

ANALISIS KUNJUNGAN OBYEK WISATA WATER BLASTER KOTA SEMARANG



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi
Universitas Diponegoro

Disusun oleh:

DHITA TRIANA DEWI
NIM. C2B606017

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2010

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Dhita Triana Dewi

Nomor Induk Mahasiswa : C2B606017

Fakultas/Jurusan : Ekonomi/IESP

Judul Skripsi : **ANALISIS KUNJUNGAN OBYEK
WISATA WATER BLASTER KOTA
SEMARANG**

Dosen Pembimbing : Drs. H Edy Yusuf Agung G, MSc. Ph. D

Semarang, 23 Agustus 2010

Dosen Pembimbing,

(Drs. H Edy Yusuf Agung G, MSc. Ph. D)

NIP. 195811221984031002

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Mahasiswa : Dhita Triana Dewi

Nomor Induk Mahasiswa : C2B606017

Fakultas/Jurusan : Ekonomi/IESP

Judul Skripsi : **ANALISIS KUNJUNGAN OBYEK
WISATA WATER BLASTER KOTA
SEMARANG**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 20 September 2010

Tim Penguji

1. Drs. H. Edy Yusuf Agung G, MSc. Ph. D (.....)

2. Drs. H. Wiratno, M.EC. (.....)

3. Achma Hendra Setiawan, SE, MSi (.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Dhita Triana Dewi, menyatakan bahwa skripsi dengan judul: Analisis Kunjungan Obyek Wisata Water Blaster Kota Semarang adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 1 September 2010

Yang membuat pernyataan,

(Dhita Triana Dewi)

NIM: C2B606017

ABSTRACT

Water Blaster, one of the tourism object in Semarang has great potential to be developed for tourism because of this high potential. Water Blaster is the biggest water attractions in thd Semarang and its located on top of the city so that they can enjoy the views of the city below. But the number of visitors at Water Blaster is still relatively low compared with other similar object. There are several factors that influenced the number of visits of Blater Water, the purpose of this study was to determine the factors that influence and how much influence on the number of visits to attractions of Water Blaster.

The method used in collecting primary data using the proportional method of purposive sampling. This study took a sample of 100 respondents. While analysis tools used in this study is multiple linear regression with the number of visits as the dependent variable and five independent variables are ticket pricing in other similar places variable (Rp), the facility variable, the game variable, the average revenue per month variable (Rp) and a distance variable (km).

After testing irregularities classical assumptions, the results indicate that data is normally distributed and there is no obtained a discrepancy.. Based on calculations SPSS 17.0 was obtained, calculated the F value = 21,272 with significance of F for 0,000. By using a significance level = 0,05 was obtained value of F table value = 2,31. Then the F test (21,272) > F table (2,31), or the significance of F of 0,000 indicates less than 0,05 so it can be concluded that the five independent variables in the ticket price to other similar tourism attractions, facilities, game, income average per month and distance affect the number of tourists visiting of Water Blaster accepted. Partially, facilities variable, games, the average income per month and distance has a significant effect. While variable ticket pricing in other similar torism places are not significant. And from the fifth variable is the most dominant influence on the number of tourist visits is games variable. T-calculated value of 5.406 and probability of significance of 0,000.

Keywords: Semarang, Water Blaster, Tourism, The Number of Tourists Visiting

ABSTRAK

Obyek wisata Water Blaster, Kota Semarang memiliki potensi besar untuk dikembangkan karena potensi wisata yang tergolong tinggi yaitu satu-satunya wisata air terbesar di Kota Semarang dan berlokasi di Semarang atas sehingga dapat menikmati pemandangan kota bawah. Namun jumlah pengunjung di obyek wisata water Blaster masih tergolong rendah jika dibandingkan dengan obyek wisata lain yang sejenis. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi jumlah kunjungan ke obyek wisata Water Blaster antara lain harga tiket di obyek wisata lain yang sejenis, fasilitas, permainan, pendapatan rata-rata per bulan dan jarak. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh variabel harga tiket di obyek wisata lain yang sejenis, variabel fasilitas, variabel permainan, variabel pendapatan rata-rata per bulan dan variabel jarak terhadap jumlah kunjungan ke obyek wisata Water Blaster.

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data primer dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Penelitian ini mengambil sampel sebanyak 100 responden. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda dengan jumlah kunjungan sebagai variabel dependen dan lima variabel independen yaitu variabel harga tiket di obyek wisata lain yang sejenis (Rp), variabel fasilitas, variabel permainan, variabel penghasilan rata-rata per bulan (Rp) dan variabel jarak (km).

Setelah dilakukan uji penyimpangan asumsi klasik, hasilnya menunjukkan data terdistribusi normal dan tidak diperoleh suatu penyimpangan. Berdasarkan hasil perhitungan SPSS 17.0 diperoleh nilai F hitung sebesar 21,272 dengan signifikansi F sebesar 0.000. Dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 diperoleh nilai F tabel sebesar 2,31, maka F hitung (21,272) > F tabel (2,31), atau signifikansi F sebesar 0,000 menunjukkan lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa ke lima variabel independen yaitu harga tiket di obyek wisata lain yang sejenis, fasilitas, permainan, penghasilan rata-rata per bulan dan jarak secara bersama-sama berpengaruh terhadap jumlah kunjungan wisatawan obyek wisata Water Blaster diterima. Secara parsial variabel fasilitas, permainan, penghasilan rata-rata per bulan dan jarak berpengaruh signifikan, sedangkan variabel harga tiket di obyek wisata lain yang sejenis tidak berpengaruh signifikan. Dari ke lima variabel tersebut yang paling dominan pengaruhnya terhadap jumlah kunjungan wisatawan adalah variabel permainan. Dengan nilai t-hitung sebesar 5,406 dan probabilitas signifikasi sebesar 0,000.

Kata kunci: Semarang, Water Blaster, Pariwisata, Jumlah Kunjungan

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan berkat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Analisis Kunjungan Obyek Wisata Water Blaster Kota Semarang" sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro dengan baik.

Penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, dorongan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih pada semua pihak yang telah turut serta membantu penyusunan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan pihak penyusunan skripsi ini tidak mungkin dapat terselesaikan. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. M Chabachib, MSi. Akt., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang
2. Bapak Drs. H Edy Yusuf Agung Gunanto, MSc. Ph. D selaku Dosen Pembimbing dan Dosen Wali IESP reguler II angkatan 2006 yang telah banyak membantu dalam memberikan bimbingan dan arahan dengan penuh kesabaran dan keikhlasan dalam penyusunan skripsi ini telah banyak membantu selama menjalani kuliah di Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.

3. Ibu Evi Yulia P, MSi, selaku Koordinator Jurusan Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan Reguler II yang telah membantu memberi dosen pembimbing yang baik dan berkesan bagi penulis.
4. Mama dan papa (Endang Ediati dan Agus Triyono, BA), mas Dadang dan keluarga besar terima kasih atas bantuan, dorongan dan doa yang tidak pernah putus. Semoga penulis dapat memberikan yang terbaik untuk kalian.
5. Nasrul, kekasihku terima kasih atas waktu, tenaga dan perasaan yang dikorbankan selama ini, selalu menemani dan membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Sahabat-sahabatku Crossandra U, Dian Pramana, L. Cornelia, Laily Zulfa terima kasih telah banyak membantu, memberi semangat dan doa sehingga skripsi dapat selesai, teman-teman IESP Reguler II angkatan 2006 yang telah memberikan banyak kenangan indah selama 4 tahun, senior-senior IESP, mas Tribowo, mas Himawan terima kasih atas saran, bimbingan dan bantuannya.
7. Para Dosen dan seluruh staf FE Undip yang membantu dalam proses belajar mengajar selama kuliah, yang telah membantu dalam memberikan ilmu dan arahnya kepada penyusun selama melakukan studi di kampus tercinta ini.
8. Bapak, ibu di Dinas Pariwisata Provinsi Jawa Tengah dan BPS terima kasih telah mempermudah penulis untuk mencari data. Mas Tido staf Water Blaster terima kasih telah banyak membantu penulis.

9. Seluruh pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Akhirnya dengan segala hormat dan kerendahan hati, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca dan pihak yang membutuhkan.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

Semarang, 1 September 2010
Penulis,

Dhita Triana Dewi
NIM. C2B606017

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	9
1.3.1 Tujuan Penelitian	9
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	10
1.4 Sistematika Penulisan	10
BAB II TELAAH PUSTAKA	12
2.1. Landasan Teori	12
2.1.1 Teori Permintaan	12
2.1.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Jumlah Kunjungan Wisata.....	16
2.1.3 Pengertian Pariwisata.....	18
2.1.4 Permintaan Pariwisata.....	20
2.1.5 Jenis Pariwisata	31
2.2. Penelitian Terdahulu	36
2.3. Kerangka Pemikiran	40
2.4. Hipotesis	41
BAB III METODE PENELITIAN.....	42
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	42
3.1.1 Variabel Penelitian	42
3.1.2 Definisi Operasional	42
3.2. Populasi dan Sampel	44
3.2.1. Populasi	44
3.2.2. Sampel	44
3.3. Jenis dan Sumber Data.....	46
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	47

3.5. Metode Analisis Data.....	48
3.5.1. Uji Penyimpangan Asumsi Klasik	48
3.5.2. Model Regresi	52
3.5.3. Pengujian Hipotesis	53
BAB IV HASIL DAN ANALISIS.....	57
4.1. Deskripsi Obyek Penelitian	57
4.1.1 Kota Semarang	57
4.1.2 Obyek Wisata Water Blaster.....	58
4.2. Gambaran Umum responden	61
4.3. Deskripsi Variabel	65
4.4. Analisis Data dan Pembahasan	75
4.4.1 Uji Penyimpangan Asumsi Klasik.....	75
4.4.2 Analisis Regresi Linier Berganda	80
4.4.3 Pengujian Hipotesis	82
4.4.4 Pengaruh Variabel Independen Terhadap Jumlah Kunjungan	87
BAB V PENUTUP.....	92
5.1. Kesimpulan dan Saran	92
5.1.1. Kesimpulan.....	92
5.1.2. Saran	93
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	97

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Pengunjung Obyek Wisata Water Blaster Tahun 2009	6
Tabel 1.2 Data Pengunjung Obyek Wisata Air Bojongsari Tahun 2008-2009	7
Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	39
Tabel 3.1 Uji Durbin-Watson.....	50
Tabel 4.1 Jumlah Responden Berdasarkan Umur	62
Tabel 4.2 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	63
Tabel 4.3 Jumlah Responden Berdasarkan Status.....	64
Tabel 4.4 Jumlah Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	64
Tabel 4.5 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	65
Tabel 4.6 Jumlah Responden Berdasarkan Harga Tiket Di Obyek Wisata Lain Yang Sejenis.....	66
Tabel 4.7 Pendapat Responden Tentang Fasilitas Loker	67
Tabel 4.8 Pendapat Responden Tentang Fasilitas Kamar Mandi/Kamar Ganti.....	68
Tabel 4.9 Pendapat Responden Tentang Fasilitas <i>Foodcourd</i>	68
Tabel 4.10 Pendapat Responden Tentang Fasilitas Pelampungr.....	69
Tabel 4.11 Pendapat Responden Tentang Fasilitas Tempat Parkir	70
Tabel 4.12 Pendapat Responden Tentang Jumlah Permainan Obyek wisata Water Blaster.....	71
Tabel 4.13 Pendapat Responden Tentang Tingkat Keamanan Obyek Wisata Water Blaster.....	71

Tabel 4.14	Pendapat Responden Tentang Daya Tarik Permainan Obyek Wisata Water Blaster.....	72
Tabel 4.15	Jumlah Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan	73
Tabel 4.16	Jumlah Responden Berdasarkan Jarak Ke Obyek Wisata Water Blaster.....	74
Tabel 4.17	Hasil Uji Multikolinearitas.....	76
Tabel 4.18	Uji Heteroskedastisitas Dengan Uji Park.....	79
Tabel 4.19	Ringkasan Hasil Estimasi Regresi.....	81

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kurva Permintaan Suatu Barang	12
Gambar 2.2 Konsumsi Pariwisata dan Barang Lainnya.....	24
Gambar 2.3 Tujuan Wisata Sebagai Barang Pelengkap.....	25
Gambar 2.4 Tujuan Wisata Sebagai Barang Pengganti	26
Gambar 2.5 Perubahan Pendapatan Dalam Konsumsi Pariwisata	28
Gambar 2.6 Pengaruh Perubahan Harga Dalam Konsumsi Pariwisata.....	29
Gambar 2.7 Kerangka Pemikiran Penelitian	40
Gambar 3.1 Durbin - Watson	50
Gambar 3.2 Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho Uji F.....	54
Gambar 3.3 Uji t Pihak Kiri	56
Gambar 3.4 Uji t Pihak Kanan	56
Gambar 4.1 <i>Baby Kids Play</i>	58
Gambar 4.2 <i>Race Family</i> dan <i>Slide Anaconda</i>	59
Gambar 4.3 <i>Slide Race</i>	60
Gambar 4.4 Uji Durbin - Watson.....	77
Gambar 4.5 Uji Heteroskedastisitas	78
Gambar 4.6 Uji Normalitas	80
Gambar 4.7 Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	83

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A Kuesioner.....	97
Lampiran B Data Mentah.....	104
Lampiran C Variabel Penelitian.....	110
Lampiran D Hasil Output Regresi.....	114
Lampiran E Peta Wisata Kota Semarang.....	126
Lampiran F Tabel F.....	128
Lampiran G Tabel t.....	132
Lampiran H Surat Ijin.....	136

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata merupakan salah satu sumber pendapatan yang penting bagi suatu negara. Dengan pariwisata, maka suatu negara atau lebih khusus lagi pemerintah daerah tempat obyek wisata itu berada, akan mendapatkan pemasukan dari pendapatan setiap obyek wisata. Pariwisata juga merupakan komoditas yang dibutuhkan oleh setiap individu. Alasannya, karena aktivitas berwisata bagi seorang individu dapat meningkatkan daya kreatif, menghilangkan kejenuhan kerja, relaksasi, berbelanja, bisnis, mengetahui peninggalan sejarah dan budaya suatu etnik tertentu, kesehatan dan pariwisata spiritualisme. Dengan meningkatnya waktu luang sebagai akibat lebih singkatnya hari kerja dan didukung oleh meningkatnya penghasilan maka aktivitas kepariwisataan akan semakin meningkat (I Gede Wiyasa, 1997).

Pariwisata merupakan fenomena yang sangat kompleks dan bersifat unik, karena pariwisata bersifat multidimensi baik fisik, sosial, ekonomi, politik dan budaya. Pariwisata juga menawarkan jenis produk dan wisata yang beragam, mulai dari wisata alam, wisata budaya, wisata sejarah, wisata buatan, hingga beragam wisata minat khusus. Bila dilihat dari segmen pasarnya, pariwisata sangatlah dinamis dan sangat terdiferensiasi dan skala operasinya terjenjang, mulai dari tingkat komunitas, lokal, nasional, regional dan global. Selain itu

pariwisata menuntut fasilitas pendukung yang kompleks. Pariwisata juga memiliki komponen yang sangat kompleks berhubungan dengan sebuah sistem yang lebih besar (pembangunan nasional) dan subsistem-subsistem lain yang menjadi komponen-komponennya. Diluar semua itu ada satu hal yang masih ditambahkan bahwa pariwisata memiliki kompleksitas yang tinggi dan dampaknya sangat pelik serta tidak mudah diukur, tergantung pada konteks yang sangat beragam dan menuntut instrumen mitigasi dampak yang sangat luas. Oleh karena itu dibutuhkan perancangan yang baik untuk penanganannya (Danang Parikesit dan Wiwied Trisnadi, 1997).

Pariwisata dapat mempengaruhi kegiatan-kegiatan sosial, ekonomi dan budaya. Dari sudut sosial, dimana kegiatan pariwisata akan memperluas kesempatan tenaga kerja baik dari kegiatan pembangunan sarana dan prasarana maupun dari berbagai sektor usaha yang langsung maupun yang tidak langsung berkaitan dengan kepariwisataan. Hubungannya dengan kegiatan para wisatawan dalam negeri, maka pariwisata akan dapat menumbuhkan dan meningkatkan pengenalan dan cinta terhadap tanah airnya, sehingga dapat memotivasi sikap toleransi dalam pergaulan yang merupakan kekuatan dalam pembangunan bangsa. Selain itu juga, pariwisata mampu memperluas cakrawala pandangan pribadi terhadap nilai-nilai kehidupan.

Segi ekonomi bahwa kegiatan pariwisata dapat memberikan sumbangan terhadap penerimaan daerah yang bersumber dari pajak, retribusi parkir dan karcis atau dapat mendatangkan devisa dari para wisatawan mancanegara yang berkunjung. Adanya pariwisata juga akan menumbuhkan usaha-usaha ekonomi

yang saling merangkai dan menunjang kegiatannya sehingga dapat meningkatkan pendapatan masyarakat. Segi budaya dalam pariwisata merupakan sarana untuk memperkenalkan alam dan kebudayaan daerah tujuan wisata. Dengan sarana inilah dapat mendorong kreativitas rakyat dalam menggali dan meningkatkan serta melestarikan seni budaya daerahnya.

Jawa Tengah yang beribu kota di Semarang memiliki 29 Kabupaten dan 6 Kota. Jawa Tengah memiliki banyak obyek wisata yang menarik mulai dari wisata alam, wisata budaya, wisata sejarah maupun wisata buatan. Pariwisata di Jawa Tengah merupakan sektor unggulan dan sektor yang mampu menciptakan *multiplier effect*. Potensi ini bisa menarik wisatawan nusantara dan wisata mancanegara untuk berkunjung tempat-tempat wisata di Jawa Tengah.

Obyek wisata wahana air yang ada di Jawa Tengah antara lain :

1. Obyek Wisata Air Bojongsari (Owabong) terletak di Purbalingga, Jawa Tengah.
2. Pandawa Water World terletak di Solo, Jawa Tengah.
3. Obyek Wisata Water Blaster terletak di Kota Semarang.
4. Atlantic Dreamland, obyek wisata air yang terletak di Salatiga.
5. The Fountain Water Park and Resto terletak di Ungaran, Kabupaten Semarang.

Semarang merupakan kota yang ideal sebagai gerbang masuk menuju kota-kota lain di Jawa Tengah sehingga Semarang lebih dikenal sebagai Kota Transit daripada Kota Wisata. Padahal Semarang menyimpan begitu banyak keunikan yang bisa dinikmati dan obyek-obyek yang bisa dikunjungi. Keunikan

bentuk geologisnya yang jarang ditemui di kota-kota lain, Semarang seperti terbagi menjadi daerah dengan dua iklim, panas dan sejuk. Iklim yang panas terjadi karena kota berada dipesisir pantai Semarang yang merupakan dataran rendah, sedangkan Iklim yang sejuk didapat karena sebagian Kota Semarang berada di lereng gunung Ungaran. Semarang selama ini dikenal sebagai kota industri dan bisnis tetapi bukan berarti Semarang tidak memiliki tempat wisata yang menarik untuk dikunjungi. Ada wisata budaya seperti Museum Ronggowarsito, Museum Mandala Bakti, Museum Nyonya Meneer, Museum Jamu Jago, Taman Budaya Raden saleh, Museum Rekor Indonesia (MURI), Vihara Budha Gaya, Menara Masjid Agung Jawa Tengah dan Makam Sunan Pandanaran. Selain wisata budaya, ada juga tempat wisata yang menonjolkan keindahan alam seperti Wisata Alam Goa Kreo, Taman Rekreasi Tanjung Mas, Kampoeng Wisata Taman Lele dan Taman Margasatwa Semarang. Semarang juga memiliki wisata buatan seperti Kolam Renang Ngalian Tirta Indah, Oasis Swimming Pool, Taman Rekreasi Marina, International sport Club, Taman Wisata Budaya Puri Maerokoco, Gelanggang Pemuda Manunggal, Kolam Renang Villa Bukit Mas, Taman Ria Wonderia, Taman Rusa dan Hutan Wisata Tinjomoyo, Paradise Club dan Water Blaster. Untuk menunjang kebutuhan para wisatawan, Semarang juga sudah mempersiapkan hotel dari yang paling murah sampai hotel berbintang. Transportasi yang mudah dan nyaman, biro perjalanan yang siap memandu perjalanan para wisatawan.

Salah satu obyek wisata yang sedang berkembang di Semarang adalah Water Blaster. Obyek wisata Water Blaster adalah wahana wisata air pertama dan

satu-satunya di kota Semarang sehingga merupakan wisata baru bagi masyarakat kota Semarang. Obyek wisata yang baru dibuka pada tanggal 17 Oktober 2008 ini merupakan sebuah tempat wisata yang sangat menarik, menyenangkan dan ideal sebagai tempat rekreasi bersama keluarga, teman atau saudara. Potensi yang sangat dominan adalah kolam renang sebagai daya tarik utama yang memiliki desain menarik dan memiliki banyak wahana permainan mulai dari untuk anak-anak hingga dewasa seperti *baby kidplay*, ember tumpah, *slide* untuk anak, *pleasurepool*, *speed terpedos*, *slide race*, *yellow slide*, *blue slide*, *dino blast*, *lazy river*, *cave river*, *the great wall*, *blaster warrior*, *animal education*, *water futsal* dan *flaying fox*. Selain fasilitas permainan, Water Blaster juga menyediakan *foodcourt* yang dilengkapi fasilitas *hotspot area*, toko souvenir, *gazebo*, *vip room*, loker, *car golf*, ban gratis/pelampung, parkir yang luas, dan lain-lain. Pihak manajemen juga menyiagakan 30 petugas penyelamat untuk mengantisipasi kecelakaan yang terjadi. Kelebihan obyek wisata Water Blaster bukan hanya pada wahana permainan airnya saja, tetapi juga keindahan kota bawah yang terlihat dari Water Blaster. Hal inilah yang membuat wisatawan tertarik untuk berkunjung disana.

Obyek wisata Water Blaster mampu menarik banyak pengunjung dan menjadi tempat wisata terutama untuk anak-anak di kota Semarang. Berikut adalah tabel jumlah pengunjung wisata Water Blaster pada tahun 2009

Tabel 1.1
Data Pengunjung Obyek Wisata Water Blaster Semarang
Tahun 2009

BULAN	JUMLAH (orang)	PERTUMBUHAN (%)
Januari	10.846	-
Pebruari	9.174	-15,4
Maret	10.291	12,2
April	9.552	-7,2
Mei	8.749	-8,4
Juni	13.153	50,3
Juli	12.939	-1,6
Agustus	7.625	-41,1
September	15.021	97,0
Oktober	11.647	-22,5
November	8.351	-28,3
Desember	14.497	73,6
Jumlah	131.845	108,6
Rata-rata	10.987	9,05

Sumber: Water Blaster Semarang, 2009

Tabel 1.1 menggambarkan bahwa obyek wisata Water Blaster yang terletak di jalan Bukit Candi Golf No. 1 Semarang ini mampu menarik pengunjung rata-rata 10.987 orang per bulannya dengan jumlah terbanyak pada bulan September dan Desember. Hal ini dimungkinkan karena pada bulan September bertepatan dengan libur lebaran dan bulan Desember bertepatan dengan libur sekolah dan libur Natal dimana waktu yang tepat untuk berlibur. Jumlah pengunjung obyek wisata Water Blaster mengalami fluktuasi tiap bulannya, misalnya saja pada bulan Juli jumlah pengunjung sebesar 12.939 orang kemudian bulan Agustus turun 41,1% menjadi 7.625 orang, hal ini disebabkan karena bertepatan pada bulan puasa. Pada bulan September mengalami peningkatan yang drastis 97% menjadi 15.021 orang. Pada bulan Oktober turun

22,5% menjadi 11.647 orang dan turun lagi 28,3% menjadi 8.351 orang. Bulan Desember baru mengalami peningkatan lagi sebesar 73,6% menjadi 14.497 orang.

