

Tersedia online di <https://ejournal.unisbablitar.ac.id/index.php/akuntabilitas> <https://doi.org/10.35457/xxx>

Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Wisata Berkunjung Di Kampung Coklat Kademangan Kabupaten Blitar

Nurul Farida
Universitas Islam Balitar

email: nurifaida27@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, lokasi, dan fasilitas baik secara parsial maupun secara simultan terhadap minat wisata berkunjung di Kampung Coklat. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, dimana untuk memperoleh data dengan cara survei dan menggunakan kuesioner sebagai instrumennya. Populasi sebagai subyek penelitian adalah seluruh wisatawan yang berkunjung di Kampung Coklat. Sampel diambil dari 100 orang populasi secara acak. Uji validitas instrumen menggunakan *Coefficient Corelation Pearson*, dan uji reliabilitas menggunakan *Alpha Cronbach*. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Hasil penelitian membuktikan bahwa, secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat beli dengan nilai $t_{hitung} (2.830) > t_{tabel} (1.988)$ dengan nilai signifikansi (0.006), dan fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli dengan nilai $t_{hitung} (4.859) > t_{tabel} (1.988)$ dengan nilai signifikansi (0.000). sedangkan persepsi harga secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli dengan nilai $t_{hitung} (1.589) < t_{tabel} (1.988)$ dengan nilai signifikansi (0.115), dan lokasi secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli dengan nilai $t_{hitung} (1.229) < t_{tabel} (1.988)$ dengan nilai signifikansi (0.222). Dan secara simultan kualitas pelayanan, persepsi harga, lokasi, dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap minat beli dengan nilai $F_{hitung} (29.909) > F_{tabel} (2.467)$ dengan nilai signifikansi (0.000).

Kata kunci:

Kualitas pelayanan, harga, lokasi, fasilitas, minat berkunjung

Keyword:

service quality, price, location, amenities, interests to visit

Nurul Farida; Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Wisata Berkunjung Di Kampung Coklat Kademangan Kabupaten Blitar, *Akuntabilitas: Jurnal Ilmu-Ilmu Ekonomi*, 14(2), 1- 49-
<https://doi.org/10.35457/akuntabilitas.v12i1.720>

ABSTRACT

*This study aimed to determine the effect of service quality, perceived prize, location, and facilities either partially or simultaneously to visit tourist interest in “Kampung Coklat”. The research is a quantitative, where to get data by survey and questionnaire as an instrument. The population as a whole study subjects were tourists visiting “Kampung coklat”. Sampels were taken from 100 people at random population. Test the validity of the instrument using *Coefficient Correlation Pearson*, and reliability testing using *Cronbach Alpha*. The Analisis Technique used is multiple regression analysis. Of research findings prove that, in partial service quality significantly influence buying interest with $t_{hitung} (2.830) > t_{tabel} (1,988)$ with a significance value (0006), and facilities significantly influence buying interest with $t_{hitung} (4.859) > t_{tabel} (1,988)$ with significant value (0.000). whereas the perception of price is partially no significant influence on buying interest with $t_{hitung} (1589) < t_{tabel} (1,988)$ with a significance value (0.115), and the location is partially not significantly influence buying interest with $t_{hitung} (1229) < t_{tabel} (1,988)$ with significant value (0222). And simultaneously the quality of service, perception of price, location, amenities and significant effect on buying interest with a value of $F_{hitung} (29\ 909) > F_{tabel} (2,467)$ with a significance value (0.000).*

PENDAHULUAN

Pariwisata saat ini sudah merupakan suatu komoditas yang dibutuhkan oleh hampir setiap individu. Karena dengan melaksanakan aktivitas kepariwisataan dapat meningkatkan daya kreativitas, mengurangi kejenuhan kerja, membuka wawasan suatu budaya, relaksasi, mengetahui peninggalan yang berhubungan dari suatu bangsa serta melakukan bisnis. Kartika (2011;18). Bagi pemerintah sendiri sektor wisata merupakan sektor yang potensial untuk dikembangkan sebagai salah satu sumber pendapatan daerah. Usaha memperbesar pendapatan asli daerah.

Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Minat Wisata Berkunjung di Kampung Coklat Kademangan Kabupaten Blitar
<https://doi.org/10.35457/xxx>

© 2021 Akuntabilitas: Jurnal Ilmu-Ilmu Ekonomi. Semua hak cipta dilindungi undang-undang

Secara luas, pariwisata dipandang sebagai kegiatan yang mempunyai multidimensi dan rangkaian suatu proses pembangunan. seperti yang tercantum dalam undang-undang nomor 10 tahun 2009 tentang keparwisataan yang menyatakan bahwa penyelenggaraan kepariwisataan ditujukan untuk meningkatkan pendapatan nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat, memperluas dan pemeratakan kesempatan berusaha dan lapangan kerja, mendorong pembangunan daerah, memperkenalkan dan mendayagunakan objek dan daya tarik wisata di Indonesia serta, memupuk rasa cinta tanah air dan mempersatukan persahabatan antar bangsa..

