

ANALISIS PERMINTAAN OBJEK WISATA GOA KREO KOTA SEMARANG



SKRIPSI

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

Disusun oleh :

EVI NOVITASARI H

NIM. 12020112130019

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2017**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Evi Novitasari H
Nomor Induk Mahasiswa : 12020112130019
Fakultas/ Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/ Ilmu Ekonomi dan Studi
Pembangunan

Judul Skripsi : **ANALISIS PERMINTAAN OBJEK WISATA
GOA KREO KOTA SEMARANG**

Dosen Pembimbing : Prof. Dr. H. Waridin, MS., Ph.D

Semarang, 20 Januari 2017
Dosen Pembimbing



(Prof. Dr. H. Waridin, MS., Ph.D)
NIP. 196202121987031024

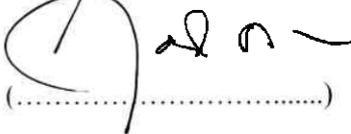
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Evi Novitasari H
Nomor Induk Mahasiswa : 12020112130019
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Ilmu Ekonomi dan Studi
Pembangunan
Judul Skripsi : **ANALISIS PERMINTAAN OBJEK WISATA
GOA KREO KOTA SEMARANG**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 7 Febuari 2017

Tim Penguji

1. Prof. Dr. H. Waridin, MS., Ph.D
2. Dr. Hadi Sasana, SE., M.Si.
3. Banatul Hayati, SE., M.Si.

()
()
()

Mengetahui,
Pembantu Dekan I


Anis Chariri, S.E., Mcom., Ph.D., Akt

NIP. 196708091992031001

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

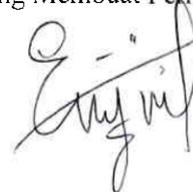
Nama : Evi Novitasari H

NIM : 12020112130019.

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **"ANALISIS PERMINTAAN OBJEK WISATA GOA KREO KOTA SEMARANG"** adalah hasil karya saya sendiri dan tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di perguruan tinggi dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan di daftar pustaka.

Saya mengakui bahwa skripsi ini dapat dihasilkan berkat bimbingan dan dukungan penuh dosen pembimbing saya, yaitu Prof. Dr. H. Waridin, MS., Ph.D. Apabila di kemudian hari ditemukan hal-hal yang tidak sesuai dengan pernyataan, saya bersedia mempertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Semarang, 20 Januari 2017
Yang Membuat Pernyataan



Evi Novitasari H
12020112130019

ABSTRACT

Kreo cave tourism has great potential to be developed, coupled with the construction of reservoirs Jatibarang that are within the area attractions of Kreo cave. The number of visitors at the attractions of Kreo Cave still relatively low when compared to other similar attractions. It is caused by several things including public transport access is still limited, there is still a lack of availability of a vehicle that can attract visitors as well as the promotion has not been maximized. The purposes of this study are to determine the cost of a trip to the attractions of Kreo Cave, income, distance, education and experience of visiting to the number demand Kreo Cave Semarang and analyze how much influence the cost of travel to the attractions of Goa Kreo, revenue, distance, education and experience of visiting to the number demand Kreo Cave Semarang . The sampling method of this research is by using accidental sampling with 100 response. The analysis method in this research is by using Multiple Linear Regression with OLS.

The results showed two of five variables affect the number of tourism demand to Kreo Cave that the cost of travel to the attractions of Kreo Cave and experience of visiting. Consumer surplus value obtained Rp 53,970.35 for each individual year or Rp 26985.175 each individual visit, so that the total value of the economic attractions of Goa Kreo Rp 7,269,536,293.25 per year (consumer surplus value per individual per year multiplied by the number of visitors in 2015).

Key words: Tourism Demand, Individual Travel Cost Method, Heritage Kreo Cave, Travel Cost, Experience of visiting, Education, Distance, Revenue, Number of visits

ABSTRAK

Obyek wisata Goa Kreo memiliki potensi besar untuk dikembangkan, ditambah dengan pembangunan waduk Jatibarang yang berada dalam kawasan obyek wisata Goa Kreo. Jumlah pengunjung di obyek wisata Goa Kreo masih tergolong rendah apabila dibandingkan dengan obyek wisata lain yang sejenis. Hal tersebut disebabkan oleh beberapa hal diantaranya akses angkutan umum yang masih terbatas, masih kurangnya ketersediaan wahana yang dapat menarik pengunjung serta promosi yang belum maksimal. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah biaya perjalanan ke obyek wisata Goa Kreo, pendapatan, jarak, pendidikan dan pengalaman berkunjung mempengaruhi jumlah permintaan ke obyek wisata Goa Kreo Kota Semarang dan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh biaya perjalanan ke obyek wisata Goa Kreo, pendapatan, jarak, pendidikan dan pengalaman berkunjung terhadap jumlah kunjungan obyek wisata Goa Kreo. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *quoted accidental sampling* dengan jumlah sampel 100 responden. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda dengan menggunakan OLS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dua dari lima variabel berpengaruh terhadap jumlah permintaan pariwisata ke Goa Kreo yaitu biaya perjalanan ke obyek wisata Goa Kreo dan pengalaman berkunjung. Nilai surplus konsumen diperoleh sebesar Rp 53.970,35 per tahun atau Rp 26.985,175 per individu per satu kali kunjungan, sehingga nilai total ekonomi obyek wisata Goa Kreo sebesar Rp 7.269.536.293,25 per tahun (nilai surplus konsumen per individu per tahun dikalikan dengan jumlah pengunjung tahun 2015).

Kata kunci: Permintaan Pariwisata, Metode Biaya Perjalanan Individu, Obyek Wisata Goa Kreo, Biaya Perjalanan, Pengalaman Berkunjung, Pendidikan, Jarak, Pendapatan, Jumlah Kunjungan

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala limpahan rahmat, hidayah serta inayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Permintaan Objek Wisata Goa Kreo Kota Semarang”. Skripsi ini merupakan salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.

Penulis memohon maaf atas kekhilafan serta kesalahan yang telah dilakukan selama melakukan penelitian ini. Penulis menyadari dalam menyelesaikan penelitian ini tidak dapat berjalan lancar tanpa adanya dukungan, bimbingan, motivasi, saran, serta bantuan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak dan Ibu selaku orang tua yang selalu memberikan doa, kasih sayang, perhatian, motivasi, dan semangat untuk penulis.
2. Dr. Suharnomo, SE., M.Si., selaku dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
3. Akhmad Syakir Kurnia, S.E., M.Si., Ph.D selaku Kepala Jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan Universitas Diponegoro.
4. Prof. Dr. H. Waridin, MS., Ph.D selaku dosen pembimbing, yang telah meluangkan waktunya untuk berdiskusi, motivasi, memberikan masukan dan saran serta ilmu yang sangat berguna bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi.

5. Dr. Nugroho SBM., MSP selaku dosen wali Jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan angkatan 2012 yang telah memberikan pengarahan dan motivasi.
6. Seluruh Dosen, Staf Pengajar, Staf Kemahasiswaan, TU, Staf Perpustakaan, Staf Keamanan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Undip, yang telah memberikan ilmu, pengalaman, dan pelayanan yang bermanfaat bagi penulis.
7. Kharis, S.E selaku pegawai Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang.
8. Bapak Asron selaku pegawai Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang yang telah mengizinkan dan membantu dalam proses penyebaran kuesioner.
9. Para responden dalam penelitian yang telah bersedia meluangkan waktu menjadi objek penelitian penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan semoga kekurangan dalam skripsi ini menjadi bahan pembelajaran untuk penelitian yang lebih baik di masa mendatang. Segala kritik dan saran akan menjadi bekal berharga bagi penulis. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca.

Semarang, 20 Januari 2017
Penulis

Evi Novitasari H

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
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	xiii
Daftar Lampiran	xiv
BAB I	
PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	13
1.3.1 Tujuan Penelitian	13
1.3.2 Manfaat Penelitian	14
1.4 Sistematika Penulisan.....	15
BAB II	
TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	17
2.1.1 Permintaan	17
2.1.2 Pariwisata.....	24
2.1.3 Permintaan Pariwisata.....	29
2.1.4 Pendekatan Biaya Perjalanan (<i>Travel Cost Method</i>).....	42
2.1.5 Nilai EKonomi.....	44
2.1.6 Hubungan Antar Variabel.....	45
2.2 Penelitian Terdahulu.....	47

2.3 Kerangka Pemikiran	61
2.4 Hipotesis	63
BAB III	
METODE PENELITIAN	
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Penelitian	64
3.1.1 Variabel Penelitian.....	64
3.1.2 Definsi Operasional Penelitian	65
3.2 Populasi dan Sampel	66
3.2.1 Populasi.....	66
3.2.2 Sampel	67
3.3 Jenis dan Sumber Data	69
3.4 Metode Pengumpulan Data	71
3.5 Metode Analisis.....	72
3.5.1 Deteksi Asumsi Klasik.....	72
3.5.2 Analisis Regresi Berganda.....	78
3.5.3 Uji Statistik	80
3.5.4 Perhitungan Valuasi Ekonomi	84
BAB IV	
HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	86
4.1.1 Profil Kota Semarang.....	86
4.1.2 Objek Wisata di Kota Semarang.....	87
4.1.3 Profil Objek Wisata Goa Kreo	88
4.2 Gambaran Umum Responden.....	89
4.2.1 Profil Responden Berdasarkan Biaya Perjalanan	89
4.2.2 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan.....	90
4.2.3 Profil Responden Berdasarkan Umur	91
4.2.4 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	92
4.2.5 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan	93
4.2.6 Profil Responden Berdasarkan Alat Transportasi.....	94
4.2.7 Profil Responden Berdasarkan Waktu Tempuh.....	95
4.2.8 Profil Responden Berdasarkan Jarak	96

4.2.9 Profil Responden Berdasarkan Lama Kunjungan.....	96
4.2.10 Profil Responden Berdasarkan Alasan Datang.....	97
4.2.11 Profil Responden Berdasarkan Kelompok Kunjungan.....	98
4.2.12 Profil Responden Berdasarkan Kelengkapan Fasilitas.....	99
4.2.13 Identitas Responden Menurut Pengalaman Berkunjung.....	99
4.2.14 Identitas Responden Menurut Frekuensi Kunjungan.....	100
4.3 Pengujian Data.....	101
4.3.1 Deteksi Asumsi Klasik.....	101
4.3.2 Pengujian Regresi Linier Berganda.....	104
4.3.3 Interpretasi Hasil.....	116
4.3.4 Perhitungan Valuasi Ekonomi.....	121
BAB V	
PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	125
5.2 Saran.....	127
Daftar Pustaka.....	129

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Wisatawan Asing dan Wisatawan Domestik di Jawa Tengah Tahun 2011-2015.....	3
Tabel 1.2 Jumlah Wisatawan di Kota Semarang (Orang) Tahun 2011-2015	5
Tabel 1.3 Jumlah Wisatawan di Kota Semarang Berdasarkan Jenis Daya Tarik Wisata Tahun 2014.....	6
Tabel 1.4 Jumlah Wisatawan Domestik dan Wisatawan Asing di Objek Wisata Goa Kreo Tahun 2011-2015	7
Tabel 1.5 Jumlah Wisatawan Pantai Marina, Taman Margasatwa Mangkang dan Goa Kreo Tahun 2011-2015	8
Tabel 3.1 Pembagian Responden	69
Tabel 4.1 Identitas Responden Menurut Biaya Perjalanan	90
Tabel 4.2 Identitas Responden Menurut Pendidikan	91
Tabel 4.3 Identitas Responden Menurut Umur	91
Tabel 4.4 Identitas Responden Menurut Pekerjaan	92
Tabel 4.5 Identitas Responden Menurut Pendapatan.....	93
Tabel 4.6 Identitas Responden Menurut Alat Transportasi	94
Tabel 4.7 Identitas Responden Menurut Waktu Tempuh	95
Tabel 4.8 Identitas Responden Menurut Jarak.....	96
Tabel 4.9 Identitas Responden Menurut Lama Kunjungan	97
Tabel 4.10 Identitas Responden Menurut Alasan Datang.....	97
Tabel 4.11 Identitas Responden Menurut Kelompok Kunjungan.....	98
Tabel 4.12 Identitas Responden Menurut Fasilitas	99
Tabel 4.13 Identitas Responden Menurut Pengalaman Berkunjung.....	100
Tabel 4.14 Identitas Responden Menurut Frekuensi Kunjungan.....	100
Tabel 4.15 Pengujian Normalitas Residual dengan Kolmogorov Smirnov ...	102
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinearitas.....	103
Tabel 4.17 Ringkasan Hasil Estimasi Regresi	105
Tabel 4.18 Hasil Estimasi Regresi Linear Berganda dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Wisata di Objek Wisata Goa Kreo	116

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kurva Permintaan.....	20
Gambar 2.2 Kurva Surplus Konsumen	23
Gambar 2.3 Konsumsi Pariwisata dan Waktu Menganggur	32
Gambar 2.4 Konsumsi Pariwisata dan Barang Lainnya.....	34
Gambar 2.5 Tempat Tujuan Wisata Komplementer	35
Gambar 2.6 Tempat Tujuan Wisata Substitusi	36
Gambar 2.7 Pengaruh Kenaikan Pendapatan Terhadap Konsumsi Pariwisata.....	37
Gambar 2.8 Pengaruh Penurunan Harga Pada Konsumsi Pariwisata	38
Gambar 2.9 Kerangka Pemikiran Teoritis	62
Gambar 4.1 Uji Durbin Watson	104
Gambar 4.2 Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	107
Gambar 4.3 Uji Hipotesis Variabel Biaya Perjalanan (<i>Travel Cost</i>) ke Objek Wisata Goa Kreo terhadap Jumlah Permintaan Objek Wisata Goa Kreo.....	110
Gambar 4.4 Uji Hipotesis Variabel Pendidikan terhadap Jumlah Permintaan Objek Wisata Goa Kreo.....	111
Gambar 4.5 Uji Hipotesis Variabel Pendapatan terhadap Jumlah Permintaan Objek Wisata Goa Kreo.....	113
Gambar 4.6 Uji Hipotesis Variabel Jarak terhadap Jumlah Permintaan Objek Wisata Goa Kreo.....	114
Gambar 4.7 Uji Hipotesis Variabel Pengalaman Berkunjung terhadap Jumlah Permintaan Objek Wisata Goa Kreo	115
Gambar 4.8 Surplus Konsumen Objek Wisata Goa Kreo.....	123

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Kuesioner	133
Lampiran B Data Responden	136
Lampiran C Hasil Regresi	140
Lampiran D Hasil Uji Autokorelasi	142
Lampiran E Hasil Uji Normalitas	142
Lampiran F Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	142
Lampiran G Hasil Uji Multikolinearitas	145

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perekonomian suatu negara yang semakin membaik dapat ditandai dengan meningkatnya pertumbuhan ekonomi. Pertumbuhan ekonomi di Indonesia di dorong oleh beberapa sektor, salah satunya adalah sektor pariwisata. Sektor pariwisata memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia, karena sektor tersebut mampu menjadi sumber devisa serta menciptakan lapangan kerja baru untuk masyarakat disekitar daerah wisata.

Menurut Muljadi (2012), pariwisata adalah suatu aktivitas perubahan tempat tinggal sementara dari seseorang, di luar tempat tinggal sehari-hari dengan suatu alasan apapun selain melakukan kegiatan yang bisa menghasilkan upah atau gaji. Selain itu, pariwisata merupakan aktivitas, pelayanan dan produk hasil industri pariwisata yang mampu menciptakan pengalaman perjalanan bagi wisatawan.

Menurut Salah Wahab dalam Oka A. Yoeti (2008), pariwisata adalah suatu aktivitas manusia yang dilakukan secara sadar yang mendapat pelayanan secara bergantian diantara orang-orang dalam suatu Negara itu sendiri/ diluar negeri, meliputi pendiaman orang-orang dari daerah lain untuk sementara waktu mencari kepuasan yang beraneka ragam dan berbeda dengan apa yang dialaminya, dimana ia memperoleh pekerjaan tetap.

Menurut Yoeti (2008), Pariwisata berasal dari dua kata, yakni Pari dan Wisata. Pari dapat diartikan sebagai banyak, berkali-kali, berputar-putar atau lengkap. Sedangkan wisata dapat diartikan sebagai perjalanan atau bepergian yang dalam hal ini sinonim dengan kata “travel” dalam bahasa Inggris. Atas dasar itu, maka kata “Pariwisata” dapat diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputar-putar dari suatu tempat ke tempat yang lain, yang dalam bahasa Inggris disebut dengan “Tour”.

Di masa sekarang pariwisata termasuk dalam kebutuhan yang sangat penting bagi setiap individu. Selain penting untuk setiap individu pariwisata menjadi bagian penting dalam suatu negara, karena dengan adanya pariwisata maka suatu daerah yang memiliki objek pariwisata akan memperoleh pemasukan. Semakin banyak objek wisata di suatu daerah yang menarik untuk dikunjungi dapat meningkatkan pemasukan untuk daerah tersebut. Di Indonesia perkembangan pariwisata didukung dengan Undang-Undang No.9 Tahun 1990 yang menyebutkan bahwa “Keberadaan objek wisata pada suatu daerah akan menguntungkan, antara lain meningkatnya Pendapatan Asli Daerah (PAD), meningkatnya taraf hidup masyarakat, memperluas kesempatan kerja, meningkatkan rasa cinta lingkungan serta melestarikan alam dan budaya setempat”.

Manfaat yang diperoleh dengan adanya kegiatan pariwisata dari segi ekonomi adalah dapat menumbuhkan lapangan pekerjaan baru dengan adanya usaha-usaha ekonomi, adanya sumbangan terhadap penerimaan daerah yang

bersumber dari pajak, retribusi parkir dan karcis serta devisa dari para wisatawan mancanegara yang berkunjung.

Manfaat lain yang diperoleh dengan adanya kegiatan pariwisata adalah dari segi sosial dan budaya. Segi sosial kegiatan pariwisata dapat menumbuhkan dan meningkatkan pengenalan dan cinta terhadap tanah airnya, yang dapat memotivasi sikap toleransi dalam kehidupan sebagai sumber kekuatan pembangunan bangsa. Segi budaya kegiatan pariwisata sebagai suatu ajang untuk memperkenalkan alam dan kebudayaan suatu daerah tersebut yang dapat meningkatkan dan melestarikan seni dan budaya daerah tersebut.

Jawa Tengah merupakan salah satu provinsi di Pulau Jawa yang letaknya berada pada jalur perlintasan antara provinsi Jawa Barat dan provinsi Jawa Timur. Letak Jawa tengah yang strategis menjadikan provinsi ini menjadi salah satu tujuan wisata. Wisata yang ditawarkan di Jawa Tengah berbagai macam tujuan wisata mulai dari wisata alam, wisata sejarah, wisata budaya hingga wisata buatan seperti Dataran Tinggi Dieng, Keraton Solo, Candi Borobudur dan objek wisata lainnya.

Tabel 1.1
Jumlah Wisatawan Asing dan Wisatawan Domestik
di Jawa Tengah Tahun 2011-2015

Tahun	Wisatawan (Orang)		Total
	Asing	Domestik	
2011	392.895	21.838.351	22.231.246
2012	363.150	25.240.007	25.603.157
2013	388.143	29.403.609	29.818.752
2014	419.584	29.852.095	30.271.679
2015	421.191	33.030.843	33.452.034

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jawa Tengah, 2016 (diolah)

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa kunjungan wisatawan di Jawa Tengah mengalami tren yang positif, hal tersebut dapat dilihat bahwa total jumlah pengunjung setiap tahunnya mengalami peningkatan. Apabila dibedakan menurut jenis wisatawan, jumlah kunjungan untuk wisatawan domestik mengalami peningkatan setiap tahunnya kecuali tahun 2011 yang menurun dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya. Berbeda dengan jumlah wisatawan domestik yang menurun jumlahnya di tahun 2011, jumlah kunjungan untuk wisatawan asing pada tahun 2011 meningkat 23,63% dibandingkan tahun sebelumnya. Namun pada tahun 2012 mengalami penurunan sebesar 7,57% dan kembali meningkat setiap tahunnya hingga tahun 2015. Penurunan jumlah wisatawan domestik pada tahun 2011 dikarenakan kondisi alam yaitu terjadi banyak bencana alam di beberapa daerah khususnya Jawa Tengah.

Jawa Tengah memiliki 29 Kabupaten dan 6 Kota, yang masing-masing Kabupaten dan Kota memiliki daya tarik wisata dan *event* yang mampu menarik wisatawan baik nusantara maupun mancanegara. Menurut data dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jawa Tengah tahun 2014, dari beberapa Kabupaten dan Kota yang ada di Jawa Tengah yang paling banyak memiliki daya tarik wisata dan *event* yaitu Kota Semarang sebesar 36 buah daya tarik wisata dan *event*. Daerah lain dengan jumlah daya tarik wisata dan *event* selanjutnya Kabupaten Kudus sebesar 29 buah daya tarik wisata dan *event*. Di urutan ketiga dengan jumlah daya tarik wisata dan *event* sebesar 25 buah diduduki 3 Kabupaten yaitu Kabupaten Sragen, Kendal dan Cilacap.

Selain menjadi Ibukota Jawa Tengah, Kota Semarang merupakan Kota yang unik karena memiliki daerah dataran tinggi dan daerah dataran rendah. Hal tersebut menjadikan Kota Semarang memiliki ciri khas apabila dibandingkan dengan daerah lain yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung ke Kota Semarang. Berikut data yang menunjukkan jumlah kunjungan wisatawan domestik dan asing di Kota Semarang.

Tabel 1.2
Jumlah Wisatawan di Kota Semarang (Orang)
Tahun 2011-2015

Tahun	Wisatawan Domestik	Wisatawan Asing	Total
2011	2.073.043	27.800	2.100.923
2012	2.679.467	32.975	2.712.442
2013	3.157.658	35.241	3.192.899
2014	3.958.114	49.078	4.007.192
2015	4.324.479	51.880	4.376.359

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang, 2016 (diolah)

Tabel 1.2 menunjukkan jumlah kunjungan wisatawan di Kota Semarang selama lima tahun terakhir yang memiliki tren positif baik wisatawan domestik dan asing. Hal tersebut ditunjukkan dengan terus meningkatnya jumlah wisatawan domestik dan asing setiap tahunnya. Peningkatan tersebut tak lepas dari banyaknya daya tarik wisata dan *event* serta promosi kepariwisataan Kota Semarang.

Kota Semarang memiliki empat jenis daya tarik wisata diantaranya wisata alam, wisata budaya, wisata buatan dan wisata lain-lain. Dari ke empat jenis daya tarik wisata tersebut yang paling banyak menarik wisatawan adalah wisata alam. Hal tersebut dapat dilihat dari data daya tarik wisata di Kota Semarang tahun 2014.

Tabel 1.3
Jumlah Wisatawan di Kota Semarang Berdasarkan
Jenis Daya Tarik Wisata Tahun 2014

No	Daya tarik wisata	Buah	Wisatawan
1	Alam	6	1.023.050
2	Budaya	10	969.263
3	Buatan	9	500.399
4	Lain-lain	11	212.270

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang, 2014(diolah)

Daya tarik wisata alam yang dimiliki Kota Semarang yang belakangan ini sedang ramai dikunjungi adalah wisata Goa Kreo. Sebuah Goa yang dihuni oleh sekumpulan kera. Goa Kreo merupakan tempat petilisan Sunan Kalijaga pada saat mencari kayu jati untuk membangun masjid Agung Demak. Dinamakan Goa Kreo karena Sunan Kalijaga bertemu dengan sekawanan kera yang kemudian diminta untuk menjaga kayu jati. Kata “Kreo” berasal dari “Mangreho” yang berarti periharalah atau jagalah. Kata tersebutlah yang menjadikan goa petilisan Sunan Kalijaga disebut dengan Goa Kreo. Sejak saat itu sekawanan kera menjadi penghuni kawasan tersebut. Hal tersebut yang menjadikan alasan di Goa Kreo banyak ditemui kera.

