ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT WISATAWAN BERKUNJUNG DI DESTINASI WISATA LUAK GADANG JORONG GUGUAK RANG PISANG NAGARI KAMANG HILIA KECAMATAN KAMANG MAGEK KABUPATEN AGAM

SKRIPSI

"Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE) Pada Program Studi Pariwisata Syariah"

DISUSUN OLEH :

FIRAH ANNISA AULIAH CHANYA
NIM. 3520015

PROGRAM STUDI PARIWISATA SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SJECH M.DJAMIL DJAMBEK

BUKITTINGGI

2023/2024

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul "**Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Wisatawan Berkunjung di Destinasi Wisata Luak Gadang Jorong Guguak Rang Pisang Nagari Kamang Hilia Kecamatan Kamang Magek Kabupaten Agam**" yang ditulis oleh Firah Annisa Auliah Chanya, Nim. 3520015, Program studi pariwisata syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi.

Minat wisatawan merupakan kecendrungan orang yang akan melakukan perjalanan wisata untuk tertarik terhadap suatu objek sehingga terdorong untuk mengunjungi dengan tujuan rekreasi. Dalam observasi lapangan penulis menemukan masalah yaitu Daya Tarik di destinasi wisata diluak gadang sangat menarik akan tetapi minat berkunjung wisatawan ke destinasi wisata menurun. Sarana dan prasarana masih kurang memadai dan belum dikembangkan pengelola, Harga terkait tiket masuknya tidak dipungut biaya dan hanya membayar dengan sukarela akan tetapi minat wisatawan berkurang dan menurun, Akses menuju destinasi wisata luak gadang yang jauh dari keramaian, Minat wisatawan yang datang ke luak gadang mengalami penurunan. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh daya Tarik, pengaruh fasilitas, pengaruh harga, pengaruh aksesibilitas terhadap minat wisatawan, serta pengaruh daya Tarik, fasilitas, harga, dan aksesibilitas secara simultan di luak gadang.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang menggunakan metode kuantitatif deskriptif. sampel pada penelitian ini sebanyak 98 wisatawan yang dijadikan sebagai responden, metode pengambilannya berdasarkan metode teknik sampel sampling, pengambilan respondennya dilakukan secara random di kawasan destinasi wisata. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan observasi. Teknik analisis data yang dilakukan pada penelitian ini dengan uji instrumen penelitian (uji validitas dan uji reliabilitas), uji asumsi klasik (uji autokorelasi, uji normalitas, uji Multikolonieritas, dan uji heterokedastisitas), uji regresi linier berganda, uji koefisien determinan R^2, uji hipotesis (uji t) dan (uji f).

Berdasarkan hasil yang diperoleh dalam penelitian ini bahwa Variabel daya Tarik diperoleh hasil dengan nilai signifikan lebih kecil dari alpha 0.05% (0.024<0.05). Variabel Fasilitas diperoleh hasil dengan nilai signifikan lebih kecil dari alpha 0.05% (0.021 < 0.05). Variabel Harga diperoleh hasil dengan nilai signifikan lebih kecil dari alpha 0.05% (0.002 < 0.05). Variabel Aksesibilitas diperoleh hasil dengan nilai signifikan lebih kecil dari alpha 0.05% (0.000 < 0.05). Berdasarkan hasil uji penelitian dengan menggunakan Teknik analisis linear berganda, dapat dinyatakan secara simultan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan dengan nilai f_{hitung} nilai signifikan sebesar 0.000 < 0.05. nilai koefisien determinan (R^2) sebesar 0,703 atau sebesar 70,3% yang berarti secara simultan adanya kontribusi dari variabel bebas terhadap variabel terikat sebesar 0,703 atau sebesar 70,3% dan sisanya sebesar 29,7% dipengaruhi oleh variabel lain yaitu promosi, kualitas pelayanan, citra perusahaan.

Kata Kunci : Daya Tarik, Fasilitas, Harga, Aksesibilitas, Minat Wisatawan.

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama/Nim	: Firah Annisa Auliah Chanya / 3520015
Tempat/ Tanggal Lahir	: Perawang, 11 Januari 2002
Program Studi	: Pariwisata Syariah
Judul Skripsi	: Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Wisatawan Berkunjung di Destinasi Wisata Luak Gadang, Jorong Guguak Rang Pisang, Nagari Kamang Hilia, Kecamatan Kamang Magek, Kabupaten Agam.

Menyatakan dengan ini sesungguhnya bahwa karya ilmiah (Skripsi) saya dengan judul di atas adalah benar asli karya penulis. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan karya sendiri, maka penulis bersedia diproses sesuai hukum yang berlaku dan gelar kesarjanaan dicopot hingga batas waktu yang tidak ditentukan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bukittinggi, Januari 2024

Penulis,

Firah Annisa Auliah Chanya
3520015

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin. Puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan nikmat, rahmat beserta hidayah-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dan menyelesaikan pendidikan di Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi. Kemudian sholawat beserta salam penulis utarakan pada baginda rasulullah Muhammad SAW yang telah membawa risalah dan menjadi suri tauladan bagi semua umat manusia.

Penulisan skripsi ini disusun dalam rangka untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada jurusan Pariwisata Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi. Adapun judul skripsi ini "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Wisatawan Berkunjung di Destinasi Wisata Luak Gadang, Jorong Guguak Rang Pisang, Nagari Kamang Hilia, Kecamatan Kamang Magek, Kabupaten Agam."

Ucapan terima kasih yang sangat dalam dan penghargaan setinggi-tingginya penulis sampaikan untuk keluarga besar teristimewa Ayahanda tercinta **YANTO** dan ibunda tercinta **CHANDRAWATI** atas segala dukungan dan pengorbanan yang tak terhingga dengan segala doa dan usaha serta kerja keras demi menjadikan anakmu ini sebagai anak yang dapat dibanggakan, atas segala motivasi dan dorongannya sehingga menjadikan ananda sebagai anak yang lebih kuat nantinya agar terus menjadi anak yang berbakti. Serta bimbingan dan arahan yang telah diberikan, penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga juga kepada :

1. Ibu **Prof Dr. Ridha Ahida, M. Hum** selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi beserta jajarannya.
2. Ibu **Dr. Hesi Eka Putri, SE, M.Si,** selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi beserta jajarannya.

3. Bapak **Cahya Agung Mulyana, ST., MPPar** selaku Ketua Program Studi S1 pariwisata syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi beserta jajarannya.
4. Bapak **Amsah Hendri Doni, SE, ME** selaku dosen pembimbing dan Dosen Pembimbing Akademik yang telah meluangkan waktu untuk memberikan ilmu serta arahan, saran motivasi dan juga bimbingan dengan penuh kesabaran, penulis sampaikan Jazakumullah Ahsanal Jaza'. Semoga amal kebaikan beliau dilipat gandakan oleh Allah SWT.
5. Kepada seluruh dosen dan staff kepegawaian Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi yang telah memberikan ilmu, arahan dan bimbingan dengan sabar dan ikhlas kepada penulis.
6. Kepada bapak jorong guguak rang pisang beserta pihak pokdarwis Luak Gadang yang telah memberikan izin, support dan informasi terkait penelitian.
7. Kepada wisatawan Luak Gadang penulis ucapkan banyak terima kasih karena telah bersedia menjadi responden dalam penelitian penulis.
8. Kepada Kakak tercinta **Ricca Annisa Rachim Chanya**, yang senantiasa memberikan do'a, dukungan dan semangat kepada penulis dalam penyelesaian skripsi. semoga atas kebaikan dan kesabaran beliau dilipat gandakan oleh Allah SWT.
9. Kepada keponakan tersayang dan tercinta **Aryan Arkan Wihel,** yang menjadi salah satu penyemangat penulis dalam menyelesaikan skripsi.
10. Kepada keluarga besar saya di Perawang, Pekanbaru, dan Papua terima kasih atas semua dukungan, semangat, dan do'a nya kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi.
11. Kepada sahabat saya **Iyan dan Titta** yang selalu memberikan semangat, saran, dan dukungannya. Terimakasih untuk 2,5 tahunnya.
12. Kepada Sahabat Terbaik saya **Asqhalani Winata** yang telah memberikan semangat dan dukungan. terima kasih atas waktunya yang selalu menemani saya dari awal hingga akhir dalam penulisan skripsi saya.

13. Kepada teman-teman seperjuangan saya di kelas **Parsya-A'20** yang selalu bersama-sama memberikan motivasi dan semangat, Terima kasih atas kebersamaan yang sudah kita lewati.

Selanjutnya penulis ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini. Semoga amal dan juga kebaikan kita semua diridhai oleh Allah SWT dan bernilai ibadah di hadapan-Nya.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari bahwa didalamnya masih belum terlepas dari kekurangan dan kesalahan, baik dari segi penulisan maupun penyampaiannya. Untuk itu penulis sangat menghargai kritik dan saran yang membangun untuk skripsi ini. Atas kritik dan saran yang disampaikan penulis ucapkan terima kasih.

Bukittinggi, Januari 2024

Penulis

Firah Annisa Auliah Chanya

3520015

DAFTAR ISI

COVER
ABSTRAK ..... **i**
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS ..... **ii**
KATA PENGANTAR ..... **iii**
DAFTAR ISI ..... **vi**
DAFTAR TABEL ..... **viii**
DAFTAR GAMBAR ..... **ix**
BAB I PENDAHULUAN
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Identifikasi Masalah 13
C. Batasan Masalah 13
D. Rumusan Masalah 13
E. Tujuan Penelitian 14
F. Manfaat Penelitian 15
G. Penjelasan Judul 16
BAB II LANDASAN TEORI
A. Landasan Teori 18
1. Minat 18
a. Pengertian Minat 18
b. Indikator Minat 19
2. Faktor-Faktor Minat Wisatawan 20
3. Daya Tarik 23
a. Pengertian Daya Tarik 23
b. Indikator Daya Tarik 24
4. Fasilitas 26
a. Pengertian Fasilitas 26
b. Indikator Minat 27
5. Harga 28
a. Pengertian Harga 28
b. Indikator Harga 29
6. Aksesibilitas 30
a. Pengertian Aksesibilitas 30
b. Indikator Aksesibilitas 31
7. Pandangan Islam Tentang Minat Wisat 32
B. Penelitian Terdahulu 34
C. Kerangka Pemikiran 38
D. Hipotesis 40
BAB III METODE PENELITIAN
A. Jenis Penelitian 42
B. Lokasi Dan Waktu Penelitian 42
C. Jenis Dan Sumber Data 43
1. Data Primer 43
2. Data Sekunder 43
D. Populasi dan Sampel 44

1. Populasi 44
2. Sampel 44
E. Defenisi dan Variabel Penelitian 45
1. Variabel Dependen 45
2. Variabel Independen 45
F. Teknik Pengumpulan Data 45
1. Observasi 45
2. Kuesioner Atau Angket 46
3. Dokumentasi 46
G. Teknik Analisis Data 47
1. Uji Instrument Penelitian 47
a. Uji Validitas 48
b. Uji Reliabilitas 49
2. Uji Asumsi Klasik 50
a. Uji Autokorelasi 50
b. Uji Normalitas 51
c. Uji Multikolonieritas 51
d. Uji Heterokedastisitas 52
3. Analisis Regresi Linear Berganda 53
4. Analisis Koefisien Determinan (R^2) 54
5. Uji Hipotesis 54
a. Uji T (Uji Parsial) 55
b. Uji F (Uji Simultan) 55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
A. Gambaran Umum Luak Gadang 56
1. Sejarah atau Profil Luak Gadang 56
2. Struktur Kepengurusan Luak Gadang 57
B. Hasil Penelitian 58
1. Karakteristik Responden 58
2. Teknik analisis data 61
a. Uji instrument 61
b. Uji asumsi klasik 67
c. Regresi linear berganda 72
d. Koefisien determinasi 74
e. Uji hipotesis 75
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN
A. Kesimpulan 79
B. Saran 80

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan 11
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu..... 36
Tabel 3.1 Bobot Nilai Setiap Pertanyaan 47
Tabel 3.2 Klasifikasi Nilai Dubrin Watson Atau Nilai Auto Korelasi 50
Tabel 4.1 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Usia..... 59
Tabel 4.2 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Jenis Kelamin 60
Tabel 4.3 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Pendidikan Terakhir . 61
Tabel 4.4 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Pekerjaan..... 62
Tabel 4.5 Uji Validitas Daya Tarik..... 63
Tabel 4.6 Uji Validitas Fasilitas 64
Tabel 4.7 Uji Validitas Harga 64
Tabel 4.8 Uji Validitas Aksesibilitas..... 65
Tabel 4.9 Uji Validitas Minat Wisatawan..... 65
Tabel 4.10 Uji Reliabilitas Daya Tarik..... 66
Tabel 4.11 Uji Reliabilitas Fasilitas 66
Tabel 4.12 Uji Reliabilitas Harga 67
Tabel 4.13 Uji Reliabilitas Akesesibiltas 67
Tabel 4.14 Uji Reliabilitas Minat Wisatawan..... 68
Tabel 4.15 Uji Auto Korelasi..... 68
Tabel 4.16 Uji Normalitas 70
Tabel 4.17 Uji Multikolinearitas..... 71
Tabel 4.18 Hasil Uji Heterokedasdisitas 72
Tabel 4.19 Regresi Linear Berganda..... 73
Tabel 4.20 Uji Koefisien Determinasi..... 75
Tabel 4.21 Hasil Uji-T (Uji Parsial)..... 76
Tabel 4.22 Hasil Uji-F (Uji Simultan) 79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Kerangka Pemikiran 40

Gambar 4.1 Struktur Pengurus Pokdarwis Luak Gadang 58

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pariwisata adalah salah satu dari industry baru yang mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi dengan cepat dalam hal kesempatan kerja, pendapatan, taraf hidup, dan dalam hal mengaktifkan sektor produksi lain didalam negara penerimaan wisatawan. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1990, usaha pariwisata dibagi menjadi tiga kelompok utama, yaitu: usaha jasa pariwisata, pengusahaan objek dan daya Tarik wisata, dan usaha sarana pariwisata. Sedangkan yang dimaksud dengan usaha adalah kegiatan menghasilkan barang atau jasa untuk dijual dalam suatu lokasi tertentu serta mempunyai catatan administrasi tersendiri dan ada salah satu orang yang bertanggung jawab.[1]

Di dalam al-qur'an juga terdapat perintah untuk melakukan perjalanan dimuka bumi atau pariwisata, sesuai dengan firman allah dalam surah Al-An'am 11:

قُلْ سِيرُواْ فِي ٱلْأَرْضِ ثُمَّ ٱنظُرُواْ كَيْفَ كَانَ عَٰقِبَةُ ٱلْمُكَذِّبِينَ ١١

Artinya : Katakanlah (Muhammad), "Jelajahilah bumi, kemudian perhatikanlah bagai-mana kesudahan orang-orang yang mendustakan itu."

قُلْ سِيرُواْ فِي ٱلْأَرْضِ فَٱنظُرُواْ كَيْفَ بَدَأَ ٱلْخَلْقَ ثُمَّ ٱللَّهُ يُنشِئُ ٱلنَّشْأَةَ ٱلْأَخِرَةَ إِنَّ ٱللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ ٢٠

[1] Utama I gusti bagus rai.*pemasaran pariwisata*.2017. h.2

Artinya : Katakanlah, "Berjalanlah di (muka) bumi, lalu perhatikanlah bagaimana Allah memulai penciptaan (semua makhluk). Kemudian, Allah membuat kejadian yang akhir (setelah mati di akhirat kelak). Sesungguhnya Allah Mahakuasa atas segala sesuatu.(al-'ankabut : 20)

Hadis riwayat al-Bukhari dan Muslim:

"Janganlah kalian masuk ke tempat satu kaum yang mendapat azab kecuali kalian dalam keadaan menangis (di tempat tersebut). Jika tidak bisa menangis, maka janganlah kamu masuk ke mereka, agar kalian tidak tertimpa musibah yang menimpa ntere ka (kaum Tsantud). "

Penyelenggaraan pariwisata berdasarkan prinsip syariah boleh dilakukan dengan syarat mengikuti ketentuan yang terdapat dalam fatwa ini. Prinsip Umum Penyelenggaraan Pariwisata Syariah Penyelenggaraan wisata wajib:

1. Terhindar dari kemusyrikan, kemaksiatan, kemafsadatan, tabdzir (Israf), dan kemunkaran.
2. Menciptakan kemaslahatan dan kemanfaatan baik secara material maupun spiritual.[2]

Kunjungan wisatawan global di tahun 2010 oleh world Tourism Organization akan mencapai 1.1018 juta orang wisatawan dengan

[2] Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia No: 1 08/Dsn-Mui|X|2016. *Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah*

pertumbuhan meningkat rata-rata 4,1% tiap tahunnya dimana pertumbuhan terbesar berada di kawasan asia timur atau pasifik akan sangat dipengaruhi oleh sector pariwisata baik dari penerimaan devisa, tenaga kerja yang akan terserap di sektor pariwisata.

Pengembangan pariwisata terbukti memberikan kontribusi positif bagi daerah sekitarnya. Manfaat dari destinasi pariwisata yang berkembang diantaranya adalah dapat meningkatkan kesejahteraan Masyarakat. [3] Penurunan jumlah kunjungan wisatawan berdampak juga pada penurunan pendapatan pelaku usaha dibidang pariwisata. Oleh karena itu diperlukan identifikasi terhadap factor-faktor yang diperkirakan dapat mempengaruhi minat wisatawan. Dengan demikian jika jumlah kunjungan wisatawan meningkat diharapkan agar destinasi wisata luak gadang dapat berkembang dan berlanjut.

Salah satu faktor yang dibuktikan mempengaruhi minat wisatawan adalah daya Tarik wisata. Jika daya Tarik meningkat, maka minat wisatawan untuk berkunjung juga semakin meningkat.[4] Destinasi wisata perlu memiliki Daya Tarik yang diukur berdassarkan 3S *something to see, something to do, something to buy*.[5] Berdasarkan hal tersebut maka daya

---

[3] Sunaryo Bambang, 2013, Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata. Penerbit gava media.

[4] Marpaung, B, *pengaruh daya tari, kualitas pelayanan, fasilitas dan keselamatan dengan kepuasan wisatawan sebagai variable interventing terhadap minat kunjungan ulang wisatawan. Mpu procuration : Jurnal penelitian manajemen, 1* (2)144-156. 2019

[5] Purba, M. L., & Simarmata, G. pengaruh kualitas pelayanan dan Budaya Terhadap Daya Tarik dan Minat berkunjung ke wistaa Percut. 2018, (*jurnal konsep bisnis dan manajemen), 5(1)* 106-117

Tarik wisata dipertimbangkan sebagai factor yang diduga mempengaruhi minat wisatawan di destinasi wisata luak gadang.

Definisi wisatawan menurut UNWTO yaitu orang yang mengunjungi suatu negara di luar tempat biasanya mereka tinggal dengan berbagai alasan kecuali untuk mencari nafkah di negara yang dikunjunginya. Wisatawan adalah pengunjung sementara yang tinggal sekurang-kurangnya 24 jam di suatu destinasi yang dikunjunginya dengan tujuan untuk bersenang-senang *(pleasure),* bisnis, keluarga, misi atau pertemuan.[6]

Disetiap daerah di Indonesia saling berusaha menunjukkan keunggulan potensi-potensi wisata yang dimilikinya untuk menarik wisatawan berukunjung ke daerah tersebut. Salah satu daerah diindonesia yang memiliki potensi wisata dengan berbagai keunggulannya adalah Sumatera Barat. Sumatera barat (Sumbar) sangat kaya akan potensi wisata, berupa keindahan alam dan budaya. Masyarakat Sumbar juga terkenal dengan keramahan dan budaya ketimuran yang melekat dapat menjadi andalan dalam mendukung sektor pariwisata. Sumatera Barat menjadi salah satu 10 provinsi yang menjadi tujuan utama wisatawan. Sumatera Barat berada di bagian barat tengah pulau Sumatera, yang memiliki dataran rendah di pantai barat, serta dataran tinggi vulkanik yang dibentuk oleh Bukit Barisan yang membentang dari barat laut ke tenggara. Di setiap kota dan kabupaten di sumbar juga memiliki ragam wisata alam Sejarah dan

[6] Utama dan ni made. *Metode penelitian pariwisata dan perhotelan*, 2012, h.105

budaya yang berpotensi untuk dijadikan keunggulan wisata sehingga mampu berperan sebagai sektor yang berkontribusi dalam peningkatan jumlah pengunjung dan pendapatan daerah serta berdampak positif bagi kelangsungan perekonomian Masyarakat sumatera barat. Oleh sebab itu Sumatera Barat menjadi salah satu provinsi di Indonesia yang kaya dengan sumber keanekaragaman hayati dan keindahan alam.

Destinasi wisata adalah suatu tempat yang dikunjungi dengan waktu yang signifikan selama perjalanan seseorang dibandingkan dengan tempat lainyang dilalui selama perjalanan. Suatu tempat pasti memiliki batas-batas tertentu, baik secara actual maupun hukum. Selama wisatawan berada didaerah tujuan wisata (destinasi wisata) mreka memerlukan pelayanan akomodasi dan transportasi untuk menjelajahi destinasi tersebut, makanan, toko *souvenir,* dan sesuatu akan dilakukan dan yang akan dilihatnya.

Destinasi Wisata Syariah adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas ibadah dan umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan yang sesuai dengan prinsip syariah. Destinasi wisata wajib diarahkan pada ikhtiar untuk:

a. Mewujudkan kemaslahatan umum,
b. Pencerahan, penyegaran dan penenangan;
c. Memelihara amanah, keamanan dan kenyamanan;
d. Mewujudkan kebaikan yang bersifat universal dan inklusif;

e. Memelihara kebersihan. kelestarian alam, sanitasi, dan lingkungan;
f. Menghormati nilai-nilai sosial-budaya dan kearifan lokal yang tidak melanggar prinsip syariah.