Untuk daerah kabupaten Blitar sendiri, sektor wisata sangat berpengaruh terhadap pendapatan daerah, itu terbukti pada kenaikan PDRB setiap tahunnya.

Majunya industri pariwisata suatu daerah sangat bergantung pada jumlah wisatawan yang datang. Oleh karena itu harus ditunjang dengan peningkatan pemanfaatan daerah tujuan wisata sehingga industri pariwisata akan berkembang dengan baik. Negara Indonesia memiliki potensi wisata yang sangat beragam. Baik dari potensi alam, manusia, dan kebudayaannya.

Di Kabupaten Blitar sendiri banyak tempat – tempat wisata yang telah berhasil mendapatkan banyak minat wisatawan untuk berkunjung dan menikmati objek wisata yang ada di Kabupaten Blitar. Salah satu tempat wisata yang sangat digemari saat ini di kabupaten Blitar adalah Wisata Edukasi Kampung Coklat.

Kampung coklat sebenarnya dulunya hanyalah sebuah koperasi gabungan kelompok tani “Guyub Santoso” yang didirikan berdasarkan inovasi dari bapak Kholid Mustofa sebagai *owner* dari Kampung Coklat itu sendiri. Berawal dari keinginan Bapak Kholid Mustofa untuk memperkenalkan pohon kakao, serta pengolahan coklat dan demi mendongkrak penjualan komoditi coklat di Indonesia khususnya di propinsi Jawa Timur maka bapak Kholid Mustofa mencoba untuk membuat inovasi baru yaitu sebuah tempat wisata yang memberikan edukasi bagi masyarakat tentang perihal coklat, maka dibentuknya wisata edukasi Kampung Coklat itu sendiri.

Wisata Edukasi Kampung Coklat adalah satu – satunya wisata yang memberikan edukasi pada para pengunjungnya tentang coklat, baik dalam penanaman pohon kakao sebagai bahan dasar pembuat coklat hingga pengolahan coklat menjadi makanan yang dapat dinikmati oleh para pengunjung. tempat wisata ini berada pada desa Plosorejo, Kecamatan Kademangan, Kabupaten Blitar.

Menurut pemaparan dari Bapak Munir, sejak mulai dibukanya Wisata Edukasi Kampung Coklat pada tahun 2014 hingga akhir tahun 2015 telah berhasil menumbuhkan puluhan ribu minat pengunjung untuk berkunjung di Kampung Coklat. hal tersebut dapat dibuktikan dari omset wisata yang mencapai angka 1,5 M per bulan dengan profit margin sebesar 30%. Keuntungan tersebut diperoleh dari penjualan tiket, wahana wisata (paket wisata edukasi, terapi ikan, permainan anak), serta kuliner. Untuk pencapaian omset sebesar dalam waktu yang singkat, yaitu dua tahun. Bisa dikatakan kampung coklat mengalami pertumbuhan yang begiti pesat. Selain itu juga pembangunan kawasan wisata mengalami perkembangan yang cukup signifikan. Ini bisa dilihat dari data pengunjung dari tahun ketahun mengalami peningkatan. Pada tahun 2014 kawasan wisata hanyalah sebatas tempat pembibitan dan gudang penyimpanan biji kakao saja. Namun di tahun 2015, mulai ada tempat kafe, kolam, tempat produksi, galeri coklat, griya kriolo (sebagai tempat pertunjukan seni), dan sarana dan prasarana lainnya. Hal tersebut tentunya akan mendorong lebih banyak lagi minat wisatawan untuk berkunjung di Kampung Coklat.

Semakin banyak minat wisata yang datang berkunjung akan menambah pendapatan bagi kampung coklat, dan semakin banyak pula fasilitas yang disediakan kampung coklat untuk meningkatkan kepuasan pengujung. Berdasarkan uraian diatas maka penelitian ini mengambil judul “**Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Wisata Berkunjunga di Kampung Coklat Kademangan Kabupaten Blitar**”.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah dari kegiatan ini yaitu:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat wisata berkunjung di Kampung coklat.