Tabel 1.2
Data Pengunjung Obyek Wisata Air Bojongsari
Kabupaten Purbalingga
Tahun 2008-2009

BULAN	JUMLAH (orang)
Januari	112.198
Februari	58.743
Maret	83.606
April	58.118
Mei	105.831
Juni	197.428
Juli	122.002
Agustus	70.678
September	4.020
Oktober	160.984
Nopember	58.352
Desember	115.580
Jumlah 2008	1.147.540
Jumlah 2009	992.607
Rata-rata 2009	95.628

Sumber: Badan Pusat Statistik Tahun 2009 -
Statistik Pariwisata Jawa Tengah Tahun 2009

Di Kabupaten Purbalingga juga terdapat obyek wisata air yaitu Obyek Wisata Air Bojongsari (Owabong). Wisata yang dibangun tahun 2005 ini merupakan Obyek wisata unggulan di Kabupaten Purbalingga karena wisata wahana air terluas di Jawa Tengah. Tabel 1.2 menggambarkan jumlah pengunjung di Obyek Wisata Air Bojongsari (Owabong) pada tahun 2008 dan tahun 2009. Jumlah pengunjung tahun 2009 turun sebesar 154.933 orang dari 1.147.540 orang

menjadi 992.607 orang, dengan rata-rata jumlah pengunjung 95.628 orang per bulannya.

Water Blaster sebagai salah satu obyek wisata di Kota Semarang telah berupaya menciptakan keunggulan dalam persaingannya dengan obyek-obyek wisata lain. Banyak obyek-obyek wisata maupun tempat-tempat hiburan di Kota Semarang maupun di tempat-tempat lainnya, namun Water Blaster tetap menjadi pilihan untuk berwisata, karena selain bisa untuk berolah raga Water Blaster juga memiliki wahana permainan air. Oleh karena alasan tersebut maka judul dalam penelitian ini adalah **“ANALISIS KUNJUNGAN OBYEK WISATA WATER BLASTER KOTA SEMARANG”**.

1.2 Rumusan Masalah

Obyek wisata Water Blaster, kota Semarang memiliki potensi besar untuk dikembangkan. Hal tersebut dapat dilihat dari manfaat yang diperoleh saat mengunjungi obyek wisata Water Blaster. Namun demikian jumlah pengunjung di obyek wisata water Blaster masih sedikit jika dibandingkan dengan Obyek Wisata Air Bojongsari (Owabong). Permasalahannya ada beberapa faktor yang mempengaruhi jumlah pengunjung di obyek wisata Water Blaster. Faktor-faktor tersebut antara lain harga tiket di obyek wisata lain yang sejenis, fasilitas, permainan, penghasilan rata-rata per bulan dan jarak.

Oleh karena itu diadakan studi mengenai obyek wisata Water Blaster untuk mengetahui faktor-faktor yang mendorong masyarakat untuk berkunjung ke

obyek wisata Water Blaster agar memperoleh jawaban atas permasalahan-permasalahan yang ada.

Adapun pertanyaan penelitian yang akan dibahas adalah :

1. Apakah faktor harga tiket di obyek wisata lain yang sejenis, fasilitas, permainan, penghasilan rata-rata per bulan dan jarak mempengaruhi permintaan obyek wisata Water Blaster, kota Semarang.
2. Seberapa besar pengaruh faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan obyek wisata Water Blaster terhadap jumlah kunjungan obyek wisata Water Blaster.

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini antara lain:

1. Untuk menganalisis pengaruh variabel harga tiket di obyek wisata lain yang sejenis terhadap jumlah kunjungan ke obyek wisata Water Blaster, kota Semarang.
2. Untuk menganalisis pengaruh variabel fasilitas terhadap jumlah kunjungan ke obyek wisata Water Blaster, kota Semarang.
3. Untuk menganalisis pengaruh variabel permainan terhadap jumlah kunjungan ke obyek wisata Water Blaster, kota Semarang.
4. Untuk menganalisis pengaruh variabel penghasilan rata-rata per bulan terhadap jumlah kunjungan ke obyek wisata Water Blaster, kota Semarang.

5. Untuk menganalisis pengaruh variabel jarak terhadap jumlah kunjungan ke obyek wisata Water Blaster, kota Semarang.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini adalah :

1. Sebagai masukan dan pertimbangan dalam mengembangkan dan menyempurnakan kebijakan-kebijakan pemerintah terutama yang berhubungan dengan pariwisata.
2. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan dan pengetahuan bagi semua pihak yang tertarik dengan masalah-masalah yang dibahas dalam penelitian ini.

1.4 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini terbagi menjadi lima bab yang tersusun sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan merupakan bagian pendahuluan yang berisi; latar belakang, rumusan masalah yang menjadi dasar penelitian, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan laporan penelitian.

BAB II Telaah Pustaka merupakan telaah pustaka yang terdiri dari landasan teori, penelitian terdahulu dan kerangka pemikiran yang digunakan.

BAB III Metode Penelitian merupakan metode penelitian yang meliputi variabel penelitian dan definisi operasional, populasi dan sampel, analisis jenis

dan sumber data, prosedur pengumpulan data dan metode analisis data yang digunakan untuk menjawab permasalahan dalam penelitian ini.

BAB IV Hasil dan Analisis merupakan hasil dan analisis yang meliputi diskripsi obyek penelitian, analisis data dan pembahasan.

BAB V Penutup merupakan bab terakhir yang berisi simpulan dan saran atas dasar penelitian.

BAB II

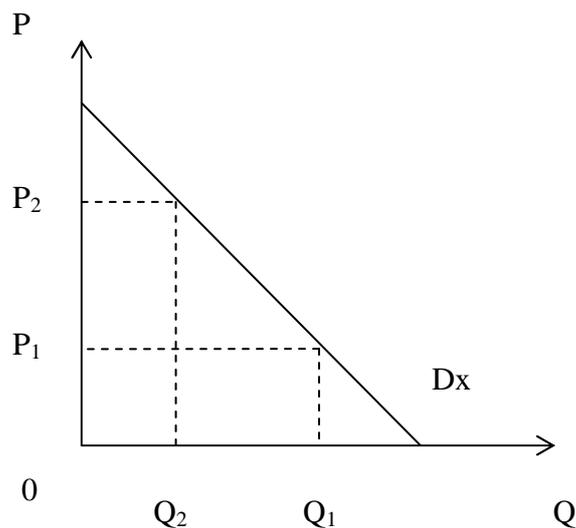
TELAAH PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Permintaan

Dalam ilmu ekonomi, istilah permintaan (*demand*) mempunyai arti tertentu, yaitu selalu menunjuk pada suatu hubungan tertentu antara jumlah suatu barang yang mau dibeli orang dan harga barang tersebut. Permintaan adalah jumlah dari suatu barang yang mau dan mampu dibeli pada berbagai kemungkinan harga, selama jangka waktu tertentu, dengan anggapan hal-hal lain tetap sama (= *ceteris paribus*). (Gilarso, 2001)

Gambar 2.1
Kurva Permintaan Suatu Barang



Sumber: Gilarso, 2001

Kurva permintaan dapat digambarkan seperti yang terlihat dalam Gambar 2.1, jumlah yang mau dibeli (Q) diukur dengan sumbu X (horizontal), sedangkan harga (P) diukur dengan sumbu Y (vertikal). Kurva permintaan menunjukkan bahwa antara harga dan jumlah yang mau dibeli terdapat suatu hubungan yang negatif atau berbalikan, yaitu jika harga naik, maka jumlah yang dibeli akan berkurang dan jika harga turun, maka jumlah yang mau dibeli akan bertambah. Gejala ini disebut hukum permintaan (Gilarso 2001 : 21).

Menurut Gilarso (2001 : 25), faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan antara lain:

1. Jumlah pembeli: jika jumlah pembeli suatu barang tertentu bertambah, maka pada harga yang sama jumlah yang mau dibeli bertambah banyak juga, dan kurva permintaan akan bergeser ke kanan.
2. Besar penghasilan: yang tersedia untuk dibelanjakan jelas berpengaruh sekali lebih banyak dari segala macam barang dan jasa. Dalam hal ini ada satu pengecualian, yaitu yang disebut *inferior goods*, yaitu barang-barang yang permintaannya justru berkurang bila penghasilan konsumen naik. Semua barang lain disebut *normal goods*, yaitu barang yang permintaannya naik apabila pendapatan konsumen naik.
3. Harga barang-barang lain: kenaikan harga barang lain itu memperbesar atau justru memperkecil permintaan masyarakat akan suatu barang tersebut, itu tergantung apakah barang lain itu ada keterkaitan dengan barang tersebut, yaitu:

- a. Barang pelengkap (komplementer)

Misalnya jika harga sepeda motor turun, maka jumlah sepeda motor yang diminta akan bertambah. Akibatnya permintaan akan bensin bertambah pula. Demikian permintaan akan oli juga bertambah.
- b. Barang pengganti (substitusi)

Bila harga barang yang satu naik, jumlah yang diminta dari barang tersebut akan berkurang, tetapi jumlah yang diminta dari barang substitusinya justru akan bertambah. Misalnya, jika harga karcis kereta api naik, lebih banyak orang akan naik bus.
- c. Barang lepas (independent)

Barang independent adalah barang yang tidak ada hubungan atau pengaruh timbal balik satu sama lain. Apabila harga barang lain itu naik, mungkin pendapatan riil berkurang dan hal ini secara tidak langsung dapat berpengaruh terhadap jumlah barang atau jasa yang diminta.
4. Musim, selera, mode, kebiasaan, perubahan zaman, dan lingkungan sosial juga berpengaruh terhadap permintaan. Misalnya permintaan akan payung pada awal musim hujan, mode pakaian dapat berubah dalam waktu singkat, dan sebagainya.
5. Harapan/pandangan tentang masa yang akan datang dan faktor-faktor psikologis lainnya dapat menyebabkan perubahan-perubahan yang mendadak dalam permintaan masyarakat. Misalnya desas-desus bahwa

harga-harga akan naik mendorong orang untuk segera membeli banyak sehingga jumlah yang diminta akan naik pada harga yang sama.

Dilihat dari kurva permintaan jika P naik maka Q akan berkurang dan sebaliknya. Tetapi reaksi konsumen tidak selalu sama untuk berbagai macam barang. Untuk beberapa macam barang para konsumen sangat peka terhadap perubahan harga. Oleh karena itu untuk menyatakan peka tidaknya jumlah yang mau dibeli terhadap perubahan harga dipergunakan istilah elastisitas harga. Elastisitas (harga) dari permintaan yaitu menunjukkan bagaimana reaksi pembeli (dalam hal jumlah yang mau dibeli) bila ada perubahan harga, atau peka tidaknya jumlah yang mau dibeli terhadap perubahan harga. Agar dapat dibandingkan, keduanya dinyatakan dalam persen (%). Jika konsumen peka terhadap perubahan harga suatu barang, maka permintaan akan barang itu disebut elastis. Sedangkan jika konsumen kurang peka terhadap perubahan harga suatu barang tertentu, maka permintaan akan barang itu disebut inelastis. Rumus elastisitas permintaan adalah sebagai berikut:

$$\varepsilon = \frac{\% \text{ perubahan } Q_d}{\% \text{ perubahan } P} \Leftrightarrow \varepsilon = \frac{\% \Delta Q_d}{\% \Delta P} \Leftrightarrow - \frac{\Delta Q}{\Delta P} \cdot \frac{P}{Q} \quad (2.1)$$

Permintaan disebut elastis jika $\varepsilon > 1$, inelastis jika $\varepsilon < 1$ dan elastis uniter jika $\varepsilon = 1$.

2.1.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Jumlah Kunjungan Wisata

2.1.2.1 Harga Tiket Di Obyek Wisata Lain yang Sejenis

Harga tiket ke obyek wisata lain merupakan turunan harga barang lain dalam fungsi permintaan. Harga barang lain atau harga tiket tersebut dijelaskan oleh biaya tiket masuk yang dikeluarkan oleh pengunjung untuk mengunjungi objek wisata lain yang pernah dikunjungi. Substitusi (mengganti) dan komplementer (melengkapi) dapat didefinisikan dalam hal bagaimana perubahan harga suatu komoditas mempengaruhi permintaan akan barang yang berkaitan. Jika obyek wisata Water Blaster dan obyek wisata lain merupakan barang substitusi maka ketika harga tiket obyek wisata lain turun sedangkan harga tiket obyek wisata Water Blaster tetap, konsumen akan mengunjungi obyek wisata lain lebih banyak dan mengunjungi lebih sedikit obyek wisata Water Blaster. Jika obyek wisata Water Blaster dan obyek wisata lain merupakan barang komplementer maka berlaku sebaliknya, dimana penurunan harga tiket obyek wisata lain akan menaikkan permintaan obyek wisata Water Blaster dan kenaikan harga tiket obyek wisata lain akan menurunkan permintaan obyek wisata Water Blaster.

2.1.2.2 Fasilitas

Fasilitas merupakan suatu jasa pelayanan yang disediakan oleh suatu obyek wisata untuk menunjang atau mendukung aktivitas-aktivitas wisatawan yang berkunjung di obyek wisata tersebut, misalnya saja seperti hotel, restaurant, alat transportasi, toko souvenir dan lain-lain. Apabila suatu obyek wisata memiliki

fasilitas yang memadai serta memenuhi standar pelayanan dan dapat memuaskan pengunjung maka dapat menarik wisatawan lebih banyak lagi melalui kesan-kesan baik dari pengunjung sebelumnya. Sebaliknya jika suatu obyek wisata tidak memiliki fasilitas yang memuaskan maka permintaan berwisata akan menurun.

2.1.2.3 Permainan

Atraksi (obyek dan daya tarik) merupakan komponen yang sangat vital, karena atraksi merupakan faktor penyebab utama mengapa seseorang wisatawan mengunjungi suatu daerah tujuan wisata (Gunn, 1972 dalam Pitana dan Gayatri, 2005). Pemilihan obyek wisata lebih banyak ditentukan oleh daya tarik yang terdapat di obyek wisata yang akan dikunjungi, apakah sesuai dengan keinginan wisatawan. Wisatawan akan tertarik untuk mengunjungi suatu obyek wisata dengan melihat apa saja yang ditawarkan atau disediakan oleh suatu obyek wisata. Sehingga untuk jenis wahana wisata air, pengunjung akan melihat berapa banyak jumlah wahana permainan yang akan diberikan, apakah permainannya menarik dan aman tidaknya wahana permainan tersebut. Oleh karena itu semakin banyak jumlah wahana permainan yang disediakan maka orang akan lebih tertarik untuk mengunjungi tempat wisata tersebut.

2.1.2.4 Penghasilan Rata-rata Per Bulan

Permintaan pariwisata terutama dipengaruhi oleh pendapatan, harga dan informasi tentang seluruh perubahan permintaan dari setiap variabel tersebut juga penting bagi penyedia dan pembuat kebijakan pariwisata. Pendapatan yang naik

dengan harga relatif konstan, efeknya paling banyak pada jenis pariwisata dan daerah tujuan wisata kemungkinan besar adalah positif. Dengan demikian, kenaikan pendapatan akan mengakibatkan permintaan pada kebanyakan barang dan jasa lainnya, contohnya barang normal (*normal good*) karena permintaan akan barang tersebut secara positif berhubungan dengan pendapatan. Selain itu, pendapatan yang naik memungkinkan juga menurunkan permintaan seperti pada produk pariwisata ini adalah barang inferior (Sinclair dan Stabler, 1997). Hal ini dapat diasumsikan bahwa apabila pariwisata barang normal jika penghasilan naik maka orang akan lebih banyak berkunjung ke tempat-tempat wisata untuk berekreasi dan sebagainya, sehingga akan meningkatkan jumlah kunjungan ke tempat wisata. Dan apabila pariwisata barang inferior jika penghasilan naik maka orang akan memilih tempat wisata yang memiliki tingkat prestise yang lebih tinggi.

2.1.2.5 Jarak

Jarak antara daerah tempat tinggal ke tempat obyek wisata juga mempengaruhi permintaan akan kunjungan. Seseorang cenderung lebih memilih tujuan wisata yang dekat dengan tempat tinggalnya untuk menekan biaya pengeluaran dalam berwisata. Oleh karena itu apabila semakin dekat jarak obyek wisata terhadap tempat tinggal maka orang akan tertarik mengunjungi obyek wisata itu dan sebaliknya.

2.1.3 Pengertian Pariwisata

Beberapa pengertian dasar tentang wisata, pariwisata dan kepariwisataan berdasarkan Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisataaan adalah sebagai berikut:

1. Wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati obyek dan daya tarik wisata;
2. Wisatawan adalah orang yang melakukan kegiatan wisata;
3. Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata termasuk pengusahaan obyek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut;
4. Kepariwisataaan adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan penyelenggaraan pariwisata;
5. Usaha Pariwisata adalah kegiatan yang bertujuan untuk menyelenggarakan jasa pariwisata, menyediakan atau mengusahakan obyek dan daya tarik wisata, usaha sarana pariwisata, dan usaha lain yang terkait dibidang tersebut;
6. Obyek dan Daya Tarik Wisata adalah segala sesuatu yang menjadi sasaran wisata;
7. Kawasan Pariwisata adalah kawasan dengan luas tertentu yang dibangun atau disediakan untuk memenuhi kebutuhan pariwisata;
8. Menteri Pariwisata adalah menteri yang bertanggung jawab di bidang kepariwisataan.

Menurut H. Kodhyat 1983 (dalam Spillane, 1987) pariwisata adalah perjalanan dari satu tempat ke tempat yang lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu.

Menurut pendapat dari Spillane (1987 : 20) mengemukakan bahwa pariwisata adalah kegiatan melakukan perjalanan dengan tujuan mendapatkan kenikmatan, mencari kepuasan, mengetahui sesuatu, memperbaiki kesehatan, menikmati olahraga atau istirahat, menunaikan tugas, berziarah dan lain-lain.

Menurut Salah Wahab 1975 : 55 (dalam Arison, 2008) mengemukakan, pariwisata adalah salah satu jenis industri baru yang mampu mempercepat pertumbuhan ekonomi dan penyediaan lapangan kerja, peningkatan penghasilan, standar hidup serta menstimulasi sektor-sektor produktif lainnya. Selanjutnya, sebagai sektor yang kompleks, pariwisata juga merealisasi industri-industri klasik seperti industri kerajinan tangan dan cinderamata, penginapan dan transportasi.

2.1.4 Permintaan Pariwisata

Permintaan pariwisata berpengaruh terhadap semua sektor perekonomian, perorangan (individu), Usaha Kecil Menengah, perusahaan swasta, dan sektor pemerintah (Sinclair dan Stabler, 1997).

Menurut Medlik, 1980 (dalam Raiutama, 2006), faktor-faktor utama dan faktor lain yang mempengaruhi permintaan pariwisata dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Harga

Harga yang tinggi pada suatu daerah tujuan wisata akan memberikan imbas atau timbal balik pada wisatawan yang akan bepergian, sehingga permintaan wisatawan akan berkurang begitu pula sebaliknya.

2. Pendapatan

Apabila pendapatan suatu negara tinggi, kecenderungan untuk memilih daerah tujuan wisata sebagai tempat berlibur akan semakin tinggi dan bisa jadi calon wisatawan membuat sebuah usaha pada Daerah Tujuan Wisata jika dianggap menguntungkan.

3. Sosial Budaya

Adanya sosial budaya yang unik dan bercirikan atau berbeda dari apa yang ada di negara calon wisata berasal maka, peningkatan permintaan terhadap wisata akan tinggi hal ini akan membuat sebuah keingintahuan dan penggalian pengetahuan sebagai khasanah kekayaan pola pikir budaya wisatawan.

4. Sosial Politik

Dampak sosial politik belum terlihat apabila keadaan Daerah Tujuan Wisata dalam situasi aman dan tenteram, tetapi apabila hal tersebut berseberangan dengan kenyataan, maka social politik akan sangat terasa dampak dan pengaruhnya dalam terjadinya permintaan.

5. Intensitas Keluarga

Banyak atau sedikitnya keluarga juga berperan serta dalam permintaan wisata hal ini dapat diratifikasi, jumlah keluarga yang banyak maka

keinginan untuk berlibur dari salah satu keluarga tersebut akan semakin besar, hal ini dapat dilihat dari kepentingan wisata itu sendiri.

6. Harga Barang Substitusi

Harga barang pengganti juga termasuk dalam aspek permintaan, dimana barang-barang pengganti dimisalkan sebagai pengganti Daerah Tujuan Wisata yang dijadikan cadangan dalam berwisata seperti: Bali sebagai tujuan wisata utama di Indonesia, akibat suatu dan lain hal Bali tidak dapat memberikan kemampuan dalam memenuhi syarat-syarat Daerah Tujuan Wisata sehingga secara tidak langsung wisatawan akan mengubah tujuannya ke daerah terdekat seperti Malaysia dan Singapura.

7. Harga Barang Komplementer

Barang komplementer adalah barang yang saling melengkapi, dimana apabila dikaitkan dengan pariwisata barang komplementer ini sebagai obyek wisata yang saling melengkapi dengan obyek wisata lainnya.

Sedangkan Morley, 1990 (dalam Putik Asriani, 2008) mengatakan, permintaan akan pariwisata tergantung dari ciri-ciri wisatawan atau tipe wisatawan seperti penghasilan, umur, tingkat pendidikan, motivasi, watak, kewarganegaraan, jenis kelamin dan kelompok sosial ekonomi. Ciri-ciri ini masing-masing akan mempengaruhi kecenderungan orang untuk berpergian dan pilihan tujuan perjalanannya. Permintaan juga ditentukan oleh sifat-sifat tempat tujuan, perjalanan, daya tariknya, harga dan efektif tidaknya kegiatan pemasaran tempat tujuan. Kebijakan pemerintah dapat menaikkan atau menurunkan permintaan akan pariwisata secara langsung dan sengaja dan secara tidak

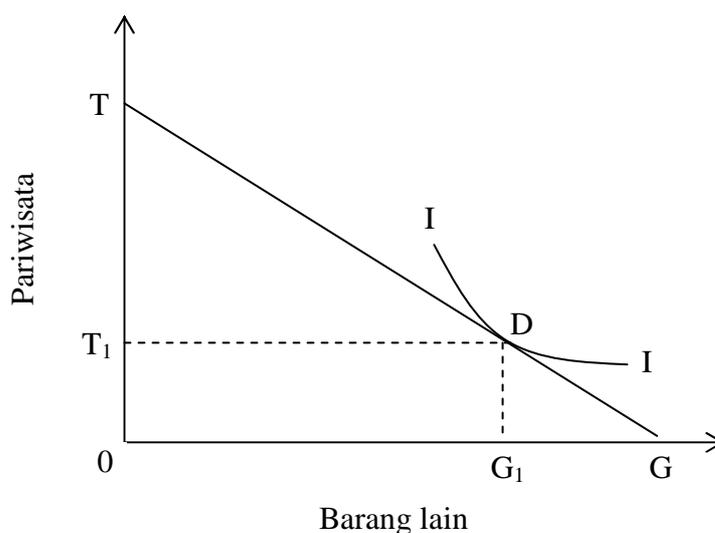
langsung melalui faktor-faktor yang penting bagi wisatawan seperti keamanan (Salah Wahab, 1989).

Permintaan pariwisata mengandalkan total anggaran yang tersedia untuk belanja dan pilihan untuk relativitas pariwisata terhadap barang dan jasa lainnya. Pada sebuah kondisi ekstrim, seseorang dapat mengalokasikan seluruh anggarannya untuk berpariwisata dan selain itu juga dapat digunakan seluruhnya untuk mengkonsumsi barang lain. Seluruh kemungkinan kombinasi digambarkan sepanjang garis *budget line*, T_1 dan G_1 adalah contoh kombinasi seseorang dalam mengkonsumsi kedua barang tersebut. Titik OT adalah jumlah pariwisata yang akan dinikmati jika seseorang membelanjakan seluruh anggarannya untuk berwisata, dan OG adalah jumlah barang lain yang akan dikonsumsi jika tidak ada pengeluaran untuk pariwisata, dengan garis TG menunjukkan kombinasi tengah-tengah. Jumlah pariwisata dan barang lain yang mungkin dikonsumsi atau dinikmati tergantung pada harga relatif pariwisata dan barang lain sehingga harga pariwisata yang lebih rendah akan membuat lebih banyak konsumsi pariwisata, dan sebaliknya (Sinclair dan Stabler, 1997).