Goa Kreo merupakan salah satu dari sekian banyak objek wisata yang ada di Kota Semarang yang mampu menarik kunjungan wisatawan. Berbeda dengan Goa lainnya, Goa Kreo dikenal karena keunikan yang dimiliki yaitu banyaknya kera-kera disekitar Goa Kreo. Lokasi objek wisata Goa Kreo cukup mudah dijangkau dengan angkutan umum maupun kendaraan pribadi, karena sudah tersedia sarana dan prasarana pendukung yang memadai. Harga tiket objek wisata Goa Kreo terbilang terjangkau dengan suguhan keindahan alam yang ada. Selain itu dengan adanya waduk Jatibarang yang telah diresmikan tahun 2015 lalu,

menjadikan Goa Kreo memiliki keunikan dan keistimewaan tersendiri untuk menarik wisatawan. Berikut data pengunjung objek wisata Goa Kreo selama 7 tahun terakhir.

Tabel 1.4
Jumlah Wisatawan Domestik dan Wisatawan Asing
di Objek Wisata Goa Kreo Tahun 2011-2015

Tahun	Wisatawan Domestik	Wisatawan Asing	Jumlah
2011	11.900	516	12.416
2012	5.981	27	6.008
2013	-	-	-
2014	107.969	105	108.074
2015	134.578	117	134.695

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang, 2016(diolah)

Tabel di atas menunjukkan jumlah pengunjung objek wisata Goa Kreo selama 5 tahun terakhir. Pada tahun 2011 total pengunjung objek wisata Goa Kreo sebanyak 12.416 orang. Jumlah pengunjung tahun 2011 tidak sebanyak tahun sebelumnya sebesar 31.633 orang pada tahun 2009 dan 21.476 orang pada tahun 2010. Penurunan jumlah pengunjung dikarenakan adanya pembangunan proyek bendungan/waduk Jatibarang yang dimulai sejak tahun 2010. Selama pembangunan waduk/bendungan Jatibarang yang berada dalam kawasan objek wisata Goa Kreo, objek wisata Goa Kreo masih buka untuk wisata namun tidak setiap hari. Mulai pada tahun 2013 objek wisata Goa Kreo ditutup sementara selama satu tahun atas perintah Walikota Semarang melalui surat edaran, karena apabila dipaksakan tetap buka akan mengganggu dan membahayakan keselamatan pengunjung objek wisata Goa Kreo. Pada tahun 2014 objek wisata Goa Kreo mulai dibuka kembali. Berdasarkan tabel 1.4 tentang jumlah pengunjung objek wisata Goa Kreo, setiap tahun mengalami peningkatan, terutama semenjak di

bangunnya waduk atau bendungan Jatibarang yang berada dalam kawasan objek wisata Goa Kreo. Keberadaan Waduk Jatibarang semakin menambah daya tarik wisatawan untuk mengunjungi objek wisata Goa Kreo akan tetapi, jumlah pengunjung objek wisata Goa Kreo masih berada jauh dibawah objek wisata alam lain seperti Taman Margasatwa Mangkang dan Pantai Marina. Hal tersebut berdasarkan data yang ditunjukkan pada tabel 1.5.

Tabel 1.5
Jumlah Wisatawan Pantai Marina, Taman Margasatwa Mangkang dan Goa Kreo Tahun 2011-2015

Tahun	Wisatawan Pantai Marina	Wisatawan Taman Margasatwa	Wisatawan Goa Kreo
2011	191.240	289.943	12.416
2012	252.207	250.006	6.008
2013	433.205	246.127	-
2014	601.122	280.436	108.074
2015	657.989	361.965	134.695

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang, 2016 (diolah)

Berdasarkan tabel di atas jumlah pengunjung objek wisata Goa Kreo dalam kurun waktu lima tahun terakhir yaitu tahun 2011-2015 menunjukkan bahwa jumlah pengunjungnya lebih rendah apabila dibandingkan dengan objek wisata sejenis seperti objek wisata Pantai Marina dan Taman Margasatwa. Jumlah pengunjung objek wisata Goa Kreo pada tahun 2011 hanya 6,4% dari jumlah pengunjung objek wisata Pantai Marina dan 4,2% dari pengunjung jumlah pengunjung Taman Margasatwa. Pada tahun 2012 jumlah pengunjung objek wisata Goa Kreo hanya 2,3% dari jumlah pengunjung objek wisata Pantai Marina dan 2,4% dari jumlah pengunjung objek wisata Taman Margasatwa. Penurunan jumlah pengunjung di Goa Kreo dikarenakan mulai dibangunnya proyek Waduk Jatibarang, sedangkan pada tahun 2013 jumlah pengunjung objek wisata Goa

Kreo kosong dikarenakan selama satu tahun penuh objek wisata Goa Kreo ditutup sementara atas perintah Walikota Semarang melalui surat edaran, karena apabila dipaksakan buka akan mengganggu dan membahayakan keselamatan pengunjung. Jumlah pengunjung objek wisata Goa Kreo pada tahun 2014 sebesar 17,9% dari jumlah pengunjung objek wisata Pantai Marina dan 37,2% dari jumlah pengunjung objek wisata Taman Margasatwa. Meningkatnya jumlah pengunjung objek wisata Goa Kreo pada tahun 2014 dikarenakan objek wisata Goa Kreo telah dibuka kembali dan telah diresmikannya Waduk Jatibarang. Meskipun setiap tahun jumlah pengunjung ketiga objek wisata tersebut terus meningkat, jumlah pengunjung objek wisata Goa Kreo masih berada di posisi terendah dengan persentase kurang dari 50% bila dibandingkan dengan objek wisata Pantai Marina dan taman Margasatwa. Pada tahun 2015 jumlah pengunjung objek wisata Pantai Marina 4 kali lebih banyak dari jumlah pengunjung objek wisata Goa Kreo dan jumlah pengunjung Taman Margasatwa 2 kali lebih banyak dari jumlah pengunjung objek wisata Goa Kreo. Hal tersebut yang mendasari peneliti memilih Objek Wisata Goa Kreo sebagai objek penelitian, sehingga dapat diketahui faktor-faktor yang apa saja yang mempengaruhi.

Menurut penelitian yang telah dilakukan oleh Irma Afia Salma dan Indah Susilowati (2004) tentang “Analisis Permintaan Objek Wisata Alam Curug Sewu, Kabupaten Kendal dengan Pendekatan Travel Cost”, faktor-faktor yang dianggap mempengaruhi permintaan objek wisata Curug Sewu antara lain biaya perjalanan ke objek wisata Curug Sewu, variabel biaya ke objek wisata lain, umur, pendidikan, penghasilan per bulan dan jarak. Hasil dari penelitian tersebut dari

enam variabel yang diamati hanya dua variabel yang signifikan yaitu variabel biaya perjalanan dan jarak.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Diana Igunawati dan Banatul Hayati (2010) tentang “Analisis Permintaan Objek Wisata Tirta Waduk Cacaban, Kabupaten Tegal”, faktor-faktor yang dianggap mempengaruhi jumlah permintaan objek wisata tirta waduk cacaban adalah biaya perjalanan ke objek wisata tirta waduk cacaban, biaya perjalanan ke objek wisata lain, umur, waktu kerja, pendapatan individu, jarak dan pengalaman berkunjung. Dari beberapa variabel tersebut hanya tiga variabel yang berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat, yaitu variabel biaya perjalanan ke objek wisata Tirta Waduk Cacaban, jarak dan pengalaman berkunjung sebelumnya.

Biaya perjalanan akan mempengaruhi wisatawan berkunjung ke objek wisata, karena semakin besar biaya yang dikeluarkan wisatawan untuk berkunjung ke suatu objek wisata, maka permintaan terhadap objek wisata tersebut akan berkurang. Apabila biaya perjalanan yang dikeluarkan wisatawan semakin kecil, maka permintaan terhadap objek wisata tersebut akan semakin besar. Selain biaya perjalanan, pendidikan, penghasilan per bulan, jarak, kelompok kunjungan, tujuan, waktu perjalanan dan waktu rekreasi merupakan faktor penting dalam membentuk permintaan pariwisata. Variabel pendidikan, penghasilan per bulan, jarak, kelompok kunjungan, tujuan, waktu perjalanan dan waktu rekreasi akan berperan dalam pengambilan keputusan dalam memilih objek wisata yang akan dikunjungi.

Uraian yang telah dijelaskan sebelumnya menunjukkan bahwa permintaan terhadap objek wisata dipengaruhi oleh beberapa faktor. Dalam penelitian ini diambil beberapa variabel dari penelitian terdahulu diantaranya biaya perjalanan ke objek wisata Goa Kreo, pendidikan, pendapatan per bulan, jarak dan pengalaman berkunjung untuk mengetahui pengaruhnya terhadap jumlah permintaan objek wisata Goa Kreo. Berdasarkan latar belakang tersebut maka dilakukan penelitian dengan judul: “Analisis Permintaan Objek Wisata Goa Kreo”.

1.2 Rumusan Masalah

Goa Kreo merupakan objek wisata yang memiliki keistimewaan tersendiri apabila dibandingkan dengan objek wisata lain di Kota Semarang. Salah satu keistimewaan yang dimiliki adalah adanya gua petilisan Sunan Kalijaga yang dihuni oleh sekelompok monyet berekor panjang, selain itu daya tarik wisata Goa Kreo bertambah semenjak dibangunnya Waduk Jatibarang dikawasan objek wisata Goa Kreo. Pengunjung dapat melihat Goa petilisan Sunan Kalijaga dan berinteraksi dengan kera, serta menikmati hijaunya perbukitan disekitar waduk ditemani udara sejuk.

Objek wisata Goa Kreo selalu ramai pengunjung terutama pada saat libur akhir pekan dan libur nasional. Pengunjungnya pun beragam dari kalangan anak-anak, remaja hingga orang tua. Meskipun tidak pernah sepi pengunjung, Objek Wisata Goa Kreo belum banyak dikenal masyarakat luar Kota Semarang karena letaknya cukup jauh dari pusat Kota Semarang. Selain itu kegiatan untuk memperkenalkan Objek Wisata Goa Kreo masih terbilang minim dan kurangnya

wahana-wahana khusus yang dapat dijadikan ciri khas sehingga objek wisata Goa Kreo memiliki nilai jual yang lebih dan dapat menarik pengunjung lebih banyak. Faktor lainnya adalah sarana transportasi. Ketersediaan angkutan umum menuju Objek Wisata Goa Kreo dibatasi oleh waktu karena angkutan umum tersebut hanya melintas pada jam-jam tertentu saja. Sehingga kondisi tersebut mempengaruhi calon pengunjung yang akan berkunjung ke Objek Wisata Goa Kreo.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi jumlah pengunjung di objek wisata Goa Kreo diantaranya biaya perjalanan ke objek wisata Goa Kreo, biaya perjalanan di objek wisata lain, pendidikan, pendapatan per bulan, jarak dan pengalaman berkunjung sebelumnya. Biaya perjalanan ke objek wisata Goa Kreo meliputi biaya transportasi, biaya parkir, tiket masuk, biaya konsumsi, biaya dokumentasi dan biaya lain-lain. Harga tiket masuk objek wisata Goa Kreo termasuk dalam kategori terjangkau bahkan terbilang murah, setiap orang cukup membayar Rp 2.500,- pada hari Senin sampai Sabtu, sedangkan harga tiket masuk untuk hari Minggu dan hari libur sebesar Rp 3.500,-.

Pendapatan per bulan wisatawan mempengaruhi permintaan objek wisata Goa Kreo, karena semakin besar pendapatan yang diterima seseorang semakin besar pula permintaan objek wisata Goa Kreo. Selain pendapatan per bulan, variabel jarak, pendidikan, lama perjalanan, fasilitas dan pengalaman berkunjung juga mempengaruhi permintaan objek wisata Goa Kreo. Oleh karena itu untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah permintaan ke objek wisata Goa Kreo dapat diukur dengan variabel-variabel penelitian seperti biaya

perjalanan ke objek wisata Goa Kreo, pendapatan per bulan, jarak, pendidikan, lama perjalanan dan pengalaman berkunjung.

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh Biaya Perjalanan ke Goa Kreo terhadap jumlah kunjungan objek wisata Goa Kreo ?
2. Bagaimana pengaruh Pendidikan terhadap jumlah kunjungan objek wisata Goa Kreo?
3. Bagaimana pengaruh Tingkat Pendapatan wisatawan Goa Kreo terhadap jumlah kunjungan objek wisata Goa Kreo ?
4. Bagaimana pengaruh Jarak terhadap jumlah kunjungan objek wisata Goa Kreo ?
5. Bagaimana pengaruh Pengalaman Berkunjung terhadap jumlah kunjungan objek wisata Goa Kreo ?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh Biaya Perjalanan ke Goa Kreo terhadap jumlah kunjungan objek wisata Goa Kreo.
2. Untuk menganalisis pengaruh Pendidikan terhadap jumlah kunjungan objek wisata Goa Kreo.

3. Untuk menganalisis pengaruh Tingkat Pendapatan terhadap jumlah kunjungan objek wisata Goa Kreo.
4. Untuk menganalisis pengaruh Jarak terhadap jumlah kunjungan objek wisata Goa Kreo.
5. Untuk menganalisis pengaruh Pengalaman Berkunjung Sebelumnya terhadap jumlah kunjungan objek wisata Goa Kreo.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi berbagai pihak, diantaranya:

1 Bagi Pemerintah dan Instansi Terkait

Sebagai bahan pertimbangan dalam penyusunan suatu keputusan dan kebijakan pemerintah daerah Kota Semarang dalam rangka menggali potensi dan pengembangan sektor pariwisata di Kota Semarang, khususnya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang.

2. Bagi Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Penelitian ini diharapkan memiliki kegunaan dan memberikan informasi dan referensi kepada pihak lain untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

3. Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah sumber informasi bagi masyarakat mengenai objek wisata Goa Kreo.

1.4 Sistematika Penulisan

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

Bab I Pendahuluan

Bab ini merupakan bagian pendahuluan yang berisi tentang latar belakang dari studi ini, selanjutnya dirumuskan permasalahan penelitian berupa pertanyaan kajian. Berdasarkan perumusan masalah tersebut maka akan dikemukakan tujuan dan manfaat penelitian. Pada bagian terakhir bab ini akan dijabarkan sistematika penelitian.

Bab II Tinjauan Pustaka

Bab ini berisi tentang landasan teori yang terdiri dari teori permintaan, pariwisata dan teori permintaan pariwisata, selanjutnya penelitian terdahulu yang melandasi penelitian ini. Berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu, maka akan terbentuk suatu kerangka pemikiran dan penentuan hipotesis awal yang akan diuji.

Bab III Metode Penelitian

Bab ini menjelaskan mengenai variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian serta definisi operasionalnya, penentuan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis data untuk mencapai tujuan penelitian.

Bab IV Hasil dan Pembahasan

Bab ini berisi tentang gambaran umum objek penelitian. Selain itu bab ini akan membahas secara rinci analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *Travel Cost Method*.

Bab V Penutup

Bab ini adalah bab terakhir, bab yang menyajikan kesimpulan yang diperoleh dalam pembahasan, keterbatasan penelitian dan saran.

4. Hubungan Jarak (X4) terhadap Permintaan Pariwisata

Jarak antara daerah tempat tinggal ke tempat objek 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 objek wisata terhadap tempat tinggal maka orang akan tertarik mengunjungi objek wisata itu dan sebaliknya (Anasthacia, 2014).

5. Hubungan Pengalaman Berkunjung (X5) terhadap Permintaan Pariwisata

Pengalaman berkunjung sebelumnya ke tempat wisata juga mempengaruhi permintaan akan kunjungan. Apabila seseorang sudah pernah mengunjungi suatu tempat wisata dan tempat wisata tersebut menawarkan hal-hal baru, menarik, tidak membosankan serta memberikan kepuasan, maka seseorang tidak akan menolak untuk kembali berkunjung. Oleh karena itu, apabila seseorang sudah pernah berkunjung ke objek wisata dan merasa tertarik maka orang akan kembali lagi ke objek wisata tersebut (Salma dan Susilowati, 2004).

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu telah dilakukan oleh Irma Afia Salma dan Indah Susilowati (2004) dengan judul “Analisis Permintaan Objek Wisata Alam Curug Sewu Kabupaten Kendal”. Penelitian ini menggunakan pendekatan *travel cost*

yang bertujuan untuk mengukur nilai ekonomi yang diperoleh dari pengunjung wisata alam Curug Sewu Kabupaten Kendal dengan menggunakan metode biaya perjalanan individu (*individual travel cost method*). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah jumlah kunjungan individu sebagai variabel dependen dan enam variabel independen yaitu variabel *travel cost* ke Curug Sewu (meliputi biaya transportasi pulang pergi, biaya konsumsi, tiket masuk, parkir, dokumentasi, dan biaya lain-lain), variabel biaya ke objek wisata lain (Simpang Lima), variabel umur, variabel pendidikan, variabel penghasilan, dan variabel jarak. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa dari keenam variabel yang diamati, terdapat dua variabel yang signifikan secara statistik yaitu variabel *travel cost* ke Curug Sewu dan variabel jarak, sedangkan variabel-variabel independen yang lain tidak mempengaruhi secara signifikan terhadap jumlah kunjungan objek wisata alam Curug Sewu Kendal. Nilai ekonomi Curug Sewu yaitu nilai surplus konsumen diperoleh sebesar Rp. 896.734,9 per individu per tahun atau Rp. 224.198,7 per individu per satu kali kunjungan, sehingga dihitung nilai total ekonomi Wisata Alam Curug Sewu sebesar Rp. 12.377.025.750,-. Kemampuan membayar masyarakat atas Wisata Alam Curug Sewu adalah Rp. 224.198,7 per individu per kunjungan masih jauh di atas harga pengeluaran rata-rata, yaitu Rp. 87.652,-. Kesimpulannya Curug Sewu merupakan barang normal dimana semakin tinggi penghasilan semakin banyak jumlah kunjungan.

Penelitian yang dilakukan oleh Diana Igunawati (2010) berjudul Analisis Permintaan Obyek Wisata Tirta Waduk Cacaban, Kabupaten Tegal yang bertujuan untuk mengetahui apakah biaya perjalanan ke objek wisata Tirta Waduk

Cacaban, biaya perjalanan ke objek wisata laian (Guci), pendapatan individu, jarak, waktu kerja, umur dan pengalaman berkunjung sebelumnya mempengaruhi jumlah permintaan ke objek wisata Tirta Waduk Cacaban, Kabupaten Tegal, untuk menganalisis seberapa besar pengaruh biaya perjalanan ke objek wisata Tirta Waduk Cacaban, biaya perjalanan ke objek wisata lain (Guci), pendapatan individu, jarak, waktu kerja, umur dan pengalaman berkunjung sebelumnya terhadap jumlah kunjungan objek wisata Tirta Waduk Cacaban. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda dengan menggunakan OLS dan Surplus Value untuk menghitung nilai total ekonomi objek Wisata Tirta Waduk Cacaban. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan tiga variabel berpengaruh terhadap jumlah permintaan pariwisata ke Tirta Waduk Cacaban yaitu biaya perjalanan menuju ke Tirta Waduk Cacaban, jarak dan pengalaman berkunjung sebelumnya. Nilai surplus ekonomi sebesar Rp 154.271,25 per tahun atau Rp 77.135,63 per satu kali kunjungan, sehingga nilai total ekonomi objek wisata Tirta Waduk Cacaban sebesar Rp 2.859.263.348 per tahun. Kemampuan membayar pengunjung atas objek wisata Tirta Waduk Cacaban adalah Rp 77.135,63 per individu per satu kali kunjungan masih jauh di atas harga pengeluaran rata-rata yaitu Rp 35.358,97, untuk itu pengembangan objek wisata Tirta Waduk Cacaban perlu ditingkatkan lagi selain dalam pengelolaan juga dalam pengoptimalan potensi yang dimiliki.

Fanita Osha Tazkia dan Banatul Hayati (2012) melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Permintaan Obyek Wisata Pemandian Air Panas Kalianget, Kabupaten Wonosobo dengan Pendekatan *Travel Cost*”. Tujuan dari penelitian ini

adalah: (1) untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dan seberapa besar pengaruhnya biaya perjalanan ke obyek wisata Pemandian Air Panas Kalianget, biaya perjalanan ke obyek wisata lain (Dieng), pendapatan rata-rata keluarga per bulan, jarak, kelompok kunjungan dan tujuan kunjungan terhadap jumlah permintaan obyek wisata Pemandian Air Panas Kalianget; (2) mengukur nilai ekonomi yang diperoleh pengunjung obyek wisata Pemandian Air Panas Kalianget dengan metode biaya perjalanan. Variabel dependen adalah jumlah kunjungan individu. Sedangkan variabel independennya yaitu variabel biaya perjalanan ke obyek wisata Pemandian Air Panas Kalianget, biaya perjalanan ke obyek wisata lain (Dieng), pendapatan rata-rata keluarga per bulan, jarak, kelompok kunjungan dan tujuan kunjungan. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan menggunakan OLS dan *surplus value* untuk menghitung total ekonomi obyek wisata Pemandian Air Panas Kalianget. Hasil penelitian menunjukkan dua variabel berpengaruh terhadap jumlah permintaan pariwisata ke Pemandian Air Panas Kalianget, yaitu biaya perjalanan menuju ke Pemandian Air Panas Kalianget dan pendapatan rata-rata keluarga per bulan. Nilai surplus ekonomi sebesar Rp 469.475 per tahun atau Rp 93.895,2 per satu kali kunjungan, sehingga nilai total ekonomi obyek wisata Pemandian Air Panas Kalianget sebesar Rp 23.903.443.008,00 per tahun.

Dolina Gitapati dan Bagio Mudakir (2012) melakukan penelitian “Analisis Kunjungan Wisata Obyek Wisata nglimut Kecamatan Limbangan Kabupaten Kendal”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah kunjungan wisata obyek wisata alam Nglimut serta

mengukur nilai ekonomi objek wisata alam Nglimit dengan menggunakan valuasi ekonomi (*total economic value*) suatu kawasan wisata alam. Variabel dependennya adalah jumlah kunjungan, sedangkan variabel independennya adalah Pendapatan atau uang saku individu per bulan, biaya perjalanan ke obyek wisata Nglimit, biaya perjalanan ke obyek wisata lain (Umbul Sidomukti), waktu luang, lama perjalanan, fasilitas, dan keindahan alam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lima dari tujuh variabel bebas signifikan dan berpengaruh terhadap jumlah kunjungan ke Nglimit. Variabel-variabel tersebut yaitu biaya perjalanan ke objek wisata alam Nglimit, waktu luang, lama perjalanan, fasilitas dan keindahan alam Nglimit yang dilihat oleh responden. Nilai ekonomi dari obyek wisata ini sebesar Rp 35.453.126.400, estimasi surplus konsumen sebesar Rp 760.960 per individu per tahun.