2. Apakah harga berpengaruh terhadap minat wisata berkunjung di Kampung coklat.
3. Apakah lokasi berpengaruh terhadap minat wisata berkunjung di Kampung coklat.
4. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap minat wisata berkunjung di Kampung coklat.
5. Apakah Kualitas pelayanan, harga, lokasi dan fasilitas secara simultan berpengaruh terhadap minat wisata berkunjung di Kampung Coklat Kademangan Blitar?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat wisata berkunjung di Kampung coklat.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga berpengaruh terhadap minat wisata berkunjung di Kampung coklat.
3. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap minat wisata berkunjung di Kampung coklat.
4. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap minat wisata berkunjung di Kampung coklat.
5. Untuk mengetahui kualitas pelayanan, harga, lokasi dan fasilitas secara simulatan berpengaruh terhadap minat wisata berkunjung di Kampung Coklat Kademangan Blitar?

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang menekankan pada data – data *numerical* (angka) yang diolah dengan metode statistika (Novita;2015). Menurut Subhana dan Sudrajat (2005; 25) penelitian kuantitatif dilihat dari segi tujuan, penelitian ini dipakai untuk menguji suatu teori, menyajikan suatu fakta atau mendeskriptifkan statistik, dan untuk menunjukkan hubungan antar variabel dan ada pula yang sifatnya mengembangkan konsep pemahaman dan mendeskripsikan banyak hal.

Penelitian ini akan digunakan untuk menguji kualitas pelayanan, persepsi harga, lokasi, fasilitas terhadap minat beli.

Variabel Penelitian

1. Kualitas pelayanan (X_1), sebagai variabel independen.

Kualitas pelayanan (X_1) adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi harapan para wisatawan. Indikator kualitas pelayanan dalam penelitian ini antara lain; Keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), perhatian (*attention*).

2. Persepsi harga (X_2), sebagai variabel independen.

Indikator persepsi harga dalam penelitian ini antara lain; Keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas jasa., daya saing harga.

3. Lokasi (X_3), sebagai variabel independen.

letak strategis wisata edukasi Kampung Coklat berdasarkan persepsi para pengunjung. Indikator dari lokasi pada penelitian ini antara lain; Akses atau kemudahan untuk menjangkau, visiabilitas atau mudah untuk ditemukan, kelancaran lalu lintas, dekat dengan fasilitas umum.

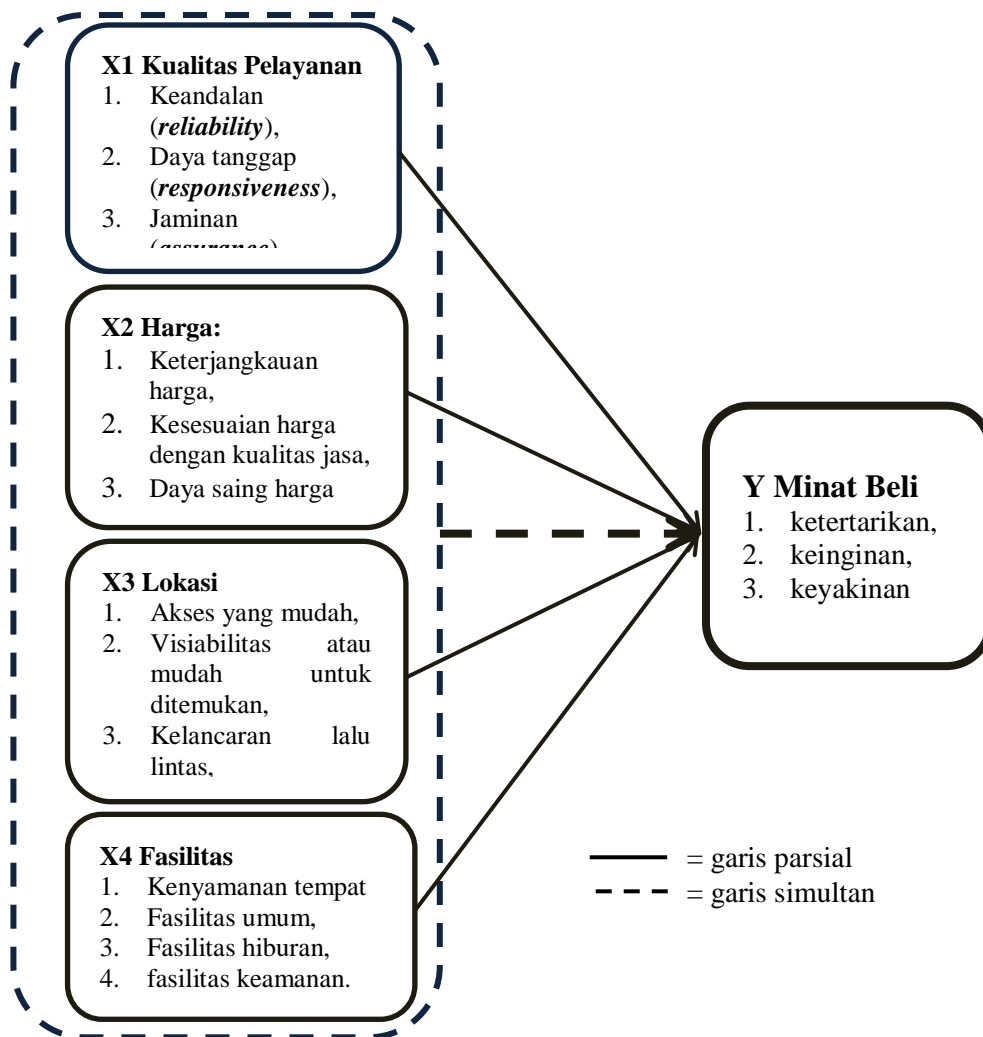
4. Fasilitas (X_4), sebagai variabel independen.