Kombinasi pariwisata dan barang lain yang diputuskan untuk dibeli seseorang tergantung dengan preferensi mereka. Kombinasi alternatif antara pariwisata dan barang lain dapat memberikan tingkat kepuasan yang sama terhadap konsumen, misalnya konsumsi pariwisata yang rendah dan konsumsi barang lain yang tinggi memberikan kepuasan yang sama seperti konsumsi pariwisata yang tinggi dan konsumsi barang lain yang rendah, seperti diilustrasikan oleh kurva indifferen II pada Gambar 2.2. Seseorang dapat

mengalokasikan anggaran antara untuk pariwisata dan barang lainnya dengan memilih kombinasi yang memaksimalkan kepuasan. Pada titik D, dimana kurva indifferen bersinggungan dengan *budget line*, menghasilkan tingkat pariwisata OT_1 dan konsumsi OG_1 dari barang lain. Seseorang dengan preferensi yang lebih kuat kepada pariwisata akan mengambil kombinasi sebelah kiri pada titik D, sedangkan seseorang yang lebih banyak mengkonsumsi barang lain dan memiliki kurva indifferen yang bersinggungan dengan TG kearah kanan titik D (Sinclair dan Stabler, 1997).

Gambar 2.2
Konsumsi Pariwisata dan Barang Lainnya



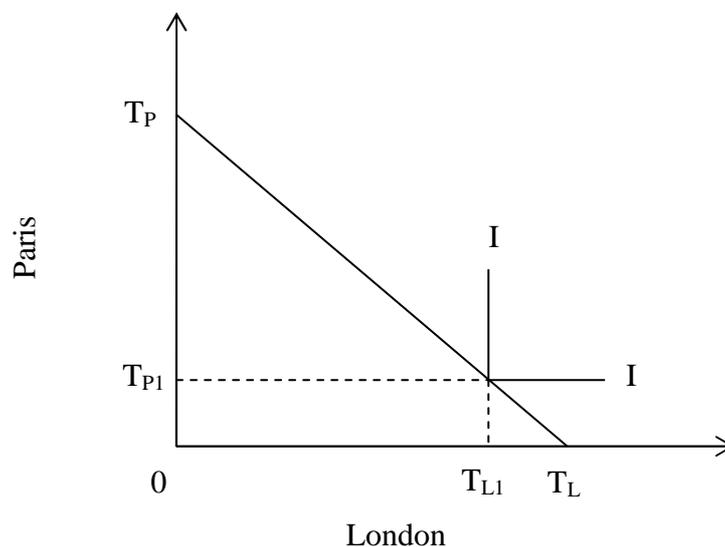
Sumber: Sinclair dan Stabler, 1997

Orang harus memutuskan selain tidak hanya kombinasi yang disukai antara pariwisata (relatif) terhadap barang lain, namun juga kombinasi yang paling disukai antara berbagai jenis pariwisata. Sebagai contoh, seorang wisatawan dapat membelanjakan seluruh anggaran berwisatanya untuk berkunjung ke teman dan relatif atau seluruhnya untuk berlibur di lokasi baru ke luar negeri, selain itu juga

dapat memilih beberapa kombinasi dari keduanya. Posisi optimal sekali lagi tergantung pada anggaran dan preferensi seseorang serta diasumsikan bahwa anggaran dialokasikan antara jenis-jenis pariwisata yang berbeda agar memaksimalkan kepuasan. Kombinasi optimal antara mengunjungi teman dan berlibur di luar negeri dapat diilustrasikan dengan grafik seperti Gambar 2.2. Namun dengan jenis pariwisata yang berbeda yang diukur pada sumbunya dan ditunjukkan dalam Gambar 2.3. Pada kenyataannya, mungkin ada lebih dari dua kombinasi, hal ini dapat ditunjukkan secara matematis namun tidak dapat ditunjukkan secara diagram (Sinclair dan Stabler, 1997).

Pada jenis kasus pariwisata yang berbeda, seseorang mungkin memilih sebuah kombinasi dari jenis-jenis pariwisata. Namun, hal ini bukanlah satu-satunya hasil yang mungkin terjadi sebagai satu jenis pariwisata, mungkin adalah pengganti (*substitute*) atau pelengkap (*complement*) bagi yang lain. Sebagai contoh, beberapa wisatawan Amerika yang pergi ke Eropa menganggap tujuan ke negara-negara Eropa yang berbeda sebagai bagian pelengkap dari pengalaman wisatanya daripada sebagai pengganti, misalnya London dan Paris mungkin dianggap sebagai bagian tetap dan pelengkap dari pengeluaran yang dialokasikan untuk masing-masing. Masalah ini dapat dilihat dalam Gambar 2.3, dimana *budget line* $T_P T_L$ menunjukkan bagaimana kombinasi pengeluaran yang berbeda untuk pariwisata dapat dialokasikan untuk dua tujuan. Namun kurva indeferen II berbentuk L menunjukkan bahwa orang tersebut berharap mengalokasikan bagian-bagian anggaran untuk masing-masing (Sinclair dan Stabler, 1997).

Gambar 2.3
Tujuan Wisata Sebagai Barang Pelengkap

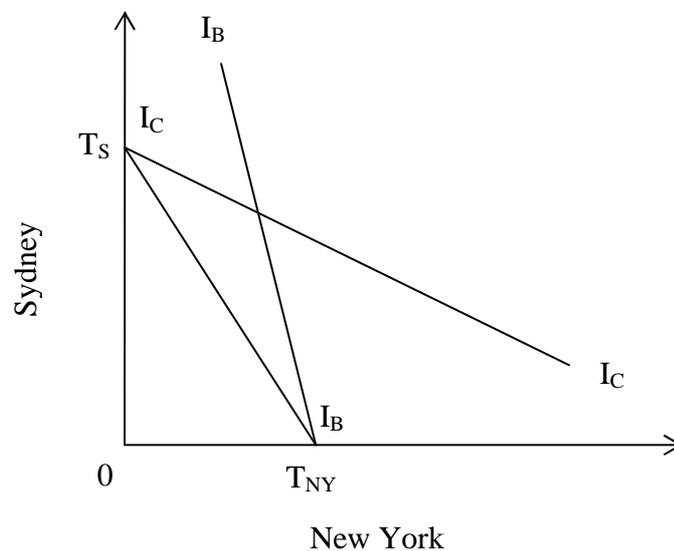


Sumber: Sinclair dan Stabler, 1997

Kasus alternatif tentang tujuan wisata sebagai pengganti (*substitute*) boleh diterapkan pada liburan di Sydney dan New York, seperti yang diilustrasikan dalam Gambar 2.4.

Budget line-nya, T_S T_{NY} , yang menyatakan harga relatif kedua tempat tujuan liburan tersebut, menunjukkan bahwa bagian-bagian yang berbeda dari anggaran mungkin dialokasikan untuk pariwisata pada setiap tempat tujuan. Namun, kurva indeferen $I_B I_B$ menunjukkan bahwa orang B menganggap kedua tempat tujuan tersebut sebagai substitusi dan memilih New York sebagai tujuan yang lebih disukai. Orang C yaitu orang yang berbeda, juga menganggap kedua tempat tujuan tersebut sebagai substitusi namun memiliki preferensi yang berbeda, diilustrasikan dengan kurva indeferen $I_C I_C$, dan memilih Sydney daripada New York (Sinclair dan Stebler, 1997).

Gambar 2.4
Tujuan Wisata Sebagai Barang Pengganti



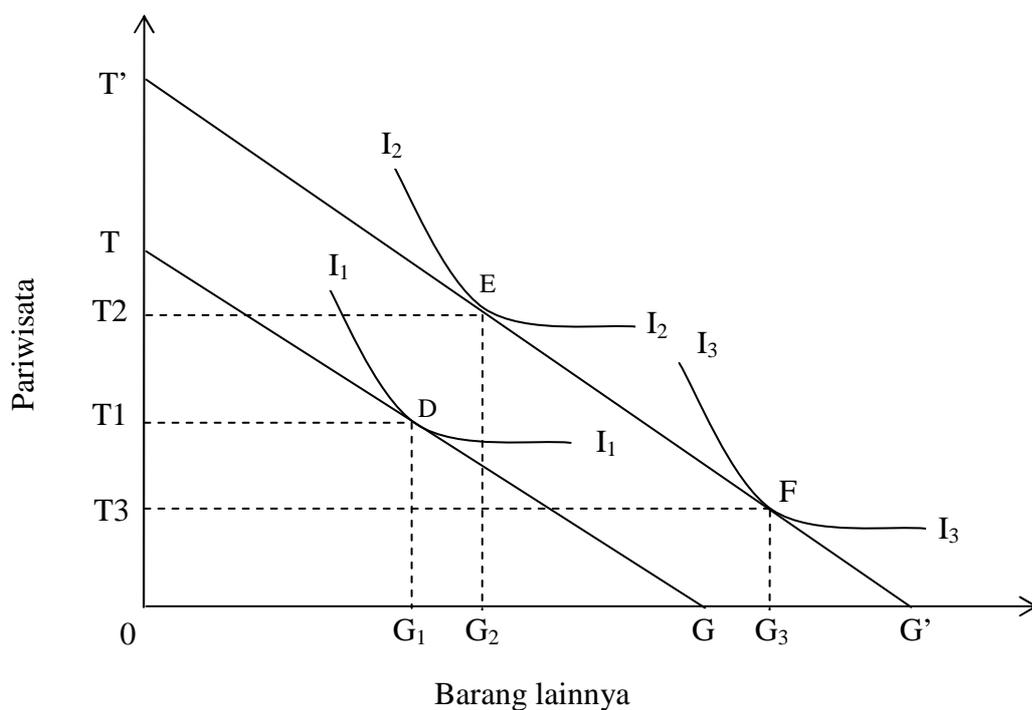
Sumber: Sinclair dan Stabler, 1997

Para ekonom berpendapat bahwa permintaan pariwisata terutama dipengaruhi oleh pendapatan, harga dan informasi tentang seluruh perubahan permintaan dari setiap variabel tersebut juga penting bagi penyedia dan pembuat kebijakan pariwisata. Pada kasus pendapatan yang naik dengan harga relatif konstan, efeknya pada jenis pariwisata dan daerah tujuan wisata kemungkinan besar adalah positif. Dengan demikian, kenaikan pendapatan akan mengakibatkan kenaikan terhadap permintaan pada kebanyakan barang dan jasa lainnya; contohnya adalah barang normal (*normal good*) karena permintaan akan barang tersebut secara positif berhubungan dengan pendapatan. Selain itu, pendapatan yang naik memungkinkan juga menurunkan permintaan seperti pada produk pariwisata ini adalah barang *inferior* (Sinclair dan Stebler, 1997).

Kedua pengaruh tersebut diilustrasikan dalam Gambar 2.5. Sumbu vertikal menunjukkan pariwisata dan sumbu horizontal menunjukkan barang lain.

Garis TG dan $T'G'$ secara berturut-turut *budget line* sebelum dan sesudah kenaikan pendapatan, dan keduanya sejajar karena asumsi harga relatif untuk pariwisata dan barang lain adalah konstan. Kurva indeferen diikutkan untuk mengilustrasikan preferensi seseorang.

Gambar 2.5
Perubahan Pendapatan Dalam Konsumsi Pariwisata



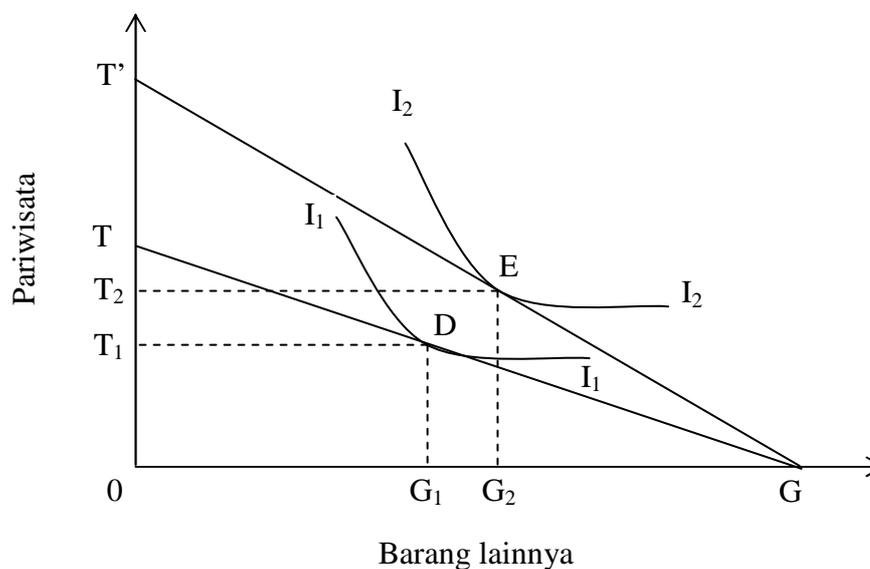
Sumber: Sinclair dan Stabler, 1997

Jika pariwisata merupakan barang normal, preferensi mungkin diilustrasikan oleh kurva indeferen $I_2 I_2$ sehingga permintaan naik dari OT_1 ke OT_2 pada titik E. Jika pariwisata merupakan barang inferior, yang dinyatakan dengan kurva indeferen $I_3 I_3$, kenaikan pendapatan menyebabkan penurunan pariwisata dari OT_1 ke OT_3 pada titik F. Jika permintaan berhubungan secara positif dengan pendapatan dan naik lebih dari nilai proporsionalnya, maka barang tersebut dikenal dengan barang mewah (*luxury*) dan jika permintaan naik kurang dari nilai

proporsionalnya, maka barang tersebut dikenal dengan barang kebutuhan dasar (*necessity*). Dalam konsep elastisitas, permintaan barang *luxury* dikatakan elastis berkaitan dengan perubahan pendapatan dan inelastis untuk *necessity* (Sinclair dan Stebler, 1997).

Kasus kedua menyangkut pengaruh permintaan pariwisata atas perubahan harga relatif dengan asumsi pendapatan konstan. Permintaan dan harga biasanya berhubungan negatif, sehingga penurunan harga secara normal berhubungan dengan kenaikan permintaan, dan sebaliknya. Pengaruh penurunan harga pariwisata digambar dalam Gambar 2.6.

Gambar 2.6
Pengaruh Perubahan Harga Dalam Konsumsi Pariwisata



Sumber: Sinclair dan Stabler, 1997

Karena pariwisata sekarang lebih murah, anggaran seseorang sekarang dapat membeli pariwisata OT' yang maksimum sebagai ganti OT , sementara jumlah maksimum barang lain yang dapat dibeli tetap konstan pada OG karena

harganya dianggap konstan. Kombinasi pariwisata dan barang lain yang dapat dibeli setelah harga turun ditunjukkan dengan garis T'G. Kombinasi optimal semula dan berikutnya antara pariwisata dan barang lain secara berturut-turut adalah titik D dan E pada Gambar 2.6, sehingga penurunan harga pariwisata menghasilkan kenaikan permintaan dan kepuasan seperti orang membeli pariwisata sebesar OT_2 dan barang lain sebesar OG_2 dibandingkan dengan OT_1 OG_1 sebelum harga turun. Mungkin juga mempertimbangkan pilihan antara dua bentuk pariwisata yang sama, dimana harga yang satu berubah relatif terhadap harga dari yang lain. Jadi, misalnya, warga Inggris mungkin sedang memikirkan salah satu dari dua tempat liburan di Mediterania satu di Perancis dan yang lain di Italia, namun nilai franc Perancis naik terhadap poundsterling sementara lira tetap tidak berubah, tempat liburan di Italia akan dipilih (Sinclair dan Stabler, 1997).

Fungsi permintaan pariwisata dapat ditulis sebagai berikut:

$$D = f(X_1, X_2, \dots, X_n) \quad (2.2)$$

Dimana D adalah permintaan pariwisata dan X_1, X_2, \dots, X_n adalah sebagai variabel independen yang berkedudukan sebagai faktor yang mempengaruhi permintaan. Untuk mengidentifikasinya variabel independen akan dimasukkan dalam persamaan dan bentuk fungsional (bentuk persamaan linier atau log-linier) yang tepat digunakan untuk mengestimasi persamaan tersebut.

Salah satu contoh dari fungsi permintaan pariwisata, dimana seluruh variabelnya berdasarkan pada periode waktu tertentu adalah :

$$D_{ij} = f(Y_i, P_{ij/k}, E_{ij/k}, T_{ij/k}, DV) \quad (2.3)$$

Dimana D_{ij} adalah permintaan pariwisata berdasarkan i terhadap j , Y_i adalah pendapatan pada i , $P_{ij/k}$ adalah harga dari i relatif terhadap j per k , $E_{ij/k}$ adalah perubahan dasar dari i terhadap j per k , $T_{ij/k}$ adalah biaya transportasi dr i terhadap j per k , DV adalah variabel dummy (Sinclair dan Stabler, 1997).

Penelitian biasanya dilaksanakan melalui survey kuesioner pengunjung mengenai biaya perjalanan yang harus dikeluarkan ke lokasi wisata, kunjungan ke lokasi wisata lain (*substitute sites*), dan faktor-faktor sosial-ekonomi.

2.1.5 Jenis Pariwisata

Walaupun banyak jenis pariwisata ditentukan menurut motif tujuan perjalanan yang terdapat di daerah tujuan wisata yang dapat menarik *customer* untuk mengunjunginya sehingga dapat pula diketahui jenis pariwisata yang mungkin layak untuk dikembangkan dan mengembangkan jenis sarana dan prasarana yang mendukung kegiatan pariwisata tersebut. Jenis-jenis pariwisata tersebut adalah (Spillane, 1987 : 28-31):

1. Pariwisata untuk Menikmati Perjalanan (*Pleasure Tourism*)

Bentuk pariwisata ini dilakukan oleh orang-orang yang meninggalkan tempat tinggalnya untuk berlibur, untuk mencari udara segar yang baru, untuk mengetahui kehendak ingin tahunya, untuk menikmati keindahan alam, untuk mengetahui hikayat rakyat setempat, untuk mendapatkan ketenangan dan kedamaian di daerah luar kota, atau bahkan sebaliknya untuk menikmati hiburan di kota-kota besar ataupun ikut serta dalam keramaian pusat-pusat wisatawan. Sementara orang-orang mengadakan

perjalanan semata-mata untuk menikmati tempat-tempat atau alam lingkungan yang jelas berbeda antara satu dengan lainnya. Jenis pariwisata ini menyangkut begitu banyak unsur yang sifatnya berbeda-beda, disebabkan pengertian *pleasure* akan selalu berbeda kadar pemuasnya sesuai dengan karakter, cita rasa, latar belakang kehidupan, serta temperamen masing-masing individu.

2. Pariwisata untuk Rekreasi (*Recreation Tourism*)

Jenis pariwisata ini dilakukan oleh orang-orang yang menghendaki pemanfaatan hari-hari liburnya untuk beristirahat, untuk memulihkan kembali kesegaran jasmani dan rohani, yang ingin menyegarkan keletihan dan kelelahannya. Biasanya, mereka tinggal selama mungkin di tempat-tempat yang dianggapnya benar-benar menjamin tujuan-tujuan rekreasi tersebut (misalnya di tepi pantai, di pegunungan, di pusat-pusat peristirahatan atau pusat-pusat kesehatan) dengan tujuan menemukan kenikmatan yang diperlukan.

3. Pariwisata untuk Kebudayaan (*Cultural Tourism*)

Jenis ini ditandai oleh adanya rangkaian motivasi, seperti keinginan belajar di pusat-pusat pengajaran dan riset, untuk mempelajari adat istiadat, kelembagaan, dan cara hidup rakyat negara lain, untuk mengunjungi monumen bersejarah, peninggalan peradapan masa lalu atau sebaliknya penemuan-penemuan masa kini, pusat-pusat kesenian, pusat-pusat keagamaan, atau juga untuk ikut festival-festival seni musik, teater, tarian rakyat dan lain-lain.

4. Pariwisata untuk Olah Raga (*Sports Tourism*)

Jenis ini dapat dibagi menjadi dua kategori:

- a. *Big Sport Events*, yaitu peristiwa-peristiwa olah raga besar seperti Olimpiade Games, kejuaraan ski dunia, kejuaraan tinju dunia, dan lain-lain yang menarik perhatian tidak hanya pada olah ragawannya sendiri, tapi juga ribuan penonton atau penggemarnya.
- b. *Sporting Tourism of the Practitioners*, yaitu pariwisata olah raga bagi mereka yang ingin berlatih dan mempraktekan sendiri, seperti pendakian gunung, olah raga naik kuda, berburu, memancing, dan lain-lain.

5. Pariwisata untuk Urusan Usaha Dagang (*Business Tourism*)

Dalam istilah *business tourism* tersirat tidak hanya *professional trips* yang dilakukan kaum pengusaha atau industrialis, tetapi juga mencakup semua kunjungan ke pameran, kunjungan ke instalasi teknis yang bahkan menarik orang-orang di luar profesi ini. Juga harus pula diperhatikan bahkan kaum pengusaha tidak hanya bersikap dan berbuat sebagai konsumen, tetapi dalam waktu-waktu bebasnya, sering berbuat sebagai wisatawan biasa dalam pengertian sosiologis karena mengambil dan memanfaatkan keuntungan dari atraksi yang terdapat di negara lain tersebut.

6. Pariwisata untuk Berkonvensi (*Convention Tourism*)

Peranan jenis pariwisata ini makin lama makin penting. Pariwisata untuk berkonvensi berhubungan dengan konferensi, simposium, sidang dan seminar internasional.

Menurut Mappi (2001 : 30-33) obyek wisata dikelompokkan ke dalam 3 jenis, yaitu:

1. Obyek wisata alam, misalnya: laut, pantai, gunung (berapi), danau, sungai, fauna (langka), flora (langka), kawasan lindung, cagar alam, pemandangan alam, dan lain-lain.
2. Obyek wisata budaya, misalnya: upacara kelahiran, tari-tari (tradisional), musik (tradisional, pakaian adat, perkawinan adat, upacara turun ke sawah, upacara panen, cagar budaya, bangunan bersejarah, peninggalan tradisional, festival budaya, kain tenun (tradisional), tekstil lokal, pertunjukkan (tradisional), adat istiadat lokal, museum, dan lain-lain.
3. Obyek wisata buatan, misalnya: sarana dan fasilitas olah raga, permainan, (layangan), hiburan (lawak atau akrobatik, sulap), ketangkasan, naik kuda, taman rekreasi, pusat-pusat pembelanjaan, dan lain-lain.

Menurut Spillane (1987), ada lima unsur industri pariwisata yang sangat penting, yaitu :

a. *Attractions* (daya tarik)

Attractions dapat digolongkan menjadi *site attractions* dan *event attractions*. *Site attractions* merupakan daya tarik fisik yang permanen dengan lokasi yang tetap yaitu tempat-tempat wisata yang ada di daerah tujuan wisata seperti kebun binatang, keraton, dan museum. Sedangkan *Event Attractions* adalah atraksi yang berlangsung sementara dan lokasinya dapat diubah atau dipindah dengan mudah seperti festival-festival, pameran, atau pertunjukan-pertunjukan kesenian daerah.

b. *Facilities* (fasilitas-fasilitas yang diperlukan)

Fasilitas cenderung berorientasi pada daya tarik di suatu lokasi karena fasilitas harus terletak dekat dengan pasarnya. Selama tinggal di tempat tujuan wisata wisatawan memerlukan tidur, makan dan minum oleh karena itu sangat dibutuhkan fasilitas penginapan. Selain itu ada kebutuhan akan *Support Industries* yaitu toko *souvenir*, toko cuci pakaian, pemandu, daerah festival, dan fasilitas rekreasi (untuk kegiatan).

c. *Infrastrusture* (infrastruktur)

Daya tarik dan fasilitas tidak dapat dicapai dengan mudah kalau belum ada infrastruktur dasar. Perkembangan infrastruktur perlu untuk mendorong perkembangan pariwisata. Infrastruktur dari suatu daerah sebenarnya dinikmati baik oleh wisatawan maupun rakyat yang juga tinggal disana, maka ada keuntungan bagi penduduk yang bukan wisatawan. Pemenuhan atau penciptaan infrastruktur adalah suatu cara untuk menciptakan suasana yang cocok bagi perkembangan pariwisata.

d. *Transportations* (transportasi)

Dalam pariwisata kemajuan dunia transportasi atau pengangkutan sangat dibutuhkan karena sangat menentukan jarak dan waktu dalam suatu perjalanan pariwisata. Transportasi baik transportasi darat, udara, maupun laut merupakan suatu unsur utama langsung yang merupakan tahap dinamis gejala-gejala pariwisata.

e. *Hospitality* (keramahtamahan)

Wisatawan yang berada dalam lingkungan yang tidak mereka kenal memerlukan kepastian jaminan keamanan khususnya untuk wisatawan asing yang memerlukan gambaran tentang tempat tujuan wisata yang akan mereka datangi. Maka kebutuhan dasar akan keamanan dan perlindungan harus disediakan dan juga keuletan serta keramahtamahan tenaga kerja wisata perlu dipertimbangkan supaya wisatawan merasa aman dan nyaman selama perjalanan wisata.

