabel sebesar 76,6 %.

Sumber : Data diolah

Tabel hasil Uji T

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.875 ^a	.766	.731	1.30573	2.065

a. Predictors: (Constant), skor total X5(pelayanan), Skor total x3(hiburan live music), skor total x1 (harga), skor total x2 (fasilitas rekreasi), skor total x4(promosi)

^b Dependent Variable: skor total Y(keputusan)

Sumber :Data diolah

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	189.533	5	37.907	22.234	.000 ^a
Residual	57.967	34	1.705		
Total	247.500	39			

a. Predictors: (Constant), Harga tiket, Fasilitas rekreasi, Hiburan music live, Promosi, Pelayanan

b. Dependent Variable: keputusan berkunjung

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-4.320	1.588		-2.720	.010
Harga tiket	.201	.135	.165	1.489	.146
Fasilitas rekreasi	-.019	.115	-.021	-.162	.872
Hiburan music live	.306	.110	.269	2.773	.009
Promosi	.641	.186	.471	3.448	.002
Pelayanan	.229	.181	.173	1.263	.215

Sumber : Data diolah

KESIMPULAN

Berdasarkan perhitungan uji F, kita ketahui bahwa hipotesis yang menduga terdapat pengaruh bersama-sama dari kelima variabel bebas yaitu harga tiket, fasilitas rekreasi, hiburan music live, promosi dan pelayanan berpengaruh terhadap keputusan berkunjung ke Taman

Rereasi **Oleng Sibuttong**, pada tahun baru 2017, terlihat dari hasil uji di atas, dimana nilai probabilitas F hitung lebih kecil daripada nilai alpha.

Berdasarkan dari uji T (Uji parsial), kita dapat menyimpulkan sebagai berikut :

- a. Tiga variable bebas, yaitu harga tiket, fasilitas rekreasi dan pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan, dimana tampak **dari nilai signifikansi lebih besar dari alpha.**
- b. Dua variabel bebas, yakni hiburan live music dan promosi berpengaruh secara signifikan, **dapat dilihat dari nilai signifikansi lebih kecil dari nilai alpha.**
- c. Promosi memiliki nilai T hitung paling besar, atau nilai signifikansi paling kecil dibandingkan keempat variable lainnya yang artinya promosi dominan mempengaruhi keputusan berkunjung

REFERENSI

Ananta, Komang, Diota. 2014, *Metodologi Penelitian Bisnis*. Graha Ilmu. Yogyakarta

Alma, Buchari. 2006. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Cetakan keenam. Alfabeta. Bandung.

Damardjati, RS. 2001. *Istilah-Istilah Dunia Pariwisata*. Pradya Paramita. Jakarta.

Fatimah, Feti. 2016. *Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian pada sebuah Ritel di Desa Balung Lor, Balung-Jember*. Prosiding FEB, Universitas Muhammadiyah Jember. Jember. ISBN: 978-602-6988-19-5.

J. Supranto, 2000. *STATISTIK Teori dan Aplikasi, Jilid I dan II*, Penerbit Erlangga, Jakarta.

Kotler, P dan Gary Amstrong, 2004. *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 10 Jilid I*. PT. Index, Jakarta.

Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran, alat perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Edisi Bahasa Indonesia. Jilid I dan II. Prenhalindo, Jakarta.

Mabruroh. 2016. *Analisa Keputusan Menginap di Hotel Syariah Berdasarkan Harga, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi pada Pelanggan Hotel Syariah di Surakarta,*

Prosiding FEB, Universitas Muhammadiyah Jember. Jember. ISBN: 978-602-6988-19-5.

20

Nugroho, B. A. 2005. *Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian dengan SPSS* Penerbit Andi, Yogyakarta.

Oka A. Yoeti. 1980. *Pemasaran Pariwisata*. Angkasa. Bandung.

10

Olorunniwo, Festus, dan K. Hsu, Maxwell, 2006. *A Typology Analysis of Service Quality, Customer Satisfaction and behavioral Intentions in Mass Services, managing Services Quality* Vol. 16 No. 2pp. 106-123.

Qomariah, Nurul. 2013. *Nilai-nilai Keislaman di Perguruan Tinggi-Studi Pengaruh*

28

Variabel Nilai-Hilai Keislaman, Kualitas Layanan, dan Citra Institusi, Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. Cahaya Ilmu. Jember.

9

R. Lupiyoadi, 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat, Jakarta.

Singarimbun, Masri dan Efendi, Sofyan. 1995. *Metode Penelitian Survei Edisi Revisi*. Penerbit PT. Pustaka LP3S Indonesia, Jakarta.

Sugiyono, 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabet, Bandung.

ORIGINALITY REPORT

24%

SIMILARITY INDEX

21%

INTERNET SOURCES

3%

PUBLICATIONS

16%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	vdokumen.com Internet Source	4%
2	www.scribd.com Internet Source	2%
3	docslide.us Internet Source	2%
4	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	1%
5	ar.scribd.com Internet Source	1%
6	vdocuments.site Internet Source	1%
7	Submitted to iGroup Student Paper	1%
8	eprints.uns.ac.id Internet Source	1%
9	id.scribd.com Internet Source	1%

10	www.researchgate.net Internet Source	1%
11	digilib.unila.ac.id Internet Source	1%
12	jurnal.unmuhjember.ac.id Internet Source	<1%
13	www.emeraldinsight.com Internet Source	<1%
14	bura.brunel.ac.uk Internet Source	<1%
15	Submitted to Universitas Bina Darma Student Paper	<1%
16	docobook.com Internet Source	<1%
17	text-id.123dok.com Internet Source	<1%
18	Submitted to Leeds Metropolitan University Student Paper	<1%
19	Submitted to Atma Jaya Catholic University of Indonesia Student Paper	<1%
20	es.scribd.com Internet Source	<1%

eprints.undip.ac.id

21	Internet Source	<1%
22	Submitted to STIE Perbanas Surabaya Student Paper	<1%
23	publikasiilmiah.unwahas.ac.id Internet Source	<1%
24	Submitted to Universitas Negeri Surabaya The State University of Surabaya Student Paper	<1%
25	Submitted to Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia Student Paper	<1%
26	library.binus.ac.id Internet Source	<1%
27	Submitted to Universitas Jenderal Soedirman Student Paper	<1%
28	www.ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id Internet Source	<1%
29	ejournal.untag-smd.ac.id Internet Source	<1%
30	media.neliti.com Internet Source	<1%
31	library.gunadarma.ac.id Internet Source	<1%

32	Umar Tangke. "Analisis hubungan faktor oseanografi dengan hasil tangkapan ikan tenggiri (<i>Scomberamorus spp</i>) di perairan Kec. Leihitu Kab. Maluku Tengah", Agrikan: Jurnal Ilmiah Agribisnis dan Perikanan, 2012 Publication	<1%
33	repository.usu.ac.id Internet Source	<1%
34	Submitted to Udayana University Student Paper	<1%
35	www.coursehero.com Internet Source	<1%
36	Submitted to Universitas Terbuka Student Paper	<1%
37	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	<1%
38	www.pekerjadata.com Internet Source	<1%
39	pt.scribd.com Internet Source	<1%
40	kameranesia.com Internet Source	<1%
41	skripsiters.blogspot.com Internet Source	<1%

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off