Destinasi wisata wajib memiliki:

a. Fasilitas ibadah yang layak pakai, mudah dijangkau dan memenuhi persyaratan syariah;
b. Makanan dan minuman halal yang terjamin kehalalannya dengan Sertifikat Halal MUI Destinasi wisata wajib terhindar dari:
    a. Kemusyrikan dan khurafat;
    b. Maksiat, zina, pornografi, pornoaksi, minuman keras, narkoba dan judi,
    c. Pertunjukan seni dan budaya sefta atraksi yang beftentangan prinsip-prinsip syariah.[7]

Sumatera Barat yang merupakan kaya dengan adat basandi syarak, syarak basandi kitabullah ternyata menyimpan sejuta pesona yang luar biasa.salah satunya adalah destinasi wisata alam panorama dengan pemandangannya yang indah dengan keindahan dan daya Tarik yang dimiliki. Jika dilihat destinasi wisata ini tidak kalah menarik dengan destinasi wisata yang ada di daerah lainnya. Destinasi ini dikenal dengan nama luak gadang yang terletak di Kecamatan Kamang Magek, Kabupaten

[7] Fatwa Dewan Syariah MUI, 'Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia No: 108/Dsn-Mui/X/2016 Tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah', *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53.9 (2016), 6–9.

Agam. Agam sebagai salah satu kabupaten yang berada di Sumatera barat tentunya menjadi salah satu daerah yang paling banyak diminati oleh para wisatawan lokal. Hal ini didasarkan pada potensi yang dimiliki oleh daerah dengan kekayaan budaya dan potensi alam yang cukup beragam. Kabupaten Agam memiliki letak geografis yang terdiri dari pegunungan, memiliki beragam suku budaya dan objek wisata lainnya, sehingga menarik untuk dikunjungi oleh masyarakat lokal maupun internasional.

Dari banyaknya destinasi wisata yang ada di agam salah satu Destinasi wisata yang ingin saya teliti adalah wisata luak gadang yang dimana destinasi wisata luak gadang ini memiliki keunggulan yakni daya Tarik yang dimana luak gadang ini memiliki panorama alam yang indah di mana luak gadang ini terdapat kolam yang terdapat dua kolam dan 2 luak, kiri dan kanan dipisahkan oleh jalan untuk menuju bukit yang dinamakan bukik baka. Dan sebelah kiri berdiri kokoh bukit yang serupa kristal menjulang tinggi. Namun saat ini banyak tempat wisata yang mulai berkembang di kabupaten agam. Tantangan bagi setiap industry pariwisata saat ini mempertahankan dan memperbanyak jumlah kunjungan dengan kenaikan yang signifikan setiap tahunya. Hasil wawancara peneliti pada saat observasi awal dengan pihak pengelola karena baru dibuka pada bulan April 2018 destinasi wisata ini belum resmi terdaftar di pemerintahan kabupaten agam, akan tetapi sudah adanya struktur pihak pengelola yang telah dilantik oleh pemerintah kabupaten agam.[8]

[8] Wawancara dengan sekretaris pengurus pengelola wisata luak gadang,30 Oktober 2023

Faktor-faktor yang mempengaruhi Daya tarik wisata, harga, kelengkapan fasilitas, lokasi (aksesibilitas) destinasi merupakan faktor yang harus diperhatikan perusahaan. Minat berkunjung ulang akan tercapai jika perusahaan memperhatikan dan melakukan dengan baik faktor-faktor tersebut. Basiya dan Rozak (2012) mendefinisikan minat berkunjung ulang adalah keadaan mental seseorang yang mencerminkan rencana untuk melakukan beberapa tindakan dalam jangka waktu tertentu.

Dalam kegiatan wisata, ada pergerakan manusia dari tempat tinggalnya menuju ke destinasi pariwisata atau daerah tujuan wisata, merupakan kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan. Dengan demikian, faktor daya tarik wisata merupakan salah satu unsur yang membentuk dan menentukan suatu daerah menjadi destinasi pariwisata. Setiap destinasi pariwisata memiliki daya tarik berbeda-beda sesuai dengan kemampuan atau potensi yang dimiliki.

Di bawah ini adalah jenis daya tarik wisata yang biasanya ditampilkan di destinasi pariwisata :

a. Daya tarik wisata alam (natural tourist attractions), segala bentuk daya tarik yang dimiliki oleh alam, misalnya: laut, pantai, gunung, danau, lembah, bukit, air terjun, ngarai, sungai, hutan

b. Daya tarik wisata buatan manusia (man-made tourist attractions), meliputi: Daya tarik wisata budaya (cultural tourist attractions), misalnya: tarian, wayang, upacara adat, lagu, upacara ritual dan daya tarik wisata yang merupakan hasil karya cipta, misalnya: bangunan seni, seni pahat, ukir, lukis.

Daya tarik wisata memiliki kekuatan tersendiri sebagai komponen produk pariwisata karena dapat memunculkan motivasi bagi wisatawan dan menarik wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata, hal demikian terlebih terjadi di destinasi pariwisata yang memilki sangat beragam dan bervariasi daya tarik wisata.[9] Dari hasil observasi yang peneliti dapatkan dilokasi adalah Luak Gadang memiliki daya Tarik sangat indah sehingga memiliki potensi yang sangat bagus dan menarik dengan adanya tebing bebatuan yang menjulang ke atas yang berongga rongga seperti berbentuk kristal dan juga terdapat 2 kolam ikan.

Amenity atau amenitas adalah segala fasilitas pendukung yang bisa memenuhi kebutuhan dan keinginan wisatawan selama berada di destinasi. Amenitas berkaitan dengan ketersediaan sarana akomodasi untuk menginap serta restoran atau warung untuk makan dan minum. Kebutuhan lain yang mungkin juga diinginkan dan diperlukan oleh wisatawan, seperti toilet umum, rest area, tempat parkir, klinik kesehatan, dan sarana ibadah

[9] Isdarmanto, *Dasar Dasar Kepariwisataan Dan Pengelolaan Destinasi Pariwisata*, *Gerbang Media Aksara Dan STiPrAm*, 2017 <http://perpus.univpancasila.ac.id/repository/EBUPT190173.pdf>.

sebaiknya juga tersedia di sebuah destinasi. Tentu saja fasilitas-fasilitas tersebut juga perlu melihat dan mengkaji situasi dan kondisi dari destinasi sendiri dan kebutuhan wisatawan tidak semua amenitas harus berdekatan dan berada di daerah utama destinasi. Destinasi alam dan peninggalan bersejarah sebaiknya agak berjauhan dari amenitas yang bersifat komersial, seperti hotel, restoran dan rest area. Disamping daya tarik wisata, wisatawan dalam melakukan kegiatan wisata juga membutuhkan adanya fasilitas yang menunjang perjalanan tersebut. Untuk memenuhi kebutuhan perjalanan tersebut, perlu disediakan bermacam-macam fasilitas, mulai dari pemenuhan kebutuhan sejak berangkat dari tempat tinggal wisatawan, selama berada di destinasi pariwisata dan kembali ke tempat semula. "Untuk fasilitas di wisata luak gadang ini sudah ada tersedia seperti mushala kecil untuk wisatawan shalat, wc umum dan kedai-kedai yang menjual minuman, kerupuk kuah serta mie rebus. Akan tetapi dari hasil observasi peneliti masih banyak fasilitas yang tidak ada di luak gadang ini seperti atm, rumah makan, serta transportasi umum.

Harga dianggap sebagai salah satu faktor yang menentukan bagi perusahaan, tetapi strategi harga bukanlah merupakan satu-satunya cara untuk mengatasi berbagai persoalan dalam perusahaan, namun setiap perusahaan hendaknya mempertimbangkan secara matang setiap keputusan dalam masalah harga. Perusahaan harus memberikan harga yang sesuai kepada pelanggan, murah atau mahalnya harga sangat relatif sifatnya. Oleh karena itu, perlu dibandingkan terlebih dahulu dengan harga objek wisata

serupa yang. Dengan kata lain, perusahaan harus selalu memonitor harga yang ditetapkan oleh para pesaing, agar harga yang ditentukan perusahaan tersebut tidak terlalu tinggi.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Monica (2018) yang menjelaskan bahwa harga berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang para wisatawan. Dikarenakan wisata luak gadang ini masih baru dibuka maka untuk harga masuk ke wisata ini tidak dipungut biaya atau gratis wisatawan hanya membayar uang masuk dengan sukarela dengan adanya kotak yang disediakan oleh pengelola.

Dalam suatu perjalanan wisata, terdapat pula faktor yang tidak kalah pentingnya dalam mempengaruhi kepuasan wisatawan, yaitu faktor aksesibilitas, yang berarti kemudahan yang tersedia untuk mencapai destinasi wisata, yang terkadang diabaikan oleh wisatawan dalam merencanakan perjalanan wisata, sehingga secara umum dapat mempengaruhi budget perjalanan mereka tersebut. Accessibility atau aksesibilitas adalah sarana dan infrastruktur untuk menuju destinasi. Akses jalan raya, ketersediaan sarana transportasi dan rambu-rambu penunjuk jalan merupakan aspek penting bagi sebuah destinasi.

Banyak sekali wilayah di Indonesia yang mempunyai keindahan alam dan budaya yang layak untuk dijual kepada wisatawan, tetapi tidak mempunyai aksesibilitas yang baik, sehingga ketika diperkenalkan dan dijual, tak banyak wisatawan yang tertarik untuk mengunjunginya. Perlu juga diperhatikan bahwa akses jalan yang baik saja tidak cukup tanpa

diiringi dengan ketersediaan sarana transportasi. Bagi individual tourist, transportasi umum sangat penting karena kebanyakan mereka mengatur perjalanannya sendiri tanpa bantuan travel agent, sehingga sangat bergantung kepada sarana dan fasilitas publik. Yang dimaksud dengan aksessibilitas adalah sarana yang memberi kemudahan kepada wisatawan untuk mencapai tujuan. Pengertian aksessibilitas tidak terbatas pada alat angkutan (transportasi) yang dapat membawa wisatawan dari tempat asalnya ke tempat dan kembali ketempat asalnya, tetapi juga meliputi semua aspek yang memperlancar dalam melakukan perjalanan.

Banyaknya wisatawan yang tidak mengetahui keberadaan destinasi wisata luak gadang ini karena yang letaknya berada di dalam perkampungan dan jauh dari keramaian. Di luak gadang juga tidak adanya angkutan umum yang tersedia untuk menuju kedestinasi wisata luak gadang, jika wisatawan ingin ke luak gadang dari simpang jorong harus menggunakan ojek. Untuk kedestinasi luak gadang tidak tersedianya rambu-rambu untuk menuju ke destinasi sehingga wisatawan yang akan ke luak gadang juga akan kebingungan Dimana keberadaan destinasi luak gadang ini.

Wisatawan yang berwisata di luak gadang ini adalah masyarakat nagari kamang hilia yang merantau dan pulang kampung sambil berwisata di luak gadang ini. Dikarenakan akses menuju ke destinasi wisata luak gadang yang jauh dari pusat kota dan keramaian masih banyak wisatawan yang belum mengetahui keberadaan destinasi wisata luak gadang yang menarik ini.

Data dari pengelola yang mengelola destinasi wisata luak gadang memiliki jumlah wisatawan local dan wisatawan internasional, yang dimana jumlah kunjungan wisatawan mengalami penurunan, berikut data jumlah kunjungan wisatawan ke Provinsi Sumatera Barat selama 5 tahun terakhir.

Tabel 1.1

Jumlah kunjungan wisatawan di destinasi wisata luak gadang Jorong Guguak Rang Pisang, Nagari Kamang Hilia, Kecamatan Kamang Magek, Kabupaten Agam

No	**Tahun**	**jumlah kunjungan**
1	2019	108.000 orang
2	2020	0
3	2021	6490 orang
4	2022	5770 orang
5	Bulan Oktober 2023	4650 orang

Sumber: pengelola wisata luak gadang 2023

Berdasarkan tabel 1 jumlah kunjungan yang datang ke destinasi wisata luak gadang saat awal dibukanya pada tahun 2019 ada sebanyak 108.000 orang karena saat itu masih viralnya wisata baru di kamang hilia ini, pada tahun 2020 disebabkan adanya bencana pandemic covid 19 jumlah kunjungan di destinasi wisata luak gadang tidak ada karena pihak pengelola menutup wisata ini. Pada tahun 2021 sudah mulai di buka Kembali akan tetapi sangat menurun jumlah kunjungannya menjadi 6490 orang, tahun

2022 juga mengalami penurunan menjadi 5770 orang, dan pada tahun 2023 turun jumlah kunjungan wisatawan menjadi 4650 orang.[10]

Untuk minat pengunjung yang dapat dijelaskan dari tabel 1.1 maka dapat dilihat dari 5 tahun terakhir mulai dari tahun 2019 hingga bulan oktober 2023 menjelaskan bahwa terjadinya penurunan jumlah pengunjung minat wisatawan yang datang ke destinasi wisata luak gadang ini, dimana minat wisatawan dipengaruhi oleh beberapa faktor yakni daya tarik, fasilitas, harga dan aksesibilitas.

Daya Tarik dari destinasi wisata luak gadang ini sangat menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan akan tetapi faktanya dilapangan minat pengunjung menurun dikarenakan pada tahun 2020 terjadi covid 19 yang menyebabkan terjadinya penurunan jumlah wisatawan. Selain dari daya Tarik minat juga dipengaruhi oleh faktor fasilitas, fasilitas di destinasi haruslah memadai agar wisatawan merasa senang. Di destinasi wisata luak gadang ini fasilitas dilihat dari sarana dan prasarananya masih belum dikembangkan hal ini dikarenakan tidak adanya dana yang dapat dikeluarkan dalam pengembangan destinasi ini dari pengelolanya. Minat juga dipengaruhi oleh harga, dimana harga ini menentukan keputusan wisatawan untuk mengunjungi destinasi wisata, dengan harga yang terjangkau membuat minat wisatawan menjadi meningkat. Minat wisatawan juga dipengaruhi oleh aksesibilitas menuju tempat yang akan di kunjungi, jika akses untuk menuju ke destinasi wisata mudah di jangkau maka akan

[10] Wawancara dengan sekretaris pengurus pengelola wisata luak gadang,30 Oktober 2023

membuat wisatawan menjadi senang dalam melakukan perjalanan ke destinasi wisata luak gadang. Berdasarkan penjelasan di atas maka penulis dapat menarik kesimpulan mengangkat judul **"Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Wisatawan Di Destinasi Wisata Luak Gadang, Jorong Guguak Rang Pisang, Nagari Kamang Hilia, Kecamatan Kamang Magek Kabupaten Agam"**

B. Identifikasi Masalah

Jadi dari latar belakang masalah diatas dapat disimpulkan identifikasi masalah nya adalah

1. Daya Tarik di destinasi wisata diluak gadang sangat menarik akan tetapi minat berkunjung wisatawan ke destinasi wisata menurun.
2. Sarana dan prasarana masih kurang memadai dan belum dikembangkan pengelola
3. Harga terkait tiket masuknya tidak dipungut biaya dan hanya membayar dengan sukarela akan tetapi minat wisatawan berkurang dan menurun
4. Akses menuju destinasi wisata luak gadang yang jauh dari keramaian
5. Minat wisatawan yang datang ke luak gadang mengalami penurunan

C. Batasan masalah

Batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah faktor-faktor yang mempengaruhi minat wisatawan.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan tersebut maka Peneliti merumuskan masalah dalam penelitian ini yaitu

1. Seberapa besar pengaruh daya tarik terhadap minat wisatawan di luak gadang?
2. Seberapa besar pengaruh fasilitas terhadsap minat wisatawan di luak gadang?
3. Seberapa besar pengaruh harga terhadap minat wisatawan di luak gadang?
4. Seberapa besar pengaruh aksesibilitas terhadap minat wisatawan di luak gadang?
5. Seberapa besar pengaruh daya Tarik, fasilitas, harga, dan aksesibilitas secara simultan terhadap minat wisatawan?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan serta kegunaan penelitian tersebut adalah

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh daya Tarik terhadap minat wisatawan di luak gadang
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh fasilitas terhadap minat wisatawan di luak gadang
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap minat wisatawan di luak gadang
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh aksesibilitas terhadap minat wisatawan di luak gadang
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh daya Tarik, fasilitas, harga, dan aksesibilitas secara simultan terhadap minat wisatawan di luak gadang

F. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah sebagai berikut:

1. Manfaat akademis

a. Bagi Peneliti

1) Untuk menambah wawasan dan dapat menyelesaikan perkuliahan dengan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) Di Program Studi Pariwisata Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi.

2) Untuk mengembangkan wawasan dan pengetahuan peneliti dalam kajian manajemen pariwisata syariah khususnya dengan judul Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Wisatawan Di Destinasi Wisata Luak Gadang, Jorong Guguak Rang Pisang, Nagari Kamang Hilia, Kecamatan Kamang Magek, Kabupaten Agam.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Sebagai acuan dan pedoman atau bahan kajian dalam penelitian-penelitian selanjutnya dalam kajian manajemen pariwisata syariah

2. Manfaat praktis

a. Bagi Pengelola

Sebagai acuan dan pedoman untuk mengembangkan destinasi wisata luak gadang agar peminatnya lebih meningkat

b. Bagi Wisatawan

Sebagai reverensi atau pedoman bagi wisatawan dalam berwisata dengan mempertimbangkan daya Tarik, fasilitas, harga dan aksesibilitas.

G. Penjelasan judul

Judul yang diangkat pada penelitian ini adalah **Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Wisatawan berkunjung Di Destinasi Wisata Luak Gadang, Jorong Guguak Rang Pisang, Nagari Kamang Hilia, Kecamatan Kamang Magek Kabupaten Agam** dapat dijelaskan sebagai berikut:

Analisis **:** Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) analisis merupakan penyelidikan terhadap suatu peristiwa untuk mengetahui keadaan yang terjadi sebenarnya.[11]

Faktor -faktor **:** Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) factor adalah keadaan atau peristiwa yang menyebabkan atau mempengaruhi terjadinya sesuatu.[12]

[11] Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)
[12] Kamus besar Bahasa Indonesia (KBBI) diakses 20 September 2023

Minat wisatawan **: M**enurut Suyanto (2019) bahwa minat adalah sesuatu pemusatan perhatian yang tidak disengaja yang terlahir dengan penuh kemauan dan tergantung dari bakat dan lingkungan. Menurut uu 10 tahun 2009 wisatawan adalah orang yang melakukan wisata.[13] Maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa minat wisatawan adalah kecendrungan orang yang akan melakukan perjalanan wisata untuk tertarik terhadap suatu objek wisata sehingga terdorong untuk mengunjungi untuk tujuan rekreasi.

Destinasi wisata : Destinasi merupakan suatu tempat yang dikunjungi dengan waktu yang signifikan selama perjalanan seseorang dibandingkan dengan tempat lain yang dilalui selama perjalanan.[14]

[13] UU RI Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan
[14] Pitana I gde dan I Ketut surya dirata, *pengantar ilmu pariwisata*, 2019, h. 126

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Landasan teori

1. Minat

a. Pengertian Minat

Kata minat secara etimologi berasal dari bahasa inggris "*interest*" yang berarti kesukaan, perhatian (kecenderungan hati pada sesuatu), keinginan. Khairani (2013) mendefinisikan minat dalam perspektif sebagai berikut: (1) minat adalah suatu gejala psikologis, (2) adanya pemusatan perhatian, perasaan dan pikiran dari subyek karena tertarik, (3) adanya perasaan senang terhadap obyek yang menjadi sasaran, dan (4) adanya kemauan atau kecenderungan pada diri subyek untuk melakukan kegiatan guna mencapai tujuan.[15]

Menurut slameto (2015) minat merupakan sumber motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan jika mereka bebes memilih, bila mereka melihat bahwa sesuatu yang akan menguntungkan kemudian mereka berminat dan mendatangkan kepuasaan,bila kepuasan berkurang, maka minat pun ikut berkurang.[16]

[15] Rusydi dan fitri. 2020. Variable belajar. Medan : CV Pusdikra Mitra Jaya
[16] Slameto.2015.belajar dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Jakarta : Rineka Cipta

Minat merupakan kekuatan pendorong untuk minat dan keinginan seseorang yang menyebabkan seseorang menaruh perhatian pada suatu objek yang dia sukai yang berdampak pada peningkayan pasar. Menurut Witherington, Minat merupakan suatu kesadaran seseorang terhadap suatu objek, seseorang, suatu soal atau juga situasi tertentu yang mengadung sangkut paut dengan dirinya atau dipandang ialah sebagai sesuatu yang sadar. Tidak terdapatnya minat seorang wisatawan akan mengakibatkan wisatawan tersebut untuk tidak melakukan kegiatan wisata.[17]

Berdasarkan pengertian yang telah dikemukakan oleh para ahli diatas, maka dapat disimpulkan bahwa minat merupakan keinginan terhadap suatu objek yang timbul dari dalam diri yang dipengaruhi oleh apa yang telah dilihat, dirasakan dengan tujuan mencapai kepuasan atau tujuan tertentu.

b. Indikator Minat

Beberapa indikator minat yang dikemukakan oleh Ferdinand (2014) sebagai berikut :

1) Ketertarikan Produk, yaitu konsumen memiliki kecenderungan membeli atau mengiginkan suatu produk yang berbeda dari produk yang lain.

[17] Suwena, I. K., & Widyatmaja, I. G. (2017). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Pustaka Larasan.

2) Price, minat price yaitu tertariknya konsumen dengan harga yang ditawarkan, sesuai dengan biaya yang dimiliki konsumen dan anatara harga dengan fasilitas yang ditawarkan sesuai.
3) Minat Pelayanan dan fasilitas adalah sarana dan prasana pendukung pariwisata yang ditawarkan terhadap konsumen, sehingga konsumen berminat untuk melakukan perjalanan pariwisata.
4) Preferensial, minat preferensial memiliki fokus utama pada suatu produk tertentu. Minat Preferensial memiliki dapat berubah apabila produk yang telah menjadi fokus utama mengalami perubahan atau terjadi sesuatu yang tidak lagi sesuai dengan minat konsumen.
5) Informasi, pengunjung lebih mudah mendapatkan info tentang produk atau tujuan wisata.
6) Referensial, adalah konsumen yang tertarik dengan produk tertentu atau tujuan wisata tertentu karena mendapatkan referensi dari konsumen lain.[18]

2. Faktor-faktor minat wisatawan

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Berkunjung Minat berkunjung tidaklah muncul secara alamiah, melainkan terdapat faktor-faktor yang dapat mempengaruhi wisatawan dalam melakukan sebuah

[18] August Ferdinand. 2014. *Metode penelitian manajement (5.ed).* jawa Tengah: Badan Penerbit Universitas diponegoro.

kunjungan. Menurut Kotler & Keller mengungkapkan terdapat dua faktor yang mempengaruhi minat beli seseorang. Pertama, sikap orang lain, dalam hal ini sikap orang lain berpengaruh negatif dan positif berhubungan dengan minat belinya. Pengaruh negatif menyebabkan konsumen menolak melakukan pembelian suatu produk, sedangkan pengaruh positif akan memberi motivasi konsumen untuk melakukan pembelian. Kedua, situasi yang tidak terinspirasi, yaitu situasi yang tiba-tiba muncul serta dapat merubah minat beli konsumen.