2.2 Penelitian Terdahulu

Zaenal S. (2006) meneliti tentang "Analisis Permintaan Obyek Wisata Dataran Tinggi Dieng, Kabupaten Wonosobo dengan Pendekatan Travel Cost". Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan obyek wisata Dataran Tinggi Dieng, Kabupaten Wonosobo dan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel-variabel independen terhadap jumlah kunjungan obyek wisata Dataran Tinggi Dieng. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan jumlah kunjungan individu sebagai variabel dependen dan enam variabel sebagai variabel independen yaitu travel cost ke Dataran Tinggi Dieng, variabel biaya perjalanan ke obyek wisata lain, variabel umur, variabel pendidikan, variabel penghasilan, dan variabel jarak. Dari penelitian tersebut diperoleh nilai ekonomi Dataran Tinggi Dieng yaitu nilai surplus konsumen per individu per tahun adalah Rp 427.646,11 atau Rp 142.548,7 per individu per satu kali kunjungan. Dari hasil uji

signifikansi diperoleh bahwa hanya dua variabel yang signifikan secara statistik yaitu variabel travel cost ke Dataran Tinggi Dieng dan variabel jarak.

Putik Asriani Dirgantari (2008) meneliti tentang "Analisis Permintaan Obyek Wisata Air Panas Guci, Kabupaten Tegal dengan Pendekatan *Travel Cost*". Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan jumlah kunjungan individu sebagai variabel dependen dan enam variabel sebagai variabel independen yaitu biaya perjalanan pengunjung ke obyek wisata Guci, biaya perjalanan ke obyek wisata lain, umur, pendidikan, penghasilan rata-rata per bulan, jarak, dan pengalaman. Dari penelitian tersebut hanya empat variabel yang signifikan yaitu variabel biaya perjalanan, biaya perjalanan ke obyek wisata lain, jarak dan pengalaman. Sedangkan ketiga variabel lainnya tidak signifikan. Dari penelitian tersebut juga diperoleh nilai surplus konsumen sebesar Rp 997.992,67 per individu per tahun menunjukkan bahwa keuntungan yang diperoleh yaitu pengunjung obyek wisata Guci, masih jauh diatas harga pengeluaran rata-rata sebesar Rp 489.996.34 per kunjungan.

Arshad Habibi (2009) meneliti tentang "Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Obyek Wisata Umbul Sidomukti Kabupaten Semarang". Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah kunjungan wisatawan dan bagaimana pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap jumlah kunjungan obyek wisata Umbul Sidomukti, Kabupaten Semarang. Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda dengan jumlah kunjungan obyek wisata Umbul Sidomukti sebagai variabel dependen dan empat variabel sebagai variabel

independen yaitu biaya pengunjung obyek wisata Umbul Sidomukti, biaya pengunjung ke wana wisata lain, penghasilan rata-rata per bulan dari para pengunjung, atraksi wisata. Nilai koefisien determinasi R-Square (R^2) sebesar 0.79 yang berarti 79 persen jumlah kunjungan wisatawan di obyek wisata Umbul Sidomukti secara bersama-sama dapat dijelaskan oleh variasi dari ke empat variabel independen. Berdasarkan nilai koefisien variabel penghasilan rata-rata perbulan dari pengunjung berpengaruh positif dapat disimpulkan bahwa obyek wisata Umbul Sidomukti merupakan barang normal. Hal ini menjelaskan bahwa semakin tinggi penghasilan pengunjung maka frekuensi jumlah kunjungannya akan semakin meningkat, sebaliknya jika penghasilan pengunjung atau masyarakat rendah maka frekuensi jumlah kunjungannya akan semakin menurun.

Tabel 2.1
Ringkasan Penelitian Terdahulu

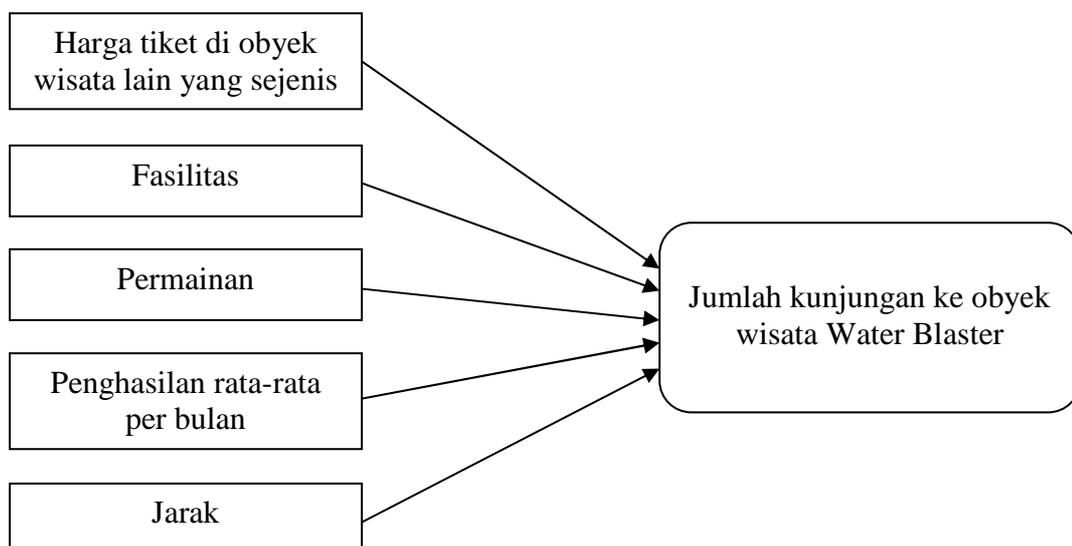
Nama	Judul	Variabel	Alat Analisis	Hasil
Zaenal S	Analisis Permintaan Obyek Wisata Dataran Tinggi Dieng, Kabupaten Wonosobo dengan pendekatan <i>Travel Cost</i>	<u>Dependen:</u> jumlah kunjungan wisata Dataran Tinggi Dieng <u>Independen:</u> biaya perjalanan pengunjung ke Dataran Tinggi Dieng, biaya perjalanan ke obyek wisata lain, umur, pendidikan, penghasilan rata-rata per bulan, jarak	Analisis Regresi Berganda	Terdapat dua variabel yang signifikan yaitu biaya perjalanan ke Dataran Tinggi Dieng dan variabel jarak, sedangkan keempat variabel lainnya tidak signifikan. Nilai surplus konsumen per individu per tahun adalah Rp 427.646,11.
Putik Asriani Dirgantari	Analisis Permintaan Obyek Wisata Air Panas Guci, Kabupaten Tegal dengan Pendekatan <i>Travel cost</i>	<u>Dependen:</u> jumlah kunjungan wisata obyek wisata Guci <u>Independen:</u> biaya perjalanan pengunjung ke obyek wisata Guci, biaya perjalanan ke obyek wisata lain, umur, pendidikan, penghasilan rata-rata per bulan, jarak, pengalaman	Analisis Regresi Berganda	Empat variabel yang signifikan yaitu variabel biaya perjalanan, biaya perjalanan ke obyek wisata lain, jarak dan pengalaman. Sedangkan ketiga variabel lainnya tidak signifikan. Nilai surplus konsumen sebesar Rp 997.992,67 per individu per tahun.
Arshad Habibi	Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Obyek Wisata Umbul Sidomukti Kabupaten Semarang	<u>Dependen:</u> jumlah kunjungan ke obyek wisata Umbul Sidomukti <u>Independen:</u> biaya pengunjung ke obyek wisata Umbul Sidomukti, biaya pengunjung ke wana wisata lain, penghasilan rata-rata per bulan, atraksi wisata	Analisis Regresi Berganda	Keempat variabelnya signifikan semua. Hasil output regresi. Nilai koefisien determinasi atau R Square (R_2) sebesar 0,79 yang berarti 79 persen jumlah kunjungan wisatawan di obyek wisata Umbul Sidomukti secara bersama-sama dapat dijelaskan oleh variasi dari ke empat variabel independen.

2.3 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu, penilaian ekonomi terhadap suatu kawasan wisata diukur dengan menggunakan variabel sosial ekonomi yang berpengaruh. Pada penelitian terdahulu (Zaenal, 2006) diketahui variabel-variabel yang mempengaruhi jumlah kunjungan pariwisata adalah biaya perjalanan (*travel cost*), biaya perjalanan ke obyek wisata lain, umur, pendidikan, penghasilan rata-rata per bulan dan jarak. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan variabel yang sama, sehingga dalam penelitian ini digunakan variabel penghasilan rata-rata per bulan yang diterima oleh para pengunjung serta jarak yang harus ditempuh pengunjung untuk ke tempat tujuan yaitu wisata Water Blaster dalam mempengaruhi jumlah kunjungan wisata Water Blaster sehingga diperoleh fungsi permintaan terhadap wisata Water Blaster.

Untuk memudahkan kegiatan penelitian, berikut ini kerangka pemikiran sistematis sebagai berikut:

Gambar 2.7
Kerangka Pemikiran



2.4 Hipotesis

Hipótesis merupakan pernyataan singkat yang disimpulkan dari telaah pustaka (yaitu landasan teori dan penelitian terdahulu), serta merupakan jawaban sementara terhadap masalah yang diteliti. (Pedoman Penyusunan Skripsi, 2008 : 27)

Dalam penelitian ini akan dirumuskan hipotesis guna memberikan arah dan pedoman dalam melakukan penelitian. Hipotesis yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel harga tiket di obyek wisata lain yang sejenis diduga memiliki hubungan positif dan pengaruh signifikan terhadap jumlah kunjungan wisata Water Blaster
2. Variabel fasilitas diduga memiliki hubungan positif dan pengaruh signifikan terhadap jumlah kunjungan wisata Water Blaster
3. Variabel permainan diduga memiliki hubungan positif dan pengaruh signifikan terhadap jumlah kunjungan wisata Water Blaster
4. Variabel penghasilan rata-rata per bulan diduga memiliki hubungan positif dan pengaruh signifikan terhadap jumlah kunjungan wisata Water Blaster
5. Variabel jarak diduga memiliki hubungan negatif dan pengaruh signifikan terhadap jumlah kunjungan wisata Water Blaster

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

3.1.1 Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel terikat dan variabel bebas. Variabel terikat adalah tipe variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel bebas, sedangkan variabel bebas adalah tipe variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel yang lain (Indriantoro dan Supomo, 1999 : 63). Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah jumlah mengunjungi obyek wisata Water Blaster, sedangkan variabel bebasnya adalah harga tiket di obyek wisata lain yang sejenis, fasilitas yang tersedia di obyek wisata Water Blaster, permainan, penghasilan rata-rata per bulan pengunjung dan jarak.

3.1.2 Definisi Operasional

Penentuan variabel pada dasarnya adalah operasionalisasi terhadap konstruk, yaitu upaya mengurangi abstraksi konstruk sehingga dapat diukur. Definisi operasional adalah penentuan konstruk sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Definisi operasional menjelaskan cara tertentu yang digunakan oleh peneliti dalam mengoperasionalkan konstruk, sehingga memungkinkan bagi peneliti yang lain untuk melakukan replikasi pengukuran dengan cara yang sama atau mengembangkan cara pengukuran konstruk yang lebih baik (Indriantoro dan

Supomo, 1999 : 69). Definisi operasional dan skala pengukuran variabel-variabel dalam penelitian ini adalah:

1. Jumlah kunjungan

Merupakan jumlah kunjungan yang dilakukan individu selama 12 bulan terakhir ke obyek wisata Water Blaster. Skala pengukurannya yaitu dalam frekuensi kunjungan.

2. Harga tiket di obyek wisata lain yang sejenis

Harga tiket di obyek wisata selain obyek wisata Water Blaster yang sejenis misalnya saja seperti obyek wisata air Bojongsari (Owabong) yang terletak di Purbalingga, Atlantic Dreamland yang terletak di Salatiga, Pandawa Water World yang terletak di Solo, The Fountain Waterpark & Resto yang terletak di Ungaran. Pengukuran variabel ini dengan skala rasio (dalam satuan rupiah).

3. Fasilitas

Fasilitas yang disediakan dan diberikan oleh obyek wisata Water Blaster. Variabel ini diukur dengan skala ordinal.

4. Permainan

Wahana permainan yang tersedia di obyek wisata Water Blaster. Variabel ini diukur dengan skala ordinal.

5. Penghasilan rata-rata per bulan

Penghasilan keluarga pengunjung rata-rata per bulan. Variabel ini diukur dalam skala rasio (dalam satuan rupiah).

6. Jarak tempat tinggal pengunjung dengan Water Blaster

Jarak rumah pengunjung dengan obyek wisata Water Blaster. Variabel ini diukur dengan skala rasio (dalam satuan kilometer).

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek tersebut (Sugiyono, 2003). Pada penelitian ini populasi yang digunakan adalah wisatawan obyek wisata Water Blaster pada tahun 2009 yaitu sebesar 131.845 orang.

3.2.2 Sampel

Sampel adalah bagian yang menjadi obyek sesungguhnya dari suatu penelitian dan metodologi penelitian untuk memilih dan mengambil individu-individu masuk ke dalam sampel yang representatif disebut sampling. Penentuan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive proporsional sampling*. Teknik ini dilakukan dengan mengambil orang-orang yang terpilih betul oleh peneliti menurut ciri-ciri khusus yang dimiliki oleh sampel itu (Soeratno dan Lincoln, 1993). Pada penelitian ini, syarat sampel yaitu individu yang sedang berkunjung ke objek wisata Water Blaster sudah pernah mengunjungi obyek wisata lain yang sejenis, misalnya obyek wisata air Bojongsari (Owabong),

Atlantic Dreamland, Pandawa Water World, The Fontain Waterpark & Resto. Besar sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan rumus Slovin (Slovin, 1993) (dalam Habibi, 2009).

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \quad (3.1)$$

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = presisi yang ditetapkan atau prosentasi kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau/diinginkan

e = margin of error = 10%, maka besarnya sampel adalah

$$n = \frac{131.845}{1 + 131.845 (10\%)^2}$$

$$n = \frac{131.845}{1.319,45}$$

$$n = 99,92$$

dibulatkan menjadi 100

Sampel diambil pada saat responden melakukan kegiatan wisata di tempat lokasi penelitian yaitu obyek wisata Water Blaster dan diambil 50 orang dari pengunjung dalam kota dan 50 orang dari pengunjung luar kota selama 10 hari.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Sumber data penelitian merupakan faktor penting yang menjadi pertimbangan yang menentukan metode pengumpulan data. Data yang digunakan dalam penelitian ini dapat dibagi menjadi dua jenis berdasarkan pada pengelompokannya, yaitu:

1. Data Primer

Merupakan sumber data penelitian yang secara langsung dari sumber asli atau tidak melalui perantara. Data primer secara khusus dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian (Indriantoro dan Supomo, 1999 : 146). Dalam penelitian ini data primer yang dikumpulkan adalah data yang diperoleh dengan mengajukan pertanyaan yang dipandu oleh peneliti kepada beberapa pengunjung obyek wisata Water Blaster. Data tersebut berupa jumlah kunjungan ke obyek wisata Water Blaster selama 12 bulan terakhir, harga obyek wisata lain yang sejenis, fasilitas yang disediakan oleh Water Blaster, permainan yang diberikan, pendapatan rata-rata per bulan pengunjung dan jarak rumah responden dengan obyek wisata Water Blaster.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara atau diperoleh dan dicatat oleh pihak lain (Indriantoro dan Supomo, 1999). Data sekunder dalam penelitian ini adalah data dari : Pengelola obyek wisata Water Blaster, Dinas Pariwisata Provinsi Jawa Tengah, jurnal ekonomi dan literatur lain

yang membahas mengenai materi penelitian berupa gambaran, sumber-sumber dari pustaka yang ada dan data pendukung lainnya yang dianggap mendukung penelitian ini.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Dalam rangka mengadakan penelitian untuk mendapatkan data yang diperlukan, maka metode pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dalam metode survei, pertanyaan peneliti dan jawaban responden dapat dikemukakan secara tertulis melalui suatu kuesioner (Indriantoro dan Supomo, 1999 : 154). Dalam penelitian ini kuesioner dibagikan pada pengunjung Water Blaster.

2. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data untuk mengetahui dari hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya kecil /sedikit (Sugiono, 2004). Dalam penelitian ini wawancara dilakukan pada setiap pengunjung Water Blaster dengan disertai pemberian kuesioner.

3.5 Metode Analisis Data

3.5.1 Uji Penyimpangan Asumsi Klasik

Agar dapat mengambil kesimpulan berdasarkan hasil regresi maka model persamaan harus terbebas dari penyimpangan asumsi klasik. Uji asumsi klasik dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.5.1.1 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak orthogonal. Variabel orthogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol (Ghozali, 2006).

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi adalah sebagai berikut:

1. Nilai tolerance
2. *Variance Inflation Factor* (VIF)

Tolerance mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Nilai Tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi (karena $VIF = 1/Tolerance$). Nilai *cutoff* yang umumnya dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai $Tolerance < 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF > 10$ (Ghozali, 2006).

Kaidah pengambilan kesimpulan:

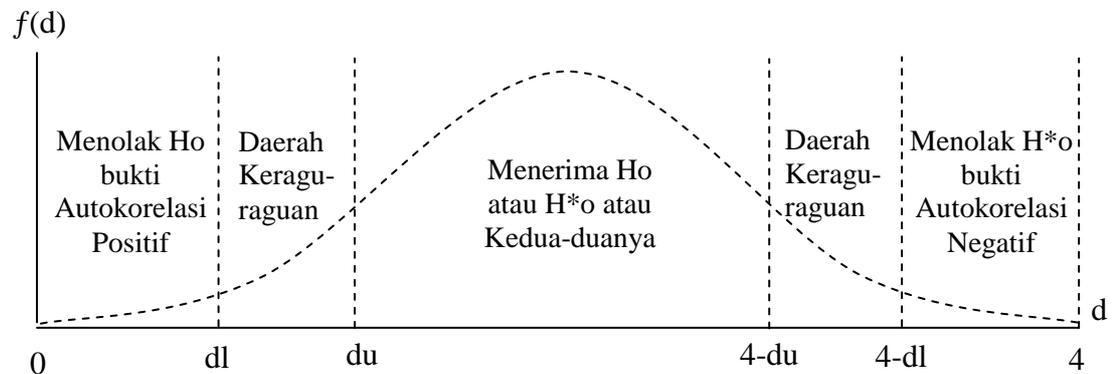
1. Jika nilai Tolerance $> 0,10$ atau VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinearitas.
2. Jika nilai Tolerance $< 0,10$ atau VIF > 10 maka terjadi multikolinearitas.

3.5.1.2 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya (Ghozali, 2006).

Dalam penelitian ini digunakan uji Durbin-Watson (DW test) untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi. Uji Durbin-Watson digunakan untuk autokorelasi tingkat satu (*first order autocorrelation*) dan dengan syarat adanya *intercept* (konstanta) dalam model regresi serta tidak ada variabel lag diantara variabel bebas (Gujarati, 2003).

Gambar 3.1
Uji Durbin-Watson



H_0 = tidak ada autokorelasi positif
 H^*_0 = tidak ada autokorelasi negatif

Sumber: Gujarati, 2003

3.5.1.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas (Ghozali, 2006). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas, dapat diketahui dengan melihat penyebaran data pada *scatterplot* atau dengan melakukan uji park (*Park Test*).

Dasar analisisnya adalah:

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.

2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Mekanisme uji park (*park test*) adalah sebagai berikut:

1. Membuat regresi OLS terhadap model, kemudian residunya disimpan.
2. Membuat regresi berikutnya dengan residu sebagai variabel dependen.

Regresi ini dilakukan secara individu terhadap masing-masing variabel independen. Jika ternyata tidak ada hubungan yang signifikan antara residu dengan masing-masing variabel independen maka berarti dalam model tersebut tidak terdapat heteroskedastisitas.

3.5.1.4 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2006). Maka regresi yang baik adalah yang mempunyai distribusi data normal atau mendekati normal.

Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya.

Dasar pengambilan keputusan:

1. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya, menunjukkan pola distribusi normal.

2. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau garis histogramnya, menunjukkan pola distribusi tidak normal.

3.5.2 Model Regresi

Model ekonometrik yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah regresi berganda (*Multiple Linear Regression Method*). Adapun spesifikasinya adalah jumlah kunjungan tempat wisata dipengaruhi oleh harga tiket di obyek wisata lain yang sejenis, fasilitas, permainan, penghasilan rata-rata per bulan pengunjung dan jarak, sehingga diformulasikan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e \quad (3.2)$$

Dimana:

Y = jumlah kunjungan wisata

α = konstanta

X_1 = harga tiket di obyek wisata lain yang sejenis

X_2 = fasilitas

X_3 = permainan

X_4 = penghasilan rata-rata per bulan

X_5 = jarak

e = error

β_1 - β_5 = koefisien regresi

Persamaan diatas merupakan model yang akan digunakan dalam penelitian yang akan menjelaskan variabel independen untuk mendapatkan taksiran

parameter maka digunakan teknik OLS (*Ordinary Least Square*) yang diikuti asumsi kenormalan BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*) yaitu penaksiran terbaik linier yang tidak bias.

3.5.3 Pengujian Hipotesis

3.5.3.1 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur kebenaran model analisis regresi. Dimana apabila nilai R^2 mendekati 1, maka ada hubungan yang kuat dan erat antara variabel terikat dan variabel bebas dan penggunaan model tersebut dibenarkan. Sedangkan menurut Gujarati (2003) koefisien determinasi adalah untuk mengetahui seberapa besar persentase sumbangan variabel bebas terhadap variabel terikat yang dapat dinyatakan dalam persentase. Namun tidak dapat dipungkiri ada kalanya dalam penggunaan koefisien determinasi (R^2) terjadi bias terhadap satu variabel bebas yang dimasukkan dalam model. Sebagai ukuran kesesuaian garis regresi dengan sebaran data, R^2 menghadapi masalah karena tidak memperhitungkan derajat bebas.

3.5.3.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F pada dasarnya dimaksudkan untuk membuktikan secara statistik bahwa keseluruhan variabel independen berpengaruh secara bersama-sama atau secara keseluruhan terhadap variabel dependen.

Langkah pengujiannya adalah sebagai berikut:

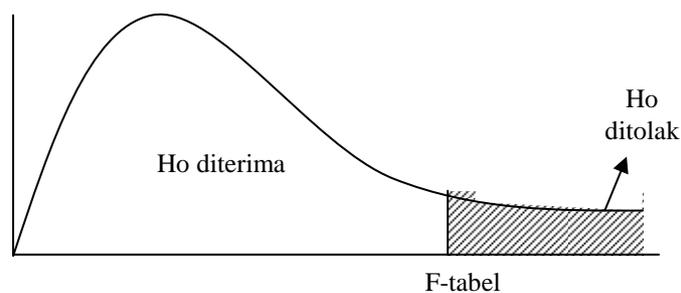
1. Membuat Hipotesis

- $H_0 : b_1, b_2, b_3, b_4, b_5 = 0$ artinya tidak ada pengaruh dari variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.
- $H_a : b_1, b_2, b_3, b_4, b_5 \neq 0$ artinya ada pengaruh dari variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

2. Kreteria Pengujian Hipotesis

- Jika $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya seluruh variabel independen merupakan penjelas terhadap variabel dependen.
- Jika $F\text{-hitung} < F\text{-tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya seluruh variabel independen bukan merupakan penjelas terhadap variabel dependen.