Fasilitas (X_4) adalah sumber daya fisik yang disediakan oleh kampung coklat untuk kenyamanan dan kepuasan pengunjung. Indikator fasilitas dalam penelitian ini antara lain; tempat bersantai yang nyaman, keberadaan fasilitas umum, keberadaan fasilitas hiburan, kasילות keamanan.

5. Minat beli (Y), sebagai variabel dependen

Minat beli (Y) merupakan kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar – benar dilaksanakan. Indikator minat beli dalam penelitian ini antara lain; ketertarikan, keinginan, keyakinan.

Kerangka Konseptual



Metode Pengumpulan Data

- 1. Kuesoner**
Dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang dibagikan sebanyak 100 responden secara acak dari populasi wisatawan yang berkunjung di kampung Coklat.
- 2. Wawancara**
Wawancara disinidilakukan pemilik dan karyawan dan pengunjung wisata kampung coklat.
- 3. Dokumentasi**
Dokumentasi adalah cara pengmpulan data dengan menggunakan sebagian atau seluruh data yang ada di perusahaan kamampung coklat yang berupa gambar, tabel dsb..
- 4. Studi Pustaka**
Studi pustaka yang digunakan yaitu dengan menggunakan penelitian-penelitian terdahulu yang sudah teruji keabsahanya misalnya, skripsi,karya ilmiah lainnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Uji Validitas

Tabel 1
Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

Item	(r hitung)	(r tabel) 5%(2-tailed)	Kesimpulan
------	------------	----------------------------	------------

K1	0.623	0.1966	VALID
K2	0.816	0.1966	VALID
K3	0.725	0.1966	VALID
K4	0.605	0.1966	VALID
K5	0.687	0.1966	VALID

sumber : data diolah

Tabel 2
Uji Validitas Variabel Harga

Item	(r hitung)	(r tabel) 5%(2-tailed)	Kesimpulan
H1	0.706	0.1966	VALID
H2	0.710	0.1966	VALID
H3	0.640	0.1966	VALID
H4	0.693	0.1966	VALID

sumber : data diolah

Tabel 3
Uji Validitas Variabel Lokasi

Item	(r hitung)	(r tabel) 5%(2-tailed)	Kesimpulan
L1	0.656	0.1966	VALID
L2	0.733	0.1966	VALID
L3	0.616	0.1966	VALID
L4	0.654	0.1966	VALID
L5	0.429	0.1966	VALID

sumber : data diolah

TABEL 4
Uji Validitas Variabel Fasilitas

Item	(r hitung)	(r tabel) 5%(2-tailed)	Kesimpulan
F1	0.684	0.1966	VALID
F2	0.656	0.1966	VALID
F3	0.763	0.1966	VALID
F4	0.571	0.1966	VALID
F5	0.721	0.1966	VALID
F6	0.746	0.1966	VALID

sumber : data diolah

Dari hasil tabel tersebut menunjukkan bahwa keenam item pertanyaan fasilitas memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel ($r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$). Sehingga dapat dikatakan bahwa item kuesioner dari variabel fasilitas dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti.

Tabel 5
Uji Validitas Variabel Minat Beli

Item	(r hitung)	(r tabel) 5%(2-tailed)	Kesimpulan
M1	0.871	0.1966	VALID
M2	0.726	0.1966	VALID
M3	0.829	0.1966	VALID
M4	0.827	0.1966	VALID

sumber : data diolah

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach*. Kuesioner dalam penelitian ini dianggap reliabel jika memenuhi syarat reliabel, yaitu jika koefisien *Alpha* lebih besar sama dengan signifikansi 5%.

