



**DETERMINAN MINAT BERKUNJUNG KEMBALI  
WISATAWAN DI OBJEK WISATA AEK SABAON**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam  
Bidang Ekonomi Syariah konsentrasi  
Manajemen Bisnis*

Oleh:

**MUHAMMAD ALI MUKMIN NASUTION  
NIM. 16 402 00288**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
PADANGSIDIMPUAN**

**2021**



**DETERMINAN MINAT BERKUNJUNG KEMBALI  
WISATAWAN DI OBJEK WISATA AEK SABAON**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam  
Bidang Ekonomi Syariah konsentrasi  
manajemen bisnis*

Oleh:

**MUHAMMAD ALI MUKMIN NASUTION  
NIM. 16 402 00288**

**PEMBIMBING I**

**Dr. H. Arbanur Rasyid, M.A  
NIP. 19730725 19990 3 1002**

**PEMBIMBING II**

**Rodame Monitorir Napitupulu, M.M  
NIP. 19841130 20180 1 2001**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI**

**PADANGSIDIMPUAN**

**2021**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Silitang Padangsidempuan, 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi  
a.n. **MUHAMMAD ALI MUKMIN NASUTION**  
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidempuan, 11 Juni 2021  
Kepada Yth:  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Islam  
IAIN Padangsidempuan  
Di-  
Padangsidempuan

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **MUHAMMAD ALI MUKMIN NASUTION** yang berjudul "**Determinan Minat Berkunjung Kembali Wisatawan di Objek Wisata Aek Sabaon**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan.

Untuk itu dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqasyah.

Demikianlah kami sampaikan atas perhatian dan kerja sama dari Bapak/Ibu, kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

**PEMBIMBING I**

**Dr. H/Arbanur Rasyid, M.A**  
NIP. 19730725 19990 3 1002

**PEMBIMBING II**

**Rodame Monitorir Napitupulu, M.M**  
NIP. 19841130 20180 1 2001

## SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **MUHAMMAD ALI MUKMIN NASUTION**  
NIM : 16 402 00288  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam Iain Padangsidempuan  
Prodi : Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi : **Determinan Minat Berkunjung Kembali Wisatawan di Objek Wisata Aek Sabaon.**

Dengan ini menyatakan bahwa saya menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing, dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidempuan pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 tentang Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidempuan, yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Dibuat di : Padangsidempuan

Pada tanggal : 11 Juni 2021

Yang menyatakan,



**MUHAMMAD ALI MUKMIN NASUTION**  
**NIM. 16 402 00288**

## **HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai civitas akademika Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan.

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **MUHAMMAD ALI MUKMIN NASUTION**  
NIM : 16 402 00288  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan  
Prodi : Ekonomi Syariah  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **Determinan Minat Berkunjung Kembali Wisatawan di Objek Wisata Aek Sabaon**. Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan  
Pada tanggal : 11 Juni 2021  
Yang menyatakan,



**MUHAMMAD ALI MUKMIN NASUTION**  
**NIM. 16 402 00288**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDEMPUN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4.5 Sihatang 22733  
Telepon (0634) 22080 Faksimile (0634) 24022

BERITA ACARA UJIAN MUNAQASYAH

Panitia Ujian Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan  
ma anggota penguji lainnya yang diangkat oleh Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Padangsidempuan Berdasarkan Surat Keputusan Nomor : B-  
In. 14/G1/G.6/PP.01.1/07/2021 tanggal 06 Juli 2021, setelah memperhatikan hasil ujian dari  
siswa :

NAMA : MUHAMMAD ALI MUKMIN NASUTION  
NIM : 1640200288  
Program Studi : Ekonomi Syariah

an ini menyatakan LULUS, LULUS BERSYARAT, MENGULANG DALAM UJIAN  
qasyah FEBI IAIN Padangsidempuan dengan nilai Skripsi .... 74,25 (.....B.....).

Dengan demikian mahasiswa tersebut telah menyelesaikan seluruh beban studi yang telah  
pkan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan memperoleh yudisium :

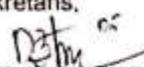
PUJIAN : 3,51 – 4,00  
SANGAT MEMUASKAN : 3,01 – 3,50  
MEMUASKAN : 2,76 – 3,00  
CUKUP : 2,00 – 2,75  
TIDAK LULUS : 0,00 – 1,99

Dengan Indeks Prestasi Kumulatif 3,23 Oleh karena itu kepadanya diberikan hak  
akai gelar SARJANA EKONOMI (SE) dalam ilmu Ekonomi Syariah dan segala hak yang  
ertainya.

Mahasiswa yang namanya tersebut di atas terdaftar sebagai alumni ke : 944

Padangsidempuan, 08 Juli 2021  
Panitia Ujian Munaqasyah

Sekretaris,

  
Delima Sari Lubis, MA

NIP : 198405122014032002

  
Kamaluddin, M.Ag  
196511021991031001

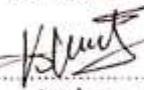
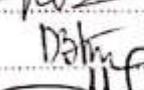
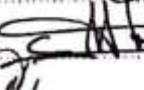
ota Penguji :

3 Kamaluddin, M.Ag.

lima Sari Lubis, MA.

hammad Isa, M.M.

Hayati Lubis, M.P.

1   
2   
3   
4 



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5Sihitang, Padangsidimpuan22733  
Telepon (0634) 22080Faximile (0634)24022

DEWAN PENGUJI  
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Nama : MUHAMMAD ALI MUKMIN NASUTION  
NIM : 16 402 00288  
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah  
JudulSkripsi : Determinan Minat Berkunjung Kembali Wisata di  
Objek Wisata Aek Sabaon

Ketua

Sekretaris

Drs. Kamaluddin, M.Ag.  
NIP. 196511021991031001

Delima Sari Lubis, M.A.  
NIP. 198405122014032002

Anggota

Drs. Kamaluddin, M.Ag.  
NIP. 196511021991031001

Delima Sari Lubis, M.A.  
NIP. 198405122014032002

Rini Hayati Lubis, M.P.  
NIP. 198704132019032011

Muhammad Isa, S.T., M.M.  
NIP. 198006052011011003

PelaksanaanSidangMunaqasyah

Di : Padangsidimpuan  
Hari/Tanggal : Kamis/08 Juli 2021  
Pukul : 14.00 s/d 17.00 WIB  
Hasil/Nilai : 71, 25 (B)  
IPK : 3,23  
Predikat : Sangat Memuaskan



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidempuan 22733  
Telp.(0634) 22080 Fax.(0634) 24022

**PENGESAHAN**

**JUDUL SKRIPSI : DETERMINAN MINAT BERKUNJUNG KEMBALI  
WISATAWAN DI OBJEK WISATA AEK SABAON**

**NAMA : MUHAMMAD ALI MUKMIN NASUTION  
NIM : 16 402 00288**

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas  
dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar  
**Sarjana Ekonomi (S.E)**  
Dalam Bidang Ekonomi Syariah

Padangsidempuan, 30 Juli 2021



**Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si**  
NIP. 19780818 200901 1 015

## ABSTRAK

**NAMA : MUHAMMAD ALI MUKMIN NASUTION**  
**NIM : 16 402 00288**  
**JUDUL SKRIPSI : Determinan Minat Berkunjung Kembali Wisatawan di Objek Wisata Aek Sabaon**

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh menurunnya jumlah pengunjung wisatawan di tahun 2020 pada masa covid 19. Tidak terevaluasinya Citra Syaakirah Taman Wisata Aek Sabaon dengan baik bila dibandingkan dengan citra wisata pesaing disekitarnya. Banyaknya fasilitas objek wisata yang tidak terpelihara sehingga memengaruhi minat dan kenyamanan wisatawan. Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui apakah ada pengaruh kenyamanan wisatawan dan citra destinasi terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di Objek Wisata Taman Syaakirah *The View and Resto* Aek Sabaon.

Teori dalam penelitian ini berkaitan dengan teori manajemen pemasaran dan manajemen pemasaran pariwisata. Teori minat membahas mengenai minat wisatawan, faktor-faktor yang memengaruhi minat wisatawan, teori-teori citra destinasi dan kenyamanan wisatawan.

Jenis penelitian yang digunakan peneliti ialah penelitian kuantitatif dengan sumber data primer dan skunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket dengan jumlah sampel 100 orang. Pengolahan data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji statistik deskriptif, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji koefisien determinasi ( $R^2$ ), uji analisis regresi linear berganda, uji t (Parsial) dan uji F (Simultan).

Hasil penelitian menunjukkan variabel kenyamanan wisatawan dan citra destinasi berpengaruh secara parsial terhadap minat berkunjung kembali wisatawan Wisata Taman Syaakirah *The View and Resto* Aek Sabaon dan begitu juga hasil uji F mempunyai pengaruh secara simultan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan, dengan tingkat pengaruhnya dapat dilihat dari uji hipotesis, dimana *R square* variabel bebas sebesar 21,2 % dipengaruhi oleh variabel ini dan 78,8 % dipengaruhi oleh variabel lain yang peneliti tidak cantumkan dalam penelitian ini.

**Kata Kunci: Citra Destinasi, Kenyamanan Wisatawan, Minat Berkunjung Kembali**

## KATA PENGANTAR



*Assalaamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, nikmat dan hidayah-Nya yang tiada henti sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul penelitian **“Determinan Minat Berkunjung Kembali Wisatawan di Objek Wisata Aek Sabaon”**. Serta tidak lupa juga shalawat dan salam senantiasa dicurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, seorang pemimpin umat yang patut dicontohi dan diteladani kepribadiannya dan yang senantiasa dinantikan syafaatnya di hari akhir.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati, peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini, yaitu:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL., Rektor IAIN Padangsidempuan serta Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Dr. Anhar M.A., Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.Ag., Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.HI.,M.Si., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si., wakil Dekan I Bidang Akademik, Bapak Drs. Kamaluddin, M.Ag., Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. H. Arbanur Rasyid, M.A., Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Delima Sari Lubis, M.A., Selaku Ketua Prodi Jurusan Ekonomi Syariah dan Ibu Nurul Izzah M.Si selaku Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah dan Bapak/Ibu Dosen serta Pegawai Administrasi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Bapak Dr. H. Arbanur Rasyid, M.A, selaku pembimbing I dan Ibu Rodame Monitorir Napitupulu, M.M, selaku pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak serta Ibu Dosen IAIN Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.
6. Teristimewa keluarga tercinta Ayahanda Abdul Halim Nasution dan Ibunda tersayang Sarifah Hasibuan, Ombun Fauziah Nasution, Muhammad Solehuddin Nasution, Armila Sari Nasution, Lila Rohani Nasution, Indra Martua Nasution, Fadilah Nasution yang paling berjasa dalam hidup peneliti. Doa dan usahanya yang tidak mengenal lelah memberikan dukungan dalam.

menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah nantinya dapat membalas perjuangan mereka dengan surga firdaus-Nya.

7. Untuk Ayah dan Ibu tercinta, Selaku Motivator terbaik sekaligus sebagai kawan untuk konsultasi terkait kendala dalam menyusun skripsi ini yang telah banyak memberikan pengalaman, dorongan serta materi masukannya dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Untuk sahabat peneliti Mujahidun Hafizni Pane, Nikmatum Mardiah, Resi Mariana Renata Harahap, Pangadilan Siregar, Anwar Sadat nasution, Mhd. Reza Mahendra, Usman siregar, M. Nur Harahap, Rahayu Pujakesuma, Mhd. Riski Harahap yang selalu memberikan motivasi dan dorongan untuk menyelesaikan karya ini dan rekan-rekan Ekonomi Syariah 3 Manajemen Bisnis-2, angkatan 2016 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan yang telah berjuang bersama-sama meraih gelar S.E dan semoga kita semua sukses dalam meraih cita-cita.
9. Untuk sahabat peneliti *The Second Family Group* ikut serta memberikan support dan turut membantu peneliti untuk menyelesaikan penelitian ini.
10. Terima kasih kepada rekan terbaik peneliti Mujahidun Hapisni Pane yang turut memberikan motivasi dan mendampingi peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan yang jauh lebih baik atas amal kebaikan yang telah diberikan kepada peneliti. Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, karena atas karunia-nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Harapan peneliti semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan peneliti. Amin yarabbal alamin.

Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada diri peneliti. Peneliti juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Padangsidempuan, 11 Juni 2021  
Peneliti

**MUHAMMAD ALI MUKMIN NASUTION**  
**NIM. 16 402 00288**

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

### A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es
ص	šad	š	Es(dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	ž	ž	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef

ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

## B. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

1. Vokal Tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
— /	fathah	A	A
— /	Kasrah	I	I
— و	ḍommah	U	U

2. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
.....ي	fathah dan ya	Ai	a dan i
و.....	fathah dan wau	Au	a dan u

3. Maddah adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ... اِ... اُ...	fathāh dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
ي...	Kasrah dan ya	ī	i dan garis dibawah
و...	ḍommah dan wau	ū	u dan garis di atas

### C. Ta Marbutah

Transliterasi untuk *tamar butah* ada dua:

1. *Ta Marbutah* hidup yaitu *Ta Marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathāh, kasrah, dan ḍommah, transliterasinya adalah /t/.
2. *Ta Marbutah* mati yaitu *Ta Marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *Ta Marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *Ta Marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

### D. Syaddah (Tasydid)

*Syaddah* atau *tasydid* yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

### E. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu اَل . Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan

antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

1. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.
2. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

#### **F. Hamzah**

Dinyatakan didepan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

#### **G. Penulisan Kata**

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, maupun *huruf*, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

#### **H. Huruf Kapital**

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf capital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan

juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf capital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf capital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal capital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

## **I. Tajwid**

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin, Cetakan Kelima*, Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama, 2003.

## DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT KETERANGAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
BERITA ACARA UJIAN MUNAQASYAH	
HALAMAN DEWAN PENGUJI SIDANG MUNAQASYAH	
HALAMAN PENGESAHAN DEKAN	
ABSTRAK .....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN .....	vi
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah.....	8
C. Batasan Masalah .....	8
D. Definisi Operasional Variabel .....	8
E. Rumusan Masalah.....	10
F. Tujuan Penelitian .....	10
G. Kegunaan Penelitian .....	11
H. Sistematika Pembahasan .....	11
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Kerangka Teori .....	13
1. Minat .....	13
a. Pengertian Minat .....	23
b. Minat berkunjung kembali .....	13
c. Faktor-faktor yang memengaruhi minat wisatawan.....	14
d. Indikator minat .....	15
e. Pandangan Islam Tentang Minat.....	16
2. Kenyamanan Wisatawan.....	21
a. Kenyamanan Wisatawan .....	21
b. Faktor-faktor Yang Memengaruhi Kenyamanan .....	23
c. Indikator Kenyamanan .....	24
d. Pengaruh Kenyamanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali .....	23
3. Citra Destinasi .....	26
a. Citra.....	26
b. Destinasi .....	27
c. Indikator Citra Destinasi .....	28
d. Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali.....	29

<b>B. Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>29</b>
<b>C. Kerangka Pikir .....</b>	<b>36</b>
<b>D. Hipotesis .....</b>	<b>37</b>

### **BAB III METODE PENELITIAN**

<b>A. Lokasi dan Waktu Penelitian .....</b>	<b>38</b>
<b>B. Jenis Penelitian .....</b>	<b>38</b>
<b>C. Populasi dan Sampel .....</b>	<b>38</b>
1. Populasi .....	38
2. Sampel.....	38
<b>D. Jenis dan Sumber Data .....</b>	<b>40</b>
1. Data Primer .....	40
2. Data Skunder .....	40
<b>E. Instrumen Pengumpulan Data .....</b>	<b>40</b>
1. Observasi .....	41
2. Dukmentasi.....	41
3. Kuesioner .....	41
<b>F. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen .....</b>	<b>43</b>
1. Uji Validitas .....	43
2. Uji Reliabilitas.....	43
<b>G. Teknik Analisis Data .....</b>	<b>43</b>
1. Analisis Deskriptif.....	43
2. Uji Normalitas .....	44
3. Uji Asumsi Klasik .....	44
a. Uji Multikolinieritas .....	44
b. Uji Heteroskedastisitas .....	44
4. Analisis Regresi Berganda .....	45
5. Uji Hipotesis (Uji t dan Uji F).....	45
a. Uji Koefisien Determinasi .....	45
b. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t) .....	46
c. Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji f).....	46

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

<b>A. Gambaran Umum Taman Syakirah <i>The View and Resto</i> .....</b>	<b>47</b>
1. Sejarah Wisata Taman Syaakirah <i>The View and Resto</i> .....	47
2. Lokasi .....	47
3. Visi dan Misi Wisata Taman Syakirah <i>The View and Resto</i> .....	47
a. Visi.....	47
b. Misi .....	48
4. Struktur Organisasi.....	48
<b>B. Gambaran Umum Responden.....</b>	<b>49</b>
1. Usia.....	49
2. Jenis Kelamin .....	50
3. Pendidikan Terakhir .....	51
4. Bidang Pekerjaan.....	52

<b>C. Hasil Analisis Data .....</b>	<b>53</b>
1. Hasil Uji Validitas .....	53
2. Hasil Uji Reliabilitas .....	55
<b>D. Hasil Analisis Deskriptif .....</b>	<b>55</b>
1. Statistik Deskriptif.....	56
2. Hasil Uji Normalitas.....	56
3. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	57
a. Hasil Uji Multikolinearitas.....	57
b. Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	58
4. Analisis Regresi Linear Berganda.....	59
5. Hasil Uji Hipotesis .....	61
a. Koefisien Determinasi.....	61
b. Hasil Uji Parsial (Uji T) .....	61
c. Hasil Uji Simultan (Uji F).....	62
<b>E. Pembahasan dan Hasil Penelitian.....</b>	<b>63</b>
1. Pengaruh Kenyamanan Wisatawan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Wisata Taman Syaakirah <i>The View and Resto Aek Sabaon</i> .....	63
2. Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Wisata Taman Syaakirah <i>The View and Resto Aek Sabaon</i> .....	64
3. Pengaruh Kenyamanan Wisatawan dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Wisata Taman Syaakirah <i>The View and Resto Aek Sabaon</i> .....	65
 <b>BAB V PENUTUP</b>	
<b>A. Kesimpulan .....</b>	<b>66</b>
<b>B. Saran .....</b>	<b>67</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	
<b>LAMPIRAN DATA PENGUNJUNG</b>	
<b>LAMPIRAN SURAT RISET</b>	
<b>LAMPIRAN SURAT BALASAN RISET</b>	
<b>LAMPIRAN SURAT KETERANGAN RISET</b>	
<b>LAMPIRAN SURAT KETERANGAN SELESAI RISET</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel I.1	: Data Pengunjung Wisatawan Taman Wisata Syaakirah The View And Resto, Desa Aek Sabaon Tahun 2018-2020.....	2
Tabel I.2	: Definisi Operasional Variabel.....	8
Tabel II.1	: Penelitian terdahulu.....	29
Tabel III.1	: Penerapan Skor atas Jawaban Angket.....	42
Tabel III. 2	: Kisi-kisi Angket Variabel Minat Berkunjung Kembali.....	42
Tabel IV.1	: Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	48
Tabel IV.2	: Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
Tabel IV.3	: Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	49
Tabel IV.4	: Karakteristik Responden Berdasarkan Bidang Pekerjaan.....	50
Tabel IV.5	: Hasil Uji Validitas Item Pernyataan Variabel Kenyamanan Wisatawan.....	51
Tabel IV.5	: Hasil Uji Validitas Item Pernyataan Variabel Citra Destinasi.....	51
Tabel IV.7	: Hasil Uji Validitas Item Pernyataan Variabel Minat Berkunjung Kembali.....	52
Tabel IV.8	: Hasil Uji Reliabilitas Kenyamanan Wisatawan, Citra Destinasi Dan Minat Berkunjung Kembali.....	52
Tabel IV.9	: Statistik Deskriptif.....	53
Tabel IV.10	: Hasil Uji Normalitas.....	54
Tabel IV.11	: Hasil Uji Multikolinearitas.....	55
Tabel IV.12	: Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	56
Tabel IV.13	: Analisis Regresi linear Berganda.....	57
Tabel IV.14	: Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	58
Tabel IV.15	: Hasil Uji Parsial (t).....	59
Tabel IV.16	: Hasil Uji Simultan (F).....	60

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar I.1	: Grafik Pengunjung Wisata Taman Syaakirah The View and Resto Aek Sabaon 2020.....	3
Gambar II.1	: Kerangka Pikir.....	36
Gambar IV.1	: Struktur Organisasi Objek Wisata Taman Syaakirah The View And Resto Aek Sabaon.....	48

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 : Angket Penelitian
- Lampiran 2 : Tabulasi Data X1 Kenyamanan Wisatawan
- Lampiran 3 : Tabulasi Data X2 Citra Destinasi
- Lampiran 4 : Tabulasi Data Y Minat Berkunjung Kembali
- Lampiran 5 : Hasil Uji Validitas Kenyamanan Wisatawan
- Lampiran 6 : Hasil Uji Validitas Citra Destinasi
- Lampiran 7 : Hasil Uji Validitas Minat Berkunjung Kembali
- Lampiran 8 : Hasil Uji Reliabilitas Kenyamanan Wisatawan
- Lampiran 9 : Hasil Uji Reliabilitas Citra Destinasi
- Lampiran 10 : Hasil Uji Reliabilitas Minat Berkunjung Kembali
- Lampiran 11 : Hasil Uji Statistik Deskriptif
- Lampiran 12 : Hasil Uji Normalitas
- Lampiran 13 : Hasil Uji Heteroskedastisitas
- Lampiran 14 : Hasil Uji Multikolinieritas
- Lampiran 15 : Hasil Analisis linier Berganda
- Lampiran 16 : Hasil Uji Hipotesis
- Gambar.1 : Proses Pembagian Angket Dengan Wisatawan
- Gambar.2 : Proses Pembagian Angket Sekaligus Diskusi Tentang Tujuan Penelitian
- Gambar.3 : Proses Pembagian Angket Beserta Diskusi Tujuan Penelitian
- Gambar.4 : Proses Izin Selesai Penelitian Dan Diskusi Seputar Hasil Penelitian dengan Manajer Wisata Taman Syaakhirah The View and Resto
- Gambar.5 : Proses Pembagian Angket Pada Beberapa Wisawatan
- Gambar.6 : Proses pembagian Angket Pada Beberapa Wisatawan

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Industri pariwisata terus berkembang seiring dengan perkembangan teknologi transportasi dan informasi yang ditandai dengan semakin banyaknya destinasi wisata di Indonesia. Saat ini persaingan industri pariwisata sangat ketat, sehingga pengelola destinasi harus mampu memiliki daya tarik yang unik dan istimewa, sehingga mampu menarik minat wisatawan sekaligus memenangkan persaingan.

