

BAB I

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Indonesia merupakan Negara yang memiliki banyak potensi alam yang indah, dimana Indonesia memiliki sekitar 17.508 pulau besar dan pulau kecil, luas laut yang mencapai sekitar 3,1 juta km², dan luas wilayah darat 1,91 juta km². Oleh karena itu Indonesia dapat disebut sebagai Negara yang kaya akan sumber daya alamnya. Indonesia juga dikenal menjadi salah satu Negara yang memiliki banyak pengunjung baik wisatawan domestik maupun wisatawan manca Negara. Di karenakan banyaknya fenomena alam yang identik dengan sejarah. Hampir seluruh provinsi di Indonesia memiliki tempat wisata alam yang didalamnya terdapat sejarah yang bisa ditemukan.

Salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki banyak tempat wisata alam bersejarah yaitu Sumatera Utara. Provinsi Sumatera Utara tidak bisa lepas dari destinasi wisata Danau Toba di Pulau Samosir yang indah. Danau Toba menjadi salah satu destinasi terpopuler di Sumatera Utara, yang selalu menarik para wisatawan domestik ataupun mancanegara untuk berkunjung. Saat berkunjung para wisatawan tidak hanya melihat indahnya panorama yang ada di Danau Toba tetapi juga bisa melihat tempat-tempat wisata yang ada disekitar seperti Batu gantung, Lembah bakkara, Gunung pusuk buhit, Desa wisata tomok, dan Sipinsur.



Gambar 1.1 Geosite Sipinsur

Salah satu objek wisata yang mendapat banyak perhatian dari pemerintah daerah di Sumatera Utara adalah Objek Wisata Geosite Sipincur. Geosite Sipincur merupakan objek wisata alam di tepian Danau Toba, tepatnya di desa Pearung Kecamatan Paranginan, Kabupaten Humbang Hasundutan, provinsi Sumatera Utara, Indonesia. Geosite Sipincur dikembangkan oleh pemerintah Kabupaten Humbang Hasundutan pada tahun 2012. Banyak wisatawan yang sering berkunjung untuk menikmati suasana keindahan sekitar Danau Toba dan dua Pulau Sibandang dari posisi Geosite Sipincur yang berada di ketinggian 1.231 mdpl. Kawasan wisata alam yang pernah menjadi viral karena Presiden Jokowi dan Ibu Iriana pada tahun 2019 lalu. Kemudian pada bulan Agustus tahun yang sama, objek wisata Danau Toba secara resmi menjadi bagian dari UGG. Pasca peresmian ini, sebanyak 16 area geosite sekitar Danau Toba terus berkembang hingga sekarang, termasuk geosite yang satu ini. Tempat wisata ini juga memiliki cerita sejarah yang dapat ditemukan oleh para wisatawan. Ketertarikan wisatawan untuk berkunjung ke tempat wisata tersebut bukan hanya karena sejarah yang ada didalamnya, tetapi karena adanya dari faktor-faktor lainnya. Faktor yang mempengaruhi minat wisatawan dalam berkunjung ke suatu objek wisata. Diantaranya adalah faktor daya tarik wisata, fasilitas wisata dan pelayanan minat berkunjung. Dalam penelitian ini penulis berfokus pada tiga hal, yaitu daya tarik wisata, fasilitas wisata dan pelayanan terhadap minat berkunjung.

Kotler dan Keller (2014), menambahkan bahwa minat berkunjung merupakan tindakan konsumen dalam memilih atau memutuskan berkunjung pada suatu obyek wisata berdasarkan pada pengalaman dalam berwisata.

Salah satu cara untuk menarik minat berkunjung wisatawan adalah daya tarik wisata. Daya tarik wisata ini meliputi keanekaragaman produk dan jasa yang ditawarkan, agar pengunjung memiliki banyak pilihan produk dan jasa yang berkualitas. Panorama sekitar, pengenalan budaya, maupun wisata buatan dapat menjadi daya tarik utama yang bisa dikembangkan. Hal ini dapat mempengaruhi minat wisatawan terhadap daya tarik wisata yang ada. Semakin baik potensi daya tarik wisata, akan semakin memperkuat daya tarik wisata tersebut. Salah satu daya tarik dari wisata alam Geosite Sipincur adalah pemandangan menawan Danau Toba, hutan pinus yang hijau dan rindang, taman bermain anak, berudara sejuk,

spot foto, kolam, dan daya tarik tersendiri bagi para wisatawan dan menjadi salah satu pilihan tempat yang dikunjungi untuk menghabiskan liburan bersama keluarga.



Gambar1.2 Daya Tarik wisata

Fasilitas wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan. Oleh sebab itu, ketersediaan dan pengelolaan fasilitas wisata merupakan salah satu hal yang sangat penting dalam suatu destinasi wisata. Fasilitas wisata ini digunakan oleh wisatawan untuk menjamin kepuasan yang maksimal dalam memperlancar kegiatan berwisata. Menurut Samseng dalam Sulistiyana (2015) dijelaskan bahwa salah satu hal penting dalam mengembangkan pariwisata adalah melalui fasilitas (kemudahan). Fasilitas wisata yang disediakan oleh pihak pemerintah dan juga pihak masyarakat tidak hanya memperhatikan kuantitas penyediaan, fasilitas juga perlu diperhatikan dalam penyediaan maupun pengelolaan di Objek Wisata Geosite Sipinsur. Penyediaan dan pengelolaan fasilitas wisata ini disesuaikan dengan standar minimal yang ada, baik dalam peraturan penyediaan fasilitas wisata maupun teori-teori yang menjelaskan pedoman penyediaan fasilitas. Fasilitas wisata geosite sipinsur tersedianya toilet, tempat parkir, tempat duduk, Menara pandang, tempat bermain anak-anak, kolam renang, penginapan, fotografer, café, dan toko oleh-oleh untuk para pemburu kuliner dan keamanan wahana wisata, yang membuat pengunjung betah dan ingin tinggal lebih lama.

Pelayanan merupakan setiap tindakan/ kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, dengan tujuan memenuhi kebutuhan produk maupun jasa sesuai dengan keinginan wisatawan.

Berikut merupakan data terkait jumlah wisatawan dan pengunjung yang berkunjung ke Objek Wisata Geosite Sipinsur :

Tabel 1.1
Data Jumlah Wisatawan Yang Berkunjung Ke Objek Wisata Geosite Sipinsur

Tahun	Jumlah Wisatawan Domestik	Jumlah Wisatawan Mancanegara
2018	112. 580 jiwa	64 jiwa
2019	121. 442 jiwa	450 jiwa
2020	100.83 jiwa	72 jiwa
2021(Januari, s.d Juni)	69.085 jiwa	-

Sumber: Dinas Pariwisata dan kebudayaan Humbang Hasundutan,Oktober 2022

Berdasarkan tabel di atas dapat dinilai bahwa jumlah kunjungan wisatawan pada wisata Geosite Sipinsur pada tahun 2018-2021 mengalami fluktuasi yang mana pada tahun 2018 jumlah wisatawan domestik 112.580 jiwa, wisatawan Mancanegara 64 jiwa dan pada tahun berikutnya tahun 2019 wisatawan Domestik mengalami peningkatan sebanyak 121.442 jiwa, Wisatawan Mancanegara sebanyak 450 jiwa. Pada tahun 2020 jumlah wisatawan mengalami penurunan dikarenakan covid-19 sebanyak wisatawan domestik 100.83 jiwa, wisatawan mancanegara 72 jiwa. Pada tahun berikutnya tahun 2021 jumlah pengunjung mengalami penurunan yang cukup drastis sebanyak 69.085 jiwa.