Tabel 6
Uji Reliabilitas Kuesioner

No.	Indikator	Koefisien Alpha Cronbach	Kesimpulan
1	Kualitas Pelayanan	0.720	Reliabel
2	Persepsi Harga	0.625	Reliabel
3	Lokasi	0.609	Reliabel
4	Fasilitas	0.775	Reliabel
5	Minat Beli	0.831	Reliabel

sumber : data diolah

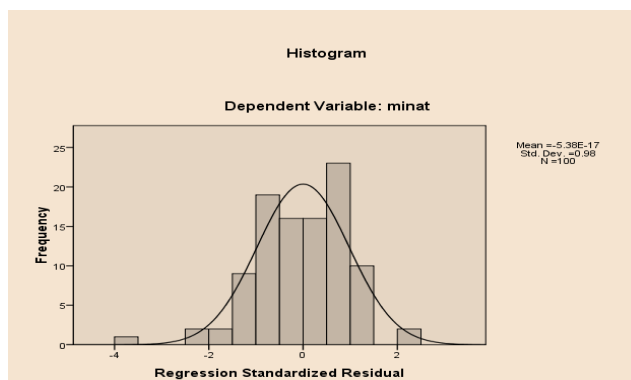
Tabel tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, variabel persepsi harga, variabel lokasi, variabel fasilitas, dan variabel minat beli memiliki nilai alpha secara berturut – turut sebesar 0.720, 0.625, 0.609, 0.775, dan 0.831 lebih besar dari taraf signifikansi 60%, dengan demikian variabel – variabel tersebut dianggap reliabel.

Uji Asumsi Klasik

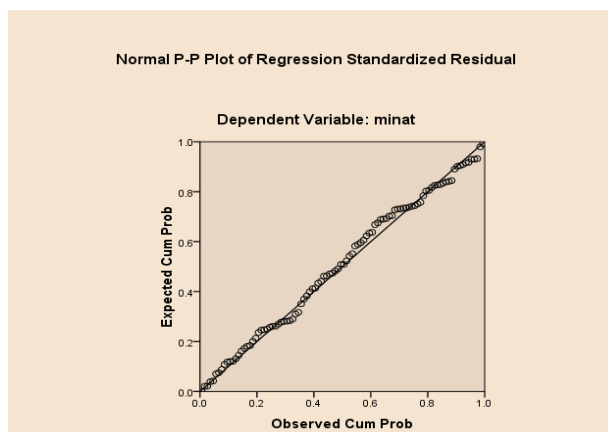
a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk melihat apakah modepl regresi berdistribusi normal ataukah tidak. Uji normalitas dilakukan dengan cara melihat grafik histogram dan grafik normal plot.

Gambar 1
Grafik Histogram



Gambar 2
Grafik Normal Plot

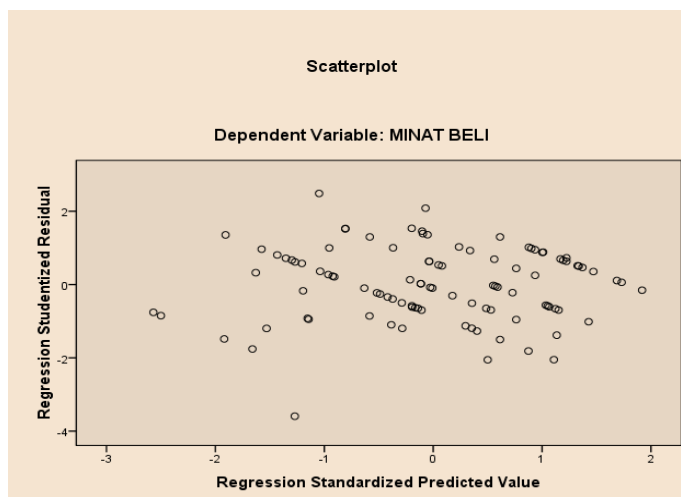


Pada gambar grafik histogram menunjukkan pola garis yang melenceng ke arah kanan hal tersebut menyatakan bahwa data regresi berdistribusi normal dan pada grafik normal plot data yang berupa titik berada di sekitar garis diagonal hal tersebut menyatakan bahwa data berdistribusi normal. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data regresi dalam penelitian ini berdistribusi normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk melihat ada atau tidaknya ketidaksamaan varian dalam model regresi. Untuk menguji heteroskedastisitas digunakan diagram *scatterplot*.