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat berkunjung sebagai berikut :

1) Produk, produk wisata harus sesuai dengan apa yang dicari dan disukai oleh masyarakat atau sesuai dengan permintaan pasar.
2) Harga, harga produk pariwisata adalah jumlah yang harga yang tepat untuk produk kepariwisataan.
3) Tempat, fungsi distribusi menghadirkan produk di tengah-tengah pasar.
4) Pelayanan dan Fasilitas, kedua hal ini sangat berhubungan dengan unsur-unsur yang terdapat dalam jasa.[19]

Meskipun demikian, Pandasari (2020) mengungkapkan bahwa faktor pendorong utama yang mempengaruhi wisatawan dalam mengunjungi destinasi yaitu persepsi wisatawan terkait hubungan antara

[19] Rahayu, F. S., Budiyanto, D., dan Palyama, D. 2017. *Analisis Penerimaan E-Learning Menggunakan Technology Acceptance Model (Tam)* (Studi Kasus: Universitas Atma Jaya Yogyakarta). Jurnal Terapan Teknologi Informasi, 1(2), 87–98

karakteristik destinasi dengan kebutuhan akan pemenuhan hasrat, prefensi, dan rasa.

Terdapat macam-macam faktor yang mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung maupun melakukan sebuah kegiatan wisata, menurut Srisusilawati (2020) dalam penelitiannya, faktor yang mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung ke sebuah destinasi yaitu keamanan, kenyamanan serta promosi. Kemudian menurut Andina dan Aliyah (2021) faktor-faktor yang mempengaruhi minat wisatawan dalam mengunjungi objek wisata ialah karena atraksi wisata atau daya tarik wisata, informasi yang mudah didapatkan, aksesbilitas yang mudah dijangkau, fasilitas penunjang pariwisata serta tarif atau harga yang relatif murah.[20] Permatasari et al. (2020) juga mengemukakan faktor-faktor yang menarik minat wisatawan untuk melakukan wisata kuliner yaitu harga, kualitas layanan, aksesibilitas. Lalu Kumala (2018) mengemukakan faktor-faktor yang mempengaruhi minat wisatawan untuk mengujungi daerah kawasan wisata di antaranya yaitu faktor sejarah, faktor budaya, faktor alam, faktor kuliner, faktor wisata konvensi, faktor kepribadian, faktor psikologis, faktor akses, faktor promosi, faktor amenity, faktor lingkungan dan faktor sosial. Selanjutnya menurut Azman dan Elsandra (2020) terdapat faktor pendorong (*push factor*), faktor penarik (pull factor), dan faktor

[20] Andina, S. A., & Aliyah, I. (2021*). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Wisatawan Dalam Mengunjungi Wisata Budaya Candi Borobudur*. Jurnal Cakra Wisata, 22(3), 27–38.

rekomendasi bagi seorang wisatawan untuk melakukan kunjungan wisata, faktor-faktor pendorong tersebut diantaranya *escape, relaxation, play, strengthening family bonds, prestige, social interaction, romance, educational, self fulfilment dan wish fulfilment.* Sedangkan faktor-faktor penarik diantaranya *price, culture, service, facilities, entertainment, relaxation, dan safety.*[21]

Dapat penulis simpulkan menurut para ahli diatas terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi minat kunjungan atau minat wisatawan yaitu produk, fasilitas, harga, tempat. Dan dari teori pendukung di atas dapat penulis simpulkan faktor yang dapat mempengaruhi wisatawan adalah daya tarik, fasilitas, harga, kualitas layanan, aksesibilitas

3. Daya Tarik

a. Pengertian Daya Tarik

Dalam UU. No 10 Tahun 2009 disebutkan "Daya Tarik Wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan".

[21] Azman, H. A., & Elsandra, Y. (2020). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Kunjungan Berulang Wisatawan Milenial ke Bukittinggi*. AMAR (Andalas Management Review), 4(1), 1–17. https://doi.org/10.25077/amar.4.1.1-17.2020

Daya tarik wisata Menurut Happy Marpaung "adalah suatu bentukan dari aktifitas dan fasilitas yang berhubungan, yang dapat menarik minat wisatawan atau pengunjung untuk datang ke suatu daerah atau tempat tertentu"[22]. daya tarik wisata adalah suatu lokasi yang mempunyai keindahan, keunikan, keaslian dan nilai yang dapat dijadikan sebagai tempat hiburan bagi orang yang berlibur dalam upaya memenuhi kebutuhan rohani dan menumbuhkan cinta keindahan alam. [23] Sedangkan menurut Priyadi (2016) mengemukakan bahwa "Daya tarik wisata sangat mempengaruhi pemilihan daerah tujuan wisata. Seseorang tidak akan mau mengunjungi daerah wisata dengan daya tarik yang biasa saja, karena mereka harus membayar dan meluangkan waktu untuk melakukan pengalaman berwisata".[24]

Dari penjelasan menurut ahli di atas dapat penulis simpulkan daya Tarik wisata melibatkan berbagai elemen yang dapat memikat minat wisatawan, menjadi motivasi utama untuk kunjungan, dan memiliki dampak signifikan terhadap perkembangan suatu destinasi wisata. Keberhasilan pengelolaan dan pemeliharaan daya Tarik tersebut dapat berkontribusi pada pertumbuhan sektor pariwisata.

b. Indikator Daya Tarik

[22] Happy marpaung. 2016. *Pengetahuan kepariwisataan*. Bandung : arfino jaya.
[23] Yoeti, Oka A. 2016. *Pengantar Pariwisata*. Bandung: Angkasa.
[24] Priyadi, Unggul. 2016. *Pariwisata Syariah: Prospek & Perkembangan*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN, hlm.44

Menurut Taskia dan Hayati (2012) dalam Apriliyanti (2020) Indikator-indikator daya tarik wisata dalam industri pariwisata yang sangat penting, yaitu:

1) **Keunikan Cinderamata**

   Cinderamata adalah sesuatu yang dibawa oleh seorang wisatawan kerumahnya untuk kenangan yang terkait dengan benda itu. Dalam Bahasa Indonesia, istilah ini kadang disinonimkan dengan oleh-oleh, suvenir, tanda mata atau kenang-kenangan.

2) **Keindahan alam**

   Keindahan bangunan adalah sebuah seni, hasil dari daya rasa dan pikir yang diciptakan oleh manusia dalam bentuk sebuah karya. Memiliki daya tarik yang penting dalam memikat mata setiap yang memandang. Semaikin tinggi nilai seni yang dalam bangungan, mestinya daya tariknya semakin besar.Obyek Wisata Buatan: sarana dan fasilitas olehraga, permainan (layang-layang), hiburan (lawak, akrobatik), ketangkasan (naik kuda), Taman rekreasi, taman nasional, pusat-pusat perbelanjaan dan lain-lain.

3) **Keramahtamahan**

Keramahtamahan adalah sikap dimana manusia berinteraksi dengan sesamanya dengan kelembutan tutur kata dan bahasa.

4) Kesejukan udara

Kesejukan angin atau populer dengan sebutan faktor kesejukan angin adalah suhu udara yang dirasakan lebih dingin daripada suhu yang terukur oleh termometer ketika angin berhembus menerpa kulit yang terbuka.

4. Fasilitas

a. Pengertian Fasilitas

Menurut Utama (2017) menyatakan bahwa fasilitas wisata merupakan semua fasilitas utama maupun dasar yang memungkinkan sarana kepariwisataan dapat hidup dan berkembang dalam rangka memberikan pelayanan kepada para wisatawan.[25] Fasilitas pariwisata adalah semua jenis sarana yang secara khusus ditujukan untuk mendukung penciptaan kemudahan, kenyamanan, keselamatan wisatawan dalam melakukan kunjungan ke Destinasi Pariwisata.

Sedangkan menurut Kotler mendefisnisikan fasilitas sebagai segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh penjual jasa untuk kenyaman konsumen.[26] Fasilitas merupakan sesuatu yang sangat penting dalam usaha jasa, oleh karena itu

[25] Utama, I Gusti Bagus Rai. 2017. *Pemasaran Pariwisata.* Yogyakarta : Andi.
[26] Kotler. (2013). *Manajemen Pemasaran* Jilid 2. In Penerbit Erlangga.

fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, kelengkapan desain interior dan eksterior serta kebersihan fasilitas harus dipertimbangkan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan konsumen secara langsung. Fasilitas merupakan suatu bentuk kebendaan yang berfungsi untuk menambah nilai suatu produk atau layanan jasa.[27]

Berdasarkan pengertian menurut para ahli tentang fasilitas, maka dapat ditarik kesimpulan Fasilitas sangat berpengaruh untuk memenuhi kebutuhan wisatawan yang berkunjung ke tempat wisata sehingga mereka dapat menikmati fasilitas yang telah tersedia. Fasilitas wisata juga merupakan sarana dan prasarana yang mendukung operasional objek wisata untuk mengakomodasi segala kebutuhan wisatawan.

b. Indikator Fasilitas

Menurut Tjiptono indikator fasilitas ada enam yaitu sebagai berikut:

1. Perencanaan Ruangan.

Unsur ini mencakup perencanaan interior dari arsitektur, seperti penempatan perabotan dan perlengkapan dalam ruangan , desain aliran sirkulasi, dan lain-lain. Seperti penempatan ruang tunggu perlu diperhatikan salain daya tampungnya, juga perlu diperhatikan penempatan perabotan atau perlengkapan tambahannya.

[27] Kotler. (2013). Manajemen Pemasaran Jilid 2. In Penerbit Erlangga.

2. Perlengkapan/Perabotan.

Perlengkapan/perabotan berfungsi sebagai sarana yang memberikan kenyamanan, sebagai pajangan atau sebagai infrastruktur pendukung bagi pengguna barang para pelanggan. Yang dimaksud dengan pelengkapan dalampenelitian ini yaitu seperti ketersediaan listrik, meja dan kursi, internet hot spot area, lukisan atau bacaan, peralatan tulis dan lain-lain.

3. Tata Cahaya dan Warna.

Tata cahaya yang dimaksud adalah warna jenis pewarnaan ruang dan pengaturan pencahayaan sesuai aktifitas yang dilakukan dalam ruangan serta suasana yag diinginkan. Warna dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan efisiensi, menimbulkan kesan klasik, serta mengurangi tingkat kecelakaan. Warna yang digunakan untuk interior fasilitas jasa perlu dikaitkan dengan efek emosional dari warna yang dipilih.

4. Pesan –Pesan yang disampaikan secara grafis.

Aspek penting dan saling terkait dalam unsur ini adalah penampilan visual, penempatan, pemilihan bentuk fisik, pemilihan warna, pencahayaan dan pemilihan bentuk perwajahan lambang atau tanda yang digunakan untuk maksud tertentu. Seperti foto, gambar warna, poster, petunjuk peringatan atau papan informasi (yang digunakan pada lokasi/tempat untuk konsumen).

5. Unsur Pendukung.

Keberadaaa fasilitas utama tidak akan lengkap tanpa adanya fasilitas pendukung lainnya seperti tempat ibadah, toilet, tempat parkir, tempat lokasi makan dan minum, mendengarkan musik atau menonton televisi, internetan area yang luas yang selalu diperhatikan tingkat keamanannya[28]

c. Faktor-Faktor Fasilitas

Menurut Fandy Tjaptono dalam (Desembriantita, 2016) faktor – faktor yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan desain fasilitas jasa meliputi;

1) Sifat dan tujuan organisasi jasa.
2) Ketersediaan tanah dan kebutuhan akan ruang/tempat.
3) Fleksibel, fleksibilitas desain sangat dibutuhkan apabila volume permintaan sering berfluktuasi dan jika spesifikasi jasa cepat berkembang sehingga resiko keuangan relatif besar.
4) Faktor Estetika, fasilitas jasa yang tertata rapi, menarik, dan estetis akan dapat meningkatkan sikap positif pelanggan terhadap suatu jasa.
5) Masyarakat dan lingkungan sekitar, masyarakat dan lingkungan sekitar fasilitas jasa memainkan peranan penting dan berpengaruh besar terhadap perusahaan.

[28] Tjiptono, Fandy, 2014. *Pemasaran jasa (Prinsip, Penerapan, penelitian*). Penerbit Andi Offset, Yogyakarta

5. Harga

a. Pengertian Harga

Harga merupakan faktor ekstrinsik sebagai fungsi pengganti kualitas ketika pelanggan tidak memiliki informasi yang cukup mengenai atribut intrinsik sehingga pelanggan menggunakan harga untuk menduga kualitas ketika hanya hargalah yang diketahui. Menurut Kotler dan Amstrong, menyatakan bahwa harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan kepada suatu produk (barang atau jasa) atau jumlah nilai yang harus dibayar konsumen demi memperoleh manfaat dari produk tersebut[29]

Hamdani dan Lupiyoadi menyatakan bahwa harga adalah berbagai keunggulan produk jasa berbanding dengan biaya yang sudah dikeluarkan untuk menggunakan jasa.Rendahnya harga ataupun keterjangkauan harga dapat menjadi penyebab dalam peningkatan kinerja pemasaran.[30] Menurut Ferdinand, besaran harga dapat juga menjadi tolok ukur kualitas dimana pada produk yang memeiliki kualitas yang baik maka akan memiliki harga yang lebih tinggi dibanding dengan kualitas yang biasa. Harga sebagai sejumlah uang (ditambah beberapa produk) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya.[31]

---

[29] Umam. 2021. *Pengertian harga: fungsi, jenis, tujuan dan contohnya*. gramedia

[30] Hamdani dan Lupiyoadi. 2011. *Manajemen pemasaran jasa*. Jakarta : Salemba Empat

[31] August Ferdinand. 2014. *Metode penelitian manajement (5.ed*). jawa Tengah: Badan Penerbit Universitas diponegoro

Harga mempunyai pengaruh yang positif dengan kualitas, semakin tinggi harga akan mencerminkan kualitas yang semakin baik. Harga adalah apa yang dikorbankan atau diserahkan untuk mendapatkan produk atau layanan. Harga yang dipersepsikan adalah persepsi harga konsumen, yang melingkupi factor-faktor uang yang dikorbankan, biaya atas waktu, biaya atas pencarian, usaha dan biaya faktor harga yang dipersepsikan wisatawan memiliki pengaruh positif terhadap nilai persepsi dan minat berkunjung wisatawan.

Dari hasil penjelasan para ahli diatas mengataakn bahwa harga bukan hanya merupakan aspek keuangan dari suatu transaksi, tapi juga dapat memiliki dampak yang signifikan pada persepsi kualitas, nilai, dan minat konsumen, terutama dalam konteks industry pariwista.

b. Indikator Harga

Menurut Menurut Kotler dan Amstrong, indikator harga yaitu :

1) Keterjangkauan harga. yaitu persepsi harga masuk objek wisata.
2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk. yaitu kesesuaian harga yang harus dibayar untuk menikmati wisata dengan kualitas produk yang didapatkan (keindahan, kebersihan, sarana dan prasarana).
3) Daya saing harga. Yaitu harga tiket masuk wisata dapat bersaing dengan wisata laiinya.

4) Kesesuaian harga dengan manfaat. yaitu harga yang dikeluarkan untuk menikmati wisata sesuai dengan manfaat rekreasi, dapat menghibur, menghilangkan penat, dan memuaskan.

6. Aksesibilitas

a. Pengertian aksesibilitas

Aksesibilitas merupakan konsep yang menggabungkan sistem peraturan tata guna lahan secara geografis dengan sistem jaringan transportasi yang menghubungkannya. Aksesbilitas adalah suatu ukuran kenyamanan atau kemudahan mengenai cara lokasi tata guna lahan berinteraksi satu sama lain dan mudah atau susahnya lokasi tersebut dicapai melalui sistem jaringan transportasi.

Suwantoro (2015) menyatakan bahwa aksesibilitas adalah merupakan salah satu aspek penting yang mendukung pengembangan pariwisata, karena menyangkut pengembangan lintas sektoral. Tanpa dihubungkan dengan jaringan transportasi tidak mungkin sesuatu obyek wisata mendapat kunjungan wisatawan. Obyek wisata merupakan akhir perjalanan wisata dan harus memenuhi syarat aksesibilitas, artinya objek wisata harus mudah dicapai dan dengan sendirinya juga mudah ditemukan.[32]

Isdarmanto (2017) aksesibilitas adalah sarana dan infrastruktur untuk menuju destinasi. Akses jalan raya, ketersediaan sarana transportasi dan rambu-rambupenunjuk jalan merupakan aspek

[32] Suwantoro, Gamal. 2015. *Dasar-dasar Pariwisata*. Yogyakarta:1 Andi.

penting bagi sebuah destinasi. Yang dimaksud dengan aksessibilitas adalah sarana yang memberi kemudahan kepada wisatawan untuk mencapai tujuan. Pengertian aksessibilitas tidak terbatas pada alat angkutan (transportasi) yang dapat membawa wisatawan dari tempat asalnya ke tempat dan kembali ketempat asalnya, tetapi juga meliputi semua aspek yang memperlancar dalam melakukan perjalanan.

Dari penjelasan mengenai aksesibilitas diatas dapat penulis simpulkan aksesibilitas bukan hanya faktor penting dalam pengembangan pariwisata, tetapi juga memiliki dampak luas pada interaksi antarlokasi dan infrastruktur transportasi yang mendukungnya. Koordinasi lintas sektoral dan memenuhi syarat aksesibilitas menjadi kunci dalam memastikan keberhasilan dan daya tarik obyek wisata.

Aksesibilitas merupakan hal yang paling penting dalam kegiatan pariwisata. Aksesibilitas merupakan kemudahan untuk mencapai sesuatu. Aksesibilitas memiliki kaitan yang sangat erat dengan pergerakan. Dalam kegiatan pariwisata, aksesibilitas wisata merupakan berbagai macam kemudahan yang mampu diperoleh pengunjung dalam mengunjungi suatu obyek wisata dan melakukan perpindahan saat sedang melakukan perjalanan wisata.

b. Indikator aksesibilitas

Aksesibilitas pada suatu daerah sangat terkait dengan sistem tranportasi. Unsur-unsur aksesibilitas antara lain yaitu infrastruktur, berupa jaringan jalan transportasi dan sarana yang digunakan untuk menggunakannya dalam hal ini keberadaan sarana transportasi. Menurut Soekadijo dikutip dari aksesibilitas memiliki beberapa indikator yaitu:

1. Akses Informasi Masukan informasi yang lengkap tentunya akan menyebabkan para wisatawan semakin mudah untuk menyeleksi kawasan-kawasan yang akan dikunjungi. Informasi itu dapat berupa promosi dan publikasi.
2. Akses Kondisi Jalan Menuju Objek Wisata Akses kondisi jalan menuju obyek wisata, dan jalan akses itu harus berhubungan dengan prasarana umum. Kondisi jalan umum dan jalan akses menentukan aksesibilitas suatu obyek wisata. Aksesibilitas ini merupakan syarat yang penting sekali untuk obyek wisata.
3. Tempat Akhir Perjalanan Selanjutnya sebagai tempat akhir perjalanan, di tempat objek wisata harus ada terminal, setidaktidaknya tempat parkir. Baik jalan akses maupun tempat parkir harus sesuai dengan kebutuhan yaitu sesuai dengan jumlah wisatawan yang diharapkan kedatangannya dan jenis serta jumlah kendaraan yang diperkirakan akan digunakan oleh para wisatawan.

7. Pandangan Islam Tentang Minat Wisata

Minat dalam pandangan islam yaitu al-qur'an dalam surah al-alaq ayat pertama:

ٱقۡرَأۡ بِٱسۡمِ رَبِّكَ ٱلَّذِي خَلَقَ ١

Artinya: "Bacalah dengan (menyebut) nama tuhanmu yang menciptakan".

Ayat di atas yang berartikan "Bacalah" dimana memerintahkan agar kita membaca, maksudnya membaca bukan hanya membaca buku atau dalam arti tekstual saja, akan tetapi juga semua aspek apakah itu untuk membaca cakrawala jasad yang merupakan tanda kekuasaannya maka kita dapat memahami apa yang sebenarnya menarik minat kita dalam hidup ini.

Di dalam Islam hendaknya melakukan perjalanan (karena berbagai alasan, diantaranya terkait langsung dengan syariat Islam itu sendiri seperti haji dan umrah), didalam Al-Qur`an banyak ayat yang mendukung untuk melakukan perjalanan 24 yakni termasuk dalam surah Al-Hajj ayat 46 yaitu:

أَفَلَمۡ يَسِيرُواْ فِي ٱلۡأَرۡضِ فَتَكُونَ لَهُمۡ قُلُوبٞ يَعۡقِلُونَ بِهَآ أَوۡ ءَاذَانٞ يَسۡمَعُونَ بِهَاۖ فَإِنَّهَا لَا تَعۡمَى ٱلۡأَبۡصَٰرُ وَلَٰكِن تَعۡمَى ٱلۡقُلُوبُ ٱلَّتِي فِي ٱلصُّدُورِ ٤٦

Artinya: "Maka tidak pernahkah mereka berjalan dimuka bumi, sehingga hati (akal) mereka dapat memahami telinga mereka dapat mendengar, sebenarnya bukan mata itu yang buta, tetapi yang buta ialah hati yang di dalam dada".