Hasil pra survey tentang daya tarik wisata, fasilitas wisata,pelayanan dan minat berkunjung pada destinasi wisata geosite sipinsur february 2023 dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.2. Daya Tarik, Fasilitas, Pelayanan, dan Minat Berkunjung pada Wisata Geosite Sipinsur

No	Pertanyaan	Ya (%)	Tidak (%)	Total (%)
1	Apakah Wisata Geosite Sipinsur sudah memiliki daya tarik yang menarik?	92,5% (37 orang)	7,5% (3 orang)	100%
2	Apakah fasilitas Wisata Geosite Sipinsur sudah terpenuhi sesuai kebutuhan wisatawan?	75% (30 orang)	25% (10 orang)	100%
3	Apakah orang-orang yang bekerja di Objek Geosite Sipinsur sudah memberikan pelayanan yang baik?	90% (36 orang)	10% (4 orang)	100%
4	Apakah saudara berniat berkunjung ke Wisata Geosite Sipinsur	95% (38 orang)	5% (2 orang)	100%

Sumber: Hasil Pra-Survey, 2023

Berdasarkan hasil pra-survei terhadap 40 pengunjung Wisata Geosite Sipinsur dengan memberikan pertanyaan “Apakah Wisata Geosite Sipinsur sudah memiliki daya tarik yang menarik?”. Hasil dari pra-survey menunjukkan bahwa sebagian besar wisatawan 92.5% menjawab bahwa Wisata Geosite Sipinsur sudah memiliki daya tarik yang menarik. Sedangkan sebagian wisatawan 7.5% menjawab bahwa Wisata Geosite Sipinsur tidak memiliki daya tarik yang menarik. Dari hasil pra survey di atas dapat disimpulkan bahwa wisata geosite sipinsur memiliki keindahan dan daya tarik yang menarik dibandingkan tempat wisata lain.

Berdasarkan hasil pra-survey terhadap 40 wisatawan Geosite Sipinsur dengan memberikan pertanyaan “Apakah fasilitas wisata geosite sipinsur sudah

terpenuhi sesuai kebutuhan wisatawan?”. Hasil prasurvei menunjukkan bahwa sebagian wisatawan 75% menjawab bahwa fasilitas wisata geosite sipinsur sudah terpenuhi sesuai kebutuhan wisatawan. Sedangkan sebagian wisatawan 25% menjawab bahwa fasilitas wisata geosite sipinsur tidak terpenuhi sesuai kebutuhan wisatawan. Dari hasil pra survey di atas dapat disimpulkan bahwa geosite sipinsur memiliki fasilitas wisata yang baik.

Berdasarkan hasil pra-survey terhadap 40 wisatawan geosite sipinsur dengan memberikan pertanyaan “Apakah orang-orang yang bekerja di objek geosite sipinsur sudah memberikan pelayanan yang baik?”. Hasil prasurvei menunjukkan bahwa sebagian wisatawan 90% menjawab bahwa pelayanan wisata geosite sipinsur sudah terpenuhi sesuai kebutuhan wisatawan. Sedangkan sebagian lagi wisatawan 10% menjawab bahwa pelayanan wisata geosite sipinsur tidak terpenuhi sesuai kebutuhan wisatawan. Dari hasil pra survey di atas dapat disimpulkan bahwa pelayanan di wisata geosite sipinsur sangat baik.

Berdasarkan hasil pra-survey kepada 40 wisatawan Geosite Sipinsur dengan memberikan pertanyaan terbuka mengenai “Apakah saudara berniat berkunjung ke wisata geosite sipinsur?”. Hasil prasurvei menunjukkan bahwa sebagian besar wisatawan 95% menjawab bahwa mereka berniat berkunjung ke wisata geosite sipinsur sudah terpenuhi sesuai kebutuhan wisatawan. Sedangkan sebagian lagi wisatawan 5% menjawab bahwa mereka berniat berkunjung ke wisata geosite sipinsur. Dari hasil pra survey di atas dapat disimpulkan bahwa minat berkunjung wisata geosite sipinsur sangat tinggi. Pertanyaannya adalah apakah minat berkunjung yang tinggi itu karena daya tarik wisata, fasilitas wisata dan pelayanan yang ada pada wisata geosite sipinsur?.

Dari penjelasan di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul, **“Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas Wisata, Dan Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Pada Destinasi Wisata Geosite Sipinsur”**.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian maka rumusan masalah penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh daya tarik wisata terhadap minat berkunjung ke Destinasi Wisata Geosite Sipinsur?

2. Bagaimana pengaruh fasilitas wisata terhadap minat berkunjung ke Destinasi Wisata Geosite Sipinsur?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung ke Destinasi Wisata Geosite Sipinsur?
4. Bagaimana pengaruh daya tarik wisata, fasilitas wisata, dan pelayanan terhadap minat berkunjung ke Destinasi Wisata Geosite Sipinsur?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh daya tarik wisata terhadap minat berkunjung di Destinasi Wisata Geosite Sipinsur.
2. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas wisata terhadap minat berkunjung di Destinasi Wisata Geosite Sipinsur.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung di Destinasi Wisata Geosite Sipinsur.
4. Untuk mengetahui pengaruh daya tarik wisata, fasilitas wisata, dan kualitas pelayanan, terhadap minat berkunjung di Destinasi Wisata Geosite Sipinsur.

Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu bahan acuan untuk digunakan sebagai berikut :

1. Bagi penulis
Setelah melakukan penelitian ini penulis berharap pengetahuan mengenai pertimbangan yang dapat meningkatkan kepuasan pengunjung dapat bertambah dan dapat berguna jika diterapkan dalam dunia kerja kelak.
2. Bagi Universitas HKBP Nomenzen Medan
Diharapkan karya tulis ini dapat dijadikan bahan studi literatur dan tambahan koleksi perpustakaan yang bermanfaat untuk mahasiswa dan pembaca lain yang ingin meneliti tentang pemasaran pariwisata.
3. Bagi Pengelola Desa Wisata Geosite Sipinsur

Diharapkan mampu menjadi pertimbangan untuk perbaikan fasilitas dan kualitas pelayanan yang berdampak pada peningkatan jumlah pengunjung akibat meningkatnya kepuasan pengunjung.

BAB II

LANDASAN TEORI

Pariwisata

Pariwisata berasal dari bahasa sansekerta yaitu *Pari* yang berarti banyak, penuh atau berputar-putar, dan *wisata* yaitu perjalanan, jadi pariwisata adalah perjalanan dari satu tempat ke tempat lain. Definisi lain mengatakan bahwa pariwisata adalah suatu kegiatan yang berhubungan dengan perjalanan untuk rekreasi, pelancongan, *tourisme*. Kepariwisataan adalah suatu aktivitas manusia yang dilakukan secara sadar yang mendapat pelayanan secara bergantian diantara orang-orang dari daerah lain untuk sementara waktu mencari kepuasan yang beraneka ragam dan berbeda dengan apa yang di alaminya, dimana ia memperoleh pekerjaan tetap. Pariwisata adalah kunci keberhasilan dalam hal meningkatkan penerimaan daerah, pariwisata berperan meningkatkan perekonomian suatu negara, baik sebagai sumber penerimaan devisa maupun penciptaan lapangan kerja. Sektor pariwisata akan membantu proses pembangunan dan pengembangan wilayah sebagai sumber pendapatan daerah. Menurut Ekanayake and Aubrey (2012:15), promosi potensi pariwisata merupakan strategi ampuh dalam meningkatkan perekonomian daerah. Dari beberapa pengertian pariwisata di atas dapat dikatakan bahwa pariwisata adalah suatu kegiatan yang berhubungan dengan perjalanan untuk rekreasi yang dilakukan ke suatu tempat di luar dari daerah nya yang bersifat sementara yang dalam kegiatan itu telah disediakan fasilitas-fasilitas yang dibutuhkan oleh pihak pemerintah, swasta, dan masyarakat sekitar lingkungan tempat wisata.