Dwi Hary Baskoro dan Bagio Mudakir (2013) melakukan penelitian “Analisis Kunjungan Objek Wisata Lawang Sewu di Kota Semarang”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah kunjungan objek wisata Lawang Sewu. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah jumlah kunjungan objek wisata Lawang Sewu, sedangkan variabel independennya adalah jumlah biaya perjalanan ke objek wisata Lawang Sewu, jumlah biaya perjalanan ke objek wisata lain, pendapatan, jarak yang ditempuh menuju objek wisata Lawang Sewu dan fasilitas. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda. Hasil penelitian menyatakan bahwa dari lima variabel independen yang dianalisis terdapat empat variabel yang signifikan yaitu variabel jumlah biaya perjalanan ke objek wisata Lawang Sewu,

pendapatan, jarak dan fasilitas. Variabel jumlah biaya perjalanan ke objek wisata lain tidak berpengaruh secara signifikan terhadap frekuensi jumlah kunjungan objek wisata Lawang Sewu.

Penelitian terdahulu telah dilakukan oleh Jefri A. Mateka, Erlinda Indrayani dan Nuddin Harahap (2013) dengan judul “ Obyek Wisata Pantai Balekambang Kabupaten Malang Jawa Timur”. Penelitian ini menggunakan pendekatan *travel cost method* yang bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dan besarnya pengaruh variabel independen terhadap permintaan pengunjung ke Pantai Balekambang dan mengetahui nilai ekonomi Pantai Balekambang sebagai obyek wisata. variabel yang digunakan dalam penelitian ini jumlah kunjungan individu sebagai variabel dependen, sedangkan variabel independennya adalah biaya perjalanan ke Pantai Balekambang, biaya perjalanan ke Obyek wisata lain (Sempu), umur, pendidikan terakhir, waktu kerja, pendapatan, jarak dan pengalaman berkunjung sebelumnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap jumlah permintaan pengunjung ke Pantai Balekambang, sedangkan secara parsial variabel yang berpengaruh terhadap jumlah permintaan pengunjung ke Pantai Balekambang hanya empat variabel yaitu biaya perjalanan ke obyek wisata lain (Sempu), umur, pendapatan dan jarak. Nilai surplus konsumen sebesar Rp 2.279.539 per individu per satu kali kunjungan, sedangkan nilai ekonomi Pantai Balekambang Rp 692.880.664.515 per tahun 2011.

Penelitian yang dilakukan oleh Melisa Anindita (2015) yang berjudul Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kunjungan Ke Kolam

Renang Boja, dengan tujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kunjungan ke Kolam Renang Boja. Variabel dependen dalam penelitian adalah jumlah kunjungan wisatawan ke Kolam Renang Boja, sedangkan variabel independennya yaitu pendapatan, biaya perjalanan, lama perjalanan, fasilitas dan harga tiket masuk objek wisata lain. Metode yang digunakan dalam penelitian ini dengan Regresi Linear Berganda (OLS). Hasil dari penelitian menyatakan bahwa variabel pendapatan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah kunjungan objek wisata ke Kolam Renang Boja, variabel biaya perjalanan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap jumlah kunjungan objek wisata ke Kolam Renang Boja, variabel lama perjalanan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap jumlah kunjungan objek wisata ke Kolam Renang Boja, variabel fasilitas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap jumlah kunjungan objek wisata ke Kolam Renang Boja dan variabel harga tiket objek wisata lain berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap jumlah kunjungan objek wisata ke Kolam Renang Boja.

NO	Judul Penelitian, Penulis, Tahun	Tujuan	Dependen dan Independen Variabel	Metode	Hasil
1.	Analisis Permintaan Obyek wisata Alam Curug Sewu, Kabupaten Kendal dengan Pendekatan <i>Travel Cost</i> , Irma Afia Salma dan Indah Susilowati (2004)	Untuk mengukur nilai ekonomi yang diperoleh pengunjung Wisata Alam Curug Sewu Kabupaten Kendal dengan menggunakan metode biaya perjalanan individu (<i>Individual Cost Method</i>).	Variabel Dependen: jumlah kunjungan individu. Variabel Independen: <i>travel cost</i> ke Curug Sewu (biaya transportasi pulang pergi, biaya konsumsi, tiket masuk, parkir, dokumentasi, dan biaya lain-lain), biaya ke obyek wisata lain (Simpang Lima), umur pengunjung, pendidikan, penghasilan per bulan dan jarak.	Regresi linier berganda.	Variabel biaya perjalanan dan jarak yang signifikan. Sedangkan variabel biaya perjalanan ke obyek lain (Simpang Lima), umur pengunjung, pendidikan, penghasilan per bulan dan jarak tidak berpengaruh secara signifikan. Nilai ekonomi Curug Sewu sebesar Rp 896.734,9,- per individu atau Rp 224.198,7,- per individu per satu kali kunjungan, sehingga nilai total ekonomi Wisata Alam Curug Sewu sebesar Rp 12.377.025.750,00.
2.	Analisis Permintaan Obyek Wisata Tirta Waduk Cacaban, Kabupaten Tegal, Diana Igunawati (2010)	1. Untuk mengetahui apakah biaya perjalanan ke objek wisata Tirta Waduk Cacaban, biaya perjalanan ke objek wisata laian (Guci),	Variabel dependen: Jumlah Permintaan pengunjung obyek wisata tirta waduk cacaban Kab. Tegal. Variabel independen: biaya	Regresi linier berganda.	Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan tiga variabel berpengaruh terhadap jumlah permintaan pariwisata ke Tirta Waduk Cacaban

		<p>pendapatan individu, jarak, waktu kerja, umur dan pengalaman berkunjung sebelumnya mempengaruhi jumlah permintaan ke objek wisata Tirta Waduk Cacaban, Kabupaten Tegal.</p> <p>2. Untuk menganalisis seberapa besar pengaruh biaya perjalanan ke objek wisata Tirta Waduk Cacaban, biaya perjalanan ke objek wisata lain (Guci), pendapatan individu, jarak, waktu kerja, umur dan pengalaman berkunjung sebelumnya terhadap jumlah kunjungan objek wisata Tirta Waduk Cacaban.</p>	<p>perjalanan ke objek wisata Tirta Waduk Cacaban, biaya perjalanan ke objek wisata lain (Guci), umur, waktu kerja, pendapatan, jarak dan pengalaman berkunjung sebelumnya</p>	<p>yaitu biaya perjalanan menuju ke Tirta Waduk Cacaban, jarak dan pengalaman berkunjung sebelumnya.</p> <p>Nilai surplus ekonomi sebesar Rp 154.271,25 per tahun atau Rp 77.135,63 per satu kali kunjungan, sehingga nilai total ekonomi objek wisata Tirta Waduk Cacaban sebesar Rp 2.859.263.348 per tahun. Kemampuan membayar pengunjung atas objek wisata Tirta Waduk Cacaban adalah Rp 77.135,63 per individu per satu kali kunjungan masih jauh di atas harga pengeluaran rata-rata yaitu Rp 35.358,97, untuk itu pengembangan objek wisata Tirta Waduk Cacaban perlu ditingkatkan lagi selain dalam pengelolaan juga</p>
--	--	--	--	--

					dalam pengoptimalan potensi yang dimiliki.
3.	Analisis Permintaan Obyek Wisata Pemandian Air Panas Kalianget, Kabupaten Wonosobo dengan Pendekatan <i>Travel Cost</i> , Fanita Osha Tazkia dan Banatul Hayati (2012)	<p>1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dan besarnya pengaruh biaya perjalanan ke obyek wisata Pemandian Air Panas Kalianget, biaya perjalanan ke obyek wisata lain (Dieng), pendapatan rata-rata keluarga per bulan, jarak, kelompok kunjungan dan tujuan kunjungan terhadap permintaan Obyek Wisata Pemandian Air Panas Kalianget, Kabupaten Wonosobo.</p> <p>2. Mengukur nilai ekonomi yang diperoleh pengunjung obyek Obyek Wisata Pemandian Air Panas Kalianget, dengan metode biaya perjalanan individu.</p>	<p>Variabel Dependen: jumlah permintaan.</p> <p>Variabel Independen: biaya perjalanan ke obyek wisata Pemandian Air Panas Kalianget, biaya perjalanan ke obyek wisata lain (Dieng), pendapatan rata-rata keluarga per bulan, jarak, kelompok kunjungan dan tujuan kunjungan.</p>	Regresi linier berganda.	<p>Hasil penelitian menunjukkan dua variabel berpengaruh terhadap jumlah permintaan pariwisata ke Pemandian Air Panas Kalianget, yaitu biaya perjalanan menuju ke Pemandian Air Panas Kalianget dan pendapatan rata-rata keluarga per bulan. Nilai surplus ekonomi sebesar Rp 93.895,2 per satu kali kunjungan, sehingga nilai total ekonomi obyek wisata Pemandian Air Panas Kalianget sebesar Rp 23.903.443.008,00 per tahun.</p>
4.	Analisis Kunjungan Wisata Obyek Wisata Nglimut Kecamatan Limbangan Kabupaten Kendal, Dolina Gitapati dan Bagio Mudakir	1. Menganalisis pengaruh variabel-variabel yang mempengaruhi jumlah kunjungan wisatawan obyek wisata alam Nglimut	<p>Variabel dependen: jumlah kunjungan.</p> <p>Variabel Independen: pendapatan, biaya perjalanan ke Nglimut,</p>	Regresi linier berganda.	Hasil penelitian bahwa lima dari tujuh variabel bebas signifikan dan berpengaruh terhadap jumlah kunjungan ke

	(2012)	Kabupaten Kendal. 2. Menganalisis besarnya nilai ekonomi yang diperoleh pengunjung obyek wisata alam Nglimut Kabupaten Kendal dengan menggunakan perhitungan surplus konsumen.	biaya perjalanan ke Umbul Sidomukti, waktu luang, lama perjalanan, fasilitas-fasilitas, keindahan alam Nglimut.		Nglimut, yaitu: variabel biaya perjalanan, waktu luang, lama perjalanan, fasilitas dan keindahan alam Nglimut yang dilihat oleh responden. Nilai ekonomi obyek wisata alam Nglimut sebesar Rp 35.453.126.400. estimasi surplus konsumen sebesar Rp 760.960 per tahun per orang. Asumsi pengunjung pada tahun 2012 berjumlah 500.000 pengunjung, maka estimasi nilai ekonomi Rp 38 miliar per tahun.
5.	Analisis Kunjungan Objek Wisata Lawang Sewu di Kota Semarang, Dwi Hary Baskoro dan Bagio Mudakir (2013)	Untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah kunjungan objek wisata Lawang Sewu.	Variabel dependen : jumlah kunjungan objek wisata Lawang Sewu. Variabel independen : jumlah biaya perjalanan ke objek wisata Lawang Sewu, jumlah biaya perjalanan ke objek wisata lain, pendapatan, jarak yang ditempuh menuju objek wisata Lawang Sewu dan fasilitas.	Regresi linier berganda.	Hasil penelitian menyatakan bahwa dari lima variabel independen yang dianalisis terdapat empat variabel yang signifikan yaitu variabel jumlah biaya perjalanan ke objek wisata Lawang Sewu, pendapatan, jarak dan fasilitas. Variabel jumlah biaya perjalanan

					ke objek wisata lain tidak berpengaruh secara signifikan terhadap frekuensi jumlah kunjungan objek wisata Lawang Sewu.
6.	Obyek Wisata Pantai Balekambang Kabupaten Malang Jawa Timur, Jefri A. Mateka, Erlinda Indrayani dan Nuddin Harahap (2013)	Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dan besarnya pengaruh variabel independen terhadap permintaan pengunjung ke Pantai Balekambang dan mengetahui nilai ekonomi Pantai Balekambang sebagai obyek wisata.	Variabel dependen : Jumlah kunjungan individu. Variabel independen: biaya perjalanan ke Pantai Balekambang, biaya perjalanan ke Obyek wisata lain (Sempu), umur, pendidikan terakhir, waktu kerja, pendapatan, jarak dan pengalaman berkunjung sebelumnya.	Regresi linier berganda.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap jumlah permintaan pengunjung ke Pantai Balekambang, sedangkan secara parsial variabel yang berpengaruh terhadap jumlah permintaan pengunjung ke Pantai Balekambang hanya empat variabel yaitu biaya perjalanan ke obyek wisata lain (Sempu), umur, pendapatan dan jarak. Nilai surplus konsumen sebesar Rp 2.279.539 per

					individu per satu kali kunjungan, sedangkan nilai ekonomi Pantai Balekambang Rp 692.880.664.515 per tahun 2011.
7.	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kunjungan Ke Kolam Renang Boja, Melisa Anindita (2015)	Untuk menganalisis beberapa faktor yang mempengaruhi tingkat kunjungan ke Kolam Renang Boja.	Variabel Dependen: Jumlah kunjungan wisatawan ke Kolam Renang Boja. Variabel Independen: pendapatan, biaya perjalanan, lama perjalanan, fasilitas dan harga tiket masuk objek wisata lain.	Regresi linier berganda.	Hasil dari penelitian menyatakan bahwa variabel pendapatan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah kunjungan objek wisata ke Kolam Renang Boja, variabel biaya perjalanan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap jumlah kunjungan objek wisata ke Kolam Renang Boja, variabel lama perjalanan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap jumlah kunjungan objek wisata ke Kolam Renang Boja, variabel fasilitas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap

					jumlah kunjungan objek wisata ke Kolam Renang Boja dan variabel harga tiket objek wisata lain berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap jumlah kunjungan objek wisata ke Kolam Renang Boja.
--	--	--	--	--	---

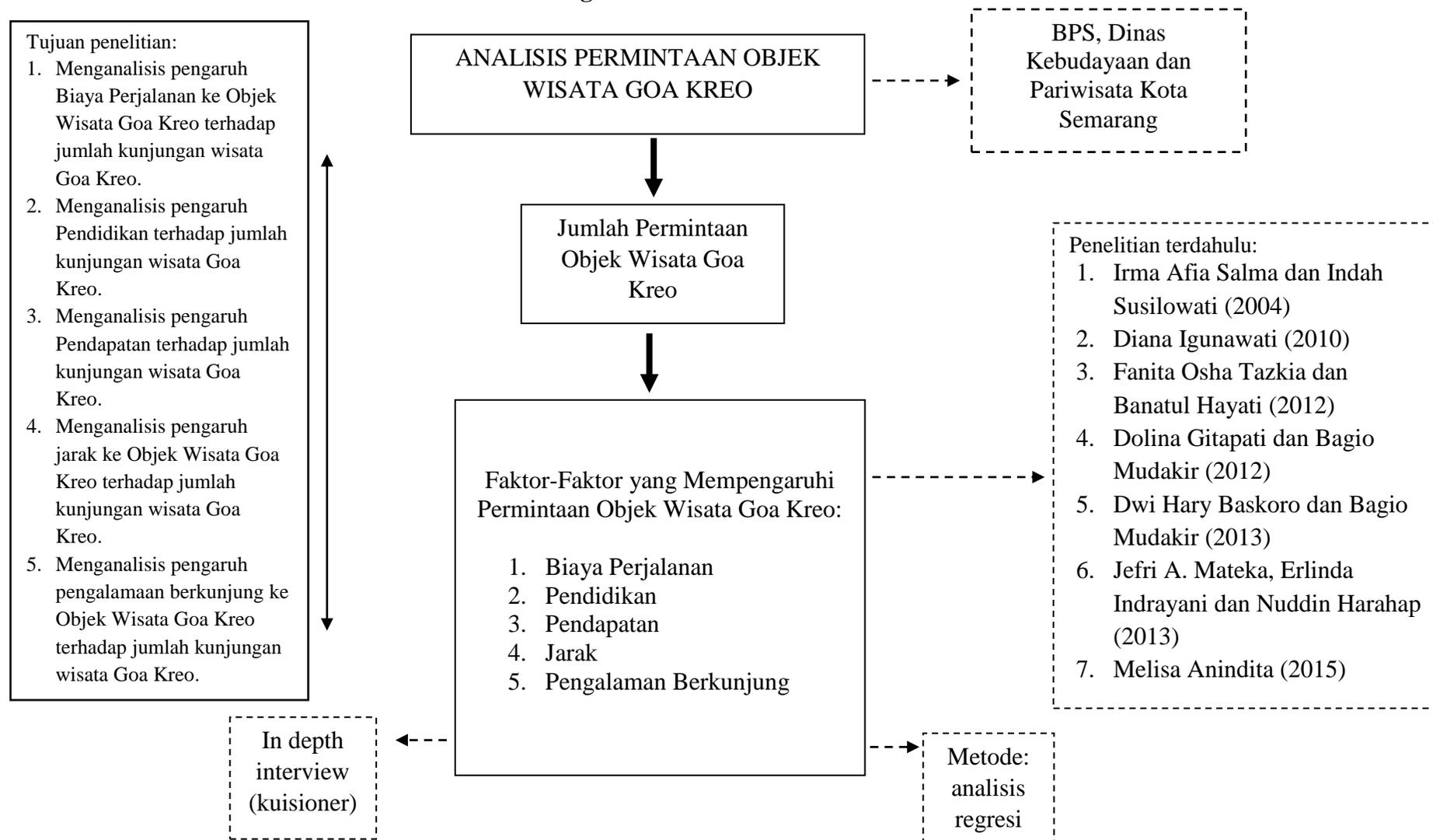
2.3 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu, penilaian ekonomi terhadap suatu kawasan wisata diukur dengan menggunakan berbagai variabel sosial ekonomi yang berpengaruh. Pada umumnya semakin besar pendapatan seseorang semakin besar permintaanya terhadap barang rekreasi dan jasa lingkungan. Kebutuhan untuk menggunakan jasa lingkungan sebagai tempat wisata seperti Goa Kreo dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti biaya perjalanan ke objek wisata Goa Kreo, pendidikan, pendapatan, jarak dan pengalaman berkunjung.

Sedangkan untuk menghitung nilai ekonomi berupa surplus konsumen dari pengunjung objek wisata Goa Kreo menggunakan metode biaya perjalanan individu (*Individual Travel Cost*) yang meliputi biaya perjalanan pulang pergi dari tempat tinggal ke objek wisata Goa Kreo dan pengeluaran lain selama di perjalanan serta di dalam kawasan wisata Goa Kreo mencakup biaya transportasi, konsumsi, dokumentasi, karcis masuk, parkir dan biaya lain-lain.

Gambar 2.9

Kerangka Pemikiran Teoritis



2.4 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2009) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori. Hipotesis dirumuskan atas dasar kerangka pikir yang merupakan jawaban sementara atas masalah yang dirumuskan.

Hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini berdasarkan jurnal acuan atau penelitian terdahulu:

1. Hipotesis Diduga terdapat pengaruh yang signifikan dan bersifat negatif antara biaya perjalanan (*Travel Cost*) ke objek wisata Goa Kreo terhadap jumlah kunjungan objek wisata Goa Kreo.
2. Diduga terdapat pengaruh yang signifikan dan bersifat positif antara pendidikan terhadap jumlah kunjungan objek wisata Goa Kreo.
3. Diduga terdapat pengaruh yang signifikan dan bersifat positif antara pendapatan terhadap jumlah kunjungan objek wisata Goa Kreo.
4. Diduga terdapat pengaruh yang signifikan dan bersifat negatif antara jarak terhadap jumlah kunjungan objek wisata Goa Kreo.
5. Diduga terdapat pengaruh yang signifikan dan bersifat positif antara pengalaman berkunjung terhadap jumlah kunjungan objek wisata Goa Kreo.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Penelitian

3.1.1 Variabel Penelitian

Variabel diartikan sebagai objek pengamatan penelitian atau faktor-faktor yang berperan dalam peristiwa dan fenomena-fenomena yang akan diteliti. Penelitian ini menggunakan enam variabel penelitian, yaitu variabel jumlah permintaan wisata ke Objek Wisata Goa Kreo, variabel biaya perjalanan ke Objek Wisata Goa Kreo, variabel pendidikan variabel penghasilan, variabel jarak dan variabel pengalaman berkunjung.

Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

1. Variabel terikat (*Dependent variable*), dalam penelitian ini yaitu jumlah permintaan ke Objek Wisata Goa Kreo.
2. Variabel bebas (*Independent variable*), dalam penelitian ini meliputi variabel biaya perjalanan ke Objek Wisata Goa Kreo, variabel pendidikan, variabel pendapatan, variabel jarak dan variabel pengalaman berkunjung.

3.1.2 Definsi Operasional Penelitian

Definisi operasional menjelaskan cara tertentu yang digunakan oleh peneliti dalam mengukur suatu variabel yang digunakan dalam penelitian. Terdapat lima variabel yang digunakan dalam analisis penelitian ini. Secara operasional variabel yang ada dalam penelitian ini dapat didefinisikan sebagai berikut:

1. Jumlah Permintaan Wisata Goa Kreo (Y)

Jumlah permintaan wisata ke objek wisata Goa Kreo diukur melalui banyaknya kunjungan yang dilakukan oleh individu selama satu tahun terakhir ke objek wisata Goa Kreo. Variabel ini diukur secara kontinyu dalam satuan kekerapan (kali).

2. Biaya Perjalanan ke Objek Wisata Goa Kreo (X1)

Keseluruhan biaya yang dikeluarkan oleh pengunjung untuk mengunjungi objek wisata Goa Kreo. Biaya perjalanan ini menyangkut biaya-biaya yang dikeluarkan pengunjung termasuk biaya transportasi pulang-pergi, biaya parkir, biaya karcis masuk, biaya konsumsi, biaya dokumentasi, serta biaya-biaya lain yang relevan. Variabel ini diukur menggunakan skala kontinyu dengan satuan rupiah (Rp/kunjungan).

3. Pendidikan (X2)

Jenjang pendidikan yang sudah ditamatkan oleh pengunjung. Variabel ini diukur dengan skala kontinyu dengan satuan tahun (Th).

4. Pendapatan (X3)

Penghasilan rata-rata per bulan pengunjung objek wisata Goa Kreo. Penghasilan tidak hanya bersumber dari pekerjaan utama, namun total penghasilan keseluruhan yang diterima pengunjung selama satu bulan. Sedangkan untuk pengunjung yang belum bekerja, penghasilan merupakan uang saku yang diperoleh tiap bulan. Variabel ini diukur dengan menggunakan skala kontinyu dalam satuan rupiah (Rp).

5. Jarak (X4)

Jarak yang ditempuh pengunjung dari rumah sampai ke objek wisata Goa Kreo. Variabel ini diukur secara kontinyu dengan satuan kilometer (Km).

6. Pengalaman Berkunjung (X5)

Pengalaman pengunjung objek wisata Goa Kreo apakah sebelumnya pengunjung sudah pernah atau belum pernah berkunjung ke objek wisata Goa Kreo. Variabel ini diukur dengan skala dummy (1=jika sudah pernah berkunjung sebelumnya, 0=jika belum pernah berkunjung sebelumnya).

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Kumpulan objek penelitian, bisa berupa kumpulan orang (individu, kelompok, komunitas, masyarakat dan lain-lain); benda (jumlah gedung/bangunanan, tempat dan lain-lain). Populasi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh obyek

atau subyek tersebut (Sugiyono, 2003). Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung objek wisata Goa Kreo yang melakukan wisata di tempat tersebut dengan jumlah yang tidak diketahui secara pasti, maka besarnya sampel yang diperlukan sangat dipengaruhi oleh maksimum eror dan derajat kepercayaan dalam penaksiran populasi tersebut.

3.2.2 Sampel

Menurut Sugiyono sampel adalah bagian atau jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misal karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti akan mengambil sampel dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representative (Sugiyono, 2011).

Metode sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *quoted accidental sampling*, yaitu suatu cara pengambilan sampel yang dilakukan secara sembarang (ditujukan kepada siapa saja yang ditemui di lokasi) namun dibatasi jumlahnya.