Gambar 3
Diagram Scatterplot



sumber : data diolah

Pada gambar diagram *scatterplot* tersebut menunjukkan suatu pola titik–titik yang menyebar membentuk pola tidak beraturan. Pola itu menunjukkan bahwa model regresi dalam penelitian ini bersifat homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas, artinya tidak terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain.

c. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk melihat ada atau tidak korelasi antar variabel bebas pada model regresi.

Tabel 7
Tabel Collinearity Statistics

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Kualitas Pelayanan	0.584	1.711
Persepsi Harga	0.727	1.376
Lokasi	0.673	1.486
Fasilitas	0.589	1.698

sumber : data diolah

Tabel tersebut menunjukkan variabel kualitas pelayanan, variabel persepsi harga, variabel lokasi dan variabel fasilitas memiliki angka tolerance > 0.1, dan nilai VIF < 10, maka model regresi dalam penelitian ini tidak ditemukan adanya korelasi dalam antar variabel bebas atau dapat dikatakan sebagai variabel ortogonal dengan nilai korelasi antar variabel bebas sama dengan nol (0).

Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk menguji signifikan atau tidaknya hubungan/pengaruh variabel kualitas pelayanan, variabel persepsi harga, variabel lokasi, dan variabel fasilitas terhadap variabel minat beli.

Setelah dilakukan pengujian validitas dan realibilitas pada data yang ada, serta pengujian asumsi klasik pada model regresi dalam penelitian ini dianggap layak.

Tabel 8
Koefisien Regresi

		Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.181	1.716		-.106	.916		
	KUALITAS PELAYANAN	.208	.073	.253	2.830	.006	.584	1.711
	PERSEPSI HARGA	.154	.097	.127	1.589	.115	.727	1.376
	LOKASI	.092	.075	.102	1.229	.222	.673	1.486
	FASILITAS	.326	.067	.432	4.854	.000	.589	1.698

a. Dependent Variable: MINAT BELI

sumber : data diolah

Tabel tersebut menunjukkan nilai β untuk nilai konstan sebesar - 0.181, nilai β untuk variabel kualitas pelayanan sebesar 0.208, nilai β untuk variabel persepsi harga sebesar 0.154, nilai β untuk variabel lokasi sebesar 0.092, dan nilai β untuk variabel fasilitas sebesar 0.326. dari nilai β maka didapatkan persamaan regresi berganda :

$$Y = -0.181 + 0.208X_1 + 0.154X_2 + 0.092X_3 + 0.326X_4 + e$$

Dimana Y adalah variabel minat beli, X₁ adalah variabel kualitas pelayanan, X₂ adalah variabel persepsi harga, X₃ adalah variabel lokasi, dan X₄ adalah variabel fasilitas.

Pengujian Hipotesis

1. Uji T

Pengujian model regresi dengan uji t menggunakan metode 2 arah karena masih dalam hipotesis masih belum diketahui arah hipotesis dalam penelitian ini. Untuk pengujian dengan uji t dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dan t tabel dengan nilai signifikansi 5%.

Pada tabel 4.16 telah didapatkan nilai t hitung untuk variabel kualitas pelayanan sebesar 2.830 dan nilai signifikansi sebesar 0.006, nilai t hitung untuk variabel persepsi harga sebesar 1.589 dan nilai signifikansi sebesar 0.115, nilai t hitung variabel lokasi sebesar 1.229 dan nilai signifikansi sebesar 0.222, dan nilai variabel fasilitas sebesar 4.854 dan nilai signifikansi 0.000. Sedangkan df dalam pengujian ini adalah 96. Syarat signifikansi variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial yaitu jika angka prob. > α maka H₀ diterima dan H_a ditolak begitu juga sebaliknya, dan jika nilai t_{hitung} < t_{tabel} maka H₀ diterima dan H_a ditolak begitu juga sebaliknya.

Tabel 9
Hasil Uji t dua arah

Variabel	T hitung	T tabel	Sig.	α (0.05/2)	Kesimpulan
Kualitas pelayanan	2.830	1.988	0.006	0.025	H0 Ditolak

Persepsi harga	1.589	1.988	0.115	0.025	H0 Diterima
Lokasi	1.229	1.988	0.222	0.025	H0 Diterima
Fasilitas	4.859	1.988	0.000	0.025	H0 Ditolak

sumber : data diolah

Tabel tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan variabel fasilitas memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel minat beli karena memenuhi persyaratan signifikansi. Sedangkan variabel persepsi harga dan variabel lokasi tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel minat beli.