Pengembangan pariwisata harus mampu merangsang kegiatan komersial dan membawa manfaat sosial, budaya dan ekonomi yang signifikan bagi suatu negara. Keberhasilan yang paling mudah diamati adalah peningkatan jumlah wisatawan pada periode yang berbeda. Apabila wisatawan yang telah berkunjung merasa puas dengan berbagai atribut yang diberikan oleh pengelolanya, maka jumlah wisatawan dapat ditingkatkan.<sup>1</sup>

Keberhasilan pariwisata tidak terlepas dari bauran pemasaran pengelola. Pemasaran bukanlah suatu alat untuk mencapai tujuan, melainkan suatu proses yang berkesinambungan dari aktivitas yang saling terkait dan terintegrasi. Esensi pemasaran yang baik meliputi pemasaran yang berorientasi pada permintaan konsumen, segmentasi pasar yang benar, dan bauran pemasaran yang sesuai dengan siklus hidup produk.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup>I Gusti Bagus Rai Utama, *Pemasaran Pariwisata* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2017), 6–12.

<sup>2</sup>I Gusti Bagus Rai Utama, *Op, Cit.*, hlm. 22.

Motivasi traveling adalah keinginan untuk mengerti dan jiwa petualang yang diberikan kepada manusia oleh Sang Pencipta, keinginan untuk melakukan perjalanan kemana saja, bahkan negara lain. Faktor pendorong lain yang mungkin menjadi alasan pariwisata yaitu pengaruh kondisi ekonomi, kondisi sosial budaya, kondisi lingkungan dan pariwisata.<sup>3</sup>

Menurut Kanuk yang dikutip dalam jurnal Kurniawan Gilang, minat merupakan salah satu motivasi seseorang untuk melakukan kegiatan yang disukainya. Selain itu, minat merupakan daya dorong yang menyebabkan seseorang memperhatikan orang lain atau objek lain. Ada banyak faktor yang dapat membangkitkan minat seseorang, yaitu faktor dorongan internal, faktor motivasi sosial dan faktor emosional.<sup>4</sup> Hasil wawancara pengunjung mengutarakan bahwa Objek Wisata Syaakirah tidak lagi menarik, dimana fasilitas dan produk yang ditampilkan banyak yang sudah mulai kumu, kualitas produk kuliner yang tidak sesuai dengan harganya.<sup>5</sup>

Perkembangan industri pariwisata memerlukan upaya bersama antara pemerintah dan masyarakat untuk mempromosikan destinasi yang berkualitas untuk produk pariwisata. Setidaknya ada tiga faktor yang harus diperhatikan, yaitu daya tarik destinasi, fasilitas destinasi, destinasi dan

---

<sup>3</sup>Sedarmayanti, *Membangun dan Mengembangkan Kebudayaan & Industri Pariwisata* (Bandung: Pt Refika Aditama, 2014). 29.

<sup>4</sup> Kurniawan Gilang Widagdyo, "Pemasaran, Daya Tarik Ekowisata dan Minat Berkunjung Wisatawan," *Bisnis dan Manajemen*, 02, 07 (2017): 263.

<sup>5</sup>Bayu Kesuma, Hasil Wawancara, Wisatawan Aek Sabaon Sibio-bio, Minggu 7 februari 2021 15.30 WIB.

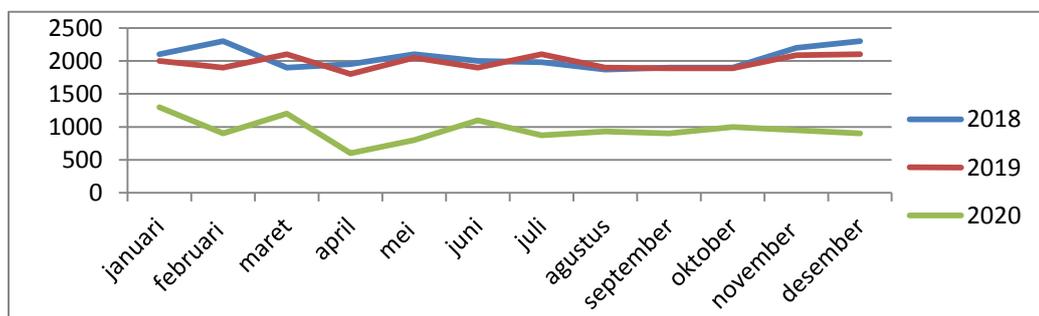
kenyamanan destinasi. Daya tarik merupakan faktor utama wisatawan memutuskan untuk mengunjungi suatu destinasi wisata.<sup>6</sup>

**Tabel I.1**  
**Data Pengunjung Wisatawan Wisata Taman Syaakirah The View and Resto**  
**Aek Sabaon Tahun 2018-2020**

No	Bulan	Tahun		
		2018	2019	2020
1	Januari	2159 orang	2034 orang	1299 orang
2	Februari	2304 orang	1921 orang	951 orang
3	Maret	1912 orang	2159 orang	1189 orang
4	April	1952 orang	1889 orang	1113 orang
5	Mei	2134 orang	2059 orang	827 orang
6	Juni	2056 orang	1973 orang	548 orang
7	Juli	1984 orang	2122 orang	874 orang
8	Agustus	1869 orang	1982 orang	926 orang
9	September	1899 orang	1891 orang	959 orang
10	Oktober	1908 orang	1889 orang	941 orang
11	November	2221 orang	2159 orang	952 orang
12	Desember	2301 orang	2132 orang	898 orang
<b>Total</b>		<b>24.699</b> orang	<b>24.210</b> orang	<b>11.450</b> orang

Sumber: data diolah, 2021<sup>7</sup>

**Gambar I.1**  
**Grafik Pengunjung Wisata Taman Syaakirah The View and Resto**  
**Aek Sabaon 2018-2020**



<sup>6</sup>Dewi Harminan Sunanto, "Pentingnya Promosi Guna Meningkatkan Minat Wisatawan Wisata Sejarah di Kota Lama Semarang," *ISSN Pesona*, 01, 18 (2016): 2.

<sup>7</sup>Sarah Akhides Tampubolon, "Data Pengunjung Wisatawan Wisata Aek Sabaon Sibio-bio." 2021.

Berdasarkan Tabel I.1 diatas data pengunjung Wisata Taman Syaakirah *The View And Resto* Aek Sabaon pada tahun 2018 pengunjung sebanyak 24.699, pada tahun 2019 pengunjung sebanyak 24.210 dan pada tahun 2020 Sebanyak 11.450 pengunjung, data yang dipertimbangkan oleh peneliti ialah data pengunjung pada tahun 2020 pada masa Covid 19 dimana terjadi penurunan jumlah pengunjung yang cukup signifikan dan melatarbelakangi peneliti untuk tertarik melakukan penelitian yang berhubungan faktor yang menentukan minat wisatawan untuk melakukan kegiatan berwisata.

Mengenai minat wisatawan, sebelum memutuskan untuk berkunjung, wisatawan biasanya mempertimbangkan citra wisata dari tempat wisata yang akan dikunjungi. Citra wisata merupakan ingatan wisatawan yang percaya pada pengalaman objek wisata yang dikunjunginya. Oleh karena itu, apa yang menarik minat atau keinginan wisatawan sangat dipengaruhi oleh citra baik objek wisata itu sendiri, jika citra wisata baik maka akan menarik wisatawan untuk berkunjung, dan jika citra wisata tidak baik maka akan berdampak buruk terhadap objek wisata Objek wisata itu sendiri, karena salah satu faktor pertimbangan wisatawan untuk berkunjung adalah pariwisata dengan citra destinasi yang baik.<sup>8</sup>

Sibio-bio merupakan salah satu wisata yang paling sering dikunjungi, daya tarik Sibio-bio adalah infrastruktur yang sangat unik, pelayanan yang sangat baik, akan tetapi harga yang tergolong tinggi atau mahal menjadi salah

---

<sup>8</sup>Ahmad Ab, "Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Intensi Wisatawan Berkunjung Kembali Di Destinasi Sulawesi Selatan," *Ilmu-ilmu Sosial dan Ilmu Humaniora*, 3, 20 (2018): 1.

satu penghalang bagi mereka.<sup>9</sup> Mengenai minat wisatawan, harga memiliki posisi yang cukup sensitif dalam menentukan keputusan berkunjung atau tidak, pengelola wisata perlu memahami dan mengkaji aspek-aspek penting mengenai harga. Hasil penelitian Henilia Yulita juga menunjukkan harga sangat berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan.<sup>10</sup>

Sibio-bio memiliki pemandangan alam yang alami, bangunan yang unik, konsep bangunan rumah kaca yang modern, akan tetapi Akses jalan atau aksesibilitas wisata sangat kurang memadai, baik dalam transportasi karena masih kurangnya perhatian dari pemerintah setempat, sehingga menjadi salah satu masalah yang menjadi penghalang dalam berkunjung ke sibio-bio.<sup>11</sup>

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wahyu Khalik<sup>12</sup> menjelaskan faktor akses adalah salah poin penting pada suatu destinasi pariwisata, akses jalan menuju Objek Wisata Taman Syakirah *The View and Resto* masih terdapat beberapa sisi yang masih kurang baik sejalan dengan jarak tempuh dan perlu mendapatkan perhatian yang lebih serius.

Menurut Zeithaml dalam Jurnal Rezki Teguh Sulistiyana Dkk, dapat didefinisikan bahwa kepuasan sebagai evaluasi pelanggan dari produk atau jasa telah memenuhi kebutuhan pelanggan dan ekspektasi pelanggan. Ketidakpuasan dikarenakan kegagalan untuk memenuhi kebutuhan dan

---

<sup>9</sup>Muhammad Nur Harahap dan Nuar Harahap, Hasil Wawancara, Sibio-bio Kabupaten Tapanuli Selatan pukul 15.10 WIB, 15 Januari 2019.

<sup>10</sup>Henilia Yulita, "Pengaruh Bauran Pemasaran Pariwisata Terhadap Keputusan Untuk Berkunjung," *Hospitality dan Pariwisata*, 02, 02 (2016). 173.

<sup>11</sup>Ibrahim Hasibuan, Hasil Wawancara, Kamis, Sibio-bio Kabupaten Tapanuli Selatan pukul 14.20 wib., Mei 2019.

<sup>12</sup>Wahyu Khalik, "Kajian Kenyamanan dan Keamanan Wisatawan Di Kawasan Pariwisata Kuta Lombok," *Jumpa*, 01, 02 (2014). 31.

harapan pelanggan dengan produk atau jasa yang akan berpengaruh pada pola keputusan dimasa depan.<sup>13</sup>

Desa Aek Sabaon Sibio-bio ialah merupakan salah satu desa yang ada di Kecamatan Marancar, Kabupaten Tapanuli Selatan, Provinsi Sumatera Utara, Indonesia, yang dikelilingi oleh beragam pegunungan dan pemandangan alam yang alami yang menjadi penunjang salah satu objek pariwisata yang sering menjadi tujuan wisatawan untuk berwisata, Aek sabaon Sibio-bio memiliki 2 Objek Wisata diantaranya Wisata Taman Syaakirah *The View and Resto*, WisataTaman Diatas Awan Aek Sabaon.<sup>14</sup> Tepatnya berkisaran lebih kurang 1 jam dari Pusat Kota Padangsidempuan. Sering disebut rumah kaca, karena tempat nya memiliki rumah (resto) yang banyak akan jendela kaca, 70% resto itu, di desain dengan nuansa kaca.

Di Samping itu hasil awal pengamatan/observasi yang dilakukan peneliti di Taman Syaakirah *The View and Resto* dimana terdapat pemandangan alam yang alami, bangunan-bangunan yang unik, pondok persinggahan yang sangat cocok untuk acara keluarga, tempat ibadah, juga hiburan organ tunggal yang diberi kebebasan kepada pengunjung untuk menyumbangkan suara bagi siapa yang mau, dimana di setiap banguannya memiliki nilai yang sangat memikat minat untuk berkunjung. Selain daripada itu, danau buatan yang menjadi salah satu penunjang citra Taman Syaakirah *The View and Resto*, akan tetapi hasil observasi peneliti menemukan beberapa

---

<sup>13</sup>Rezky Teguh sulistiyanaDkk, "Pengaruh Fasilitas wisata dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Studi Pada Museum Satwa," *Administrasi Bisnis*, 01, 25 (2015). 3.

<sup>14</sup>Wikipedia.co.id, "Pukul 13.30 WIB," 2 Maret 2021.

kejanggalan atau permasalahan dalam kegiatan Wisata Taman Syaakirah *The View and Resto* dimana diantaranya Akses jarak tempuh jalan yang masih kurang memadai, kepuasan pengunjung yang perlu diutamakan, harga tiket masuk yang tergolong mahal, kualitas produk makanan (rasa) masih kurang baik dimana masih banyak wisatawan yang masih kurang puas bila dibandingkan dengan harga makanan sehingga cenderung berpengaruh terhadap minat wisatawan.<sup>15</sup>

Menanggapi hal ini Pengelola Wisata Taman Syaakirah *The View and Resto* Aek Sabaon berencana membangun dan memperbaiki fasilitas yang lebih baik lagi, dengan tujuan agar wisatawan memiliki perilaku berkunjung atau berkunjung kembali, karena fluktuasi pengunjung dapat disebabkan oleh citra destinasi yang baik, dengan adanya citra destinasi yang baik dapat mendorong keinginan maupun minat pengunjung untuk berkunjung.<sup>16</sup>

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan diatas dengan fenomena yang terjadi dan di dapatkan peneliti dengan data pengunjung dan hasil observasi dengan terjun langsung dan melakukan wawancara dengan beberapa wisatawan dan sekaligus pengelola objek wisata maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Determinan Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Wisata Aek Sabaon”.

---

<sup>15</sup> Muhammad Ali mukmin, Observasi dilakukan dengan terjun langsung kelapangan Pukul 11.00 WIB, 24 Januari 2020.

<sup>16</sup> Sarah Akhides Tampubolon, Hasil Wawancara, Manajer Pengelolah Wisata Sibio-bio Kabupaten Tapanuli Selatan pukul 11.00 wib, 27 Februari 2021.

## B. Identifikasi Masalah

Sesuai latar belakang yang telah dipaparkan maka identifikasi masalah yang peneliti temukan adalah sebagai berikut:

1. Menurunnya jumlah pengunjung wisatawan di tahun 2020 pada masa covid 19.
2. Fasilitas Objek wisata banyak yang tidak terpelihara sehingga mempengaruhi minat dan kenyamanan wisatawan.
3. Citra Wisata Taman Syakirah *The View and Resto* Aek Sabaon tidak terevaluasi dengan baik bila dibandingkan dengan citra wisata pesaing disekitarnya.

## C. Batasan Masalah

Sesuai identifikasi masalah mengenai minat pengunjung wisatawan, peneliti tidak akan mengungkapkan semua faktor yang mempengaruhi minat berkunjung kembali mengingat keterbatasan waktu, kemampuan dan biaya sehingga batasan masalah dalam penelitian ini adalah “**Determinan Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Wisata Aek Sabaon**” yang berfokus pada Faktor Kenyamanan Wisatawan dan Citra Destinasi terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan di Objek Wisata Aek Sabaon.

## D. Definisi Operasional Variabel

Definisi Operasional Variabel adalah objek penelitian yang menjadi fokus penelitian. Maka variabel-variabel yang terkait dengan penelitian ini sebagai berikut:

**Tabel I.2**  
**Definisi Operasional Variabel**

<b>No</b>	<b>Variabel</b>	<b>Definisi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
1	Kenyamanan Wisatawan (X <sub>1</sub> )	Suatu keadaan telah terpenuhinya kebutuhan dasar manusia, yaitu ketentraman, kelegahan dan transenden.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sirkulasi</li> <li>2. Iklim dan kekuatan alam</li> <li>3. Kebisingan</li> <li>4. Keamanan</li> <li>5. Keindahan</li> <li>6. Kebersihan</li> </ol>	<i>Likert</i>
3	Citra Destinasi (X <sub>2</sub> )	keyakinan/pengetahuan mengenai suatu destinasi dan apa yang dirasakan oleh wisatawan selama berwisata.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kemampuan Asosiasi Merek dalam Membentuk Reputasi yang baik</li> <li>2. Kemampuan Asosiasi Merek dalam Membentuk Rasa Istimewa</li> <li>3. Kekuatan Asosiasi Merek dalam Membentuk Citra Destinasi Seni</li> <li>4. Kekuatan Asosiasi Merek dalam Membentuk Citra Destinasi Budaya</li> <li>5. Keunikan Asosiasi Merek</li> </ol>	<i>Likert</i>
4	Minat Berkunjung Kembali (Y)	Keinginan berkunjung lebih sering. Oleh karena itu, penyedia jasa sangat penting memberikan kepuasan bagi pengunjung agar mau berkunjung kembali.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Minat Transaksional</li> <li>2. Minat referensial</li> <li>3. Minat preferensial</li> <li>4. Minat eksploratif</li> </ol>	<i>Likert</i>

### **E. Rumusan Masalah**

Berdasarkan batasan masalah diatas,maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kenyamanan wisatawan memengaruhi secara parsial terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di objek wisata Aek Sabaon?
2. Apakah citra destinasi memengaruhi secara parsial terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di objek wisata Aek Sabaon?
3. Apakah kenyamanan wisatawan dan citra destinasi memengaruhi secara simultan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di objek wisata Aek Sabaon?

### **F. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan informasi terkait:

1. Mengukur seberapa pengaruh kenyamanan wisatawan secara parsial terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di objek wisata Aek Sabaon.
2. Mengukur seberapa pengaruh citra destinasi secara parsial terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di objek wisata Aek Sabaon.
3. Mengukur seberapa pengaruh kenyamanan wisatawan dan citra destinasi secara simultan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di objek wisata Aek Sabaon.

## **G. Kegunaan Penelitian**

### **1. Bagi pemilik Destinasi**

Memberikan masukan kepada bagian terkait dalam hal kepariwisataan wisatawan dan faktor-faktor timbulnya minat pengunjung.

### **2. Bagi peneliti Selanjutnya**

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi bagi peneliti selanjutnya yang berminat untuk memperdalam penelitian mengenai perilaku minat berkunjung atau berkunjung kembali.

## **H. Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan bertujuan untuk menggambarkan bagaimana alur penelitian yang dibahas oleh peneliti mulai dari awal hingga akhir.

Adapun sistematika pembahasan tersebut adalah sebagai berikut:

### **BAB I: PENDAHULUAN**

Pendahuluan yang berisi tentang latar belakang masalah penelitian, identifikasi masalah penelitian, batasan masalah penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian peneliti, jadwal rencana penelitian dan manfaat dari pada penelitian.

### **BAB II: LANDASAN TEORI**

Kerangka teori yang membahas tentang minat berkunjung kembali, kenyamanan wisatawan, dan citra destinasi wisatawan, kerangka pikir dan hipotesis penelitian.

**BAB III: METODE PENELITIAN**

Metode penelitian ini meliputi rencana waktu dan wilayah penelitian, jenis penelitian, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel data dan sumber data, teknik pengumpulan data, variabel penelitian dan definisi operasional variabel independen dan dependen, serta teknik analisis data yang digunakan.

**BAB IV: HASIL PENELITIAN**

Memuat gambaran umum Syakirah Taman Wisata Aek Sabaon dan hasil pengaruh kenyamanan wisatawan, citra destinasi terhadap minat berkunjung kembali wisatawan wisata aek sabaon.