Dari ayat tersebut dapat di ambil hikma bahwa Allah mempertanyakan kita umat Manusia dengan nikmat yang diberikan

olehnya kepada umat manusia, apakah kita menyadari dan bersyukur atas semua nikmat yang ada dan apakah kita sadar semua yang ada dimuka bumi adalah ciptaan atas kuasa dan sebagai salah satu nikmat yang diberikan kepada kita agar kita beribadah dan bersyukur dan Allah menyarankan kita untuk melakukan perjalanan agar kita dapat melihat nikmat yang sangat luas yang diberikan oleh-Nya.

B. Penelitian terdahulu

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Metode	Variabel	Hasil
1	Ivo novitaningtyas, axel Giovanni, clarisa alfa lionora (2022)	faktor-faktor yang mempengaruhi minat berkunjung wisatawan di Kawasan balkondes Borobudur	Regresi linear berganda	Daya Tarik wisata, kualitas pelayanan, kepercayaan	Daya Tarik wisata tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan sedangkan Kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh posistif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan
2	Sopian Zauri (2021)	Pengaruh digital marketing terhadap peningkatan	Analisis regresi linear sederhana	Digital marketing	Digital marketing berpengaruh positif dan signifikan

		minat kunjungan wisata di kabupaten pelalawan	dengan uji t		terhadap peningkatan minat kunjungan wisata
3	Heru aulia azman, yesi elsandra (2020)	Analisis factor-faktor yang mempengaruhi minat kunjungan berulang wisatawan milenial ke bukittinggi	analisis linier berganda dengan analisis deskriptif	Factor pendorong dan factor penarik	Factor pendororng dan factor penarik mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap minat kunjungan berulang
4	Muhammad ali mukmin nasution (2021)	Determinan minat berkunjung Kembali wisatawan di objek wisata aek sabaon	Analisis linear berganda	Kenyamanan wisatawan (X1) citra destinasi (X2) dan minat berkunjung kembali (Y)	Kenyamanan wisatawan dan citra wisatawan mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap minat berkunjung Kembali wisatawan
5	Muhammad nuur tasnim (2023)	Pengaruh aksesibilitas daya Tarik dan harga terhadap minat berkunjung wisatawan ke srambang park	Analisis regresi linear berganda	Aksesibilitas(X1), daya Tarik(X2), dan harga (X3), Minat berkunjung (Y)	Aksesibilitas Tidak Berpengaqruh Signifikan, Sedangkan Daya Tarik Dan Harga Berpengaruh Signifikan Terhadap Minat Berkunjung
6	Ayu rotua limbong (2023)	Pengaruh social media marketing,	Analisis regresi	Social media marketing (X1), citra	Social media marketing

		citra destinasi dan daya Tarik terhadap minat berkunjung wisata Lembah Pelangi batam	linear berganda	destinasi (X2), daya Tarik (X3), Minat berkunjung (Y)	citra destinasi, daya Tarik, berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisata

Berdasarkan adanya penelitian terdahulu diatas, maka dapat penulis simpulkan adanya persamaan dan perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan peneliti lakukan sekarang. Persamaannya adalah antara penelitian terdahulu dan penelitian sekarang ialah adanya kesamaan dalam metode penelitian yaitu sama-sama menggunakan metode kuantitatif serta persamaan lainnya adalah sama-sama melakukan penelitian guna mengetahui tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat wisatawan. Perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini adalah adanya perbedaan dari jumlah variabel masing-masing penelitian, perbedaan pada studi kasusnya, perbedaan dalam lamanya waktu penelitian.

C. Kerangka pemikiran

Berdasarkan deskripsi teoritis yang telah dijelaskan, peneliti menghubungkan antara daya tarik, fasilitas, harga dan aksesibilitas terhadap minat wisatawan. Maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh daya tarik, fasilitas, harga dan aksesibilitas terhadap minat wisatawan.

Daya Tarik merupakan suatu keadaan yang dimana dapat memotivasi wisatawan berkunjung sehingga minat wisatawan meningkat

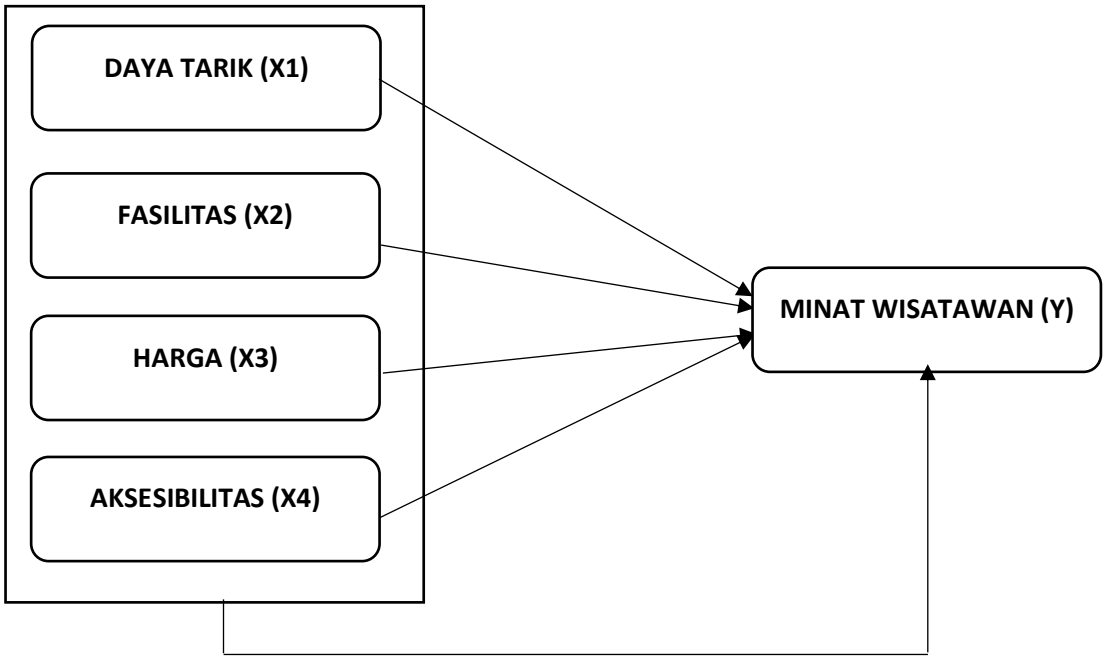
sehingga daya Tarik memiliki hubungan yang positif terhadap minat wisatawan apabila daya tarik bagus dalam sebuah destinasi maka minat wisatawan akan meningkat. Sebaliknya apabila minat wisatawan nya kurang bagus dan tidak menarik maka minat wisatawan akan menurun. Tidak hanya daya Tarik yang mempengaruhi minat tetapi juga fasilitas. Fasilitas merupakan sarana dan prasarana yang melengkapi suatu destinasi sesuai dengan kebutuhan dari wisatawan itu sendiri dengan adanya fasilitas yang lengkap di suatu destinasi maka wisatawan akan minat untuk mengunjungi destinasi wisata itu sendiri.

Harga merupakan suatu hal yang sangat penting dalam suatu destinasi wisata. dengan adanya harga yang sesuai maka dapat mempengaruhi minat wisatawan, apabila harga yang ditetapkan rendah maka akan membuat minat wisatawan untuk mengunjungi wisata semakin meningkat dan sebaliknya apabila harga dalam sebuah destinasi tersebut tinggi atau mahal maka akan membuat minat wisatawan menjadi menurun. Selanjutnya yang terakhir yaitu aksesibilitas, aksesibilitas sangat mempengaruhi minat wisatawan karena aksesibilitas merupakan jalan untuk menuju ke destinasi wisata. apabila akses untuk menuju ke destinasi wisata tidak memadai atau jalannya rusak maka minat wisatawan akan menurun dan sebaliknya apabila jalan akses menuju destinasi wisata baik maka minat wisatawan akan meningkat.

Di dalam penelitian dapat diketahui terdapat empat variabel independen yaitu daya tarik, fasilitas, harga dan aksesibilitas serta variabel

dependen yaitu minat wisatawan. Berdasarkan hal tersebut maka dapat digambarkan kerangka pemikiran sebagai berikut :

Gambar 2.1
Kerangka pemikiraan



D. Hipotesis

Menurut Sugiyono (2013), Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban

teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belumjawaban yang empirik.,[33] maka hipotesis dalam penelitian ini adalah :

1. Adanya pengaruh signifikan antara daya Tarik terhadap minat wisatawan di luak gadang

   $H_0 : \beta_1=0$

   Ha : $\beta_1 \neq 0$

2. Adanya pengaruh signifikan antara fasilitas terhadap minat wisatawan di luak gadang

   $H_0 : \beta_2=0$

   Ha : $\beta_2 \neq 0$

3. Adanya pengaruh signifikan antara harga terhadap minat wisatawan di luak gadang

   $H_0 : \beta_3=0$

   Ha : $\beta_3 \neq 0$

4. Adanya pengaruh signifikan antara aksesibilitas terhadap minat wisatawan di luak gadang

   $H_0 : \beta_4=0$

   Ha : $\beta_4 \neq 0$

5. Adanya pengaruh signifikan antara daya Tarik, fasilitas, harga, dan aksesibilitas secara simultan terhadap minat wisatawan di luak gadang

   $H_0 : \beta_1=\beta_2= \beta_3=\beta_4=0$

   Ha : $\beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_3 \neq \beta_4 \neq 0$

[33] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D, Penerbit Alfabeta*, 2013.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif deskriptif. Metode kuantitatif dinamakan metode tradisional, karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah mentradisi sebagai metode untuk penelitian. Metode ini disebut sebagai metode positivistik karena berlandaskan pada filsafat positivisme. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.[34]

Metode penelitian ini sebagai metode yang didasarkan pada filsafat positivisme, metode yang digunakan untuk memeriksa populasi dan sampel yakni, pengambilan sampel atau teknik pengambilan sampel tertentu, teknik pengambilan sampel biasanya dilakukan dengan menghitung teknik sampel tertentu yang sesuai dengan pengumpulan data kuantitatif dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi penelitian

   Lokasi penelitian dalam penelitian ini adalah di di destinasi wisata luak gadang, jorong guguak rang pisang, nagari kamang hilia, kecamatan kamang magek kabupaten agam.

[34] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D, Penerbit Alfabeta*, 2013.

2. Waktu penelitian dalam penelitian ini adalah dari tanggal 30 Oktober 2023 sampai tugas akhir selesai

C. Jenis dan Sumber Data

Berikut jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang dapat kita peroleh dari hasil wawancara, menyebarkan kuesioner dan observasi langsung ke lapangan. Sugiyono (2019) mendefinisikan data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Artinya peneliti mendapatkan data langsung dari tangan pertama tanpa ada campur tangan pihak lain. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Teknik menyebarkan kuesioner terkait dengan daya Tarik, fasilitas, harga dan aksesibilitas serta minat wisatawan di destinasi wista luak gadang.

2. Data Sekunder

Sugiyono (2018) menjelaskan data sekunder adalah data yang didapat dari pihak lain. Data sekunder yang peneliti peroleh disini adalah data dari instansi terkati seperti buku, jurnal atau laporan yang terkait dengan judul yang diteliti guna mendukung kualitas hasil penelitian ini.

D. Populasi dan sampel

1. Populasi

wilayah generelisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan [35]. Yang menjadi populasi pada penelitian ini adalah semua wisatawan atau pengunjung yang berwisata ke luak gadang. Dalam penelitian ini populasi yang digunakan yaitu wisatawan yang berkunjung pada tahun 2023 bulan oktober 2023 sebanyak 4650 orang.

2. Sampel

Sugiyono (2019), bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut [36]. Dalam penelitian ini peneliti menentukan banyaknya sampel adalah dengan rumus berikut :

$$n = \frac{N}{1+Ne\ 2}$$

Keterangan :

N: populasi

n: sampel

E: eror sampel yaitu 10%

$$n = \frac{4650}{1+4650\ (0,1)^2}$$

$$n = \frac{4650}{1+46,5}$$

$$n = \frac{4650}{47,5}$$

[35] Sugiyono.2019.*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.* Bandung:Alfabeta Bandung. Hlm 126

[36] Sugiyono.2019.*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.* Bandung:Alfabeta Bandung. Hlm 127

n = 97.894 dibulatkan menjadi 98 responden

Jadi, sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 97 responden atau digenapkan menjadi 98 responden.

E. Defenisi Operasional dan Variabel

1. Variabel Independen

Menurut Sugiyono (2013) Variabel Independen sering disebut sebagai variabel bebas, variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah daya Tarik, fasilitas, harga, aksesibilitas yang dinotasikan dengan X.

2. Variable Dependen

Sedangkan Variabel Dependen menurut Sugiyono (2013) sering disebut dengan variabel terikat, variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibar, karena adanya variabel bebas. [37] Dalam penelitian ini minat wisatawan menjadi variabel dependen yang dinotasikan dengan Y.

F. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan kegiatan yang amat penting dalam sebuah penelitian, penelitian data adalah mencari, mengumpulkan dan mengolah data secara objektif. Pengumpulan data ini digunakan sebagai

[37] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D, Penerbit Alfabeta*, 2013.

jawaban dalam memecahkan sebuah masalah dalam penelitian. Dalam penelitian ini menggunakan beberapa teknik dalam pengumpulan data yaitu sebagai berikut :

1. Observasi

Observasi merupakan pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung ke lapangan tempat penelitian. Observasi sebagai teknik pengumpulan data ini memiliki ciri yang spesifik jika dibandingkan dengan teknik lainnya. (Sugiono, 2013).

2. Kuesioner atau Angket

Kuesioner menurut sugiono merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan lembar pertanyaan tertulis kepada responden. Metode ini merupakan metode salah satu yang akan peneliti gunakan untuk memperoleh data mengenai analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat kunjungan wisatawan di destinasi wisata luak gadang. Dalam penelitian ini yang menjadi tujuan pada pembagian kuesioner adalah pengunjung yang datang berkunjung di kawasan wisata luak gadang. Pengukuran variabel dilakukan dengan skala Likert yang meggunakan metode scoring nilai 1 s/d 5 dimana:

Sangat Setuju (SS)	= Diberi bobot / (skor 5)
Setuju (S)	= Diberi bobot / (skor 4)
Netral (N)	= Diberi bobot / (skor 3)
Tidak Setuju (TS)	= Diberi bobot / (skor 2)
Sangat Tidak Setuju (STS)	= Diberi bobot / (skor 1)

Angka 5 menunjukkan bahwa responden mendukung terhadap pernyataan, sedangkan Angka 1 menunjukkan bahwa responden tidak mendukung terhadap pertanyaan yang diberikan.

3. Dokumentasi

Dokumentasi digunakan untuk mendapatkan informasi atau data yang terkait dengan penelitian, data ini didapat dari kunjungan wisatawan dan sebagainya.

G. Teknik analisis data

Dalam penelitian ini, berikut metode analisis data yang digunakan yaitu:

1. Uji Instrument Penelitian

Dalam penelitian ini instrumen penelitian yang digunakan adalah berupa kuesioner tertutup dengan digunakan skala likert dimana alternatif jawaban nilai 5 sampai dengan 1 pemberian skor dilakukan atas jawaban pertanyaan baik mengenai daya tarik (X1), fasilitas (X2), harga (X3), aksesibilitas (X4) maupun minat wisatawan (Y). Dalam penelitian ini terdiri lima jawaban yang mengandung variasi nilai bertingkat, antara lain:

Tabel 3.1

Bobot Nilai Setiap Pertanyaan

Alternatif jawaban	Bobot Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono

Adapun pengujian instrumen penelitian meliputi uji validitas dan reliabilitas.

a. Uji Validitas

Menurut Ghozali (2013), Uji validitas adalah alat uji untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mampu mengukur apa yang ingin di ukur, maka kuesioner yang disusun harus mengukur apa yang ingin di ukurnya. Uji validitas adalah langkah untuk mengetahui instrument yang digunakan apakah benar-benar valid dalam mengukur variabel yang akan diteliti. Biasanya uji ini menggunakan kuesioner. [38] Untuk pengambilan keputusan dalam uji validitas dengan dasar berikut :

a) Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel,}$ maka item pertanyaan didalam kuesioner dinyatakan valid.
b) Jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel,}$ maka item pertanyaan didalam kuesioner dinyatakan tidak valid.

Untuk validitas pengukuran pada penelitian ini dapat dilihat pada *Corrected item total correlation* (CITC). Jika nilai CITC $> 0,3$ maka pertanyaan yang diajukan dapat dikatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

[38]Esti Yuandari, R.Topan Aditya Rahman, *Metodologi Penelitian Dan Statistik* (Bogor : In Media, 2014), Hal 51.

Menurut (Ghozali, 2013), uji reliabilitas di gunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang di gunakan dapat di andalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut di ulang. [39] Uji reliabilitas merupakan suatu indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur tersebut dapat dipercaya. Kuesioner dapat dikatakan reliabel jika jawaban atas pernyataan tersebut konsisten.

Uji reliabilitas dilakukan dengan alat ukur *Croanbach Alpha* pada aplikasi SPSS guna mengetahui apakah data yang diukur sudah reliabel. Untuk nilai *Croanbach Alpha* adalah 0,60 maka jika instrument tersebut nilainya >0,60 dinyatakan reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah analisis statistik yang dilakukan untuk mengetahui apakah ada korelasi variabel dalam model prediksi dengan perubahan waktu. Oleh karena itu, jika asumsi autokorelasi terjadi pada model prediktif, maka nilai disturbance tidak lagi berpasangan secara bebas melainkan berpasangan secara autokorelasi. Uji autokorelasi ini bertujuan menguji apakah model memiliki korelasi antara error pada periode t dengan error periode t-1.

[39] Ghozali, I. 2013. *Aplikasi analisis dengan program IBM SPSS21 edisi 7*. Semarang: Universitas Diponegoro

Cara untuk menguji autokorelasi alda dengan uji DW (Dubrin Watson) patokan untuk melihat nilai auotokorelasi adalah dengan nilai interval tabel DW sebagai berikut :[40]

Tabel 3.2
Klasifikasi Nilai *Dubrin Watson* atau nilai *autokorelasi*

No	Nilai d	Keterangan
1	< 1,10	Ada auto korelasi
2	1,11 - 1,54	Tidak ada auto korelasi
3	1,55 – 2,45	Tidak ada auto korelasi
4	2,46 – 2,90	Tidak ada auto korelasi
5	> 2,91	Ada auto korelasi

Sumber :Buku Analisis Data Penelitian dengan Statistik[41]

b) Uji Normalitas

Menurut Imam Ghozali (2018) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal". Uji normalitas yang digunakan adalah test normality kolmogorov-smirnov. Dasar penarikan kesimpulan yaitu apabila nilai probabilitas > dari 0,05 maka data tersebut berdistribusi normal tetapi apabila sebaliknya maka data tidak berdistribusi normal.[42]

c) Uji Multikolonieritas

Uji Multikolonieritas merupakan untuk melihat ada atau tidaknya hubungan yang tinggi antara variabel bebas. Untuk

[40] Widodo, widodo. *Metodologi Populer & Praktis*.(Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada, 2017), hal 114.

[41]Misbahuddin Dan Iqbal Hasan. *Analisis Data Penelitian Dengan Statistic.*(Jakarta : Pt. Bumi Aksara, 2013), Hal 108.

[42] Ghozali, Imam.2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Hal 160

mendeteksi Multikolonieritas menggunakan metode Variance Inflation Factor (VIF) dan Tolerance (TOL). Uji Multikolinearitas adalah dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan (korelasi) yang signifikan diantara dua atau lebih variabel independen dalam model regresi. Deteksi adanya multikolinearitas dilakukan dengan menggunakan uji korelasi parsial antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolinearitas diantar variabel independent. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas dalam model regresi dapat dilihat dari tolerance value atau Variance Inflation Factor (VIF) dan Tolerance (TOL), apabila nilai VIF kurang dari 10 dan Tolerance lebih dari 0,1 maka dinyatakan tidak terjadi multikoliniearitas.

d) Uji Heterokedastisitas

Uji Heterokedastisitas adalah varian residual yang tidak sama pada semua pengamatan di dalam model regresi. Regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas. Macam-macam uji heteroskedastisitas antara lain adalah dengan uji koefisien korelasi Spearman's rho, melihat pola titik-titik pada grafik regresi, uji Park, dan uji Glejser. Pengujian heteroskedastisitas menggunakan teknik uji koefisien korelasi Spearman's rho yaitu mengkorelasikan variabel independen dengan residualnya. Pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi. Dasar yang digunakan dalam pengambilan

keputusan yaitu untuk melihat dari angka probabilitas dengan ketentuan", sebagai berikut:

a) Apabila nilai signifikansi atau nilai probabilitas > 0,05 maka, hipotesis diterima karena data tersebut tidak ada Heterokedanstisitas.
b) Apabila nilai signfikansi atau nilai probabilitas < 0,05 maka, hipotesis ditolak karena data ada Heterokedanstisitas

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Sugiyono (2016) analisis regresi linear berganda merupakan regresi yang memiliki satu variable dependen dan dua atau lebih variable independent.

Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu: daya tarik (X1), fasilitas (X2), harga (X3), aksesibilitas (X4). Variabel terikatnya adalah Minat Wisatawan (Y). Adapun persamaan regresi untuk empat prediktor (variabel) yang digunakan menurut Sugiyono (2010):

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$$

Dimana =

Y	: Minat Wisatawan
a	: konstanta
b_1, b_2, b_3, b_4	: Koefisien regresi variabel bebas
X_1	: daya Tarik
X_2	: Fasilitas

X_3 : Harga

X_4 : Aksesibilitas

Menurut Sugiyono, nilai b_1,b_2,b_3,b_4 dapat ditemukan dengan metode skor dev iasi yang selanjutnya skor deviasi dimasukan ke dalam persamaan simultan yang selanjutnya untuk mencari masing masing nilai "b" di lakukan dengan metode eliminasi, sehingga akhirnya nilai b_1,b_2,b_3,b_4 dapat diketahui

4. Analisis Koefisien Determinan (R^2)

Imam Ghozali (2018) menyatakan bahwa koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen.[43] Koefisien determinasi dapat dirumuskan sebagai berikut (Kurniawan,2014) :

$$KD = R^2 x\ 100\%$$

Keterangan :

KD : Koefisien determinasi

R^2: Koefisien korelasi yang dikuadratkan.

5. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis berhubungan dengan pengambangan aturan atau prosedur untuk memutuskan kita harus menerima atau menolak hipotesis nol. Secara garis besar, pengujian ini adalah suatu prosedur di

[43] Ghozali, Imam.2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Hal 97

mana hasil sampel digunakan untuk menguji benar atau tidaknya suatu hipotesis nol. Keputusan menerima atau menolak H_o dibuat atas dasar nilai statistik uji yang diperolah dari data yang dimiliki.

a. Uji t (Uji Parsial)

Pengujian individual menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara parsial dalam menerangkan variabel dependennya. Menurut Sugiyono (2016) uji signifikansi t dapat dilakukan dengan rumus statistik sebagai berikut :

Dimana :

$$t = r\sqrt{\frac{n-2}{1-r^2}}$$

t : Nilai uji t yang dihitung

r : Koefisien korelasi

r2 : Koefisien determinasi

n : Jumlah anggota sampel.

Hipotesis yang digunakan dalam pengujian ini adalah:

H_o : t hitung≤ t tabel maka tidak terdapat pengaruh antara variabel dependent terhadap variabel independent

H_a : t hitung > t tabel maka terdapat pengaruh antara variabel dependent terhadap variabel independent.

Kriteria pengujian dengan menggunakan nilai sig. Yaitu 0,05. Apabila nilai sig. lebih kecil dari 0,05 dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan.[44]

b. Uji F (Uji simultan)

Percobaan F ini dipakai buat mengenali terdapat tidaknya pengaruh dengan cara bersama-sama (simultan) variabel bebas terhadap variabel terikat. Pembuktian dicoba dengan metode menyamakan angka F_{hitung} dengan F_{hitung} dengan F_{tabel} pada tingkat kepercayaan 5% dan derajat kebebasan df = (n-k-1) dimana n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel. Hipotesis yang digunakan dalam pengujian ini adalah:

Ho : Variabel-variabel bebas tidak mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya.

Ha : Variabel-variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan secara Bersama-sama terhadap variabel terikatnya.

Menurut Sugiyono rumus untuk Uji F:

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

Keterangan:

R = koefisien korelasi ganda

k = jumlah variabel independen

[44]Algifari. *Statistik Induktif Untuk Ekonomi Dan Bisnis*, (Yogyakarta : Upp Ampykpn Edisi Ke Ii, 2016) Hal 230.

n = jumlah anggota sampel

Jika $f_{hitung} < f_{tabel}$ maka H_0 diterima (H_a ditolak) dan jika $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka H_0 ditolak (H_a diterima). [45]

[45] Syafrida hafni sahir, 2021, *metodologi penelitian*, Medan : KBM Indonesia. hlm 53.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran umum luak gadang

1. Sejarah atau profil luak gadang

Objek wisata Luak Gadang terletak di Jorong Guguak Rang Pisang, salah satu Jorong (desa) yang terdapat di Nagari Kamang Hilia. Objek Wisata Luak Gadang memiliki latar batu Karst yang menjadi keunikan dari objek ini. Menurut cerita dari orang-orang tua di Jorong Guguak Rang Pisang, di daerah Luak Gadang ini dahulunya merupakan tempat pemandian bagi masyarakat.

Di objek wisata ini terdapat dua kolam ikan besar yang berisi berbagai macam jenis ikan. Pengunjung dapat memberi makan ikan yang terdapat di objek ini yang menjadi salah satu kegiatan wisata yang dapat dilakukan di objek ini. Selain itu di kolam tersebut pengunjung juga dapat melakukan kegiatan menaiki rakit sambil berfoto untuk mencapai miniatur kapal yang berada di tengah kolam.

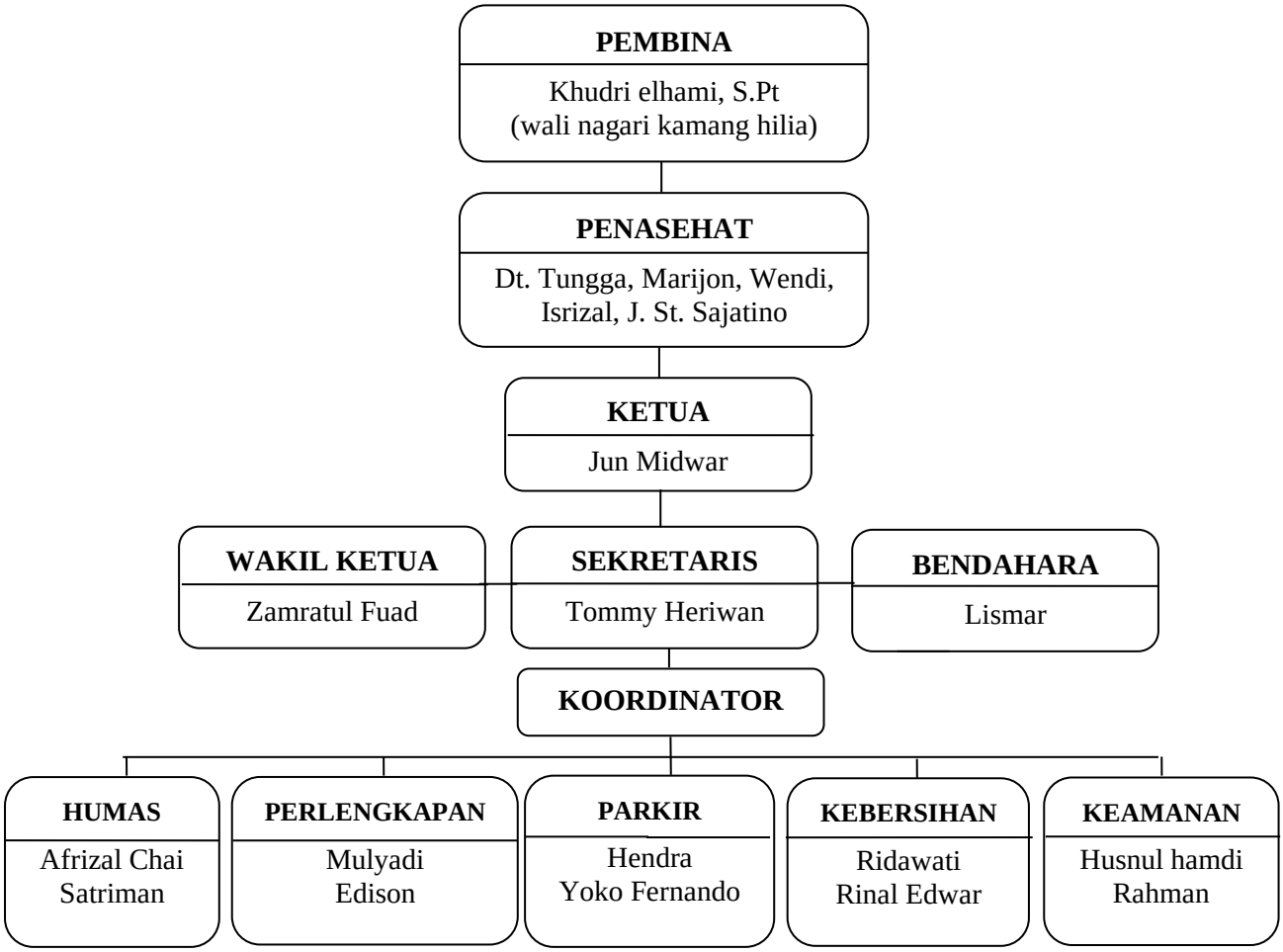
Pengunjung dapat menikmati pemandangan yang menyejukkan mata sambil mencicipi makanan yang dijual oleh pedagang yang berjualan makanan di lapak-lapak yang berada di sekitar kedua kolam besar tersebut. Di area tersebut juga terdapat beberapa permainan untuk anak-anak seperti ayunan dan perosotan.

Semenjak dibukanya kedua objek wisata ini pada pertengahan tahun 2017, sudah banyak wisatawan lokal dan wisatawan nusantara

yang berkunjung ke objek wisata ini. Objek wisata Luak Gadang dikelola oleh masyarakat sekitar dan Pokdarwis Luak Gadang yang terbentuk pada tanggal 4 Mei 2008 dengan Surat Keputusan (SK) dari Wali Nagari Kamang Hilia Nomor 556-28-Kep-2018. Dalam SK Wali Nagari Kamang Hilia ini sudah ada struktur kepengurusan dari Pokdarwis Luak Gadang yang mana terdapat 5 bagian yang terdiri dari bagian humas, perlengkapan, parkir, kebersihan dan keamanan.

2. Struktur kepengurusan luak gadang

Gambar 4.1
Struktur Pengurus Pokdarwis Luak Gadang



B. Hasil Penelitian

1. Karakteristik Responden

Penyajian data dalam bentuk deskriptif penelitian bertujuan untuk melihat profil dari seorang responden atau orang yang akan diteliti dan hubungan yang ada antar variabel dalam penelitian ini. Data deskriptif responden menggambarkan kondisi dan keadaan responden sebagai sumber informasi tambahan untuk memahami dan memperoleh hasil penelitian. Karakteristik responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. **Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

Data mengenai usia wisatawan destinasi wisata luak gadang dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.1
Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase %
<19	18	18,36
20-35 tahun	68	69,4
35-50 tahun	7	7,14
>50 tahun	5	5,10
Total	98	100

Sumber : Data Primer yang diolah tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.1 diatas hasil menunjukkan bahwa mayoritas usia responden terbanyak yaitu pada tingkat usia 20-35 tahun yaitu sebanyak 68 orang dengan persentase sebesar 69,4%. Responden pada usia <19 tahun sebanyak 18 orang dengan persentase sebesar 18,36%. Responden pada Tingkat usia 35-50

tahun sebesar 7 orang dengan persentase 7,14%, Tingkat usia >50 tahun hanya 5 orang dengan persentase 5,10%.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Data mengenai jenis kelamin wisatawan destinasi wisata luak gadang dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 4.2
Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin	Frekuensi	Persentase %
Laki-laki	32	32,65
Perempuan	66	67,35
Total	**98**	**100**

Sumber : Data Primer Diolah 2023

Berdasarkan tabel 4.2 Memperoleh hasil yang menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah perempuan sebanyak 66 orang responden, dengan tingkat persentase 67,35% sisanya sebanyak 32 orang responden laki-laki, dengan tingkat persentase sebanyak 32,65%.

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Data mengenai Pendidikan wisatawan destinasi wisata luak gadang dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.3
Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan	Frekuensi	Persentase %
SMP	6	6,12
SMA/SMK	70	71,43
DIPLOMA	2	2,04
S1/S2/S3	20	20,41
Total	**98**	**100**

Sumber : Data Primer Diolah 2023

Pada tabel 4.3 Diatas menunjukkan bahwa mayoritas responden terbanyak dengan tingkat pendidikan terakhir adalah SMA/Sederajat dengan jumlah 70 orang responden dengan persentase sebesar 71,43%. Tingkat pendidikan terakhir Strata satu (S1/S2/S3) sebanyak 20 orang responden dengan persentase sebesar 20,41%.

Kemudian tingkat pendidikan SMP Sederajat dengan jumlah 6 orang responden dengan persentase sebesar 6,12%. Untuk tingkat pendidikan terakhir Diploma sebanyak 2 orang responden dengan persentase 2,04%.

d. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Data mengenai Pekerjaan wisatawan destinasi wisata luak gadang dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.4
Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase %
Pelajar / mahasiswa	66	67,34
Pegawai Negeri	0	0
Pegawai swasta	2	2,04
Wiraswasta	11	11,22
Lainnya	19	19,4
Total	**98**	**100**

Sumber : Data Primer Diolah 2023

Pada tabel 4.4 Diatas menunjukkan bahwa mayoritas responden yaitu Pelajar/Mahasiswa sebanyak 66 orang responden, dengan jumlah persentase sebesar 67,34%. Kemudian, kelompok

pekerjaan wiraswasta 11 orang responden dengan persentase 11,22%. Kelompok pekerjaan lainnya sebanyak 19 orang responden dengan jumlah persentase 19,4%. Kelompok pegawai swasta sebanyak 2 orang responden, dengan jumlah persentase 2,04%, terakhir, pegawai swasta sebanyak 0 orang responden, dengan jumlah persentase 0%.

2. Teknik Analisis Data

a. Uji instrument

1) Uji Validitas

Uji validitas adalah kriteria yang paling kritis dan menunjukkan sejauh mana suatu instrumen mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas mengacu pada sejauh mana suatu alat ukur dapat mengukur apa yang seharusnya ingin diukur. Diketahui bahwa r_{tabel} menggunakan taraf signifikan Adapun tingkat signifikasi suatu tes yang dinyatakan valid apabila mempunyai nilai corrected item total correlation (CITC) > 0,3. Pada penelitian ini dilakukan pada responden dengan jumlah 98 orang, dalam pengambilan keputusannya di dasarkan pada nilai r_{hitung}> 0,3.

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Variabel Daya Tarik (X1)

Variabel	Pernyataan	(CITC) r-hitung	Keterangan
Daya Tarik (X1)	X1.1	0,323	Valid
	X1.2	0,742	Valid
	X1.3	0,684	Valid
	X1.4	0,611	Valid

Sumber : Olahan data SPSS V.26 (Data Primer diolah 2023)

Berdasarkan tabel 4.5 Diatas menunjukkan hasil uji validitas bahwa dari 4 pernyataan pada variabel Daya Tarik (X1) terdapat 4 pernyataan yang valid. Dapat dilihat dari keseluruhan pernyataan yang dibuat dengan banyak nya data yang valid dan nilai (CITC) r-hitung > 0,3, artinya semua pernyataan daya Tarik sudah valid atau layak digunakan penulis dalam untuk mengukur variabel.

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Variabel Fasilitas (X2)

Variabel	Pernyataan	r-hitung	Keterangan
Fasilitas (X2)	X2.1	0,588	Valid
	X2.2	0,639	Valid
	X2.3	0,752	Valid
	X2.4	0,722	Valid
	X2.5	0,585	Valid

Sumber : Olahan data SPSS V.26 (Data Primer diolah 2023)

Berdasarkan tabel 4.6 Diatas menunjukkan hasil uji validitas bahwa dari 5 pernyataan pada variabel fasilitas (X2) terdapat 5 pernyataan yang valid. Dapat dilihat dari keseluruhan pernyataan yang dibuat dengan banyak nya data yang valid dan nilai (CITC) r-hitung > 0,3, artinya semua pernyataan fasilitas

sudah valid atau layak digunakan penulis dalam untuk mengukur variabel.

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X3)

Variabel	Pernyataan	r-hitung	Keterangan
Harga (X3)	X3.1	0,728	Valid
	X3.2	0,715	Valid
	X3.3	0,770	Valid
	X3.4	0,808	Valid

Sumber : Olahan data SPSS V.26 (Data Primer diolah 2023)

Berdasarkan tabel 4.7 Diatas menunjukkan hasil uji validitas bahwa dari 4 pernyataan pada variabel harga (X3) terdapat 4 pernyataan yang valid. Dapat dilihat dari keseluruhan pernyataan yang dibuat dengan banyak nya data yang valid dan nilai (CITC) r-hitung > 0,3, artinya semua pernyataan harga sudah valid atau layak digunakan penulis dalam untuk mengukur variabel.

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Variabel Aksesibilitas (X4)

Variabel	Pernyataan	r-hitung	Keterangan
Aksesibilitas (X4)	X4.1	0,512	Valid
	X4.2	0,671	Valid
	X4.3	0,716	Valid

Sumber : Olahan data SPSS V.26 (Data Primer diolah 2023

Berdasarkan tabel 4.8 Diatas menunjukkan hasil uji validitas bahwa dari 3 pernyataan pada variabel aksesibilitas (X4) terdapat 3 pernyataan yang valid. Dapat dilihat dari keseluruhan pernyataan yang dibuat dengan banyak nya data

yang valid dan nilai (CITC) r-hitung > 0,3, artinya semua pernyataan Aksesibilitas sudah valid atau layak digunakan penulis dalam untuk mengukur variabel.

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas Variabel Minat Wisatawan Y

Variabel	Pernyataan	r-hitung	Keterangan
Minat Wisatawan (Y)	Y.1	0,681	Valid
	Y.2	0,590	Valid
	Y.3	0,775	Valid
	Y.4	0,773	Valid
	Y.5	0,770	Valid
	Y.6	0,719	Valid
	Y.7	0,777	Valid

Sumber : Olahan data SPSS V.26 (Data Primer diolah 2023

Berdasarkan tabel 4.9 Diatas menunjukkan hasil uji validitas bahwa dari 7 pernyataan pada variabel Minat Wisatawan (Y) terdapat 7 pernyataan yang valid. Dapat dilihat dari keseluruhan pernyataan yang dibuat dengan banyak nya data yang valid dan nilai (CITC) r-hitung > 0,3, artinya semua pernyataan Minat Wisatawan sudah valid atau layak digunakan penulis dalam untuk mengukur variabel.

2) Uji Reliabilitas

Tabel 4.10
Hasil Uji Reliabilitas Daya Tarik (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.765	4

Sumber : Output SPSS Versi.26

Dari tabel 4.10 Diatas menunjukkan hasil uji reliabiltas pada variabel Daya Tarik (X1) dinyatakan *Reliable* karena memiliki nilai *Cronbach Alpha* hasil uji diatas adalah 0,765 > 0,6.

Tabel 4.11
Hasil Uji Reliabilitas Fasilitas (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.845	5

Sumber : Output SPSS Versi.26

Dari tabel 4.11 Diatas menunjukkan hasil uji reliabilitas pada variabel Fasilitas (X1) dinyatakan *Reliable* karena memiliki nilai *Cronbach Alpha* hasil uji diatas adalah 0,845 > 0,6.

Tabel 4.12
Hasil Uji Reliabilitas Harga (X3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.888	4

Sumber : Output SPSS Versi.26

Dari tabel 4.12 Diatas menunjukkan hasil uji realibiltas pada variabel Harga (X3) dinyatakan *Reliable* karena memiliki nilai *Cronbach Alpha* hasil uji diatas adalah 0,888 > 0,6.

Tabel 4.13
Hasil Uji Reliabilitas aksesibilitas (X4)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.789	3

Sumber : Output SPSS Versi.26

Dari tabel 4.14 Diatas menunjukkan hasil uji relialibiltas pada variabel Aksesibilitas (X4) dinyatakan *Reliable* karena memiliki nilai *Cronbach Alpha* hasil uji diatas adalah 0,789 > 0,6

Tabel 4.14
Hasil Uji Reliabilitas minat wisatawan (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.909	7

Sumber : Output SPSS Versi.26

Dari tabel 4.14 Diatas menunjukkan hasil uji realibiltas pada variable Minat Wisatawan (Y) dinyatakan *Reliable* karena memiliki nilai *Cronbach Alpha* hasil uji diatas adalah 0,909 > 0,6.

b. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan bagian dari uji asumsi klasik yang bertujuan untuk menguji apakah dalam model regrasi linear terdapat korelasi diantara data pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari gejala autokorelasi. Hasil pengujian uji autokorelasi pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.15 Berikut :

Tabel 4.15
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary[b]					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.838[a]	.703	.690	2.58144	1.857
a. Predictors: (Constant), X4, X3, X2, X1					
b. Dependent Variable: Y					

Sumber : Output SPSS Versi.26

Berdasarkan tabel 4.15 Diatas, diketahui nilai *Durbin-Watson* (DW) adalah sebesar 1,857. Menurut klasifikasi nilai DW bahwa nilai 1,55 – 2,45 yang artinya tidak ada autokorelasi.

2) Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah sebuah teknik untuk mengetahui apakah sampel yang diambil berasal dari populasi yang sama terdistribusi normal. Dalam pengujian dilakukan dengan menggunakan metode *"One Sample Kolmogorov-Smirnov Test"* sehingga diperoleh nilai probabilitas atau *Asymp.Sig. (2-Tailed)*, yaitu :

1. Jika nilai signifikan > 0,05 maka nilai residual berdistribusi normal.
2. Jika nilai signifikan < 0,05 maka nilai residual tidak berdistribusi normal.

Berdasarkan proses pengolahan data yang telah dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS terdapat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.16

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		98
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.52765010
Most Extreme Differences	Absolute	.077
	Positive	.064
	Negative	-.077
Test Statistic		.077
Asymp. Sig. (2-tailed)		.172[c]
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber : Output SPSS Versi.26

Berdasarkan uji normalitas pada tabel 4.13 diatas menunjukkan bahwa nilai signifikansi dari pengujian *sig* yaitu 0,172 > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

3) Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas adalah dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan (korelasi) yang signifikan diantara dua atau lebih variabel independen dalam model regresi. Deteksi adanya multikolinearitas dilakukan dengan menggunakan uji korelasi parsial antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolinearitas diantar variabel independent. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas dalam model regresi dapat dilihat dari

tolerance value atau Variance Inflation Factor (VIF) dan Tolerance, apabila nilai VIF kurang dari 10 dan Tolerance lebih dari 0,1 maka dinyatakan tidak terjadi multikoliniearitas (Purnomo, 2016). Hasil perhitungan diperoleh dari hasil nilai VIF dan tolerance sebagai berikut:

Tabel 4.17
Uji multikolinearitas

Coefficients[a]			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1	.420	2.379
	X2	.421	2.378
	X3	.562	1.781
	X4	.490	2.039
a. Dependent Variable: Y			

Sumber : Output SPSS Versi.26

Berdasarkan tabel 4.17 hasil uji multikolinearitas yang telah diolah dapat diketahui nilai dari VIF daya Tarik (X1) 2,379 < 10 dan nilai TOL 0,420 > 0,1 maka tidak terjadi masalah multikolinearitas. Nilai VIP Fasilitas (X2) 2,378 < 10 dan nilai TOL 0,421 > 0,1 maka tidak terjadi masalah multikolinearitas. Nilai VIP Harga (X3) 1,781 < 10 dan nilai TOL 0,562 > 0,1 maka tidak terjadi masalah multikolinearitas. Nilai VIF Aksesibilitas (X4) 2,039 < 10 dan nilai TOL 0,490 > 0,1 Dapat dijelaskan bahwa masing masing variabel tersebut tidak terjadi gejala multikolinearitas dan dapat disimpulkan dalam penelitian ini memenuhi syarat uji multikolinearitas.

4) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan masalah pada varian dari variabel gangguan yang tidak konstan sehingga estimator tidak lagi mempunyai varian yang minimum tetapi masih estimator yang linier dan tidak bias.[46] Pengambilan keputusan pada uji heteroskedastisitas adalah jika nilai signifikansi > 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Namun jika nilai signifikansi < 0,05 maka terjadi masalah heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas pada penelitian ini menggunakan metode uji *white* dan dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.18
Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Metode uji white

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.572	7.212		1.189	.238
	X001	-.830	.633	-.202	-1.311	.193
	X002	.756	.476	.245	1.588	.116
	X003	.703	.475	.197	1.479	.143
	X004	-1.290	.657	-.281	-1.964	.053
a. Dependent Variable: RES2						

Sumber:Hasil Olahan Data Angket Melalui SPSS Versi 26

Berdasarkan tabel hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji white dapat diambil kesimpulan bahwa nilai signifikan daya tarik sebesar 0,193. Hal ini berarti nilai signifikansi 0,193 > 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. nilai signifikan fasilitas sebesar 0,116. Hal ini berarti nilai signifikansi

[46] Widarjono Agus, *Ekonometrika: Pengantar dan Aplikasinya*, (Jakarta: Ekonosia, 2013), hal. 113

0,116 > 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. nilai signifikan harga sebesar 0,143. Hal ini berarti nilai signifikansi 0,143 > 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. nilai signifikan aksesibilitas sebesar 0,229. Hal ini berarti nilai signifikansi 0,053 > 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

c. Regresi linear berganda

Dalam penelitian ini, analisis regresi linear dilakukan untuk menganalisis pengaruh variabel independent penelitian ini adalah daya Tarik, fasilitas, arga dan aksesibilitas. Untuk mengetahui pengaruh terhadap variabel dependen yaitu minat wisatawan. Hasil analisis regresi linear berganda ditunjukan pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.19
Regresi linear berganda

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.905	1.824		1.044	.299
	X1	.367	.160	.200	2.293	.024
	X2	.283	.120	.205	2.352	.021
	X3	.386	.120	.242	3.210	.002
	X4	.712	.166	.346	4.282	.000
a. Dependent Variable: Y						

Sumber : Output SPSS Versi.26

Berikut adalah persamaan regresi linear berganda berdasar tabel diatas:

$$\mathbf{Y= a+b_1X_1+ b_2X_2+ b_3X_3+ b_4X_4}$$

$$\mathbf{Y= 1.905+0.367X_1+0.283X_2+0.386X_3+0.712X_4}$$

Berdasarkan hasil diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Konstanta sebesar 1.905, yang berarti saat nilai skor variabel bebas sama dengan 0. Maka nilai variabel minat wisatawan sebesar 1.905
2) Apabila daya Tarik meningkat sebesar satu satuan maka menyebabkan meningkat minat wisatawan sebesar 0,367 satuan. Atau apabila daya Tarik meningkat sebesar 1% maka menyebabkan peningkatan wisatawan sebesar 36,7%
3) Apabila fasilitas meningkat sebesar satu satuan maka menyebabkan meningkat minat wisatawan sebesar 0,283 satuan. Atau apabila fasilitas meningkat sebesar 1% maka menyebabkan peningkatan wisatawan sebesar 28,3%
4) Apabila harga meningkat sebesar satu satuan maka menyebabkan meningkat minat wisatawan sebesar 0,386 satuan. Atau apabila harga meningkat sebesar 1% maka menyebabkan peningkatan wisatawan sebesar 38,6%
5) Apabila aksesibilitas meningkat sebesar satu satuan maka menyebabkan meningkat minat wisatawan sebesar 0,712 satuan. Atau apabila aksesibilitas meningkat sebesar 1% maka menyebabkan peningkatan wisatawan sebesar 71,2%

d. Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan kontribusi variabel independen mempengaruhi variabel dependen.

Tabel 4.20
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary[b]				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.838[a]	.703	.690	2.58144
a. Predictors: (Constant), X4, X3, X2, X1				
b. Dependent Variable: Y				

Sumber : Output SPSS Versi.26

Berdasarkan tabel 4.20 diatas bahwa nilai koefisien determinan (R^2) sebesar 0,703 atau sebesar 70,3% yang berarti secara simultan adanya kontribusi dari variabel bebas terhadap variabel terikat sebesar 0,703 atau sebesar 70,3% dan sisanya sebesar 29,7% dipengaruhi oleh variabel lain yaitu promosi, kualitas pelayanan, citra perusahaan

e. Uji Hipotesis

1) Uji T

Uji hipotesis bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, sebagai pembanding untuk melihat pengaruh signifikan, maka digunakan kriteria taraf signifikan sebesar 5% (0,05) dan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel}. Adapun ketentuan mencari nilai t_{total} diperoleh dengan cara jumlah responden df=

98-4 = 94. Dilihat dari distribusi nilai t_{total} maka nilai t_{total} 1,98552. Dengan kriteria sebagai berikut :

1) Jika $t_{hitung} < t_{total}$ berarti H_o diterima dan H_a ditolak artinya tidak ada pengaruh positif dan signifikan Daya Tarik (X1), Fasilitas(X2), Harga(X3), Aksesibilitas (X4) terhadap Minat Wisatawan (Y)
2) Jika $t_{hitung} > t_{total}$ berarti H_o ditolak dan H_a diterima artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan Daya Tarik (X1), Fasilitas(X2), Harga(X3), Aksesibilitas (X4) terhadap Minat Wisatawan (Y)

Tabel 4.21
Hasil Uji T (Uji Parsial)

Model		T	Sig.
1	(Constant)	1.044	.299
	X1	2.293	.024
	X2	2.352	.021
	X3	3.210	.002
	X4	4.282	.000

Sumber : Output SPSS Versi.26

a) Berdasarkan hasil tabel 4.21 diatas hasil uji t dapat dijelaskan X1 Daya Tarik memiliki t_{hitung} sebesar 2.293 dan t_{tabel} 1,98552 dengan signifikan 0,024. Hal ini berarti 2.293 > 1,98552. Sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel X1 berpengaruh terhadap variabel Y. Dan cara lain untuk mengetahui hasil uji t yaitu dengan membandingkan angka signifikan dengan alfa, dimana

nilai signifikan < ∝ (alfa) yaitu 0,024 < 0,05 yang artinya menunjukkan pada kriteria bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan pada Daya Tarik (X1).

b) Berdasarkan hasil tabel 4.21 diatas hasil uji t dapat dijelaskan X2 Fasilitas memiliki t_{hitung} sebesar 2.352 dan t_{tabel} dengan signifikan 0,021. Hal ini berarti 2.352 > 1,98552. Sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel X2 berpengaruh terhadap variabel Y. Dan cara lain untuk mengetahui hasil uji t yaitu dengan membandingkan angka signifikan dengan alfa, dimana nilai signifikan < ∝ (alfa) yaitu 0,021 < 0,05 yang artinya menunjukkan pada kriteria bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan pada Fasilitas (X2).

c) Berdasarkan hasil tabel 4.21 diatas hasil uji t dapat dijelaskan X3 Harga memiliki t_{hitung} sebesar 3.210 dan t_{tabel} dengan signifikan 0,002. Hal ini berarti 3.210 > 1,98552. Sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel X3 berpengaruh terhadap variabel Y. Dan cara lain untuk mengetahui hasil uji t yaitu dengan membandingkan angka signifikan dengan alfa, dimana nilai signifikan < ∝ (alfa) yaitu 0,002 < 0,05 yang artinya menunjukkan pada kriteria bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan pada Harga (X3).

d) Berdasarkan hasil tabel 4.21 diatas hasil uji t dapat dijelaskan X4 Aksesibilitas memiliki t_{hitung} sebesar 4.282 dan t_{tabel} dengan signifikan 0,000. Hal ini berarti 4.282 > 1,98552. Sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel X4 berpengaruh terhadap variabel Y. Dan cara lain untuk mengetahui hasil uji t yaitu dengan membandingkan angka signifikan dengan alfa, dimana nilai signifikan < $\propto$ (alfa) yaitu 0,000 < 0,05 yang artinya menunjukkan pada kriteria bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan pada Aksesibilitas (X4)

2) Uji F

Uji koefisien regresi linear secara bersama-sama (Uji F) bertujuan untuk menguji signifikasi pengaruh beberapa variabel independent terhadap variabel dependen.

Tabel 4.22
Hasil Uji F (Uji Simultan)

ANOVA[a]						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1466.725	4	366.681	55.026	.000[b]
	Residual	619.734	93	6.664		
	Total	2086.459	97			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X4, X3, X2, X1						

Sumber : Output SPSS Versi.26

Berdasarkan tabel diatas angka Fhitung dari hasil perhitungan adalah sebesar 55.026. sedangkan Ftabel di hitung dengan ketentuan yaitu taraf signifikansi df= n-k-1 yaitu df = 98-

4-1= 93, maka dengan ketentuan tersebut diperoleh ftabel = 2.47, dengan demikian diperoleh Fhitung 55.026 dan Ftabel 2.47, karena Fhitung >Ftabel dan Tingkat signifikan <0,05 yaitu 0,000<0,05 maka ho ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa daya Tarik, fasilitas, harga, aksesibilitas berpengaruh secara signifikan terhadap minat wisatawan.

f. Pembahasan

1) Pengaruh daya tarik terhadap minat wisatawan di luak gadang.

Hasil penelitian menyatakan bahwa variabel daya Tarik (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat wisatawan. berdasarkan hasil regresi terlihat bahwa variabel daya Tarik (X1) memiliki nilai t_{hitung} sebesar 2.293 dan t_{tabel} 1,98552 dengan signifikan 0,024 < 0.05. Hal ini berarti 2.293 > 1,98552. Maka dapat dinyatakan bahwa H_0 ditolak H_a diterima. Sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel X1 berpengaruh positif terhadap variabel Y dan besar pengaruh variabel daya Tarik terhadap minat wisatawan sebesar 36,7%

Daya tarik di destinasi wisata luak gadang memiliki keindahan alam yang sangat menarik dengan adanya batu kars yang menjulang tinggi dan kolam ikan yang membuat destinasi wisata luak gadang menjadi tujuan wisata apalagi wisata luak gadang ini juga terdapat bukit yang bisa didaki oleh wisatawan yang suka tracking juga menjadi nilai dari daya tarik di destinasi

wisata luak gadang, maka dari itu daya tarik berpengaruh dan signifikan terhadap minat wisatawan.

Daya tarik wisata Menurut Happy Marpaung "adalah suatu bentukan dari aktifitas dan fasilitas yang berhubungan, yang dapat menarik minat wisatawan atau pengunjung untuk datang ke suatu daerah atau tempat tertentu". Daya tarik wisata adalah suatu lokasi yang mempunyai keindahan, keunikan, keaslian dan nilai yang dapat dijadikan sebagai tempat hiburan bagi orang yang berlibur dalam upaya memenuhi kebutuhan rohani dan menumbuhkan cinta keindahan alam.

Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian pada jurnal Anwani, yang hasil penelitiannya mengatakan bahwa daya Tarik terhadap minat wisatawan berpengaruh signifikan antara daya Tarik terhadap minat wisatawan,[47] dan juga sesuai dengan penelitian pada jurnal Poppy dan Altje, yang menyatakan bahwa hasil penelitiannya daya tarik berpengaruh signifikan terhadap minat wisatawan.[48]

Jadi, dapat disimpulkan bahwa penelitian yang dilakukan penulis sesuai dengan teori daya Tarik dan penelitian yang

[47] Anwani Anwani, 'Analisis Obyek Daya Tarik Wisata Dan Aksesbilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Pantai Baru Yogyakarta', *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12.1 (2021), 57–64 <https://doi.org/10.31294/khi.v12i1.10182>.

[48] Poppy Margaretith and others, *Pelayanan, Keamanan Dan Daya Tarik Mempengaruhi Minat Wisatawan Yang Berkunjung Ke Objek Wisata Alam Gunung Mahawu, Tomohon The Influence Of Services, Sefety And Attractiveness To Attract Tourist Who Visited Mahawu Volcano Mountain In Tom Ohon City*, *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 2016, XVI.

dilakukan oleh beberapa peneliti diatas bahwa daya Tarik berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat wisatawan.

2) Pengaruh fasilitas terhadap minat wisatawan di luak gadang

Berdasarkan hasil penelitian menyatakan bahwa hipotesis ini menunjukkan bahwa variabel fasilitas (X2) berpengaruh signifikan terhadap minat wisatawan berdasarkan hasil regresi terlihat bahwa variabel fasilitas (X2) memiliki t_{hitung} sebesar 2.352 dan t_{tabel} dengan signifikan 0,021. Hal ini berarti 2.352 > 1,98552. Maka dapat dinyatakan bahwa H_0 ditolak H_a diterima. Sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel X2 berpengaruh positif terhadap variabel Y dan besar pengaruh variabel fasilitsas terhadap minat wisatawan sebesar 28,3%.

Fasilitas di destinasi wisata luak gadang sudah tersedia seperti toilet, tempat parkir, tempat makan atau warung, dekat dengan mesjid, terdapat permainan anak-anak, sehingga wisatawan yang berwisata merasa nyaman dan berminat untuk mengunjungi destinasi wisata luak gadang meskipun masih perlu banyak yang harus dikembangkan oleh pengelola destinasi wisata luak gadang.

Menurut Utama (2017) menyatakan bahwa fasilitas wisata merupakan semua fasilitas utama maupun dasar yang memungkinkan sarana kepariwisataan dapat hidup dan berkembang dalam rangka memberikan pelayanan kepada para

wisatawan. Fasilitas pariwisata adalah semua jenis sarana yang secara khusus ditujukan untuk mendukung penciptaan kemudahan, kenyamanan, keselamatan wisatawan dalam melakukan kunjungan ke Destinasi Pariwisata. Sedangkan menurut Kotler mendefinisikan fasilitas sebagai segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh penjual jasa untuk kenyaman konsumen. Fasilitas merupakan sesuatu yang sangat penting dalam usaha jasa, oleh karena itu fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, kelengkapan desain interior dan eksterior serta kebersihan fasilitas harus dipertimbangkan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan konsumen secara langsung. Sehingga dengan adanya fasilitas yang lengkap membuat wisatawan menjadi berminat dalam melakukan wisata.

Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian pada jurnal Chintya Ones Charli and Della Asmaria Putri (2021), yang berjudul "Pengaruh Social Media Marketing, Fasilitas Wisata Dan Citra Destinasi Wisata Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung". Hasil penelitiannya mengatakan bahwa fasilitas terhadap minat wisatawan berpengaruh signifikan antara fasilitas terhadap minat wisatawan,[49] dan juga sesuai dengan

[49] Chintya Ones Charli and Della Asmaria Putri, 'Pengaruh Social Media Marketing, Fasilitas Wisata Dan Citra Destinasi Wisata Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung', *Jurnal Ekobistek*, 9.2 (2021), 40–48 <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v9i2.75>.

penelitian pada jurnal Dahmiri Dahmiri and Sylvia Kartika Wulan Bhayangkari (2022) yang berjudul "Pengaruh Promosi Visual, Fasilitas Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Candi Muaro Jambi". Menyatakan bahwa hasil penelitiannya fasilitas berpengaruh signifikan terhadap minat wisatawan.[50]

Jadi, dapat disimpulkan bahwa penelitian yang dilakukan penulis sesuai dengan teori fasilitas dan penelitian yang dilakukan oleh beberapa peneliti diatas bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat wisatawan.

3) Pengaruh harga terhadap minat wisatawan di luak gadang

Berdasarkan hasil penelitian menyatakan bahwa hipotesis ini menunjukkan bahwa variabel harga (X3) berpengaruh signifikan terhadap minat wisatawan berdasarkan hasil regresi terlihat bahwa variabel harga (X3) memiliki t_{hitung} sebesar 3.210 dan t_{tabel} dengan signifikan 0,002. Hal ini berarti 3.210 > 1,98552. Maka dapat dinyatakan bahwa H_0 ditolak H_a diterima. Sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel X3 berpengaruh positif terhadap variabel Y dan besar pengaruh variabel harga terhadap minat wisatawan sebesar 38,6%.

[50] Dahmiri Dahmiri and Sylvia Kartika Wulan Bhayangkari, 'Pengaruh Promosi Visual, Fasilitas Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Candi Muaro Jambi', *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 11.04 (2022), 1069–79 <https://doi.org/10.22437/jmk.v11i04.21858>.

Harga di destinasi wisata luak gadang ini sangatlah terjangkau, wisatawan yang ingin berwisata di luak gadang hanya cukup membayar masuk secara sukarela dengan tersedianya kotak yang disediakan oleh pengelola dan juga wisatawan hanya membayar parkir untuk parkir motor 2000 dan parkir mobil 5000. Dengan harga yang terbilang sangat terjangkau hanya membayar sukarela membuat wisatawan menjadi tertarik untuk mengunjungi destinasi wisata luak gadang.

Harga adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa. Dalam arti luas harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan yang dimiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Jadi harga merupakan satu-satunnya elemen dalam menentukan pangsa pasar dan keuntungan suatu Perusahaan.[51] Jika harga disuatu destinasi tidak tinggi maka wisatawan akan berminat untuk mengunjungi destinasi apalagi di luak gadang harga masuk tidak dipungut biaya hanya membayar seikhlasnya. Menurut Kotler dan Amstrong (2012) harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai

[51] Sudiyono, Maris Kurniawati, and Rita Indah Mustikowati, *Manajemen Pemasaran Usaha Wisata*, *Manajemen Pemasaran Usaha Wisata*, 2018.

yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian pada jurnal Mohamad Rizal and others (2021) yang berjudul "Pengaruh Fasilitas Wisata, Promosi Dan Harga Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung Pada Wisata Wego Lamongan". Hasil penelitiannya mengatakan bahwa harga terhadap minat wisatawan berpengaruh signifikan antara harga terhadap minat wisatawan,[52] dan juga sesuai dengan penelitian pada jurnal Ahmad Mudzakir Hafidzi (2022) yang berjudul "Pengaruh Harga Dan Sarana Pariwisata Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung Di Taman Nasional Tanjung Puting Kotawaringin Barat Kalimantan Tengah", yang menyatakan bahwa hasil penelitiannya harga berpengaruh signifikan terhadap minat wisatawan.[53]

Jadi, dapat disimpulkan bahwa penelitian yang dilakukan penulis sesuai dengan teori harga dan penelitian yang dilakukan oleh beberapa peneliti diatas bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat wisatawan.

[52] Mohamad Rizal and others, 'Pengaruh Fasilitas Wisata, Promosi Dan Harga Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung Pada Wisata Wego Lamongan', 4.2 (2021), P.

[53] Ahmad Mudzakir Hafidzi, *Pengaruh Harga Dan Sarana Pariwisata Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung Di Taman Nasional Tanjung Puting Kotawaringin Barat Kalimantan Tengah, Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 2022, XVIII.

4) Pengaruh aksesibilitas terhadap minat wisatawan di luak gadang

Berdasarkan hasil penelitian menyatakan bahwa hipotesis ini menunjukkan bahwa variabel aksesibilitas (X4) berpengaruh signifikan terhadap minat wisatawan berdasarkan hasil regresi terlihat bahwa variabel aksesibilitas (X4) memiliki t_{hitung} sebesar 4.282 dan t_{tabel} dengan signifikan 0,000. Hal ini berarti 4.282 > 1,98552. Maka dapat dinyatakan bahwa H_0 ditolak H_a diterima. Sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel X4 berpengaruh positif terhadap variabel Y dan besar pengaruh variabel aksesibilitas terhadap minat wisatawan sebesar 71,2%.

Aksesibilitas jalan menuju destinasi wisata luak gadang sudah bagus, akan tetapi didestinasi wisata luak gadang ini berada didalam perkampungan dan juga tidak terdapat kendaraan umum untuk menuju ke destinasi wisata luak gadang. Untuk menuju ke destinasi wisata luak gadang tidak ada terdapat petunjuk arah, akan tetapi wisatawan dapat mencari lokasi jalan menuju ke destinasi wisata luak gadang menggunakan google map.

Aksesbilitas adalah suatu ukuran kenyamanan atau kemudahan mengenai cara lokasi tata guna lahan berinteraksi satu sama lain dan mudah atau susahnya lokasi tersebut dicapai melalui sistem jaringan transportasi.

Suwantoro (2015) menyatakan bahwa aksesibilitas adalah merupakan salah satu aspek penting yang mendukung pengembangan pariwisata, karena menyangkut pengembangan lintas sektoral. Tanpa dihubungkan dengan jaringan transportasi tidak mungkin sesuatu obyek wisata mendapat kunjungan wisatawan. Obyek wisata merupakan akhir perjalanan wisata dan harus memenuhi syarat aksesibilitas, artinya objek wisata harus mudah dicapai dan dengan sendirinya juga mudah ditemukan.

Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian pada jurnal Anju Pardamean Pasaribu and Tri Utari Ismayuni (2023) yang berjudul " Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Di Objek Wisata Taman Eden 100", Hasil penelitiannya mengatakan bahwa aksesibilitas terhadap minat wisatawan berpengaruh signifikan antara aksesibilitas terhadap minat wisatawan,[54] dan juga sesuai dengan penelitian pada jurnal Rifa Khairunnisa and Novera Martilova (2023) yang berjudul "Analisis Pengaruh Harga Tiket Dan Aksesibilitas Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung Pada Objek Wisata Puncak Lawang Kabupaten Agam", yang menyatakan bahwa hasil penelitiannya

[54] Anju Pardamean Pasaribu and Tri Utari Ismayuni, 'Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Di Objek Wisata Taman Eden 100', *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 17.1 (2023), 510 <https://doi.org/10.35931/aq.v17i1.1806>.

aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap minat wisatawan.[55]

Jadi, dapat disimpulkan bahwa penelitian yang dilakukan penulis sesuai dengan teori aksesibilitas dan penelitian yang dilakukan oleh beberapa peneliti diatas bahwa aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat wisatawan.