Jenis-jenis Pariwisata

Menurut Pendit (dalam Utama, 2017:144), pariwisata dapat dibedakan menurut motif wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat. Jenis-jenis pariwisata tersebut adalah sebagai berikut.

a. Wisata Budaya

Wisata budaya adalah suatu kegiatan mengadakan kunjungan atau peninjauan ke tempat lain atau ke luar negeri, mempelajari keadaan rakyat,

kebiasaan dan adat istiadat mereka, cara hidup mereka, budaya dan seni mereka.

b. Wisata Industri

Perjalanan yang dilakukan oleh rombongan pelajar atau mahasiswa, atau orang-orang awam ke suatu kompleks atau daerah perindustrian dimana terdapat pabrik-pabrik atau bengkel-bengkel besar dengan maksud dan tujuan untuk melakukan peninjauan atau penelitian termasuk dalam golongan wisata industri ini. Hal ini banyak dilakukan di negara-negara yang telah maju perindustriannya dimana masyarakat berkesempatan mengadakan kunjungan ke daerah-daerah atau kompleks-kompleks pabrik industri berbagai jenis barang yang dihasilkan secara massal di negara itu.

c. Wisata Sosial

Wisata sosial adalah pengorganisasian suatu perjalanan murah serta mudah untuk memberi kesempatan kepada golongan masyarakat ekonomi lemah untuk melakukan perjalanan, seperti misalnya bagi kaum buruh, pemuda, pelajar atau mahasiswa, petani dan sebagainya. Organisasi ini berusaha untuk membantu mereka yang mempunyai kemampuan terbatas dari segi finansialnya untuk mempergunakan kesempatan libur atau cuti mereka dengan mengadakan perjalanan yang dapat menambah pengalaman serta pengetahuan mereka, dan sekaligus juga dapat memperbaiki kesehatan jasmani dan mental mereka.

d. Wisata Pertanian

Wisata pertanian adalah pengorganisasian perjalanan yang dilakukan ke proyek-proyek pertanian, perkebunan, ladang pembibitan dan sebagainya, dimana wisatawan rombongan dapat mengadakan kunjungan dan peninjauan untuk tujuan studi maupun melihat-lihat keliling sambil menikmati segarnya tanaman beraneka warna dan suburnya pembibitan berbagai jenis sayur mayur dan palawija di sekitar perkebunan yang dikunjungi.

e. Wisata Maritim (Marina) atau Bahari

Jenis wisata ini banyak dikaitkan dengan kegiatan olahraga air, danau, bengawan, pantai, teluk, atau laut lepas seperti memancing, berlayar,

menyelam sambil melakukan pemotretan, kompetisi berselancar, balapan mendayung, berkeliling melihat-lihat taman laut dengan pemandangan indah dibawah permukaan air serta berbagai rekreasi perairan yang banyak dilakukan di daerah-daerah atau negara-negara maritim.

f. Wisata Cagar Alam

Wisata jenis ini biasanya banyak diselenggarakan oleh agen atau biro perjalanan yang mengkhususkan usaha-usahanya dengan jalan mengatur wisata ke tempat atau daerah pagar alam, taman lindung, hutan, daerah pegunungan dan sebagainya yang kelestariannya dilindungi oleh undang-undang. Wisata ini banyak dikaitkan dengan kegemaran akan keindahan alam, kesegaran hawa pegunungan, keajaiban hidup binatang marga satwa yang langka serta tumbuh-tumbuhan yang jarang terdapat ditempat-tempat lain.

g. Wisata Petualangan

Dikenal dengan istilah Adventure Tourism, seperti masuk hutan belantara yang tadinya belum pernah dijelajahi penuh binatang buas, mendaki tebing teramat terjal.

Daya Tarik Wisata

Pengertian Daya Tarik Wisata

Daya tarik wisata merupakan aktivitas yang menarik wisatawan untuk mengunjungi tempat wisata di daerah yang menjadi tujuan wisata. Menurut Utama (2017: 142) Pengertian yang diberikan di atas tentang daya tarik wisata, maka dapat dikatakan bahwa yang dimaksud dengan daya tarik wisata adalah segala sesuatu di suatu tempat yang memiliki keunikan, keindahan, kemudahan dan nilai yang berwujud keanekaragaman kekayaan alam maupun buatan manusia yang menarik dan mempunyai nilai untuk dikunjungi dan dilihat oleh wisatawan. Menurut Warpani (2017:188) “Daya tarik wisata merupakan segala sesuatu yang memicu seseorang atau sekelompok orang untuk mengunjungi suatu tempat karena sesuatu itu memiliki makna tertentu, misalnya: lingkungan alam, peninggalan atau tempat sejarah, peristiwa tertentu”. Menurut Yoeti (2012:79), daya tarik tempat tujuan wisata merupakan motivasi utama bagi pengunjung untuk melakukan kunjungan wisata.

Pengertian yang diberikan di atas tentang daya tarik wisata, maka dapat dikatakan bahwa yang dimaksud dengan daya tarik wisata adalah suatu tempat yang memiliki keunikan, keindahan, kemudahan dan nilai yang berwujud keanekaragaman kekayaan alam maupun buatan manusia yang menarik dan mempunyai nilai untuk dikunjungi dan dilihat oleh wisatawan. Dan daya tarik wisata ini kurang kuat untuk menahan wisatawan agar tinggal lebih lama dan menarik wisatawan agar datang kembali. Salah satu motivasi utama bagi para pengunjung untuk melakukan kunjungan wisata yaitu daya tarik destinasi.

Indikator Daya Tarik Wisata

Menurut Midelton dalam Basiya R dan Hasan Abdul Rozak (2012), daya tarik wisata terdiri dari :

1. Daya Tarik Wisata Alam

Daya tarik wisata alam yang meliputi pemandangan alam daratan, pemandangan alam lautan, pantai, iklim, dan ciri khas lainnya dari tempat tujuan wisata.

2. Daya Tarik Wisata Bangunan

Daya tarik wisata bangunan meliputi bangunan-bangunan dengan arsitektur modern, arsitektur bersejarah, monument, taman dan kebun, convention center, arkeologi, toko-toko khusus, dan lainnya.

3. Daya Tarik Wisata Budaya

Daya tarik wisata budaya adalah yang meliputi history dan folklore, religion and art, teater, musik, tari-tarian dan peristiwa-peristiwa khusus seperti festival dan drama bersejarah.

4. Daya Tarik Wisata Sosial

Daya tarik wisata sosial adalah seperti gaya hidup, bahasa penduduk ditempat tujuan wisata, serta kegiatan sehari-hari.

Fasilitas Wisata

Menurut Sammeng (2001:39) menyatakan bahwa salah satu hal penting untuk mengembangkan pariwisata adalah melalui fasilitas (kemudahan). Tidak jarang wisatawan berkunjung ke suatu tempat atau daerah atau negara, karena tertarik oleh kemudahan-kemudahan yang bisa diperoleh melalui fasilitas.