Populasi dalam penelitian ini populasi tidak diketahui secara pasti jumlahnya, sehingga penentuan sampel yang digunakan menggunakan kesalahan maksimum (*i*) yang diperbolehkan dan derajat kepercayaan. Besar sampel dapat diketahui sebagai berikut (Hadi, 1996, Aaker dan Kumar, 1995 dan Kinear dan Taylor, 1995) :

Besarnya sampel dapat diturunkan sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2 p(1-p)}{(\mu)^2} \dots\dots\dots(3.1)$$

dimana n adalah jumlah sampel, p adalah proposrsi populasi dan Z adalah skor Z pada derajat kepercayaan tertentu serta μ adalah sampling eror. Nilai p selalu berkisar antara $0 - \sim$ maka besar $p(1-p)$ dapat dicari sebagai berikut :

jika $p = p(1-p)$

$$p = p - p^2$$

p maksimum jika :

$$\frac{d p}{d p} = 0$$

$$1 - 2 p = 0$$

$$p = 0,5 \dots\dots\dots(3.2)$$

Subtitusikan nilai p tersebut ke rumus sampel persamaan maka diperoleh :

$$n = \frac{Z^2 0,5 (1-0,5)}{(\mu)^2}$$

$$n = \frac{Z^2}{4 \mu^2} \dots\dots\dots(3.3)$$

Persamaan diatas merupakan rumus baku umum apabila jumlah populasi tidak diketahui dengan pasti.

Apabila derajat kepercayaan ditentukan 95% dan sampling error adalah 10% nilai Z adalah 1,96 maka jumlah sampel adalah :

$$n = \frac{(1,96)^2}{4 (0,1)^2} = \frac{3,8416}{4 (0,01)} = 96,04$$

$$n = 96.04 \approx 100$$

Jadi jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebesar 96,04 atau dibulatkan menjadi 100 responden (sampel).

Penyebaran kuesioner dilakukan selama enam hari dimulai sejak tanggal 1 November 2016 sampai 6 November 2016. Berdasarkan metode sampling yang digunakan yaitu *quoted accidental sampling*, yaitu suatu cara pengambilan sampel yang dilakukan secara sembarang (ditujukan kepada siapa saja yang ditemui dilokasi) namun dibatasi jumlahnya, sehingga peneliti melakukan penyebaran kuesioner minimal mendapatkan 10 responden setiap harinya. Proporsi jumlah responden per harinya dapat dilihat di tabel 3.1 di bawah ini.

Tabel 3.1
Pembagian Responden

NO	Hari/Tanggal	Jumlah Responden
1	Selasa, 1 November 2016	15
2	Rabu, 2 November 2016	10
3	Kamis, 3 November 2016	10
4	Jumat, 4 November 2016	10
5	Sabtu, 5 November 2016	25
6	Minggu, 6 November 2016	30
Jumlah		100

3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data kuantitatif, yaitu data yang berbentuk angka-angka seperti data mengenai jumlah biaya perjalanan, pendapatan individu, jumlah kunjungan individu.

2. Data kualitatif, yaitu data yang dapat digunakan untuk melengkapi dan menjelaskan serta memperkuat data kuantitatif sehingga dapat memberikan kemudahan dalam menganalisa data yang diteliti.

Berdasarkan sumber data, maka data yang digunakan dalam penelitian ini dapat dikelompokkan menjadi:

1. Data primer adalah sumber data yang secara langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2012). Sumber data primer ini berupa catatan hasil wawancara yang diperoleh melalui wawancara yang penulis lakukan. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari hasil wawancara dengan pengisian kuesioner yang sedang berwisata di objek wisata Goa Kreo.
2. Data sekunder adalah sumber data yang tidak memberikan informasi secara langsung kepada pengumpul data. Sumber data sekunder ini dapat berupa hasil pengolahan lebih lanjut dari data primer yang disajikan dalam bentuk lain atau dari orang lain (Sugiyono, 2012). Data ini digunakan untuk mendukung informasi dari data primer yang diperoleh baik dari wawancara, maupun dari observasi langsung ke lapangan. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini diambil dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang, Pengelola Goa Kreo, internet, serta berbagai literatur baik buku maupun jurnal-jurnal yang relevan.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan cara:

1. Studi kepustakaan merupakan satu cara untuk memperoleh data dengan cara membaca literatur yang berkaitan dengan permasalahan yang sedang diteliti.
2. Metode dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan mengambil data yang berkaitan dengan permasalahan yang sedang diteliti dari hasil publikasi lembaga-lembaga atau instansi pemerintah, organisasi lainnya, seperti Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang, BPS, pihak pengelola dan lainnya.
3. Wawancara merupakan cara pengumpulan data dengan mewawancarai langsung responden yang akan dijadikan sampel untuk memperoleh data yang dibutuhkan dengan daftar pertanyaan yang telah dipersiapkan sebelumnya.
4. Observasi menurut Mohamade Ali, 1995 mengatakan bahwa penelitian yang dilakukan dengan cara mengadakan pengamatan terhadap obyek baik secara langsung maupun tidak langsung disebut pengamatan atau observasi. Teknik atau cara ini banyak digunakan baik dalam penelitian sejarah, deskriptif ataupun eksperimental, karena dengan pengamatan memungkinkan gejala-gejala penelitian dapat diamati dari dekat.

5. Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang diketahui, Suharsimi Arikunto (1999).

3.5 Metode Analisis

3.5.1 Deteksi Asumsi Klasik

Deteksi asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linear berganda yang berbasis *Ordinary Least Square* (OLS). Deteksi asumsi klasik yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

3.5.1.1 Deteksi Normalitas

Deteksi normalitas dilakukan untuk mengetahui normalitas dari residual pada analisis regresi. Menurut Gujarati (2012) bahwa prosedur pengujian statistik harus didasaskan pada asumsi bahwa faktor kesalahan u_i didistribusikan secara normal, dengan residu e_i sebagai taksiran dari u_i . Melalui pendapat tersebut dapat dipahami bahwa deteksi normalitas dalam deteksi asumsi klasik pada analisis regresi dilakukan dengan menguji normalitas distribusi kesalahan yang ditaksir melalui nilai residu terstandar hasil analisis regresi.

Menurut Ghozali (2006) deteksi normalitas bertujuan untuk mendeteksi apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. 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.

Uji normalitas menggunakan Kolmogorof Smirnov untuk melihat apakah data terdistribusi normal atau tidak. Kelebihan dari uji ini adalah sederhana dan tidak menimbulkan perbedaan persepsi diantara satu pengamat dengan pengamat yang lain, yang sering terjadi pada uji normalitas dengan menggunakan grafik.

Konsep dasar dari uji normalitas Kolmogorov Smirnov adalah dengan membandingkan distribusi data (yang akan diuji normalitasnya) dengan distribusi normal baku. Distribusi normal baku adalah data yang telah ditransformasikan ke dalam bentuk Z-score dan disumsikan normal. Jadi sebenarnya uji Kolmogorov Smirnov adalah uji beda antara data yang diuji normalitasnya dengan data normal baku. Seperti pada uji beda biasa, jika signifikan di bawah 0,05 berarti terdapat perbedaan yang signifikan, dan jika signifikan di atas 0,05 maka tidak terjadi perbedaan yang signifikan. Penerapan pada uji Kolmogorov Smirnov adalah bahwa jika signifikan di bawah 0,05 berarti data yang akan diuji mempunyai perbedaan yang signifikan dengan data normal baku, berarti data tersebut tidak normal. Uji Kolmogorov Smirnov dilakukan dengan hipotesis :

H₀ : residual terdistribusi normal

H_a : residual tidak terdistribusi normal.

3.5.1.2 Deteksi Multikolinearitas

Menurut Gujarati (2011) multikolinearitas adalah keberadaan dari hubungan linear yang “sempurna” atau tepat, diantara sebagian atau seluruh variabel penjelas dalam sebuah model regresi.

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar semua variabel independen sama dengan nol (Imam Ghazali, 2005).

Pengujian terhadap ada tidaknya multikolinearitas dapat dilakukan dengan menggunakan nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Ukuran ini menunjukkan setiap variabel bebas mana yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Nilai *tolerance* yang rendah sama dengan VIF yang tinggi (karena $VIF=1/Tolerance$). Nilai *tolerance* yang kurang dari 10% maka terdapat multikolinearitas, begitu juga sebaliknya nilai *tolerance* yang lebih dari 10% maka tidak ada multikolinearitas. Apabila suatu variabel bebas memiliki $VIF < 10$, maka variabel bebas tersebut tidak mengalami multikolinearitas dengan variabel lainnya. Sedangkan variabel bebas

yang memiliki $VIF > 10$, maka variabel bebas tersebut mengalami multikolinearitas dengan variabel lainnya.

3.5.1.3 Deteksi Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah salah satu penyimpangan dalam asumsi klasik dimana dalam kondisi tertentu tiap unsur *disturbance* atau pengganggu (μ_i) mengandung varian (σ^2) yang tidak konstan. Asumsi penting dalam model regresi linear klasik adalah pada kondisi tertentu variance tiap unsur pengganggu adalah angka konstan, dengan rumus sebagai berikut.

$$E(\mu_i^2) = \sigma^2 \quad i = 1, 2, \dots, N \dots \dots \dots (3.4)$$

Menurut Ghazali (2006) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance 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.

Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan Uji *Park*, Uji *Glejser*, Uji Korelasi *Spearman*, Uji *Goldfeld-Quandt*, Uji *Breusch-Pagan-Godfrey* dan Uji *White*. Uji *Goldfeld-Quandt* melakukan pengurutan data variabel independen. Kemudian menghilangkan sebagian data yang ada di tengah atau “c” pengamatan dan membagi data menjadi dua kelompok dengan jumlah kelompok data atas sama dengan kelompok data bawah. Kemudian meregresikan OLS, sehingga didapatkan nilai SSR (*Sum Squared Residual*) untuk dua kelompok data

secara terpisah yang disebut SSR1 untuk kelompok regresi pertama dan SSR2 untuk kelompok regresi kedua. Langkah selanjutnya membandingkan dengan derajat bebas (df) dengan rumus $(\frac{n-c}{2} - k)$ atau $(\frac{n-c-2k}{2})df$.

Dimana: n = jumlah observasi

c = data yang dihilangkan

k = jumlah parameter.

Kemudian membandingkan F hitung dengan F tabel. Rumus untuk F hitung

adalah sebagai berikut: $F_{hitung} = \frac{SSR_2/df}{SSR_1/df}$ (3.5)

Hipotesis: H_0 = tidak ada heteroskedastisitas

H_a = terdapat heteroskedastisitas.

Apabila F hitung $>$ F tabel, maka H_0 ditolak yang artinya terdapat heteroskedastisitas.

Apabila F hitung $<$ F tabel, maka H_0 diterima yang artinya tidak ada heteroskedastisitas.

3.5.1.4 Deteksi Autokorelasi

Deteksi autokorelasi bertujuan mendeteksi apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode tertentu 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).

Untuk menguji adanya autokorelasi dalam sebuah model salah satu caranya dapat menggunakan uji Durbin-Watson. Apabila nilai $du < dw < 4-du$, maka H_0 diterima yang artinya tidak ada autokorelasi. Dasar pengambilan keputusan uji autokorelasi dengan uji Durbin-Watson sebagai berikut:

H_0 = tidak ada autokorelasi

H_a = terdapat autokorelasi.

Pendeteksian autokorelasi dengan uji Durbin-watson terdapat dua jenis yaitu autokorelasi positif dan autokorelasi negatif.

Autokorelasi Positif:

Jika $d < d_L$ maka terdapat autokorelasi positif.

Jika $d > d_U$ maka tidak terdapat autokorelasi positif.

Jika $d_L < d < d_U$ maka pengujian tidak menyakinkan atau tidak ada kesimpulan yang pasti.

Autokorelasi negatif:

Jika $(4 - d) < d_L$ maka terdapat autokorelasi negatif.

Jika $(4 - d) > d_U$ maka tidak terdapat autokorelasi negatif.

Jika $d_L < (4 - d) < d_U$ maka pengujian tidak menyakinkan atau tidak ada kesimpulan yang pasti.

3.5.2 Analisis Regresi Berganda

Untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat digunakan alat analisis statistik yaitu regresi linier berganda dengan pendekatan OLS (*Ordinary Least Squares*). Analisis regresi merupakan suatu metode yang digunakan untuk menganalisa hubungan antar variabel. Hubungan tersebut dapat diekspresikan dalam bentuk persamaan yang menghubungkan variabel terikat Y dengan satu atau lebih variabel bebas $X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$. Dalam analisis regresi pola hubungan antar variabel diekspresikan dalam sebuah bentuk persamaan regresi yang diduga berdasar data sampel.

Di dalam OLS (*Ordinary Least Squares*) terdapat sepuluh asumsi yang harus dipenuhi yang disebut dengan asumsi klasik. Sepuluh asumsi tersebut adalah:

1. *Linear Regression Model*, artinya model tersebut harus linear dan parameter
2. Nilai X (variabel bebas) tetap dalam pengambilan sampel yang diulang
3. Nilai rata-rata dari error sama dengan nol
4. Homoskedastisitas yaitu nilai varians dari setiap error sama
5. Tidak ada korelasi antar e_i (error term)
6. Covarians antara e_i (error term) dan X (variabel bebas) adalah nol
7. Jumlah observasi (n) harus lebih besar dari jumlah parameter yang diestimasi
8. Nilai dari X (variabel bebas) harus bervariasi
9. Model regresi tidak bias atau error
10. Tidak ada multikolinearitas sempurna.

Untuk menganalisis kunjungan ke objek wisata goa kreo yang dipengaruhi oleh biaya perjalanan ke Goa Kreo, biaya perjalanan ke objek wisata lain, umur, penghasilan, jarak, pendidikan, waktu luang dan fasilitas, sehingga dapat diformulasikan sebagai berikut:

$$Y = f (X_1, X_2, X_3, X_4, X_5) \dots \dots \dots (3.6)$$

Keterangan:

Y = Jumlah permintaan objek wisata Goa Kreo

X_1 = Biaya perjalanan ke objek wisata Goa Kreo

X_2 = Pendidikan

X_3 = Pendapatan rata-rata per bulan

X_4 = Jarak tempat tinggal pengunjung dengan objek wisata Goa Kreo

X_5 = Pengalaman berkunjung

Dari formulasi diatas, model untuk analisis regresi dengan menggunakan pendekatan OLS adalah sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e_i \dots \dots \dots (3.7)$$

Keterangan:

Y = Jumlah permintaan objek wisata Goa Kreo

X_1 = Biaya perjalanan ke objek wisata Goa Kreo

X_2 = Pendidikan

X_3 = Pendapatan rata-rata per bulan

X_4 = Jarak tempat tinggal pengunjung dengan objek wisata Goa Kreo

X_5 = Pengalaman berkunjung

β_0 = Konstanta

$\beta_1 - \beta_5$ = Koefisien regresi variabel independen

e = Standar error

3.5.3 Uji Statistik

Untuk menguji ketepatan model dan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial dan simultan digunakan uji statistik yaitu uji t, uji f dan koefisien determinasi dengan formulasi sebagai berikut:

3.5.3.1 Uji Signifikan Individu (Uji t)

Pengujian signifikan koefisien regresi secara parsial (individual) digunakan uji t (t test). Uji hipotesisnya sebagai berikut:

- a. Menentukan formulasi hipotesis

$$H_0 : \beta_i = 0$$

(Masing-masing variabel X (X_1, X_2, X_3, X_4, X_5) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y).

$$H_a : \beta_i \neq 0$$

(Masing-masing variabel X (X_1, X_2, X_3, X_4, X_5) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y).

$$H_a : \beta_i < 0$$

(Masing-masing variabel X (X_1, X_2, X_3, X_4, X_5) mempunyai pengaruh negatif dan signifikan terhadap variabel Y).

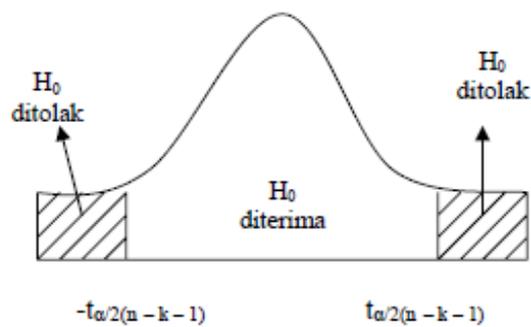
$$H_a : \beta_i > 0$$

(Masing-masing variabel X (X_1, X_2, X_3, X_4, X_5) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y).

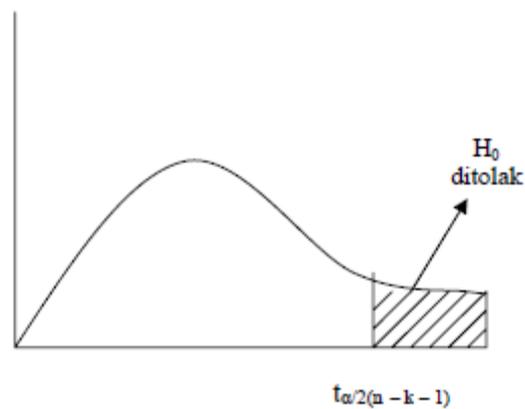
b. Menentukan *level of significant* $\alpha = 5\%$

c. Kriteria pengujian

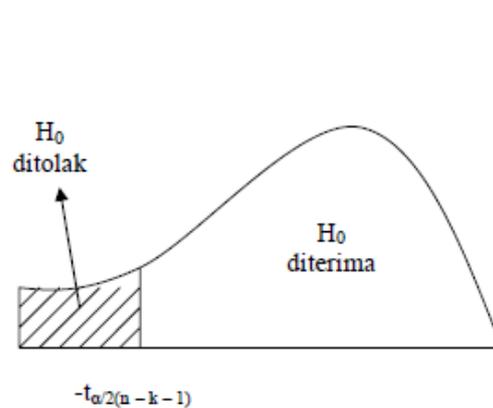
Untuk $H_a : \beta_i \neq 0$



Untuk $H_a : \beta_i > 0$



Untuk $H_a : \beta_i < 0$



Ho diterima apabila: $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$

Ho ditolak apabila: $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$

d. Formulasi perhitungan uji t (t test)

$$t = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \dots\dots\dots(3.8)$$

e. Kesimpulan

Apabila t hitung berada pada daerah terima H_0 berarti variabel X tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y , begitu pula sebaliknya apabila t hitung berada pada daerah tolak H_0 berarti bahwa variabel X mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y .

3.5.3.2 Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Untuk mengetahui pengaruh variabel X terhadap variabel Y secara simultan maka digunakan uji F dengan tahapan-tahapan sebagai berikut:

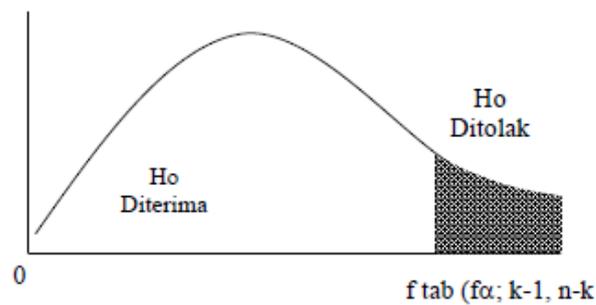
a. Formulasi hipotesis H_0 dan H_a

$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = \beta_5 = 0$, diduga secara simultan X_1, X_2, X_3, X_4 dan X_5 tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y.

$H_0 : \beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_3 \neq \beta_4 \neq \beta_5 \neq 0$, diduga secara simultan X_1, X_2, X_3, X_4 dan X_5 mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y.

b. Menentukan *Level of Significant*. $\alpha = 5\%$

c. Kriteria pengujian



H_0 diterima apabila $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$.

H_a diterima apabila $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$.

d. Uji statistik

$$F \text{ hitung} = \frac{R^2 / (k-1)}{(1 - R^2) / (n-k)} \dots\dots\dots(3.9)$$

Dimana:

R^2 : koefisien determinasi

k : jumlah variabel bebas

n : jumlah sampel

e. Kesimpulan

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima artinya bahwa secara bersama-sama variabel X_1, X_2, X_3, X_4 dan X_5 tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel Y.

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 diterima artinya bahwa secara bersama-sama variabel X_1, X_2, X_3, X_4 dan X_5 mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel Y.

3.5.3.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi R^2 digunakan untuk menghitung besarnya varian variabel terikat dapat dijelaskan oleh variasi variabel-variabel bebas. Pada hakikatnya nilai R^2 dapat bervariasi antara 0 sampai 1. Semakin dekat R^2 dengan 1, maka semakin tepat regresi untuk meramalkan permintaan objek wisata Goa Kreo, dan hal ini menunjukkan hasil estimasi keadaan yang sebenarnya. Apabila R^2 sama dengan 0, maka model yang digunakan tidak menjelaskan sedikitpun variasi dari nilai Y. Apabila R^2 sama dengan 1, maka model yang digunakan menjelaskan 100% variasi dari nilai Y atau terjadi kecocokkan sempurna.

3.5.4 Perhitungan Valuasi Ekonomi

Dalam penelitian ini untuk menghitung valuasi ekonomi digunakan metode biaya perjalanan individu (*Individual Travel Cost Method*), yaitu dengan menghitung nilai surplus konsumen tiap individu per tahun. Untuk menghitung nilai surplus konsumen, menggunakan formulasi sebagai berikut :

$$D_x = Q_x = a - bP \dots\dots\dots(3.10)$$

Keterangan : D_x = Permintaan kunjungan

Q_x = Jumlah kunjungan

a = konstanta

b = koefisien regresi

P = harga / jumlah biaya perjalanan

Persamaan di atas digunakan untuk menghasilkan surplus konsumen sebagai nilai ekonomi. Untuk menghasilkan surplus konsumen per individu per tahun digunakan perhitungan integral terbatas, dengan batas bawah yaitu harga terendah dan batas teratas yaitu harga tertinggi, sehingga dapat diformulasikan sebagai berikut:

$$SK = \int_{P_0}^{P_1} f(P_x) dP \dots\dots\dots(3.11)$$

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian

Pada bab ini akan dideskripsikan tentang gambaran umum wilayah penelitian, gambaran umum lokasi penelitian yaitu objek wisata Goa Kreo, serta gambaran umum responden penelitian yaitu pengunjung Goa Kreo. Deskripsi juga menjelaskan tentang analisa pengaruh variabel bebas (*independent variable*) X yaitu biaya perjalanan ke objek wisata Goa Kreo, pendidikan, pendapatan pengunjung, jarak dan pengalaman sebelumnya terhadap variabel terikat (*dependent variable*) Y yaitu permintaan pengunjung objek wisata Goa Kreo yang diukur melalui jumlah kunjungan yang dilakukan individu ke objek wisata Goa Kreo selama satu tahun terakhir.

4.1.1 Profil Kota Semarang

Kota Semarang mempunyai letak geografis diantara $6^{\circ}50'$ LS - $7^{\circ}10'$ LS dan $109^{\circ}35'$ BT - $110^{\circ}50'$ BT. Luas wilayah yang dimiliki Kota Semarang sebesar $373,70 \text{ Km}^2$. Secara administratif Kota Semarang terdiri dari 16 Kecamatan dan 177 Kelurahan. Dari 16 Kecamatan yang ada, terdapat 2 Kecamatan yang memiliki wilayah terluas yaitu Kecamatan Mijen, dengan luas wilayah $57,55 \text{ Km}^2$ dan Kecamatan Gunungpati, dengan luas wilayah $54,11 \text{ Km}^2$.

Batas wilayah administratif Kota Semarang sebelah barat adalah Kabupaten Kendal, sebelah timur adalah Kabupaten Demak, sebelah selatan

dengan Kabupaten Semarang dan sebelah utara dibatasi oleh Laut Jawa dengan panjang garis pantai menacapai 13,6 kilometer.

4.1.2 Objek Wisata di Kota Semarang

Kota Semarang merupakan Ibukota Provinsi Jawa Tengah sekaligus Kota Metropolitan terbesar kelima di Indonesia. Sebagai Ibukota Provinsi, Kota Semarang memiliki pariwisata yang beragam, mulai dari wisata alam, wisata budaya, wisata buatan dan wisata lainnya.

Wisata alam : Goa Kreo dan Waduk Jatibarang, Taman Margasatwa Mangkang, Kampong Wisata Taman Lele, Hutan Wisata Tinjomoyo, Pantai Marina dan MEC Tapak Tugu.

Wisata budaya : Museum Jamu Ny. Meneer, Taman Budaya Raden Saleh, Museum Ronggowarsito, Museum Mandala Bhakti, Museum Rekor Indonesia, Vihara Budha Gaya, Menara dan Masjid Agung Jawa Tengah, Makam Sunan Pandanaran, Klenteng Sam Poo Kong, Gereja Blenduk dan Lawang Sewu.

Wisata buatan : Kolam Renang Ngaliyan Tirta Indah, Oasis Swimming Pool, Taman Rekreasi Marina, International Sport Club (ISC), Taman Wisata Budaya Puri Maerokoco, Gelanggang Pemuda Manunggal, Taman Ria Wonderia, Paradise Club dan Water Blaster.

Lain-lain : CFD Pemuda dan Pahlawan, Chit Chat Taman KB, Pemilihan Denok Kenang, ICM ITM, Tugu Muda Bike Week, Semarang Night Carnival, Parade Seni Jawa Tengah, Kirab Budaya Dugderan, Festival Banjir Kanal Barat dan Sesaji Rewanda.

4.1.3 Profil Objek Wisata Goa Kreo

Objek wisata Goa Kreo adalah sebuah objek wisata alam yang berada di dukuh Talun Kacang, desa Kandri, Kecamatan Gunungpati, Semarang. Menurut sejarah Goa Kreo merupakan petilasan Sunan Kalijaga pada saat mencari kayu jati yang digunakan untuk membangun Masjid Agung Demak. Sunan Kalijaga berjalan ke arah barat untuk mencari kayu jati, setelah menempuh perjalanan yang jauh Sunan Kalijaga menemukan pohon jati. Kayu jati tersebut berpindah tempat pada saat Sunan Kalijaga akan menebangnya, sehingga daerah tersebut dinamai oleh Sunan Kalijaga dengan nama Jatingaleh karena kayu jati menghilang dengan sendirinya ketika ingin di tebang. Sunan Kalijaga memutuskan untuk mencari kayu jati tersebut ke tempat lain, hingga pada akhirnya Sunan Kalijaga menemukan pohon jati tersebut. Pada saat Sunan Kalijaga ingin menebang pohon jati tersebut, Sunan dihadang oleh sekelompok orang sembarang/ tidak sopan. Setelah melakukan perlawanan dengan orang-orang tidak sopan, Sunan meminta mereka pergi. Tempat tersebut dinamai oleh Sunan Kalijaga dengan nama Jatibarang.

Di perjalanan selanjutnya Sunan Kalijaga menemukan pohon jati yang ia inginkan, namun sebelum menebang pohon jati tersebut Sunan mengikatnya dengan selendangnya kemudian ditebang. Sunan Kalijaga terkejut setelah memotong batang kayu jati ukurannya semakin besar, hingga pada akhirnya tempat tersebut dinamai dengan Jatiombo. Kayu jati yang sudah dipotong, kemudian dihanyutkan ke sungai oleh Sunan. Di tengah perjalanan kayu jati tersebut terjepit diantara tebing-tebing, kemudian Sunan Kalijaga beristirahat di

sebuah Goa dan bersemedi. Setelah bersemedi Sunan Kalijaga melanjutkan perjalanan untuk kembali ke Demak, namun ditengah jalan Sunan dikagetkan dengan oleh empat kera yang berwarna merah, kuning putih dan hitam. Kedatangan kera tersebut bermaksud untuk membantu Sunan mengambil kayu yang tersangkut tebing, kemudian Sunan memotong kayu menjadi dua bagian agar bagian yang satu hanyut dan yang satu dapat dibawa ke Demak. Cara tersebut berhasil dan empat ekor kera meminta Sunan agar diijinkan menemani Sunan ke Demak. Sunan Kalijaga tidak mengijinkan kera-kera tersebut ikut, namun meminta kera tersebut untuk menjaga goa tersebut. Kata “Kreo” berasal dari kata “Mangreho” yang berarti peliharalah atau jagalah. Kata tersebut yang menjadikan goa ini disebut dengan Goa Kreo dan sejak itu kawanan kera yang menghuni kawasan ini dianggap sebagai penunggu. Kera-kera ekor panjang (*Macaca fascicularis*) yang berada di Goa Kreo dipercaya sebagai keturunan sekawanan kera yang bertemu dengan Sunan Kalijaga.

4.2 Gambaran Umum Responden

Responden dalam penelitian ini adalah pengunjung yang berkunjung ke objek wisata Goa Kreo. Karakteristik responden merupakan bagian terpenting dari suatu penelitian karena dengan mengetahui karakteristik responden kita dapat mengenal objek penelitian kita dengan lebih baik.

4.2.1 Profil Responden Berdasarkan Biaya Perjalanan

Profil responden berdasarkan biaya perjalanan digunakan untuk mengelompokkan responden berdasarkan besaran pengeluaran responden selama berwisata di objek wisata Goa Kreo. Biaya perjalanan dari masing-masing

individu merupakan penjumlahan dari biaya transportasi, biaya parkir, biaya tiket masuk, biaya konsumsi, biaya dokumentasi, biaya oleh-oleh dan biaya lainnya yang dikeluarkan oleh masing-masing responden pengunjung objek wisata Goa Kreo.

Tabel 4.1
Identitas Responden Menurut Biaya Perjalanan

Biaya Perjalanan (Rp)	Jumlah Responden (Orang)
<10.000	3
10.001-20.000	67
20.001-30.000	29
> 30.001	1
Jumlah	100

Sumber : Data Primer (diolah)

Berdasarkan tabel 4.1 biaya yang dikeluarkan oleh pengunjung objek wisata Goa Kreo dengan jumlah responden terbanyak yaitu berkisar Rp 10.001 - Rp 20.000,00. Jumlah biaya paling sedikit yang dikeluarkan oleh responden sebesar Rp 3.500,00, sedangkan untuk biaya tertinggi yang dikelurakan oleh responden sebesar Rp 38.500,00.

4.2.2 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan

Profil responden berdasarkan pendidikan digunakan untuk mengelompokkan responden berdasarkan pendidikan yang sudah ditempuh responden. Pendidikan dalam penelitian ini yang dimaksud adalah pendidikan terakhir yang telah ditempuh oleh responden dan bukan tingkat pendidikan yang sedang dijalani. Dari hasil penelitian ini diperoleh informasi sebagai berikut:

Tabel 4.2
Identitas Responden Menurut Pendidikan

Pendidikan	Jumlah Responden (Orang)
SD	1
SMP	8
SMA	64
Perguruan Tinggi	27
Lainnya	0
Jumlah	100

Sumber : Data Primer (diolah)

Dari tabel 4.2 dapat diketahui sebgain besar pengunjung objek wisata Goa Kreo memiliki latar belakang pendidikan terakhir SMA sebanyak 64 pengunjung. Pengunjung dengan latar belakang pendidikan terakhir perguruan tinggi sebanyak 27 pengunjung, sedangkan pengunjung yang memiliki latar belakang pendidikan terakhir SD dan SMP sebanyak 1 dan 8 pengunjung.

4.2.3 Profil Responden Berdasarkan Umur

Profil responden berdasarkan umur digunakan untuk mengelompokkan responden berdasarkan umur responden, yang terhitung semenjak ia lahir hingga ulang tahun terakhir. Umur seseorang berkaitan dengan kemampuan fisik dan produktivitas wisatawan untuk melakukan kunjungan wisata. Dari hasil penelitian diperoleh informasi bahwa umur responden adalah sebagai berikut :

Tabel 4.3
Identitas Responden Menurut Umur

Kategori Umur (Tahun)	Jumlah Responden (Orang)
17 – 26	69
27 – 36	13
37 – 46	7
47 – 56	9
>56	2
Jumlah	100

Sumber data : Data Primer (diolah)

Berdasarkan tabel 4.3 menunjukkan bahwa sebagian besar responden mempunyai umur pada kisaran 17-26 tahun sebanyak 69 responden. Usia paling muda yang menjadi responden adalah 17 tahun sebanyak 2 responden, sedangkan usia paling tua yang menjadi responden adalah 61 tahun sebanyak 1 responden.

4.2.4 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan

Profil responden berdasarkan pekerjaan digunakan untuk mengelompokkan responden berdasarkan jenis pekerjaan yang dijalani oleh responden. Pekerjaan seseorang akan mempengaruhi orang tersebut dalam pengambilan keputusan, termasuk dalam pemilihan lokasi wisata. Dalam penelitian ini pengunjung yang datang ke objek wisata Goa Kreo yang menjadi responden terdiri dari Pegawai Negeri Sipil (PNS), Pegawai Swasta, Wiraswasta, Pelajar yang terdiri dari Pelajar SMA dan pelajar mahasiswa dan Lainnya yang terdiri dari buruh, ibu rumah tangga. Untuk mengetahui lebih jelas tentang jenis pekerjaan yang menjadi responden dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.4
Identitas Responden Menurut Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah Responden (Orang)
Pegawai Negeri Sipil (PNS)	6
Pegawai Swasta	32
Wiraswasta	9
Pelajar/Mahasiswa	43
Lainnya	10
Jumlah	100

Sumber data : Data Primer (diolah)

Berdasarkan tabel 4.4 diatas menunjukkan bahwa pengunjung yang menjadi responden objek wisata Goa Kreo paling banyak berada pada kategori pelajar/ mahasiswa yaitu sebesar 43 orang responden.

4.2.5 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan

Profil responden berdasarkan pendapatan digunakan untuk mengelompokkan responden berdasarkan besaran pendapatan yang diperoleh responden setiap bulannya. Untuk responden yang belum bekerja seperti pelajar dan mahasiswa pendapatannya diperoleh dari uang saku yang diterima setiap bulan, begitu pula dengan ibu rumah tangga pendapatannya di peroleh berdasarkan uang pemberian suami atau anaknya setiap bulannya. Besaran pendapatan yang diperoleh seseorang akan mempengaruhi orang tersebut dalam pengambilan keputusan seperti penentuan lokasi wisata, karena pendapatan dalam penentuan lokasi wisata memiliki peran yang cukup penting.

Komposisi responden menurut tingkat pendapatannya dapat dilihat dalam tabel berikut ini :

Tabel 4.5
Identitas Responden Menurut Pendapatan

Pendapatan (Rp)	Jumlah Responden (Orang)
< 1.500.000	52
1.500.000 – 2.500.000	25
2.500.000 – 3.500.000	9
3.500.000 – 4.500.000	5
>4.500.000	9
Jumlah	100

Sumber data : Data Primer (diolah)

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa sebagian besar pengunjung objek wisata Goa Kreo memiliki pendapatan berkisar kurang dari Rp 1.500.000

yang banyak berprofesi sebagai pelajar/mahasiswa. Pendapatan pengunjung objek wisata Goa Kreo yang berkisar Rp 3.500.000 – Rp 4.500.000 memiliki jumlah yang paling sedikit yaitu sebesar 5 orang, sedangkan pendapatan pengunjung objek wisata Goa Kreo yang berkisar Rp 2.500.000 – Rp 3.500.000 dan lebih dari Rp 4.500.000 memiliki jumlah yang sama sebesar 9 orang responden.

4.2.6 Profil Responden Berdasarkan Alat Transportasi

Profil responden berdasarkan alat transportasi digunakan untuk mengelompokkan responden berdasarkan alat transportasi yang digunakan untuk menuju ke lokasi objek wisata Goa Kreo. Alat transportasi dalam penelitian ini dibedakan ke dalam beberapa jenis diantaranya sepeda motor, mobil pribadi, angkutan umum, jalan kaki dan lainnya. Kategori lainnya seperti sepeda, mobil sewaan dan lainnya yang tidak ada dalam kategori yang telah disebutkan. Komposisi responden apabila dilihat menurut alat transportasi yang digunakan untuk menuju objek wisata Goa Kreo disajikan dalam tabel berikut :

Tabel 4.6
Identitas Responden Menurut Alat Transportasi

Alat Transportasi	Jumlah Responden (Orang)
Sepeda motor	72
Mobil pribadi	22
Angkutan Umum	5
Jalan kaki	1
Lainnya	0
Jumlah	100

Sumber data : Data Primer (diolah)

Berdasarkan tabel diatas sebagian besar responden objek wisata Goa Kreo menggunakan alat transportasi jenis sepeda motor, yaitu sebesar 72 orang. Sebagian responden lainnya datang ke objek wisata Goa Kreo menggunakan

mobil pribadi sebanyak 22 orang, sedangkan sisanya menggunakan angkutan umum dan jalan kaki masing-masing sebanyak 5 dan 1 orang.

4.2.7 Profil Responden Berdasarkan Waktu Tempuh

Profil responden berdasarkan waktu tempuh digunakan untuk mengelompokkan responden berdasarkan waktu yang dibutuhkan seseorang menuju lokasi objek wisata Goa Kreo. Tabel di bawah ini menunjukkan seberapa lama waktu yang dibutuhkan oleh pengunjung objek wisata Goa Kreo.

Tabel 4.7
Identitas Responden Menurut Waktu Tempuh

Waktu Tempuh (Menit)	Jumlah Responden (Orang)
<20	31
21-40	45
41-60	13
>61	11
Jumlah	100

Sumber data : Data Primer (diolah)

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui waktu tempuh atau lama perjalanan yang dibutuhkan oleh responden untuk mencapai objek wisata Goa Kreo sebagian besar berada pada kisaran waktu 21-40 menit yaitu sebanyak 45 orang. Waktu tempuh yang paling sebentar untuk mencapai lokasi objek wisata Goa Kero adalah 8 menit dikarenakan rumah responden berada di desa Kandri, yang jaraknya cukup dekat dan masih dalam satu desa dengan objek wisata Goa Kreo, sedangkan waktu tempuh yang paling lama untuk mencapai lokasi objek wisata Goa Kreo adalah 100 menit.

4.2.8 Profil Responden Berdasarkan Jarak

Profil responden berdasarkan jarak digunakan untuk mengelompokkan responden berdasarkan panjang jalan yang dibutuhkan seseorang dari tempat keberangkatan untuk menuju lokasi objek wisata Goa Kreo. Untuk melihat seberapa jauh jarak yang dibutuhkan dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.8
Identitas Responden Menurut Jarak

Jarak (Km)	Jumlah Responden (Orang)
<10	53
11-20	29
21-30	8
>31	10
Jumlah	100

Sumber data : Data Primer (diolah)

Berdasarkan tabel 4.8 diketahui bahwa jarak yang ditempuh oleh responden untuk menuju objek wisata Goa Kreo sebagian besar berada pada kisaran kurang dari 10 km yaitu sebanyak 53 orang. Dengan jarak paling dekat yaitu 0,65 km, sedangkan jarak paling jauh 73 km.

4.2.9 Profil Responden Berdasarkan Lama Kunjungan

Profil responden berdasarkan lama kunjungan digunakan untuk mengelompokkan responden berdasarkan waktu yang dihabiskan seseorang selama berada di lokasi objek wisata Goa Kreo. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.9 di bawah ini :

Tabel 4.9
Identitas Responden Menurut Lama Kunjungan

Lama Kunjungan (Menit)	Jumlah Responden (Orang)
<30	1
30-60	17
>60	82
Jumlah	100

Sumber : Data Primer (diolah)

Berdasarkan tabel diatas lama kunjungan yang dilakukan oleh pengunjung objek wisata Goa Kreo di bagi menjadi 3 kelompok, masing-masing menghabiskan waktunya dalam kisaran kurang dari 30 menit, 30 menit sampai 60 menit dan lebih dari 60 menit. Lama kunjungan responden dengan kisaran waktu lebih dari 60 menit sebanyak 82 orang. Lama kunjungan dengan kisaran waktu 30 sampai 60 sebanyak 17 orang, dan sisanya 1 orang menghabiskan waktunya di Goa Kreo kurang dari 30 menit.

4.2.10 Profil Responden Berdasarkan Alasan Datang

Profil responden berdasarkan alasan datang digunakan untuk mengelompokkan responden berdasarkan alasan seseorang datang ke objek wisata Goa Kreo. Untuk mengetahui lebih jelas tentang alasan responden untuk datang ke objek wisata Goa Kreo dapat dilihat melalui tabel di bawah ini :

Tabel 4.10
Identitas Responden Menurut Alasan Datang

Alasan Datang	Jumlah Responden (Orang)
Dekat rumah	22
Biaya lebih murah	21
Fasilitas yang baik dan menarik	7
Lainnya	50
Jumlah	100

Sumber data : Data Primer (diolah)

Dari hasil penelitian diperoleh informasi bahwa responden yang datang ke objek wisata Goa Kreo dengan alasan dekat rumah sebanyak 22 orang, alasan biaya lebih murah sebanyak 21 orang, alasan fasilitas yang baik dan menarik sebanyak 7 orang. Sisanya dengan jumlah terbanyak yaitu 50 orang, beralasan datang ke objek wisata Goa Kreo karena ingin mencari objek foto yang berhubungan dengan monyet, berfoto-foto, jalan-jalan santai, ingin melihat waduk jatibarang, karena penasaran dan belum pernah berkunjung ke objek wisata Goa Kreo, ingin berinteraksi dengan monyet-monyet liar, karena diajak dengan keluarga atau teman, kebetulan melewati lokasi wisata Goa Kreo sehingga memutuskan untuk berkunjung dan karena ingin melihat Goa yang menjadi petilasan Sunan Kalijaga.

4.2.11 Profil Responden Berdasarkan Kelompok Kunjungan

Profil responden berdasarkan kelompok kunjungan digunakan untuk mengelompokkan responden berdasarkan dengan siapa responden datang ke lokasi objek wisata Goa Kreo. Kelompok kunjungan dalam penelitian ini dibedakan menjadi 3 yaitu sendiri, teman dan keluarga. Untuk mengetahui lebih jelas tentang kelompok kunjungan responden objek wisata Goa Kreo dapat dilihat pada tabel 4.11 di bawah ini :

Tabel 4.11
Identitas Responden Menurut Kelompok Kunjungan

Kelompok Kunjungan	Jumlah Responden (Orang)
Sendiri	4
Teman	59
Keluarga	37
Jumlah	100

Sumber data : Data Primer (diolah)

Berdasarkan tabel 4.11 dari keseluruhan responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini sebanyak 4 orang datang sendirian ke objek wisata Goa Kreo, 37 orang datang bersama keluarga ataupun keluarga dan sanak saudaranya, dan 59 orang datang bersama teman-temannya.

4.2.12 Profil Responden Berdasarkan Kelengkapan Fasilitas

Profil responden berdasarkan tingkat kelengkapan fasilitas digunakan untuk mengukur penilaian masing-masing responden tentang fasilitas-fasilitas di objek wisata Goa Kreo. Untuk mengetahui lebih jelas tingkat kelengkapan fasilitas objek wisata Goa Kreo dapat dilihat pada tabel 4.12 di bawah ini :

Tabel 4.12
Identitas Responden Menurut Kelengkapan Fasilitas

Kelengkapan Fasilitas	Jumlah Responden (Orang)
Sangat Lengkap	7
Lengkap	77
Biasa	14
Tidak Lengkap	2
Sangat Tidak Lengkap	0
Jumlah	100

Sumber data : Data Primer (diolah)

Berdasarkan tabel diatas sebagian besar pengunjung objek wisata Goa Kreo merasa bahwa fasilitas-fasilitas di objek wisata Goa Kreo dinilai lengkap yaitu sebanyak 77 orang, 14 orang merasa biasa, 7 orang merasa sangat lengkap dan 2 orang merasa tidak lengkap.

4.2.13 Identitas Responden Menurut Pengalaman Berkunjung

Profil responden berdasarkan pengalaman berkunjung digunakan untuk mengelompokkan responden berdasarkan pengalaman sebelumnya apakah

responden sudah pernah berkunjung di Objek Wisata Goa Kreo. Dari hasil penelitian diperoleh informasi yang disajikan pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.13
Identitas Responden Menurut Pengalaman Berkunjung

Pengalaman Berkunjung	Jumlah Responden (Orang)
Pernah	87
Belum Pernah	13
Jumlah	100

Sumber data: Data Primer (diolah)

Hasil penelitian berdasarkan tabel diatas dapat diperoleh informasi bahwa responden yang mempunyai pengalaman berkunjung sebelumnya ke objek wisata Goa Kreo sebanyak 87 orang. Sisanya 13 responden lainnya belum pernah berkunjung ke objek wisata Goa Kreo.

4.2.14 Identitas Responden Menurut Frekuensi Kunjungan

Profil responden berdasarkan frekuensi kunjungan digunakan untuk mengelompokkan responden berdasarkan jumlah kunjungan yang sudah dilakukan selama satu tahun terakhir. Dari hasil penelitian diperoleh informasi yang disajikan pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.14
Identitas Responden Menurut Frekuensi Kunjungan
Selama Satu Tahun Terakhir

Frekuensi Kunjungan	Jumlah Responden (Orang)
0	11
1	47
2	21
3	13
4	3
5	4
>5	1
Jumlah	100

Sumber: Data primer (diolah 2016)

Hasil penelitian berdasarkan tabel diatas dapat diperoleh informasi bahwa selama satu tahun terakhir sebagian besar responden objek wisata Goa Kreo frekuensi kunjungan sebanyak satu kali sebesar 47 responden, sedangkan frekuensi kunjungan yang lebih dari 1x sebanyak 44 responden. Dapat diartikan bahwa 44% responden sebagian besar sudah pernah berkunjung ke objek wisata Goa Kreo, sehingga pengunjung sudah mengetahui kondisi objek wisata Goa Kreo.

4.3 Pengujian Data

Dari profil-profil responden yang sudah dijelaskan pada sub-sub sebelumnya, variabel-variabel yang telah ditentukan dalam penelitian ini akan dihitung dengan menggunakan SPSS 20 untuk mengetahui tingkat suatu variabel mempengaruhi jumlah permintaan ke objek wisata Goa Kreo. Hasilnya bisa dilihat dibawah ini.