5) Pengaruh daya Tarik, fasilitas, harga, dan aksesibilitas secara simultan terhadap minat wisatawan

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukan bahwa variabel daya Tarik (X1), fasilitas (X2), harga (X3),aksesibilitas (X4) berpengaruh secara simultan terhadap minat wisatawan. Diperoleh angka F_{hitung} dari hasil perhitungan adalah sebesar 55.026. sedangkan F_{tabel} di hitung dengan ketentuan yaitu taraf signifikansi df= n-k-1 yaitu df = 98-4-1= 93, maka dengan ketentuan tersebut diperoleh f_{tabel} = 2.47, dengan demikian diperoleh F_{hitung} 55.026 dan F_{tabel} 2.47, karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan Tingkat signifikan <0,05 yaitu 0,000<0,05 maka ho ditolak h_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa daya Tarik, fasilitas, harga, aksesibilitas berpengaruh secara signifikan terhadap minat wisatawan. Selain itu diperoleh nilai koefisien

[55] Rifa Khairunnisa and Novera Martilova, 'Analisis Pengaruh Harga Tiket Dan Aksesibilitas Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung Pada Objek Wisata Puncak Lawang Kabupaten Agam', *JEBI: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1.6 (2023), 854–70.

determinasi (R^2) sebesar 0,703 atau sebesar 70,3% yang berarti secara simultan adanya kontribusi dari variabel bebas terhadap variabel terikat sebesar 0,703 atau sebesar 70,3% dan sisanya sebesar 29,7% dipengaruhi oleh variabel lain yaitu promosi, kualitas pelayanan, citra perusahaan.

Dikarenakan adanya daya tarik yang menarik dan indah, fasilitas yang tersedia, harga yang terjangkau dan aksesibilitas jalan menuju ke luak gadang sudah bagus maka hal tersebut sangat berpengaruh terhadap minat wisatawan berkunjung di destinasi wisata luak gadang.

Hal ini sejalan dengan penelitian pada jurnal nurbaeti, dkk, yang hasil penelitiannya mengatakan bahwa hasil regresi daya Tarik, fasilitas, harga, dan aksesibilitas terhadap minat wisatawan secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel variabel dependen (Minat Wisatawan).[56] dan juga sesuai dengan penelitian pada jurnal rut setia dan apriyanti yang menyatakan bahwa variabel daya Tarik, harga dan aksesibilitas berpengaruh secara simultan terhadap variabel minat berkunjung wisata,[57] dan penelitian pada jurnal diah, dkk yang menyatakan bahwa

[56] Nurbaeti Nurbaeti and others, 'Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesbilitas, Harga Dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Danau Cipondoh, Kota Tangerang', *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 10.2 (2021), 269 <https://doi.org/10.23887/jish-undiksha.v10i2.33456>.

[57] Fakultas Ekonomi dan Bisnis and Rut Setia Rini, *Simba Seminar Inovasi Majemen Bisnis Dan Akuntansi 4 Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi (Simba) 4 Pengaruh Daya Tarik, Aksesbilitas, Harga, Dan Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Pada Wisata Lembah Wilis Madiun*, 2022.

variabel daya Tarik, fasilitas dan harga berpengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel minat kunjungan.[58]

Dapat disimpulkan bahwa hasil dari penelitian yang dilakukan oleh penulis variabel daya Tarik (X1), fasilitas (X2), harga (X3) dan aksesibilitas (X4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat wisatawan (Y), yang mana uji simultan H_o ditolak H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa daya Tarik, fasilitas, harga, aksesibilitas berpengaruh secara signifikan terhadap minat wisatawan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan pada penelitian ini yang berjudul Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Wisatawan berkunjung Di Destinasi Wisata Luak Gadang Jorong Guguak Rang Pisang, Nagari Kamang Hilia, Kecamatan Kamang Magek Kabupaten Agam maka dapat disimpulkan yaitu:

1. Daya Tarik (X1) sangat berpengaruh positif terhadap minat wisatawan karena $t_{hitung} > t_{table}$ yang mana t_{hitung} sebesar 2.293 > t_{tabel} 1.98552 sehingga daya Tarik berpengaruh positif terhadap minat wisatawan.

[58] Pengaruh Daya Tarik and others, *Seminar Nasional Ke-Indonesiaan VIII*, 2023.

2. Fasilitas (X2) sangat berpengaruh positif terhadap minat wisatawan karena $t_{hitung} > t_{table}$ yang mana t_{hitung} sebesar 2.352 > t_{tabel} 1.98552 sehingga daya Tarik berpengaruh positif terhadap minat wisatawan.
3. Harga (X3) sangat berpengaruh positif terhadap minat wisatawan karena $t_{hitung} > t_{table}$ yang mana t_{hitung} sebesar 3.210 > t_{tabel} 1.98552 sehingga daya Tarik berpengaruh positif terhadap minat wisatawan.
4. Aksesibilitas (X4) sangat berpengaruh positif terhadap minat wisatawan karena $t_{hitung} > t_{table}$ yang mana t_{hitung} sebesar 4.282 > t_{tabel} 1.98552 sehingga daya Tarik berpengaruh positif terhadap minat wisatawan.
5. Daya Tarik(X1), Fasilitas (X2), Harga(X3), Aksesibilitas(X4) sangat berpengaruh positif terhadap minat wisatawan (Y) karena diperoleh F_{hitung} 55.026 dan F_{tabel} 2.47, karena F_{hitung} 55.026 > F_{tabel} 2.47 dan Tingkat signifikan <0,05 yaitu 0,000<0,05 maka ho ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa daya Tarik, fasilitas, harga, aksesibilitas berpengaruh secara signifikan terhadap minat wisatawan.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka dapat penulis kemukakan saran sebagai berikut:

1. Daya tarik objek wisata Luak Gadang sangat menarik, pemandangannya indah, terdapat batu karst yang menjadi keunikan bagi objek ini, juga terdapat taman bunga, serta jauh dari pusat kota yang menjadikan Luak Gadang indah, nyaman, sejuk dan jauh dari polusi udara. Dengan adanya daya tarik ini penulis berharap dapat dilestarikan dan dikembangkan

lebih lanjut untuk menjadikan Luak Gadang sebagai destinasi wisata baik bagi wisatawan lokal maupun mancanegara.

2. Fasilitas yang ada didestinasi wisata luak gadang ini sudah tersedia seperti tempat ibadah, toilet, tempat parkir, permainan anak-anak. Hanya saja untuk parkir roda empat hanya cukup beberapa mobil saja. Maka dari itu penulis berharap agar fasilitas yang ada di luak gadang ini dapat dikembangkan lagi dan diperbarui agar wisatawan juga merasa nyaman dalam berwisata.
3. Untuk harga di destinasi wisata luak gadang ini terbilang sangat murah karena destinasi wisata ini tidak menggunakan tiket masuk. Maka dari itu penulis menyarankan agar destinasi wisata luak gadang dibuatkan tiket untuk menambah pemasukan dari pengelolaan luak gadang sehingga luak gadang dapat terus berkembang.
4. Aksesibilitas jalan menuju destinasi luak gadang sudah bagus akan tetapi dikarenakan wisata ini jauh dari keramaian dan pusat kota, membuat wisatawan kurang mengetahui keberadaan luak gadang. Untuk transportasi umum menuju ke luak gadang ini tidak ada. Transportasi umum hanya sampai jorong pintu koto, kemudian disambung dengan ojek hingga ke destinasi luak gadang. Maka dari itu saran dari penulis agar tersedianya transportasi umum untuk menuju ke luak gadang sehingga wisatawan yang tidak memiliki kendaraan dapat berwisata ke luak gadang.

5. Minat wisatawan akan meningkat apabila daya Tarik, fasilitas, harga dan aksesibilitas dapat dikembangkan dan diperbarui oleh pengelola destinasi wisata luak gadang.

DAFTAR PUSTAKA

Algifari. *Statistik Induktif Untuk Ekonomi Dan Bisnis,* (Yogyakarta : Upp Ampykpn Edisi Ke Ii)

Andina, S. A., & Aliyah, I. (2021*). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Wisatawan Dalam Mengunjungi Wisata Budaya Candi Borobudur*. Jurnal Cakra Wisata,

Anwani, Anwani, 'Analisis Obyek Daya Tarik Wisata Dan Aksesbilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Pantai Baru Yogyakarta', *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12.1 (2021), 57–64 <Https://Doi.Org/10.31294/Khi.V12i1.10182>

August Ferdinand. 2014. *Metode Penelitian Manajement (5.Ed*). Jawa Tengah: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Azman, H. A., & Elsandra, Y. (2020). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Kunjungan Berulang Wisatawan Milenial Ke Bukittinggi*. Amar (Andalas Management Review), 4(1), Https://Doi.Org/10.25077/Amar.4.1.1-17.2020

Charli, Chintya Ones, And Della Asmaria Putri, 'Pengaruh Social Media Marketing, Fasilitas Wisata Dan Citra Destinasi Wisata Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung', *Jurnal Ekobistek*, 9.2 (2021), 40–48 <Https://Doi.Org/10.35134/Ekobistek.V9i2.75>

Dahmiri, Dahmiri, And Sylvia Kartika Wulan Bhayangkari, 'Pengaruh Promosi Visual, Fasilitas Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Candi Muaro Jambi', *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 11.04 (2022), 1069–79 <Https://Doi.Org/10.22437/Jmk.V11i04.21858>

Daya Tarik, Pengaruh, Harga Tiket, Dan Pelayanan Objek Wisata Terhadap Minat Kunjungan Ke Pantai Caruban Kabupaten Rembang Diah Ayu Wulandari, And Dan Aryan Eka Prastya Nugraha, *Seminar Nasional Ke-Indonesiaan Viii*, 2023

Ekonomi Dan Bisnis, Fakultas, And Rut Setia Rini, *Simba Seminar Inovasi Majemen Bisnis Dan Akuntansi 4 Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi (Simba) 4 Pengaruh Daya Tarik, Aksesbilitas, Harga, Dan Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Pada Wisata Lembah Wilis Madiun*, 2022

Fatwa Dewan Syariah Mui, 'Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia No: 108/Dsn-Mui/X/2016 Tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah', *Journal Of Chemical Information*

And Modeling, 53.9 (2016), 6–9

Ferdinand. 2014. *Metode Penelitian Manajement (5.Ed).* Jawa Tengah: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. 2013. *Aplikasi Analisis Dengan Program Ibm Spss21 Edisi 7*. Semarang: Universitas Diponegoro

Hafidzi, Ahmad Mudzakir, *Pengaruh Harga Dan Sarana Pariwisata Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung Di Taman Nasional Tanjung Puting Kotawaringin Barat Kalimantan Tengah*, *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 2022, XVIII

Hamdani Dan Lupiyoadi. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat

Happy Marpaung. 2016. *Pengetahuan Kepariwisataan*. Bandung : Arfino Jaya.

Isdarmanto, *Dasar Dasar Kepariwisataan Dan Pengelolaan Destinasi Pariwisata*, *Gerbang Media Aksara Dan Stipram*, 2017 <Http://Perpus.Univpancasila.Ac.Id/Repository/Ebupt190173.Pdf>

Khairunnisa, Rifa, And Novera Martilova, 'Analisis Pengaruh Harga Tiket Dan Aksesibilitas Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung Pada Objek Wisata Puncak Lawang Kabupaten Agam', *Jebi: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1.6 (2023), 854–70

Kotler. (2013). *Manajemen Pemasaran* Jilid 2. In Penerbit Erlangga.

Margaretith, Poppy, Nivranti Sondakh[1], Altje Tumbel[2] [1,2], Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, And Dan Bisnis, *Pelayanan, Keamanan Dan Daya Tarik Mempengaruhi Minat Wisatawan Yang Berkunjung Ke Objek Wisata Alam Gunung Mahawu, Tomohon The Influence Of Services, Sefety And Attractiveness To Attract Tourist Who Visited Mahawu Volcano Mountain In Tomohon City*, *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 2016, XVI

Marpaung, B, *Pengaruh Daya Tari, Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Keselamatan Dengan Kepuasan Wisatawan Sebagai Variable Interventing Terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan. Mpu Procuration : Jurnal Penelitian Manajemen, 1* (2). 2019

[1]Misbahuddin Dan Iqbal Hasan. *Analisis Data Penelitian Dengan Statistic*.(Jakarta : Pt. Bumi Aksara, 2013)

Nurbaeti, Nurbaeti, Myrza Rahmanita, Heny Ratnaningtyas, And Amrullah Amrullah, 'Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesbilitas, Harga Dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Danau Cipondoh, Kota Tangerang', *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 10.2 (2021), 269

<Https://Doi.Org/10.23887/Jish-Undiksha.V10i2.33456>

Pasaribu, Anju Pardamean, And Tri Utari Ismayuni, 'Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Di Objek Wisata Taman Eden 100', *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 17.1 (2023), 510 <Https://Doi.Org/10.35931/Aq.V17i1.1806>

Priyadi, Unggul. 2016. *Pariwisata Syariah: Prospek & Perkembangan*. Yogyakarta: Upp Stim Ykpn,

Purba, M. L., & Simarmata, G. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Budaya Terhadap Daya Tarik Dan Minat Berkunjung Ke Wistaa Percut. 2018, (*Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen), 5(1)*

Rahayu, F. S., Budiyanto, D., Dan Palyama, D. 2017. *Analisis Penerimaan E-Learning Menggunakan Technology Acceptance Model (Tam)* (Studi Kasus: Universitas Atma Jaya Yogyakarta). Jurnal Terapan Teknologi Informasi, 1(2),

Rizal, Mohamad, Nur Irawan, Levia Inggrit Sayekti, Ratna Ekasari, Universitas Islam Lamongan, Jawa Lamongan, And Others, 'Pengaruh Fasilitas Wisata, Promosi Dan Harga Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung Pada Wisata Wego Lamongan', 4.2 (2021), P

Rusydi Dan Fitri. 2020. Variable Belajar. Medan : Cv Pusdikra Mitra Jaya

Slameto.2015.Belajar Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya. Jakarta : Rineka Cipta

Sudiyono, Maris Kurniawati, And Rita Indah Mustikowati, *Manajemen Pemasaran Usaha Wisata*, *Manajemen Pemasaran Usaha Wisata*, 2018

Sugiyono, Djoko, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, *Penerbit Alfabeta*, 2013

Sunaryo Bambang, 2013, Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata. Penerbit Gava Media.

Suwantoro, Gamal. 2015. Dasar-Dasar Pariwisata. Yogyakarta:1 Andi.

Suwena, I. K., & Widyatmaja, I. G. (2017). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Pustaka Larasan.

Syafrida Hafni Sahir, 2021, *Metodologi Penelitian*, Medan : Kbm Indonesia.

Tjiptono, F. 2014. *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Dan Penelitian.* Yogyakarta : Andi Offset.

Umam. 2021. *Pengertian Harga: Fungsi, Jenis, Tujuan Dan Contohnya*. Gramedia

Utama Dan Ni Made. *Metode Penelitian Pariwisata Dan Perhotelan*, 2012,

Utama I Gusti Bagus Rai.*Pemasaran Pariwisata*.2017.

Uu Ri Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan

Widodo, Widodo. *Metodologi Populer & Praktis*.(Jakarta : Pt. Rajagrafindo Persada, 2017),

Yoeti, Oka A. 2016. *Pengantar Pariwisata*. Bandung: Angkasa.

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SJECH M. DJAMIL DJAMBEK BUKITTINGGI
Nomor : 344.6/In.26.3/PP.00.9/09/2023
Tentang
Penunjukan Dosen Pembimbing Skripsi Mahasiswa Program Studi S1 Pariwisata Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Membaca : Lembaran Pengajuan Judul Proposal Skripsi dan Penetapan Pembimbing oleh Ketua Program S1 Pariwisata Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi an. **Firah Annisa Auliah Chanya** NIM. **3520015** tanggal 29 September 2023

Menimbang :
a. bahwa untuk lebih terarah dan terkoordinirnya penulisan Skripsi mahasiswa UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, maka perlu ada Pembimbing.
b. bahwa nama yang tersebut dibawah ini, dipandang cakap dan mampu untuk diangkat sebagai Pembimbing.

Mengingat :
1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2003 Nomor 47, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomr 4286);
2 Undang-Undang No. 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 158, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomr 5336);
3 Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 16, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomr 5500);
4 Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2019 tentang Pendidikan Tinggi Keagamaan, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 120, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomr 6263);
5 Peraturan Presiden RI No. 85 Tahun 2022 tentang Perubahan Institut Agama Islam Negeri Bukittinggi menjadi Universitas Islam Negeri Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 135).
6 Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 76 Tahun 2022 tentang Organisasi dan Tata Kerja Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi (Berita Negara Republik IndonesiaTahun 2022 Nomor 1233);
7 Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 83 Tahun 2022 tentang Statuta Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 1288);

MEMUTUSKAN

Menetapkan :
Pertama : Menyetujui Outlines, Daftar Kepustakaan bagi Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul **" Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Wisatawan Berkunjung Ke Destinasi Wisata Luak Gadang Jorong Guguak Rang Pisang Nagari Kamang Hilia Kecamatan Kamang Magek Kabupaten Agam "**

Kedua : Menunjuk saudara :

Nama	:	**Amsah Hendri Doni, SE, ME**
NIDN	:	2001028702
Pangkat/Gol.Ruang	:	Lektor
Bidang Keahlian Pokok	:	Ilmu Ekonomi
Memberi Mata Kuliah	:	Pengantar Statistik
Untuk Tugas	:	Pembimbing

Ketiga : Masa penulisan skripsi minimal selama 4 (empat) bulan sejak SK Pembimbing dikeluarkan.

Keempat : Apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam penetapan ini, akan diubah dan diperbaiki kembali sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Bukittinggi
Pada Tanggal : 29 September 2023

DESI EKA PUTERI

Tembusan :
1. Pembimbing;
2. Mahasiswa yang bersangkutan

LAMPIRAN 2

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SJECH M. DJAMIL DJAMBEK BUKITTINGGI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Kampus II : Jalan Gurun Aur Kubang Putih
Kabupaten Agam - Sumatera Barat - Telpon / Fax : (0752) 22875
Website : https://febi.uinbukittinggi.ac.id | E-mail : febi@uinbukittinggi.ac.id

Nomor : B-3836/Un.26.3/TL.00/12/2023 07 Desember 2023
Lamp. : -
Hal : **Mohon Izin Penelitian**

Yth. Pimpinan/Pengelola Objek Wisata Luak Gadang
Jorong Guguak Rang Pisang Nagari Kamang Hilia
Kec. Kamang Magek Kab.Agam

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dengan hormat, dalam rangka mengumpulkan data untuk penyusunan skripsi bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, kami harapkan bapak/ibu untuk dapat kiranya memberi kesempatan melakukan penelitian kepada mahasiswa dibawah ini:

Nama	: **Firah Annisa Auliah Chanya**
NIM	: 3520015
Semester	: VII (Tujuh)
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi	: Pariwisata Syariah
Judul Skripsi	: ***"Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Wisatawan Berkunjung Di Destinasi Wisata Luak Gadang Jorong Guguak Rang Pisang Nagari Kamang Hilia Kecamatan Kamang Magek Kabupaten Agam "***
Lokasi Penelitian	: Objek Wisata Luak Gadang Jorong Guguak Rang Pisang Nagari Kamang Hilia Kec. Kamang Magek Kab.Agam
Waktu	: 07 Desember 2023 s.d 07 Januari 2024

Demikian disampaikan, atas bantuannya diaturkan terima kasih.

Dekan

Dr. Hasi Eka Puteri, SE, M.Si
NIP. 197409082006042002

LAMPIRAN 3

Bukittinggi, 9 Desember 2023

Perihal : Persetujuan Izin Penelitian

Kepada Yth :
Ibu Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri SMDD Bukittinggi
di-
Tempat

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

Alhamdulillah, salam dan do'a semoga kita semua selalu dalam lindungan Allah SWT dan dimudahkan dalam menjalankan aktivitas. Aamiin

Menindaklanjuti surat permohonan izin penelitian pada tanggal 07 Desember 2023 perihal : Mohon Izin Penelitian, dengan ini kami menyetujui permohonan izin penelitian Mahasiswa/i pada tanggal 07 Desember 2023 s/d 07 Januari 2024, dengan data Mahasiswa/i sebagai berikut :

Nama	: **Firah Annisa Auliah Chanya**
NIM	: 3520015
Semester	: VII (Tujuh)
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi	: Pariwisata Syariah
Judul Skripsi	: **"Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Wisatawan Berkunjung Di Destinasi Wisata Luak Gadang Jorong Guguak Rang Pisang Nagari Kamang Hilia Kecamatan Kamang Magek Kabupaten Agam "**
Lokasi Penelitian	: Objek Wisata Luak Gadang Jorong Guguak Rang Pisang Nagari Kamang Hilia Kec. Kamang Magek Kab.Agam

Demikian kami sampaikan, Atas perhatian dan kerja samanya diucapkan Terima kasih.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Wali Jorong Guguak Rang Pisang



Jun Midwar

LAMPIRAN 4

KUISIONER PENELITIAN

Assalamualaikum wr. wb

Saya Firah Annisa Auliah Chanya Mahasiswi UIN SMDD Bukittinggi Program Studi Pariwisata Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam bermaksud mengadakan penelitian dalam rangka penyelesaian skripsi dengan judul "**Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Wisatawan Berkunjung Di Destinasi Wisata Luak Gadang, Jorong Guguak Rang Pisang, Nagari Kamang Hilia, Kecamatan Kamang Magek, Kabupaten Agam"**

A. Petunjuk Pengisian

Pilihlah salah satu jawaban yang dianggap paling tepat dan beri tanda silang (X) pada pilihan jawaban anda.