Gambar 3.2
Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0



Sumber: Gujarati, 2003

3.5.3.3 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)

Uji ini dilakukan untuk melihat signifikansi dari pengaruh variabel independen secara individu terhadap variabel dependen, dengan menganggap variabel independen lainnya konstan.

Langkah pengujiannya adalah sebagai berikut:

1. Membuat Hipotesis

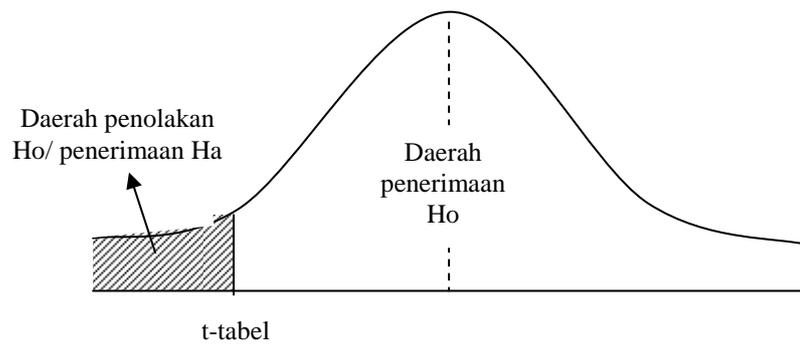
- Uji pihak kiri: hipotesis nol (H_0) berbunyi "lebih besar atau sama dengan" (\geq) dan hipotesis alternatifnya (H_a) berbunyi "lebih kecil" ($<$).
- Uji pihak kanan: hipotesis nol (H_0) berbunyi "lebih kecil atau sama dengan" (\leq) dan hipotesis alternatifnya (H_a) berbunyi "lebih besar" ($>$).

2. Kreteria Pengujian Hipotesis

- Untuk menentukan kesimpulan dengan menggunakan nilai t-hitung dengan t-tabel untuk nilai positif menggunakan kriteria sebagai berikut:
 1. Diterima H_0 jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ maka H_a ditolak artinya suatu variabel bebas bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel terikat.
 2. Ditolak H_0 jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ maka H_a diterima artinya suatu variabel bebas merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel terikat.
- Untuk menentukan kesimpulan dengan menggunakan nilai t-hitung dengan t-tabel untuk nilai negatif menggunakan kriteria sebagai berikut:
 1. Diterima H_0 jika $- t \text{ tabel} > - t \text{ hitung}$ maka H_a ditolak artinya suatu variabel bebas bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel terikat

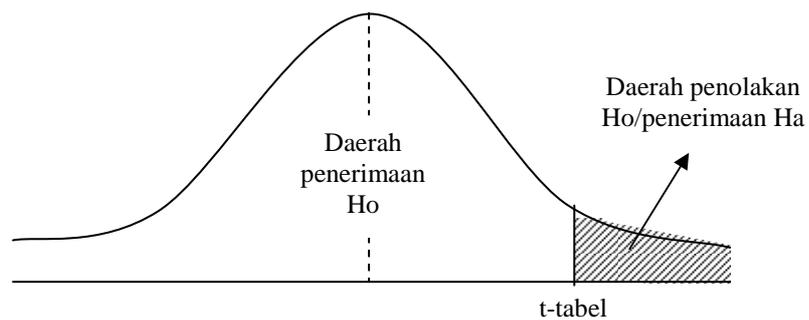
2. Ditolak H_0 jika $-t_{\text{tabel}} < -t_{\text{hitung}}$ maka H_a diterima artinya suatu variabel bebas merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel terikat.

Gambar 3.3
Uji Pihak Kiri



Sumber: Sugiyono, 2004

Gambar 3.4
Uji Pihak Kanan



Sumber: Sugiyono, 2004

BAB IV

HASIL DAN ANALISIS

4.1 Deskripsi Obyek Penelitian

4.1.1 Kota Semarang

Sebagai daerah penelitian dalam penelitian ini, Kota Semarang merupakan salah satu daerah kota di Provinsi Jawa Tengah. Secara geografis wilayah Kota Semarang berada antara 6°50' - 7°10' Lintang Selatan dan 109°35' - 110°50' Bujur Timur dengan batas wilayah sebagai berikut:

1. Batas Utara : Laut Jawa
2. Batas Selatan : Kabupaten Semarang
3. Batas Timur : Kabupaten Demak
4. Batas Barat : Kabupaten Kendal

Kota Semarang terbagi atas dua wilayah, yaitu wilayah kota atas dan wilayah kota bawah. Wilayah kota atas adalah dataran tinggi dengan ketinggian maksimum 348 m diatas permukaan laut, sedangkan wilayah kota bawah adalah dataran rendah dengan ketinggian maksimum 3,49 m diatas permukaan laut.

Letak Kota Semarang hampir berada di tengah bentangan panjang kepulauan Indonesia dari arah Barat ke Timur. Akibat posisi letak geografi tersebut, Kota Semarang termasuk beriklim tropis dengan dua musim yaitu musim hujan dan musim kemarau yang silih berganti sepanjang tahun.

Secara administratif, Kota Semarang terbagi atas 16 wilayah kecamatan dan 177 kelurahan. Luas wilayah Kota Semarang 373,7 km² dengan jumlah

penduduk sebanyak 1.351.246 jiwa. Luas yang ada terdiri dari 39,56 km² (10,59%) tanah sawah dan 334,14 km² (89,41%) bukan lahan sawah.

4.1.2 Obyek Wisata Water Blaster

Obyek wisata Water Blaster adalah wahana wisata air pertama di Kota Semarang yang terletak di jalan Bukit Candi Golf No. 1 Semarang Kecamatan Tembalang. Obyek wisata yang dibuka pada 17 Oktober 2008 ini memiliki area seluas 4 hektar dengan 16 permainan air. Water Blaster memiliki tiga sumber air, yaitu dari mata air di Kecamatan Candisari dan dua danau buatan yang terletak di kompleks permukiman Graha Candi Golf. Sebelum masuk ke penampungan, air difilter dan diberi obat pemurni sehingga air menjadi steril.

Penamaan Water Blaster berasal dari permainan yang disediakan karena permainan yang terdapat di Water Blaster merupakan penggabungan dari berbagai wahana permainan dari tempat wisata air yang lain. Obyek wisata Water Blaster memiliki berbagai wahana permainan air, antara lain:

Gambar 4.1
Baby Kids Play



- *Baby kids play* adalah arena bermain untuk anak-anak, dimana anak-anak bisa bermain air sepuasnya. Ada banyak jenis permainan yang disediakan selain terdapat seluncuran air untuk anak, juga terdapat patung air mancur hewan sehingga selain bermain air anak-anak juga dapat belajar mengenal nama-nama hewan (*animal education*). Dan yang tidak kalah seru adalah permainan ember tumpah yang setiap dua menit sekali akan menumpahkan air dari atas. Seperti pada Gambar 4.1.

Gambar 4.2
Race Family dan Slide Anaconda



- *Race family* adalah seluncuran yang panjangnya hanya 15 meter dan lebar 3 meter.
- *Slide anaconda*, tersedia slide yang berwarna biru dan kuning. Slide yang biru memiliki panjang 120 meter atau yang kuning panjangnya mencapai 200 meter.
- *Slide race*, yang suka tantangan bisa merasakan sensasi meluncur dengan kecepatan tinggi hingga 60 km/jam dalam waktu 5 detik dan dijamin aman dengan panduan petugas penyelamat yang profesional. Ada empat jenis

permainan (*slide race* merah, kuning, hijau dan biru) yang memiliki tantangan yang berbeda-beda. *Slide race* merupakan permainan air yang paling seru dan menantang memacu adrenalin.

Gambar 4.2
Slide Race



- *Lazy river*, yang ingin melepas lelah dengan bermalas-malasan dapat menikmati duduk atau tiduran diatas ban menyusuri sungai buatan.
- *Glacier cool*, melalui *lazy river* pengunjung akan dibawa masuk ke dalam gua es yang dingin.
- *Pleasure pool* adalah wahana kolam renang untuk yang sudah mahir dalam berenang dengan kedalaman 150 cm.
- Futsal air adalah olah raga futsal seperti biasa bedanya jika futsal berada di lapangan sedangkan futsal air derada di kolam air.
- *Blaster warrior*, merasakan perang dengan gulungan air.
- *Flying fox* dan rumah pohon, wahana ini paling cocok untuk yang suka dengan ketinggian dan tantangan. *Flying fox* water blaster dengan

ketinggian 10 meter dan panjang 110 meter. *Flying fox* ini dimulai dari *the great wall* dan berakhir di rumah pohon.

Selain berbagai permainan, di obyek wisata Water Blaster juga memiliki fasilitas lain, antara lain:

- *Noah ship*, kapal besar yang disewakan untuk berbagai acara dengan kapasitas kurang lebih 300 orang yang terdiri dari 2 lantai.
- *Foodcourt*, menyediakan berbagai macam menu makanan setelah bermain air dan dilengkapi dengan area hotspot.
- *VIP room*, Water Blaster menyediakan fasilitas khusus bagi pengunjung yang ingin lebih nyaman dan pribadi, seperti kamar mandi dalam, sofa, dan lain-lain.
- Loker, tempat untuk menyimpan barang-barang bawaan.
- Toko souvenir yang menyediakan oleh-oleh
- *Gazebo*
- Mushola
- Tempat parkir yang luas

4.2 Gambaran Umum Responden

Periode pengumpulan data dilakukan 10 hari pada bulan Juni – bulan Juli. Sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Penentuan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik ini dikenakan pada individu yang sedang berkunjung di obyek wisata Water Blaster dan pernah mengunjungi obyek wisata lain yang sejenis serta responden diambil

50 persen dari dalam kota dan 50 persen diambil pengunjung yang bertempat tinggal di luar kota serta yang pernah berkunjung ke obyek wisata lain yang sejenis. Dari data yang terkumpul dapat dianalisa secara deskriptif maupun regresi.

4.2.1 Profil Responden Berdasarkan Umur

Umur seseorang dapat mencerminkan kemampuan dan kondisi seseorang secara fisik, yang memungkinkan terjadi pertimbangan dalam berwisata. Berdasarkan golongan umur pengunjung obyek wisata Water Blaster sangat bervariasi, hal ini diwujudkan melalui beragamnya usia responden yang datang ke obyek wisata Water Blaster, seperti yang terlihat pada Tabel 4.1.

Sebagian besar responden yang mengunjungi obyek wisata Water Blaster adalah responden pada umur 19 – 25 tahun sebesar 35 persen dan umur 12 – 18 tahun sebesar 32 persen. Hal ini dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden yang mengunjungi obyek wisata Water Blaster adalah pelajar dan mahasiswa.

Tabel 4.1
Responden Berdasarkan Umur

Umur Responden	Jumlah (orang)
12 – 18	32
19 – 25	35
26 – 32	19
33 – 39	5
40 – 46	6
57 – 53	3
Jumlah	100

Sumber: data primer, diolah

4.2.2 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Responden berdasarkan jenis kelamin memiliki jumlah yang mendekati seimbang antara laki-laki dan perempuan yaitu 53 orang (53 persen) laki-laki dan 47 orang (47 persen), seperti yang terlihat pada Tabel 4.2. Hal ini menunjukkan bahwa kebutuhan wisata merupakan kebutuhan semua orang tanpa membedakan jenis kelamin.

Tabel 4.2
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah (orang)
Laki-laki	53
Perempuan	47
Jumlah	100

Sumber: data primer, diolah

4.2.3 Profil Responden Berdasarkan Status

Berdasarkan status responden dapat digolongkan menjadi dua golongan yaitu status belum menikah dan status sudah menikah. Berdasarkan Tabel 4.3 responden yang datang ke obyek wisata Water Blaster mayoritas adalah pengunjung yang belum menikah. Dari 100 responden yang dijadikan sampel diketahui 70% responden belum menikah dan 30% responden sudah menikah.

Tabel 4.3
Responden Berdasarkan Status

Status	Jumlah (orang)
Sudah menikah	30
Belum menikah	70
Jumlah	100

Sumber: data primer, diolah

4.2.4 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan juga akan menunjukkan status sosial yang akan mempengaruhi seseorang dalam pengambilan keputusan. Berdasarkan tingkat pendidikan responden dapat dikelompokkan menjadi 5 kelompok yaitu pendidikan terakhir SD, SMP, SMA, Diploma, dan Sarjana. Dari 100 sampel yang dipilih, sebagian besar responden yang berkunjung di obyek wisata Water Blaster berpendidikan terakhir Sarjana yaitu sebesar 56 persen, seperti yang terlihat pada Tabel 4.4. Hal ini dapat disimpulkan bahwa obyek wisata Water Blaster mayoritas dikunjungi oleh responden yang tingkat pendidikannya tinggi.

Tabel 4.4
Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Pendidikan Terakhir	Jumlah (orang)
SD	–
SMP	14
SMA	26
Diploma	4
Perguruan Tinggi	56
Jumlah	100

Sumber: data primer, diolah

4.2.5 Profil Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Jenis pekerjaan responden yang berkunjung di obyek wisata Water Blaster antara lain adalah Pegawai Negeri Sipil (PNS), pegawai swasta, wiraswasta, pelajar/mahasiswa dan sebagainya. Dari 100 responden diketahui sebagian besar pekerjaan responden yang berkunjung di obyek wisata Water Blaster sebagai pelajar/mahasiswa yakni sebesar 57 persen, sedangkan yang terkecil berjumlah 5 responden memiliki pekerjaan sebagai Wiraswasta dan 3 persen terdapat ibu rumah tangga dan pekerja honorer, seperti yang terlihat pada Tabel 4.5.

Tabel 4.5
Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah (orang)
PNS	12
Pegawai Swasta	23
Wiraswasta	5
Pelajar / Mahasiswa	57
Lainnya	3
Jumlah	100

Sumber: data primer, diolah

4.3 Deskripsi Variabel

4.3.1 Harga Tiket di Obyek Wisata Lain yang sejenis

Harga tiket di obyek wisata air Bojongsari, Pandawa Water World, Atlantic Dreamland dan The Fountain Water Park dipilih sebagai harga tiket di obyek wisata lain yang pernah dikunjungi responden. Harga tiket yang pernah dikunjungi responden dapat dilihat pada Tabel 4.6. Ada responden yang mengunjungi obyek wisata selain obyek wisata Water Blaster, dimana harga tiket

di obyek wisata lain kurang dari Rp 20.000, antara Rp 20.000 – Rp 50.000 dan di atas Rp 50.000.

Tabel 4.6
Responden Berdasarkan Harga Tiket Di Obyek Wisata Lain

		Harga Tiket Obyek Wisata Lain			Total
		lebih kecil dari Rp 20000	Rp 20000 - Rp 50000	lebih besar dari Rp 50000	
Kunjungan 1 kali kunjungan	Count	7	11	8	26
	% of Total	7.0%	11.0%	8.0%	26.0%
2 kali kunjungan	Count	17	19	7	43
	% of Total	17.0%	19.0%	7.0%	43.0%
lebih dari sama dengan 3 kunjungan	Count	18	9	4	31
	% of Total	18.0%	9.0%	4.0%	31.0%
Total	Count	42	39	19	100
	% of Total	42.0%	39.0%	19.0%	100.0%

Sumber: data primer, diolah

Ternyata sebagian besar responden (42 persen) banyak yang mengunjungi obyek wisata lain dengan harga tiket dibawah Rp 20.000. Responden yang mengunjungi obyek wisata lain dengan harga antara Rp 20.000 – Rp 50.000 sebesar 39 persen dan responden yang mengunjungi obyek wisata lain dengan harga tiket di atas Rp 50.000 sebesar 19 persen.

4.3.2 Fasilitas

Fasilitas merupakan jasa pelayanan yang diberikan obyek wisata Water Blaster untuk menunjang atau mendukung aktivitas-aktivitas wisatawan saat mengunjungi obyek wisata tersebut. Fasilitas yang diberikan obyek wisata Water Blaster berupa loker, kamar mandi/kamar ganti, *foodcourt*, pelampung dan tempat parkir. Pendapat responden mengenai fasilitas dapat dinyatakan dengan sangat

puas, puas, cukup puas, kurang puas dan tidak puas. Berikut pendapat responden mengenai fasilitas obyek wisata Water Blaster berdasarkan jumlah kunjungan:

Tabel 4.7
Pendapat Responden Tentang Fasilitas Loker
Obyek Wisata Water Blaster

		Fasilitas Loker				Total
		kurang puas	cukup puas	puas	sangat puas	
Kunjungan 1 kali kunjungan	Count	5	17	4	0	26
	% of Total	5.0%	17.0%	4.0%	.0%	26.0%
2 kali kunjungan	Count	5	30	8	0	43
	% of Total	5.0%	30.0%	8.0%	.0%	43.0%
lebih dari sama dengan 3 kunjungan	Count	3	17	10	1	31
	% of Total	3.0%	17.0%	10.0%	1.0%	31.0%
Total	Count	13	64	22	1	100
	% of Total	13.0%	64.0%	22.0%	1.0%	100.0%

Sumber: data primer, diolah

Dari Tabel 4.7 disimpulkan bahwa responden yang mengunjungi obyek wisata Water Blaster banyak yang menyatakan fasilitas loker cukup puas sebesar 64 persen, responden yang mengunjungi lebih dari 1 kali kunjungan menyatakan cukup puas sebesar 73,4 persen. Responden yang menyatakan puas sebesar 22 persen, yang mengunjungi lebih dari 1 kali kunjungan sebesar 81,8 persen dari total responden yang menyatakan puas terhadap fasilitas loker.

Pada Tabel 4.8 fasilitas kamar mandi/kamar ganti sebagian besar (52 persen) responden menyatakan cukup puas, responden yang mengunjungi lebih dari 1 kali kunjungan menyatakan cukup puas sebesar 69,2 persen. Dan responden yang menyatakan puas terhadap fasilitas kamar mandi/kamar ganti sebesar 39 persen dengan responden yang mengunjungi obyek wisata Water Blaster lebih dari 1 kali sebesar 76,9 persen dari total responden yang menyatakan puas.

Tabel 4.8
Pendapat Responden Tentang Fasilitas Kamar Mandi/Kamar Ganti
Obyek Wisata Water Blaster

		Fasilitas Kamar Mandi				Total	
		kurang puas	cukup puas	puas	sangat puas		
Kunjungan	1 kali kunjungan	Count	1	16	9	0	26
		% of Total	1.0%	16.0%	9.0%	.0%	26.0%
	2 kali kunjungan	Count	0	27	14	2	43
		% of Total	.0%	27.0%	14.0%	2.0%	43.0%
	lebih dari sama dengan 3 kunjungan	Count	0	9	16	6	31
		% of Total	.0%	9.0%	16.0%	6.0%	31.0%
Total		Count	1	52	39	8	100
		% of Total	1.0%	52.0%	39.0%	8.0%	100.0%

Sumber: data primer, diolah

Tabel 4.9
Pendapat Responden Tentang Fasilitas *Foodcourt*
Obyek Wisata Water Blaster

		Fasilitas Foodcourt				Total	
		tidak puas	kurang puas	cukup puas	puas		
Kunjungan	1 kali kunjungan	Count	0	7	17	2	26
		% of Total	.0%	7.0%	17.0%	2.0%	26.0%
	2 kali kunjungan	Count	2	19	21	1	43
		% of Total	2.0%	19.0%	21.0%	1.0%	43.0%
	lebih dari sama dengan 3 kunjungan	Count	0	7	21	3	31
		% of Total	.0%	7.0%	21.0%	3.0%	31.0%
Total		Count	2	33	59	6	100
		% of Total	2.0%	33.0%	59.0%	6.0%	100.0%

Sumber: data primer, diolah

Fasilitas *foodcourt* sebagian besar responden (59 persen) menyatakan cukup puas, responden yang mengunjungi lebih dari 1 kali menyatakan cukup puas sebesar 71,2 persen dari total responden yang menyatakan cukup puas.

Responden yang menyatakan kurang puas terhadap fasilitas di obyek wisata Water Blaster sebesar 33 persen. Seperti yang terlihat pada Tabel 4.9.

Tabel 4.10
Pendapat Responden Tentang Fasilitas Pelampung
Obyek Wisata Water Blaster

		Fasilitas Pelampung					Total
		tidak puas	kurang puas	cukup puas	puas	sangat puas	
Kunjungan 1 kali kunjungan	Count	1	3	16	5	1	26
	% of Total	1.0%	3.0%	16.0%	5.0%	1.0%	26.0%
2 kali kunjungan	Count	0	5	22	15	1	43
	% of Total	.0%	5.0%	22.0%	15.0%	1.0%	43.0%
lebih dari sama dengan 3 kunjungan	Count	0	2	8	18	3	31
	% of Total	.0%	2.0%	8.0%	18.0%	3.0%	31.0%
Total	Count	1	10	46	38	5	100
	% of Total	1.0%	10.0%	46.0%	38.0%	5.0%	100.0%

Sumber: data primer, diolah

Dari Tabel 4.10 disimpulkan bahwa responden paling banyak (46 persen) menyatakan cukup puas terhadap fasilitas pelampung yang disediakan obyek wisata Water Blaster, responden yang mengunjungi lebih dari 1 kali menyatakan cukup puas sebesar 65,2 persen. Responden yang menyatakan puas sebesar 38 persen, yang mengunjungi lebih dari 1 kali sebesar 89,5 persen dari total responden yang menyatakan puas terhadap fasilitas pelampung di obyek wisata water Blaster.

Tabel 4.11
Pendapat Responden Tentang Fasilitas Tempat Parkir
Obyek Wisata Water Blaster

		Fasilitas Parkir					Total
		tidak puas	kurang puas	cukup puas	puas	sangat puas	
Kunjungan 1 kali kunjungan	Count	5	14	4	2	1	26
	% of Total	5.0%	14.0%	4.0%	2.0%	1.0%	26.0%
2 kali kunjungan	Count	8	20	10	5	0	43
	% of Total	8.0%	20.0%	10.0%	5.0%	.0%	43.0%
lebih dari sama dengan 3 kunjungan	Count	3	8	14	5	1	31
	% of Total	3.0%	8.0%	14.0%	5.0%	1.0%	31.0%
Total	Count	16	42	28	12	2	100
	% of Total	16.0%	42.0%	28.0%	12.0%	2.0%	100.0%

Sumber: data primer, diolah

Dari Tabel 4.11 disimpulkan sebagian besar responden menyatakan kurang puas yaitu sebesar 42 persen. Hal ini mungkin disebabkan karena tempat parkir di obyek wisata Water Blaster agak jauh dari lokasi wisata, kurang teratur, tempatnya panas dan belum beraspal/berpaving.

4.3.3 Permainan

Obyek wisata Water Blaster merupakan tempat wisata permainan air sehingga akan lebih menonjolkan permainan-permainan airnya. Berikut pendapat responden mengenai permainan di obyek wisata Water Blaster berdasarkan jumlah kunjungan:

Tabel 4.12
Pendapat Responden Tentang Jumlah Permainan
Obyek Wisata Water Blaster

		Jumlah Permainan			Total	
		sedikit	cukup banyak	banyak		
Kunjungan	1 kali kunjungan	Count	8	18	0	26
		% of Total	8.0%	18.0%	.0%	26.0%
	2 kali kunjungan	Count	6	33	4	43
		% of Total	6.0%	33.0%	4.0%	43.0%
	lebih dari sama dengan 3 kunjungan	Count	4	15	12	31
		% of Total	4.0%	15.0%	12.0%	31.0%
Total		Count	18	66	16	100
		% of Total	18.0%	66.0%	16.0%	100.0%

Sumber: data primer, diolah

Dari Tabel 4.12 disimpulkan bahwa sebagian besar responden (66 persen) menyatakan jumlah permainan di obyek wisata Water Blaster cukup banyak. Responden yang mengunjungi lebih dari 1 kali menyatakan jumlah permainan di obyek wisata Water Blaster cukup banyak sebesar 72,7 persen.