4.3.1 Deteksi Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui apakah model tersebut dianggap relevan atau tidak, sehingga dapat diambil kesimpulan berdasarkan hasil regresi. Uji asumsi klasik dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

4.3.1.1 Deteksi Normalitas

Deteksi normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual keduanya memiliki distribusi normal. Regrrsi yang baik mempunyai distribusi data normal atau mendekati normal. Dari hasil uji Kolmogorov-Smirnov tampak bahwa nilai Kolmogorov-Smirnov Z sebesar 1,159

dan tingkat signifikan pada 0,05 (karena $p=0,136 >$ dari 0,05). Jadi H_0 diterima yang menyatakan bahwa residual terdistribusi normal. Hasil pengujian diperoleh sebagai berikut:

Tabel 4.15
Pengujian Normalitas Residual dengan Uji Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	,93997384
	Absolute	,116
Most Extreme Differences	Positive	,116
	Negative	-,053
Kolmogorov-Smirnov Z		1,159
Asymp. Sig. (2-tailed)		,136

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Lampiran

4.3.1.2 Deteksi Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas, digunakan Uji Goldfeld-Quandt yang dapat diketahui dengan melihat hasil perhitungan nilai F hitung dan F tabel. Hipotesisnya adalah H_0 : Homoskedastisitas dan H_a : Heteroskedastisitas. Apabila nilai F hitung $>$ F tabel, maka H_0 ditolak yang artinya terdapat heteroskedastisitas. Rumus untuk menghitung F hitung adalah

$$\text{sebagai berikut : } F_{\text{hitung}} = \frac{SSR_2/df}{SSR_1/df}$$

Berdasarkan hasil regresi pertama diperoleh SSR sebesar 44,119, sedangkan nilai SSR kedua sebesar 28,909. Hasil perhitungannya sebagai berikut:

$$F \text{ hitung} = \frac{28,909 / 15,5}{44,119 / 16,5} = \frac{1,865}{2,673} = 0,69$$

Nilai F tabel dengan tingkat kepercayaan 5% diperoleh angka sebesar 2,31 ($N_1=k-1=5$; $N_2=n-k=100-6=94$). Nilai F hitung ($0,69 < F \text{ tabel } (2,31)$) maka H_0 diterima yang berarti bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.3.1.3 Deteksi Multikolinearitas

Multikolinearitas menunjukkan adanya hubungan linear (korelasi) yang sempurna atau pasti, di antara beberapa atau semua variabel yang menjelaskan dari model regresi. Atau multikolinearitas berkenaan dengan terdapatnya lebih dari satu hubungan linear. Tetapi pembedaan ini jarang diperhatikan dalam praktek, dan multikolinearitas berkenaan dengan kedua kasus tadi (Gujarati, 2003). Hasil regresi dengan menggunakan SPSS 20. Maka dari matriks korelasi terlihat bahwa tampilan output VIF dan Tolerance mengindikasikan tidak terdapat multikolinearitas. Nilai VIF tidak ada yang melebihi 10 dan nilai Tolerance tidak ada yang kurang dari 0,10.

Tabel 4.16
Hasil Uji Multikolinearitas

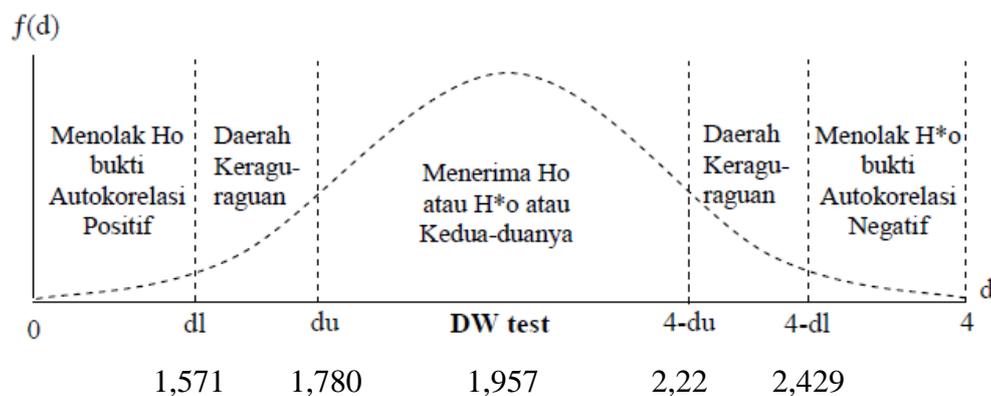
Variabel Independen	Tolerance	VIF	Keputusan
TC	0,899	1,112	Bebas Multikolinearitas
Pendidikan	0,779	1,284	Bebas Multikolinearitas
Pendapatan	0,774	1,292	Bebas Multikolinearitas
Jarak	0,929	1,076	Bebas Multikolinearitas
Pengalaman Sebelumnya	0,968	1,033	Bebas Multikolinearitas

Sumber: Lampiran

4.3.1.4 Deteksi Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-2$ (sebelumnya). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi, dapat diketahui dengan menggunakan uji Durbin-Watson (DW test).

Gambar 4.1
Uji Durbin-Watson



Sumber: data primer, diolah

Nilai du dan dl diperoleh dari tabel Durbin-Watson dengan tingkat kepercayaan 5%, jumlah sampel sebanyak 100 dan jumlah variabel independen (k) adalah 5. Berdasarkan tabel Durbin-Watson nilai du sebesar 1,780 dan dl sebesar 1,571. Dalam penelitian ini diperoleh nilai DW sebesar 1,957 maka DW test di daerah $du < dw < 4-du$ seperti yang terlihat dalam gambar 4. Yang berarti tidak terdapat autokorelasi.

4.3.2 Pengujian Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh biaya perjalanan, pendidikan, pendapatan, jarak dan pengalaman sebelumnya terhadap jumlah kunjungan di objek wisata Goa Kreo. Berdasarkan perhitungan yang

dilakukan dengan menggunakan program SPSS 20 maka didapat hasil sebagai berikut:

Tabel 4.17
Ringkasan Hasil Estimasi Regresi

Variabel	Koefisien	Std. Error	Std.Koef	t	Sig.
Konstanta	1,282	0,682		1,880	0,063
TC	-6,562E-005	0,000	-0,317	-3,829	0,000
Pendidikan	-0,028	0,182	0,014	-0,155	0,877
Pendapatan	0,129	0,089	0,130	1,450	0,150
Jarak	-0,015	0,008	-0,153	-1,872	0,064
PengalamanSebelumnya	1,981	0,313	0,505	6,323	0,000
F statistik	13,602				
R²	0,420				
Adjs R²	0,389				
N	100				

Sumber: data primer, diolah

Tabel 4.17 dapat dibuat persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 1,282 - 6,562E-005 X_1 - 0,028 X_2 + 0,129 X_3 - 0,015 X_4 + 1,981 X_5$$

$$R\text{-squared} = 0,420$$

$$F\text{-statistic} = 13,602$$

4.3.2.1 Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui tingkat ketepatan yang paling baik dalam analisis regresi dimana hal tersebut ditunjukkan oleh koefisien determinasi **R²** 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 4.20 diperoleh nilai koefisien determinasi atau R Square (R^2) sebesar 0,42 yang berarti 42% jumlah kunjungan wisatawan di objek wisata Goa Kreo secara bersama-sama dapat dijelaskan oleh variasi dari ke sembilan variabel independen biaya perjalanan, pendapatan, jarak, lama perjalanan dan pengalaman sebelumnya. Sedangkan sisanya 58% dijelaskan oleh variabel lain diluar model yang tidak termasuk dalam penelitian.

4.3.2.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji statistik 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.

$$H_a : b_1 b_2 b_3 b_4 b_5 \neq 0$$

Ada pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Dasar pengambilan keputusan :

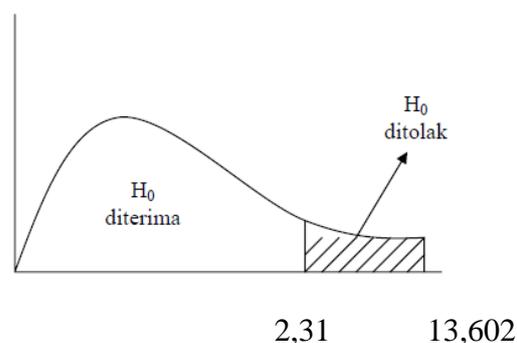
1. Dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel

- a. Apabila $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
 - b. Apabila $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya bahwa secara bersama-sama variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen atau terdapat hubungan yang signifikan.
2. Dengan menggunakan angka signifikan
- 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.

Berdasarkan hasil perhitungan statistik dengan menggunakan SPSS 20 diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 13,602 dengan tingkat signifikansi 0,000. Apabila dilihat dari nilai signifikan F tersebut diperoleh bahwa nilai F_{tabel} dengan $df_1 = 5$ dan $df_2 = 100-6=94$ adalah sebesar 2,31. Dengan demikian diperoleh F_{hitung} (13,602) $>$ F_{tabel} (2,31) hal ini berarti secara bersama-sama variabel biaya perjalanan, pendidikan, pendapatan, jarak dan pengalaman sebelumnya berpengaruh signifikan terhadap jumlah kunjungan ke objek wisata Goa Kreo.

Gambar pengujian uji F adalah sebagai berikut :

Gambar 4.2
Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)



4.3.2.3 Uji Parsial (t-test)

Uji parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian t statistik dapat dilakukan dengan melihat dan membandingkan nilai t tabel dengan nilai t hitung. Sedangkan ketentuannya adalah sebagai berikut:

- a. Jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$, maka H_0 diterima yang artinya masing-masing variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen atau terdapat hubungan yang tidak signifikan.
- b. Jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya bahwa masing-masing variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen atau terdapat hubungan yang signifikan.

Nilai t tabel untuk $df = 95$ ($n-k = 100-5 = 95$) dengan tingkat signifikansi 5% atau 0,05 adalah 1,66105 dengan membandingkan nilai t hitung dengan nilai t tabel diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Uji hipotesis variabel biaya perjalanan (*Travel Cost*) ke objek wisata Goa Kreo

Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$H_0 : \beta_1 = 0$ Tidak terdapat pengaruh antara biaya perjalanan (*travel cost*) ke objek wisata Goa Kreo terhadap jumlah kunjungan wisata di objek wisata Goa Kreo.

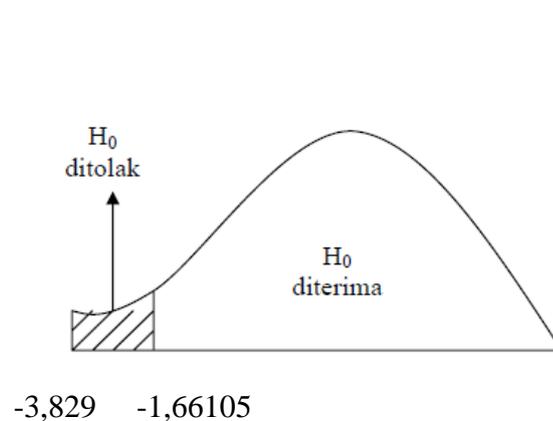
$H_a : \beta_1 < 0$ Terdapat pengaruh negatif antara biaya perjalanan (*travel cost*) ke objek wisata Goa Kreo terhadap jumlah kunjungan wisata di objek wisata Goa Kreo.

Berdasarkan hasil pengujian dengan SPSS 20 untuk variabel biaya perjalanan (*travel cost*) ke objek wisata Goa Kreo diperoleh nilai t hitung sebesar (-3,829) dengan tingkat signifikansi 0,000. Dengan menggunakan batas signifikansi 5%, maka diperoleh t tabel dengan $df = 100 - 5 = 95$ adalah sebesar 1,66105 dan nilai t hitung sebesar -3,829 maka nilai mutlak 3,829 dengan demikian diperoleh t hitung (3,829) > t tabel (1,66105), sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa biaya perjalanan (*travel cost*) ke objek wisata Goa Kreo berpengaruh negatif dan signifikan terhadap jumlah permintaan wisata di objek wisata Goa Kreo diterima dan hipotesis 1 terbukti.

Variabel biaya perjalanan dengan tanda koefisien negatif mempunyai arti bahwa apabila terjadi penurunan biaya perjalanan ke obyek wisata Goa Kreo maka akan memberi dampak kenaikan jumlah kunjungan wisatawan dengan asumsi variabel-variabel independen lainnya dianggap konstan. Hukum permintaan dalam teori ekonomi menyatakan bahwa jumlah permintaan suatu barang berbanding terbalik dengan harga barang tersebut. Atas dasar teori tersebut maka seorang wisatawan akan memilih perjalanan wisata dengan biaya perjalanan yang lebih rendah, sehingga hasil penelitian ini sesuai dengan teori tersebut.

Pengujian antara variabel biaya perjalanan (*travel cost*) dengan variabel jumlah kunjungan wisata di objek wisata Goa Kreo secara grafik disajikan dalam gambar berikut.

Gambar 4.3
Uji Hipotesis Variabel Biaya Perjalanan (*Travel Cost*) ke Objek Wisata Goa Kreo terhadap Variabel Jumlah Permintaan Wisata ke Objek Wisata Goa Kreo



2. Uji hipotesis variabel pendidikan

Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$H_0 : \beta_4 = 0$ Tidak terdapat pengaruh antara pendidikan terhadap jumlah kunjungan wisata di objek wisata Goa Kreo.

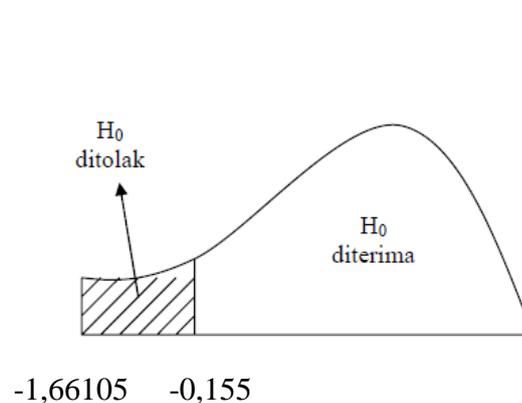
$H_a : \beta_4 < 0$ Terdapat pengaruh negatif antara pendidikan terhadap jumlah kunjungan wisata di objek wisata Goa Kreo.

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan SPSS 20 untuk variabel pendidikan diperoleh nilai t hitung sebesar -0,155 dengan tingkat signifikan 0,877. Dengan menggunakan batas signifikansi 5%, maka diperoleh nilai t tabel sebesar 1,66105. Nilai t hitung sebesar -0,155 maka nilai mutlak sebesar 0,155. Dengan demikian diperoleh t hitung (0,155) < t tabel (1,66105), sehingga H_0 diterima dan

Ha ditolak. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa pendidikan berpengaruh signifikan terhadap jumlah permintaan objek Wisata Goa Kreo ditolak. Variabel pendidikan tidak berpengaruh signifikan dan bersifat negatif karena variabel pendidikan hanya menambah wawasan seseorang tentang obyek wisata, bukan untuk memotivasi seseorang untuk berwisata. Apabila pendidikan seseorang tinggi tanpa diiringi dengan pendapatan dan waktu kerja yang tinggi maka hal tersebut tidak akan terlalu berpengaruh terhadap jumlah permintaan ke obyek wisata Goa Kreo. Pengujian antara variabel pendidikan dengan variabel jumlah permintaan Objek Wisata Goa Kreo secara grafik disajikan dalam gambar berikut.

Gambar 4.4

Uji Hipotesis Pendidikan terhadap Jumlah Permintaan Wisata ke Objek Wisata Goa Kreo



3. Uji hipotesis variabel pendapatan

Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

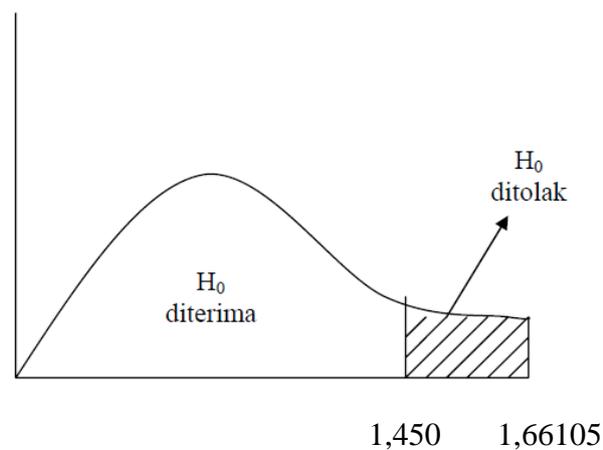
$H_0 : \beta_1 = 0$ Tidak terdapat pengaruh antara penghasilan terhadap jumlah kunjungan wisata di objek wisata Goa Kreo.

$H_a : \beta_1 > 0$ Terdapat pengaruh positif antara penghasilan terhadap jumlah kunjungan wisata di objek wisata Goa Kreo.

Berdasarkan hasil pengujian dengan SPSS 20 untuk variabel pendapatan pengunjung diperoleh nilai t hitung sebesar 1,450 dengan tingkat signifikan 0,150 dengan batas signifikansi 5% maka diperoleh nilai t tabel sebesar $df = 100 - 5 = 95$ adalah sebesar 1,66105 dengan demikian diperoleh $t \text{ hitung } (1,450) < t \text{ tabel } (1,66105)$, sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah permintaan objek wisata Goa Kreo ditolak. Dalam penelitian ini variabel pendapatan mempunyai tanda koefisien positif yang berarti bahwa peningkatan pendapatan akan berdampak dengan kenaikan jumlah kunjungan wisatawan dengan asumsi variabel-variabel independen lain dalam keadaan konstan. Kesimpulan tersebut sesuai dengan pernyataan yang dikemukakan Sadono Sukirno (1994) bahwa perubahan dalam pendapatan akan menimbulkan perubahan permintaan suatu produk. Karena semakin tinggi pendapatan seseorang, akan berbanding lurus dengan jumlah permintaan perjalanan wisata.

Pengujian antara variabel penghasilan (uang saku) pengunjung dengan jumlah kunjungan wisata ke objek wisata Goa Kreo secara grafik disajikan dalam gambar berikut.

Gambar 4.5
Uji Hipotesis Pendapatan terhadap Jumlah Permintaan Wisata ke Objek Wisata Goa Kreo



4. Uji hipotesis variabel jarak

Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$H_0 : \beta_4 = 0$ Tidak terdapat pengaruh antara jarak terhadap jumlah kunjungan wisata di objek wisata Goa Kreo.

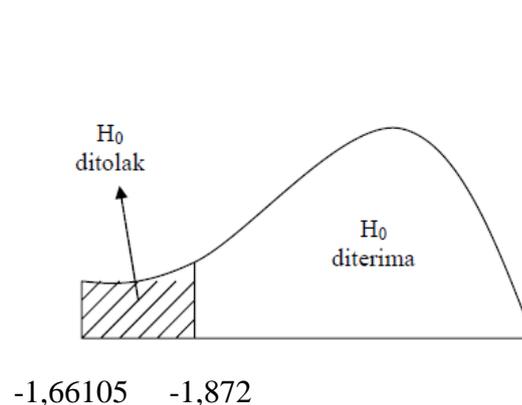
$H_a : \beta_4 < 0$ Terdapat pengaruh negatif antara jarak terhadap jumlah kunjungan wisata di objek wisata Goa Kreo.

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan SPSS 20 untuk variabel jarak diperoleh nilai t hitung sebesar -1,872 dengan tingkat signifikansi 0,064. Dengan menggunakan batas signifikansi 5%, maka diperoleh nilai t tabel sebesar 1,66105. Nilai t hitung sebesar -1,872 maka nilai mutlak sebesar 1,872. Dengan demikian diperoleh t hitung (1,872) > t tabel (1,66105), sehingga H_0 ditolak dan H_a

diterima. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa jarak berpengaruh negatif dan signifikan terhadap jumlah permintaan objek Wisata Goa Kreo diterima. Nilai koefisien variabel jarak mempunyai tanda negatif yang artinya bahwa jarak mempunyai hubungan yang negatif dengan jumlah kunjungan obyek wisata Goa Kreo dengan asumsi bahwa variabel independen lainnya dianggap konstan. Apabila jarak yang ditempuh semakin dekat maka jumlah kunjungan wisata Goa Kreo akan meningkat begitu pula sebaliknya, apabila jaraknya semakin jauh maka jumlah kunjungan wisatawan semakin rendah. Hal tersebut dikarenakan pengunjung akan memilih tempat wisata yang lebih dekat dengan tempat tinggal mereka. Pengujian antara variabel jarak dengan variabel jumlah permintaan Objek Wisata Goa Kreo secara grafik disajikan dalam gambar berikut.

Gambar 4.6

Uji Hipotesis Jarak terhadap Jumlah Permintaan Wisata ke Objek Wisata Goa Kreo



5. Uji hipotesis variabel pengalaman berkunjung

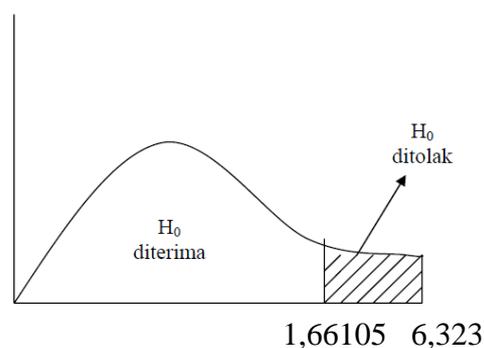
Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$H_0 : \beta_4 = 0$ Tidak terdapat pengaruh antara pengalaman berkunjung terhadap jumlah kunjungan wisata di objek wisata Goa Kreo.

$H_a : \beta_4 > 0$ Terdapat pengaruh positif antara pengalaman berkunjung terhadap jumlah kunjungan wisata di objek wisata Goa Kreo.

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan SPSS 20 untuk variabel pengalaman berkunjung diperoleh nilai t hitung sebesar 6,323 dengan tingkat signifikan 0,000. Dengan menggunakan batas signifikansi 5%, maka diperoleh nilai t tabel sebesar 1,66105. Dengan demikian diperoleh t hitung ($6,323$) $>$ t tabel ($1,66105$), sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa pengalaman berkunjung berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah permintaan objek Wisata Goa Kreo diterima. Pengujian antara variabel pengalaman berkunjung dengan variabel jumlah permintaan Objek Wisata Goa Kreo secara grafik disajikan dalam gambar berikut.

Gambar 4.7
Uji Hipotesis Pengalaman Berkunjung terhadap Jumlah Permintaan Wisata ke Objek Wisata Goa Kreo



4.3.3 Interpretasi Hasil

Dari data yang diperoleh dilakukan regresi untuk menghasilkan kurva permintaan lokasi wisata yang dikaji. Model yang digunakan adalah jumlah permintaan wisata yang dipengaruhi oleh biaya perjalanan menuju objek wisata Goa Kreo, pendidikan, pendapatan individu, jarak dan pengalaman sebelumnya dengan formula

$$Y = f(X_1, X_2, X_3, X_4, X_5) \dots\dots\dots(4.1)$$

Tabel 4.18

Hasil Estimasi Regresi Linear Berganda dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Wisata di Objek Wisata Goa Kreo

Variabel	Koefisien	Std. Error	Std.Koef	t	Sig.
Konstanta	1,282	0,682		1,880	0,063
TC	-6,562E-005	0,000	-0,317	-3,829	0,000
Pendidikan	-0,028	0,182	-0,014	0,155	0,877
Pendapatan	0,129	0,089	0,130	1,450	0,150
Jarak	-0,015	0,008	-0,153	-1,872	0,064
PengalamanSebelumnya	1,981	0,313	0,505	6,323	0,000
F statistik	13,602				
R²	0,42				
Adjs R²	0,389				
N	100				

Sumber: Lampiran

Dari hasil tersebut, apabila ditulis persamaan regresi adalah sebagai berikut:

$$Y = 1,282 - 6,562E-005 X_1 - 0,028 X_2 + 0,129 X_3 - 0,015 X_4 + 1,981 X_5 \dots(4.2)$$

Keterangan :

- Y = Jumlah permintaan pariwisata ke objek wisata Goa Kreo
- X1 = Biaya Perjalanan ke objek wisata Goa Kreo
- X2 = Pendidikan
- X3 = Pendapatan
- X4 = Jarak
- X5 = Pengalaman Sebelumnya.

Nilai konstanta β_0 sebesar 1,282 dapat diartikan bahwa apabila semua variabel bebas yaitu biaya perjalanan ke objek wisata Goa Kreo, pendidikan, pendapatan, jarak dan pengalaman sebelumnya dianggap sama dengan nol, maka jumlah kunjungan bernilai 1,282 kali dalam satu tahun terakhir.