2. Uji ANOVA (F)

Pengujian model regresi berganda dengan menggunakan uji F dilakukan dengan cara membandingkan angka probabilitas signifikannya dengan α , dan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} . Dengan syarat jika nilai prob. Sig. > α maka H_0 diterima dan H_a ditolak begitu juga sebaliknya, dan jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ H_0 diterima dan H_a ditolak begitu juga sebaliknya.

Tabel 10
ANOVA

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	252.357	4	63.089	29.909	.000 ^a
Residual	200.393	95	2.109		
Total	452.750	99			

a. Predictors: (Constant), FASILITAS, PERSEPSI HARGA, LOKASI, KUALITAS PELAYANAN

b. Dependent Variable: MINAT BELI

sumber : data diolah

Tabel tersebut menunjukkan nilai F hitung sebesar 29.909, nilai df1 sebesar 4, nilai df2 sebesar 95, nilai probabilitas signifikan sebesar 0.000. dari angka df1 dan df2 didapatkan nilai F tabel sebesar 2.467. sehingga diperoleh hasil F hitung lebih besar dari F tabel yaitu $29.909 > 2.467$, dan angka prob. Signifikan lebih kecil dari α yaitu $0.000 < 0.05$.

Maka sudah dapat dipastikan dalam penelitian ini variabel kualitas pelayanan, variabel persepsi harga, variabel lokasi, dan variabel fasilitas secara simultan atau bersama – sama memiliki pengaruh terhadap variabel minat beli.

3. Koefisien Determinan (R²)

Tabel 11
Koefisien Regresi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.747 ^a	.557	.539	1.452

a. Predictors: (Constant), FASILITAS, PERSEPSI HARGA, LOKASI, KUALITAS PELAYANAN

b. Dependent Variable: MINAT BELI

sumber : data diolah

dari tabel tersebut menunjukkan nilai koefisien korelasi berganda (R) sebesar 0.747, dan nilai Determinasi berganda (R²) sebesar 0.557. nilai R digunakan untuk mengukur keeratan hubungan variabel bebas terhadap variabel tetap. Nilai R 0.747 menunjukkan antara variabel kualitas pelayanan, variabel persepsi harga, variabel lokasi, dan variabel fasilitas memiliki hubungan kuat dengan variabel minat beli. Sedangkan nilai determinasi (R²) sebesar 0.557 menunjukkan bahwa kemampuan variabel kualitas pelayanan, variabel persepsi harga, variabel

lokasi dan vasilitas fasilitas mampu menjelaskan variasi variabel minat beli sebesar 55,7% atau bisa dikatakan cukup kuat.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian secara parsial didapatkan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh secara signifikan. Fasilitas menjadi variabel yang paling besar mempengaruhi minat wisata berkunjung di Kampung Coklat dengan angka koefisien regresinya sebesar 0.326. hal tersebut membuktikan bahwa fasilitas – fasilitas yang disediakan oleh pihak manajemen Kampung coklat telah berhasil membuat sebagian besar para pengunjung sangat tertarik, dan memiliki keinginan besar untuk mengunjungi kampung coklat. Fasilitas yang diberikan kampung coklat diantaranya tempat bersantai teduh dipenuhi pohon coklat yang asri, tempat makan yang nyaman, tempat belanja oleh-oleh, fasilitas umum yang bersih, fasilitas hiburan, meeting room, edukasi penanaman cacao, edukasi pengolahan coklat dan pengemasan.

Kualitas pelayanan menjadi indikator kedua setelah fasilitas yang dijadikan penilaian oleh para responden terhadap minat mereka untuk melakukan wisata berkunjung di Kampung Coklat. tingkat keandalan, daya tanggap, jaminan, serta perhatian karyawan kampung coklat terbilang baik dan memuaskan bagi para wisatawan yang berkunjung di Kampung coklat.

Hal ini membuktikan pula bahwa pelayanan di kampung coklat terbilang memuaskan. Kualitas pelayanan yang diberikan kampung coklat diantaranya kecepatan dalam pelayanan, keramahan karyawan dalam menyambut pengunjung dan keprofesionalan dalam memberikan pengetahuan tentang keberadaankampung coklat.

Variabel persepsi harga (X_2), variabel harga dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya harga tiket terjangkau masyarakat dengan melihat dari segi pendapatan masyarakat Blitar dan harga tiket dengan pesaing hampir sama. Jadi besar kecilnya penilaian responden terhadap harga tidak terlalu mempengaruhi besar kecilnya minat responden berwisata berkunjung di Kampung Coklat.