Tabel 4.13
Pendapat Responden Tentang Tingkat Keamanan Permainan
Obyek Wisata Water Blaster

		Keamanan Permainan			Total	
		kurang aman	cukup aman	aman		
Kunjungan	1 kali kunjungan	Count	5	19	2	26
		% of Total	5.0%	19.0%	2.0%	26.0%
	2 kali kunjungan	Count	6	29	8	43
		% of Total	6.0%	29.0%	8.0%	43.0%
	lebih dari sama dengan 3 kunjungan	Count	1	15	15	31
		% of Total	1.0%	15.0%	15.0%	31.0%
Total		Count	12	63	25	100
		% of Total	12.0%	63.0%	25.0%	100.0%

Sumber: data primer, diolah

Keamanan permainan sangat mempengaruhi seseorang untuk berkunjung disuatu obyek wisata, seseorang akan merasa nyaman dan tenang saat menggunakan permainan yang disediakan. Pada Tabel 4.13 dapat disimpulkan bahwa keamanan permainan di obyek wisata Water Blaster sebagian besar responden menyatakan cukup aman yaitu sebesar 63 persen. Responden yang mengunjungi obyek wisata Water Blaster lebih dari 1 kali menyatakan permainan di Water Blaster cukup aman sebesar 69,8 persen.

Tabel 4.14
Pendapat Responden Tentang Daya Tarik Permainan
Obyek Wisata Water Blaster

		Daya Tarik Permainan					Total
		tidak menarik	kurang menarik	cukup menarik	menarik	sangat menarik	
Kunjungan 1 kali kunjungan	Count	0	0	19	7	0	26
	% of Total	0%	0%	19,0%	7,0%	0%	26,0%
2 kali kunjungan	Count	1	1	24	17	0	43
	% of Total	1,0%	1,0%	24,0%	17,0%	0%	43,0%
lebih dari sama dengan 3 kunjungan	Count	0	0	7	17	7	31
	% of Total	0%	0%	7,0%	17,0%	7,0%	31,0%
Total	Count	1	1	50	41	7	100
	% of Total	1,0%	1,0%	50,0%	41,0%	7,0%	100,0%

Sumber: data primer, diolah

Pada Tabel 4.14 responden sebagian besar (50 persen) menyatakan daya tarik permainan di obyek wisata Water Blaster cukup menarik, responden yang mengunjungi obyek wisata Water Blaster lebih dari 1 kali menyatakan permainan cukup menarik sebesar 62 persen. Responden yang menyatakan permainan di obyek wisata Water Blaster menarik sebesar 41 persen, responden yang mengunjungi lebih dari 1 kali menyatakan permainan di obyek wisata Water Blaster menarik sebesar 82,9 persen.

4.3.4 Penghasilan Per Bulan

Responden berdasarkan tingkat pendapatan per bulan terdiri dari pendapatan kurang dari Rp 2.000.000, antara Rp 2.000.000 – Rp 5.000.000 dan lebih dari Rp 5.000.000. Berdasarkan Tabel 4.15 sebagian besar responden (58 persen) berpenghasilan antara Rp 2.000.000 – Rp 5.000.000, responden yang mengunjungi obyek wisata Water Blaster lebih dari 1 kali dengan penghasilan antara Rp 2.000.000 – Rp 5.000.000 sebesar 74,14 persen. Responden yang berpenghasilan lebih dari Rp 5.000.000 sebesar 25 persen. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa responden yang berkunjung ke obyek wisata Water Blaster memiliki tingkat pendapatan yang tinggi, maka diharapkan permintaan akan kegiatan pariwisata juga meningkat.

Tabel 4.15
Responden Menurut Penghasilan Per Bulan

		Pendapatan			Total
		lebih kecil dari Rp 2000000	Rp 2000000 - Rp 5000000	lebih besar dari Rp 5000000	
Kunjungan 1 kali kunjungan	Count	5	15	6	26
	% of Total	5.0%	15.0%	6.0%	26.0%
2 kali kunjungan	Count	8	28	7	43
	% of Total	8.0%	28.0%	7.0%	43.0%
lebih dari sama dengan 3 kunjungan	Count	4	15	12	31
	% of Total	4.0%	15.0%	12.0%	31.0%
Total	Count	17	58	25	100
	% of Total	17.0%	58.0%	25.0%	100.0%

Sumber: data primer, diolah

4.3.5 Jarak

Jarak domisili responden ke perjalanan lokasi obyek wisata Water Blaster dikelompokkan menjadi 3 yaitu jarak kurang dari 20 km, jarak antara 20 km - 50

km dan jarak lebih dari 50 km. Berdasarkan Tabel 4.16 dapat dilihat bahwa sebagian besar responden jarak tempat tinggal dengan lokasi obyek wisata Water Blaster kurang dari 20 km, responden yang mengunjungi obyek wisata Water Blaster lebih dari 1 kali dengan jarak kurang dari 20 km sebesar 76,3 persen. Hal ini menunjukkan bahwa pengunjung sebagian besar berasal dari dalam kota Semarang dan hanya 41 persen pengunjung yang berasal dari luar kota. Menurut teori seseorang cenderung lebih memilih tujuan wisata yang dekat dengan tempat tinggalnya untuk menekan biaya pengeluaran dalam berwisata. Oleh karena itu semakin dekat jarak obyek wisata terhadap tempat tinggal maka seseorang akan tertarik mengunjungi obyek wisata tersebut.

Tabel 4.16
Jumlah Responden Menurut Jarak
Ke Obyek Wisata Water Blaster

			Jarak			Total
			lebih kecil dari 20 km	20 km - 50 km	lebih besar dari 50 km	
Kunjungan	1 kali kunjungan	Count	14	6	6	26
		% of Total	14.0%	6.0%	6.0%	26.0%
	2 kali kunjungan	Count	26	12	5	43
		% of Total	26.0%	12.0%	5.0%	43.0%
	lebih dari sama dengan 3 kunjungan	Count	19	9	3	31
		% of Total	19.0%	9.0%	3.0%	31.0%
Total		Count	59	27	14	100
		% of Total	59.0%	27.0%	14.0%	100.0%

Sumber: data primer, diolah

4.4 Analisis Data dan Pembahasan

4.4.1 Analisis Uji Penyimpangan Klasik

Sebelum dilakukan interpretasi terhadap hasil regresi dari model yang digunakan, maka terlebih dahulu dilakukan pengujian terhadap asumsi klasik, guna mengetahui apakah model tersebut dianggap relevan atau tidak.

4.4.1.1 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel bebas manakah yang menjelaskan oleh variabel bebas lainnya. Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk mngukur tidak adanya gejala multikolinearitas minimal nilai tolerance 0,10 atau harga VIF maksimal 10.

Dasar analisis untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinieritas adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai *tolerance* mendekati angka 1, maka tidak terjadi multikolinearitas. Jika nilai *tolerance* menjauhi angka 1, maka terjadi multikolinearitas.
2. Jika nilai VIF < 10 maka bebas dari multikolinearitas, dan jika nilai VIF > 10 maka terkena multikolinearitas.

Berdasarkan tabel *coefficient* pada output regresi (lihat lampiran) dapat dilihat bahwa nilai *tolerance* untuk masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

Tabel 4.17
Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	harga tiket di obyek wisata lain (x1)	,986	1,014
	fasilitas (x2)	,703	1,423
	permainan (x3)	,669	1,494
	pendapatan (x4)	,786	1,272
	jarak (x5)	,970	1,031

a. Dependent Variable: jumlah kunjungan (y)

Sumber: data primer, diolah

Dari Tabel 4.17 terlihat bahwa nilai tolerance semua variabel mendekati angka 1, sehingga dapat disimpulkan bahwa pada uji regresi tersebut tidak terjadi problem multikolinearitas.

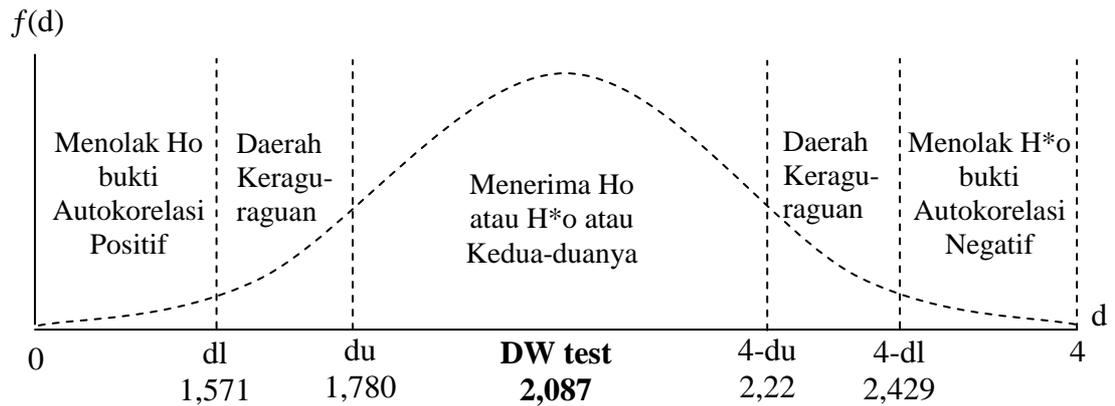
Hasil perhitungan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) juga menunjukkan hasil yang sama, dimana tidak ada satu variabel bebas yang memiliki nilai lebih dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi.

4.4.1.2 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan

pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi, dapat diketahui dengan menggunakan uji Durbin-Watson (DW test).

Gambar 4.4
Uji Durbin-Watson



Sumber: data primer, diolah

Dalam penelitian ini diperoleh nilai DW sebesar 2,087 maka DW test di daerah $d_u < dw < 4 - d_u$ seperti yang terlihat dalam Gambar 4.1 yang berarti tidak terdapat autokorelasi.

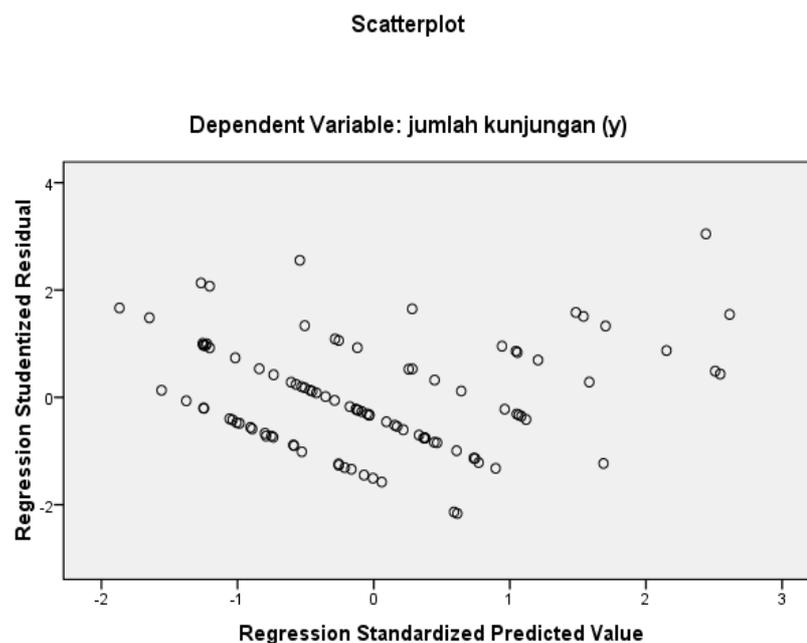
4.4.1.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas, dapat diketahui dengan melihat penyebaran data pada grafik *scatterplot* atau dengan melakukan uji park (*Park Test*).

Dasar analisis:

1. Jika penyebaran data pada *scatterplot* teratur dan membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika penyebaran data pada *scatterplot* tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Gambar 4.5
Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan Gambar 4.2 terlihat bahwa distribusi data tidak teratur dan tidak membentuk pola tertentu, baik di atas sumbu 0 maupun di bawah sumbu 0. Hal ini berarti bahwa residual (gangguan) model regresi tersebut memiliki varians yang homogen (tidak heterogen) maka dapat disimpulkan bahwa pada uji regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 4.18
Uji Heteroskedastisitas Dengan Uji Park

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-11,867	6,175		-1,922	,058
LNX1	-,001	,253	,000	-,004	,997
LNX2	,924	1,416	,076	,652	,516
LNX3	-,486	1,477	-,039	-,329	,743
LNX4	,658	,404	,176	1,627	,107
LNX5	-,316	,162	-,195	-1,947	,054

a. Dependent Variable: lnres2

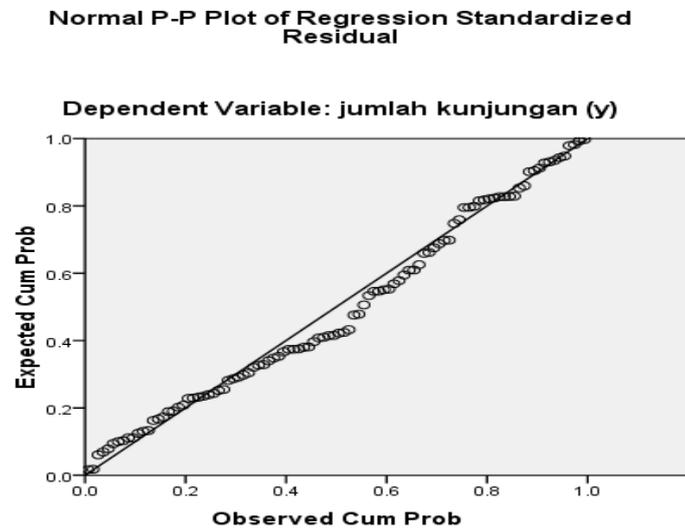
Sumber: data primer, diolah

Berdasarkan Tabel 4.18 hasil heteroskedastisitas dengan uji park diperoleh hasil bahwa tidak ada satu pun variabel independen yang signifikansi secara statistik mempengaruhi variabel dependen. Hal ini terlihat dari probabilitas signifikansinya di atas tingkat kepercayaan 5 persen (0,05). Jadi dapat disimpulkan model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2006).

4.4.1.4 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual keduanya memiliki distribusi normal. Regresi yang baik adalah yang mempunyai distribusi data normal atau mendekati normal. Jika dilihat berdasarkan Gambar 4.3 maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Hal ini karena titik-titik mengikuti arah garis diagonal.

Gambar 4.6
Uji Normalitas



4.4.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh harga tiket di obyek wisata lain yang sejenis, fasilitas, permainan, penghasilan rata-rata per bulan, dan jarak terhadap jumlah kunjungan wisata di obyek wisata Water Blaster.

Berdasarkan perhitungan yang dilakukan dengan menggunakan Program SPSS 17.0 maka didapat hasil sebagai berikut:

Tabel 4.19
Ringkasan Hasil Estimasi Regresi

Variabel	Koefisien	Std. Error	Std. Koef	t	Sig
Konstanta	-3,502	,729		-4,802	,000
Harga tiket di obyek wisata lain	-4,061E-6	,000	-,100	-1,406	,163
Fasilitas	,117	,045	,217	2,578	,011
Permainan	,418	,077	,467	5,406	,000
Pendapatan	8,475E-8	,000	,159	1,996	,049
Jarak	-,006	,003	-,178	-2,486	,015
F statistik	= 21,272				
R ²	= 0,531				
Adjusted R ²	= 0,506				
N	= 100				

Sumber: data primer, diolah

Tabel 4.19 dapat dibuat persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = -3,502 - 0,000004061 X_1 + 0,117 X_2 + 0,418 X_3 + 0,00000008475 X_4 - 0,006 X_5$$

R-squared = 0,531

F-statistic = 21,272

4.4.3 Pengujian Hipotesis

4.4.3.1 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui tingkat ketepatan yang paling baik dalam analisis regresi dimana hal tersebut ditunjukkan oleh koefisien determinasi R^2 antara 0 dan 1. Koefisien determinasi 0 berarti variabel bebas sama sekali tidak berpengaruh dengan variabel terikat, apabila koefisien determinasi mendekati 1 maka semakin berpengaruh.

Berdasarkan pada Tabel 4.19 diperoleh nilai koefisien determinasi atau R-Square (R^2) sebesar 0,531 yang berarti 53,1 persen jumlah kunjungan wisatawan di objek wisata Water Blaster secara bersama-sama dapat dijelaskan oleh variasi dari ke lima variabel independen harga tiket di obyek wisata lain yang sejenis, fasilitas, permainan, penghasilan rata-rata per bulan dan jarak. Sedangkan sisanya 46,9 persen dijelaskan oleh variabel lain di luar model yang tidak termasuk dalam penelitian.

4.4.3.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama (simultan) digunakan uji F.

Hipotesis yang digunakan adalah :

$H_0 : b_1, b_2, b_3, b_4, b_5 = 0$ Tidak terdapat pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen

$H_0 : b_1, b_2, b_3, b_4, b_5 \neq 0$ Ada pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen

Dasar pengambilan keputusan :

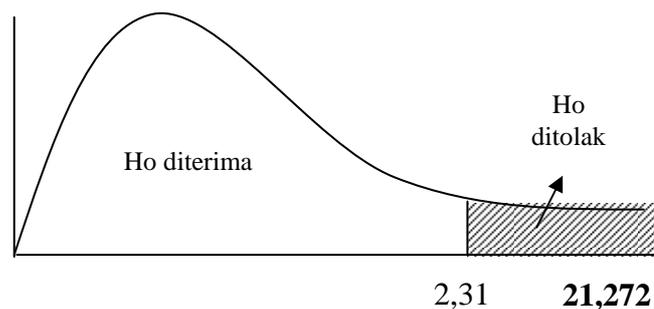
1. Dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel
 - (a) Apabila F hitung $>$ F tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima
 - (b) Apabila F hitung $<$ F tabel, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Dengan tingkat probabilitas 5 persen ($\alpha = 0,05$) dan nilai df (*degree of freedom*) = $(n-k-1) = (100 - 5 - 1) = (94)$, maka dapat diketahui nilai F tabel sebesar 2,31.

2. Dengan menggunakan angka signifikansi
 - (a) Apabila angka probabilitas $>$ 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak
 - (b) Apabila angka probabilitas $<$ 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Hasil output regresi menunjukkan nilai F-statistik sebesar 21,272 ($21,272 > 2,31$) dan angka probabilitas sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$) sehingga dapat disimpulkan bahwa ke lima variabel independen yaitu harga tiket di obyek wisata lain yang sejenis, fasilitas, permainan, penghasilan rata-rata per bulan dan jarak secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap jumlah kunjungan wisatawan obyek wisata Water Blaster diterima. Gambar pengujian uji F adalah sebagai berikut:

Gambar 4.7
Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)



4.4.3.3 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)

Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh dari masing-masing variabel independen secara individu maka digunakan uji t. Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

Hipotesis yang diambil untuk yang bernilai positif adalah :

$H_0 : \beta_i \leq 0$, (i= harga tiket di obyek wisata lain yang sejenis, fasilitas, permainan, penghasilan rata-rata per bulan) artinya tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen (harga tiket di obyek wisata lain yang sejenis, fasilitas, permainan, penghasilan rata-rata per bulan) terhadap variabel dependen (jumlah kunjungan wisatawan).

$H_a : \beta_i > 0$, (i= harga tiket di obyek wisata lain yang sejenis, fasilitas, permainan, penghasilan rata-rata per bulan) artinya ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen (harga tiket di obyek wisata lain yang sejenis, fasilitas, permainan, penghasilan rata-rata per bulan) terhadap variabel dependen (jumlah kunjungan wisatawan).

Hipotesis yang diambil untuk yang bernilai negatif adalah :

$H_0 : \beta_i \geq 0$, (i= jarak) artinya tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen (jarak) terhadap variabel dependen (jumlah kunjungan wisatawan).

$H_a : \beta_i < 0$, (i= jarak) artinya ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen (jarak) terhadap variabel dependen (jumlah kunjungan wisatawan).

Dasar pengambilan keputusan :

1. Dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel

- (a) Apabila $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya ada pengaruh yang signifikan antara masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.
- (b) Apabila $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

Dengan angka signifikan 5 % ($\alpha = 0,05$) dan nilai df (*degree of freedom*) $n-k$ ($100 - 5$) = 95, maka dapat diketahui nilai t tabel sebesar 1,661 (satu sisi).

2. Dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi

- (a) Apabila angka probabilitas $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak
- (b) Apabila angka probabilitas $< 0,05$, maka H_0 ditolak atau H_a diterima

Dengan perhitungan menggunakan program SPSS versi 17.0 diperoleh hasil sebagai berikut :

1. Variabel Harga Tiket Di Obyek Wisata Lain Yang Sejenis

Hipotesis pertama menyatakan bahwa harga tiket di obyek wisata lain yang sejenis diduga berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah kunjungan wisata Water Blaster. Berdasarkan Tabel 4.19 diketahui nilai t hitung sebesar (-1,406) lebih kecil dari t tabel (1,661) dan tingkat probabilitas sebesar 0,163 lebih besar dari 0,05 (taraf nyata = 5 persen) yang berarti H_0 diterima dan H_a ditolak. Dengan demikian hipotesis pertama yang menyatakan bahwa harga tiket di obyek wisata lain yang

sejenis berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah kunjungan wisata Water Blaster tidak terbukti.

2. Variabel Fasilitas

Hipotesis kedua menyatakan bahwa fasilitas diduga berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah kunjungan wisata Water Blaster. Berdasarkan Tabel 4.19 diketahui nilai t hitung sebesar 2,578 lebih besar dari t tabel (1,661) dan nilai probabilitas sebesar 0,011 lebih kecil dari 0,05 (taraf nyata = 5 persen) yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian hipotesis kedua yang menyatakan bahwa fasilitas di obyek wisata Water Blaster berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah kunjungan wisata Water Blaster diterima.

3. Variabel Permainan

Hipotesis ketiga menyatakan bahwa permainan diduga berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah kunjungan wisata Water Blaster. Berdasarkan Tabel 4.19 diketahui nilai t hitung sebesar 5,406 lebih besar dari t -tabel (1,661) dan nilai probabilitas sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 (taraf nyata = 5 persen) yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa permainan berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah kunjungan wisata Water Blaster diterima.

4. Variabel Penghasilan Rata-rata Per Bulan

Hipotesis keempat menyatakan bahwa penghasilan rata-rata per bulan dari pengunjung diduga berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah

kunjungan wisata Water Blaster. Berdasarkan Tabel 4.19 diketahui nilai t hitung sebesar 1,996 lebih besar dari t -tabel (1,661) dan nilai probabilitas sebesar 0,049 lebih kecil dari 0,05 (taraf nyata = 5 persen) yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian hipotesis keempat yang menyatakan bahwa penghasilan rata-rata per bulan dari para pengunjung berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah kunjungan wisata Water Blaster diterima.

5. Variabel Jarak

Hipotesis kelima menyatakan bahwa jarak diduga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap jumlah kunjungan wisata Water Blaster. Berdasarkan Tabel 4.19 diketahui nilai t hitung sebesar (-2,486) lebih kecil dari t -tabel (-1,661) dan nilai probabilitas sebesar 0,015 lebih kecil dari 0,05 (taraf nyata = 5 persen) yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian hipotesis kelima yang menyatakan bahwa jarak berpengaruh negatif dan signifikan terhadap jumlah kunjungan wisata Water Blaster diterima.