**BAB V: PENUTUP**

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran yang ditujukan kepada peneliti selanjutnya.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Kerangka Teori**

##### **1. Minat**

###### **a. Pengertian Minat**

Menurut Susanto & Kotler dikutip dalam Jurnal Faikar Adam menyebutkan bahwa minat merupakan sebagai dorongan, yaitu rangsangan internal yang kuat yang memotivasi tindakan, dimana dorongan ini dipengaruhi oleh stimulus dan perasaan positif akan suatu produk dan jasa.<sup>17</sup>

Teori lain menurut Witherington dikutip dalam Jurnal Muhammad Dian Ruhamak bahwa minat adalah perhatian individu terhadap suatu objek, seseorang, suatu soal atau situasi yang mengandung sangkut paut dengan dirinya yang dilakukan dengan sadar diikuti dengan perasaan senang.<sup>18</sup>

###### **b. Minat Berkunjung Kembali**

Menurut Baker dan Crompton Minat berkunjung kembali ialah keinginan berkunjung lebih sering. Oleh karena itu, penyedia jasa sangat penting memberikan kepuasan bagi pengunjung agar mau berkunjung

---

<sup>17</sup> Faikar Adam Wiradipoetra, "Analisis Persepsi Wisatawan Mengenai Penurunan Kualitas Daya Tarik Wisata terhadap Minat Berkunjung," *Pariwisata*, 02, III (2016). 131.

<sup>18</sup> Muhammad Rian Ruhamak, "Pengaruh Word Of Mouth, Minat Konsumen dan Brand Image Terhadap keputusan Konsumen," *Ekonomi Universitas Kadiri*, 02, 03 (2018). 124.

kembali.<sup>19</sup> Minat berkunjung kembali juga dianalogikan dengan minat beli ulang adalah keinginan dan tindakan konsumen untuk membeli ulang suatu produk, karena adanya kepuasan yang diterima sesuai yang diinginkan dari suatu produk.<sup>20</sup>

**c. Faktor- faktor yang Memengaruhi Minat Wisatawan**

Undang-undang No. 99 Bab III Pasal IV membagi Faktor-faktor yang dapat memengaruhi minat wisatawan ke dalam tiga kelompok yaitu :

- 1) *Natural Amenities* merupakan setiap benda yang sudah tersedia atau sudah terdapat di alam seperti iklim, bentuk tanah, pemandangan alam, flora dan fauna dan lain sebagainya.
- 2) *Man Made Supply* berupa hasil karya manusia seperti benda-benda bersejarah, kebudayaan, religi dan lain sebagainya.
- 3) Ketiga, *Way Of Life* yaitu tentang tata cara hidup tradisional masyarakat setempat, kebiasaan hidup, adat istiadat dan lain sebagainya.

Teori lain dari pada faktor-faktor yang menarik minat wisatawan untuk berwisata adalah sebagai berikut:

---

<sup>19</sup>Andi Mulyana Devi Ayuni, "Hubungan Antara Kualitas Jasa, Citra Destinasi, Kepuasan Pengunjung dan Niat Berkunjung Kembali Taman Wisata Air Terjun Di Bogor," *Manajemen Indonesia*, 3, 16 (2016). 167.

<sup>20</sup>Aulia Retu Dkk, "The Influence of Promotion, Perceived Ease of Use, and Price Toward Repurchase Intention Transportation Service Go-jek on Students in Universitas Negeri Padang," *Kajian Manajemen dan wirausaha*, 01, 01 (2019). 324.

- 1) Harga-harga produk pariwisata
- 2) Gaya hidup pada sebuah destinasi
- 3) Tertarik kehidupan malam
- 4) Berbagai jenis makanan
- 5) Kenyamanan transportasi
- 6) Hotel, fasilitas olahraga dan informasi
- 7) Kualitas pelayanan
- 8) Berbagai peninggalan sejarah dan budaya, keindahan pemandangan matahari dan iklim yang nyaman
- 9) Jaminan keselamatan
- 10) Gaya hidup perkotaan internasional
- 11) Kedamaian, kesehatan, kenyamanan
- 12) Keakraban dan keramahan
- 13) Pemahaman yang baik terhadap alam.<sup>21</sup>

**d. Indikator minat**

Indikator dari pada minat berkunjung kembali di analogikan dengan indikator minat beli ulang. Menurut Kotler & Keller dikutip dalam Jurnal Nora Pitri Nainggolan indikator minat beli sebagai berikut:

- 1) Minat Transaksional

Kecenderungan seseorang untuk membeli produk

---

<sup>21</sup>Daisy Andi, "Persepsi dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Wisatawan Mengunjungi Objek Wisata Tetempangan Hill Di Kab. Minahasa," *Hospitaliti*, 03, 01 (2020). 16.

## 2) Minat referensial

Kecenderungan seseorang mereferensikan produk kepada orang lain

## 3) Minat preferensial

Minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut.

## 4) Minat eksploratif

Menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang dinikmatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.<sup>22</sup>

#### e. Pandangan Islam tentang Minat

Minat dalam pandangan islam yaitu Al-Qur`an dalam surat Al-Alaq ayat pertama yaitu:

أَقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ

Artinya:

“Bacalah dengan (menyebut) nama tuhanmu yang menciptakan”.<sup>23</sup>

Ayat di atas yang berartikan “Bacalah” dimana memerintahkan agar kita membaca, maksudnya membaca bukan hanya membaca buku atau dalam arti tekstual saja, akan tetapi juga semua aspek apakah itu untuk membaca cakrawala jasad yang

<sup>22</sup> Nora Pitri Nainggolan, “Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Dalam Membeli Rumah Di kota Batam,” *Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 01, 19 (2018). 45.

<sup>23</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur`an dan Terjemahnya* (Jakarta: Pt Kumudasmoro Grafindo, 1994).

merupakan tanda kekuasaannya maka kita dapat memahami apa yang sebenarnya menarik minat kita dalam hidup ini.

Menurut Zamani Farahani dan Henderson dalam jurnal Muhammad Al Faridho Awwal menjelaskan bahwa di dalam Islam hendaknya melakukan perjalanan (karena berbagai alasan, diantaranya terkait langsung dengan syariat Islam itu sendiri seperti haji dan umrah), didalam Al-Qur`an banyak ayat yang mendukung untuk melakukan perjalanan<sup>24</sup> yakni termasuk dalam surah Al-Hajj ayat 46 yaitu:

أَفَلَمْ يَسِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَتَكُونَ لَهُمْ قُلُوبٌ يَعْقِلُونَ بِهَا أَوْ آذَانٌ  
يَسْمَعُونَ بِهَا فَإِنَّهَا لَا تَعْمَى الْأَبْصَارُ وَلَكِنْ تَعْمَى الْقُلُوبُ  
الَّتِي فِي الصُّدُورِ ﴿٤٦﴾

Artinya:

*“Maka tidak pernahkah mereka berjalan dimuka bumi, sehingga hati (akal) mereka dapat memahami telinga mereka dapat mendengar, sebenarnya bukan mata itu yang buta, tetapi yang buta ialah hati yang di dalam dada”.*<sup>25</sup>

Dari ayat tersebut dapat di ambil hikma bahwa Allah mempertanyakan kita umat manusia dengan nikmat yang diberikan olehnya kepada umat manusia, apakah kita menyadari dan bersyukur atas semua nikmat yang ada dan apakah kita sadar semua yang ada

<sup>24</sup>Muhammad Al Faridho, Perbandingan Pengaruh Persepsi Terhadap Minat Masyarakat Untuk Mengunjungi Destinasi Pariwisata Halal Pada Lima Kabupaten/Kota Di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, (Jurnal *JUMPA* Volume 1, Juli 2019) hlm. 160.

<sup>25</sup>Departemen Agama RI, *Al-Qur`an dan Terjemahnya* (Jakarta: Pt Kumudasmoro Grafindo, 1994).

dimuka bumi adalah ciptaan atas kuasa dan sebagai salah satu nikmat yang diberikan kepada kita agar kita beribadah dan bersyukur dan Allah menyarankan kita untuk melakukan perjalanan agar kita dapat melihat nikmat yang sangat luas yang diberikan oleh-Nya.

Kemudian dengan ayat yang mengharuskan kita untuk meraih keinginan dan berjalan di muka bumi ini untuk mendapatkan kesenangan yang ada di dunia, yaitu:

زَيْنَ لِلنَّاسِ حُبِّ الشَّهَوَاتِ مِنَ النِّسَاءِ وَالْبَنِينَ وَالْقَنَاطِيرِ  
 الْمُقَنْطَرَةِ مِنَ الذَّهَبِ وَالْفِضَّةِ وَالْخَيْلِ الْمُسَوَّمَةِ  
 وَالْأَنْعَامِ وَالْحَرْثِ ۗ ذَٰلِكَ مَتَاعُ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا ۗ وَاللَّهُ  
 عِنْدَهُ حُسْبُ الْمَآبِ ﴿١٤﴾

Artinya:

“Dijadikan indah pada (pandangan) manusia kecintaan kepada apa-apa yang diingini, Yaitu: wanita-wanita, anak-anak, harta yang banyak dari jenis emas, perak, kuda pilihan, binatang-binatang ternak dan sawah ladang. Itulah kesenangan hidup di dunia, dan di sisi Allah-lah tempat kembali yang baik (surga)”.<sup>26</sup>

Berkenaan dengan Ayat di atas Tafsir Mishbah: *dijadikan indah*, sesuatu yang dijadikan indah itu bias jadi benar-benar indah, seperti keimanan yang dijadikan indah oleh Allah didalam hati orang-orang yang beriman, bisa jadi juga ia buruk tetapi diperintah oleh pemuka-pemuka masyarakat, sebagaimana pemimpin kaum

<sup>26</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur`an dan Terjemahnya* (Jakarta: Pt Kumudasmoro Grafindo, 1994).

musyrikin memperindah pembunuhan anak-anak dalam pandangan masyarakat mereka, bisa jadi juga yang memperindah keburukan adalah setan.

Ayat ini tidak menjelaskan siapa yang menjadikan indah hal-hal yang disebut oleh ayat ini. Kita lihat terlebih dahulu apa yang diperindah itu, yang diperindah adalah *kecintaan kepada aneka syahwat*. *Syahwat* adalah kecenderungan hati yang sulit terbenjung kepada sesuatu yang bersifat indrawi dan material. Hal-hal yang dicintai adalah keinginan terhadap *wanita-wanita, anak-anak lelaki, harta yang banyak dari jenis emas, perak, kuda pilihan, binatang ternak dan sawah ladang*.

Dengan memperhatikan ayat ini dapat tergambar betapa kecintaan manusia kepada harta. Bukan Saja satu *qinثار*, yakni jumlah uang yang tidak terbatas dan mencukupinya meraih kenyamanan, tetapi *qinثار*, yakni banyak *qinثار*. demikian juga *kuda pilihan*, ia dapat makan seenaknya; bukan kuda yang diikat dan disajikan makanan kepadanya. Ia juga yang berarti “ yang bertanda”, Yakni ada tanda-tanda khusus bagi kuda-kuda itu yang membedakannya dari kuda yang lain. Atau bermakna “terlatih dan jinak”. Selanjutnya binatang ternak pun merupakan salah satu yang dicintai manusia. Istilah yang digunakan oleh ayat ini untuk menunjukkan binatang itu adalah *al-an`am*, bentuk jamak dari

*bi`am*. Binatang ternak yang dimaksud adalah sapi, kambing, domba dan unta baik jantan maupun betina.<sup>27</sup>

Tafsir Ayat diatas menggambarkan tentang hasrat, keinginan, dan minat manusia seperti terhadap lawan jenis, terhadap anak-anak yang didambakan kehadirannya setelah membangun keluarga dengan perkawinan yang halal dan sah, serta minat terhadap harta, uang untuk keperluan hidupnya serta kesenangan hidup di dunia salah satunya ialah melakukan perjalanan dengan tujuan semata-mata untuk menghilangkan rasa stres agar kita bisa beribadah dengan lebih baik.

#### **f. Kenyamanan Wisatawan**

Menurut Mahagangga yang dikutip dalam Jurnal Zaenal Fanani, kenyamanan perjalanan adalah kondisi stabil yang diharapkan dan menciptakan perasaan tenang dan riang ketika pergi ke suatu tempat tujuan dan tinggal dalam jangka waktu tertentu. Alasannya, jika tempat wisata tidak aman dan nyaman akan merugikan kesehatan dan ekonomi wisatawan itu sendiri.

Pesatnya pertumbuhan industri pariwisata di Indonesia merupakan sebuah tantangan yang cukup kompleks dalam memberikan rasa nyaman dan aman bagi wisatawan. Pada kenyataannya dalam suatu destinasi wisata, banyak wisatawan tidak mendapatkan rasa aman dan nyaman yang disebabkan oleh beberapa

---

<sup>27</sup>M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah: Pesan Kesan dan Keserasian Al-Qur`an*, vol. 02 (Jakarta: Lentera Hati, 2002). 31-35.

faktor yaitu perilaku tuan rumah, pelayanan parkir, penawaran jasa pijat dan yang lainnya.<sup>28</sup>

Kenyamanan dan keamanan merupakan kondisi yang sangat penting bagi industri pariwisata, aspek-aspek tersebut menjadi masalah yang berkembang dalam dua dekade terakhir dan berdampak sangat besar terhadap keberlangsungan pariwisata dan kegiatan pariwisata. Kenyamanan dan keamanan wisatawan merupakan salah satu faktor yang menentukan keputusan berwisata ke suatu destinasi wisata.

Faktor kenyamanan dan keamanan kawasan wisata juga menjadi nilai tambah dan berpeluang untuk dikunjungi wisatawan. Seperti yang diharapkan oleh *United Nations World Tourism Organization* dalam Jurnal Wahyu Khalik, sudah saatnya destinasi wisata di negara berkembang memberikan alternatif wisata yang dijamin aman dan terjamin bagi wisatawan.<sup>29</sup>

Kenyamanan wisatawan menggunakan fasilitas wisata merupakan cerminan dari kepuasan wisatawan. Wisatawan yang nyaman menggunakan fasilitas wisata akan merasa puas. Apabila ketersediaan fasilitas dapat memuaskan segala keinginan dan kebutuhan mereka selama menikmati atraksi wisata, maka kepuasan wisatawan akan memicu keinginan wisatawan untuk berkunjung kembali.

---

<sup>28</sup>Zaenal Fanani dan Edriana Pangestuti, "Analisis Keamanan dan Kenyamanan Objek Wisata Penanjakan 1 Bromo," *Administrasi Bisnis*, 02, 49 (2017). 64.

<sup>29</sup>Wahyu Khalik, *Op. Cit.*, Hlm. 24-25.

Hal ini juga menegaskan bahwa dalam penelitian Shintia Dewi Marcelina, kenyamanan sangat penting sehingga kenyamanan sangat penting bagi pengelola kawasan wisata, karena kenyamanan dapat menentukan minat wisatawan berkunjung ke kawasan wisata. Diperkuat oleh undang-undang no 8 Tahun 1999 Angka 4 (a) menjelaskan hak-hak tentang konsumen *Point* (a) menerangkan tentang hak seorang konsumen bahwa: “*konsumen(wisatawan) berhak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/jasa*”.<sup>30</sup>

**g. Faktor-faktor yang Memengaruhi Kenyamanan**

Faktor-faktor yang dapat memengaruhi kenyamanan dan keamanan yaitu:

1) Lingkungan

Segala aktivitas wisata dalam hal lingkungan seperti sampah, areal parkir, taman bermain dan lainnya harus dijaga dan pelihara agar memberikan rasa aman dan nyaman kepada pengunjung selama dalam berwisata.

2) Kegiatan Ekonomi

Selain daripada kegiatan yang dilakukan oleh pengelola wisata, kegiatan ekonomi yang datang dari luar internal objek wisata harus bisa dikendalikan oleh pihak pengelola, seperti penjual jajanan dari luar objek wisata.

---

<sup>30</sup>Gatrik.esdm.go.id, “Republik Indonesia, Undang-undang No 8 tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen,” Desember 2021.

### 3) Akses Pariwisata

Akses pariwisata merupakan hal yang harus dipertimbangkan dan diperhatikan oleh pemilik atau pengelola wisata, karena aspek kenyamanan dan keamanan tidak terlepas dari bagaimana cara wisatawan untuk mencapai suatu objek wisata.<sup>31</sup>

Berdasarkan uraian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa kenyamanan dan keamanan adalah terpenuhinya keinginan, kemauan diri seseorang yang disebabkan oleh beberapa faktor-faktor. Berbeda dengan hasil temuan lapangan yang dilakukan oleh peneliti dimana masih banyak fasilitas yang terbengkalai, kualitas produk yang tidak sesuai dengan harga sehingga menimbulkan rasa kurang nyaman dan kurang puas terhadap beberapa pengunjung.

#### **h. Indikator Kenyamanan**

##### 1) Sirkulasi

Kenyamanan dapat berkurang akibat sirkulasi yang tidak tertata dengan benar yang diakibatkan oleh beberapa faktor.

##### 2) Iklim dan kekuatan alam

---

<sup>31</sup>Wahyu Khalik, *Op, Cit.*, Hlm. 29-31.

Merupakan keadaan atmosfer pada suatu tempat dan waktu tertentu, unsur-unsur iklim terdiri dari temperatur, angin, tekanan darah, curah hujan dan kelembaban udara.

3) Kebisingan

Bunyi yang tidak dikehendaki karena tidak sesuai konteks ruang dan waktu sehingga dapat menimbulkan gangguan terhadap kenyamanan dan kesehatan manusia.

4) Keamanan

Merupakan kebutuhan manusia yang berkaitan dengan keselamatan dan keamanan.

5) Kebersihan

Daerah yang terjaga kebersihannya akan menambah daya tarik khusus, selain menciptakan rasa nyaman serta menyenangkan.

6) Keindahan

Sesuatu yang dapat mendatangkan rasa yang menyenangkan bagi yang melihat dengan mata.<sup>32</sup>

**i. Pengaruh Kenyamanan terhadap Minat Berkunjung Kembali**

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Rahmi Rosita dengan judul “Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, Kualitas Produk, Pelayanan, Harga dan Kenyamanan Berbelanja Terhadap Minat Beli

---

<sup>32</sup> Anugerah Septiawan Harefa Dkk, “Persepsi Penghuni Terhadap Kenyamanan Beraktivitas Di Ruang Terbuka Perumahan,” *Seminar Arsitektur Alur*, 2018. 46.

Ulang Konsumen pada Lotre Mart Bekasi Junction” menunjukkan bahwa Kenyamanan berpengaruh Positif terhadap minat beli ulang.<sup>33</sup>

Hasil penelitian Rahmi Rosita menunjukkan Kenyamanan berpengaruh Positif terhadap Minat beli ulang konsumen, yang mendasari peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Determinan Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Wisata Aek Sabaon” yang berfokus pada faktor Kenyamanan Wisatawan dan Citra Destinasi dengan berlokasi di Desa Aek Sabaon Sibio-bio.

#### **j. Citra Destinasi**

##### 1) Citra

Istilah citra (*image*) ini populer sejak tahun 1950-an, yang muncul dalam berbagai ungkapan seperti citra organisasi, citra perusahaan, citra nasional, citra merek, citra publik, *self-image*, dan sebagainya. Seseorang membeli sesuatu tidak hanya karena membutuhkan barang itu, namun karena mengharapkan sesuatu yang lain. Sesuatu yang diharapkannya itu sesuai dengan citra yang dibentuk dalam dirinya. Disinilah peran pentingnya lembaga atau organisasi memberikan berita dan masukan kepada masyarakat sehingga terbentuk citra destinasi yang baik terhadap lembaga tersebut. Pelanggan biasanya akan membentuk citra terhadap perusahaan, lembaga, toko, maupun merek

---

<sup>33</sup>Rahmi Rosita, “Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, Kualitas Produk, Pelayanan, Harga dan Kenyamanan Berbelanja Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Lotre Mart Bekasi Junction,” *Ilmiah WIDYA*, 02, 01 (2016).

didasarkan pada kesimpulan yang mereka peroleh dari rangsangan atau stimulus pemasaran maupun lingkungannya.<sup>34</sup>

## 2) Destinasi

Menurut Seaton dan Bennett yang dikutip dalam Jurnal Asya Hanif Jurnal, destinasi adalah produk destinasi pariwisata yang terpadu, tetapi terdiri dari berbagai jenis organisasi dan operasi pariwisata di dalam wilayah geografisnya, termasuk hotel, transportasi dan atraksi lainnya.

Destinasi dalam kerangka pengembangannya mencakup beberapa komponen utama. Komponen utama tersebut menurut Sunarya dikutip dalam Jurnal Asya hanif terbagi menjadi lima, mencakup objek dan daya tarik wisata (*Attraction*), aksesibilitas (*Accessibility*), amenities (*Amenities*), Fasilitas pendukung (*Ancillary Services*) dan kelembagaan (*Institutions*).

## 3) Citra destinasi (*destination image*)

Menurut Pitana dan Diarta yang dikutip dalam Jurnal Asya Hanif, citra suatu destinasi adalah keyakinan atau pengetahuan tentang destinasi dan perasaan wisatawan selama melakukan perjalanan. Faktor lain dalam mengembangkan destinasi wisata sesuai dengan kebutuhan wisatawan adalah fokus pada hal-hal yang mempengaruhi kepuasan wisatawan.

---

<sup>34</sup>Muhammad Isa, "Citra Iain Padangsidimpuan Di Kalangan Siswa Berprestasi Perspektif Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan, Penelitian Pembinaan/Kapasitas Pengembangan Program Studi Didanai Dengan Bantuan Boptn." (Padangsidimpuan, Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan, 2019). 9.

Kepuasan wisatawan sebagai pembeli atau penikmat jasa dapat diperhatikan melalui penilaian wisatawan secara keseluruhan.