Fasilitas wisata adalah salah satu faktor yang memiliki peranan penting bagi wisatawan sebagai pertimbangan sebelum memutuskan untuk berkunjung ke suatu objek wisata. Objek wisata geosite sipinsur sampai saat ini memiliki fasilitas di antaranya tempat penjualan tiket, tempat parkir, toilet, tempat sampah, restaurant dan warung milik masyarakat setempat serta beberapa papan informasi. Fasilitas wisata adalah semua fasilitas yang fungsinya memenuhi semua kebutuhan wisatawan yang tersedia di daerah tujuan wisata tersebut menurut Yeoti dalam Sulistiyana, (2015:3). Dengan adanya fasilitas yang memadai akan membantu pengunjung dalam perjalanan wisatanya, dan memberikan rasa nyaman dan menikmati berada di objek wisata. Fasilitas yang disediakan harus benar-benar bersih karena konsumen yang langsung melihat dan merasakannya. Fasilitas memiliki fungsi untuk mencukupi keperluan wisatawan yang berkunjung atau sementara waktu tinggal di daerah tujuan wisata yang dikunjunginya, sehingga mereka dengan tenang menikmati dan terlibat dalam seluruh aktivitas di daerah tujuan wisata tersebut.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) fasilitas adalah sarana untuk pelancaran pelaksanaan fungsi. Sehingga dengan tersedianya fasilitas yang memadai untuk kenyamanan wisatawan, hal ini tentu akan berpengaruh terhadap kesejahteraan pelaku usaha. Wisatawan cenderung merasa nyaman apabila melakukan transaksi ekonomi dengan pelaku usaha apabila fasilitas yang disediakan pengelola memadai. Sulastiyono (2011:98) mendefinisikan fasilitas merupakan penyediaan perlengkapan-perengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada paratamu dalam melaksanakan aktivitas-aktivitasnya atau kegiatan-kegiatannya, sehingga kebutuhan-kebutuhan tamu dapat terpenuhi. Perusahaan yang bergerak dibidang pariwisata yang memberikan pelayanan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan antara lain:

- a. Biro perjalanan atau travel agent, travel bureu, dan travel operator.
- b. Perusahaan transportasi dan Akomodasi wisata
- c. Hotel dan penginapan

Indikator-Indikator Fasilitas

Fasilitas merupakan sesuatu yang sangat vital dalam usaha jasa, oleh karena itu fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, kelengkapan desain interior dan eksterior serta tingkat keamanan fasilitas harus dipertimbangkan terutama yang berkaitan dengan pengunjung secara langsung. Pada penelitian ini, indikator yang digunakan menurut (Marpaung, 2019:69) sebagai berikut:

1. Kebersihan dan Kerapian Fasilitas yang Ditawarkan

Indikator ini merupakan keadaan fasilitas dalam suatu perusahaan atau usaha. Fasilitas yang dilengkapi beberapa atribut yang dibutuhkan dan didukung dengan kebersihan saat pengunjung menggunakan fasilitas tersebut.

2. Kelengkapan Alat yang Digunakan

Kelengkapan fasilitas yang digunakan oleh pengunjung harus sesuai dengan kegunaannya. Pengguna perlengkapan tentu akan melihat dan menilai kelengkapan alat mereka yang akan digunakan.

3. Fungsi dan Kondisi

Indikator ini yang menjelaskan apakah fasilitas dapat berfungsi dengan baik dan sebagaimana mestinya. Jika hal tersebut terjadi kebalikannya, maka perusahaan tidak menawarkan fasilitas yang memadai kepada pengunjung.

4. Fisik Fasilitas yang Diberikan

Fasilitas yang ditawarkan kepada pengunjung merupakan fasilitas yang sudah umum bagi pengunjung. Fasilitas yang sudah umum akan mudah untuk dimengerti dalam penggunaannya sesuai fungsi.

Kualitas Pelayanan

Tjiptono dan Chandra (2011:164) berpendapat Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sehingga definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan wisatawan serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan wisatawan. Kotler dan Keller (2010:83) berpendapat pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Kualitas Pelayanan Objek wisata merupakan dasar bagi kepariwisataan. Dapat disimpulkan bahwa pelayanan Objek wisata adalah segala sesuatu yang dapat membuat wisatawan ingin berada kembali di tempat wisata ataupun mengunjungi tempat wisata tersebut karena perasaan puas atas pelayanan yang di dapatkan di objek wisata tersebut serta keunikan dan nilai yang tinggi, yang menjadi tujuan wisatawan datang ke suatu daerah tertentu. Dapat disimpulkan bahwa pelayanan Objek wisata segala sesuatu yang dapat membuat wisatawan ingin berada kembali di tempat wisata atau pun mengunjungi tempat wisata tersebut karena perasaan puas atas pelayanan yang di dapatkan di objek wisata tersebut serta keunikan dan nilai yang tinggi, yang menjadi tujuan wisatawan datang ke suatu daerah tertentu.

Indikator-Indikator kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2014: 282) ada lima indikator pelayanan, yaitu:

1. Berwujud (*Tangibles*)

Yaitu meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi

2. Keandalan (*Reliability*)

Yaitu kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan

3. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap.

4. Jaminan (*Assurance*)

Yaitu mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat di percaya yang di miliki staf, bebas dari bahaya, risiko atau keraguan.

5. Empati (*Empathy*)

Yaitu meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kenutuhan individual para pelanggan.

Minat Berkunjung

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, Minat merupakan suatu kecenderungan hati terhadap sesuatu, serta keinginan terhadap sesuatu. Oleh sebab itu, harus

ada sesuatu yang ditimbulkan, baik dari dalam maupun dari luar untuk menyukai sesuatu.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, berkunjung dapat diartikan sebagai pergi dan datang untuk menengok, saling mengunjungi, berpergian dan melewati suatu tempat. Oleh sebab itu, disimpulkan bahwa minat berkunjung merupakan suatu kecenderungan atau keinginan yang timbul untuk mengunjungi suatu tempat.

Menurut Kotler (dalam Aprillia et al.,2015:24), minat sebagai dorongan, motivasi ransangan internal yang kuat yang memotivasi tindakan. Revida (2021:9) “Minat berkunjung adalah keinginan wisatawan untuk melakukan kunjungan wisata ke suatu tempat wisata”. Minat berkunjung pada dasarnya adalah perasaan ingin mengunjungi akan suatu tempat yang menarik untuk dikunjungi untuk dijadikan suatu pengalaman dalam berwisata. Revida (2021:10) menambahkan bahwa “Minat berkunjung merupakan perilaku yang muncul sebagai respons terhadap objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan kunjungan wisata. Minat berfungsi sebagai daya penggerak untuk mengarahkan seseorang melakukan kegiatan tertentu yang spesifik, lebih jauh lagi minat mempunyai karakteristik pokok yaitu melakukan kegiatan yang dilakukan sendiri dan menyenangkan sehingga dapat membentuk suatu kebiasaan seseorang.

Berdasarkan pengertian di atas dapat kita jabarkan, jika minat berkunjung yaitu suatu dorongan dari dalam diri pengunjung sebagai akibat adanya stimulus eksternal untuk melakukan keputusan berkunjung.

2.5.1 indikator-indikator minat berkunjung

Menurut Ferdinand (2014:189), menyatakan bahwa Minat dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut:

1) Minat transaksional

Menggambarkan seseorang yang mempunyai keinginan atau perasaan tertarik untuk mengunjungi destinasi wisata. Dalam hal ini merupakan kecenderungan untuk berkunjung.

2) Minat referensial

Menggambarkan seseorang yang cenderung memberikan referensi pada orang lain. Dalam hal ini adalah sikap konsumen ketika memberikan referensi pengalaman agar dikunjungi oleh orang lain.