Lokasi adalah variabel yang mendapatkan respon paling kecil dalam penelitian ini. Nilai koefisien regresinya adalah 0.092. seperti halnya variabel persepsi harga pada uji t teruji bahwa variabel lokasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli. Lokasi kampung coklat yang jauh dari perkotaan tidak dan tidak mempengaruhi menjadikan kendala untuk berkunjung jadi bisa dikatakan besar kecilnya penilaian responden terhadap variabel lokasi tidak terlalu mempengaruhi besar kecilnya minat wisatawan untuk berkunjung di Kampung Coklat.

Namun hal tersebut bukan berarti bahwa variabel persepsi harga (X_2) dan variabel lokasi tidak memiliki pengaruh terhadap minat wisatawan berkunjung di Kampung Coklat. Uji analisis regresi berganda secara simultan dengan menggunakan uji ANOVA telah membuktikan bahwa variabel kualitas pelayanan (X_1), variabel persepsi harga (X_2), variabel lokasi (X_3), dan variabel fasilitas (X_4) secara simultan atau bersama – sama memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat beli sebagai indikator minat wisatawan untuk berkunjung di Kampung Coklat dengan kategori cukup kuat atau 55.7% mampu menjelaskan variasi variabel minat beli dan selebihnya 44,3% dijelaskan faktor-faktor lain diluar model regresi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kampung Coklat adalah merupakan tempat wisata yang selalu memperhatikan kepuasan pengunjung. Berbagai fasilitas disediakan kampung coklat diantaranya keramahan, fasilitas hiburan, tempat makan yang nyaman, tempat yang indah dan asri, pusat oleh-oleh, meeting room, fasilitas hiburan. Selain itu kampung coklat juga menyediakan edukasi cacao, bagi para pengunjung ikampung coklat tidak hanya bisa menikmati hiburan dan fasilitas yang disediakan oleh kampung coklat tetapi juga bisa belajar menanam cacao, pengolahan coklat dan pengemasan coklat. Dilihat dari perkembangan pengunjung yang datang semakin meningkat kampung coklat dalam memberikan pelayanan kepada pengunjungpun juga semakin ditingkatkan dengan adanya

penambahan dari berbagai fasilitas dan pengembangan lokasi.

Saran

1. Dalam rangka memperthankankan fasilitas, sebaiknya pihak manajemen Kampung Coklat terus mengupayakan perbaikan dan pengadaan fasilitas wisata bagi pengunjung guna menambah nilai daya tarik bagi masyarakat untuk berkunjung di Kampung Coklat.
2. Untuk memaksimalkan nilai dari fasilitas dibutuhkan kualitas pelayanan yang baik, dengan meningkatkan kualitasnya dalam bidang pelayanan maka akan menambah pula nilai minat wisatawan untuk berkunjung di Kampung coklat.
3. Harga, strategi mempertahankan harga yang saat ini dan lebih fokus terhadap fasilitas dan kualitas pelayanan akan lebih efektif untuk menarik minat wisata berkunjung di Kampung coklat.
4. Lokasi, perbaikan akses pada Kampung coklat serta program kawasan wisata menjadi salah satu alternatif yang dapat pemerintah lakukan untuk mendukung pertumbuhan wisata di Blitar dan sekitarnya Khususnya Kampung Coklat.

DAFTAR PUSTAKA

- Andes Rahmat Fajrin, Gatot Wijayanto, Sri Endang, 2021, "Pengaruh Fasilitas dan Lokasi terhadap Kepuasan dan Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Candi Muara Takus Kecamatan XIII Koto Kampar Kabupaten Kampar, Jurnal Ekonomi KIAT
- Dokumentasi Arsip Kampung Coklat (diakses pada 30 Maret 2016)
- Helena Sirait, 2017, " Pengaruh Harga Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Bukit Gibeon Kecamatan Ajibata Kabupaten Toba Samosir, skripsi
- Mery Lani Purba, Glory Simarmata, 2018, " Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Budaya Terhadap Daya Tarik dan Minat Berkunjung ke Wisata Percut, *JKBM (Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen)*
- Miftahur Rohmah. 2018. Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Situs Jual Beli *Online* Elevenia. *JOM FISIP*. Vol. 5 : Edisi II Juli – Desember 2018. Halaman 1 sd 13.
- Rosita, Sri Marhanah, Woro Hanoum Wahadi, 2016, "Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Taman Margasatwa Ragunan Jakarta," Jurnal Manajemen Resort dan Leisure.
- Siti fatimah, 2019, "Analisis Pengaruh Citra Destinasi Dan Lokasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali, Majalah Ilmiah Bhari, Jogjakarta