4.4.4 Pengaruh Variabel Independen Terhadap Jumlah Kunjungan

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda yaitu persamaan regresi yang melibatkan 2 (dua) variabel atau lebih (Gujarati, 1997). Regresi berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh perubahan dari suatu variabel terikat terhadap variabel bebas. Dalam pengolahan data yang didapatkan proses penghitungan regresi menggunakan

bantuan program SPSS 17.0. Persamaan tersebut di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut (Tabel 4.19):

$$Y = -3,502 - 0,000004061 X1 + 0,117 X2 + 0,418 X3 + 0,0000008475 X4 - 0,006 X5$$

Dari persamaan regresi berganda di atas dapat kita ketahui bahwa :

1. Pengaruh variabel harga tiket di obyek wisata lain yang sejenis (X1) terhadap jumlah kunjungan wisatawan di obyek wisata water Blaster (Y)
Variabel harga tiket di obyek wisata lain yang sejenis mempunyai pengaruh negatif dan tidak signifikan, berarti harga tiket di obyek wisata lain tidak berpengaruh terhadap jumlah kunjungan di obyek wisata Water Blaster. Hal ini dikarenakan bahwa selera wisatawan dalam memilih obyek wisata tidak bisa diukur dengan mahal atau tidaknya harga tiket di suatu obyek wisata dan karena wisatawan menganggap tempat wisata yang berbeda sebagai bagian pelengkap dari pengalaman wisatanya. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Salma dan Susilowati (2004), yang juga menunjukkan bahwa variabel biaya perjalanan di obyek wisata lain yaitu Simpang Lima mempunyai pengaruh negatif dan tidak signifikan.
2. Pengaruh variabel fasilitas (X2) terhadap jumlah kunjungan wisatawan di obyek wisata Water Blaster (Y)
Menurut Spillane, 1987 fasilitas merupakan unsur industri pariwisata yang sangat penting. Berapa pun besarnya suatu daerah tujuan wisata, jika

fasilitasnya tidak memadai, maka keinginan wisatawan untuk mengunjungi tempat wisata tersebut akan diurungkan.

Nilai koefisien dari variabel fasilitas dalam persamaan regresi berganda sebesar 0,117 serta mempunyai pengaruh positif dan signifikan, hal ini mengindikasikan bahwa antara fasilitas dan jumlah kunjungan di obyek wisata Water Blaster berhubungan positif yang berarti semakin memadai fasilitas yang disediakan maka frekuensi untuk mengunjungi obyek wisata Water Blaster akan meningkat dikarenakan pengunjung akan merasa puas dan tidak sia-sia mengunjungi obyek wisata tersebut. Dalam penelitian ini fasilitas yang dimaksud adalah fasilitas yang berada di dalam lokasi obyek wisata Water Blaster antara lain fasilitas loker, fasilitas kamar mandi dan kamar ganti, fasilitas *foodcourt*, fasilitas pelampung dan fasilitas tempat parkir.

3. Pengaruh variabel permainan (X3) terhadap jumlah kunjungan wisatawan di obyek wisata Water Blaster (Y)

Menurut Yoeti (2008) keputusan wisatawan untuk mengunjungi tempat wisata lebih banyak ditentukan oleh daya tarik yang terdapat di obyek wisata yang akan dikunjungi, apakah sesuai dengan keinginan wisatawan.

Permainan air merupakan daya tarik di obyek wisata Water Blaster karena obyek wisata Water Blaster termasuk wisata permainan air. Nilai koefisien dari variabel permainan dalam persamaan regresi berganda sebesar 0,418 dapat diartikan variabel permainan mempunyai pengaruh positif, hal ini mengindikasikan bahwa antara permainan dan Jumlah kunjungan di obyek

wisata Water Blaster berhubungan positif yang berarti semakin banyak jenis permainan, semakin aman dan menarik permainan yang disediakan maka akan meningkatkan frekuensi jumlah kunjungan wisatawan. Sebaliknya, jika permainan yang disediakan obyek wisata Water Blaster sedikit dan tidak menarik maka akan menurunkan frekuensi jumlah kunjungan wisatawan dan pengunjung akan mencari alternatif wisata lain.

4. Pengaruh variabel penghasilan rata-rata per bulan (X_4) terhadap jumlah kunjungan wisatawan di obyek wisata Water Blaster (Y)

Nilai koefisien dari variabel penghasilan rata-rata per bulan dalam persamaan regresi berganda sebesar 0,00000008475 dapat diartikan bahwa setiap adanya kenaikan penghasilan sebesar Rp 10.000.000 akan diikuti dengan kenaikan jumlah kunjungan obyek wisata Water Blaster sebesar 1 orang.

Variabel penghasilan rata-rata per bulan berpengaruh positif dan signifikan, hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Arshad Habibi (2009) dimana variabel penghasilan rata-rata per bulan yang diteliti juga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah kunjungan wisatawan. Secara teori dan hipotesis dapat dibuktikan bahwa semakin tinggi penghasilan rata-rata per bulan dari para pengunjung maka frekuensi jumlah kunjungan obyek wisata Water Blaster akan semakin meningkat, sebaliknya jika penghasilan rata-rata per bulan pengunjung rendah maka frekuensi jumlah kunjungannya akan semakin menurun sesuai dengan teori permintaan. Hal ini menunjukkan bahwa

obyek wisata Water Blaster merupakan barang normal, akan tetapi karena nilai koefisiennya terlalu kecil maka obyek wisata Water Blaster merupakan barang normal yang cenderung inferior, dimana semakin tinggi penghasilan pengunjung maka akan memilih tempat wisata lain yang memiliki tingkat prestise yang lebih tinggi.

5. Pengaruh variabel jarak (X5) terhadap jumlah kunjungan wisatawan di obyek wisata Water Blaster (Y)

Nilai koefisien dari variabel jarak dalam persamaan regresi berganda sebesar -0,006 dapat diartikan bahwa setiap adanya kenaikan jarak sebesar 1000 km akan diikuti dengan penurunan jumlah kunjungan obyek wisata Water Blaster sebesar 6 orang.

Menurut Yoeti (2008) jarak antara tempat/daerah asal wisatawan dan daerah tempat wisata juga mempengaruhi permintaan untuk melakukan kunjungan wisata. Variabel jarak berpengaruh negatif dan signifikan, berarti semakin jauh jarak tempat tinggal pengunjung ke obyek wisata Water Blaster maka frekuensi jumlah kunjungannya akan semakin menurun dikarenakan lama perjalanan dan biaya perjalanan yang dikeluarkan akan bertambah, semakin jauh jarak yang ditempuh maka biaya perjalanan yang dikeluarkan semakin besar. Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Zaenal (2006) dan Putik (2008), dimana variabel jarak yang mereka teliti juga mempunyai pengaruh yang negatif dan signifikan.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan dan Saran

5.1.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Dari ke lima variabel yang dianalisis terdapat empat variabel yang signifikan yaitu variabel fasilitas, variabel permainan, variabel penghasilan rata-rata per bulan dan variabel jarak, sedangkan variabel harga tiket di obyek wisata lain yang sejenis dinyatakan tidak berpengaruh terhadap frekuensi jumlah kunjungan ke obyek wisata Water Blaster, dan memiliki tanda negatif dikarenakan wisatawan menganggap tempat wisata yang berbeda sebagai bagian pelengkap dari pengalaman wisatanya.
2. Hasil output regresi menunjukkan nilai F-statistik sebesar 21,272 dan angka signifikansi sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$) sehingga dapat disimpulkan bahwa ke lima variabel independennya secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap jumlah kunjungan wisatawan obyek wisata Water Blaster.
3. Nilai koefisien determinasi atau R-Square sebesar 0,531. Hal ini berarti 53,1 persen jumlah kunjungan wisatawan di obyek wisata Water Blaster secara bersama-sama dapat dijelaskan oleh variasi ke lima variabel independen. Sedangkan sisanya 46,9 persen dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

4. Dari hasil perhitungan regresi diketahui bahwa variabel harga tiket di obyek wisata lain yang sejenis dan variabel jarak menunjukkan hubungan yang negatif terhadap jumlah kunjungan ke obyek wisata Water Blaster, sedangkan variabel fasilitas, variabel permainan dan variabel penghasilan rata-rata per bulan menunjukkan hubungan yang positif. Berdasarkan nilai koefisien variabel penghasilan rata-rata per bulan yang positif dapat disimpulkan bahwa obyek wisata Water Blaster merupakan barang normal. Akan tetapi karena nilainya yang terlalu kecil maka obyek wisata Water Blaster merupakan yang cenderung inferior, dimana semakin tinggi penghasilan rata-rata per bulan pengunjung maka akan memilih tempat wisata lain yang memiliki tingkat prestise yang lebih tinggi.

5.1.2 Saran

Berdasarkan pengamatan terhadap kegiatan pariwisata pada kawasan Water Blaster, maka dapat disampaikan saran-saran sebagai berikut :

1. Berdasarkan koefisien variabel penghasilan yang bertanda positif dapat disimpulkan bahwa obyek wisata Water Blaster merupakan barang normal, sehingga semakin tinggi penghasilan pengunjung akan semakin meningkat jumlah kunjungannya. Akan tetapi karena nilainya terlalu kecil obyek wisata Water Blaster merupakan barang normal yang cenderung inferior, dimana semakin tinggi penghasilan pengunjung maka mereka bisa akan memilih tempat wisata lain yang memiliki tingkat prestise yang lebih tinggi. Untuk itu pihak pengelola obyek wisata Water Blaster perlu

mengembangkan daya tarik wisata seperti permainan, meningkatkan dan memperbaiki fasilitas tetapi hal tersebut perlu menjaga *competitive advantage* seperti *cost advantage*, karena pengembangan akan menaikkan harga untuk berkunjung ke obyek wisata Water Blaster sehingga akan menurunkan jumlah kunjungan.

2. Pihak obyek wisata Water Blaster perlu meningkatkan dan memperbaiki fasilitas terutama fasilitas tempat parkir karena sebagian responden yang berkunjung di obyek wisata Water Blaster menyatakan kurang puas terhadap tempat parkir yang disediakan obyek wisata Water Blaster.
3. Untuk peneliti selanjutnya, biasa meneliti lebih lanjut dengan populasi yang lebih luas dan menambah variabel seperti biaya perjalanan, pendidikan, umur dan pengalaman. Sehingga dapat diketahui faktor mana yang paling berpengaruh terhadap jumlah kunjungan wisata Water Blaster.

DAFTAR PUSTAKA

- Andi Mappi Sammang. 2001. *Cakrawala Pariwisata*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Arison. 2008. *Pengertian Pariwisata*, <http://arison001.blogspot.com/2008/02/pengertian-pariwisata.html>. Diakses 8 Nopember 2009.
- Arsyad Habibi. 2009. "Analisis Faktor-faktpr Yang Mempengaruhi Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Obyek Wusata Umbul Sidomukti Kabupaten Semarang". *Skripsi Tidak Dipublikasikan*, Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro.
- Asri Prahesti. 2008. *Journey to Pandawa Water World Solo*, <http://asree-love-green.blogspot.com/2008/04/journey-to-pandawa-water-world-solo.html>. Diakses 8 April 2010.
- Badan Pusat Statistik, 2009, *Data Jumlah Pengunjung Obyek Wisata Air Bojongsari 2008*, Purbalingga.
- Danang Parikesit dan Wiwied Trisnadi, 1997, Kebijakan Kepariwisata Indonesia Dalam Pembangunan Jangka Panjang, *Jurnal Kelola : Gadjah Mada University Business Review*, No.16, tahun VI, hal 114.
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah, 2009, *Data Kunjungan Wisatawan 2009*, Semarang.
- Gujarati, Damodar. 2003. *Basic Econometrics*. Mc Graw Hill, New York.
- I Gede Pitana dan Putu G Gayatri. 2005. *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- I Gede Wiyasa, 1997, Hotel Ramah Lingkungan Alternatif Hotel Masa Depan, *Kelola*, No. 16, Tahun VI, BPFE-UGM, Yogyakarta.
- Imam Ghozali. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan penerbit Universitas Diponegoro.
- Irma Afia Salma dan Indah Susilowati. 2004. "Analisis Permintaan Obyek Wisata Alam Curug Sewu, Kabupaten Kendal Dengan Pendekatan Travel Cost". *Jurnal Dinamika Pembangunan*, Vol. 1, No. 2/Desember 2004, hal 153-165.
- Legit. 2008. *Wisata Air Diminati Masyarakat*, http://regional.infogoue.com/wisata_air_diminati_masyarakat. Diakses 8 Nopember 2009.

- Nur Indriantoro dan Bambang Supomo. 1999. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Oka A Yoeti. 2008. *Ekonomi Pariwisata*. Jakarta: Kompas.
- Putik Asriani Dirgantari. 2008. “Analisis Permintaan Obyek Wisata Air Panas Guci, Kabupaten Tegal Dengan Pendekatan Travel Cost”. *Skripsi Tidak Dipublikasikan*, Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro.
- Raiutama. 2006. *Konsep Pariwisata (Kajian Sosiologi dan Ekonomi)*, <http://raiutama.blog.friendster.com/2006/09/konsep-pariwisata/>. Diakses 8 Nopember 2009.
- Soeratno dan Lincolin Arsyad. 1993. *Metode Penelitian*. Unit Penerbit dan Percetakan Akademi Manajemen Perusahaan YKPN: Yogyakarta.
- Sinclair, M. Thea dan Mike Stabler. 1997. *Economics of Tourism*. Routledge London.
- Spillane, James J. 1987. *Pariwisata Indonesia*. Yogyakarta: Kanisius.
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- T Gilarso. 2001. *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro*. Yogyakarta: Kanisius.
- Yonnie. *Obyek Wisata Air Bojongsari (Owabong) Purbalingga*. <http://wikimapia.org/2597992/Obyek-Wisata-Air-Bojongsari-Purbalingga-Owabong>. Diakses 8 April 2010.
- Zaenal S. 2006. “Analisis Permintaan Obyek Wisata Dataran Tinggi Dieng, Kabupaten Wonosobo”. *Skripsi Tidak Dipublikasikan*, Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro.

LAMPIRAN – LAMPIRAN

LAMPIRAN A
KUESIONER

KUESIONER
PENELITIAN TENTANG ANALISIS PERMINTAAN
OBJEK WISATA WATER BLASTER, KOTA SEMARANG

Tanggal

Nama Responden

Sosial Ekonomi

01. Umur.....(tahun)

02. Jenis Kelamin 1. Laki-Laki 2. Perempuan

03. Status 1. Sudah Menikah 2. Belum Menikah

04. Pendidikan Terakhir

1. SD/MI/Sederajat, kelas

2. SLTP/MTS/Sederajat, kelas

3. SLTA/MA/Sederajat, kelas

4. Perguruan Tinggi (Mahasiswa), semester

5. Lainnya(mohon diisi)

05. Pekerjaan responden

1. PNS / TNI / POLRI 4. Pelajar/Mahasiswa

2. Pegawai Swasta 5. Lainnya(mohon diisi)

3. Wiraswasta (usaha sendiri)

06. Pendapatan responden

1. Kurang dari Rp 1.500.000 Nominal : Rp

2. Rp 1.500.000 – Rp 2.500.000 Nominal : Rp

3. Rp 2.500.000 – Rp 3.500.000 Nominal : Rp

4. Rp 3.500.000 – Rp 4.500.000 Nominal Rp.....

5. Lebih dari Rp 4.500.000 Nominal Rp.....

07. Pekerjaan ayah / suami

- | | |
|------------------------------|-------------------------------|
| 1 PNS / TNI / POLRI | 4. Pelajar/Mahasiswa |
| 2 Pegawai Swasta | 5. Lainnya(mohon diisi) |
| 3 Wiraswasta (usaha sendiri) | |

08. Pendapatan ayah / suami

- 1 Kurang dari Rp 1.500.000 Nominal : Rp
- 2 Rp 1.500.000 – Rp 2.500.000 Nominal : Rp
- 3 Rp 2.500.000 – Rp 3.500.000 Nominal : Rp
- 4 Rp 3.500.000 – Rp 4.500.000 Nominal Rp.....
- 5 Lebih dari Rp 4.500.000 Nominal Rp.....

09. Pekerjaan ibu / istri

- | | |
|-------------------------------|-------------------------------|
| 1. PNS / TNI / POLRI | 4. Pelajar/Mahasiswa |
| 2. Pegawai Swasta | 5. Lainnya(mohon diisi) |
| 3. Wiraswasta (usaha sendiri) | |

10. Pendapatan ibu / istri

- 1 Kurang dari Rp 1.500.000 Nominal : Rp
- 2 Rp 1.500.000 – Rp 2.500.000 Nominal : Rp
- 3 Rp 2.500.000 – Rp 3.500.000 Nominal : Rp
- 4 Rp 3.500.000 – Rp 4.500.000 Nominal Rp.....
- 5 Lebih dari Rp 4.500.000 Nominal Rp.....

11. Jarak tempat tinggal dengan Water Blaster(km)

Kunjungan Wisata

12. Sudah berapa kali anda datang ke sini dalam 12 bulan terakhir?
.....(kali)

13. Apakah tujuan/motivasi anda datang ke sini ?

- | | | |
|-------------|--------------|------------------|
| 1. Rekreasi | 2. Olah raga | 3. Lainnya |
|-------------|--------------|------------------|

14. Bersama siapa anda datang ke sini ?
1. Sendiri
 2. Keluarga
 3. Teman
 4. Rombongan
15. Alat transportasi yang digunakan untuk datang ke sini ?
1. Mobil pribadi
 2. Motor
 3. Kendaraan umum
 4. Lainnya
16. Berapa lama waktu yang anda butuhkan menuju Water Blaster?
.....(menit/jam)
17. Bagaimana penilaian Anda, terhadap harga tiket yang Anda keluarkan di obyek wisata Water Blaster?
1. Mahal, alasan.....
 2. Murah, alasan.....
18. Apa yang membuat anda tertarik untuk datang ke Water Blaster ?
1. Permainannya
 2. Kolam renangnya
 3. Pemandangannya
 4. Lainnya
19. Apa kesan anda tentang Obyek Wisata Water Blaster ?
1. Tidak menyenangkan
 2. Kurang menyenangkan
 3. Cukup menyenangkan
 4. Menyenangkan
 5. Sangat menyenangkan
20. Apakah anda bersedia untuk berkunjung lagi ?
1. Ya
 2. Tidak

Alasan

.....
.....

21. Apa saran anda untuk pengembangan Obyek Wisata Water Blaster ?

1. Memperbanyak jumlah permainan
2. Meningkatkan fasilitasnya
3. Meningkatkan kebersihan
4. Meningkatkan tingkat keamanan permainan
5. Lainnya

Wisata Lain yang Sejenis

22. Obyek wisata lain yang pernah anda kunjungi?
1. Owabong di Purbalingga
 2. Atlantic Dreamland di Salatiga
 3. Pandawa Water World di Solo
 4. The Fontain Waterpark & Resto di Ungaran
 5. Lainnya.....
23. Berapa harga tiket masuk obyek wisata lain yang anda kunjungi (selain Water blaster)? Rp.....
24. Bagaimana penilaian Anda, terhadap harga tiket yang Anda keluarkan di Owabong, Atlantic Dreamland, Pandawa Water World dan The Fontain Waterpark?
1. Mahal, alasan.....
 2. Murah, alasan.....

Fasilitas

25. Bagaimana fasilitas loker yang disediakan obyek wisata Water Blaster?
1. Tidak puas
 2. Kurang puas
 3. Cukup puas
 4. Puas
 5. Sangat puas
26. Bagaimana fasilitas kamar mandi dan kamar ganti yang disediakan obyek wisata Water Blaster?
1. Tidak puas
 2. Kurang puas
 3. Cukup puas
 4. Puas
 5. Sangat puas
27. Bagaimana fasilitas *foodcourt* yang disediakan obyek wisata Water Blaster?
1. Tidak puas
 2. Kurang puas
 3. Cukup puas
 4. Puas
 5. Sangat puas

28. Bagaimana fasilitas pelampung yang diberikan obyek wisata Water Blaster?

- | | | |
|----------------|---------------|----------------|
| 1. Tidak puas | 3. Cukup puas | 5. Sangat puas |
| 2. Kurang puas | 4. Puas | |

29. Bagaimana fasilitas parkir yang disediakan obyek wisata water Blaster?

- | | | |
|----------------|---------------|----------------|
| 1. Tidak puas | 3. Cukup puas | 5. Sangat puas |
| 2. Kurang puas | 4. Puas | |

Permainan

30. Bagaimana dengan jumlah permainan yang disediakan obyek wisata Water Blaster?

- | | | |
|--------------------------|-----------------|-----------|
| 1. Sangat sedikit banyak | 3. Cukup banyak | 5. Sangat |
| 2. Sedikit | 4. Banyak | |

31. Bagaimana tingkat keamanan wahana permainan di Water Blaster?

- | | | |
|--------------------|---------------|-----------|
| 1. Tidak aman aman | 3. Cukup aman | 5. Sangat |
| 2. Kurang aman | 4. Aman | |

32. Apakah permainan di Water Blaster menarik?

- | | |
|-------------------|-------------------|
| 1. Tidak menarik | 4. Menarik |
| 2. Kurang menarik | 5. Sangat Menarik |
| 3. Cukup Menarik | |

LAMPIRAN B
DATA MENTAH

KETERANGAN:

- 1 = nomor responden
- 2 = umur responden (tahun)
- 3 = jenis kelamin (L= laki-laki, P= perempuan)
- 4 = status (1= sudah menikah, 2= belum menikah)
- 5 = pendidikan terakhir (tahun)
- 6 = pekerjaan responden
- 7 = penghasilan rata-rata keluarga per bulan (Rp)
- 8 = jarak (km)
- 9 = jumlah kunjungan dalam 12 bulan terakhir
- 10 = total waktu perjalanan (menit)
- 11 = tujuan berkunjung (1= rekreasi, 2= olah raga, 3= lainnya)
- 12 = kelompok kunjungan (1= sendiri, 2= keluarga, 3= teman, 4= rombongan)
- 13 = alat transportasi
- 14 = kesediaan untuk datang lagi ke Water Blaster (1= bersedia, 2= tidak bersedia)
- 15 = obyek wisata lain yang pernah dikunjungi
- 16 = harga tiket masuk di obyek wisata lain (Rp)
- 17 = fasilitas (F1= fasilitas loker, F2= fasilitas kamar mandi dan kamar ganti, F3= fasilitas *foodcourt*, F4= fasilitas pelampung, F5= fasilitas parkir)
- 18 = permainan (P1= jumlah permainan, P2= tingkat keamanan permainan, P3= tingkat menariknya permainan)

LAMPIRAN C
VARIABEL PENELITIAN

Data Jumlah Kunjungan Wisatawan Obyek Wisata Water Blaster, Harga Tiket di Obyek Wisata Lain Yang Sejenis, Fasilitas, Permainan, Penghasilan, Jarak.