3) Minat preferensial

Menggambarkan perilaku dari seseorang yang mempunyai preferensi utama pada destinasi tertentu. Preferensi utama dapat diganti apabila terjadi hal tak terduga dengan preferensi tersebut.

4) Minat eksploratif

Menggambarkan keinginan seseorang yang selalu mencari segala bentuk data informasi maupun hal-hal positif yang mendukung mengenai obyek wisata yang diminatinya

Destinasi Wisata

Kata “Destinasi” dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia mempunyai pengertian “tempat tujuan atau daerah tujuan” dan dengan kata wisata, hal ini berarti tempat tujuan wisata. Destinasi Wisata merupakan suatu kawasan spesifik yang dipilih oleh seseorang pengunjung, ia dapat tinggal selama waktu tertentu. Sesuai dengan penjelasan diatas maka dapat dikatakan Destinasi merupakan tempat atau tujuan wisata oleh orang-orang yang akan melakukan perjalanan wisata baik wisatawan lokal maupun asing. Nah, hal inilah yang harus menjadi motivasi bagi kita semua untuk memperkenalkan kepada publik setiap titik daerah asal kita yang memiliki keindahan alam meliputi pemandangan, gunung, pantai, air terjun, flora, fauna dan segala sesuatu yang dapat dijadikan sebagai destinasi wisata untuk semua kalangan wisata Sipinsur, apalagi disaat sekarang, teknologi semakin berkembang sehingga setiap informasi dapat diakses dan dipublikasikan dalam waktu singkat. Dalam setiap objek pariwisata terdapat berbagai unsur yang saling tergantung. Unsur tersebut menjadi sangat penting agar para wisatawan dapat menikmati suatu pengalaman yang memuaskan dalam kunjungan mereka.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Penulis	Judul Penelitian & Tahun Terbit	Variabel	Hasil
1.	Nurbaeti N, Rahmanita M, Ratnaningtyas H, Amrullah A.(2021)	Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Harga Dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Danau Cipondoh, Kota Tangerang	X1: Daya Tarik wisata X2 :Aksesibilitas X3: Harga X4: Fasilitas Y: Minat Berkunjung	Hasil penelitian secara parsial daya tarik wisata, aksesibilitas, harga dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan. Oleh karena itu objek wisata Danau Cipondoh harus memiliki daya tarik berupa orisinility and natural beauty, variatif, scarcity, wholeness, kemudian memiliki lokasi yang mudah dijangkau, kondisi jalan yang beraspal dan berbeton, jarak waktu tempuh sangat dekat dengan Jakarta dan Tangerang Selatan. Selain itu Danau Cipondoh juga harus memiliki hargayang standar dan terjangkau jugamemiliki fasilitas yang cukupmeliputiparkiran, mushola, toilet, tempat istirahat, warung makan. Hal inimemberikan dampak kepada para wisatawan untuk berkali-kali berkunjung ke Danau Cipondoh.
2.	Dani Hestina	Pengaruh Daya Tarik Wisata,	X1: Daya Tarik wisata	Hasil penelitian yang dilakukan dengan

	Pura(2020)	Fasilitas Wisata, Dan Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung (Studi Kasus Di Objek Wisata Kalibiru Kabupaten Kulon Progo)	X2: Fasilitas X3: Pelayanan Y:Minat Bernkunjung	menggunakan uji t menunjukkan variabel independen Daya Tarik Wisata (X1) berpengaruh terhadap minat berkunjung sebesar 4.269 dengan Sig 0,000 < 0,05 dan fasilitas wisata (X2) berpengaruh terhadap minat berkunjung sebesar 0,080 dengan Sig 0,000 < 0,05 dan pelayanan berpengaruh terhadap minat berkunjung sebesar 0,824. Hasil penelitian menggunakan uji F menunjukkan nilai Fhitung sebesar 10.321 dengan Sig 0,000 < 0,05 dan nilai Ftabel sebesar 3,94. Hal ini menunjukkan Fhitung > Ftabel yaitu 10.321 > 3,94 sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara variabel independen (daya tarik wisata, fasilitas wisata, dan pelayanan) terhadap minat berkunjung wisatawan ke objek wisata Kalibiru Kabupaten Kulon Progo.
3.	Sari, Utari Puspita, and Syamsul	Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Fasilitas Layanan Terhadap Minat Berkunjung	X1: Dya Tarik X2: Fasilitas	Hasil penelitian ditemukan bahwa daya tarik wisata dan fasilitas layanan secara simultan

	Bachri(2022)	Kembali Wisatawan	Layanan Y: Minat Berkunjung	terdapat pengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan. Kemudian daya tarik wisata secara parsial terdapat pengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan dan fasilitas layanan secara parsial terdapat pengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan.
--	--------------	-------------------	--------------------------------	---

Kerangka Teoritis

2.7.1 Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung

Menurut Hermawan (2017:59) daya tarik wisata merupakan salah satu bagian dari tempat wisata yang menjadi alasan seseorang untuk berkunjung dan semakin menarik pengalaman yang ditawarkan oleh tempat wisata akan semakin mendorong calon wisatawan untuk berminat mengunjungi tempat wisata tersebut. Daya tarik wisata ini meliputi banyak hal, seperti alam, budaya dan faktor lain yang dapat mendukung wisatawan merasa puas dan nyaman berkunjung ke tempat wisata tersebut. Daya tarik objek wisata mampu mengurangi tingkat kejenuhan para wisatawan, semakin menarik daya tarik wisata yang dikembangkan oleh objek wisata maka semakin banyak wisatawan yang berkeinginan untuk mengunjungi objek wisata tersebut. Jadi, apabila daya tarik yang diterima wisatawan tersebut baik maka akan berpengaruh positif juga terhadap minat berkunjung wisatawan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Meiviani Tirza Ngajow, Hendra N. Tawas, Woran Djemly (2021:100) bahwa Daya Tarik Wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung pada objek wisata.

H1: Daya tarik wisata berpengaruh positif terhadap minat berkunjung.

2.7.2 Pengaruh Fasilitas Wisata Terhadap Minat Berkunjung

Salah satu hal penting untuk pengembangan pariwisata adalah melalui fasilitas. Fasilitas adalah segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen (Kotler 2014:58). Fasilitas mempengaruhi minat berkunjung, semakin lengkap fasilitas yang disediakan suatu wisata maka akan meningkatkan minat berkunjung wisatawan. Menurut peneliti Surya G. Miarsih dan Anwani (2018) menyatakan bahwa Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung Wisatawan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Farida (2021:4) bahwa Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Wisatawan Berkunjung. Dari hasilnya diketahui bahwa fasilitas wisata memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat yaitu minat berkunjung.

H2: Fasilitas wisata berpengaruh positif terhadap minat berkunjung.

2.7.3 Pengaruh Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung

Setiap keinginan yang menguntungkan dalam suatu kumpulan atau kesatuan, dan menawarkan kepuasan meskipun hasilnya tidak terikat pada suatu produk secara fisik. Dalam kamus besar bahasa Indonesia dinyatakan pengertian pelayanan adalah suatu usaha untuk membantu menyiapkan (mengurus) apa yang diperlukan orang lain. Oleh karenanya pelayanan berfungsi sebagai sebuah sistem yang menyediakan apa yang dibutuhkan oleh masyarakat.

Penelitian yang dilakukan oleh Mery Lani Purba dan Glory Simarmata (2018 : 108) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Budaya Terhadap Daya Tarik dan Minat Berkunjung ke Wisata Percut”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor faktor determinan yang dapat mempengaruhi minat kunjungan kembali wisatawan yang dilihat dari kondisi kualitas pelayanan, budaya masyarakat dan pengaruhnya terhadap daya tarik wisata dan minat berkunjung kembali. Metode penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dan menggunakan jenis penelitian kausal yaitu untuk melihat hubungan antar variabel dan faktor-faktor yang paling dominan yang mempengaruhi variabel dependen. Hasil dari penelitian ini adalah kualitas pelayanan dan budaya masyarakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya tarik wisata, demikian juga

dengan daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali ke tempat wisata Bahari.