Penilaian ini terkait dengan kualitas hasil destinasi wisata yang diperoleh wisatawan. Pengembangan destinasi wisata yang baik tentunya dapat memuaskan wisatawan yang pada gilirannya memungkinkan wisatawan untuk merencanakan berkunjung kembali atau merekomendasikan destinasi wisata yang relevan kepada orang lain.<sup>35</sup>

#### **k. Indikator Citra Destinasi**

Indikator-indikator untuk mengukur *Destinasi Image* antara lain: (i) *Favorability of brand association-good reputation*; (ii) *Favorability of brand association-feeling of out standing*; (iii) *Strength of brand association-art destination*; (iv) *Strength of brand association-culture destination*; (v) *Uniqueness of brand association*.

- 1) Kemampuan Asosiasi merek dalam membentuk reputasi yang baik

Asosiasi merek ditimbulkan dari berbagai kesan yang dilihat, didengar dan dirasakan wisatawan mengenai destinasi wisata yang sudah dikunjunginya.

- 2) Kemampuan Asosiasi merek dalam membentuk rasa istimewa

Ada rasa istimewa bagi dirinya apabila pernah mengunjungi sebuah destinasi wisata.

---

<sup>35</sup> Asya Hanif DKK, "Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan, Studi pada Wisatawan Nusantara yang Berkunjung ke Kota Batu," *Administrasi Bisnis*, 01, 38 (2016).46-47.

3) Kekuatan Asosiasi merek dalam membentuk citra destinasi seni

Citra destinasi seni yang dimiliki objek wisata tidak terlepas dari berbagai aktivitas wisata yang berkaitan dengan seni.

4) Kekuatan Asosiasi merek dalam membentuk citra destinasi Budaya

Kekuatan Asosiasi Merek dalam Membentuk Citra Destinasi yang memiliki nilai budaya, tidak terlepas dari nilai kearifan lokal.

5) Keunikan Asosiasi merek

Keunikan asosiasi merek merupakan faktor pembentuk citra destinasi wisata. Semakin unik asosiasi merek yang dirasakan oleh wisatawan, maka semakin kuat citra destinasi wisata dibenak wisatawan.<sup>36</sup>

### **I. Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali**

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Putri Rizkiah dan Yusri Abdillah dengan judul “Pengaruh Citra Merek Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung dan Kepuasan Serta Dampaknya Pada Minat Kunjung Ulang” menunjukkan bahwa Citra Destinasi berpengaruh secara signifikan terhadap minat kunjung ulang.<sup>37</sup> Hasil penelitian yang dilakukan oleh Siti Fatimah dengan judul Analisis “Pengaruh

---

<sup>36</sup> I Made Bayu Wisnawa, *Manajemen Pemasaran Pariwisata Model Brand Loyalty Pengembangan Potensi Wisata Di Kawasan Pedesaan* (Yogyakarta: Deepublish, 2019). 56-57.

<sup>37</sup> Putri Rizkiah Isnaini Yusri Abdillah, “Pengaruh Citra Merek Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung dan Kepuasan Serta Dampaknya Pada Minat Kunjung Ulang,” *Administrasi Bisnis*, 02, 55 (2018).

Citra Destinasi Dan Lokasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali” menunjukkan bahwa Citra Destinasi berpengaruh secara signifikan terhadap minat berkunjung kembali.<sup>38</sup> Begitu juga yang dilakukan oleh peneliti Gagah Bimo Setyo Putra dengan Judul “Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Minat Berkunjung dan Keputusan Berkunjung” menunjukkan bahwa Citra Perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Berkunjung.<sup>39</sup>

Beberapa Hasil penelitian menunjukkan Citra Perusahaan/ Destinasi dapat mempengaruhi Minat Berkunjung, yang mendasari peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Determinan Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Wisata Aek Sabaon” yang berfokus pada faktor Kenyamanan Wisatawan dan Citra Destinasi dengan berlokasi di Desa Aek Sabaon Sibio-bio.

## **B. Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu ini merupakan penelitian sudah melakukan penelitian perihal faktor-faktor yang dapat memengaruhi minat berkunjung wisatawan beberapa sebagai berikut:

---

<sup>38</sup> Siti Fatimah, “Analisis Pengaruh Citra Destinasi Dan Lokasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali,” *Ilmiah Bahari jogja*, 02, 17 (2019).

<sup>39</sup> Gagah Bimo Setyo Putra Dkk, “Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Minat Berkunjung Dan Keputusan Berkunjung (Survei pada Pengunjung Taman Rekreasi Pt. Seleka, Kota Batu, Jawa Timur,” *Administrasi Bisnis*, 02, 26 (2015).

**Tabel II.1**  
**Penelitian terdahulu**

No	Nama	Judul	Hasil
1	Asya hanif	Pengaruh Citra Destinasi Terhadap kepuasan wisatawan serta dampaknya terhadap loyalitas wisatawan. (Studi Pada Wisatawan Nusantara yang Berkunjung ke Kota Batu)..	Hasil penelitian membuktikan bahwa variabel citra destinasi berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan wisatawan, selanjutnya variabel citra destinasi berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas wisatawan. Selain itu variabel kepuasan wisatawan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas wisatawan.
2	Andi Mulyana	Hubungan antara kualitas jasa, citra destinasi, kepuasan pengunjung dan niat mengunjungi kembali taman wisata air terjun di Bogor	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas jasa dan citra destinasi masing-masing berpengaruh langsung terhadap kepuasan dan niat berkunjung kembali, selain itu kepuasan pengunjung berpengaruh langsung terhadap niat berkunjung kembali.
3	Galih Hendrawan	Pengaruh citra destinasi pariwisata Waduk Sermo terhadap minat wisatawan berkunjung ulang	Hasil dari penelitian persepsi citra destinasi pariwisata Waduk Sermo berpengaruh positif terhadap minat wisatawan untuk berkunjung kembali ke destinasi wisata Waduk Sermo. Dengan Kognitif dan Afektif berpengaruh terhadap minat

			wisatawan berkunjung ulang.
4	Bellinda Sofia Nuraeni	Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat kunjung ulang wisatawan museum Ranggawarsita Semarang	Hasil penelitian menunjukkan variabel yang berpengaruh signifikan terhadap variabel minat kunjung ulang adalah variabel promosi, variabel kualitas pelayanan, dan variabel daya tarik wisatawan. Kemudian variabel yang berpengaruh terhadap daya tarik wisata adalah variabel promosi.
5	Gagah Bimo Setyo Putra	Pengaruh citra perusahaan terhadap minat berkunjung dan keputusan berkunjung (Survei pada Pengunjung Taman Rekreasi PT. Selecta, Kota Batu, Jawa Timur).	Citra perusahaan memiliki pengaruh langsung dan signifikan terhadap minat berkunjung. Citra perusahaan memiliki pengaruh langsung dan signifikan terhadap keputusan pengunjung. Minat berkunjung memiliki pengaruh langsung dan signifikan terhadap keputusan pengunjung.
6	Antonius Atahena DKK	Faktor-faktor yang menentukan wisatawan berkunjung ke taman nasional komodo di kabupaten manggarai barat nusa tenggara timur	Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor yang menentukan wisatawan berkunjung ke taman nasional komodo adalah faktor alam dan harga paket , faktor transportasi dan hotel, faktor restoran

			dan paket wisata, faktor kamar kecil dan keamanan, dan faktor yang paling dominan ialah faktor alam dan harga paket wisata.
7	I Nyoman Meirejeki , DKK	Faktor-faktor yang menarik wisatawan domestic berkunjung ke pantai pandawa.	Hasil dari analisis, ada empat faktor yang menjadi penentu minat wisatawan berkunjung yaitu keindahan pantai dan lokasi yang strategis, kondisi sarana rekreasi , harga dan akses menuju pantai.
8	Winarna, nanik Irma susanti	Faktor-faktor yang mempengaruhi kunjungan wisata pada objek wisata sendang asri waduk gajah mungkur wonogiri.	Berdasarkan pada hasil Uji rotated Component Matrix setiap faktor dapat menjelaskan keragaman variabel awal dengan tepat, faktor yang mempengaruhi kunjungan wisatawan ialah kemudahan ke lokasi, fasilitas, harga, kualitas produk, keindahan dan keunikan
9	Daisy Andi	Persepsi dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Wisatawan Mengunjungi Objek Wisata Tetempangan Hill di Kab. Minahasa	Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan karakteristik yang mengunjungi objek wisata Hill Kab. Minahasa lebih banyak wisatawan berjenis kelamin pria.
10	Hariman Saleh	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Wisatawan Berkunjung ke Kota Bukittinggi.	Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan , maka dapat diambil suatu kesimpulan bahwa dari analisis faktor-

			faktor yang mempengaruhi minat wisatawan terdapat faktor yang paling dominan adalah faktor adanya nilai sejarah yang terkandung dalam suatu objek di kota bukit tinggi.
--	--	--	---

a. Perbedaan dan Persamaan penelitian sekarang dengan penelitian

1. Sama-sama menggunakan jenis penelitian kuantitatif, memiliki kesamaan tentang kriteria sampel, analisis deskriptif, sedangkan perbedaan Peneliti terdahulu menggunakan teknik purposive sampling, sedangkan peneliti sekarang menggunakan non probability sampling, peneliti terdahulu menggunakan analisis jalur dengan jumlah sampel 113, sedangkan peneliti sekarang memiliki 100 sampel.
2. Sama-sama menggunakan jenis penelitian kuantitatif, memiliki kesamaan dengan teknis analisis deskriptif, sedangkan perbedaan Peneliti terdahulu menggunakan teknik Convenience sampling, sedangkan peneliti sekarang menggunakan Teknikm incidental sampling, peneliti terdahulu memiliki jumlah sampel 114, sedangkan peneliti sekarang memiliki 100 sampel.
3. Sama-sama menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan sampel 100 responden, sedangkan perbedaan Peneliti terdahulu menggunakan teknik Convenience sampling, menggunakan SPSS 16 sedangkan peneliti sekarang menggunakan SPSS 22. Peneliti terdahulu menggunakan metode *content analis* dan *common*

*theme approach* dengan analisis uji beda, analisis linear sederhana sedangkan peneliti sekarang dengan analisis linier regresi berganda.

4. Sama-sama menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan Non probability sampling, memiliki kesamaan teknik pengumpulan data dengan observasi dan kuesioner sedangkan perbedaan Peneliti terdahulu menggunakan teknik purposive sampling, sedangkan peneliti sekarang menggunakan teknik incidental sampling, peneliti terdahulu memiliki 110 responden sedangkan peneliti sekarang memiliki 100 responden, Peneliti terdahulu menggunakan metode PLS\_SEM dan peneliti sekarang dengan metode analisis deskriptif.
5. Penelitian terdahulu memakai jenis penelitian *Explanatory Research* sedang penelitian sekarang menggunakan jenis penelitian kuantitatif, peneliti terdahulu memiliki sampel 120 responden, sedangkan peneliti sekarang memiliki 100 responden, peneliti terdahulu menggunakan teknik purposive sampling, sedangkan peneliti sekarang menggunakan teknik incidental sampling, peneliti terdahulu menggunakan analisis deskriptif dan analisis jalur, sedangkan peneliti sekarang hanya dengan analisis deskriptif.

6. Sama-sama menggunakan teknik incidental sampling, peneliti terdahulu memiliki 75 responden sedangkan peneliti sekarang memiliki 100 responden, peneliti terdahulu menggunakan *software* SPSS *windows* sedangkan peneliti sekarang menggunakan SPSS 22, peneliti terdahulu menggunakan 15 variabel sedangkan peneliti sekarang menggunakan 3 variabel, peneliti terdahulu menggunakan teknik pengumpulan data dengan observasi wawancara dan kuesioner sedangkan peneliti sekarang menggunakan teknik pengumpulan data dengan observasi, dokumentasi dan kuesioner.
7. Sama-sama menggunakan skal pengukuran dengan skala *likert*, Peneliti terdahulu memiliki sampel 85 responden sedangkan peneliti sekarang memiliki sampel 100 responden, peneliti terdahulu menggunakan analisis faktor dengan bantuan SPSS versi 17 sedangkan peneliti sekarang menggunakan analisis deskriptif dengan bantuan SPSS versi 22.
8. Peneliti terdahulu menggunakan sampel dengan convenience Random Sampling. Teknik analisa data yang digunakan yang digunakan adalah analisa faktor dengan tahapan penentuan variabel, pembentukan matrik korelasi, ekstraksi faktor, rotasi matrik, uji ketetapan model dan analisis SWOT. Sedangkan peneliti sekarang menggunakan teknik incidental sampling dengan metode uji analisis deskriptif uji validitas, uji realibilitas, uji

normalitas, uji multikoleniearitas, uji heteroskedastisitas, uji t dan uji f.

9. Sama-sama menggunakan analisis deskriptip dengan pendekatan kuantitatif, peneliti terdahulu menggunakan teknik pengumpulan data dengan kuesioner sedangkan peneliti sekarang menggunakan teknik pengumpulan data dengan observasi, dokumentasi dan kuesioner, sama-sama menggunakan skala pengukuran dengan skala *likert*. Peneliti terdahulu memiliki sampel 30 responden sedangkan penbeliti sekarang memiliki sampel 100 responden.
10. sama-sama memiliki sampel 100 responden. Sama-sama menggunakan bantuan program SPSS , penetili terdahulu menggunakan uji validitas, realibilitas, deskriptip dan analisis faktor, analisis regresi linear berganda, sedangkan peneti sekarang menggunakan uji validitas, realibilitas, statistis deskriptip, normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, analisis regresi linear berganda.

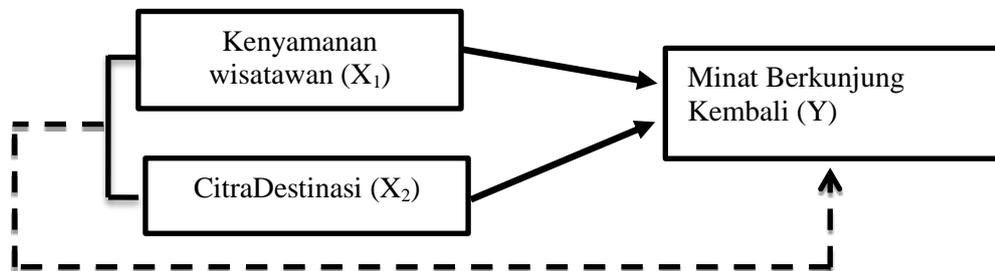
### C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan gambarana yang dilakukan untuk memberikan pengartian dari setipa variabel-variabel tanpa harus memberikan kesimpulan dari gambaran tersebut, dengan gambaran tersebut memberikan kemudahan untuk membaca dan memahami pengaruh yang diberikan pada setiap variabel yang dibuat.<sup>40</sup>

---

<sup>40</sup>Ahmad Nizar Rangkuti, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: Cipta Pustaka Media, 2016), hlm. 36.

**Gambar II.1**  
**Kerangka Pikir**



**Keterangan :**

- 1) ————— Berpengaruh secara parsial
- 2) - - - - - Berpengaruh secara simultan

**D. Hipotesis**

Uraian kerangka pikir maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1.  $H_{a1}$ : Berpengaruh kenyamanan wisatawan secara parsial terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di objek wisata Aek Sabaon.
2.  $H_{01}$ : Tidak berpengaruh kenyamanan wisatawan secara parsial terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di objek wisata Aek Sabaon.
3.  $H_{a2}$ : Berpengaruh citra destinasi secara parsial terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di objek wisata Aek Sabaon.
4.  $H_{02}$ : Tidak Berpengaruh citra destinasi secara parsial terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di objek wisata Aek Sabaon.
5.  $H_{a3}$ : Berpengaruh kenyamanan wisatawan dan citra destinasi secara simultan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di objek wisata Aek Sabaon.
6.  $H_{03}$ : Tidak berpengaruh kenyamanan wisatawan dan citra destinasi secara simultan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di objek Aek Sabaon.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Lokasi penelitian dilakukan pada objek Wisata Taman Syaakirah *The View And Resto* Aek Sabaon, Kecamatan Marancar, Kabupaten Tapanuli Selatan, Indonesia. Penelitian ini diawali pada bulan Januari sampai dengan bulan Juni Tahun 2021.

#### **B. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan peneliti ialah penelitian kuantitatif dengan data primer melalui pendekatan observasi, dokumentasi dan angket kuesioner.

#### **C. Populasi dan Sampel**

##### **1. Populasi**

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Dengan demikian yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh wisatawan Wisata Taman Syaakirah *The View and Resto* Aek Sabaon pada tahun 2020 yang berjumlah 11.450 pengunjung.

##### **2. Sampel**

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Pengunjung Wisata Taman Syaakirah *The View and Resto* Aek Sabaon yang berjumlah 11.450 pengunjung pada tahun 2020. Penelitian ini dilakukan

dengan pengambilan data dari responden. Data yang diambil dari sampel yang mewakili seluruh populasi. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan Rumus Yamane Taro dengan tingkat kesalahan 10% maka sampel pada penelitian ini adalah

$$n = N \frac{N}{N(e)^2 + 1}$$

Keterangan

$n$  = ukuran sampel

$N$  = jumlah populasi

$e$  = *standard error* (10 %)

Berdasarkan rumus Yamane Taro tersebut, maka diperoleh dengan besarnya sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{11.450}{11450(0,1)^2 + 1}$$

$$n = \frac{11.450}{115,50}$$

$$n = 99,13$$

$$n = 100 \text{ (dibulatkan)}$$

Dari perhitungan diatas, maka diperoleh sampel sebanyak 100 orang wisatawan. Didalam penelitian ini peneliti menggunakan *Non Probability Sampling* dengan teknik *Insidental sampling*. *Insidental Sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang berkebetulan

ditemui cocok sebagai sumber data. Pertimbangan untuk sampel dalam penelitian ini adalah responden dengan kriteria sebagai berikut:

- a) Pengunjung atau pernah berwisata di Objek Wisata Taman Syaakirah *The View and Resto* Aek Sabaon.
- b) Telah berkunjung atau berwisata lebih dari satu kali.

#### **D. Jenis dan Sumber Data**

##### **1. Data Primer**

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan menggunakan alat pengukur atau alat pengambil data langsung pada subjek sebagai sumber informasi yang dicari.<sup>41</sup>

##### **2. Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang diperoleh lewat pihak orang lain, tidak langsung diperoleh oleh peneliti dari subjek penelitiannya. Data sekunder dalam penelitian ini ialah berwujud data pengunjung pada tahun 2018 sampai dengan 2020.

#### **E. Instrumen Pengumpulan Data**

Instrumen pengumpulan data diperlukan agar data dan informasi yang dibutuhkan dapat untuk menjawab permasalahan yang ada terhadap individu yang informasinya diperlukan untuk kelengkapan data. Dengan demikian peneliti mengambil keputusan dalam instrumen pengumpulan data melalui observasi, dokumentasi dan angket atau kuesioner.

---

<sup>41</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi* (Bandung: Alfa Beta, 2004), 57.

### 1. Observasi

Observasi adalah suatu proses kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis dan yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.<sup>42</sup>

### 2. Dokumentasi

Adapun dokumentasi yang peneliti lakukan adalah merupakan sebuah gambar atau foto, peneliti akan memotret beberapa wisatawan yang sedang berkunjung dan yang sedang mengisi angket.

### 3. Angket Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang diharapkan dari responden.<sup>43</sup>

Pada angket penelitian yang sesungguhnya peneliti menggunakan Skala *Likert* sebagai skala pengukuran sikap yang dibuat dalam bentuk *checklist*. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan Skala *Likert* mempunyai skor yang dapat berupa angka-angka. Adapun skor yang diterapkan untuk pertanyaan pada angket ini adalah:

---

<sup>42</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 16 ed. (Bandung: ALFABETA, 2017). 203.

<sup>43</sup>Sugiyono, *Op, Cit.*, hlm.199.

**Tabel III.1**  
**Penetapan Skor Atas Jawaban Angket**

No	Alternatif jawaban	Skor
1	Sangat setuju	5
2	Setuju	4
3	Ragu-ragu	3
4	Tidak setuju	2
5	Sangat tidak setuju	1

Adapun kisi-kisi angket yang digunakan dapat dilihat tabel berikut:

**Tabel III.2**  
**Kisi-kisi Angket Variabel Minat Berkunjung Kembali**

Variabel	Indikator	No soal
Minat Berkunjung Kembali	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Minat Transaksional</li> <li>2. Minat referensial</li> <li>3. Minat preferensial</li> <li>4. Minat eksploratif</li> </ol>	1,2,3,4,5,6,7,8
Kenyamanan Wisatawan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sirkulasi</li> <li>2. Iklim dan kekuatan alam</li> <li>3. Kebisingan</li> <li>4. Keamanan</li> <li>5. Keindahan</li> <li>6. Kebersihan</li> </ol>	9,10,11,12,13,14,15,16,17,18,19,20
Citra Destinasi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kemampuan Asosiasi Merek dalam Membentuk Reputasi yang baik</li> <li>2. Kemampuan Asosiasi Merek dalam Membentuk Rasa Istimewa</li> <li>3. Kekuatan Asosiasi Merek dalam Membentuk Citra Destinasi Seni</li> <li>4. Kekuatan Asosiasi Merek dalam Membentuk Citra Destinasi Budaya</li> <li>5. Keunikan Asosiasi Merek</li> </ol>	21,22,23,24,25,26,27,28,29,30

## F. Uji Validitas dan Reliabilitas

### 1. Uji Validitas

Untuk memperoleh penelitian yang efektif perlu dilakukan skala pengukuran uji validitas, sebagai syarat utama yang harus dilakukan agar dapat melangkah lebih jauh pada uji selanjutnya. Taraf signifikan yang digunakan adalah 0,1 dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika hasil  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka data dinyatakan valid.
- b. Jika hasil  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka data dinyatakan tidak valid.<sup>44</sup>

### 2. Uji Reliabilitas

Reliabel artinya dapat dipercaya juga dapat diandalkan menunjukkan konsistensi dan stabilitas skala pengukuran. Apabila variabel yang diteliti mempunyai *Cronbach Alpha* > 60% (0,06) maka variabel tersebut dikatakan reliabel dan dapat diterima, sebaliknya *Cronbach alpha* <60% maka variabel tersebut dikatakan tidak reliabel dan tidak dapat diterima.<sup>45</sup>

## G. Teknik Analisis Data

### 1. Analisis deskriptif

Statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

---

<sup>44</sup>Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Pt Rineka Cipta, 2013). 211.