Dari hasil estimasi secara statistik dapat diketahui bahwa, ada beberapa variabel bebas dalam penelitian ini yang tidak signifikan pengaruhnya terhadap variabel terikat yaitu variabel pendidikan, pendapatan dan jarak. Variabel bebas yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap jumlah permintaan secara statistik adalah biaya perjalanan ke objek wisata Goa Kreo dan pengalaman sebelumnya. Variabel biaya perjalanan (*travel cost*) ke objek wisata Goa Kreo dengan nilai koefisien regresi sebesar -6,562E-005 menghasilkan nilai yang negatif, hal ini berarti peningkatan biaya perjalanan sebesar satu persen akan mengakibatkan terjadinya penurunan jumlah permintaan sebesar 6,562E-005 dengan asumsi bahwa pendidikan, pendapatan, jarak dan pengalaman sebelumnya dalam keadaan

tetap (konstan). Dengan demikian semakin tinggi biaya perjalanan ke objek wisata Goa Kreo maka jumlah permintaan ke objek wisata Goa Kreo semakin menurun.

Dalam sisi ekonomi hubungan negatif antara biaya perjalanan (*travel cost*) dan jumlah permintaan objek wisata Goa Kreo berarti bahwa harga yang semakin rendah dapat mengakibatkan meningkatnya jumlah permintaan objek wisata Goa Kreo. Harga biaya perjalanan yang murah dapat meningkatkan jumlah pengunjung, sehingga perekonomian yang berada di sekitar objek wisata Goa Kreo dapat bergerak menjadi semakin maju, selain itu dapat meningkatkan pendapatan daerah.

Variabel pengalaman sebelumnya dengan nilai koefisien regresi sebesar 1,981 menghasilkan nilai positif, hal ini berarti jika mempunyai pengalaman sebelumnya maka akan mengakibatkan terjadinya peningkatan jumlah permintaan ke objek wisata Goa Kreo sebesar 1,981 kali dengan asumsi biaya perjalanan ke objek wisata Goa Kreo, pendidikan, pendapatan dan jarak dalam keadaan tetap (konstan). Berdasarkan nilai di atas dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi pengalaman berkunjung sebelumnya maka semakin tinggi jumlah permintaan ke objek wisata Goa Kreo. Adanya pengaruh positif dari pengalaman sebelumnya terhadap jumlah permintaan wisata objek wisata Goa Kreo disebabkan karena lokasi objek wisata yang dekat dengan rumah dan biaya yang dikeluarkan untuk menuju ke objek wisata Goa Kreo rendah membuat pengunjung yang pernah datang sebelumnya dan merasa puas akan memiliki niat untuk kembali mengunjunginya, sehingga pengalaman individu yang sudah pernah berkunjung, tidak asing dengan objeknya dan kepuasan individu dalam mengunjungi suatu

objek wisata akan menjadi faktor-faktor yang kuat untuk melakukan kunjungan wisata. Pengalaman berkunjung sebelumnya ke objek wisata Goa Kreo dapat dipengaruhi oleh selera dan preferensi pengunjung terhadap permintaan pariwisata ke objek wisata Goa Kreo.

Hasil pengujian dalam penelitian ini terdapat dua dari lima variabel bebas yang berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat yaitu variabel biaya perjalanan ke objek wisata Goa Kreo dan pengalaman sebelumnya. Hasil pengujian tersebut sesuai dengan penelitian terdahulu yang telah dijelaskan dalam bab dua tinjauan pustaka. Variabel biaya perjalanan dalam penelitian ini mempunyai pengaruh yang negatif dan signifikan terhadap jumlah kunjungan objek wisata Goa Kreo, hal tersebut sesuai dengan penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Irma Afia Salma dan Indah Susilowati dengan judul Analisis Permintaan Obyek Wisata Alam Curug Sewu, Kabupaten Kendal dengan Pendekatan *Travel Cost Method*, Diana Igunawati dengan judul Analisis Permintaan Obyek Wisata Tirta Waduk Cacaban, Kabupaten Tegal, Fanita Osha Tazkia dengan judul Analisis Permintaan Obyek Wisata Pemandian Air Panas Kalianget, Kabupaten Wonosobo dengan pendekatan *Travel Cost*, Dolina Gitapati dan Y. Bagio Mudakir dengan judul Analisis Kunjungan Wisatawan Objek Wisata Nglimut Kecamatan Limbangan Kabupaten Kendal, serta Dwi Hary Baskoro dan Y. Bagio Mudakir dengan judul Analisis Kunjungan Objek Wisata Lawang Sewu di Kota Semarang.

Variabel kedua yang berpengaruh signifikan terhadap Y adalah variabel pengalaman sebelumnya dan memiliki pengaruh yang positif. Hal ini sesuai

dengan penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Diana Igunawati dengan judul Analisis Permintaan Obyek Wisata Tirta Waduk Cacaban, Kabupaten Tegal, dengan memasukkan variabel pengalaman sebelumnya sebagai salah satu variabel bebas. Sedangkan hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Jefri A. Mateka, Erlinda Indrayani dan Nuddin Harahap berbeda karena pengalaman sebelumnya dalam penelitian tersebut mempunyai pengaruh yang tidak signifikan.

Variabel pendidikan dalam penelitian ini mempunyai pengaruh yang negatif dan tidak signifikan. Hal tersebut sesuai dengan dua penelitian sebelumnya yang memasukkan variabel pendidikan sebagai variabel bebas yaitu penelitian yang dilakukan oleh Irma Afia Salma dan Indah Susilowati dengan judul Analisis Permintaan Obyek Wisata Alam Curug Sewu, Kabupaten Kendal dengan Pendekatan *Travel Cost Method* dan Jefri A. Mateka, Erlinda Indrayani dan Nuddin Harahap dengan judul Objek Wisata Pantai Balekambang Kabupaten Malang Jawa Timur.

Variabel pendapatan dalam penelitian ini mempunyai pengaruh positif dan tidak signifikan. Hal tersebut sesuai dengan tiga penelitian sebelumnya diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Irma Afia Salma dan Indah Susilowati dengan judul Analisis Permintaan Obyek Wisata Alam Curug Sewu, Kabupaten Kendal dengan Pendekatan *Travel Cost Method*, Diana Igunawati dengan judul Analisis Permintaan Obyek Wisata Tirta Waduk Cacaban, Kabupaten Tegal dan Dolina Gitapati dan Y. Bagio Mudakir dengan judul Analisis Kunjungan Wisatawan Objek Wisata Nglimut Kecamatan Limbangan Kabupaten Kendal.

Variabel jarak dalam penelitian ini mempunyai pengaruh negatif dan tidak signifikan. Hal tersebut tidak sesuai dengan penelitian sebelumnya.

4.3.4 Perhitungan Valuasi Ekonomi

Dalam penelitian ini untuk menghitung valuasi ekonomi digunakan metode biaya perjalanan individu (*Individual Travel Cost Method*), yaitu dengan menghitung nilai surplus konsumen tiap individu pertahun. Hasil regresi antara jumlah kunjungan (Y) dengan variabel bebas menghasilkan model permintaan seperti terlihat pada persamaan 4.1 yang kemudian dari persamaan tersebut meregres kembali variabel jumlah kunjungan (Y) dan variabel TC (X1) sehingga menjadi:

$$D_x = Q_x = 3,205 - 0,00007917 P \dots\dots\dots(4.3)$$

Selanjutnya persamaan di atas digunakan untuk menghasilkan surplus konsumen sebagai nilai ekonomi. Untuk menghasilkan surplus konsumen per individu per tahun digunakan perhitungan integral terbatas dengan batas atas sebesar Rp 38.500,00 (P^1) dan batas bawah sebesar Rp 3500,00 (P^2). Untuk menghitung surplus konsumen digunakan persamaan (3.11).

Berikut uraian perhitungan surplus konsumen dan nilai ekonomi :

Fungsi permintaan diperoleh dari hasil regresi

$$D_x = Q_x = 3,205 - 0,00007919 P$$

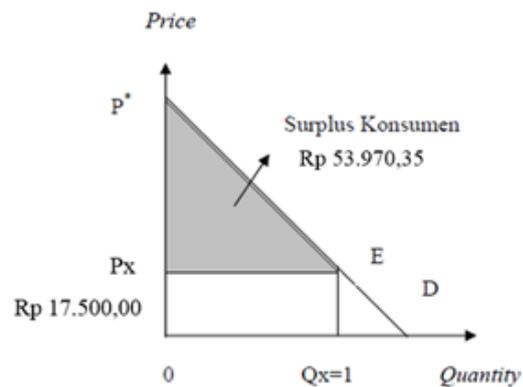
Dengan jumlah kunjungan rata-rata sebesar 2 kali dan biaya maksimal sebesar Rp 38.500,00 (sebagai batas atas) dan biaya minimal sebesar Rp 3.500,00 (sebagai batas bawah) maka Surplus Konsumen (SK) diperoleh sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 SK &= \int_{3500}^{38500} (3,205 - 0,00007919 P) dP \\
 &= \int_{3500}^{38500} 3,205 P - 0,000039595 P^2 \\
 &= (3,205 (38.500) - 0,000039595 (38.500)^2) - (3,205 (3.500) - \\
 &\quad 0,000039595 (3.500)^2) \\
 &= (123.392,5 - 0,000039595 (1.482.250.000)) - (11.217,5 - 0,000039595 \\
 &\quad (12.250.000)) \\
 &= (123.392,5 - 58.689,68875) - (11.217,5 - 485,03875) \\
 &= 64.702,81125 - 10.732,46125 \\
 &= 53.970,35 \text{ per individu per tahun} \\
 &= 26.985,175 \text{ per individu tiap 1 kali kunjungan.}
 \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan diperoleh surplus konsumen per individu per tahun adalah Rp 53.970,35 dimana pengunjung yang datang ke objek wisata Goa Kreo rata-rata telah berkunjung 2 kali ke tempat tersebut. Sehingga diketahui bahwa kelebihan (surplus) yang dinikmati konsumen karena kemampuannya untuk membayar melebihi permintaan aktualnya dimana nilai aktual tersebut untuk individu sebesar Rp 17.500,00 dan surplus konsumen setahun yang di dapat

sebesar Rp 53.970,35 per individu per tahun atau Rp 26.985,175 per individu per satu kali kunjungan.

Gambar 4.8
Surplus Konsumen Objek Wisata Goa Kreo



Sumber: Lampiran H

Gambar di atas menunjukkan bahwa harga rata-rata yang dibayarkan oleh pengunjung objek wisata Goa Kreo untuk 1 kali kunjungan adalah Rp 17.500,00 karena tidak mungkin mengenakan harga yang berbeda pada setiap individu yang berkunjung, maka P_x menjadi harga yang dibayarkan bagi setiap pengunjung. Akan tetapi setiap individu memiliki *Willingness To Pay* (kerelaan untuk membayar) yang berbeda, bisa lebih tinggi atau lebih rendah dari P_x . Individu-individu yang mau membayar lebih tinggi akan menerima surplus konsumen sebesar Rp53.970,35 per individu per tahun atau Rp 26.985,175 per individu untuk satu kali kunjungan. Total keuntungan yang diperoleh berada di daerah di

bawah kurva permintaan yaitu $OP \times P^*EQ_x$. Daerah segitiga PxP^*E merupakan surplus konsumen, sedangkan daerah segiempat $Op \times EQ_x$ merupakan total pengeluaran individu.

Surplus konsumen sebesar Rp 26.985,175 per individu per satu kali kunjungan menunjukkan bahwa keuntungan yang diperoleh konsumen yaitu pengunjung Objek Wisata Goa Kreo masih jauh diatas harga rata-rata pengeluaran perjalanan ke Goa Kreo yaitu sebesar Rp 17.500,00 per satu kali kunjungan. Hal ini berarti Objek Wisata Goa Kreo memberikan manfaat yang lebih besar dari apa yang ditawarkan terhadap para pengunjung dan juga dari biaya yang harus mereka keluarkan agar dapat menikmati Objek Wisata Goa Kreo.

Perhitungan nilai total ekonomi sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Nilai Total Ekonomi} &= SK \times \text{Jumlah Kunjungan} \\ &= 53.970,35 \times 134.695 = 7.269.536.293,25 \end{aligned}$$

Untuk memperoleh nilai total ekonomi, maka surplus konsumen per individu per tahun sebesar Rp 53.970,35 dikalikan dengan jumlah pengunjung tahun 2015 yaitu sebesar 134.695 pengunjung, sehingga diperoleh nilai total ekonomi objek wisata Goa Kreo sebesar Rp 7.269.536.293,25 per tahun.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan untuk menganalisis permintaan pariwisata Goa Kreo, dengan menggunakan metode *travel cost*, maka dapat disimpulkan:

1. Dari hasil uji t-statistik menunjukkan bahwa diantara ke lima variabel bebas hanya dua variabel yang berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat, yaitu variabel biaya perjalanan ke objek wisata Goa Kreo dan pengalaman sebelumnya.
2. Variabel *travel cost* atau biaya perjalanan memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap jumlah permintaan objek wisata Goa Kreo. Alasan yang mendasari biaya perjalanan memiliki pengaruh negatif karena objek wisata Goa Kreo lebih banyak dikunjungi oleh orang-orang yang berada di sekitar objek Wisata Goa Kreo dengan alasan jarak yang dekat, maka biaya perjalanan yang dikeluarkan akan lebih murah atau sedikit. Hal berarti bahwa pengunjung objek wisata Goa Kreo sebagian besar adalah wisatawan yang berdomisili disekitar objek wisata Goa Kreo (jarak lokasi wisata <30 km).
3. Variabel pengalaman berkunjung memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah permintaan objek wisata Goa Kreo. Alasannya pengunjung mau berkunjung karena sebelumnya sudah

mengetahui lingkungan objek wisata Goa Kreo. Selain itu adanya tujuan lain selain untuk berwisata seperti olahraga dan memancing.

4. Dalam penelitian ini variabel pendidikan dan pendapatan diperoleh hasil yang tidak signifikan terhadap jumlah permintaan objek wisata Goa Kreo. Hal ini berarti bahwa objek wisata Goa Kreo kurang menarik bagi pengunjung yang memiliki pendidikan dan pendapatan tinggi, karena masyarakat yang memiliki pendidikan dan pendapatan tinggi akan mencari objek wisata yang dapat memberikan kepuasan maksimal. Sehingga dapat dikatakan objek wisata Goa Kreo hanya diminati oleh masyarakat kalangan tertentu saja, terutama masyarakat sekitar objek wisata Goa Kreo.
5. Variabel jarak dalam penelitian ini mempunyai pengaruh negatif dan tidak signifikan. Artinya sikap wisatawan akan melakukan permintaan pariwisata apabila mendapatkan kepuasan yang maksimal meskipun jarak yang ditempuh lebih jauh, sedangkan dalam penelitian ini variabel jarak tidak menjadi pertimbangan bagi wisatawan yang berkunjung ke Goa Kreo.
6. Surplus konsumen sebesar Rp 26.997,473125 per individu per satu kali kunjungan menunjukkan bahwa keuntungan yang diperoleh konsumen yaitu pengunjung Goa Kreo masih jauh diatas rata-rata pengeluaran biaya perjalanan ke Goa Kreo yaitu sebesar Rp 17.500,00 per kunjungan. Hal ini berarti objek wisata Goa Kreo memberikan manfaat yang lebih besar dari apa yang ditawarkan kepada para pengunjung

dan juga dari biaya yang harus mereka keluarkan agar dapat menikmati Objek Wisata Goa Kreo.

5.2 Saran

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

1. Berdasarkan koefisien variabel pendapatan yang bertanda positif dapat disimpulkan bahwa objek wisata Goa Kreo merupakan barang normal sehingga semakin tinggi penghasilan pengunjung akan semakin tinggi jumlah permintaan wisata ke objek wisata Goa Kreo. Pada kenyataannya semakin tinggi penghasilan pengunjung maka mereka akan memilih tempat wisata lain yang memiliki tingkat prestise yang lebih tinggi. Untuk itu, diperlukan pengembangan dan penganeekaragaman daya tarik wisata (seperti pengadaan pertunjukkan perjalanan Sunan Kalijaga sampai bertemu dengan sekawan keraton), penambahan wahana-wahana khusus yang menjadi ciri khas objek wisata Goa Kreo, penambahan fasilitas rumah makan yang menyajikan hasil alam di sekitar objek wisata Goa Kreo. Selain itu dapat pula didirikan areal khusus pemancingan yang nyaman dan aman, sehingga dapat menarik pengunjung agar pengunjung yang telah berkunjung bersedia untuk datang kembali ke objek wisata Goa Kreo, dan pengunjung yang belum pernah berkunjung tertarik untuk segera mengunjungi dan berwisata di objek wisata Goa Kreo.

2. Koefisien variabel jarak menunjukkan tanda negatif, dapat disimpulkan bahwa semakin jauh tempat wisata maka semakin rendah jumlah permintaan wisata ke Goa Kreo juga sebaliknya. Karena jarak menentukan tinggi rendahnya jumlah permintaan wisata ke Goa Kreo, untuk menekan waktu tempuh menuju ke objek wisata Goa Kreo, maka kemudahan akses, kualitas jalan menuju ke objek wisata Goa Kreo serta penambahan petunjuk menuju ke objek wisata Goa Kreo perlu ditingkatkan.
3. Biaya perjalanan menuju objek wisata Goa Kreo berpengaruh terhadap jumlah permintaan objek wisata Goa Kreo. Koefisien variabel yang menunjukkan tanda negatif dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi biaya perjalanan menuju objek wisata Goa Kreo akan semakin rendah jumlah permintaan wisata ke Goa Kreo, begitu pula sebaliknya. Oleh karena itu perlu adanya sarana dan prasarana pendukung seperti bus wisata Goa Kreo yang digunakan untuk mengantar para pengunjung di titik-titik tertentu menuju objek wisata Goa Kreo.
4. Pengalaman berkunjung berpengaruh terhadap jumlah permintaan objek wisata Goa Kreo. Koefisien variabel yang menunjukkan tanda positif dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi pengalaman berkunjung akan meningkatkan jumlah permintaan objek wisata Goa Kreo, begitu pula sebaliknya. Saran berdasarkan hasil penelitian ini perlu diadakan hadiah undian yang dapat menarik wisatawan berkunjung lagi ke objek wisata Goa Kreo.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David dan Kumar. 1995. *Marketing Research*. NJ: John Wiley & Sons, Inc.
- A.J., Muljadi. 2012. *Kepariwisata dan Perjalanan*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Ali, Mohammad. 1995. *Strategi Penelitian Pendidikan*. Bandung: Angkasa.
- Anasthacia, Novrani. 2014. *Analisis Permintaan Wisatawan Nusantara Objek Wisata Taman Nasional Karimunjawa, Kabupaten Jepara*. Skripsi Tidak Dipublikasikan. Fakultas Ekonomi. Universitas Diponegoro.
- Anindita, Melisa. 2015. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kunjungan ke Kolam Renang Boja*. Skripsi Tidak Dipublikasikan. Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan. Universitas Diponegoro.
- Arikunto, Suharsimi. 1999. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. ed. Rev. IV. Yogyakarta: Rineka Cipta.
- Baskoro, Dwi Hary dan Y. Bagio Mudakir. 2013. *Analisis Kunjungan Obyek Wisata Lawang Sewu di Kota Semarang*. Jurnal Ekonomi Diponegoro, Vol 2 No.4/2013.
- Boediono. 1996. *Seri Sinopsis Pengantar Ilmu Ekonomi No.2: Ekonomi Mikro*. Yogyakarta: BPFE.
- Djjono. 2002. *Valuasi Ekonomi Menggunakan Metode Travel Cost Taman Wisata Hutan di Taman Wisata Wan Abdul Rahman, Propinsi Lampung*. Makalah Pengantar Falsafah Sains (PPS702).
<http://rudict.tripod.com/sem023/adnanwantasem.htm>
- Faisal, Abdullah. 2005. *Analisis Permintaan Objek Wisata Candi Gedong Songo Kabupaten Semarang*. Skripsi Tidak Dipublikasikan. Fakultas Ekonomi. Universitas Diponegoro.
- Garrod, Guy and Kenneth G. Willis. 1990. *Economic Valuation of The Environment; Methods and Case Studies*. United Kingdom: Edward Elgar Publishing Limited.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Multivariat dengan Program SPSS*. Edisi Ketiga. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Multivariat Dengan Program SPSS*. Cetakan Keempat. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gitapati, Dolina dan Bagio Mudakir. 2012. *Analisis Kunjungan Wisata Obyek Wisata Nglimut Kecamatan Limbangan Kabupaten Kendal*. Universitas Diponegoro.

- Gujarati, Damondar N dan Dawn C. Porter. 2011. *Dasar-dasar Ekonometrika*. Jakarta: Salemba Empat.
- Gujarati, Damondar N dan Dawn C. Porter. 2012. *Dasar-dasar Ekonometrika*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hufschmidt, M.M. et al. 1987. *Lingkungan Sistem Alami dan Pembangunan*. Terjemahan. UGM Press.
- Igunawati, Diana. 2010. *Analisis Permintaan Obyek Wisata Tirta Waduk Cacaban Kabupaten Tegal*. Skripsi Tidak Dipublikasikan. Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan. Universitas Diponegoro.
- Mateka, Jefri A. Erlinda Indrayani dan Nuddin Harahap. 2013. *Obyek Wisata Pantai Balekambang Kabupaten Malang Jawa Timur*. Jurnal APi Student, Vol I No. 1 pp 12-22/Universitas Brawijaya.
- McEachern, William. 2001. *Ekonomi Mikro*. Jakarta: Salemba Empat. Terjemahan. Sigit Triandaru.
- Nicholson, Walter. 1995. *Teori Mikro Ekonomi*. Jilid 1. Edisi ke lima. Jakarta: Bina Rupa Aksara.
- Nicholson, Walter. 2002. *Mikroekonomi Intermediate dan Aplikasinya*. Edisi Kedelapan. Jakarta: Erlangga.
- Pomeroy, R. S. 1992. *Economics Valuation: Available Methods dalam Chua T.E dan L.F Scura. Integrative Framework and Methods for Coastal Area Management Association of Southeast Asian Nation/United States Coastel Resources Management Project*.
- Raharjani, Jeni. 2005. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Pasar Swalayan sebagai Tempat Berbelanja (Studi Kasus Pada Pasar Swalayan di Kawasan Seputar Simpang Lima Semarang)*. Vol.2 No.1/Januari 2005.
- Salma, Irma Afia dan Indah Susilowati. 2004. *Analisis Permintaan Objek Wisata Alam Curug Sewu, Kabupaten Kendal dengan Pendekatan Travel Cost*. Jurnal Dinamika Pembangunan, Vol 1 No.2/Desember 2004.
- Samuelson, Paul A., William D. Nordhaus. 1998. *Economics*. Mc. Grow Hill.
- Samuelson, Paul A dan William D. Nordhaus. 2003. *Ilmu Mikroekonomi*. Alih Bahasa: Nur Rosyidah, Annal Elly, dan Bosco Carvallo. Jakarta: Media Global Edukasi.
- Sinclair, M. Thea dan Stabler, Mike. 1997. *Economics of Tourism*. Rout Ledge: London.
- Soekirno, Sadono. 1994. *Pengantar Teori Ekonomi*. Jakarta: PT. Rajawali Grafindo Persada.