H3: Pelayanan berpengaruh positif terhadap minat berkunjung.

2.7.4 Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas Wisata dan Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung

Febriani dan Dewi (2018:86) minat beli diartikan sebagai suatu hal yang muncul dengan sendirinya setelah mendapat rangsangan dari barang yang telah dilihatnya, di sana lah mulai timbulnya minat beli dan memilikinya. Minat mempunyai hubungan dengan intensionalitas, yaitu keterarahan dan pengarahan sebagai tanda penting bagi semua gejala hidup. Kecenderungan ini berbeda dalam intensitasnya pada setiap individu. Minat berkunjung merupakan bentuk atau wujud dari minat berperilaku, menurut Simamora (2012) secara teoritis minat berperilaku adalah suatu kecenderungan potensial untuk mengadakan reaksi.

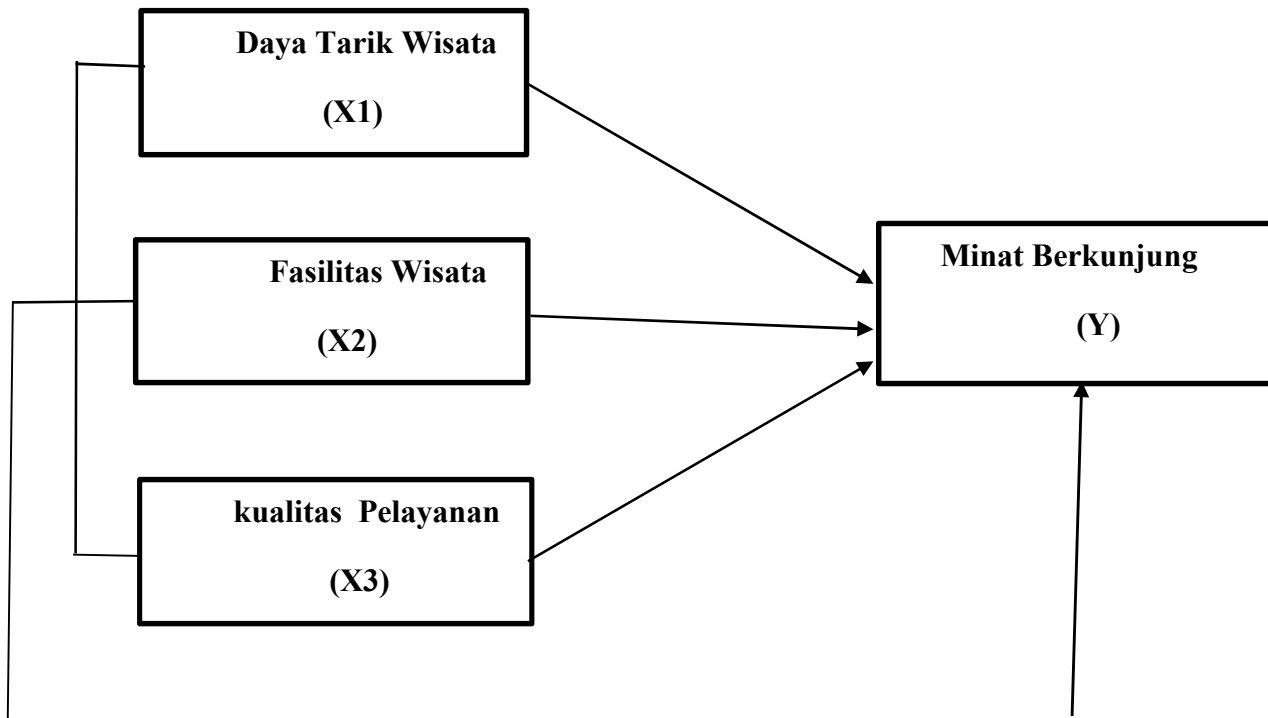
Jika daya tarik wisata fasilitas wisata dan pelayanan baik akan mempengaruhi minat berkunjung. Minat berkunjung berarti konsumen (pengunjung) potensial yang pernah dan belum pernah dan yang sedang akan berkunjung pada suatu objek wisata. Minat merupakan kekuatan pendorong yang menyebabkan seseorang menaruh perhatian pada suatu objek.

Hal ini di perkuat penelitian yang dilakukan Sugianto dkk (2020) menyatakan bahwa daya tarik wisata, fasilitas wisata dan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung.

H1,H2,H3: Daya tarik wisata,Fasilitas Wisata dan Pelayanan berpengaruh positif terhadap Minat Berkunjung

Kerangka Berpikir

Untuk memudahkan memahami penelitian ini, maka dibuat kerangka pemikiran teoritis dalam penelitian ini, sebagaimana dapat dilihat dalam gambar berikut ini:



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana 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. Berdasarkan uraian maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Terdapat pengaruh positif daya tarik wisata terhadap minat berkunjung wisatawan geosite sipinsur.
2. Terdapat pengaruh positif fasilitas wisata terhadap minat berkunjung wisatawan geosite sipinsur.

3. Terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung wisatawan geosite sipinsur.
4. Daya tarik wisata, fasilitas dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif terhadap minat berkunjung wisatawan geosite sipinsur.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dimana dalam penelitian kuantitatif lebih menekankan analisisnya pada data-data numerik (angka) yang diolah dengan metode statistika. Menurut Sugiono (2017:8) Metode Kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah diterapkan

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di wilayah tempat wisata geosite sipinsur humbang hasundutan. Waktu penelitian dimulai bulan maret tahun 2023 sampai dengan selesai.

3.3 Populasi Dan Sampel penelitian

3.3.1 Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2019:126), Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas/objek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun Populasi dalam penelitian ini adalah orang yang sedang berkunjung ke wisata geosite sipinsur. Dalam penelitian ini populasinya adalah pengunjung wisatawan destinasi geosite sipinsur

3.3.2 Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2017:81). Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu maka peneliti menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Kriteria yang ditetapkan penulis untuk pemilihan sampel penelitian ini adalah mereka wisatawan yang sedang berada di lokasi Wisata Sipinsur.

Jumlah sampel yang didapat dalam riset penelitian ini memakai metode Lameshow. Oleh karena itu jumlah sampel yang digunakan sebanyak 96 responden

Selanjutnya ini adalah metode Lameshow:

$$n = \frac{Z_{1-\frac{\alpha}{2}} P(1 - P)}{d^2}$$

n = jumlah sampel

z = skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

p = maksimal estimasi = 0,5

d = alfa (0,10) atau sampling error 10%

sehingga jumlah sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= \frac{Z_{1-\frac{\alpha}{2}} P(1 - P)}{d^2} \\ n &= \frac{1,96^2 \cdot 0,5(1 - 0,5)}{0,1^2} \\ n &= \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01} \\ n &= 96,04 \end{aligned}$$

n = 96,04 (dibulatkan menjadi n = 96)

Sehingga sampel pada penelitian ini terdiri dari 96 orang responden

3.4 Teknik Sampling

Menurut Sugiono (2017: 81) teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah salah satu desain sampel nonprobabilitas yaitu *purposive sampling*, dimana peneliti memilih sampel berdasarkan penilaian terhadap karakteristik anggota sampel yang disesuaikan dengan maksud penelitian. Karakteristik anggota sampel yang dimaksudkan adalah wisatawan yang sedang berkunjung ke wisata geosite sipinsur.

3.5 Jenis Dan Sumber Data

Penelitian ini membutuhkan data yang dianalisis untuk diketahui seberapa besar pengaruh daya tarik wisata, fasilitas wisata, dan pelayanan terhadap minat berkunjung. Oleh karena itu, penulis mengambil dua jenis data yaitu:

1. Data Primer

Dalam penelitian ini, beberapa wisatawan yang berkunjung menjadi responden sehingga secara otomatis menjadi sumber data primer. Untuk memperoleh data primer dengan menggunakan metode survei, alat yang digunakan berupa angket.

Angket adalah tehnik pengumpulan data dengan cara menyebarkan sejumlah lembaran pertanyaan kepada responden yang ada relevansinya dengan permasalahan yang diteliti berdasarkan daftar pertanyaan yang telah disusun sebelumnya. Pada penelitian ini digunakan kuisoner dengan skala Likert dimana pertanyaan dalam kuisoner dibuat dengan nilai 1 sampai dengan 5 untuk mewakili pendapat responden seperti sangat tidak baik sampai dengan sangat baik, Sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju, dan sebagainya. Adapun variabel yang yang digunakan skala *likert* adalah fokus pada Pengaruh daya tarik wisata, fasilitas wisata, dan pelayanan terhadap minat berkunjung.

2. Data sekunder

Data yang ditelusuri dari sumber sekunder (tidak langsung) melalui berbagai dokumen dan publikasi yang ada relevansinya dengan kepentingan penelitian ini. Dalam penelitian ini untuk memperoleh data sekunder dengan cara akses internet untuk mencari data-data pendukung dari berbagai buku- buku, jurnal penelitian dan artikel-artikel yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan dan studi dokumentasi digunakan untuk mencari data sekunder berupa buku-buku, arsip, dan dokumen yang dibutuhkan untuk penelitian ini.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dalam penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Dilakukannya pengumpulan data

untuk penelitian agar data dan teori yang ada didalamnya valid dan juga sesuai kenyataan, sehingga peneliti harus benar-benar terjun langsung dan mengetahui teknik pengumpulan data tersebut. Dengan demikian peneliti akan mengetahui validitas atau kebenaran konsep penelitiannya. Di dalam melakukan teknik pengumpulan data atau proses mengumpulkan data. Keberadaan instrumen penelitian menjadi bagian yang sangat integral dan termasuk kedalam komponen metodologi penelitian karena instrument penelitiannya berupa alat yang digunakan untuk mengumpulkan memeriksa dan menyelidiki masalah yang diteliti. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

a. *Angket* (Kuesioner)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner dapat berupa pertanyaan/ pernyataan tertutup atau terbuka. dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau internet.

Skala likert adalah skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapatan dan presepsi likert, maka variable yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variable. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak ukur untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pertanyaan atau pertanyaan yang diberikan skala. Skala yang diberikan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.1
Skala Likert penilaian jawaban Kuesioner

No.	Pilihan Jawaban	Bobot nilai/Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

b. Observasi

Observasi adalah pengamatan dengan pencatatan sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti. Observasi merupakan proses yang kompleks, terusun dari proses biologis dan psikologis. Dalam hal ini penelitian akan memperhatikan dan mengamati bagaimana situasi dan kondisi lingkungan serta berbagai peristiwa di wisata geosite sipinsur.

3.7 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Menurut Nurdin dan Hartati (2019:122) definisi operasional adalah mendefinisikan variabel secara operasional berdasarkan karakteristik yang diamati yang memungkinkan peneliti untuk melakukan observasi atau pengukuran secara cermat terhadap suatu objek atau fenomena.

Dalam penelitian ini, penulis mengemukakan dua variabel yang diteliti, adapun variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini:

1. Variabel Bebas (Variabel Independen)

Pengertian variabel independen menurut sugiyono (2017:39) adalah variabel variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Adanya yang menjadi variabel independen dalam penelitiannya ini adalah daya tarik (X1), Fasilitas (X2) dan pelayanan (X3).

2. Variabel Terikat (Variabel Dependen)

Pengertian variabel dependen menurut sugiyono (2017:39) adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini menjadi variabel dependen adalah minat berkunjung (Y)

Tabel 3.2
Data Operasional

No	Variabel	Defenisi Variabel	Indikator	Skala
1	Daya Tarik Wisata (X1)	Warpani (2017:188) “Daya tarik wisata merupakan segala sesuatu yang memicu seseorang atau sekelompok	1. <i>Attraction</i> (Atraksi) 2. <i>Accessibilities</i> (Akseibilitas) 3. <i>Amenity</i> (fasilitas)	Skala likert

		orang untuk mengunjungi suatu tempat karena sesuatu itu memiliki makna tertentu, misalnya: lingkungan alam, peninggalan atau tempat sejarah, peristiwa tertentu”.	4. <i>Ancillary</i> (jasa pendukung)	
2	Fasilitas (X2)	Sammeng (2001:39) menyatakan bahwa salah satu hal penting untuk mengembangkan pariwisata adalah melalui fasilitas (kemudahan). Tidak jarang wisatawan berkunjung ke suatu tempat atau daerah atau negara, karena tertarik oleh kemudahan-kemudahan yang bisa diperoleh melalui fasilitas.	<ol style="list-style-type: none"> 1. kebersihan dan kerapian fasilitas yang ditawarkan 2. kelengkapan alat yang digunakan 3. fungsi dan kondisi 4. fisik fasilitas yang diberikan 	Skala likert

3	Kualitas Pelayanan (X3)	Tjiptono dan Chandra (2011:164) berpendapat Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sehingga definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan wisatawan serta ketepatan penyampaianya dalam mengimbangi harapan wisatawan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bukti langsung (<i>Tangibles</i>) 2. Keandalan (<i>Realibility</i>) 3. Daya tanggap (<i>Responsiveness</i>) 4. Jaminan (<i>Assurance</i>) 5. Empati (<i>Empathy</i>) 	Skala likert
4	Minat berkunjung (Y)	Revida (2021:10) “Minat berkunjung merupakan perilaku yang muncul sebagai respons terhadap objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan kunjungan wisata Minat berfungsi sebagai daya penggerak untuk mengarahkan seseorang melakukan kegiatan tertentu yang spesifik, lebih jauh lagi minat mempunyai	<ol style="list-style-type: none"> 1. Minat transaksional 2. Minat referensial 3. Minat prefensial 4. Minat eksploratif 	Skala likert

		<p>karakteristik pokok yaitu melakukan kegiatan yang dilakukan sendiri dan menyenangkan sehingga dapat membentuk suatu kebiasaan seseorang</p>		
--	--	--	--	--

3.8 Instrumen Penelitian

Sebuah angket atau kuesioner harus diuji terlebih dahulu sebelum digunakan untuk penelitian. Hal ini bertujuan untuk mengetahui data yang diperoleh dengan kuesioner dapat valid dan reliabel, maka perlu dilakukan uji validitas dan realibilitas kuesioner terhadap butir-butir pertanyaan. Di sinilah akan mengetahui layak atau tidaknya untuk pengumpulan data.

3.8.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Sebuah instrumen atau kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada instrumen atau kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2018:51). Untuk mengetahui skor masing-masing item pertanyaan valid atau tidak, maka diterapkan kriteria statistik berikut ini:

1. Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan taraf signifikan 0,05, maka pertanyaan-pertanyaan yang digunakan dalam kuisisioner penelitian dinyatakan valid.
2. Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ dengan taraf signifikan 0,05, maka pertanyaan-pertanyaan yang digunakan dalam kuisisioner penelitian dinyatakan tidak valid.

3.8.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2018:45) reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi hasil pengukuran dari kuesioner dalam penggunaan yang berulang. Jawaban responden terhadap pertanyaan dikatakan

reliabel jika masing-masing pertanyaan dijawab secara konsisten atau jawaban tidak boleh acak. Uji reliabilitas adalah suatu indeks yang menunjukkan sejauh mana hasil suatu ukuran dapat dipercaya. Suatu kuesioner dinyatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dalam penelitian ini, Uji Reliabilitas dilakukan dengan melihat hasil perhitungan nilai cronbach alpha (α). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai cronbach alpha (α) $> 0,6$ yaitu bila dilakukan penelitian ulang dengan waktu dan dimensi yang berbeda akan menghasilkan kesimpulan yang sama. Tetapi sebaliknya bila $\alpha < 0,6$, maka dianggap kurang handal, artinya bila variabel – variabel tersebut dilakukan penelitian ulang dengan waktu dan dimensi yang berbeda akan menghasilkan kesimpulan yang berbeda

3.9 Metode Analisis Data

3.9.1 Analisis Deskriptif

Sugiyono (2019:206) mendefinisikan analisis statistik deskriptif adalah analisis yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri atau variabel bebas) tanpa membuat perbandingan variabel itu sendiri dan mencari hubungan dengan variabel lain.

3.10 Uji Asumsi Klasik

3.10.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi memiliki distribusi normal. Menurut Ghozali (2016:154) ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual tersebut memiliki distribusi yang normal atau tidak. Asumsi Normalitas merupakan asumsi dimana setiap variabel dan semua kombinasi linear dari variabel terdistribusi dengan normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid (Ghozali, 2016:154). Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat probability plot yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Pengujian normalitas dilakukan dengan cara melihat *Normal Probability Plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Data sesungguhnya diplotkan sedangkan distribusi normal akan membentuk garis

diagonal. Apabila data distribusi normal maka plot data akan mengikuti garis diagonal.

Kriteria uji normalitas : -

- a. Apabila p-value (P_v) $< \alpha$ (0,05) artinya data tidak berdistribusi normal
- b. Apabila p-value (P_v) $> \alpha$ (0,05) artinya data berdistribusi normal.

3.10.2 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghazali (2018:139-143), Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dengan cara melihat grafik scatterplot dan prediksi variabel dependen dengan residunya, dengan memplotkan nilai prediksi dengan nilai residualnya. Heteroskedastisitas akan muncul jika terdapat pola tertentu antara keduanya, seperti gelombang atau menyempit atau melebar antara keduanya (Ghozali 2018:134).

Dasar pengambilan keputusan dalam pengujian adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai profitabilitas $< 0,05$ maka terdapat heteroskedastisitas.
- b. Jika nilai profitabilitas $> 0,05$ maka tidak terdapat heteroskedastisitas.

3.10.3 Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Jika ditemukan adanya multikolinieritas. Dalam penelitian ini teknik untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi adalah melihat dari nilai Variance Inflation Factor (VIF) dan nilai Tolerance, dimana nilai tolerance mendekati 1 atau tidak kurang dari 0,10 serta nilai VIF disekitar angka 1 serta tidak lebih maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi (Ghozali 2018:103). Menurut Ghazali (2018: 36) tolerance mengukur variabilitas variabel independen terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi, tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi. Asumsi dari Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF) dapat dinyatakan sebagai berikut:

1. Jika $VIF > 10$ dan nilai Tolerance < 0.10 maka terjadi multikolinearitas.
2. Jika $VIF < 10$ dan nilai Tolerance > 0.10 maka tidak terjadi multikolinearitas

3.11 Melakukan uji hipotesis

3.11.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah hubungan secara linear antara dua variabel atau lebih variabel independen dengan variabel dependen. Untuk membuktikan kebenaran adanya pengaruh variabel independen dan variabel dependen digunakan analisis regresi dimana variabel independen yaitu Daya Tarik Wisata (X_1), Fasilitas Wisata (X_2), Pelayanan (X_3) dan variabel dependen (Y) adalah minat berkunjung. Model regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \varepsilon$$

Keterangan :

Y = Variabel dependen (minat berkunjung)

X_1 = Variabel independen (daya Tarik wisata)

X_2 = Variable independen (Fasilitas wisata)

X_3 = Variable independen (pelayanan)

a = konstanta

b = koefisien korelasi

ε = prediction error

3.11.2 Uji Parsial (Uji-t)

Menurut Ghozali (2016:171) uji parsial (t test) digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Uji t yaitu uji secara parsial untuk membuktikan hipotesis tentang pengaruh daya tarik wisata, fasilitas wisata dan pelayanan sebagai variabel bebas terhadap minat berkunjung sebagai variabel terikatnya.

a. Pengaruh daya tarik wisata (X1)

$H_0: b_1 = 0$ artinya daya tarik wisata tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung ke Wisata geosite sipinsur

$H_1: b_1 > 0$ artinya, ada pengaruh positif dan signifikan antara daya tarik terhadap minat berkunjung ke wisata geosite sipinsur

b. Pengaruh fasilitas wisata (X2)

$H_0: b_2 = 0$ artinya, Fasilitas wisata tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung ke Wisata geosite sipinsur

$H_1: b_2 > 0$ artinya, ada pengaruh positif dan signifikan antara fasilitas wisata terhadap minat berkunjung ke wisata geosite sipinsur

c. Pengaruh pelayanan (X3)

$H_0: b_3 = 0$ artinya, pelayanan wisata tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung ke wisata geosite sipinsur

$H_1: b_3 > 0$ artinya, ada pengaruh positif dan signifikan antara pelayanan terhadap minat berkunjung ke wisata geosite sipinsur

Pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan antara nilai t hitung dengan nilai t tabel dengan kriteria keputusan adalah:

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai signifikansi 0,05 maka H_0 ditolak, H_1 diterima artinya ada pengaruh signifikan antara variabel X dan variabel Y
2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai signifikansi 0,05 maka H_0 diterima H_1 ditolak berarti tidak ada pengaruh signifikan antara variabel X dan variabel Y

3.11.3 Uji Simultan (Uji-F)

Menurut Ghozali (2018:179) uji pengaruh bersama-sama (joint) digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama atau joint mempengaruhi variabel dependen. Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini, hipotesis yang digunakan adalah :

$H_0 : b_1, b_2, b_3 \neq 0$ artinya daya tarik wisata, fasilitas wisata dan pelayanan secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat yaitu minat berkunjung .

$H_1 : b_1, b_2, b_3 \neq 0$ daya tarik wisata, fasilitas wisata, pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat yaitu minat berkunjung.

Dasar pengambilan keputusannya adalah dengan menggunakan angka profitabilitas signifikansi, yaitu :

- a. Apabila nilai signifikansi 0,05 , maka H_0 diterima dengan H_1 ditolak.
- b. Apabila nilai signifikansi 0,05 , maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

3.11.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji ini dilakukan untuk mengukur seberapa besar memberikan penjelasan variabel bebas (daya tarik wisata, fasilitas wisata dan pelayanan) terhadap variabel terikat (minat berkunjung). Jika R^2 semakin mendekati satu maka menjelaskan variabel bebas terhadap variabel terikat mempunyai hubungan yang besar. Sebaliknya jika R^2 mendekati nol maka hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat mempunyai hubungan yang kecil. Penelitian ini menggunakan aplikasi software SPSS for 25.