<sup>45</sup>Duwi Priyatno, *SPSS 22 Pengelolah Data Terpraktis* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2014). 51.

## 2. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk memperoleh informasi terkait apakah data yang didapatkan distribusinya normal atau tidak. Metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Jika nilai signifikan dari hasil uji *kolmogorov-smirnov*  $> 0,1$ , maka dikatakan berdistribusi normal dan sebaliknya berdistribusi tidak normal.<sup>46</sup>

## 3. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinearitas berfungsi untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antara variabel Independen dalam satu model. Jika nilai VIF yang dihasilkan kurang dari 10 dan nilai toleransi lebih dari 0,1 maka tidak terjadi multikolinieritas.<sup>47</sup>

### b. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk melihat perbedaan *variance*. Uji Heteroskedastisitas dapat dilihat melalui uji Gletser dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Jika nilai  $\text{Obs} \cdot R^2$  mempunyai nilai Probabilitas chi-square  $< a (0,1)$  maka dapat dikatakan terjadi heteroskedastisitas dan sebaliknya.

---

<sup>46</sup>H. Nur Asnawi H. Masyhuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran* (Malang: UIN Maliki Press, 2011). 178-179.

<sup>47</sup>V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2019). 158-159.

- 2) Jika nilai  $\text{Obs} \cdot R^2$  mempunyai nilai Probabilitas chi-square  $> a (0,1)$  maka bisa dikatakan tidak terjadi masalah.<sup>48</sup>

#### 4. Analisis Regresi Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda dapat diketahui melalui rumus regresi berganda sebagai berikut.<sup>49</sup>

$$Mb = a + b_1Kw + b_2Cd + e$$

keterangan:

Mb = Minat Berkunjung Kembali

a = Konstanta

$b_1b_2b_3$  = konstanta Variabel X terhadap Y

KW = Kenyamanan Wisatawan

CD = Citra Destinasi

e = Error (kesalahan)

#### 5. Uji Hipotesis

##### a. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui sumbangsi variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai *R square* ( $R^2$ ) adalah nilai yang menunjukkan koefisien determinasi yang diubah kedalam bentuk persen sehingga dapat diketahui seberapa besar sumbangsih kenyamanan dan citra destinasi terhadap minat berkunjung kembali. Dengan kriteria pengujian:

- 1) Jika nilai interval korelasi 0,00 – 0,05199 diartikan hubungan variabel sangat rendah

<sup>48</sup>Duwi Priyatno, *Op. Cit*, hlm. 79.

<sup>49</sup>Duwi Priyatno, *Op. Cit*, hlm. 148.

2)

Jika nilai interval korelasi 0,20 – 0,399 diartikan hubungan variabel sedang.

- 3) Jika nilai interval korelasi 0,40 – 0,599 diartikan hubungan variabel sangat rendah
- 4) Jika nilai interval korelasi 0,60 – 0,799 diartikan hubungan variabel kuat.
- 5) Jika nilai interval korelasi 0,80 – 1,000 diartikan hubungan variabel sangat kuat.

## 2. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)

Uji t berfungsi untuk melihat variabel terikat terhadap variabel bebas secara parsial dengan kriteria sebagai berikut:

- 1)  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima apabila nilai signifikan  $< 0,1$ , berarti variabel terikat berpengaruh parsial terhadap variabel bebas.
- 2)  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak apabila nilai signifikan  $> 0,1$ , berarti variabel terikat tidak berpengaruh parsial terhadap variabel bebas.

## 3. Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F)

Uji F berfungsi untuk melihat variabel terikat terhadap variabel bebas secara simultan dengan kriteria sebagai berikut :

- 1)  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  berarti Variabel  $X_1$  dan  $X_2$  tidak berpengaruh simultan terhadap variabel Y.
- 2)  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  berarti Variabel  $X_1$  dan  $X_2$  berpengaruh simultan terhadap variabel Y.<sup>50</sup>

---

<sup>50</sup>V. Wiratna Sujarwendi, *Op., Cit*, hlm. 161-164.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Wisata Taman Syaakirah *The View and Resto* Aek Sabaon**

##### **1. Sejarah Wisata Taman Syaakirah *The View and Resto* Aek Sabaon**

Wisata Taman Syaakirah *The View and Resto* awal mulanya merupakan perkebunan warga Desa Aek Sabaon Sibio-bio, pembangunan Taman Syaakirah diawali pada tahun 2016 yang dibeli dan dikelola oleh Inder Sakti Tanjung sebagai Pemilik Objek Wisata yang diberi nama Taman Syaakirah *The View And Resto* Aek Sabaon. Akses menuju ke objek wisata berkisaran 1 jam dari Kota Padangsidempuan.<sup>51</sup>

##### **2. Lokasi Penelitian**

Lokasi dan tempat penelitian yaitu Objek Wisata Taman Syaakirah *The View And Resto* Aek Sabaon Kecamatan Marancar Kabupaten Tapanuli Selatan, Indonesia.

##### **3. Visi dan Misi**

###### **a) Visi**

Memberikan Wahana Objek Wisata berskala Internasional bagi wisatawan yang datang.

---

<sup>51</sup>Hasil Observasi Akhir dengan Manajer Wisata Taman Syaakirah *The View and Resto* Aek Sabaon, 02 Juni 2021 Pukul 16.30 Wib.

b) Misi

Mampu bersaing dengan objek wisata lain dan tetap menjaga ciri khas objek wisata Taman Syaakirah *The View and Resto*.<sup>52</sup>

#### 4. Struktur Organisasi

Objek Wisata *The View And Resto* di kelola Sarah Akides Tampubolon selaku Manajer. Pemilik objek wisata yang bernama Inder Sakti Tanjung merupakan penduduk kota padangsidempuan, objek wisata *the view and resti* memiliki dua pegawai asisten I (sapri) dan asisten II (siti), Kasir (ardi), SCH (ayub) dan karyawan ada lima belas pelayan yang ikut mengelola objek wisata *The View And Resto* Aek Sabaon.

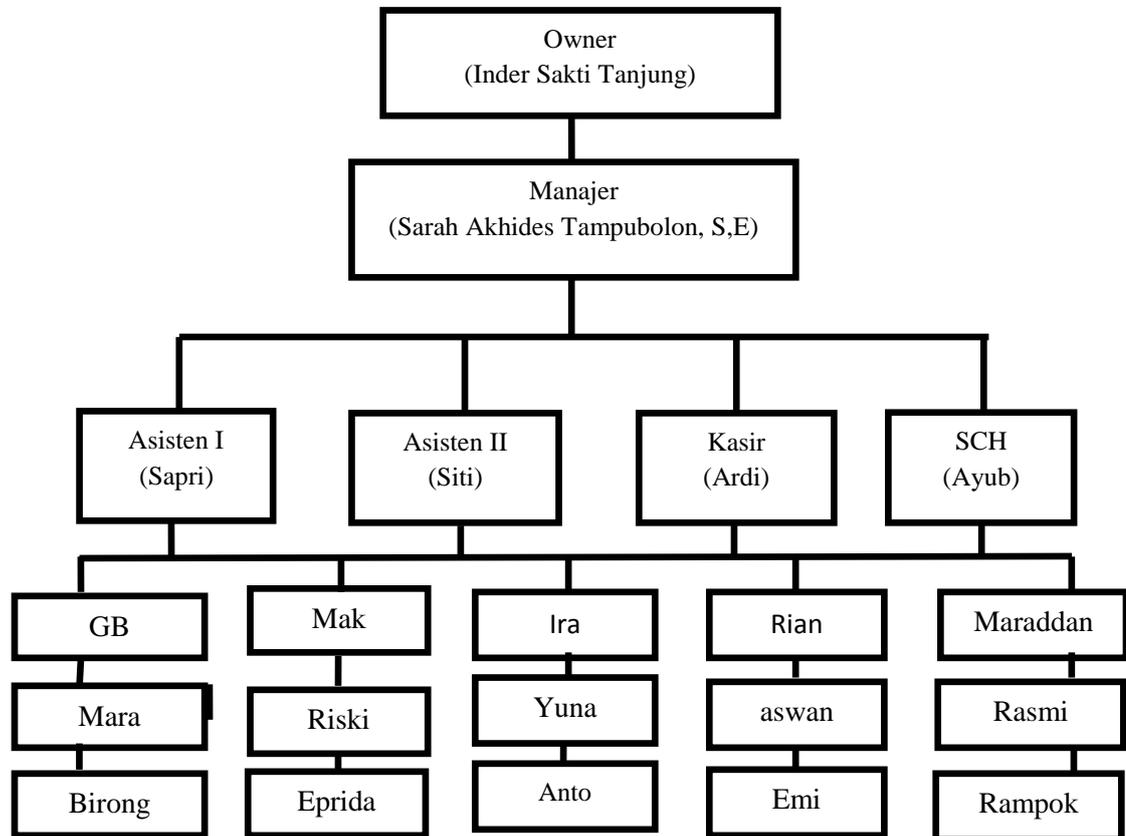
Awal mula berdirinya objek wisata *the view and resto* merupakan sebuah perkebunan desa aek sabaon yang dibeli oleh Inder Sakti Tanjung selaku pemilik dari 2016 sampai dengan sekarang. Objek wisata *the view and resto* sebelumnya sudah memiliki dua manajer, manajer yang pertama yang bernama ferdi juliansyah Rangkuti dan Sarah Akhides Tampubolon yang merupakan selaku manajer aktif sampai sekarang.

Sarah Akhides Tampubolon merupakan warga kota padangsidempuan, sudah menjabat sebagai manajer kurang lebih 2 tahun, objek wisata Taman Syaakirah *The View And Resto* menyediakan banyak wahana dan jenis-jenis kuliner, hal yang menarik dari objek wisata adalah bagunanan yang terbuat dari kaca, sering disebut objek wisata rumah kaca.

---

<sup>52</sup> Wawancara, Sara akhides Tampubolon, S.E, Wisata Taman Syaakirah *The View and Resto* Aek Sabaon, 02 Juni 2021 Pukul 16.30 Wib.

**Gambar IV.1<sup>53</sup>**  
**Struktur Organisasi Objek Wisata Taman Syaakirah The View And Resto**  
**Aek Sabaon**



## B. Gambaran Umum Responden

### 1. Usia

Karakteristik responden berdasarkan umur atau usia yang dijadikan sampel penelitian. Berikut ini disajikan karakteristik responden berdasarkan umur pada Tabel IV. 1 berikut:

<sup>53</sup>*Ibid.*, Hasil Observasi. 02 Juni 2021 pukul 16.30 Wib.

**Tabel IV.1**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

<b>No</b>	<b>Usia</b>	<b>Jumlah</b>
1	15-30 Tahun	97
2	31-45 Tahun	2
3	46-60 Tahun	1
<b>Total</b>		<b>100</b>

Sumber: data diolah, 2021

Berdasarkan Tabel IV.1 diatas menunjukkan banyaknya responden berdasarkan umur dan dapat dilihat bahwa seluruh responden dengan usia 15-30 adalah sebanyak 97, usia 31-45 adalah sebanyak 2 orang, usia 46-60 adalah sebanyak 1, total keseluruhan adalah sebanyak 100 orang.

## 2. Jenis Kelamin

Karakteristik responden berkaitan dengan identitas responden yang dijadikan sampel penelitian, dalam karakteristik responden penelitian menetapkan 100 responden.

Karakter responden berdasarkan jenis kelamin yaitu menguraikan jenis kelamin responden yaitu laki-laki dan perempuan. Hal ini dapat disajikan melalui Tabel IV. 2 berikut:

**Tabel IV.2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

<b>No</b>	<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Jumlah</b>
1	Laki-laki	43
2	Perempuan	57
<b>Total</b>		<b>100</b>

Sumber: data diolah, 2021

Berdasarkan Tabel IV.2 diatas menunjukkan banyaknya responden dengan jenis kelamin laki-laki berjumlah 43 orang sedangkan banyaknya responden dengan jenis kelamin perempuan berjumlah 57 orang. Hal ini menunjukkan bahwa responden dengan jenis kelamin perempuan lebih banyak dari pada jenis kelamin laki-laki.

### 3. Pendidikan Terakhir

Karakteristik responden berdasarkan Pendidikan menguraikan responden menurut Jenis Pendidikan. Oleh karena itu akan disajikan karakteristik responden berdasarkan Jenis Pendidikan yang dapat dilihat dari Tabel IV. 3 berikut:

**Tabel IV. 3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah
1	SMP/MTS	7
2	SMA/SMK	85
3	D3	1
4	D1	-
5	S1	7
<b>Total</b>		<b>100</b>

Sumber: data diolah, 2021

Berdasarkan tabel IV.3 diatas banyaknya responden dengan pendidikan SMP/MTS sebanyak 7 responden, pendidikan SMA/SMK sebanyak 85 responden, pendidikan D3 sebanyak 1 responden dan pendidikan S1 sebanyak 7 responden.

#### 4. Bidang Pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan menguraikan responden menurut jenis pekerjaannya. Oleh karena itu akan disajikan karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan yang dapat dilihat dari Tabel IV. 4 berikut:

**Tabel IV. 4**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Bidang Pekerjaan**

No	Bidang Pekerjaan	Jumlah
1	Mahasiswa	16
2	Pedagang	17
3	Petani	3
3	Wiraswasta	13
4	Karyawan	5
5	PNS	3
6	Lainya	43
<b>Total</b>		<b>100</b>

Sumber: data diolah, 2021

Berdasarkan tabel IV.4 menunjukkan bahwa responden yang memiliki bidang pekerjaan mayoritas adalah pedagang 17 responden dan petani sebanyak 3 responden, mahasiswa sebanyak 16 responden, wiraswasta sebanyak 13 responden, karyawan sebanyak 5 responden, PNS sebanyak 3 responden dan bidang pekerjaan lainnya sebanyak 43 responden

## C. Hasil Analisis Data

### 1. Hasil Uji Validitas

Uji validitas digunakan dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan nilai  $r_{tabel}$ . Jadi,  $df = 100 - 2 = 98$ , sehingga diperoleh  $r_{tabel}$  sebesar 0,1654. Hasil dari uji validitas kenyamanan wisatawan adalah sebagai berikut:

**Tabel IV. 5**  
**Hasil Uji Validitas Item Pernyataan Variabel Kenyamanan Wisatawan**

Item Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
Item 1	0,490	Instrumen Valid, Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n = 100 - 2 = 98$ pada taraf signifikan 0,1% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,1654$	Valid
Item 2	0,493		Valid
Item 3	0,394		Valid
Item 4	0,432		Valid
Item 5	0,381		Valid
Item 6	0,555		Valid
Item 7	0,606		Valid
Item 8	0,570		Valid
Item 9	0,491		Valid
Item 10	0,466		Valid
Item 11	0,362		Valid
Item 12	0,510		Valid

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel IV.5 variabel kenyamanan wisatawan menunjukkan bahwa data yang terkumpul adalah valid. Dengan ketentuan rumus, jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka data tersebut adalah valid. Dari dua belas pernyataan dari variabel kenyamanan wisatawan menunjukkan  $r_{hitung} > r_{tabel}$  0,1654. Adapun uji validitas variabel citra destinasi adalah sebagai berikut:

**Tabel IV. 6**  
**Hasil Uji Validitas Item Pernyataan Variabel Citra Destinasi**

<b>Item Pernyataan</b>	<b>r<sub>hitung</sub></b>	<b>r<sub>tabel</sub></b>	<b>Keterangan</b>
Item 1	0,448	Instrumen Valid, Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n = 100 - 2 = 98$ pada taraf signifikan 0,1% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,1654$	Valid
Item 2	0,607		Valid
Item 3	0,500		Valid
Item 4	0,706		Valid
Item 5	0,680		Valid
Item 6	0,615		Valid
Item 7	0,584		Valid
Item 8	0,454		Valid
Item 9	0,492		Valid
Item 10	0,460		Valid

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel IV.6 variabel citra destinasi menunjukkan bahwa data yang terkumpul adalah valid. Dengan ketentuan rumus, jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka data tersebut adalah valid. Dari sepuluh pernyataan dari variabel citra destinasi menunjukkan  $r_{hitung} > r_{tabel} 0,1654$ . Adapun uji validitas minat berkunjung kembali adalah sebagai berikut:

**Tabel IV. 7**  
**Hasil Uji Validitas Item Pernyataan Variabel Minat Berkunjung Kembali**

<b>Item Pernyataan</b>	<b>r<sub>hitung</sub></b>	<b>r<sub>tabel</sub></b>	<b>Keterangan</b>
Item 1	0,639	Instrumen Valid, Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n = 100 - 2 = 98$ pada taraf signifikan 0,1% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,1654$	Valid
Item 2	0,621		Valid
Item 3	0,613		Valid
Item 4	0,519		Valid
Item 5	0,555		Valid
Item 6	0,479		Valid
Item 7	0,314		Valid
Item 8	0,506		Valid

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel IV.7 variabel minat berkunjung kembali menunjukkan bahwa data yang terkumpul adalah valid. Dengan ketentuan rumus, jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka data tersebut adalah valid.

Duabelas pernyataan dari variabel minat berkunjung kembali menunjukkan

$r_{hitung} > r_{tabel} 0,1654$ .

## 2. Hasil Uji Reliabilitas

**Tabel IV. 8**  
**Hasil Uji Reliabilitas Kenyamanan Wisatawan, Citra Destinasi Dan**  
**Minat Berkunjung Kembali**

No	Variabel	Nilai Alpha Uji Reliabel	Nilai Alpha	Keterangan
1	Kenyamanan Wisatawan	0,691	0,60	Reliabel
2	Citra Destinasi	0,739	0,60	Reliabel
3	Minat Berkunjung Kembali	0,659	0,60	Reliabel

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel IV.8 diatas menunjukkan bahwa *Cronbach Alpha* untuk variabel kenyamanan wisatawan adalah 0,691 > 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa kenyamanan wisatawan adalah reliabel. *Cronbach Alpha* untuk variabel citra destinasi adalah 0,739 > 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa citra destinasi adalah reliabel. *Cronbach Alpha* untuk variabel minat berkunjung kembali adalah 0,659 > 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa minat berkunjung kembali juga reliabel.

## D. Hasil Analisis Deskriptif

Sesudah dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas kemudian angka diperoleh dari masing-masing variabel dependen maupun independen menunjukkan angka yang valid dan reliabel, kemudian masuk pada tahap teknik analisis data. Adapun teknik analisis data adalah sebagai berikut:

## 1. Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan objek yang diteliti. Analisis deskriptif dalam penelitian ini dalam bentuk mean, maximum dan minimum.

**Tabel IV.9**  
**Statistics**

	Kenyamanan	Citra Destinasi	Minat Berkunjung
N Valid	100	100	100
Missing	0	0	0
Median	52.00	43.00	34.00
Std. Deviation	3.126	3.096	2.442
Minimum	42	35	28
Maximum	60	50	39

Sumber: data diolah, 2021

Nilai rata-rata tengah pada tabel IV.9 dari kenyamanan adalah 52.00, nilai variasi dari kenyamanan adalah 3,126, nilai terendah dari kenyamanan adalah 42 dan nilai tertinggi dari kenyamanan adalah 60. Sedangkan nilai rata tengah dari citra destinasi adalah 43,00, nilai variasi dari citra destinasi adalah 3,096, nilai terendah dari citra destinasi adalah 35 dan nilai tertinggi dari citra destinasi adalah 50 dan nilai rata-rata tengah dari minat berkunjung adalah 34,00, nilai variasi dari minat berkunjung adalah 2,442, nilai terendah dari citra destinasi 28 dan nilai tertinggi dari citra destinasi adalah 39.

## 2. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah residual yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah dengan menggunakan uji *kolmogorov-smirnov* yang dapat dilihat pada tabel dibawah:

**Tabel IV. 10**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.16818507
Most Extreme Differences	Absolute	.055
	Positive	.050
	Negative	-.055
Test Statistic		.055
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel IV.10 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi  $0,200 > 0,1$ , maka dapat disimpulkan bahwa kenyamanan wisatawan dan citra destinasi terhadap minat berkunjung kembali berdistribusi normal.