- Spillane, James. 1987. *Pariwisata Indonesia Sejarah dan Prospeknya*. Yogyakarta: Kanisius.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2011. *Statistik untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Suparmoko. 1997. *Ekonomi Sumber Daya Alam dan Lingkungan*. Yogyakarta: BPFE.
- Suparmoko dan Maria R Suparmoko. 2000. *Ekonomi Lingkungan*. Edisi Pertama. Yogyakarta: BPFE.
- Suwantoro, Gamal. 2002. *Dasar-Dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Tazkia, Fanita Osha. 2012. *Analisis Permintaan Obyek Wisata Pemandian Air Panas Kalianget Kabupaten Wonosobo dengan Pendekatan Travel Cost*. Skripsi Tidak Dipublikasikan. Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan. Universitas Diponegoro.
- Turner, R. D.K., et al. 1994. *Environmental Economics an Elementary Introduction*. Harvester Wheatsheaf.
- Wahab, Salah. 2007. *Manajemen Pariwisata*. Jakarta: PT Pradaya Paramita.
- Yuwana, Deva Milian Satria. 2010. *Analisis Permintaan Kunjungan Objek Wisata (Studi Kasus Di Kawasan Dataran Tinggi Dieng Kabupaten Banjarnegara)*. Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Yoeti, Oka A. 2008. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: PT Pradaya Paramita.
- Undang-Undang Republik Indonesia, Nomor 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisataa.
- Undang-Undang Republik Indonesia, Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan.

LAMPIRAN

Lampiran A Kuesioner

KUESIONER PENELITIAN TENTANG ANALISIS PERMINTAAN OBYEK WISATA GOA KREO, KOTA SEMARANG

Tanggal

Nama Responden

Alamat

Sosial Ekonomi

1. Umur.....(tahun)
2. Jenis Kelamin

1. Laki-laki	2. Perempuan
--------------	--------------
3. Status

1. Menikah	2. Belum Menikah
------------	------------------
4. Pendidikan terakhir
 - a. SD/MI/Sederajat
 - b. SMP/MTs/Sederajat
 - c. SMA/MA/Sederajat
 - d. Perguruan Tinggi (Mahasiswa)
 - e. Lainnya
5. Pekerjaan
 - a. PNS/ TNI/ POLRI
 - b. Pegawai Swasta
 - c. Wiraswasta (usaha sendiri)
 - d. Pelajar/ Mahasiswa
 - e. Lainnya
6. Pendapatan
 - a. Kurang dari Rp 1.500.000
 - b. Rp 1.500.000 – Rp 2.500.000
 - c. Rp 2.500.000 – Rp 3.500.000
 - d. Rp 3.500.000 – Rp 4.500.000
 - e. Lebih dari Rp 4.500.000

Kunjungan Wisata

7. Alat transportasi yang digunakan untuk datang ke objek wisata Goa Kreo
 - a. Sepeda motor
 - b. Mobil pribadi
 - c. Kendaraan umum
 - d. Jalan kaki
 - e. Lainnya

8. Berapa lama perjalanan yang Anda butuhkan untuk menuju objek wisata Goa Kreo ? (menit/jam)
9. Jarak tempat tinggal dengan tempat wisata(km)
10. Apakah jarak mempengaruhi minat wisata Anda ?
 - a. Ya,
 - b. Tidak,
11. Apakah sebelumnya Anda sudah pernah berkunjung ke Goa Kreo ?
 - a. Ya
 - b. Tidak
12. Sudah berapa kali Anda datang ke Goa Kreo dalam 1 tahun terakhir ? kali
13. Apakah tujuan/ motivasi Anda datang ke objek wisata Goa Kreo ?
 - a. Rekreasi
 - b. Olahraga
 - c. Lainnya.....
14. Dengan siapa Anda datang ke objek wisata Goa Kreo ?
 - a. Sendiri
 - b. Keluarga
 - c. Teman/ rombongan
15. Berapa lama waktu yang Anda habiskan di objek wisata Goa Kreo ?
.....(menit)
16. Apa yang membuat Anda tertarik untuk datang ke objek wisata Goa Kreo ?
.....
.....
.....
17. Bagaimana tingkat kepuasan Anda terhadap fasilitas di objek wisata Goa Kreo?
 - a. Sangat lengkap
 - b. Lengkap
 - c. Cukup lengkap
 - d. Kurang lengkap
 - e. Tidak lengkap

Alasannya
18. Apa kesan Anda tentang objek wisata Goa Kreo ?
.....
.....
.....

19. Apakah Anda bersedia untuk datang berkunjung lagi ke sini ?

- a. Ya
- b. Tidak

Alasannya

20. Apakah saran Anda untuk pengembangan objek wisata Goa Kreo ?

.....

21. Apa alasan Anda datang ke objek wisata Goa Kreo ?

- a. Dekat rumah
- b. Biaya perjalanan lebih murah
- c. Fasilitas lebih baik dan menarik
- d. Lainnya,

22. Anda lebih senang datang ke objek wisata

- a. Pantai
- b. Pegunungan
- c. Danau
- d. Waduk
- e. Lainnya,

Biaya Perjalanan (Travel Cost)

23. Berapa jumlah pengeluaran yang Anda keluarkan selama berekreasi di Goa Kreo ?

Jenis Pengeluaran	Jumlah Pengeluaran Individu
A. Biaya Transportasi <ul style="list-style-type: none"> • Kendaraan pribadi • Angkutan umum • Parkir 	
B. Biaya Konsumsi	
C. Karcis masuk <ul style="list-style-type: none"> • Dewasa • Anak-anak 	
D. Biaya Dokumentasi	
E. Oleh-oleh	
F. Lainnya	
Total	

Lampiran B

Data Mentah Pengunjung Objek Wisata Goa Kreo

No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
1	8500	20	0	2	3	4	1	1	8	2	2	1	3	1	3	120	5	1	1
2	14500	21	0	2	3	4	1	1	81	46	2	1	1	1	3	120	4	1	2
3	20500	18	0	2	3	4	1	1	71	25	1	1	1	1	3	120	5	2	1
4	13500	21	1	2	3	4	1	1	39	19	2	0	0	1	3	180	3	1	2
5	9500	19	0	2	3	4	1	1	25	11	2	1	1	1	3	180	4	1	2
6	13500	22	1	2	3	4	1	1	27	11	2	1	1	1	2	60	4	1	2
7	18500	27	1	2	4	2	5	5	29	14	2	0	0	1	3	180	4	1	4
8	25500	22	1	2	4	2	5	5	51	21	2	1	1	1	3	60	3	1	4
9	15500	27	1	1	4	2	5	5	17	6.5	2	1	2	1	3	180	4	1	2
10	15500	25	1	1	4	2	5	5	14	5	2	1	1	1	1	180	2	1	4
11	23500	23	0	1	3	2	1	1	29	12	2	1	1	1	2	120	4	1	4
12	13500	21	1	2	3	4	1	1	23	10	2	1	1	1	1	30	5	1	4
13	27500	21	0	2	2	3	2	1	95	73	2	1	1	1	2	90	4	1	4
14	12500	50	1	1	3	2	2	1	15	7	2	1	1	1	2	120	4	1	2
15	28500	30	1	2	4	2	5	2	95	50	2	1	1	1	3	120	4	1	4
16	12500	32	1	1	2	2	1	1	75	35	2	1	1	1	3	60	4	1	2
17	38500	19	1	2	3	2	1	2	48	25	2	1	1	1	3	120	3	1	4
18	15500	20	0	2	4	4	1	2	75	40	2	1	1	1	3	240	4	1	4
19	23500	20	1	2	3	2	1	2	100	55	1	1	1	1	3	240	4	1	4
20	14500	24	0	1	4	3	2	1	90	43	2	1	2	1	2	180	4	1	4
21	13500	19	0	2	3	4	1	1	25	10	2	1	2	1	3	120	4	1	4
22	13500	19	0	2	3	4	1	1	26	10	2	1	1	1	3	120	4	1	4
23	18500	18	0	2	3	3	2	1	47	25	2	1	1	1	3	300	4	1	4
24	15500	19	0	2	3	2	2	1	45	24	2	1	2	1	3	240	4	1	4
25	13500	19	0	2	3	4	1	1	13	5	1	1	4	1	3	180	4	1	4
26	25500	18	0	2	3	4	1	1	18	8	2	1	1	3	3	120	4	1	1
27	3500	20	1	2	3	5	2	3	25	10	2	1	1	3	3	180	4	1	3
28	10500	25	1	2	3	2	1	1	27	12	2	1	2	1	3	120	4	1	2
29	13500	45	0	1	2	3	1	1	22	10	1	1	2	1	2	120	4	1	4
30	14500	22	0	2	3	2	2	2	21	9	2	1	5	1	2	180	4	1	2
31	14500	24	1	2	3	2	2	2	18	8	2	1	3	1	2	120	4	1	2
32	16500	28	0	1	3	2	1	1	25	11	2	1	3	1	2	180	4	1	4
33	14500	30	1	1	3	2	1	1	20	9	2	1	2	1	2	120	4	1	4
34	10500	61	1	1	1	4	2	2	18	8	1	1	1	1	2	60	4	1	4
35	13500	28	1	2	4	2	2	2	17	7	1	1	2	1	2	120	4	1	4
36	13500	19	0	2	3	4	1	1	35	17	2	1	1	1	3	180	4	1	1
37	13500	18	0	2	3	4	1	1	40	15	2	1	3	1	3	180	3	1	2

Lanjutan....

38	18500	22	0	2	3	4	1	1	46	17	2	1	1	1	3	300	4	1	4
39	18500	22	0	2	3	4	1	1	27	10	1	1	1	1	3	120	4	1	4
40	23500	22	0	2	3	4	1	1	72	44	2	1	1	1	3	120	4	1	4
41	10500	22	0	2	3	3	2	1	19	8	2	1	1	1	3	120	4	1	3
42	13500	20	0	2	3	5	1	1	20	9	2	1	4	1	2	180	4	1	4
43	14500	19	1	2	3	4	1	1	26	11	2	1	2	3	3	120	4	1	4
44	23500	25	0	2	4	3	4	1	28	12	2	1	1	3	3	120	4	1	4
45	15500	21	1	2	4	3	2	1	36	15	2	1	2	1	3	60	4	1	3
46	23500	26	1	2	4	4	1	3	21	9	2	1	1	1	3	120	3	1	1
47	24500	20	1	2	3	4	1	1	71	43	2	1	1	1	3	120	4	1	1
48	13500	22	1	2	3	4	1	1	27	11	1	1	1	1	3	60	5	1	4
49	23500	22	0	2	3	4	1	1	20	9	1	1	1	1	3	60	4	2	4
50	21500	21	0	2	3	4	1	1	18	8	2	1	1	1	3	60	4	1	4
51	28500	17	1	2	3	4	1	1	14	6	2	0	0	1	3	120	4	2	2
52	28500	28	1	2	3	4	2	1	15	6	1	0	0	1	3	120	4	1	3
53	12500	22	1	2	3	4	1	1	18	8	2	1	3	3	3	120	4	1	1
54	28500	22	0	2	4	5	1	1	29	14	2	0	0	1	3	120	4	1	3
55	13500	26	0	2	4	2	3	1	48	19	1	0	0	1	3	120	3	1	4
56	18500	50	1	1	3	2	3	1	37	15	2	1	2	1	2	180	4	1	4
57	12500	48	0	1	4	1	3	1	14	6	1	1	2	1	2	120	4	1	1
58	10500	35	1	1	4	1	4	1	37	16	1	1	5	1	2	240	4	1	4
59	12500	32	1	1	3	2	2	1	46	21	1	1	3	1	2	180	4	1	1
60	13500	23	1	2	4	2	3	1	100	54	1	1	2	1	3	180	4	1	4
61	13500	22	1	2	3	2	2	1	10	5	2	1	1	1	2	240	3	1	1
62	21500	18	0	2	3	2	2	1	14	6	1	0	0	1	3	180	3	1	4
63	14500	24	1	2	3	2	5	2	19	8	2	1	3	3	3	180	4	1	2
64	12500	23	0	1	3	2	2	1	24	10	2	1	2	1	2	120	4	1	2
65	23500	22	0	2	3	2	2	1	18	8	1	1	1	1	2	150	3	1	4
66	15500	51	0	1	2	5	1	1	19	9	1	1	2	1	2	60	4	1	4
67	10500	18	0	2	3	4	1	2	19	9	1	1	1	1	3	180	4	1	4
68	16500	30	1	1	4	2	3	2	39	19	1	1	1	1	2	120	4	1	1
69	15500	54	1	1	4	3	2	2	23	10	1	1	1	3	1	60	4	1	4
70	11500	22	1	2	3	4	1	2	26	11	2	1	1	1	3	120	3	1	2
71	13500	44	0	1	4	2	2	1	16	7	1	1	3	1	2	180	4	1	1
72	15500	18	0	2	2	4	1	1	19	7.5	1	1	2	1	2	120	4	1	1
73	14500	25	0	2	4	2	2	1	26	11	1	1	3	1	2	120	4	1	4
74	18500	22	1	2	3	4	1	1	27	10	2	1	1	3	2	60	3	1	4
75	14500	37	0	1	4	5	2	1	10	3	1	1	5	1	2	120	4	1	1
76	11500	32	0	1	3	2	2	1	24	10	1	1	3	1	2	120	5	1	4
77	21500	57	1	1	3	3	4	2	48	19	2	1	2	1	2	180	5	1	4

Lanjutan

78	16500	18	0	2	2	4	1	1	24	10	1	1	10	1	3	180	4	1	3
79	23500	39	0	1	3	5	2	1	15	6.5	1	1	1	1	2	120	5	1	4
80	18500	30	1	2	4	2	3	1	40	18	2	1	4	1	1	120	4	1	1
81	18500	18	1	2	2	4	1	1	21	8	2	1	1	1	3	120	4	1	4
82	28500	45	1	1	3	2	5	2	27	12	2	1	2	1	2	150	4	1	4
83	11500	17	1	2	2	4	1	1	30	13	1	1	5	1	3	300	4	1	1
84	28500	49	1	1	3	1	3	1	16	7	1	1	3	1	2	180	3	1	3
85	28500	45	0	1	4	1	4	2	24	10	2	1	1	1	2	120	4	1	4
86	26500	19	1	2	3	4	1	1	50	23	1	1	3	1	3	120	4	1	2
87	16500	55	1	1	3	1	4	1	34	14	1	0	0	1	2	60	4	1	2
88	18500	45	0	1	3	5	2	1	23	11	2	1	2	1	2	240	4	1	1
89	12500	22	0	2	3	4	1	1	17	8	2	1	3	1	3	180	4	1	1
90	26500	22	0	2	3	4	1	1	23	11	1	1	2	3	3	60	2	1	4
91	13500	20	0	2	3	4	1	4	26	10	2	0	0	1	3	60	4	1	1
92	23500	19	0	2	3	4	1	3	41	19	2	1	1	1	3	90	4	1	2
93	12500	19	0	2	3	4	1	3	24	10	1	1	1	1	3	60	3	1	4
94	20500	20	0	2	3	4	1	3	25	12	2	1	1	1	3	60	4	1	4
95	23500	52	1	1	4	1	5	2	28	12	2	1	2	1	2	120	4	1	1
96	24500	54	0	1	4	5	3	2	49	25	2	1	1	1	2	120	4	1	1
97	14500	22	1	2	4	5	1	1	35	17	1	0	0	1	3	120	4	1	2
98	19500	22	1	2	4	5	1	1	10	0.7	1	1	1	1	3	120	4	1	1
99	18500	22	1	2	3	4	1	1	45	20	1	1	1	1	3	180	3	1	2
100	13500	21	1	2	3	4	1	1	30	14	2	0	0	1	3	60	4	1	2

Keterangan :

- 1 = (TC) *travel cost* atau biaya perjalanan menuju ke objek wisata Goa Kreo
- 2 = Umur responden
- 3 = Jenis Kelamin responden (0=perempuan, 1=laki-laki)
- 4 = Status (1=sudah menikah, 2=belum menikah)
- 5 = Pendidikan (1=SD, 2=SMP, 3=SMA, 4=Perguruan tinggi, 5=Lainnya)
- 6 = Pekerjaan (1=PNS/TNI/POLRI, 2=Pegawai swasta, 3=Wiraswasta,
4=Pelajar/Mahasiswa, 5=Lainnya)

- 7 = Pendapatan (1= <1.500.000, 2= 1.500.001-2.500.000, 3= 2.500.001-3.500.000, 4= 3.500.001-4.500.000, 5= >4.500.001)
- 8 = Alat transportasi (1=Sepeda motor, 2=Mobil, 3=Angkutan Umum, 4 Jalan kaki, 5=Lainnya)
- 9 = Lama Perjalanan
- 10 = Jarak
- 11 = Jarak mempengaruhi wisata (1=Ya, 2=Tidak)
- 12 = Pengalaman sebelumnya (0=belum pernah, 1=sudah pernah)
- 13 = Jumlah Kunjungan wisata selama satu tahun terakhir
- 14 = Tujuan (1=rekreasi, 2= , 3=lainnya)
- 15 = Kelompok Kunjungan (1=sendirian, 2=keluarga , 3=teman)
- 16 = Lama Kunjungan
- 17 = Kelengkapan Fasilitas (1=sangat tidak lengkap, 2=tidak lengkap, 3=cukup lengkap/biasa, 4=lengkap, 5=sangat lengkap)
- 18 = Kesiediaan berkunjung kembali (1=bersedia, 2=tidak bersedia)
- 19 = Alasan datang (1=dekat rumah, 2=biaya murah, 3=fasilitas yang lengkap, 4=lainnya)

Lampiran C Hasil Regresi

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	PS, Pendapatan, Jarak, TC, Pendidikan ^b		Enter

- a. Dependent Variable: Kunjungan
b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,648 ^a	,420	,389	,965	,420	13,602	5	94	,000

- a. Predictors: (Constant), PS, Pendapatan, Jarak, TC, Pendidikan
b. Dependent Variable: Kunjungan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	63,288	5	12,658	13,602	,000 ^b
	Residual	87,472	94	,931		
	Total	150,760	99			

- a. Dependent Variable: Kunjungan
b. Predictors: (Constant), PS, Pendapatan, Jarak, TC, Pendidikan

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	-,78	3,06	1,82	,800	100
Residual	-1,683	2,897	,000	,940	100
Std. Predicted Value	-3,254	1,546	,000	1,000	100
Std. Residual	-1,745	3,003	,000	,974	100

- a. Dependent Variable: Kunjungan

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1,282	,682		1,880	,063	
	TC	-6,562E-005	,000	-,317	-3,829	,000	,899
	Pendidikan	-,028	,182	-,014	-,155	,877	,779
	Pendapatan	,129	,089	,130	1,450	,150	,774
	Jarak	-,015	,008	-,153	-1,872	,064	,929
	PS	1,981	,313	,505	6,323	,000	,968

a. Dependent Variable: Kunjungan

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions					
				(Constant)	TC	Pendidikan	Pendapatan	Jarak	PS
1	1	5,232	1,000	,00	,00	,00	,01	,01	,00
	2	,360	3,811	,00	,00	,00	,13	,78	,00
	3	,230	4,765	,01	,01	,00	,59	,15	,10
	4	,110	6,894	,00	,42	,00	,08	,04	,41
	5	,055	9,745	,05	,50	,19	,07	,02	,31
	6	,013	20,403	,94	,07	,80	,11	,00	,17

a. Dependent Variable: Kunjungan

Lampiran D Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,648 ^a	,420	,389	,965	1,957

a. Predictors: (Constant), PS, Pendapatan, Jarak, TC, Pendidikan

b. Dependent Variable: Kunjungan

Lampiran E Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	,93997384
	Absolute	,116
Most Extreme Differences	Positive	,116
	Negative	-,053
Kolmogorov-Smirnov Z		1,159
Asymp. Sig. (2-tailed)		,136

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Lampiran F Uji Heteroskedastisitas (Goldfeld-Quandt)

Regresi Kelompok Data 1

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Pendidikan, Jarak, PS, Tc, Pendapatan ^b		Enter

a. Dependent Variable: Kunjungan

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,621 ^a	,385	,307	1,06360

a. Predictors: (Constant), Pendidikan, Jarak, PS, Tc, Pendapatan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	27,659	5	5,532	4,890	,001 ^b
	Residual	44,119	39	1,131		
	Total	71,778	44			

a. Dependent Variable: Kunjungan

b. Predictors: (Constant), Pendidikan, Jarak, PS, Tc, Pendapatan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,045	1,411		-,032	,975
	Tc	-3,185E-005	,000	-,050	-,383	,704
	Pendidikan	,099	,313	,045	,318	,752
	Pendapatan	,316	,199	,220	1,588	,120
	Jarak	-,021	,015	-,174	-1,340	,188
	PS	2,345	,566	,529	4,144	,000

a. Dependent Variable: Kunjungan

Regresi Kelompok Data 2**Variables Entered/Removed^a**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Pendidikan, TC, Pendapatan, PS, Jarak ^b		Enter

a. Dependent Variable: Kunjungan

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,610 ^a	,372	,291	,86096

a. Predictors: (Constant), Pendidikan, TC, Pendapatan, PS, Jarak

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	17,091	5	3,418	4,611	,002 ^b
	Residual	28,909	39	,741		
	Total	46,000	44			

a. Dependent Variable: Kunjungan

b. Predictors: (Constant), Pendidikan, TC, Pendapatan, PS, Jarak

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,122	1,079		1,966	,056
	TC	-3,134E-005	,000	-,140	-1,062	,295
	Pendidikan	-,475	,280	-,255	-1,700	,097
	Pendapatan	,134	,106	,187	1,261	,215
	Jarak	-,013	,010	-,185	-1,357	,182
	PS	1,616	,392	,543	4,125	,000

a. Dependent Variable: Kunjungan

Lampiran G Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1 (Constant)	1,282	,682		1,880	,063					
TC	-6,562E-005	,000	-,317	-3,829	,000	-,383	-,367	-,301	,899	1,112
Pendidikan	-,028	,182	-,014	-,155	,877	-,053	-,016	-,012	,779	1,284
Pendapatan	,129	,089	,130	1,450	,150	,045	,148	,114	,774	1,292
Jarak	-,015	,008	-,153	-1,872	,064	-,188	-,190	-,147	,929	1,076
PS	1,981	,313	,505	6,323	,000	,521	,546	,497	,968	1,033

a. Dependent Variable: Kunjungan

Coefficient Correlations^a

Model		PS	Pendapatan	Jarak	TC	Pendidikan	
1	Correlations	PS	1,000	-,033	-,104	,111	,107
		Pendapatan	-,033	1,000	,012	-,137	-,449
		Jarak	-,104	,012	1,000	-,252	-,015
		TC	,111	-,137	-,252	1,000	-,028
		Pendidikan	,107	-,449	-,015	-,028	1,000
	Covariances	PS	,098	-,001	,000	5,971E-007	,006
		Pendapatan	-,001	,008	8,538E-006	-2,090E-007	-,007
		Jarak	,000	8,538E-006	6,365E-005	-3,450E-008	-2,205E-005
		TC	5,971E-007	-2,090E-007	-3,450E-008	2,937E-010	-8,830E-008
		Pendidikan	,006	-,007	-2,205E-005	-8,830E-008	,033

a. Dependent Variable: Kunjungan

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimen sion	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions					
				(Constant)	TC	Pendidikan	Pendapatan	Jarak	PS
1	1	5,232	1,000	,00	,00	,00	,01	,01	,00
	2	,360	3,811	,00	,00	,00	,13	,78	,00
	3	,230	4,765	,01	,01	,00	,59	,15	,10
	4	,110	6,894	,00	,42	,00	,08	,04	,41
	5	,055	9,745	,05	,50	,19	,07	,02	,31
	6	,013	20,403	,94	,07	,80	,11	,00	,17

a. Dependent Variable: Kunjungan