Jumlah kunjungan	Harga tiket di obyek wisata lain	Fasilitas	Permainan	Penghasilan	Jarak
1	40000	18	10	3500000	8
3	20000	16	10	5000000	28
3	30000	14	9	3500000	4
1	50000	17	8	6000000	10
2	100000	17	10	6000000	9
2	20000	17	6	4000000	10
3	15000	22	10	2000000	5
2	25000	20	9	6500000	6
1	40000	15	10	7000000	3
2	100000	15	10	5000000	40
3	12000	15	10	2300000	6
5	20000	19	12	6300000	52
3	20000	20	10	4000000	112
2	50000	16	10	2000000	40
2	20000	12	8	4500000	1
2	50000	14	6	2000000	1
4	12000	17	11	5000000	30
1	100000	14	8	4500000	90
2	40000	14	9	3000000	15
1	40000	14	9	1500000	15
1	50000	16	8	4000000	12
2	50000	16	10	4000000	12
1	20000	14	9	6000000	40
7	100000	22	12	10500000	6
1	50000	13	10	4600000	4
4	100000	14	9	4000000	3
2	100000	13	9	4200000	15
2	20000	14	10	4000000	20
1	20000	16	9	5000000	50
2	50000	15	8	5000000	160
2	40000	10	8	4500000	8

2	20000	13	10	1000000	25
1	100000	15	8	3000000	6
2	10000	13	11	3000000	30
2	12000	13	9	4800000	120
1	20000	17	9	2000000	15
2	40000	18	10	4500000	4
3	20000	17	11	17500000	101
5	100000	19	13	8000000	25
2	10000	13	10	2000000	20
2	30000	14	10	3000000	9
2	20000	13	9	3000000	5
1	50000	13	9	2600000	118
5	12000	16	13	10500000	8
5	40000	19	12	3500000	25
3	20000	16	11	5000000	5
1	100000	15	10	2500000	20
2	20000	15	10	6500000	40
2	40000	14	10	3000000	35
2	12000	14	10	2000000	25
3	40000	15	12	4100000	25
4	40000	17	11	4000000	15
4	12000	14	10	5000000	20
2	20000	15	10	5300000	11
2	20000	16	8	2250000	11
2	40000	17	8	5225000	20
3	40000	14	9	4500000	7
2	100000	14	8	2000000	12
2	40000	18	10	4700000	58
2	50000	17	10	5000000	4
4	10000	17	10	8000000	7
2	30000	14	10	3000000	35
2	10000	11	8	2000000	8
1	100000	13	9	5000000	100
1	25000	13	9	2000000	36
2	12000	16	10	1800000	30
5	100000	18	12	5500000	3
5	20000	18	13	8000000	1
2	100000	13	10	6000000	4
3	25000	16	10	6000000	10

1	40000	14	8	2000000	20
1	20000	13	8	2800000	6
1	20000	12	8	3200000	15
3	50000	12	8	3500000	30
2	100000	14	11	3200000	15
4	20000	17	12	2000000	29
1	20000	15	10	5000000	150
1	20000	13	8	5800000	22
6	50000	20	13	7500000	2
2	50000	15	9	2300000	20
2	10000	13	9	2500000	125
1	100000	14	9	7000000	110
1	50000	13	10	4500000	12
2	40000	15	9	2500000	38
3	10000	16	9	2000000	10
4	40000	18	11	9000000	8
2	20000	13	10	3500000	90
2	100000	17	11	6000000	10
2	40000	15	9	4000000	7
3	20000	12	8	2000000	20
1	100000	14	8	4500000	45
1	50000	14	8	4000000	6
3	20000	17	11	4200000	15
1	100000	12	9	6500000	50
2	40000	11	8	4950000	35
2	40000	15	11	5000000	20
2	12000	13	9	2500000	25
3	10000	15	11	8000000	48
1	100000	16	10	2000000	115
3	12000	12	9	4500000	24

LAMPIRAN D
HASIL OUTPUT REGRESI

Regression

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	jarak (x5), harga tiket di obyek wisata lain (x1), permainan (x3), pendapatan (x4), fasilitas (x2) ^a		Enter

a. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.729 ^a	.531	.506	.88065	2.087

a. Predictors: (Constant), jarak (x5), harga tiket di obyek wisata lain (x1), permainan (x3), pendapatan (x4), fasilitas (x2)

b. Dependent Variable: jumlah kunjungan (y)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	82.489	5	16.498	21.272	.000 ^a
	Residual	72.901	94	.776		
	Total	155.390	99			

a. Predictors: (Constant), jarak (x5), harga tiket di obyek wisata lain (x1), permainan (x3), pendapatan (x4), fasilitas (x2)

b. Dependent Variable: jumlah kunjungan (y)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-3.502	.729		-4.802	.000		
	harga tiket di obyek wisata lain (x1)	-4.061E-6	.000	-.100	-1.406	.163	.986	1.014
	fasilitas (x2)	.117	.045	.217	2.578	.011	.703	1.423
	permainan (x3)	.418	.077	.467	5.406	.000	.669	1.494
	pendapatan (x4)	8.475E-8	.000	.159	1.996	.049	.786	1.272
	jarak (x5)	-.006	.003	-.178	-2.486	.015	.970	1.031

a. Dependent Variable: jumlah kunjungan (y)

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions					
				(Constant)	harga tiket di obyek wisata lain (x1)	fasilitas (x2)	permainan (x3)	pendapatan (x4)	jarak (x5)
1	1	5.002	1.000	.00	.01	.00	.00	.01	.01
	2	.532	3.067	.00	.03	.00	.00	.00	.94
	3	.297	4.106	.00	.92	.00	.00	.05	.01
	4	.149	5.789	.01	.03	.01	.01	.82	.00
	5	.011	21.370	.24	.00	.99	.18	.01	.02
	6	.009	23.548	.74	.02	.00	.81	.10	.02

a. Dependent Variable: jumlah kunjungan (y)

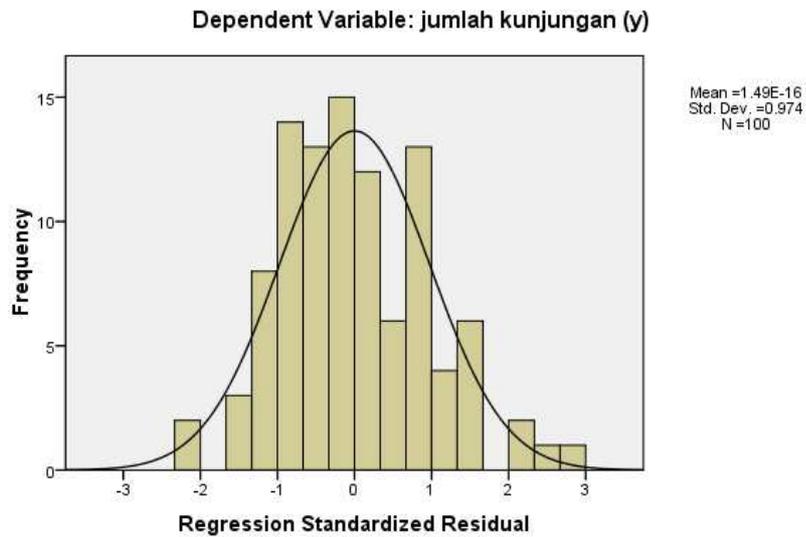
Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	.6058	4.6964	2.3100	.91281	100
Std. Predicted Value	-1.867	2.614	.000	1.000	100
Standard Error of Predicted Value	.110	.546	.204	.071	100
Adjusted Predicted Value	.4559	4.5994	2.3050	.91769	100
Residual	-1.87068	2.46243	.00000	.85812	100
Std. Residual	-2.124	2.796	.000	.974	100
Stud. Residual	-2.163	3.047	.003	1.010	100
Deleted Residual	-1.93887	2.92323	.00497	.92484	100
Stud. Deleted Residual	-2.207	3.192	.006	1.022	100
Mahal. Distance	.553	37.005	4.950	4.853	100
Cook's Distance	.000	.289	.014	.034	100
Centered Leverage Value	.006	.374	.050	.049	100

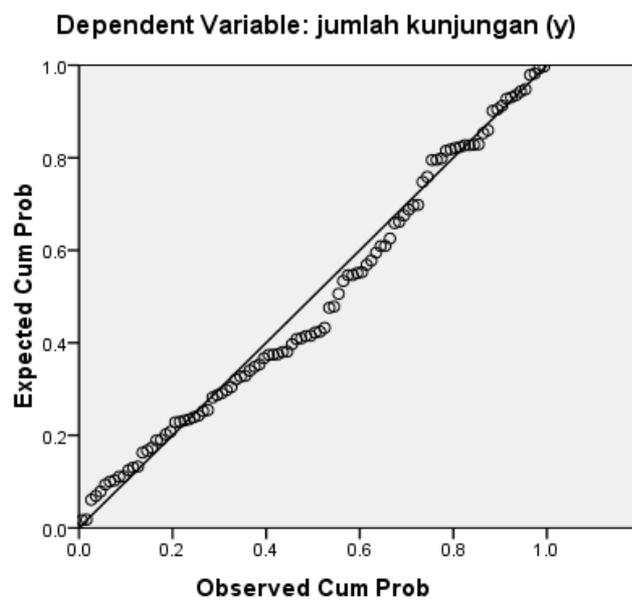
a. Dependent Variable: jumlah kunjungan (y)

Charts

Histogram



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Uji Park

Regression

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	LNX5, LNX3, LNX1, LNX4, LNX2 ^a		Enter

a. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.291 ^a	.085	.036	1.80081

a. Predictors: (Constant), LNX5, LNX3, LNX1, LNX4, LNX2

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	28.252	5	5.650	1.742	.133 ^a
	Residual	304.833	94	3.243		
	Total	333.085	99			

a. Predictors: (Constant), LNX5, LNX3, LNX1, LNX4, LNX2

b. Dependent Variable: lnres2

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-11.867	6.175		-1.922	.058
	LNX1	-.001	.253	.000	-.004	.997
	LNX2	.924	1.416	.076	.652	.516
	LNX3	-.486	1.477	-.039	-.329	.743
	LNX4	.658	.404	.176	1.627	.107
	LNX5	-.316	.162	-.195	-1.947	.054

a. Dependent Variable: lnres2

Crosstabs

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
KUNJUNG * harga tiket obyek wisata lain	100	100.0%	0	.0%	100	100.0%

KUNJUNG * harga tiket obyek wisata lain Crosstabulation

		harga tiket obyek wisata lain			Total
		lebih kecil dari Rp 20000	Rp 20000 - Rp 50000	lebih besar dari Rp 50000	
KUNJUNG 1 kali kunjungan	Count	7	11	8	26
	% of Total	7.0%	11.0%	8.0%	26.0%
2 kali kunjungan	Count	17	19	7	43
	% of Total	17.0%	19.0%	7.0%	43.0%
lebih dari sama dengan 3 kunjungan	Count	18	9	4	31
	% of Total	18.0%	9.0%	4.0%	31.0%
Total	Count	42	39	19	100
	% of Total	42.0%	39.0%	19.0%	100.0%

Crosstabs

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
KUNJUNG * fasilitas loker	100	100.0%	0	.0%	100	100.0%
KUNJUNG * fasilitas kamar mandi	100	100.0%	0	.0%	100	100.0%
KUNJUNG * fasilitas foodcourt	100	100.0%	0	.0%	100	100.0%
KUNJUNG * fasilitas pelampung	100	100.0%	0	.0%	100	100.0%
KUNJUNG * fasilitas parkir	100	100.0%	0	.0%	100	100.0%

KUNJUNG * fasilitas loker Crosstabulation

		fasilitas loker				Total
		kurang puas	cukup puas	puas	sangat puas	
KUNJUNG 1 kali kunjungan	Count	5	17	4	0	26
	% of Total	5.0%	17.0%	4.0%	.0%	26.0%
2 kali kunjungan	Count	5	30	8	0	43
	% of Total	5.0%	30.0%	8.0%	.0%	43.0%
lebih dari sama dengan 3 kunjungan	Count	3	17	10	1	31
	% of Total	3.0%	17.0%	10.0%	1.0%	31.0%
Total	Count	13	64	22	1	100
	% of Total	13.0%	64.0%	22.0%	1.0%	100.0%

KUNJUNG * fasilitas kamar mandi Crosstabulation

		fasilitas kamar mandi				Total
		kurang puas	cukup puas	puas	sangat puas	
KUNJUNG 1 kali kunjungan	Count	1	16	9	0	26
	% of Total	1.0%	16.0%	9.0%	.0%	26.0%
2 kali kunjungan	Count	0	27	14	2	43
	% of Total	.0%	27.0%	14.0%	2.0%	43.0%
lebih dari sama dengan 3 kunjungan	Count	0	9	16	6	31
	% of Total	.0%	9.0%	16.0%	6.0%	31.0%
Total	Count	1	52	39	8	100
	% of Total	1.0%	52.0%	39.0%	8.0%	100.0%

KUNJUNG * fasilitas foodcourt Crosstabulation

		fasilitas foodcourt				Total
		tidak puas	kurang puas	cukup puas	puas	
KUNJUNG 1 kali kunjungan	Count	0	7	17	2	26
	% of Total	.0%	7.0%	17.0%	2.0%	26.0%
2 kali kunjungan	Count	2	19	21	1	43
	% of Total	2.0%	19.0%	21.0%	1.0%	43.0%
lebih dari sama dengan 3 kunjungan	Count	0	7	21	3	31
	% of Total	.0%	7.0%	21.0%	3.0%	31.0%
Total	Count	2	33	59	6	100
	% of Total	2.0%	33.0%	59.0%	6.0%	100.0%

KUNJUNG * fasilitas pelampung Crosstabulation

		fasilitas pelampung					Total
		tidak puas	kurang puas	cukup puas	puas	sangat puas	
KUNJUNG 1 kali kunjungan	Count	1	3	16	5	1	26
	% of Total	1.0%	3.0%	16.0%	5.0%	1.0%	26.0%
2 kali kunjungan	Count	0	5	22	15	1	43
	% of Total	.0%	5.0%	22.0%	15.0%	1.0%	43.0%
lebih dari sama dengan 3 kunjungan	Count	0	2	8	18	3	31
	% of Total	.0%	2.0%	8.0%	18.0%	3.0%	31.0%
Total	Count	1	10	46	38	5	100
	% of Total	1.0%	10.0%	46.0%	38.0%	5.0%	100.0%

KUNJUNG * fasilitas parkir Crosstabulation

		fasilitas parkir					Total
		tidak puas	kurang puas	cukup puas	puas	sangat puas	
KUNJUNG 1 kali kunjungan	Count	5	14	4	2	1	26
	% of Total	5.0%	14.0%	4.0%	2.0%	1.0%	26.0%
2 kali kunjungan	Count	8	20	10	5	0	43
	% of Total	8.0%	20.0%	10.0%	5.0%	.0%	43.0%
lebih dari sama dengan 3 kunjungan	Count	3	8	14	5	1	31
	% of Total	3.0%	8.0%	14.0%	5.0%	1.0%	31.0%
Total	Count	16	42	28	12	2	100
	% of Total	16.0%	42.0%	28.0%	12.0%	2.0%	100.0%

Crosstabs

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
KUNJUNG * jumlah permainan	100	100.0%	0	.0%	100	100.0%
KUNJUNG * keamanan permainan	100	100.0%	0	.0%	100	100.0%
KUNJUNG * daya tarik permainan	100	100.0%	0	.0%	100	100.0%

KUNJUNG * jumlah permainan Crosstabulation

			jumlah permainan			Total
			sedikit	cukup banyak	banyak	
KUNJUNG	1 kali kunjungan	Count	8	18	0	26
		% of Total	8.0%	18.0%	.0%	26.0%
	2 kali kunjungan	Count	6	33	4	43
		% of Total	6.0%	33.0%	4.0%	43.0%
	lebih dari sama dengan 3 kunjungan	Count	4	15	12	31
		% of Total	4.0%	15.0%	12.0%	31.0%
Total		Count	18	66	16	100
		% of Total	18.0%	66.0%	16.0%	100.0%

KUNJUNG * keamanan permainan Crosstabulation

			keamanan permainan			Total
			kurang aman	cukup aman	aman	
KUNJUNG	1 kali kunjungan	Count	5	19	2	26
		% of Total	5.0%	19.0%	2.0%	26.0%
	2 kali kunjungan	Count	6	29	8	43
		% of Total	6.0%	29.0%	8.0%	43.0%
	lebih dari sama dengan 3 kunjungan	Count	1	15	15	31
		% of Total	1.0%	15.0%	15.0%	31.0%
Total		Count	12	63	25	100
		% of Total	12.0%	63.0%	25.0%	100.0%

KUNJUNG * daya tarik permainan Crosstabulation

		daya tarik permainan					Total
		tidak menarik	kurang menarik	cukup menarik	menarik	sangat menarik	
KUNJUNG 1 kali kunjungan	Count	0	0	19	7	0	26
	% of Total	.0%	.0%	19.0%	7.0%	.0%	26.0%
2 kali kunjungan	Count	1	1	24	17	0	43
	% of Total	1.0%	1.0%	24.0%	17.0%	.0%	43.0%
lebih dari sama dengan 3 kunjungan	Count	0	0	7	17	7	31
	% of Total	.0%	.0%	7.0%	17.0%	7.0%	31.0%
Total	Count	1	1	50	41	7	100
	% of Total	1.0%	1.0%	50.0%	41.0%	7.0%	100.0%

Crosstabs

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
KUNJUNG * pendapatan	100	100.0%	0	.0%	100	100.0%

KUNJUNG * pendapatan Crosstabulation

		pendapatan			Total
		lebih kecil dari Rp 2000000	Rp 2000000 - Rp 5000000	lebih besar dari Rp 5000000	
KUNJUNG 1 kali kunjungan	Count	5	15	6	26
	% of Total	5.0%	15.0%	6.0%	26.0%
2 kali kunjungan	Count	8	28	7	43
	% of Total	8.0%	28.0%	7.0%	43.0%
lebih dari sama dengan 3 kunjungan	Count	4	15	12	31
	% of Total	4.0%	15.0%	12.0%	31.0%
Total	Count	17	58	25	100
	% of Total	17.0%	58.0%	25.0%	100.0%

Crosstabs

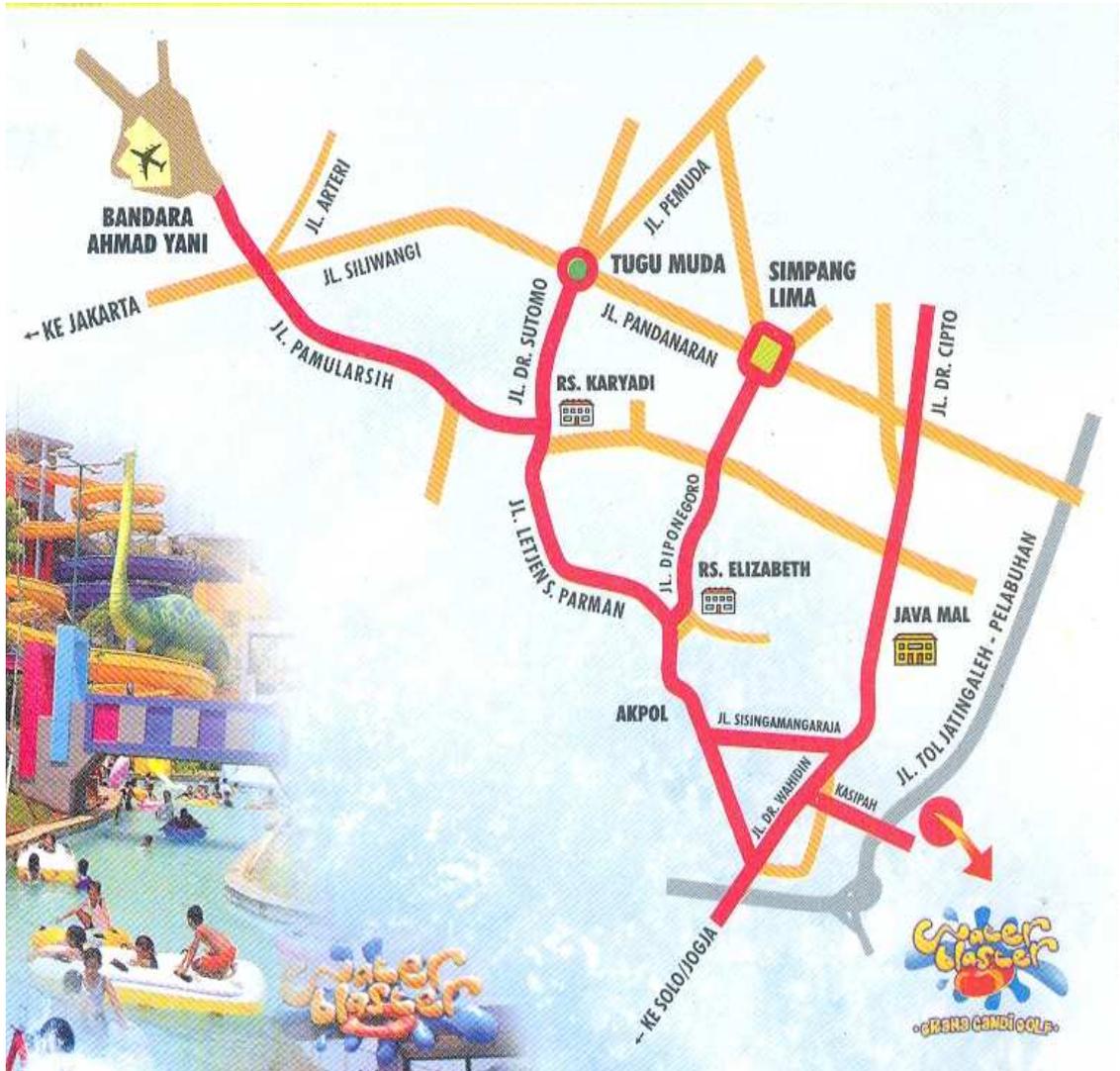
Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
KUNJUNG * jarak	100	100.0%	0	.0%	100	100.0%

KUNJUNG * jarak Crosstabulation

		jarak			Total
		lebih kecil dari 20 km	20 km - 50 km	lebih besar dari 50 km	
KUNJUNG 1 kali kunjungan	Count	14	6	6	26
	% of Total	14.0%	6.0%	6.0%	26.0%
2 kali kunjungan	Count	26	12	5	43
	% of Total	26.0%	12.0%	5.0%	43.0%
lebih dari sama dengan 3 kunjungan	Count	19	9	3	31
	% of Total	19.0%	9.0%	3.0%	31.0%
Total	Count	59	27	14	100
	% of Total	59.0%	27.0%	14.0%	100.0%

LAMPIRAN E
PETA LOKASI WATER BLASTER



LAMPIRAN F
TABEL F

Tabel_F
Tabel Vb. Values of $F = 0,05$
Degrees of Freedom for numerator

df	1	2	3	4	5	6	7
1	161.45	199.50	215.71	224.58	230.16	233.99	236.77
	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26

39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13

81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10

LAMPIRAN G
TABEL t

Tabel_t
Signifikansi 5%

df	one tail	two tail	df
1	6.314	12.706	1
2	2.920	4.303	2
3	2.353	3.182	3
4	2.132	2.776	4
5	2.015	2.571	5
6	1.943	2.447	6
7	1.895	2.365	7
8	1.860	2.306	8
9	1.833	2.262	9
10	1.812	2.228	10
11	1.796	2.201	11
12	1.782	2.179	12
13	1.771	2.160	13
14	1.761	2.145	14
15	1.753	2.131	15
16	1.746	2.120	16
17	1.740	2.110	17
18	1.734	2.101	18
19	1.729	2.093	19
20	1.725	2.086	20
21	1.721	2.080	21
22	1.717	2.074	22
23	1.714	2.069	23
24	1.711	2.064	24
25	1.708	2.060	25
26	1.706	2.056	26
27	1.703	2.052	27
28	1.701	2.048	28
29	1.699	2.045	29
30	1.697	2.042	30
31	1.696	2.040	31
32	1.694	2.037	32
33	1.692	2.035	33
34	1.691	2.032	34
35	1.690	2.030	35
36	1.688	2.028	36
37	1.687	2.026	37
38	1.686	2.024	38
39	1.685	2.023	39
40	1.684	2.021	40
41	1.683	2.020	41
42	1.682	2.018	42
43	1.681	2.017	43
44	1.680	2.015	44
45	1.679	2.014	45

46	1.679	2.013	46
47	1.678	2.012	47
48	1.677	2.011	48
49	1.677	2.010	49
50	1.676	2.009	50
51	1.675	2.008	51
52	1.675	2.007	52
53	1.674	2.006	53
54	1.674	2.005	54
55	1.673	2.004	55
56	1.673	2.003	56
57	1.672	2.002	57
58	1.672	2.002	58
59	1.671	2.001	59
60	1.671	2.000	60
61	1.670	2.000	61
62	1.670	1.999	62
63	1.669	1.998	63
64	1.669	1.998	64
65	1.669	1.997	65
66	1.668	1.997	66
67	1.668	1.996	67
68	1.668	1.995	68
69	1.667	1.995	69
70	1.667	1.994	70
71	1.667	1.994	71
72	1.666	1.993	72
73	1.666	1.993	73
74	1.666	1.993	74
75	1.665	1.992	75
76	1.665	1.992	76
77	1.665	1.991	77
78	1.665	1.991	78
79	1.664	1.990	79
80	1.664	1.990	80
81	1.664	1.990	81
82	1.664	1.989	82
83	1.663	1.989	83
84	1.663	1.989	84
85	1.663	1.988	85
86	1.663	1.988	86
87	1.663	1.988	87
88	1.662	1.987	88
89	1.662	1.987	89
90	1.662	1.987	90
91	1.662	1.986	91
92	1.662	1.986	92
93	1.661	1.986	93
94	1.661	1.986	94
95	1.661	1.985	95

96	1.661	1.985	96
97	1.661	1.985	97
98	1.661	1.984	98
99	1.660	1.984	99
100	1.660	1.984	100