### 3. Hasil Uji Asumsi Klasik

#### a. Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas untuk variabel kenyamanan wisatawan dan citra destinasi terhadap minat berkunjung kembali wisatawan Wisata Taman Syaakirah *The View and Resto* Aek Sabaon adalah sebagai berikut:

**Tabel IV. 11**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 Kenyamanan wisatawan	.821	1.219
Citra Destinasi	.821	1.219

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung kembali

Sumber: data diolah, 2021

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada tabel IV.11 dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* pada variabel kenyamanan wisatawan adalah sebesar 0,821, variabel citra destinasi adalah sebesar 0,821. Sedangkan nilai VIF dari variabel kenyamanan wisatawan adalah sebesar 1.219, variabel citra destinasi adalah sebesar 1.219. Jadi, nilai *tolerance* dari kedua variabel  $> 0,1$  dan nilai VIF  $< 10$ . Berdasarkan penilaian dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antara variabel kenyamanan wisatawan dan citra destinasi terhadap minat berkunjung kembali.

#### b. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas untuk variabel kenyamanan wisatawan dan citra destinasi terhadap minat berkunjung kembali wisatawan Wisata Taman Syaakirah *The View and Resto* Aek Sabaon adalah sebagai berikut:

**Tabel IV. 12**  
**Uji Heteroskedastisitas**  
**Correlations**

			Kenyamanan	Citra Destinasi	Unstandardized Residual
Spearman' rho	Kenyamanan	Correlation	1.000	.447**	-.081
		Coefficient	.	.000	.425
		Sig. (2-tailed)	100	100	100
	Citra Destinasi	Correlation	.447**	1.000	.018
		Coefficient	.000	.	.861
		Sig. (2-tailed)	100	100	100

Unstandardized Residual	Correlation Coefficient			
		-.081	.018	1.000
	Sig. (2-tailed)	.425	.861	.
	N	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: data diolah, 2021

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada tabel IV. 12 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi dari variabel kenyamanan wisatawan adalah sebesar  $0,425 > 0,1$ , kedua variabel citra destinasi adalah sebesar  $0,816 > 0,1$ , maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

#### 4. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen. Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh variabel independen yaitu kenyamanan wisatawan dan citra destinasi terhadap variabel dependen minat berkunjung kembali wisatawan.

**Tabel IV. 13**  
**Analisis Regresi Linear Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	14.488	3.996		3.626	.000
Kenyamanan	.150	.078	.191	1.924	.057
Citra Destinasi	.273	.079	.345	3.471	.001

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung

Sumber: data diolah, 2021

Berdasarkan hasil dari analisis regresi linear berganda pada tabel

IV.13 persamaan regresi yang digunakan adalah:

$$M_b = 14,488 + 0,150K_w + 0,273C_d + 3,996$$

Berdasarkan persamaan regresi diatas dapat diartikan bahwa:

- 1) Nilai konstanta adalah sebesar 14,448, satuan menyatakan bahwa jika kenyamanan wisatawan dancitra destinasi diasumsikan 0 maka Minat berkunjung kembali wisatawan Wisata Taman Syaakirah *The View and Resto* Aek Sabaon sebesar 14,448.
- 2) Nilai koefisien regresi kenyamanan wisatawan adalah sebesar 0,150 satuan, artinya jika kenyamanan wisatawan diasumsikan naik 1 satuan, maka minat berkunjung kembali wisatawan Wisata Taman Syaakirah *The View and Resto* Aek Sabaon meningkat sebesar 0,150 satuan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan yang positif antara variabel kenyamanan wisatawan dengan minat berkunjung kembali.
- 3) Nilai koefisien regresi citra destinasi adalah sebesar 0,273 satuan, artinya jika citra destinasi diasumsikan naik 1 satuan, maka minat berkunjung kembali wisatawan Wisata Taman Syaakirah *The View and Resto* Aek Sabaon meningkat sebesar 0,273 satuan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan yang positif antara variabel citra destinasi dengan minat berkunjung kembali.

## 5. Hasil Uji Hipotesis

### a. Hasil Uji Koefisien Determinasi

**Tabel IV. 14**  
**Uji Koefisien Determinasi**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.460 <sup>a</sup>	.212	.196	2.190

a. Predictors: (Constant), Citra Destinasi, Kenyamanan

b. Dependent Variable: Minat Berkunjung kembali

Sumber: data diolah, 2021

Berdasarkan hasil uji pada tabel IV.14 diatas, diketahui nilai *R Square* adalah sebesar 0,212. Besarnya Nilai *R Square* adalah 0,212 atau sama dengan 21.1 %, berarti bahwa variabel kenyamanan wisatawan dan citra destinasi secara simultan berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali sebesar 21,1 % sedangkan sisanya 78,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

### b. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Adapun hasil uji parsial adalah sebagai berikut:

**Tabel IV. 15**  
**Uji Parsial (Uji t)**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	14.488	3.996		3.626	.000
Kenyamanan	.150	.078	.191	1.924	.057
Citra Destinasi	.273	.079	.345	3.471	.001

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung kembali

Sumber: data diolah, 2021

Berdasarkan hasil uji t pada tabel IV. 15 diatas diketahui nilai signifikansi variabel kenyamanan wisatawan (Sig 0,057) dan citra destinasi (Sig 0,001) < 0,1, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kenyamanan wisatawan dan citra destinasi berpengaruh secara parsial terhadap minat berkunjung kembali. Maka  $H_{01}$  dan  $H_{02}$  ditolak dan  $H_{a1}$  dan  $H_{a2}$  diterima.

Berdasarkan nilai diatas diketahui nilai  $t_{hitung}$  variabel kenyamanan wisatawan adalah sebesar 1,924 dan nilai  $t_{hitung}$  variabel citra destinasi adalah sebesar 3,471. Karena nilai  $t_{hitung}$  1,924 dan 3,471 > dari  $t_{tabel}$  1,290, maka dapat disimpulkan bahwa  $H_{a1}$  dan  $H_{a2}$  atau hipotesis pertama dan hipotesis kedua diterima. Artinya ada pengaruh positif antara kenyamanan dan citra destinasi terhadap minat berkunjung kembali.

### c. Hasil Uji Simultan (Uji F)

**Tabel IV. 16**  
**Uji Simultan (Uji F)**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	125.188	2	62.594	13.046	.000 <sup>b</sup>
Residual	465.402	97	4.798		
Total	590.590	99			

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung

b. Predictors: (Constant), Citra Destinasi, Kenyamanan

Sumber: data diolah, 2021

Berdasarkan hasil uji F pada tabel IV. 16 diatas, diketahui nilai signifikansi adalah sebesar 0,000 karena nilai Sig. 0,000 < 0,1, maka sesuai dengan pengambilan keputusan dalam uji F dapat disimpulkan

bahwa hipotesis diterima atau dengan kata lain kenyamanan wisatawan ( $X_1$ ) dan citra destinasi ( $X_2$ ) secara simultan berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali (Y).

Berdasarkan hasil uji F pada tabel IV.16 diatas, diketahui nilai  $F_{hitung}$  adalah sebesar 13,046. Karena nilai  $F_{hitung}$  13,046 > dari  $F_{tabel}$  2,36, maka sebagaimana dalam pengambilan keputusan dalam uji F dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima dan dengan kata lain kenyamanan wisatawan ( $X_1$ ) dan citra destinasi ( $X_2$ ) secara simultan berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali (Y).

#### **E. Pembahasan dan Hasil Penelitian**

Penelitian ini berjudul Determinan Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Wisata Taman Syaakirah *The View and Resto* Aek Sabaon. Berdasarkan hasil analisis maka pembahasan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### **1. Pengaruh Kenyamanan Wisatawan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Wisata Taman Syaakirah *The View and Resto* Aek Sabaon.**

Berdasarkan Hasil uji parsial menunjukkan bahwa  $t_{hitung}$  untuk variabel kenyamanan wisatawan adalah sebesar 1,924 >  $t_{tabel}$  1,290, artinya,  $H_{a1}$  diterima dan  $H_{01}$  ditolak. Dengan demikian hipotesis pertama teruji kebenarannya. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel kenyamanan wisatawan

terhadap minat berkunjung kembali wisatawan Wisata Taman Syaakirah *The View and Resto Aek Sabaon*.

Hasil penelitian ini sejalan Teori yang dianut dalam jurnal Shintia Dewi Marcelina dengan judul Persepsi Wisatawan Terhadap Fasilitas Wisata di Pusat Latihan Gajah Taman Nasional Way Kambas. dengan asumsi teori “Kenyamanan wisatawan menggunakan fasilitas wisata merupakan cerminan dari kepuasan wisatawan. Wisatawan yang nyaman dalam menggunakan fasilitas wisata akan merasa puas. Kepuasan wisatawan akan memicu keinginan wisatawan untuk datang dan berkunjung kembali”.<sup>54</sup>

Berdasarkan hasil uji t pada penelitian ini menunjukkan tingkat signifikansi hubungan antara kenyamanan wisatawan dengan minat berkunjung kembali  $> 0,1$ . Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kenyamanan wisatawan dengan minat berkunjung kembali.

## **2. Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Wisata Taman Syaakirah *The View and Resto Aek Sabaon*.**

Berdasarkan uji parsial menunjukkan bahwa  $t_{hitung}$  untuk variabel citra destinasi adalah sebesar  $3,471 > t_{tabel} 1,290$ , artinya,  $H_{a2}$  diterima dan  $H_{02}$  ditolak. Dengan demikian hipotesis kedua teruji kebenarannya. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan

---

<sup>54</sup> Bisa dibaca dalam Jurnal Shintia Dewi Marcelina “Persepsi Wisatawan Terhadap Fasilitas Wisata di Pusat Latihan Gajah Taman Nasional Way Kambas” Jurnal *Belantara*, Vol. 1, No. 2, Agustus 2018. Hlm. 51.

antara variabel citra destinasi terhadap minat berkunjung kembali wisatawan Wisata Taman Syaakirah *The View and Resto* Aek Sabaon.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Galih Handawan dengan judul Pengaruh Citra Destinasi Pariwisata Waduk Sermo Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung Ulang tahun 2015<sup>55</sup>, Asya Hanif dengan judul Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan Tahun 2016 dan Andy Mulyana dengan judul Hubungan Antara Kualitas Jasa, Citra Destinasi, Kepuasan Pengunjung dan Niat Mengunjungi Kembali Taman Wisata Air Terjun di Bogor tahun 2016. Maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh antara citra destinasi dengan minat berkunjung kembali. Citra destinasi adalah keyakinan/pengetahuan tentang destinasi dan bagaimana perasaan wisatawan selama perjalanan.

### **3. Pengaruh Kenyamanan Wisatawan dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Wisata Aek Sabaon.**

Hasil uji simultan (F) diperoleh signifikan 0,1,  $F_{hitung}$  adalah 13,046 dan  $F_{tabel}$  adalah 2,36, karena  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $13,046 > 2,36$ ), maka  $H_{a3}$  diterima dan  $H_{03}$  ditolak, artinya terdapat pengaruh kenyamanan wisatawan dan citra destinasi secara simultan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan Wisata Taman Syaakirah *The View and Resto* Aek Sabaon.

---

<sup>55</sup>Bisa dibaca dalam Skripsi terdahulu Y Galih Handawan, Pengaruh Citra Destinasi Pariwisata Waduk Sermo Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung Ulang, Skripsi Sanata Dharma Yogyakarta, 2015.Hlm. 98.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan:

1. Berdasarkan data yang diperoleh, hasil penelitian menunjukkan bahwa kenyamanan wisatawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan Wisata Taman Syaakirah *The View and Resto* Aek Sabaon. Artinya semakin baik pengelolaan fasilitas yang mendukung kenyamanan wisatawan maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang diterima oleh wisatawan yang bisa memicu minat berkunjung kembali. Dimana responden dalam penelitian ini menilai kenyamanan dan citra destinasi di Wisata Taman Syaakirah *The View and Resto* Aek Sabaon harus di kelola dengan lebih baik lagi, agar bagi wisatawan yang datang di masa depan memiliki pandangan yang baik terhadap objek wisata Aek Sabaon.
2. Berdasarkan data yang diperoleh, hasil penelitian menunjukkan bahwa citra destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan Wisata Taman Syaakirah *The View and Resto* Aek Sabaon. Artinya semakin baik citra wisata yang dimiliki oleh objek wisata maka akan semakin baik dan semakin tinggi minat wisatawan untuk berkunjung kembali. Dimana responden dalam penelitian ini menilai kenyamanan dan citra destinasi di objek wisata

Taman Syaakirah *The View and Resto* Aek Sabaon harus di kelola dengan lebih baik lagi, agar bagi wisatawan yang datang di masa depan memiliki pandangan yang baik terhadap objek wisata Aek Sabaon.

3. Dari hasil uji F sebelumnya, diperoleh hasil bahwa kenyamanan wisatawan dan citra destinasi mempunyai pengaruh secara simultan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di objek wisata Taman Syaakirah *The View and Resto* Aek Sabaon. Ini berarti variabel kenyamanan wisatawan dan citra destinasi secara bersama-sama memengaruhi minat berkunjung kembali wisatawan dimasa yang akan datang.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang diuraikan diatas, adapun saran yang bisa diberikan setelah melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Pengelola Wisata Taman Syaakirah *The View and Resto* Aek Sabaon agar dapat meningkatkan dan menjaga fasilitas yang ada didalam objek wisata selama ini agar perilaku kenyamanan wisatawan terealisasikan dengan baik juga bagi pengelola wisata agar kiranya dapat memperhatikan lebih serius tentang segala hal yang dapat mempengaruhi minat wisatawan dimasa depan.
2. Bagi peneliti selanjutnya agar dapat lebih spesifik lagi dalam meneliti, karena masih banyak variabel-variabel yang dapat memengaruhi minat wisatawan contoh: teori Aprilia *et al* dimana ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat wisatawan diantaranya harga produk

pariwisata, hotel, fasilitas wisata, kualitas pelayanan, sejarah dan budaya, keakraban dan keramahan agar dapat dijadikan variabel penelitian yang bisa di teliti oleh peneliti selanjutnya dengan hasil yang lebih baik lagi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Ab. "Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Intensi Wisatawan Berkunjung Kembali Di Destinasi Sulawesi Selatan." *Ilmu-ilmu Sosial dan Ilmu Humaniora*, 3, 20 (2018).
- Andi Mulyana Devi Ayuni. "Hubungan Antara Kualitas Jasa, Citra Destinasi, Kepuasan Pengunjung dan Niat Berkunjung Kembali Taman Wisata Air Terjun Di Bogor." *Manajemen Indonesia*, 3, 16 (2016).
- Anugerah Septiaman Harefa Dkk. "Persepsi Penghuni Terhadap Kenyamanan Beraktivitas Di Ruang Terbuka Perumahan." *Seminar Arsitektur Alur*, 2018.
- Asya Hanif DKK. "Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan, Studi pada Wisatawan Nusantara yang Berkunjung ke Kota Batu." *Administrasi Bisnis*, 01, 38 (2016).
- Aulia Retu Dkk. "The Influence of Promotion, Perceived Ease of Use, and Price Toward Repurchase Intention Transportation Service Go-jek on Students in Universitas Negeri Padang." *Kajian Manajemen dan wirausaha*, 01, 01 (2019).
- Bayu Kesuma. Hasil Wawancara, Wisatawan Aek Sabaon Sibio-bio, Minggu 7 februari 2021 15.30, 7 Februari 2021.
- Daisy Andi. "Persepsi dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Wisatawan Mengunjungi Objek Wisata Tetempangan Hill Di Kab. Minahasa." *Hospitaliti*, 03, 01 (2020).
- Departemen Agama RI. *Al-Qur`an dan Terjemahnya*. Jakarta: Pt Kumudasmoro Grafindo, 1994.
- Dewi Harminan Sunanto. "Pentingnya Promosi Guna Meningkatkan Minat Wisatawan Wisata Sejarah di Kota Lama Semarang." *ISSN Pesona*, 01, 18 (2016).
- Duwi Puryanto. *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*. Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2014.
- Faikar Adam Wiradipoetra. "Analisis Persepsi Wisatawan Mengenai Penurunan Kualitas DayaTarik Wisata terhadap Minat Berkunjung." *Pariwisata*, 02, III (2016).

- Gagah Bimo Setyo Putra Dkk. "Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Minat Berkunjung Dan Keputusan Berkunjung (Survei pada Pengunjung Taman Rekreasi Pt. Selekt, Kota Batu, Jawa Timur." *Administrasi Bisnis*, 02, 26 (2015).
- Gatrik.esdm.go.id. "Republik Indonesia, Undang-undang No 8 tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen," Desember 2021.
- H. Nur Asnawi H. Masyhuri,. *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*. Malang: UIN Maliki Press, 2011.
- Henilia Yunita. "Pengaruh Bauran Pemasaran Pariwisata Terhadap Keputusan Untuk Berkunjung." *Hospitality dan Pariwisata*, 02, 02 (2016).
- I Gusti Bagus Rai Utama. *Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2017.
- I Made Bayu Wisnawa. *Manajemen Pemasaran Pariwisata Model Brand Loyalty Pengembangan Potensi Wisata Di Kawasan Pedesaan*. Yogyakarta: Deepublish, 2019.
- Ibrahim Hasibuan. Hasil Wawancara,kamis, Sibio-bio Kabupaten Tapanuli Selatan pukul 14.20 wib., Mei 2019.
- Kurniawan Gilang Widagdyo. "Pemasaran, Daya Tarik Ekowisata dan Minat Berkunjung Wisatawan." *Bisnis dan Manajemen*, 02, 07 (2017).
- M. Quraish Shihab. *Tafsir Al-Mishbah: Pesan Kesan dan Keserasian Al-Qur`an*. Vol. 02. Jakarta: Lentera Hati, 2002.
- . *Tafsir Al-Mishbah: Pesan Kesan dan Keserasian Al-Qur`an*. Vol. 06. Jakarta: Lentera Hati, 2002.
- . *Tafsir Al-Mishbah: Pesan Kesan dan Keserasian Al-Qur`an*. Vol. 14. Jakarta: Lentera Hati, 2002.
- Muhammad Ali mukmin. Observasi dilakukan dengan terjun langsung kelapangan Pukul 11.00 WIB, 24 Januari 2020.
- Muhammad Isa. "Citra Iain Padangsidempuan Di Kalangan Siswa Berprestasi Perspektif Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan, Penelitian Pembinaan/Kapasitas Pengembangan Program Studi Didanai Dengan Bantuan Boptn." Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan, 2019.

- Muhammad Nur Harahap Nuar Harahap. Hasil Wawancara, Sibio-bio Kabupaten Tapanuli Selatan pukul 15.10 WIB, 15 Januari 2019.
- Muhammad Rian Ruhamak. "Pengaruh Word Of Mouth, Minat Konsumen dan Brand Image Terhadap keputusan Konsumen." *Ekonomi Universitas Kadiri*, 02, 03 (2018).
- Nora Pitri Nainggolan. "Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Dalam Membeli Rumah Dikota Batam." *Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 01, 19 (2018).
- Putri Rizkiah Isnaini Yusri Abdillah. "Pengaruh Citra Merek Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung dan Kepuasan Serta Dampaknya Pada Minat Kunjung Ulang." *Administrasi Bisnis*, 02, 55 (2018).
- Rahmi Rosita. "Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, Kualitas Produk, Pelayanan, Harga dan Kenyamanan Berbelanja Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Lotre Mart Bekasi Junction." *Ilmiah WIDYA*, 02, 01 (2016).
- Rezky Teguh sulistiana Dkk. "Pengaruh Fasilitas wisata dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Studi Pada Museum Satwa." *Administrasi Bisnis*, 01, 25 (2015).
- Sarah Akhides Tampubolon. "Data Pengunjung Wisatawan Wisata Aek Sabaon Sibio-bio,," 2021.
- . Hasil Wawancara, Manajer Pengelolah Wisata Sibio-bio Kabupaten Tapanuli Selatan pukul 11.00 wib, 27 Februari 2021.
- Sedarmayanti. *Membangun dan Mengembangkan Kebudayaan & Industri Pariwisata*. Bandung: Pt Refika Aditama, 2014.
- Shinta Dewi Marcelina Dkk. "Persepsi Wisatawan Terhadap Fasilitas Wisata di Pusat latihan Gajah Taman Nasional Way Kambas." *Balantara*, 02, 01 (2018).
- Siti Fatimah. "Analisis Pengaruh Citra Destinasi Dan Lokasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali." *Ilmiah Bahari jogja*, 02, 17 (2019).
- Ssugiono. *Metode Penelitian Bisnis*. 16 ed. Bandung: ALFABETA, 2017.
- Suharsimi Arikunto. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Pt Rineka Cipta, 2013.

V. Wiratna Sujarweni. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2019.

Wahyu Khalik. "Kajian Kenyamanan dan Keamanan Wisatawan Di Kawasan Pariwisata Kuta Lombok." *Jumpa*, 01, 02 (2014).

Wikipedia.co.id. "Pukul 13.30 WIB," 2 Maret 2021.

Zaenal Fanani dan Edriana Pangestuti. "Analisis Keamanan dan Kenyamanan Objek Wisata Penanjakan 1 Bromo." *Administrasi Bisnis*, 02, 49 (2017).