B. Karakteristik Responden

1. **Nama :**
2. **Umur :**
   a. ≤ 19 tahun
   b. 20-35 tahun
   c. 36-50 tahun
   d. ≥ 50 tahun
3. **Jenis kelamin :**
   a. Laki-laki
   b. Perempuan
4. **Pekerjaan :**
   a. Pelajar / Mahasiswa
   b. Pegawai negeri
   c. Pegawai swasta
   d. Wiraswasta
   e. Lainnya
5. **Pendidikan terakhir**
   a. SMP
   b. SMA/SMK

c. DIPLOMA III
d. S1/S2/S3

C. Kuisioner Penelitian

Pernyataan berikut merupakan penentu faktor faktor yang mempengaruhi minat wisatawan di destinasi wisata luak gadang. Beri tanda *checklist* (√) salah satu alternative jawaban yang sesuai dengan minat wisatawan, untuk jawaban dari pernyataan point A (Daya Tarik), point B (Fasilitas), point C (Harga), point D (Aksesibilitas) dan point E (Minat Wisatawan) sebagai berikut:

SS : Sangat Setuju
S : Setuju
SD : Sedang
TS : Tidak Setuju
STS : Sangat Tidak Setuju

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
	A. Daya Tarik					
1	Luak gadang memiliki keunikan cinderamata					
2	Luak gadang memiliki keindahan alam yang sangat menarik					
3	Masyarakat di destinasi luak gadang memiliki keramahtamahan kepada wisatawan yang berkunjung					
4	destinasi luak gadang memiliki udara yang sejuk					
	B. Fasilitas					
1	Perencanaan ruang atau penempatan fasilitas yang sudah baik					
2	Ketersediaan perlengkapan seperti meja kursi dan hotspot area yang sudah memadai					
3	tata warna interior fasilitas membuat wisatawan menjadi nyaman					
4	Penempatan Papan informasi atau penunjuk arah sudah sangat tepat dan jelas.					
5	Tempat ibadah, toilet dan internet yang tersedia dan memadai					
	C. Harga					
1	Di luak gadang harga masuk (tiket) yang sangat terjangkau2					
2	Harga yang diberikan sangat sesuai dengan keindahan, kebersihan dan sarana dan prasarana di luak gadang					
3	Harga tiket masuk dapat bersaing dengan wisata lain					

4	Harga yang dikeluarkan sangat sesuai dengan rasa puas dan rekreasi yang di dapat					
	D. Aksesibilitas					
1	Informasi yang di promosikan atau yang dipublikasikan mengenai luak gadang lengkap					
2	Akses menuju destinasi luak gadang sangat mudah di lalui					
3	Tempat parkir yang tersedia sangat luas dan memadai					
	E. Minat					
1	Produk yang ada di destinasi wisata luak gadang apakah menarik minat wisatawan					
2	Dengan adanya harga yang terjangkau luak gadang apakah wisatawan berminat berkunjung ke destinasi ini					
3	Pelayanan yang ada di destinasi luak gadang membuat wisatawan menjadi berminat dalam berkunjung					
4	Fasilitas atau sarana dan prasarana di destinasi luak gadang membuat konsumen berminat dalam berkunjung					
5	Destinasi luak gadang merupakan preferensial (pilihan utama) ketika berwisata					
6	Informasi mengenai luak gadang mudah di dapatkan oleh wisatawan					
7	Saya akan menyarankan destinasi luak gadang kepada orang lain					

LAMPIRAN 5

Nama	Umur	Jenis kelamin	Pekerjaan	Pendidikan terakhir	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X4.1	X4.2	X4.3	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7
miftahul	20-35 tahun	Perempuan	Pelajar/mahasiswa	SMA/SMK	2	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3
asqhalani	20-35 tahun	Laki-laki	Pelajar/mahasiswa	SMA/SMK	2	5	5	5	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	2	2	4	4	4	4	4	4
fyona	20-35 tahun	Perempuan	Pelajar/mahasiswa	SMA/SMK	3	3	3	5	3	3	3	3	3	5	5	5	5	3	5	3	5	5	3	3	3	3	3
lidya	20-35 tahun	Perempuan	Pelajar/mahasiswa	SMA/SMK	4	5	5	5	3	3	4	5	2	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	3	3	5
Weni Arsika	20-35 tahun	Perempuan	Pelajar/mahasiswa	SMA/SMK	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3
Ricca	20-35 tahun	Perempuan	Lainnya	S1/S2/S3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4
Rumiahti	20-35 tahun	Perempuan	Pelajar/mahasiswa	SMA/SMK	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Chairun Nisya Nasution	20-35 tahun	Perempuan	Pelajar/mahasiswa	SMA/SMK	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5
Sabrina Hasti yuselvy	20-35 tahun	Perempuan	Pelajar/mahasiswa	SMA/SMK	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3
Siti hawa wihel	20-35 tahun	Perempuan	Pelajar/mahasiswa	SMA/SMK	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4
Boki	20-35 tahun	Laki-laki	Lainnya	S1/S2/S3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
Melia Putri	20-35 tahun	Perempuan	Pelajar/mahasiswa	SMA/SMK	3	4	3	5	3	4	4	4	3	4	5	4	4	5	3	4	3	4	4	4	2	2	3
Ledi Aulia Rusda	20-35 tahun	Perempuan	Pelajar/mahasiswa	SMA/SMK	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Agnes safitri	20-35 tahun	Perempuan	Pelajar/mahasiswa	SMA/SMK	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4
Ummu Athiah	20-35 tahun	Perempuan	Lainnya	S1/S2/S3	1	5	5	5	5	3	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4
Fadila yurahman	20-35 tahun	Perempuan	Pelajar/mahasiswa	S1/S2/S3	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5
Yulia Diva Putri	20-35 tahun	Perempuan	Pelajar/mahasiswa	SMA/SMK	3	4	3	4	3	2	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Akmal Saleh	20-35 tahun	Laki-laki	Pelajar/mahasiswa	S1/S2/S3	2	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3
Vera Dhita	20-35 tahun	Perempuan	Pelajar/mahasiswa	SMA/SMK	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3
Wani	20-35 tahun	Perempuan	Pelajar/mahasiswa	S1/S2/S3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
aerlangga	20-35 tahun	Laki-laki	Pelajar/mahasiswa	SMA/SMK	3	3	4	5	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	5	4	4	4
Riski Murdani	20-35 tahun	Laki-laki	Pelajar/mahasiswa	SMA/SMK	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Puan nabilla	20-35 tahun	Perempuan	Pelajar/mahasiswa	SMA/SMK	1	2	2	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	4	4	4	4	3	3	3	4	4	2
Rahma Alya	20-35 tahun	Perempuan	Pelajar/mahasiswa	SMA/SMK	4	4	3	5	3	4	4	3	5	4	4	3	3	4	5	5	3	4	4	3	3	4	4
Novita khairani	20-35 tahun	Perempuan	Wiraswasta	Diploma	3	5	5	5	4	3	4	4	5	5	5	4	5	5	3	5	4	5	5	5	4	4	5
Rafi Irnanda	20-35 tahun	Laki-laki	Pelajar/mahasiswa	S1/S2/S3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5
Ridha Rahmani	20-35 tahun	Perempuan	Pelajar/mahasiswa	SMA/SMK	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	5	4
Siti Hadija umbalak	20-35 tahun	Perempuan	Pelajar/mahasiswa	SMA/SMK	5	5	5	5	3	3	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
Nadiyatul Fitri	20-35 tahun	Perempuan	Pelajar/mahasiswa	S1/S2/S3	3	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5
Rissi Okta zakilla	20-35 tahun	Perempuan	Pelajar/mahasiswa	SMA/SMK	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Muhammad Ridwan	20-35 tahun	Laki-laki	Pelajar/mahasiswa	SMA/SMK	3	5	4	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4
Annisa nilam sari	20-35 tahun	Perempuan	Pelajar/mahasiswa	S1/S2/S3	3	5	4	4	3	4	4	4	2	5	4	5	4	3	5	4	4	5	4	4	4	3	4
Titta cantik	20-35 tahun	Perempuan	Pelajar/mahasiswa	S1/S2/S3	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4
Fauzi. S	20-35 tahun	Laki-laki	Pegawai swasta	SMA/SMK	3	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
Romli	20-35 tahun	Laki-laki	Wiraswasta	S1/S2/S3	4	4	4	4	4	2	3	4	2	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4
Umi Kalsum	20-35 tahun	Perempuan	Lainnya	SMA/SMK	4	4	4	4	4	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Hatifa	20-35 tahun	Perempuan	Lainnya	SMP	4	5	4	5	4	3	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4
Husain Umbalak	20-35 tahun	Laki-laki	Wiraswasta	SMA/SMK	5	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
Nurul umi Kalsum	20-35 tahun	Perempuan	Pelajar/mahasiswa	S1/S2/S3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
vira tiffany selly	20-35 tahun	Perempuan	Pelajar/mahasiswa	S1/S2/S3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Zainab	20-35 tahun	Perempuan	Pelajar/mahasiswa	SMA/SMK	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	5	4	4	5	5
Winny Puji Astuti	20-35 tahun	Perempuan	Lainnya	S1/S2/S3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
Yusuf wihel	20-35 tahun	Perempuan	Wiraswasta	SMA/SMK	4	5	5	5	5	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
Abdul khadir	20-35 tahun	Laki-laki	Pelajar/mahasiswa	SMA/SMK	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
Fino kurnia putra	20-35 tahun	Laki-laki	Lainnya	SMA/SMK	3	4	4	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3
Sri Wahyuni ningsih	20-35 tahun	Perempuan	Lainnya	S1/S2/S3	3	5	4	5	3	3	3	3	3	5	5	5	5	3	4	4	3	5	4	3	3	3	4
Elisa Putri	20-35 tahun	Perempuan	Pegawai swasta	S1/S2/S3	4	4	4	5	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	5	3	3	3	3	3
Dede Dwiana	20-35 tahun	Perempuan	Lainnya	S1/S2/S3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
is	≥ 50 tahun	Perempuan	Lainnya	SMA/SMK	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	3	3	2	3	4	5	4	5	5	4	5

delmawanis	≥ 50 tahun	Perempuan	Lainnya	SMA/SMK	2	4	5	5	4	3	4	3	2	5	3	4	4	3	2	2	4	3	4	4	3	2	5
murniati	≥ 50 tahun	Perempuan	Lainnya	SMP	3	5	4	5	4	3	4	5	4	4	4	4	4	3	3	2	5	4	5	4	4	3	4
Linda	≥ 50 tahun	Perempuan	Lainnya	SMA/SMK	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4
chan	≥ 50 tahun	Perempuan	Lainnya	Diploma	4	5	5	5	4	3	3	3	3	5	5	5	5	3	3	4	5	4	5	4	3	4	5
lona afriza	36-50 tahun	Perempuan	Wiraswasta	SMA/SMK	4	5	5	5	4	4	4	4	3	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4

rahmad	36-50 tahun	Laki-laki	Wiraswasta	SMA/SMK	4	5	5	5	5	3	3	4	5	4	5	5	5	5	4	3	5	4	5	4	5	4	5
silvia roza	36-50 tahun	Perempuan	Wiraswasta	SMA/SMK	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	4	5	5	5	5	4
aulia	36-50 tahun	Perempuan	Lainnya	SMA/SMK	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	3	5	5	4	5
fandy	36-50 tahun	Laki-laki	Wiraswasta	SMA/SMK	2	5	4	5	3	4	4	4	4	5	5	5	5	3	2	3	4	4	5	4	4	5	5
rina	36-50 tahun	Perempuan	Lainnya	SMA/SMK	4	4	4	4	5	4	4	3	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5
irfan hakim	20-35 tahun	Laki-laki	Pelajar/mahasiswa	SMA/SMK	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	3	3	5	2	2	2	3	3	3	2	2	3
rajab irfandi	20-35 tahun	Laki-laki	Pelajar/mahasiswa	SMA/SMK	4	3	3	4	4	4	4	4	5	3	3	4	3	4	3	4	4	5	4	4	3	3	3
sartika	20-35 tahun	Perempuan	Pelajar/mahasiswa	SMA/SMK	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
nursya'diah	20-35 tahun	Perempuan	Pelajar/mahasiswa	SMA/SMK	4	3	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	3	4	4	5	4	5	3	2	3
syaiful	20-35 tahun	Laki-laki	Pelajar/mahasiswa	SMA/SMK	4	4	4	4	3	4	3	3	5	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4
elsa julia	20-35 tahun	Perempuan	Pelajar/mahasiswa	SMA/SMK	3	3	4	3	4	2	3	3	4	5	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3
dita fitriani	20-35 tahun	Perempuan	Pelajar/mahasiswa	SMA/SMK	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
nasywa	20-35 tahun	Perempuan	Pelajar/mahasiswa	SMA/SMK	4	4	3	4	3	2	3	3	3	4	4	4	4	3	3	2	3	4	3	3	3	3	4
aerlanga	20-35 tahun	Laki-laki	Pelajar/mahasiswa	SMA/SMK	3	4	4	5	3	3	2	3	3	3	4	4	3	3	2	2	3	4	3	3	2	2	3
marlina	20-35 tahun	Perempuan	Pelajar/mahasiswa	SMA/SMK	2	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	2	2	3
nurul atika	20-35 tahun	Perempuan	Pelajar/mahasiswa	SMA/SMK	2	4	4	4	2	3	4	4	5	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	5	4	4	4
chiara	20-35 tahun	Perempuan	Pelajar/mahasiswa	SMA/SMK	2	5	5	5	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3
delilah	20-35 tahun	Perempuan	Pelajar/mahasiswa	SMA/SMK	3	4	5	5	3	4	4	3	3	5	5	4	4	3	5	5	4	5	3	3	3	3	4
suci	20-35 tahun	Perempuan	Pelajar/mahasiswa	SMA/SMK	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	4	5	5	4	4	4	4	4	4
fitri yanti	20-35 tahun	Perempuan	Pelajar/mahasiswa	SMA/SMK	4	5	4	5	3	3	4	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	3	4	5
yuniati	20-35 tahun	Perempuan	Pelajar/mahasiswa	SMA/SMK	3	5	5	5	5	4	5	5	3	5	4	4	4	3	4	3	5	4	4	4	3	3	5
dea	20-35 tahun	Perempuan	Pelajar/mahasiswa	SMA/SMK	3	5	5	5	4	3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3
farhan	20-35 tahun	Laki-laki	Wiraswasta	SMA/SMK	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	5
gema	≤19 tahun	Laki-laki	Pelajar/mahasiswa	SMP	2	4	4	4	4	3	3	2	2	5	5	5	5	2	2	2	3	4	3	3	3	3	3
Yumma	≤19 tahun	Perempuan	Pelajar/mahasiswa	SMP	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	1	2	2	4	4	3	3	3	3
Ririn	≤19 tahun	Perempuan	Pelajar/mahasiswa	SMP	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
hasyim	≤19 tahun	Laki-laki	Pelajar/mahasiswa	SMP	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5
ipal	≤19 tahun	Laki-laki	Pelajar/mahasiswa	SMA/SMK	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
nur sakila	≤19 tahun	Perempuan	Pelajar/mahasiswa	SMA/SMK	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4
amirsa	≤19 tahun	Laki-laki	Pelajar/mahasiswa	SMA/SMK	5	4	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3
alfan	≤19 tahun	Laki-laki	Pelajar/mahasiswa	SMA/SMK	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4
farhan abi	≤19 tahun	Laki-laki	Pelajar/mahasiswa	SMA/SMK	4	4	4	3	3	3	4	3	5	4	3	4	3	3	4	4	3	5	4	3	4	5	4
ridhan	≤19 tahun	Laki-laki	Pelajar/mahasiswa	SMA/SMK	5	5	4	3	4	5	5	4	3	5	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	5
ratu	≤19 tahun	Perempuan	Pelajar/mahasiswa	SMA/SMK	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	5	4	4	4	4	5
puti dirgahayu	≤19 tahun	Perempuan	Pelajar/mahasiswa	SMA/SMK	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5
hazim	≤19 tahun	Laki-laki	Pelajar/mahasiswa	SMA/SMK	4	4	4	4	2	4	5	4	4	2	4	2	2	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4

sidiq rifai	≤19 tahun	Laki-laki	Pelajar/mahasiswa	SMA/SMK	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4
egitri	≤19 tahun	Laki-laki	Pelajar/mahasiswa	SMA/SMK	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5
agel	≤19 tahun	Laki-laki	Pelajar/mahasiswa	SMA/SMK	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
aira	≤19 tahun	Perempuan	Pelajar/mahasiswa	SMA/SMK	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5
dedek latif	≤19 tahun	Laki-laki	Pelajar/mahasiswa	SMA/SMK	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5
billa	20-35 tahun	Perempuan	Wiraswasta	SMA/SMK	1	4	4	4	3	4	2	3	2	5	5	5	5	5	2	2	2	3	3	3	2	3	3
herman	≥ 50 tahun	Laki-laki	Pegawai swasta	SMA/SMK	4	4	4	4	4	3	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
Lina	36-50 tahun	Perempuan	Lainnya	SMA/SMK	4	4	4	5	3	3	3	3	3	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5

LAMPIRAN 5

Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase %
<19	18	18,36
20-35 tahun	68	69,4
35-50 tahun	7	7,14
>50 tahun	5	5,10
Total	98	100

Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin	Frekuensi	Persentase %
Laki-laki	32	32,65
Perempuan	66	67,35
Total	98	100

Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan	Frekuensi	Persentase %
SMP	6	6,12
SMA/SMK	70	71,43
DIPLOMA	2	2,04
S1/S2/S3	20	20,41
TOTAL	98	100

Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase %
Pelajar / mahasiswa	66	67,34
Pegawai Negeri	0	0
Pegawai swasta	2	2,04
Wiraswasta	11	11,22
Lainnya	19	19,4
TOTAL	98	100

LAMPIRAN 6

Hasil Uji Validitas Variabel Daya Tarik (X1)

Variabel	Pernyataan	(CITC) r-hitung	Keterangan
Daya Tarik (X1)	X1.1	0,323	Valid
	X1.2	0,742	Valid
	X1.3	0,684	Valid
	X1.4	0,611	Valid

Hasil Uji Validitas Variabel Fasilitas (X2)

Variabel	Pernyataan	r-hitung	Keterangan
Fasilitas (X2)	X2.1	0,588	Valid
	X2.2	0,639	Valid
	X2.3	0,752	Valid
	X2.4	0,722	Valid
	X2.5	0,585	Valid

Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X3)

Variabel	Pernyataan	r-hitung	Keterangan
Harga (X3)	X3.1	0,728	Valid
	X3.2	0,715	Valid
	X3.3	0,770	Valid
	X3.4	0,808	Valid

Hasil Uji Validitas Variabel Aksesibilitas (X4)

Variabel	Pernyataan	r-hitung	Keterangan
Aksesibilitas (X4)	X4.1	0,512	Valid
	X4.2	0,671	Valid
	X4.3	0,716	Valid

Hasil Uji Validitas Variabel Minat Wisatawan Y

Variabel	Pernyataan	r-hitung	Keterangan
Minat Wisatawan (Y)	Y.1	0,681	Valid
	Y.2	0,590	Valid
	Y.3	0,775	Valid
	Y.4	0,773	Valid
	Y.5	0,770	Valid
	Y.6	0,719	Valid
	Y.7	0,777	Valid

LAMPIRAN 7

Hasil Uji Reabilitas Daya Tarik (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.765	4

Hasil Uji Reabilitas **Fasilitas (X2)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.845	5

Hasil Uji Reabilitas Harga (X3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.888	4

Hasil Uji Reabilitas aksesibilitas (X4)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.789	3

Hasil Uji Reabilitas minat wisatawan (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.909	7

LAMPIRAN 8

Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary[b]					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson

1	.838[a]	.703	.690	2.58144	1.857
a. Predictors: (Constant), X4, X3, X2, X1					
b. Dependent Variable: Y					

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		98
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.52765010
Most Extreme Differences	Absolute	.077
	Positive	.064
	Negative	-.077
Test Statistic		.077
Asymp. Sig. (2-tailed)		.172[c]
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Uji multikolinearitas

Coefficients[a]			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1	.420	2.379
	X2	.421	2.378
	X3	.562	1.781
	X4	.490	2.039
a. Dependent Variable: Y			

Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Metode uji white

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.572	7.212		1.189	.238
	X001	-.830	.633	-.202	-1.311	.193
	X002	.756	.476	.245	1.588	.116
	X003	.703	.475	.197	1.479	.143
	X004	-1.290	.657	-.281	-1.964	.053
a. Dependent Variable: RES2						

LAMPIRAN 9

Regresi linear berganda

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.905	1.824		1.044	.299
	X1	.367	.160	.200	2.293	.024
	X2	.283	.120	.205	2.352	.021
	X3	.386	.120	.242	3.210	.002
	X4	.712	.166	.346	4.282	.000
a. Dependent Variable: Y						

LAMPIRAN 10

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary[b]				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.838[a]	.703	.690	2.58144
a. Predictors: (Constant), X4, X3, X2, X1				
b. Dependent Variable: Y				

LAMPIRAN 11

Hasil Uji T (Uji Parsial)

Model		T	Sig.
1	(Constant)	1.044	.299
	X1	2.293	.024
	X2	2.352	.021
	X3	3.210	.002
	X4	4.282	.000

Hasil Uji F (Uji Simultan)

ANOVA[a]						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1466.725	4	366.681	55.026	.000[b]
	Residual	619.734	93	6.664		
	Total	2086.459	97			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X4, X3, X2, X1						

LAMPIRAN 12

GAMBAR 1 PERMOHONAN IZIN KE WALI JORONG



GAMBAR 2 PENELITIAN KELAPANGAN












GAMBAR 3 PENELITIAN AWAL



CURRICULUM VITAE



Nama	**: FIRAH ANNISA AULIAH CHANYA**
Nim	**: 3520015**
Tempat/Tgl Lahir	**: PERAWANG, 11 JANUARI 2002**
Jenis Kelamin	**: PEREMPUAN**
Agama	**: ISLAM**
Alamat	**: JL.AR.Hakim GG Hidayat,**
No Hp	**: 082112015185**

Pendidikan Formal

UIN SJECH M. DJAMIL DJAMBEK BUKITTINGGI
Bukittinggi S1 Pariwisata Syariah – Semester 7, **2020 – Sekarang**

SMA NEGERI 5 TUALANG
Perawang, Jurusan IPA 2017 – 2020

SMPS YPPI PERAWANG 2014 – 2017

SDS YPPI PERAWANG 2008 – 2014

Pengalaman

- **Magang di Hotel Ambun Suri Bukittinggi** tahun 2023

Pengalaman Organisasi

- **Himpunan Mahasiswa Program Studi Pariwisata Syariah** (sebagai anggota bidang internal) tahun 2022.
- **Dewan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam** (sebagai anggota litbang) tahun 2023

Kemampuan

- **Komputer** : Microsoft Word, Microsoft Exel, Microsoft Power Point.
- **Canva**

Minat

- **Traveling**