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

### **A. KETERANGAN DIRI**

Nama : Muhammad Ali Mukmin Nasution  
Tempat/ Tanggal Lahir : Binabo Julu, 27 Oktober 1997  
NIM : 16 402 00288  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Jenis Kelamin : Laki-laki  
Agama : Islam  
Status Perkawinan : Belum Menikah  
Pekerjaan : Mahasiswa  
Alamat : Binabo Julu, Kec. Barumun Kab. Palas  
Riwayat Organisasi : HMJ Iain Padangsidempuan  
Email : [algalileo838@gmail.com](mailto:algalileo838@gmail.com)

### **B. RIWAYAT PENDIDIKAN**

2004-2010 : SD Inpres 100200 Siborong-borong  
2010-2013 : Mts Al-Amin Mompang  
2013-2016 : SMK Al-FAJAR Sibuhuan  
2016 sampai sekarang : IAIN Padangsidempuan

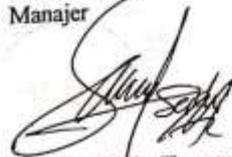
### **C. KETERANGAN KELUARGA**

Nama Ayah : Abdul Halim Nasution  
Nama Ibu : Sarifah Hasibuan  
Pekerjaan Ayah : Wiraswasta  
Organisasi Ibu : Wiraswasta

**Data Pengunjung Wisatawan Taman Wisata Syaakirah The View And Resto, Desa  
Aek Sabaon Tahun 2018-2020**

No	Bulan	Tahun		
		2018	2019	2020
1	Januari	2159	2034	1299
2	Februari	2304	1921	951
3	Maret	1912	2159	1189
4	April	1952	1889	1113
5	Mei	2134	2059	827
6	Juni	2056	1973	548
7	Juli	1984	2122	874
8	Agustus	1869	1982	926
9	September	1899	1891	959
10	Oktober	1908	1889	941
11	November	2221	2159	952
12	Desember	2301	2132	898
<b>Total</b>		<b>24.699</b>	<b>24.210</b>	<b>11.450</b>

AekSabaon, 02 Mei 2021  
Manajer



**Sarah Akhides Tampubolon S.E**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

nomor : 1043 /In.14/G.1/G.4c/TL.00/04/2021  
tanggal : Mohon Izin Riset

27 April 2021

kepada : th. Pengelola Objek Wisata Aek Sabaon Sibio-bio

Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan menerangkan bahwa:

Nama : Muhammad Ali Mukmin Nasution  
NIM : 1640200288  
Semester : X (Sepuluh)  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

adalah benar Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul: "Determinan Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Wisata Aek Sabaon".

Sehubungan dengan itu, kami mohon bantuan Bapak/Ibu dalam memberikan izin riset dan data sesuai dengan maksud judul di atas.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

Yang Dipertanggungjawabkan,  
a.n Dekan,  
Wakil Dekan Bidang Akademik



Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan:  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Aek Sabaon, 01 Juni 2021

Perihal : Balasan Surat Riset

Kepada Yth,

**Bapak Wakil Dekan Bidang Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan.**

di -

tempat

Dengan Hormat, Berdasarkan Surat No.1043/In.14/G.1/G.4c/TL.00/04/2021 perihal Izin Riset. Dengan ini kami menyampaikan bahwa:

Nama : **Muhammad Ali Mukmin Nasution**  
NIM : 16402 00288  
Prodi : Ekonomi Syariah IAIN Padangsidempuan

Benar telah kami setuju untuk melakukan penelitian pada objek wisata kami sebagai syarat penyusunan skripsi dengan judul: "**Determinan Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Taman Wisata Syaakirah The View And Resto**", Desa Aek Sabaon.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas kerja samanya agar dapat dipergunakan dengan seperlunya, dan kami mengucapkan terima kasih.

Manajer,



**Sarah Akhides Tampubolon, S.E**

## SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **Sarah Akhides Tampubolon, S.E**  
Jabatan : **Manajer**

Menerangkan bahwa :

Nama : **Muhammad Ali Mukmin Nasution**  
NIM : **16 402 00288**  
Prodi : **Ekonomi Syariah IAIN Padangsidempuan**

Menghunjuk Surat No.1043/In.14/G.1/G.4c/TL.00/04/2021 perihal **Izin Riset**. Benar telah diberikan izin riset untuk penelitian oleh Pengelola Syakirah taman wisata Aek Sabaon Sibio-bio The View and Resto terhitung dali bulan Mei 2021 s.d Selesai dengan judul: "**Determinan Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Taman Wisata Syaakirah The View And Resto**", Desa Aek Sabaon.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas kerjasamanya agar dapat dipergunakan dengan seperlunya,dan kami mengucapkan terima kasih.

Aek Sabaon,, 02 Juni 2021

Hormatkami,



**Sarah Akhides Tampubolon, S.E.**  
**Manajer**

**SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Sarah Akhides Tampubolon, S.E**  
Jabatan : Manajer  
Alamat : Padangmatinggi, Padangsidempuan Selatan

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : **Muhammad Ali Mukmin Nasution**  
NIM : 16 402 00288  
Program Studi : Ekonomi Syariah IAIN Padangsidempuan  
Alamat : Binabo Julu, Kecamatan Barumon Kabupaten Padang lawas

Benar telah selesai melakukan penelitian di Sakirah Taman Wisata Aek Sabaon Sibio-bio The View And Resto, Kecamatan Marancar, Kabupaten Tapanuli Selatan selama Kurang lebih sebulan, terhitung mulai bulan Mei s.d Juni 2021 untuk memperoleh data dalam penyusunan Skripsi Penelitian yang berjudul : **“Determinan Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Taman Syaakirah The View And Resto”**, berlokasi di Desa Aek Sabaon.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Aek Sabaon, 02 Juni 2021

Manajer

  
**Sarah Akhides Tampubolon, S.E**

## **Lampiran. 1 Angket Penelitian**

### **KATA PENGANTAR UNTUK ANGKET (KUESIONER)**

Perihal

Lampiran

Kepada Yth.

Saudara/saudari

Di

Tempat

Bapak/Ibu dalam rangka menyelesaikan karya ilmiah (Skripsi) pada program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan maka saya,

Nama : Muhammad Ali Mukmin Nasution

NIM : 16 402 00288

Untuk membantu kelancaran penelitian ini, dengan segala kerendahan hati dan harapan, peneliti memohon kesediaan Bapak/Ibu untuk mengisi daftar pernyataan ini dengan sejujurnya sesuai dengan kenyataan yang ada.

Informasi yang Bapak/Ibu berikan sangatlah berarti dalam penyelesaian skripsi penelitian dengan judul: **“Determinan Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Wisata Aek Sabaon”**. Untuk mencapai maksud tersebut, peneliti mohon kesediaan bapak/Ibu untuk mengisi kuesioner ini dengan memilih jawaban yang telah disediakan.

Atas kesediaan bapak/Ibu meluangkan waktu membantu peneliti mengisi kuesioner ini, peneliti ucapkan terimakasih.

**DATA PRIBADI WISATAWAN SYAKIRAH TAMAN WISATA AEK  
SABAON SIBIO-BIO THE VIEW AND RESTO**

**(RESPONDEN)**

Kami mohon kesediaan bapak/Ibu untuk menjawab beberapa pertanyaan berikut ini, dengan mengisi titik-titik dan memberi tanda centang (√) pada kotak yang tersedia.

Nama : \_\_\_\_\_  
 Jenis Kelamin :  Laki-laki  Perempuan  
 Pendidikan Terakhir : \_\_\_\_\_  
 Usia : \_\_\_\_\_  
 Jabatan Pekerjaan : \_\_\_\_\_

**PETUNJUK PENGISIAN**

1. Bacalah dengan seksama setiap pernyataan dan jawaban yang tersedia.
2. Jawab dan isilah sesuai dengan pernyataan dibawah ini dengan memberikan tanda centang (√) pada alternatif yang tersedia pada kolom jawaban.
3. Mohon jawaban diberikan secara objektif untuk akurasi hasil penelitian, pada salah satu pilihan jawaban:

Sangat Setuju (SS)	Setuju (S)	Kurang Setuju (KS)	Tidak Setuju (TS)	Sangat Tidak Setuju (STS)
5	4	3	2	1

4. Semua jawaban bapak/Ibu dijamin kerahasiaannya.
5. Pernyataan ini semata untuk tujuan penelitian.

**A. Variabel (Y) Minat Berkunjung Kembali**

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
	Minat Transaksional	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya tertarik berkunjung ke syakirah karena tersedia banyak jenis kuliner					
2	Syakirah Taman Wisata memiliki banyak jenis kuliner yang ditawarkan					

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
----	------------	---------------------	--	--	--	--

	<b>Minat Referensial</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>KS</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
3	Saya bersedia merekomendasikan Syakirah Taman Wisata kepada orang terdekat.					
4	Syakirah Taman Wisata memiliki objek wisata yang bernuansa keluarga.					

<b>No</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>Tanggapan Responden</b>				
	<b>Minat Preferensial</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>KS</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
5	Saya memilih Syakirah Taman Wisata dalam memenuhi waktu libur dan kosong					
6	Syakirah Taman Wisata lebih menarik perhatian saya					

<b>No</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>Tanggapan Responden</b>				
	<b>Minat Eksploratif</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>KS</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
7	Saya mendapatkan informasi produk Syakirah Taman Wisata dari orang yang sudah pernah berkunjung					
8	Saya tertarik untuk berkunjung ke Syakirah Taman Wisata					

## **B. Variabel (X<sub>1</sub>) Kenyamanan**

<b>No</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>Tanggapan Responden</b>				
	<b>Sirkulasi</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>KS</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
9	Sirkulasi Udara di Syakirah Taman Wisata terjaga oleh alam dengan baik					
10	Saya merasakan kenyamanan berkunjung dengan sirkulasi yang terjaga oleh alam					

<b>No</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>Tanggapan Responden</b>				
	<b>Iklm dan kekuatan alam</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>KS</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
11	Iklm curah hujan, angin, Syakirah Taman Wisata dalam keadaan stabil					
12	Syakirah Taman Wisata menyediakan fasilitas untuk berteduh dikalah terjadi perubahan iklm					

<b>No</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>Tanggapan Responden</b>				
	<b>Kebisingan</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>KS</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
13	Syakirah Taman Wisata jauh dari pusat kota dan keramaian suara kendaraan					
14	Saya merasa tenang dan nyaman menikmati kegiatan yang ada di dalam Syakirah Taman Wisata					

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
	Keamanan	SS	S	KS	TS	STS
15	Bangunan-bangunan Syakirah Taman Wisata tertata dan memiliki kualitas yang sangat baik					
16	Saya merasa aman dan nyaman di Syakirah Taman Wisata					

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
	Kebersihan	SS	S	KS	TS	STS
17	Fasilitas dan Pakarangan Syakirah Taman Wisata dijaga dengan baik					
18	Lingkungan Syakirah Taman Wisata bersih dan terpelihara					

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
	Keindahan	SS	S	KS	TS	STS
19	Kawasan Syakirah Taman Wisata memiliki sumber daya alam yang indah nan alami					
20	Pemandangan alam Syakirah Taman Wisata sangat alami dan menyejukkan					

### C. Variabel (X<sub>2</sub>) Citra Destinasi

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
	Kemampuan Asosiasi Merek dalam Membentuk Reputasi yang baik	SS	S	KS	TS	STS
21	Syakirah Taman Wisata Memberikan kesan dan pengalaman yang baik kepada wisatawan selama berwisata					
22	Saya berminat mengunjungi kembali dengan apa yang saya dapatkan selama berwisata di Syakira Taman Wisata					

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
	Kemampuan Asosiasi Merek dalam Membentuk Rasa Istimewa	SS	S	KS	TS	STS
23	Syakira Taman Wisata Menawarkan Produk Wisata yang cocok untuk acara keluarga					
24	Saya tertarik menarwarkan Objek Syakirah wisata kepada keluarga terdekat					

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
	<b>Kekuatan Asosiasi Merek dalam Membentuk Citra Destinasi Seni</b>	SS	S	KS	TS	STS
25	Syakirah Taman Wisata Menawarkan Wahana wisata berskala internasional					
26	Saya tertarik berkunjung dengan wahana Syakirah Wisata					

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
	<b>Kekuatan Asosiasi Merek dalam Membentuk Citra Destinasi Budaya</b>	SS	S	KS	TS	STS
27	Pengelola Syakirah Taman Wisata sangat tanggap dengan permintaan yang dibutuhkan pengunjung					
28	Saya selalu mengharapkan sesuatu yang baru di Syakirah Taman Wisata					

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
	<b>Keunikan Asosiasi Merek</b>	SS	S	KS	TS	STS
29	Syakirah Taman Wisata Memiliki aktivitas kegiatan wisata yang berbeda dengan objek wisata di sekitarnya.					
30	Saya mendapatkan hal-hal baru dan akan merekomendasikan kepada orang lain.					

Padangsidempuan, Mei 2021

( )

## Lampiran. 2 Tabulasi Data Kenyamanan Wisatawan

### Tabulasi Data X1 (Kenyamanan Wisatawan)

<b>N O</b>	<b>X1. 1</b>	<b>X1. 2</b>	<b>X1. 3</b>	<b>X1. 4</b>	<b>X1. 5</b>	<b>X1. 6</b>	<b>X1. 7</b>	<b>X1. 8</b>	<b>X1. 9</b>	<b>X1.1 0</b>	<b>X1.1 1</b>	<b>X1.1 2</b>	<b>Tota l</b>
1	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	57
2	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	57
3	4	3	4	5	4	5	4	5	3	5	4	4	50
4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	53
5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	50
6	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	52
7	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	56
8	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	42
9	4	2	4	2	5	4	4	4	5	4	4	4	46
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
11	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	55
12	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	55
13	4	3	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	52
14	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	52
15	5	5	5	4	5	4	5	4	4	3	4	3	51
16	5	4	3	4	5	4	3	4	4	4	4	4	48
17	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	50
18	5	5	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	46
19	5	5	4	3	5	5	5	5	5	5	4	5	56
20	1	2	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	45
21	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	58
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
24	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	50
25	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	53
26	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	56
27	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	57
28	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	53
29	5	5	5	3	4	5	5	5	4	4	4	5	54
30	5	5	4	4	4	4	3	5	5	5	4	5	53
31	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	53
32	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	56
33	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	53
34	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	50
35	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	53

<b>36</b>	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	<b>51</b>
<b>37</b>	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	<b>51</b>
<b>38</b>	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	<b>53</b>
<b>39</b>	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	<b>53</b>
<b>40</b>	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	<b>52</b>
<b>41</b>	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	<b>48</b>
<b>42</b>	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	<b>53</b>
<b>43</b>	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	<b>53</b>
<b>44</b>	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	<b>54</b>
<b>45</b>	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	<b>52</b>
<b>46</b>	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	<b>55</b>
<b>47</b>	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	<b>51</b>
<b>48</b>	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	<b>51</b>
<b>49</b>	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	<b>52</b>
<b>50</b>	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	<b>49</b>
<b>51</b>	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	<b>52</b>
<b>52</b>	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	<b>51</b>
<b>53</b>	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	<b>54</b>
<b>54</b>	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	<b>54</b>
<b>55</b>	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	<b>51</b>
<b>56</b>	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	<b>52</b>
<b>57</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>48</b>
<b>58</b>	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	<b>51</b>
<b>59</b>	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	<b>53</b>
<b>60</b>	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	<b>53</b>
<b>61</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	<b>49</b>
<b>62</b>	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	<b>52</b>
<b>63</b>	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	<b>52</b>
<b>64</b>	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	<b>52</b>
<b>65</b>	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	<b>51</b>
<b>66</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	<b>49</b>
<b>67</b>	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	<b>53</b>
<b>68</b>	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	<b>52</b>
<b>69</b>	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>50</b>
<b>70</b>	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	<b>51</b>
<b>71</b>	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>50</b>
<b>72</b>	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>58</b>
<b>73</b>	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	<b>51</b>
<b>74</b>	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	<b>50</b>

75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
76	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	54
77	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	54
78	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
79	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
80	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	59
81	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	53
82	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	50
83	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	50
84	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	53
85	5	4	3	5	3	4	5	5	5	4	4	5	52
86	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	54
87	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	57
88	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
89	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
90	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	49
91	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
92	5	3	3	4	4	4	3	5	3	4	5	3	46
93	4	4	4	3	5	3	5	4	4	4	4	4	48
94	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	53
95	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	49
96	5	4	4	4	5	4	4	3	4	4	5	5	51
97	5	5	4	3	4	3	5	5	5	5	5	5	54
98	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	52
99	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	50
100	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	52
$\Sigma$	<b>Total</b>												<b>5173</b>

### Lampiran. 3 Tabulasi Data Citra Destinasi

**Tabulasi Data X2 (Citra Destinasi)**

No	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	Total
1	5	4	4	4	3	3	2	5	4	4	38
2	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	41
3	4	4	3	3	4	4	4	5	5	5	41
4	4	5	4	4	5	4	3	4	4	4	41
5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	43
6	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	36

7	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	44
8	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	46
9	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	39
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
11	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	44
12	4	4	5	5	3	4	4	4	5	5	43
13	3	4	5	4	3	4	2	4	4	4	37
14	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	42
15	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	44
16	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	40
17	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	37
18	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	36
19	5	3	5	4	5	5	3	4	4	4	42
20	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	43
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
22	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	35
23	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	35
24	4	4	4	4	5	4	3	4	3	4	39
25	3	3	4	5	5	5	4	4	4	5	42
26	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	47
27	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	45
28	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	45
29	5	5	5	5	5	5	4	4	3	4	45
30	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	47
31	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	44
32	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	44
33	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	45
34	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	47
35	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	42
36	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	43
37	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	44
38	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	44
39	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	44
40	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	43
41	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	42
42	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	45
43	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
44	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	43
45	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	45

46	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	43
47	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	45
48	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	43
49	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	43
50	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
51	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
52	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	43
53	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	46
54	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	44
55	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	44
56	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	43
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
58	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	42
59	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	45
60	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	43
61	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	48
62	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	42
63	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	45
64	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	42
65	3	4	4	4	5	4	4	5	4	5	42
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
67	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	42
68	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	43
69	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	43
70	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	44
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
72	4	4	4	4	3	4	3	4	4	5	39
73	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	42
74	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
76	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	43
77	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	42
78	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
79	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	38
80	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	47
81	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	46
82	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	43
83	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	43
84	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	42

<b>85</b>	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	<b>45</b>
<b>86</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>
<b>87</b>	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	<b>48</b>
<b>88</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>
<b>89</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>
<b>90</b>	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	<b>42</b>
<b>91</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>
<b>92</b>	4	3	5	3	5	4	3	4	4	4	<b>39</b>
<b>93</b>	5	4	4	4	5	3	5	4	4	3	<b>41</b>
<b>94</b>	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	<b>46</b>
<b>95</b>	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	<b>40</b>
<b>96</b>	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	<b>36</b>
<b>97</b>	4	4	5	4	4	3	4	3	4	4	<b>39</b>
<b>98</b>	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	<b>46</b>
<b>99</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>
<b>100</b>	4	4	4	3	4	3	3	3	5	3	<b>36</b>

#### Lampiran. 4 Tabulasi Data Minat Berkunjung Kembali

##### Tabulasi Data Y (Minat Berkunjung Kembali)

<b>No</b>	<b>Y.1</b>	<b>Y.2</b>	<b>Y.3</b>	<b>Y.4</b>	<b>Y.5</b>	<b>Y.6</b>	<b>Y.7</b>	<b>Y.8</b>	<b>Total</b>
<b>1</b>	3	2	4	4	4	4	4	4	<b>29</b>
<b>2</b>	4	4	5	5	4	4	4	5	<b>35</b>
<b>3</b>	4	5	4	5	4	5	4	5	<b>36</b>
<b>4</b>	4	4	4	3	4	4	4	4	<b>31</b>
<b>5</b>	4	4	4	5	4	5	4	4	<b>34</b>
<b>6</b>	3	3	4	4	3	3	4	5	<b>29</b>
<b>7</b>	3	3	4	5	4	5	5	4	<b>33</b>
<b>8</b>	2	3	3	3	5	5	4	3	<b>28</b>
<b>9</b>	3	3	4	3	4	5	5	3	<b>30</b>
<b>10</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>32</b>
<b>11</b>	4	4	4	5	4	4	4	4	<b>33</b>
<b>12</b>	4	4	4	5	4	4	4	4	<b>33</b>
<b>13</b>	4	5	5	4	3	4	5	5	<b>35</b>
<b>14</b>	4	4	4	4	3	4	4	5	<b>32</b>
<b>15</b>	4	3	4	5	4	5	5	4	<b>34</b>
<b>16</b>	3	4	4	5	4	4	4	4	<b>32</b>
<b>17</b>	3	3	4	4	3	3	4	4	<b>28</b>
<b>18</b>	5	5	4	5	5	4	4	5	<b>37</b>

<b>19</b>	3	4	4	5	3	3	4	4	<b>30</b>
<b>20</b>	4	2	3	4	5	4	3	5	<b>30</b>
<b>21</b>	5	5	4	5	5	4	5	5	<b>38</b>
<b>22</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>32</b>
<b>23</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>32</b>
<b>24</b>	4	4	5	4	4	3	5	4	<b>33</b>
<b>25</b>	5	5	5	4	5	5	5	5	<b>39</b>
<b>26</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>32</b>
<b>27</b>	5	5	4	5	5	5	5	5	<b>39</b>
<b>28</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>32</b>
<b>29</b>	5	5	4	5	5	5	5	5	<b>39</b>
<b>30</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>32</b>
<b>31</b>	5	4	4	4	4	4	5	4	<b>34</b>
<b>32</b>	4	4	4	5	4	5	4	4	<b>34</b>
<b>33</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>32</b>
<b>34</b>	5	4	5	4	5	4	5	5	<b>37</b>
<b>35</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>32</b>
<b>36</b>	4	4	4	4	5	5	5	5	<b>36</b>
<b>37</b>	4	4	4	4	5	4	4	5	<b>34</b>
<b>38</b>	4	4	5	4	4	5	5	4	<b>35</b>
<b>39</b>	4	4	4	4	5	5	4	5	<b>35</b>
<b>40</b>	5	4	4	4	5	4	4	5	<b>35</b>
<b>41</b>	4	4	4	5	4	4	4	5	<b>34</b>
<b>42</b>	4	4	4	4	4	5	5	4	<b>34</b>
<b>43</b>	5	4	5	4	4	4	4	4	<b>34</b>
<b>44</b>	4	4	4	4	4	5	5	4	<b>34</b>
<b>45</b>	5	5	4	4	4	4	5	5	<b>36</b>
<b>46</b>	5	4	4	4	5	4	4	4	<b>34</b>
<b>47</b>	4	4	5	4	4	5	5	4	<b>35</b>
<b>48</b>	5	5	5	5	4	5	4	5	<b>38</b>
<b>49</b>	4	4	4	4	4	4	5	4	<b>33</b>
<b>50</b>	4	4	5	5	4	4	4	5	<b>35</b>
<b>51</b>	4	4	5	5	5	4	4	5	<b>36</b>
<b>52</b>	4	5	5	5	4	4	4	5	<b>36</b>
<b>53</b>	4	4	4	4	4	5	4	5	<b>34</b>
<b>54</b>	4	4	4	5	4	5	4	5	<b>35</b>
<b>55</b>	4	5	5	5	4	4	4	5	<b>36</b>
<b>56</b>	4	5	4	5	5	4	4	5	<b>36</b>
<b>57</b>	5	4	5	4	5	4	4	5	<b>36</b>

<b>58</b>	4	5	5	5	4	4	4	4	<b>35</b>
<b>59</b>	5	4	4	5	4	4	4	4	<b>34</b>
<b>60</b>	5	4	5	4	5	4	4	4	<b>35</b>
<b>61</b>	5	4	4	4	4	4	4	4	<b>33</b>
<b>62</b>	4	5	4	5	4	4	4	4	<b>34</b>
<b>63</b>	4	5	5	4	4	5	4	5	<b>36</b>
<b>64</b>	4	5	4	4	4	4	4	4	<b>33</b>
<b>65</b>	4	4	4	4	4	4	4	5	<b>33</b>
<b>66</b>	4	4	4	5	5	4	4	5	<b>35</b>
<b>67</b>	4	4	4	4	4	5	4	5	<b>34</b>
<b>68</b>	5	5	5	5	5	5	4	4	<b>38</b>
<b>69</b>	4	4	4	4	4	5	4	5	<b>34</b>
<b>70</b>	5	5	5	5	5	5	4	4	<b>38</b>
<b>71</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>32</b>
<b>72</b>	5	3	5	5	5	4	5	5	<b>37</b>
<b>73</b>	5	4	4	4	5	4	4	4	<b>34</b>
<b>74</b>	4	4	4	4	5	5	4	4	<b>34</b>
<b>75</b>	4	4	3	4	4	4	4	4	<b>31</b>
<b>76</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>32</b>
<b>77</b>	4	4	4	4	4	4	5	5	<b>34</b>
<b>78</b>	5	4	5	5	5	5	5	5	<b>39</b>
<b>79</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>32</b>
<b>80</b>	5	5	4	4	5	5	4	4	<b>36</b>
<b>81</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>32</b>
<b>82</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>32</b>
<b>83</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>32</b>
<b>84</b>	4	4	4	5	4	5	4	5	<b>35</b>
<b>85</b>	4	4	5	5	4	5	4	5	<b>36</b>
<b>86</b>	3	3	4	4	5	5	4	4	<b>32</b>
<b>87</b>	5	5	5	4	5	5	4	4	<b>37</b>
<b>88</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>32</b>
<b>89</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>32</b>
<b>90</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>32</b>
<b>91</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>32</b>
<b>92</b>	5	5	3	4	4	4	4	4	<b>33</b>
<b>93</b>	5	3	4	4	4	4	5	4	<b>33</b>
<b>94</b>	2	3	5	5	5	5	5	5	<b>35</b>
<b>95</b>	3	3	4	5	5	5	4	4	<b>33</b>
<b>96</b>	4	4	3	4	3	3	4	4	<b>29</b>

<b>97</b>	3	3	3	4	3	4	5	4	<b>29</b>
<b>98</b>	4	5	4	5	5	4	4	4	<b>35</b>
<b>99</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>32</b>
<b>100</b>	4	5	5	5	3	4	4	4	<b>34</b>
<b>Σ</b>	<b>Total</b>								<b>3379</b>

## Lampiran. 5 Hasil Uji Validitas

### Kenyamanan Wisatawan Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	Total
X1.1	Pearson Correlation	1	.493**	.017	.032	.186	.126	.137	.181	.085	.071	.180	.125	.490**
	Sig. (2-tailed)		.000	.869	.749	.063	.213	.176	.071	.398	.482	.074	.216	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.493**	1	.070	.225*	.015	.117	.189	.117	.061	.015	-.009	.243*	.493**
	Sig. (2-tailed)	.000		.488	.025	.880	.248	.060	.245	.548	.878	.926	.015	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.017	.070	1	.046	.208*	.192	.309**	.121	.244*	.074	.024	.050	.394**
	Sig. (2-tailed)	.869	.488		.648	.037	.056	.002	.230	.014	.464	.813	.622	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.032	.225*	.046	1	.078	.238*	.083	.167	.023	.222*	.186	.066	.432**
	Sig. (2-tailed)	.749	.025	.648		.443	.017	.414	.096	.822	.027	.064	.513	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.186	.015	.208*	.078	1	.251*	.208*	.069	.206*	.058	.051	.018	.381**
	Sig. (2-tailed)	.063	.880	.037	.443		.012	.038	.492	.040	.570	.617	.855	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	.126	.117	.192	.238*	.251*	1	.359**	.402**	.123	.180	.130	.219*	.555**
	Sig. (2-tailed)	.213	.248	.056	.017	.012		.000	.000	.222	.072	.197	.029	.000



N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
---	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### Lampiran. 6 Hasil Uji Validitas

#### Citra Destinasi Correlations

	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	Total
X2.1 Pearson Correlation	1	.262**	.078	.262**	.179	.061	.208*	.179	.128	.087	.448**
Sig. (2-tailed)		.009	.440	.008	.074	.548	.038	.075	.204	.392	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.2 Pearson Correlation	.262**	1	.163	.440**	.169	.291**	.331**	.316**	.190	.174	.607**
Sig. (2-tailed)	.009		.104	.000	.092	.003	.001	.001	.059	.084	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.3 Pearson Correlation	.078	.163	1	.408**	.324**	.299**	.120	.001	.264**	.122	.500**
Sig. (2-tailed)	.440	.104		.000	.001	.002	.233	.988	.008	.227	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.4 Pearson Correlation	.262**	.440**	.408**	1	.299**	.517**	.239*	.316**	.168	.272**	.706**
Sig. (2-tailed)	.008	.000	.000		.003	.000	.017	.001	.095	.006	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.5 Pearson Correlation	.179	.169	.324**	.299**	1	.367**	.376**	.131	.160	.158	.600**
Sig. (2-tailed)	.074	.092	.001	.003		.000	.000	.194	.112	.117	.000

N		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	.061	.291**	.299**	.517**	.367**	1	.216*	.283**	.071	.305**	.615**
	Sig. (2-tailed)	.548	.003	.002	.000	.000		.031	.004	.480	.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.7	Pearson Correlation	.208*	.331**	.120	.239*	.376**	.216*	1	.017	.444**	.078	.584**
	Sig. (2-tailed)	.038	.001	.233	.017	.000	.031		.870	.000	.438	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.8	Pearson Correlation	.179	.316**	.001	.316**	.131	.283**	.017	1	.134	.226*	.454**
	Sig. (2-tailed)	.075	.001	.988	.001	.194	.004	.870		.184	.023	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.9	Pearson Correlation	.128	.190	.264**	.168	.160	.071	.444**	.134	1	.136	.492**
	Sig. (2-tailed)	.204	.059	.008	.095	.112	.480	.000	.184		.178	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.10	Pearson Correlation	.087	.174	.122	.272**	.158	.305**	.078	.226*	.136	1	.460**
	Sig. (2-tailed)	.392	.084	.227	.006	.117	.002	.438	.023	.178		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.448**	.607**	.500**	.706**	.600**	.615**	.584**	.454**	.492**	.460**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## Lampiran. 7 Hasil Uji Validitas

### Minat berkunjung Kembali Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Total
Y1	Pearson Correlation	1	.527**	.263**	.098	.338**	.026	.086	.239*	.639**
	Sig. (2-tailed)		.000	.008	.330	.001	.798	.395	.017	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.527**	1	.313**	.280**	.092	.085	-.021	.221*	.621**
	Sig. (2-tailed)	.000		.002	.005	.362	.401	.835	.027	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.263**	.313**	1	.315**	.160	.163	.199*	.300**	.613**
	Sig. (2-tailed)	.008	.002		.001	.112	.106	.047	.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	.098	.280**	.315**	1	.122	.129	-.025	.367**	.519**
	Sig. (2-tailed)	.330	.005	.001		.225	.200	.804	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y5	Pearson Correlation	.338**	.092	.160	.122	1	.406**	.037	.203*	.555**
	Sig. (2-tailed)	.001	.362	.112	.225		.000	.716	.043	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y6	Pearson Correlation	.026	.085	.163	.129	.406**	1	.228*	.102	.479**
	Sig. (2-tailed)	.798	.401	.106	.200	.000		.022	.311	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y7	Pearson Correlation	.086	-.021	.199*	-.025	.037	.228*	1	.075	.314**

	Sig. (2-tailed)	.395	.835	.047	.804	.716	.022		.461	.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y8	Pearson Correlation	.239*	.221*	.300**	.367**	.203*	.102	.075	1	.566**
	Sig. (2-tailed)	.017	.027	.002	.000	.043	.311	.461		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.639**	.621**	.613**	.519**	.555**	.479**	.314**	.566**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### Lampiran. 8 Hasil Uji Reliabilitas

#### Kenyamanan Wisatawan Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.691	12

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	47.30	8.253	.316	.675
X1.2	47.34	8.166	.307	.677
X1.3	47.51	8.757	.240	.685
X1.4	47.48	8.474	.250	.686
X1.5	47.46	8.877	.243	.684
X1.6	47.49	8.353	.437	.658
X1.7	47.44	8.027	.479	.649
X1.8	47.42	8.226	.445	.656
X1.9	47.40	8.424	.345	.670
X1.10	47.41	8.547	.324	.673
X1.11	47.44	8.895	.212	.688
X1.12	47.34	8.328	.362	.667

### Lampiran. 9 Hasil Uji Reliabilitas

#### Citra Destinasi Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.739	10

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	38.13	8.336	.286	.735
X2.2	38.22	7.789	.472	.707
X2.3	38.16	8.217	.354	.725
X2.4	38.18	7.503	.599	.688
X2.5	38.26	7.608	.441	.712
X2.6	38.24	7.841	.490	.705
X2.7	38.27	7.613	.414	.717
X2.8	38.12	8.410	.308	.731

X2.9	38.24	8.245	.345	.726
X2.10	38.14	8.303	.299	.733

### Lampiran. 10 Hasil Uji Reliabilitas

#### Minat Berkunjung Kembali Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.659	8

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	29.68	4.361	.436	.604
Y2	29.72	4.406	.411	.612
Y3	29.60	4.667	.450	.605
Y4	29.46	4.897	.333	.633
Y5	29.57	4.732	.357	.627
Y6	29.51	4.980	.277	.647
Y7	29.56	5.481	.137	.672
Y8	29.43	4.793	.393	.619

### Lampiran. 11 Hasil Uji Statistik Deskriptif

#### Statistics

	Kenyamanan	Citra Destinasi	Minat Berkunjung
N Valid	100	100	100
Missing	0	0	0
Median	52.00	43.00	34.00
Std. Deviation	3.126	3.096	2.442
Minimum	42	35	28
Maximum	60	50	39

### Lampiran. 12 Hasil Uji Normalitas

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.16818507
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.055
	Positive	.050
	Negative	-.055
Test Statistic		.055
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

**Lampiran. 13 Hasil Uji Heteroskedastisitas**

**Correlations**

			Kenyamanan	Citra Destinasi	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Kenyamanan	Correlation	1.000	.447**	-.081
		Coefficient			
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.425
		N	100	100	100
	Citra Destinasi	Correlation	.447**	1.000	.018
		Coefficient			
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.861
		N	100	100	100
	Unstandardized Residual	Correlation	-.081	.018	1.000
		Coefficient			
		Sig. (2-tailed)	.425	.861	.
		N	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**Lampiran. 14 Hasil Uji Multikolinearitas**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Collinearity Statistics
-------	-------------------------

		Tolerance	VIF
1	Kenyamanan	.821	1.219
	Citra Destinasi	.821	1.219

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung

## Lampiran. 15 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.488	3.996		3.626	.000
	Kenyamanan	.150	.078	.191	1.924	.057
	Citra Destinasi	.273	.079	.345	3.471	.001

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung

## Lampiran. 16 Hasil Uji Hipotesis

### 1. Hasil Uji t

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.488	3.996		3.626	.000
	Kenyamanan	.150	.078	.191	1.924	.057
	Citra Destinasi	.273	.079	.345	3.471	.001

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung

### 2. Hasil Uji F (simultan)

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	125.188	2	62.594	13.046	.000 <sup>b</sup>
	Residual	465.402	97	4.798		
	Total	590.590	99			

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung

b. Predictors: (Constant), Citra Destinasi, Kenyamanan

### 3. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.460 <sup>a</sup>	.212	.196	2.190

a. Predictors: (Constant), Citra Destinasi, Kenyamanan

b. Dependent Variable: Minat Berkunjung kembali

**Gambar.1**  
**Proses Pembagian Angket Dengan Wisatawan**



**Gambar. 2**  
**Proses Pembagian Angket Sekaligus Diskusi Tentang Tujuan Penelitian**



**Gambar.3**

**Proses Pembagian Angket Beserta Diskusi Tujuan Penelitian**



**Gambar.4**

**Proses Izin Selesai Penelitian Dan Diskusi Seputar Hasil Penelitian dengan Manajer Wisata Taman Syaakirah The View And Resto**



**Gambar.5**  
**Proses Pembagian Angket Pada Beberapa Wisawatan**



**Gambar.6**  
**Proses pembagian angket pada beberapa wisatawan**



Tabel r untuk df = 1 - 50

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7291	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

**Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,10**

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	39.86	49.50	53.59	55.83	57.24	58.20	58.91	59.44	59.86	60.19	60.47	60.71	60.90	61.07	61.22
2	8.53	9.00	9.16	9.24	9.29	9.33	9.35	9.37	9.38	9.39	9.40	9.41	9.41	9.42	9.42
3	5.54	5.46	5.39	5.34	5.31	5.28	5.27	5.25	5.24	5.23	5.22	5.22	5.21	5.20	5.20
4	4.54	4.32	4.19	4.11	4.05	4.01	3.98	3.95	3.94	3.92	3.91	3.90	3.89	3.88	3.87
5	4.06	3.78	3.62	3.52	3.45	3.40	3.37	3.34	3.32	3.30	3.28	3.27	3.26	3.25	3.24
6	3.78	3.46	3.29	3.18	3.11	3.05	3.01	2.98	2.96	2.94	2.92	2.90	2.89	2.88	2.87
7	3.59	3.26	3.07	2.96	2.88	2.83	2.78	2.75	2.72	2.70	2.68	2.67	2.65	2.64	2.63
8	3.46	3.11	2.92	2.81	2.73	2.67	2.62	2.59	2.56	2.54	2.52	2.50	2.49	2.48	2.46
9	3.36	3.01	2.81	2.69	2.61	2.55	2.51	2.47	2.44	2.42	2.40	2.38	2.36	2.35	2.34
10	3.29	2.92	2.73	2.61	2.52	2.46	2.41	2.38	2.35	2.32	2.30	2.28	2.27	2.26	2.24
11	3.23	2.86	2.66	2.54	2.45	2.39	2.34	2.30	2.27	2.25	2.23	2.21	2.19	2.18	2.17
12	3.18	2.81	2.61	2.48	2.39	2.33	2.28	2.24	2.21	2.19	2.17	2.15	2.13	2.12	2.10
13	3.14	2.76	2.56	2.43	2.35	2.28	2.23	2.20	2.16	2.14	2.12	2.10	2.08	2.07	2.05
14	3.10	2.73	2.52	2.39	2.31	2.24	2.19	2.15	2.12	2.10	2.07	2.05	2.04	2.02	2.01
15	3.07	2.70	2.49	2.36	2.27	2.21	2.16	2.12	2.09	2.06	2.04	2.02	2.00	1.99	1.97
16	3.05	2.67	2.46	2.33	2.24	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.01	1.99	1.97	1.95	1.94
17	3.03	2.64	2.44	2.31	2.22	2.15	2.10	2.06	2.03	2.00	1.98	1.96	1.94	1.93	1.91
18	3.01	2.62	2.42	2.29	2.20	2.13	2.08	2.04	2.00	1.98	1.95	1.93	1.92	1.90	1.89
19	2.99	2.61	2.40	2.27	2.18	2.11	2.06	2.02	1.98	1.96	1.93	1.91	1.89	1.88	1.86
20	2.97	2.59	2.38	2.25	2.16	2.09	2.04	2.00	1.96	1.94	1.91	1.89	1.87	1.86	1.84
21	2.96	2.57	2.36	2.23	2.14	2.08	2.02	1.98	1.95	1.92	1.90	1.87	1.86	1.84	1.83
22	2.95	2.56	2.35	2.22	2.13	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.86	1.84	1.83	1.81
23	2.94	2.55	2.34	2.21	2.11	2.05	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87	1.84	1.83	1.81	1.80
24	2.93	2.54	2.33	2.19	2.10	2.04	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83	1.81	1.80	1.78
25	2.92	2.53	2.32	2.18	2.09	2.02	1.97	1.93	1.89	1.87	1.84	1.82	1.80	1.79	1.77
26	2.91	2.52	2.31	2.17	2.08	2.01	1.96	1.92	1.88	1.86	1.83	1.81	1.79	1.77	1.76
27	2.90	2.51	2.30	2.17	2.07	2.00	1.95	1.91	1.87	1.85	1.82	1.80	1.78	1.76	1.75
28	2.89	2.50	2.29	2.16	2.06	2.00	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79	1.77	1.75	1.74
29	2.89	2.50	2.28	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78	1.76	1.75	1.73
30	2.88	2.49	2.28	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77	1.75	1.74	1.72
31	2.87	2.48	2.27	2.14	2.04	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.77	1.75	1.73	1.71
32	2.87	2.48	2.26	2.13	2.04	1.97	1.91	1.87	1.83	1.81	1.78	1.76	1.74	1.72	1.71
33	2.86	2.47	2.26	2.12	2.03	1.96	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75	1.73	1.72	1.70
34	2.86	2.47	2.25	2.12	2.02	1.96	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.75	1.73	1.71	1.69
35	2.85	2.46	2.25	2.11	2.02	1.95	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.74	1.72	1.70	1.69
36	2.85	2.46	2.24	2.11	2.01	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.76	1.73	1.71	1.70	1.68
37	2.85	2.45	2.24	2.10	2.01	1.94	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.73	1.71	1.69	1.68
38	2.84	2.45	2.23	2.10	2.01	1.94	1.88	1.84	1.80	1.77	1.75	1.72	1.70	1.69	1.67
39	2.84	2.44	2.23	2.09	2.00	1.93	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.72	1.70	1.68	1.67
40	2.84	2.44	2.23	2.09	2.00	1.93	1.87	1.83	1.79	1.76	1.74	1.71	1.70	1.68	1.66
41	2.83	2.44	2.22	2.09	1.99	1.92	1.87	1.82	1.79	1.76	1.73	1.71	1.69	1.67	1.66
42	2.83	2.43	2.22	2.08	1.99	1.92	1.86	1.82	1.78	1.75	1.73	1.71	1.69	1.67	1.65
43	2.83	2.43	2.22	2.08	1.99	1.92	1.86	1.82	1.78	1.75	1.72	1.70	1.68	1.67	1.65
44	2.82	2.43	2.21	2.08	1.98	1.91	1.86	1.81	1.78	1.75	1.72	1.70	1.68	1.66	1.65
45	2.82	2.42	2.21	2.07	1.98	1.91	1.85	1.81	1.77	1.74	1.72	1.70	1.68	1.66	1.64

**Titik Persentase Distribusi t (df = 1 – 40)**

df	Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
		0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884	
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712	
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453	
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318	
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343	
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763	
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529	
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079	
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681	
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370	
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470	
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963	
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198	
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739	
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283	
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615	
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577	
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048	
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86050	3.57940	
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181	
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715	
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499	
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496	
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678	
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019	
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500	
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103	
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816	
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624	
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518	
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490	
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531	
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634	
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793	
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005	
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262	
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563	
38	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903	
39	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279	
40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688	

Catatan: Probabilitas yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung