



**DETERMINAN DALAM MENINGKATKAN MINAT
PENGUNJUNG PADA WISATA KOLAM RENANG
MATA AIR SIHARANG-KARANG**

SKRIPSI

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

Oleh

**JAHROL HAYATI SIREGAR
NIM. 18 402 00285**

PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2022**



**DETERMINAN DALAM MENINGKATKAN MINAT
PENGUNJUNG PADA WISATA KOLAM RENANG
MATA AIR SIHARANG-KARANG**

SKRIPSI

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

Oleh

JAHROL HAYATI SIREGAR

Nim: 18 402 00285

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2022



**DETERMINAN DALAM MENINGKATKAN MINAT
PENGUNJUNG PADA WISATA KOLAM RENANG
MATA AIR SIHARANG-KARANG**

SKRIPSI

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

Oleh

JAHROL HAYATI SIREGAR

Nim: 18 402 00285

PEMBIMBING I

Rodame Monitorir Napitupulu, M.M
NIP. 198411302018012001

PEMBIMBING II

Rini Hayati Lubis, M.P
NIP.198704132019032011

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2022



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl.H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Tel.(0634) 22080 Fax.(0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **Jahrol Hayati Siregar**
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidimpuan, 26 Agustus 2022
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Syahada Padangsidimpuan
Di-
Padangsidimpuan

Assalamu'alaikumWr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **Jahrol Hayati Siregar** yang berjudul "**Determinan Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Pada Wisata Kolam Renang Mata Air Siharang-Karang**". 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 UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

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

Demikianlah kami sampaikan atas perhatian dan kerja sama dari Bapak, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I

Rodame Monitorir Napitupulu, M.M
NIP: 198411302018012001

Pembimbing II

Rini Hayati Lubis, M.P.
NIP: 198704132019032011

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang,
Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : JAHROL HAYATI SIREGAR
NIM : 18 402 00285
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : **Determinan Dalam Meningkatkan Minat
Pengunjung Pada Wisata Kolam Renang Mata
Air Siharang-Karang**

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah 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 UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 26 Agustus 2022

Saya yang Menyatakan,



JAHROL HAYATI SIREGAR

NIM . 18 402 00285

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

Sebagai civitas akademik UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : JAHROL HAYATI SIREGAR
NIM : 18 402 00285
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UIN Syahada Padangsidempuan Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **Determinan Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Pada Wisata Kolam Renang Mata Air Siharng-Karang Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif** ini UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, 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 : 26 Agustus 2022
Saya yang menyatakan,



JAIROL HAYATI SIREGAR
NIM. 18 402 00285



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidempuan 22733
Telepon. (0634) 22080 Faximile. (0634) 24022

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Nama : Jahrol Hayati Siregar
NIM : 18 402 00285
Fakultas/ Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Determinan dalam Meningkatkan Minat Pengunjung pada Wisata Kolam Renang Mata Air Siharang-karang

Ketua

Delima Sari Lubis, M.A.
NIP. 198405122014032002

Sekretaris

Rini Hayati Lubis, M.P
NIP. 198704132019032011

Anggota

Delima Sari Lubis, M.A.
NIP. 198405122014032002

Rini Hayati Lubis, M.P
NIP. 198704132019032011

Rodame Monitorir Napitupulu, M.M
NIP. 198411302018012001

Ja'far Nasution, M.E.I
NIDN. 2004088205

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidempuan
Hari/ Tanggal : Jum'at, 09 Desember 2022
Pukul : 14.30 WIB s/d 17.00 WIB
Hasil/ Nilai : Lulus / 76 (B)
Indeks Prestasi Kumulatif : 3,65
Predikat : Sangat Memuaskan



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan 22733
Telepon. (0634) 22080 Faximile. (0634) 24022

PENGESAHAN

**JUDUL SKRIPSI : DETERMINAN DALAM MENINGKATKAN MINAT
PENGUNJUNG PADA WISATA KOLAM RENANG
MATA AIR SIHARANG-KARANG**

NAMA : JAHROL HAYATI SIREGAR
NIM : 18 402 00285

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

Padangsidimpuan, 28 Januari 2023

Dekan,


Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si
NIP. 19780818 200901 1 015

ABSTRAK

NAMA : Jahrol Hayati Siregar
NIM : 18 402 00285
JUDUL SKRIPSI : **Determinan dalam Meningkatkan Minat Pengunjung pada Wisata Kolam Renang Mata Air Siharang-karang**

Latar belakang masalah pada penelitian ini adalah mahal nya harga tiket masuk pada objek wisata kolam renang mata air Siharang-karang dibandingkan dengan objek wisata kolam renang puncak Angkola. Tetapi pengunjung objek wisata kolam renang mata air Siharang-karang lebih banyak dibandingkan dengan jumlah pengunjung kolam renang puncak Angkola yang terdapat di Kota Padangsidimpuan. Rumusan masalah penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan, harga tiket, lokasi dan fasilitas secara parsial dan simultan terhadap minat pengunjung kolam renang mata air Siharang-karang. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh kualitas pelayanan, harga tiket, lokasi dan fasilitas secara parsial dan simultan terhadap minat pengunjung kolam renang mata air Siharang-karang.

Teori dalam penelitian ini berkaitan dengan teori perilaku konsumen dan manajemen pariwisata. Teori minat membahas mengenai minat wisatawan, faktor-faktor yang memengaruhi minat wisatawan, kualitas pelayanan, harga tiket, lokasi dan fasilitas.

Jenis penelitian yang digunakan ialah penelitian kuantitatif dengan sumber data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket atau kuesioner dan dokumentasi. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *Sampling Accidental* dengan jumlah 79 responden dimana penentuannya dengan menggunakan rumus *Yamane Taro*. Pengolahan data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji analisis statistik deskriptif, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji autokolerasi, uji analisis regresi linear berganda, uji koefisien determinasi (R^2), uji parsial (uji t) dan uji simultan (uji F).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial (uji t) variabel kualitas pelayanan dan lokasi tidak berpengaruh terhadap minat pengunjung kolam renang mata air Siharang-karang, akan tetapi variabel harga tiket dan fasilitas berpengaruh terhadap minat pengunjung kolam renang mata air Siharang-karang. Hasil uji simultan (uji F) kualitas pelayanan, harga tiket, lokasi dan fasilitas berpengaruh secara simultan terhadap minat pengunjung kolam renang mata air Siharang-karang. Variabel kualitas pelayanan, harga tiket. Lokasi dan fasilitas memberikan pengaruh sebesar 16,2% terhadap minat pengunjung kolam renang mata air Siharang-karang sedangkan 83,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Fasilitas, Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Minat Berkunjung

KATA PENGANTAR



Assalaamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Syukur Alhamdulillah peneliti ucapkan ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, nikmat dan hidayah-Nya yang tiada henti sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul penelitian **“DETERMINAN DALAM MENINGKATKAN MINAT PENGUNJUNG PADA WISATA KOLAM RENANG MATA AIR SIHARANG-KARANG”**. Serta tidak lupa juga shalawat dan salam senantiasa dicurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, seorang pemimpin umat yang patut dicontoh dan diteladani kepribadiaannya 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 Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., Rektor UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan serta Bapak Dr. Erawadi, M.Ag., Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Dr. Anhar, M.A., Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag., Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si., Wakil Dekan Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Drs. H. Armyn, Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan serta Ibu Dra. Replita, M.Si., M.A. Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Delima Sari Lubis, M.A. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah, serta seluruh Civitas Akademika UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
4. Ibu Rodame Monitorir Napitupulu, M.M. selaku pembimbing I dan Ibu Rini Hayati Lubis, M.P. selaku pembimbing II, yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan petunjuk yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Yusri Fahmi, M.Hum, selaku Kepala Perpustakaan serta Pegawai Perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak serta Ibu Dosen UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

7. Bapak H. Tongku Lelo Harahap selaku pemilik kolam renang mata air Siharang-karang yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk meneliti di kolam renang mata air Siharang-karang.
8. Teristimewa kepada keluarga tercinta Ayahanda Henri Sultoni Siregar dan Ibunda tercinta Efrida Hati Siagian, S.Pd beserta kelima saudara peneliti yakni Abanganda Prada Ashabul Yamin Siregar, dan adik Serda Ali Ardiansyah Siregar, Nurhazizah Rahmi Siregar, Rizky Mazida Siregar dan Muhammad Zuhri Siregar yang paling berjasa dan paling berharga dalam hidup peneliti, yang selalu memberikan dukungan moril maupun materil demi kesuksesan studi peneliti sampai saat ini, serta telah menjadi penyemangat peneliti dalam menyelesaikan studi mulai dari tingkat sekolah dasar sampai kuliah di UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
9. Teruntuk sahabat peneliti Berlian Siregar, Nursariah Siregar, Dikna Selpiana Harahap, Karlina Tanjung, Nurhafizah Caniago dan Nanda Gustina yang sudah menemani mulai dari semester 1 sampai dengan akhir penelitian ini, yang sudah memberikan suport, dan intinya yang selalu ada dalam suka maupun duka peneliti.
10. Terimakasih juga kepada teman-teman keluarga besar MB-3 angkatan 2018 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang telah berjuang bersama-sama meraih gelar S.E dan semoga kita semua sukses dalam meraih cita-cita.

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.

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, Agustus 2022

Peneliti

JAHROL HAYATI SIREGAR
NIM. 18 402 00285

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 titi di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye

ص	şad	ş	Es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	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 vocal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

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

2. Vokal rangkap adalah vocal 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 vocal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
.....ا.....	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
.....ي.....	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di bawah

و...	dommah dan wau	ū	u dan garis di atas
------	----------------	---	---------------------

C. Ta Matbutah

Transliterasi untuk *Ta Marbutah* ada dua:

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

Kalau pada suatu kata yang akhirkatanya *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 sistem 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 : ال. 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*, mau pun *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 kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang

ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harkat 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 Lektor Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektor Pendidikan Agama, 2003.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING

SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	vi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. BatasanMasalah.....	7
D. Definisi Operasional.....	7
E. Rumusan Masalah	9
F. Tujuan Penelitian.....	10
G. Kegunaan Penelitian.....	10
H. Sistematika Pembahasan	11

BAB II LANDASAN TEORI

A. KerangkaTeori.....	13
1. Minat Berkunjung.....	13
a. Pengertian Minat Berkunjung	13
b. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Pengunjung.....	15
c. Indikator Minat Pengunjung.....	16
d. Pandangan Islam tentang Minat	17
2. Kualitas Pelayanan	19
a. Pengertian Kualitas Pelayanan	19
b. Indikator Kualitas Pelayanan.....	21
c. Kualitas Pelayanan dalam Perspektif Islam	23
3. Harga Tiket.....	24
a. Pengertian Harga	25
b. Tujuan penetapan harga.....	28
c. Indikator harga	28
4. Lokasi	28
a. Pengertian Lokasi	29
b. Faktor-faktor Penentuan Lokasi	31
c. Indikator Lokasi	31

5. Fasilitas.....	32
a. Pengertian Fasilitas.....	32
b. Indikator Fasilitas	33
B. Penelitian Terdahulu.....	33
C. Kerangka Pikir.....	40
D. Hipotesis	41

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	43
B. Jenis Penelitian	43
C. Populasi dan Sampel.....	43
1. Populasi	43
2. Sampel	43
3. Sumber Data	45
D. Instrumen Pengumpulan Data	45
1. Wawancara	45
2. Angket	46
3. Dokumentasi.....	48
E. Uji Instrumen (Validitas dan Reliabilitas).....	48
1. Uji Validitas	48
2. Uji Reliabilitas.....	49
F. Analisis Data	50
1. Uji Asumsi Dasar	50
a. Uji Analisis Statistik Deskriptif.....	50
b. Uji Normalitas	50
2. Uji Asumsi Klasik	50
a. Uji Multikolinearitas	50
b. Uji Heterokedastisitas.....	51
c. Uji Autokolerasi	51
3. Analisis Regresi Berganda	52
4. Uji Hipotesis.....	53
a. Uji Determinasi (R^2).....	53
b. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t).....	53
c. Uji Signifikan Simultan (Uji F).....	54

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Wisata Kolam Renang Mata Air Siharang-Karang.....	55
1. Sejarah	55
2. Visi dan Misi	55
3. Struktur Organisasi.....	56
B. Hasil Uji Instrumen (Validitas dan Reliabilitas)	57
1. Hasil Uji Validitas	57
2. Hasil Uji Reliabilitas	60

C. Hasil Analisis Data.....	63
1. Hasil Uji Asumsi Dasar.....	63
a. Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif.....	63
b. Hasil Uji Normalitas.....	64
2. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	65
a. Hasil Uji Multikolinearitas.....	65
b. Hasil Uji Heterokedastisitas.....	65
c. Hasil Uji Autokolersi.....	66
3. Hasil Analisis Regresi Berganda.....	67
4. Hasil Uji Hipotesis.....	69
a. Hasil Uji Determinasi (R^2).....	69
b. Hasil Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t).....	70
c. Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji F).....	71
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	72
E. Keterbatasan Penelitian.....	78

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	80
B. Saran.....	80

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	: Jumlah Pengunjung Kolam Renang Mata Air Siharang-karang dan Kolam Renang Puncak Angkola Selama Tiga Bulan Terakhir Tahun 2022.....	5
Tabel I.2	: Defenisi Operasional Variabel	8
Tabel II.1	: Penelitian Terdahulu	33
Tabel III.1	: Nilai Indikator Skor Angket.....	46
Tabel III.2	: Kisi-kisi Kualitas Pelayanan	47
Tabel III.3	: Kisi – kisi Harga Tiket	47
Tabel III.4	: Kisi-kisi Lokasi	47
Tabel III.5	: Kisi-kisi Fasilitas.....	48
Tabel III.6	: Kisi-kisi Minat Pengunjung	48
Tabel IV.1	: Hasil Uji Validitas Variabel Minat Berkunjung.....	57
Tabel IV.2	: Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas pelayanan.....	58
Tabel IV.3	: Hasil Uji Validitas Variabel Harga Tiket	58
Tabel IV.4	: Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi.....	59
Tabel IV.5	: Hasil Uji Validitas Variabel Fasilitas	59
Tabel IV.6	: Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan.....	60
Tabel IV.7	: Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga Tiket.....	61
Tabel IV.8	: Hasil Uji Reliabilitas Variabel Lokasi.....	61
Tabel IV.9	: Hasil Uji Reliabilitas Variabel Fasilitas	62
Tabel IV.10	: Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat Berkunjung	62
Tabel IV.11	: Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif	63
Tabel IV.12	: Hasil Uji Normalitas	64
Tabel IV.13	: Hasil Uji Multikolinearitas	65
Tabel IV.14	: Hasil Uji Heterokedastisitas	66
Tabel IV.15	: Hasil Uji Autokolerasi	67
Tabel IV.16	: Hasil Uji Analisis Regresi Berganda	67
Tabel IV.17	: Hasil Uji Determinasi (R^2).....	69
Tabel IV.18	: Hasil Uji Parsial (Uji t).....	70
Tabel IV.19	: Hasil Uji Simultan (Uji F)	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.2 : Kerangka Pikir.....	40
Gambar IV.1 : Struktur Organisasi Kolam Renang Mata Air Siharang-karang.....	56

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata merupakan sektor strategis dan menjanjikan keuntungan komersil di masa ini. Perkembangan pariwisata di Indonesia sendiri dapat dikategorikan mengalami kemajuan sangat pesat. Selain sebagai satu bagian dari pembangunan nasional pengembangan pariwisata juga merupakan sarana pemberdayaan daerah. Indonesia merupakan negara yang tidak hanya memiliki Sumber Daya Manusia (SDM) yang besar melainkan kekayaan sumber daya alam yang juga melimpah. Hal ini merupakan potensi yang jika dikelola dan diolah secara baik dan benar akan dapat mendatangkan berbagai manfaat bagi kesejahteraan masyarakat.¹

Pariwisata berperan sebagai pengembangan sosial budaya dan alat promosi citra bangsa di luar negeri. Karena industri kepariwisataan di Indonesia merupakan salah satu penggerak perekonomian nasional yang potensial untuk memacu pertumbuhan ekonomi yang lebih tinggi di masa yang akan datang. Pembangunan sektor pariwisata dimaksudkan dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesejahteraan rakyat, menghapus kemiskinan, dan mengatasi pengangguran. Pembangunan pariwisata yang bermuara kepada tujuan tersebut, pada dasarnya tidak terlepas dari peran serta masyarakat dan pemerintah daerah sebagai regulator.²

¹ Sefira Ryalita Primadany, "Analisis Strategi Pengembangan Pariwisata Daerah" *Jurnal Administrasi Publik*, Vol.1, No. 4, 2016, hlm. 136

² Mardiyani, Murwatiningsih, "Pengaruh Fasilitas Dan Promosi Terhadap Keputusan Pengunjung Melalui keputusan Berkunjung Sebagai Variabel Intervening", *Manajemen Analisis* Vo. 4, No. 1", tahun 2015, hlm. 65

Pariwisata saat ini sudah menjadi industri yang ikut memberikan andil dalam pembangunan ekonomi dan sosial diberbagai negara di dunia. Sektor pariwisata dapat memberikan kontribusi yang sangat besar bagi pertumbuhan ekonomi negara-negara tujuan wisata karena dapat memberikan kesempatan kerja, peningkatan pendapatan, perubahan taraf hidup dan kesejahteraan salah satu dari sumber daya pariwisata adalah sumber daya alam.³ Keberhasilan pariwisata tidak terlepas dari bauran pemasaran pengelola. Pemasaran bukanlah suatu alat untuk mencapai tujuan, melainkan suatu proses yang berkesinambungan dari aktivitas yang saling berkaitan 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.⁴ Motivasi berwisata adalah keinginan untuk mengerti dan jiwa petualang yang diberikan kepada manusia oleh Allah SWT, keinginan untuk melakukan perjalanan kemana saja, bahkan Negara lain. Faktor pendorong lain yang mungkin menjadi pertimbangan pariwisata yaitu berpengaruh tentang kondisi ekonomi, kondisi sosial budaya, kondisi lingkungan dan pariwisata.⁵

Kota Padangsidimpuan merupakan salah satu tujuan wisata di Sumatera Utara yang memiliki potensi wisata alam, salah satunya adalah objek wisata seperti kolam renang. Padangsidimpuan memiliki banyak kolam renang yaitu seperti kolam renang libers, kolam renang pudun, kolam renang puncak angkola dan kolam renang mata air siharang-karang. Dari beberapa jenis kolam renang yang ada di

³Mardiyani, Murwatiningih, hlm. 67

⁴Gusti Bagus Rai Utama, *Pemasaran Wisata*, (Yogyakarta: CV. Andi Offest, 2017), hlm.6

⁵Sedarmayanti, *Membangun Dan Mengembangkan Kebudayaan Dan Industry Parawisata*, (Bandung: PT. Refika Aditama, 2014), hlm. 29

Padangsidempuan yang menjadi objek penelitian yang dilakukan peneliti yaitu kolam renang mata air Siharang-karang. Kolam renang mata air Siharang-karang merupakan salah satu kolam yang banyak dikunjungi oleh masyarakat Kota Padangsidempuan bahkan dari luar Kota Padangsidempuan. Tidak banyak kolam renang yang sumber airnya itu langsung dari pegunungan atau langsung dari mata air seperti kolam renang mata air Siharang-karang. Meskipun fasilitas dan lokasi tidak semegah kolam renang lainnya namun harga tiket yang diberlakukan oleh pemilik kolam renang mata air Siharang-karang terlalu mahal dibandingkan dengan kolam Puncak Angkola. Harga tiket masuk sewa di Kota Padangsidempuan yaitu kolam renang Libers Rp. 15.000,00 kolam renang Pudun Rp. 20.000,00 kolam renang Puncak Angkola Rp. 7.000,00 dan kolam renang Siharang-karang Rp.10.000,00.

Namun setiap pengunjung yang ingin berkunjung ke kolam renang mata air Siharang-karang ini harus membayar biaya retribusi ataupun tiket masuk, setiap pengunjung objek pada wisata kolam renang mata air siharang-karang ini mengeluarkan biaya Rp. 10.000,00 untuk khalayak dewasa dan Rp. 7.000,00 untuk khalayak anak-anak dan untuk biaya parkir untuk kendaraan roda dua mengeluarkan biaya sebesar Rp. 3000,00 dan untuk kendaraan roda empat sebesar Rp. 5.000,00. Sedangkan biaya retribusi ataupun biaya tiket masuk ke kolam lainnya yaitu seperti kolam renang puncak angkola hanya sebesar Rp. 7.000,00 untuk khalayak dewasa dan Rp. 5000,00 untuk khalayak anak- anak.

Menurut pengunjung kolam renang Siharang-karang walaupun harga tiket atau biaya yang ditetapkan oleh pemilik kolam renang Siharang-karang tergolong

mahal dibandingkan kolam renang Puncak Angkola tetapi pengunjung selalu senantiasa untuk berkunjung ke kolam renang mata air Siharang-karang tersebut.⁶ Pengunjung selanjutnya yang diwawancarai peneliti mengatakan mengenai kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak pengelola kolam renang Siharang-karang juga sangat baik karena pengelola kolam selalu memerhatikan kenyamanan ataupun keselamatan pengunjung. Dengan demikian kualitas pelayanan yang diberikan kolam Puncak Angkola juga baik karena pengelola juga memerhatikan keselamatan pengunjungnya.⁷

Selanjutnya mengenai fasilitas dan lokasi yang ada di kolam renang Siharang-karang tersebut pengunjung mengatakan bahwa fasilitas yang kurang memadai dibandingkan dengan kolam renang Puncak Angkola, misalnya kamar mandi ganti yang tersedia di kolam renang mata air Siharang-karang hanya dua kamar mandi ganti, dan taman-taman nya pun kurang bagus dibandingkan dengan kolam renang Puncak Angkola, sementara kolam renang Puncak Angkola mempunyai fasilitas yang memadai dengan adanya taman dengan tulisan “I LOVE PUNCAK ANGKOLA”. Sementara pengunjung yang datang ke kolam renang mata air Siharang-karang tersebut selalu ramai, sehingga pengunjung mengeluh mengenai fasilitas yang kurang mencukupi tersebut.⁸ Selanjutnya pengunjung kolam renang mata air Siharang-karang juga mengatakan mengenai lokasi

⁶Nurhasanah, dan Nurhazizah, Hasil Wawancara, Pengunjung Wisata Kolam Renang Mata Air Siharang-Karang, Jum'at 4 Februari 2022

⁷Saddiah, Hasil Wawancara, Pengunjung Wisata Kolam Renang Puncak Angkola, Sabtu, 26 Maret 2022

⁸Sakinah, dan riski, hasil Wawancara, Pengunjung Wisata Kolam Renang Mata Air Siharang-Karang, Sabtu 26 Maret 2022

walaupun lokasinya jauh dari pusat perkotaan tetapi pihak pemilik kolam sangat memerhatikan kenyamanan wisatawan atau pengunjung.⁹

Berdasarkan survei dan wawancara yang dilakukan peneliti untuk mencari informasi yang akurat maka dapat disimpulkan hasil dari wawancara tersebut yaitu walaupun harga tiket yang ditetapkan pemilik kolam renang Siharang-karang terlalu mahal dibandingkan dengan kolam renang Puncak Angkola tetapi pengunjungnya selalu ramai dan senantiasa untuk melakukan wisatanya ke tempat tersebut, walaupun fasilitas nya kurang memadai dan lokasi yang jauh dari perkotaan tetapi pemilik kolam renang selalu memperhatikan kenyamanan dan keselamatan pengunjung.

Tabel I.1
Jumlah Pengunjung Wisata Kolam Renang
Mata Air Siharang-karang dan Kolam Renang Puncak Angkola
Selama Tiga Bulan Terakhir Tahun 2022

No	Bulan	Jumlah Pengunjung	
		Kolam A	Kolam B
1	Januari	394	279
2	Februari	387	198
3	Maret	307	147

Sumber data: Wawancara bersama pemilik kolam, 2022¹⁰

Keterangan:

Kolam A : kolam renang mata air siharang-karang

Kolam B : kolam puncak angkola

Berdasarkan dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa pada bulan Januari sampai dengan Maret terdapat penurunan jumlah pengunjung pada kolam renang mata air siharng-karang, dan dari tabel diatas juga dapat disimpulkan walaupun

⁹Ramadhan Harahap dan Ryan Siregar, hasil wawancara Pengunjung Wisata Kolam Rennag Mata Air Siharang-Karang, Sabtu 26 Maret 2022

¹⁰Wawancara bersama pemilik kolam, 2022

jumlah pengunjung kolam renang mata air siharang-karang menurun pada tiga bulan terakhir pada tahun 2022 tetapi jumlah pengunjung antara kolam renang mata air siharang-karang dan kolam renang puncak angkola ternyata jumlah pengunjung dari kolam renang mata air Siharang-karang lebih banyak dibandingkan kolam renang puncak angkola. Padahal harga tiket lebih mahal dan fasilitas yang terdapat di kolam renang mata air Siharang-karang kurang memadai dibandingkan dengan kolam renang puncak angkola. Berdasarkan permasalahan yang ada dan fenomena yang ada, maka saya tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“DETERMINAN DALAM MENINGKATKAN MINAT PENGUNJUNG PADA WISATA KOLAM RENANG MATA AIR SIHARANG-KARANG”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, peneliti mengidentifikasi masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Kolam renang Siharang-karang merupakan kolam yang tidak sebagus dengan kolam lainnya yang ada di Kota Padangsidempuan tetapi harga tiket yang ditetapkan pemilik tergolong mahal bagi masyarakat di sekitar dan masyarakat dengan pendapatan menengah kebawah.
2. Fasilitas yang tersedia di kolam renang Siharang-karang kurang memenuhi kebutuhan dan permintaan pengunjung.
3. Jumlah pengunjung pada objek wisata kolam renang mata air Siharang-karang mengalami tingkat penurunan pada tiga bulan terakhir di tahun 2022

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang dipaparkan, maka yang menjadi batasan masalah penelitian ini yaitu determinan dalam meningkatkan minat pengunjung pada wisata kolam renang mata air Siharang-Karang. Dimana hanya terfokus pada Kualitas Pelayanan (X_1), Harga Tiket (X_2), Lokasi (X_3), Fasilitas (X_4) dan Minat Berkunjung (Y), alasan peneliti ini dibatasi agar dapat mengungkapkan masalahnya secara cepat, tepat dan terperinci, dan tuntas dengan baik.

D. Definisi Operasional

Variabel adalah konsep yang mempunyai variasi nilai atau mempunyai lebih dari satu nilai, keadaan kategori atau kondisi. Para peneliti cenderung memusatkan perhatian pada variabel, karena peneliti berusaha menjelaskan dan menguji keterkaitan antara dua variabel atau lebih. Hal itu baik keterkaitan yang bersifat korelasional (*asosiatif*) yang diuji dengan teknik statistika korelasi, maupun keterkaitan yang bersifat hubungan sebab-akibat (kausal) yang dapat diuji dengan uji perbedaan atau teknik statistika analisis varians.¹¹ Pada penelitian ini yang menjadi variabel bebas atau variabel independen adalah kualitas pelayanan (X_1), harga tiket (X_2), Lokasi (X_3) dan Fasilitas (X_4) dan variabel terikat atau variabel dependen adalah minat berkunjung (Y).

¹¹Djaali, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2020), hlm. 19

Tabel I.2
Definisi operasional variabel

No	Jenis variabel	Definisi	Indikator	Skala
1.	Minat Berkunjung (Y)	Pada dasarnya minat berkunjung adalah perasaan ingin mengunjungi suatu tempat atau wilayah yang menarik untuk dikunjungi.	a. Minat transaksional b. Minat referensial c. Minat preferensial d. Minat eksploratif	Ordinal
2.	Kualitas Pelayanan (X1)	Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi yang di inginkan konsumen.	a. Keandalan b. Daya tanggap c. Jaminan dan kepastian d. Empati e. Bukti fisik	Ordinal
3.	Harga Tiket (X2)	Harga tiket merupakan jumlah dari nilai yang dipertukarkan pengunjung dengan sebuah tiket untuk mendapatkan manfaat atau menggunakan suatu produk atau jasa dalam hal ini berwisata.	a. Kesesuaian harga dengan kualitas produk b. Kesesuaian harga dengan manfaat produk c. Harga yang terjangkau	Ordinal

4.	Lokasi (X_3)	Lokasi adalah letak, tempat atau penempatan suatu benda, keadaan pada permukaan bumi.	<ul style="list-style-type: none"> a. Akses b. Visibilitas c. Lalu lintas d. Tempat parkir e. Lingkungan 	Ordinal
5.	Fasilitas (X_4)	Segala sesuatu yang dapat mempermudah dan memperlancar suatu usaha atau kegiatan dapat berupa benda-benda, maupun uang atau dengan kata lain kelengkapan sarana dan prasarana.	<ul style="list-style-type: none"> a. Kelengkapan,kebersihan,dan kerapian fasilitas yang ditawarkan b. Kondisi dan fungsi fasilitas yang akan ditawarkan. c. Kemudahan menggunakan fasilitas yang ditawarkan 	Ordinal

E. Rumusan Masalah

1. Apakah ada pengaruh dari kualitas pelayanan dalam meningkatkan minat pengunjung pada wisata kolam renang mata air Siharang-karang?
2. Apakah ada pengaruh dari harga tiket dalam meningkatkan minat pengunjung pada wisata kolam renang mata air Siharang-karang?
3. Apakah ada pengaruh dari lokasi dalam meningkatkan minat pengunjung pada wisata kolam renang mata air Siharang-karang?
4. Apakah ada pengaruh dari fasilitas dalam meningkatkan minat pengunjung pada wisata kolam renang mata air Siharang-karang?
5. Apakah ada pengaruh dari kualitas pelayanan, harga tiket, lokasi dan Fasilitas secara simultan atau bersamaan dalam meningkatkan minat pengunjung pada wisata kolam renang mata air Siharang-karang?

F. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dalam meningkatkan minat pengunjung pada wisata kolam renang mata air Siharang-karang.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga tiket dalam meningkatkan minat pengunjung pada wisata kolam renang mata air Siharang-karang.
3. Untuk mengetahui pengaruh lokasi dalam meningkatkan minat pengunjung pada wisata kolam renang mata air Siharang-karang.
4. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas dalam meningkatkan minat pengunjung pada wisata kolam renang mata air Siharang-karang.
5. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga tiket dan lokasi secara simultan dalam meningkatkan minat pengunjung pada wisata kolam renang mata air Siharang-karang.

G. Kegunaan Penelitian

1. Bagi Peneliti

Sebagai sarana menambah wawasan baru bagi peneliti tentang bagaimana menganalisis mengenai determinan dalam meningkatkan minat pengunjung pada wisata kolam renang mata air Siharang-karang.

2. Bagi Pihak Pengelola Wisata Kolam Renang Mata Air Siharang-Karang

Menambah pengetahuan, informasi dan masukan bagi pihak pengelola untuk mengetahui kondisi dan potensi lokasi dari sudut pandang lain dan hasil

penelitian yang telah dilakukan sehingga mampu membenahi kekurangan, mengembangkan, dan memaksimalkan potensi yang dimiliki.

3. Bagi Pihak Akademisi

Penelitian ini diharapkan agar bisa digunakan pihak kampus untuk memperbanyak pemahaman, pengetahuan, di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam serta pula sebagai tumpuan untuk peneliti selanjutnya.

H. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dalam proposal ini terdiri dari bagian-bagian agar mudah dipahami antara lain:

BAB I Pendahuluan Didalamnya memuat tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II Landasan Teori didalamnya memuat tentang kerangka teori, penelitian terdahulu, kerangka pikir, dan hipotesis. Secara umum, seluruh sub bahasan yang ada dalam landasan teori membahas tentang penjelasan mengenai variabel penelitian secara teori yang dijelaskan dalam kerangka teori. Setelah itu, penelitian ini akan dilihat dan dibandingkan dengan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan variabel yang sama. Teori yang ada tentang variabel penelitian akan digambarkan bagaimana hubungan antara variabel dalam bentuk kerangka pikir. Dan selanjutnya memuat hipotesis yang merupakan jawaban sementara tentang penelitian.

BAB III Metodologi Penelitian didalamnya memuat tentang lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian, instrumen pengumpulan data, dan analisis data.

BAB IV Hasil Penelitian, yang menjelaskan tentang analisis penelitian berisikan hasil data yang diolah berkaitan dengan teknik pengolahan data dan analisis data.

BAB V Penutup, yang terdiri dari kesimpulan dan saran. Kesimpulan adalah wadah masalah yang dirumuskan dalam pendahuluan skripsi. Pada bagian saran dimuat hal-hal yang perlu direkomendasikan dan ditindaklanjuti dari hasil penelitian.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

I. Minat Berkunjung

a. Pengertian Minat Berkunjung

Berdasarkan Susanto dan Kotler menyebutkan bahwa minat merupakan sebagai dorongan, yaitu rangsangan internal yang kuat dan memotivasi tindakan, dimana dorongan ini dipengaruhi oleh perasaan dan stimulasi positif terhadap suatu produk dan jasa.¹²

Teori minat berkunjung dalam hal ini diambil dari teori minat beli terhadap suatu produk, sehingga dalam beberapa kategori minat berkunjung dapat diaplikasikan terhadap minat beli. Pada dasarnya minat berkunjung adalah perasaan ingin mengunjungi suatu tempat atau wilayah yang menarik untuk dikunjungi, sehingga dalam beberapa kategori minat berkunjung dapat diaplikasikan dari model minat beli. Minat membeli merupakan aktivitas psikis yang timbul karena adanya perasaan dan pikiran terhadap suatu barang atau jasa yang diinginkan.¹³ Fenomena yang banyak terjadi saat ini adalah wisatawan melakukan kunjungan ke suatu destinasi tidak hanya karena ingin menikmati atraksi maupun mencari hiburan, melainkan untuk mengabadikan moment melalui foto atau video. foto atau video tersebut selanjutnya akan dibagikan di media atau aplikasi

¹²Faikar Adam Wiradipoetra, "Analisis Persepsi Wisatawan Mengenai Penurunan Kualitas Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung", *Parawisata*, Vol. 2, No. 3, 2016, hlm. 131

¹³Putra Kadarisma, "Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Minat Berkunjung Dan Keputusan Berkunjung", *Jurnal Adminitrasi Bisnis* Vol.26, No. 2, 2015, hlm. 8

yang memungkinkan manusia untuk saling berinteraksi secara virtual yang biasa disebut dengan media sosial.¹⁴

Dimensi minat beli melalui model stimulasi AIDA adalah yang berusaha menggambarkan tahap-tahap rangsangan yang mungkin dilalui oleh konsumen terhadap suatu rangsangan tertentu yang diberikan oleh pemasar, yaitu sebagai berikut:

1. Perhatian (*Attention*), dalam tahap ini masyarakat pernah mendengar mengenai perusahaan atau produk yang dikeluarkan perusahaan.
2. Minat (*Interest*), minat masyarakat timbul setelah mendapatkan dasar informasi yang telah terperinci mengenai perusahaan atau produk.
3. Kehendak (*Desire*), masyarakat mempelajari, memikirkan serta berdiskusi yang menyebabkan keinginan dan hasrat untuk membeli produk tersebut bertambah.
4. Tindakan (*Action*), melakukan pengambilan keputusan yang positif atas penawaran perusahaan.

Dalam dunia pariwisata, keputusan pembelian diasumsikan sebagai keputusan berkunjung atau minat berkunjung sehingga teori-teori mengenai keputusan pembelian digunakan juga dalam keputusan berkunjung atau minat berkunjung. Berdasarkan pengertian keputusan pembelian di atas dapat disimpulkan bahwa keputusan berkunjung adalah perilaku seseorang dalam menentukan suatu pilihan tempat

¹⁴Isnaini Putri Rizkiah, "Pengaruh Citra Merek Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Dan Kepuasan Serta Dampaknya Pada Minat Kunjungan", *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol. 5, No. 2, 2018, hlm. 122

wisata untuk mencapai kepuasan sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen yang meliputi pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan perilaku pembelian.

b. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Pengunjung

Undang-undang No. 99 Bab III Pasal IV membagi faktor-faktor yang dapat memengaruhi minat pengunjung atau minat wisatawan yaitu:

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

Teori lain yang menjadi faktor-faktor dalam menarik minat pengunjung atau wisatawan untuk berwisata adalah sebagai berikut:

1. Harga-harga produk pariwisata
2. Gaya hidup pada sebuah destinasi
3. Tertarik suasana malam atau kehidupan malam
4. Berbagai jenis makanan
5. Hotel, fasilitas olahraga dan informasi
6. Kenyamanan transportasi
7. Kualitas pelayanan

8. Berbagai peninggalan sejarah dan budaya, keindahan pemandangan matahari ataupun iklim cuaca yang nyaman
9. Gaya hidup
10. Keramahan dan keakraban
11. Kedamaian, kesehatan dan kenyamanan
12. Pemahaman yang baik terhadap alam
13. Jaminan keselamatan¹⁵.

c. Indikator Minat Pengunjung

Indikator pada minat berkunjung dianalogikan dengan indikator minat atau keputusan pembelian. Menurut Kotler dan Keller indikator minat beli sebagai berikut yaitu:

1. Minat Transaksional

Kecenderungan seseorang untuk membeli produk

2. Minat referensial

Kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain

3. Minat preferensial

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

¹⁵Daisy Andi, "Persepsi Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Wisatawan Mengunjungi Objek Wisata", *Hospitaliti*, VOL.3, No.3, 2020, hlm. 6

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.¹⁶

d. Pandangan Islam tentang Minat

Berdasarkan kajian Islam, Allah melarang Hambanya dalam kerugian, seperti halnya dalam aktivitas pembelian. Manusia harus dapat membedakan kebutuhan dan keinginan, antara yang baik dan yang buruk. Minat dalam pandangan islam yaitu terdapat dalam Al-Qur'an dalam surah Al-Israq ayat 84 yaitu:

قُلْ كُلٌّ يَعْمَلُ عَلَىٰ شَاكِلَتِهِ ۗ فَرَبُّكُمْ أَعْلَمُ بِمَنْ هُوَ أَهْدَىٰ

سَبِيلًا

Artinya: “ katakanlah (Muhammad), setiap orang berbuat sesuai dengan pembawaanya masing-masing. Maka Tuhanmu lebih mengetahui siapa yang lebih benar jalannya.

Allah memerintahkan Nabi Muhammad untuk menyampaikan kepada umatnya agar mereka bekerja menurut potensi dan kecenderungan masing-masing. Semuanya dipersilahkan bekerja menurut tabiat, watak, kehendak dan kecenderungan masing-masing. Allah sebagai penguasa semesta alam mengetahui siapa diantara mereka yang mengikuti kebatilan semuanya nanti akan diberi keputusan yang adil.

¹⁶Nora Pitri Nainggolan, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Dalam Membeli Rumah Di Kota Batam”, *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis* Vol.1, No. 17, 2018, hlm. 45

Menurut Zamani Farahani dan Henderson dalam jurnal Muhammad Awwal menjelaskan bahwa di dalam Islam hendaknya melakukan perjalanan (karena berbagai alasan, diantaranya terkait langsung dengan Syariat Islam itu sendiri seperti haji dan umrah), di dalam Al-Qur'an terdapat ayat yang mendukung untuk melakukan perjalanan.¹⁷ yakni termasuk dalam surah Al-Hajj ayat 46 yaitu:

أَفَلَمْ يَسِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَتَكُونَهُمْ قُلُوبٌ يَعْقِلُونَ بِهَا أَوْ
 إِذَانٌ يُسْمَعُونَ بِهَا فَإِنَّهَا لَا تَعْمَى ^ط إِلَّا بَصَرٌ 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 ada di dalam dada”.¹⁸

Dari ayat tersebut dapat di ambil hikmah bahwa Allah SWT mempertanyakan umat manusia dengan nikmat yang diberikan oleh Allah SWT kepada hambanya sebagai umat manusia, apakah kita menyadari dan bersyukur atas semua nikmat yang ada dan apakah umat manusia sadar semua yang ada di muka bumi adalah ciptaan dan kuasa Allah SWT dan salah satu nikmat yang diberikan kepada umat manusia agar bisa melaksanakan suruhannya dan bersyukur. Dan Allah menyarankan

¹⁷Muhammad Al Faridho, “Perbandingan Pengeruh Perssepsi Terhadap Minat Masyarakat Untuk Mengunjungi Destinasi Parawisata Halal”, *Jurnal JUMPA* Vol. 1, Juli 2019, hlm. 160

¹⁸Depak RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*, (Jakarta: PT. Kumudasmoro Grafindo, 1994).

hambanya untuk melakukan perjalanan agar hambanya dapat melihat nikmat yang sangat luas yang diberikan Allah SWT.

2. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Berkaitan dengan pelayanan, ada dua istilah yang perlu diketahui yaitu melayani dan pelayanan. Pengertian melayani adalah “membantu menyiapkan (mengurus) apa yang diperlukan seseorang”. Sedangkan pengertian pelayanan adalah usaha melayani kebutuhan orang lain. Dalam pengertian lain pelayanan hakikatnya adalah serangkaian kegiatan, karena itu merupakan proses. Sebagai proses, pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan meliputi seluruh organisasi dan masyarakat.¹⁹

Kualitas pelayanan merupakan salah satu elemen penting yang menjadi pertimbangan bagi pelanggan dalam melakukan pembelian suatu produk. Menurut Parasuraman dkk, kualitas pelayanan merupakan penilaian atau sikap global berkenaan dengan superioritas suatu pelayanan. Defenisi ini didasarkan pada tiga landasan konseptual utama yaitu yang pertama, kualitas pelayanan lebih sulit dievaluasi pelanggan dibandingkan dengan kualitas barang. Kedua, persepsi terhadap kualitas merupakan hasil perbandingan antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual pelayanan. Ketiga, evaluasi kualitas pelayanan tidak hanya dilakukan atas hasil

¹⁹ Haryanto and Helena Ras Ulina Sembiring, *Membangun Pribadi Prima Dalam Pelayanan Publik*, (Jakarta: Media Nusantara Creative (MNC) Publishing, 2021), hlm. 1

pelayanan, naun juga mencakup evaluasi terhadap proses penyampaian pelayanan konsisten.²⁰

Moenir berpendapat bahwa, pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang yang dilakukan secara langsung. Pelayanan merupakan unsur yang tidak bisa dilepaskan dari suatu produk, baik pelayanan sebagai produk inti (jasa murni) maupun pelayanan sebagai pelengkap. Selanjutnya disebutkan bahwa ada beberapa faktor penentu kualitas pelayanan yaitu:²¹

- 1) Faktor kesadaran, yang merupakan suatu kesiapan dimana tidak ada pihak yang berperan tanpa suatu paksaan atau pamrih dalam melaksanakan tugasnya.
- 2) Faktor utama, yaitu terdapat peraturan yang memadai sehingga yang bersangkutan akan memiliki sikap kewenangan, pengetahuan dan pengalaman serta pemahaman pelaksana dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya.
- 3) Faktor kemampuan dan keterampilan, merupakan faktor kemampuan dan keterampilan yang dimiliki sehingga dapat mendukung dan dapat melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya dengan baik.

²⁰ Andriasan Sudarso, *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan*, (Yogyakarta: Deepublish, 2016), hlm. 56

²¹ Nashar , *Kualitas Pelayanan Akan Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat*, (Bandung: Duta Media Publishing, 2021), hml. 12-13

- 4) Faktor sarana, merupakan faktor yang berhubungan dengan sarana kerja dan fasilitas pengunjung.
- 5) Faktor organisasi, terkait dengan segala prosedur, metode untuk menciptakan mekanisme kerja dengan segala bentuk dan jenis kegiatan.

b. Indikator Kualitas Pelayanan

Indikator kualitas pelayanan yaitu sebagai berikut:²²

1. Keandalan (*Reliability*)

Reliability adalah kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Indikator kualitas pelayanan untuk dimensi *reliability* diantaranya ialah: Kecermatan dalam melayani pelanggan, standar pelayanan yang jelas, dan kemampuan perusahaan dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan.

2. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Responsiveness adalah keinginan karyawan untuk mendukung pelanggan dalam penyediaan layanan reaktif. Indikator kualitas pelayanan untuk dimensi *responsiveness* diantaranya ialah: Merespon dengan baik pelanggan yang ingin mendapatkan pelayanan, perusahaan melakukan pelayanan dengan cepat,

²²Dewi Pertiwi, *Pemasaran Jasa Pariwisata (Dilengkapi Dengan Model Penelitian Pariwisata Gedung Heritage Di Bandung Raya)*, (Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2021), hlm. 70-71

tepat, dan cermat, perusahaan melayani dalam waktu yang tepat, dan semua keluhan pelanggan direspon oleh perusahaan.

3. Jaminan dan Kepastian (*Assurance*)

Assurance adalah pengetahuan dan kesopanan karyawan perusahaan dan kemampuan untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan pada perusahaan. Indikator kualitas pelayanan untuk dimensi *assurance* diantaranya ialah: Perusahaan memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan pelanggan, perusahaan memberikan jaminan biaya yang sesuai dengan pelayanan, dan perusahaan memberikan jaminan legalitas.

4. Empati (*Empathy*)

Empathy adalah kemudahan membangun komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan pemahaman akan kebutuhan pelanggan. Indikator kualitas pelayanan untuk dimensi *empathy* diantaranya ialah: Pelaku usaha melayani dengan sopan santun dan ramah-tamah, menghargai setiap pelanggan, mendahulukan kepentingan pelanggan, dan melayani dengan tidak diskriminatif.

5. Bukti Fisik (*Tangible*)

Tangible adalah bentuk layanan yang dapat dilihat secara langsung, termasuk fasilitas fisik, peralatan, dan fasilitas komunikasi. Indikator untuk dimensi *tangible* diantaranya ialah: Kemudahan dalam proses pelayanan, penggunaan alat bantu

dalam pelayanan, penampilan dalam melayani pelanggan, kenyamanan tempat penyedia pelayanan, kedisiplinan pelaku bisnis dalam melakukan pelayanan, dan kemudahan akses pelanggan dalam permohonan pelayanan.

c. Kualitas Pelayanan dalam Perspektif Islam

Konsep Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan pelayanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa, jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas kepada orang lain. Ayat tersebut menegaskan bahwa Islam sangat memperhatikan sebuah pelayanan yang berkualitas, memberikan yang baik, dan bukan yang buruk. Sebagaimana dalam firman Allah SWT dalam surah Al-baqarah ayat 267.

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنفِقُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ
 وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ
 مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۚ
 وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (dijalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kamu keluarkan dari bumi untuk kamu dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan darinya padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”²³

²³ Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Quran dan Terjemahan*, (Jakarta: Unit Percetakan Al-Quran (UPQ), 2018), hlm. 45.

Allah menyatakan dari surah Al-Baqarah ayat 267 dalam tafsir Al-Maraghi oleh Ahmad Mushthafa menjelaskan bahwa dari kata “*Ath-Thayyib*” yaitu yang baik dan disenangi, yang dimana Allah menjelaskan tentang jenis harta yang akan diinfakkan oleh yang bersangkutan yakni hendaknya harta tersebut dari jenis yang paling baik dan disenangi oleh pemberi, agar tuntunan dan nasihat infak di jalan Allah ini menjadi bulat dan sempurna. Kemudian jangan kalian bermaksud mengkhususkan barang yang jelek dan buruk untuk diinfakkan.²⁴

3. Harga Tiket

a. Pengertian Harga

Harga merupakan suatu cara bagi perusahaan untuk membedakan penawarannya dari para pesaing, sehingga penetapan harga dapat dipertimbangkan sebagian dari fungsi *diferensiasi* barang dalam pemasaran. Harga yang sesuai akan memberikan keuntungan terhadap konsumen maupun perusahaan. Maka dengan harga yang tepat dan terjangkau akan dapat memberikan tingkat kepuasan yang lebih.²⁵ Menurut Rahman, “harga adalah nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang untuk memperoleh barang atau kelompok pada waktu dan tempat tertentu.”²⁶ Jadi dapat disimpulkan bahwa harga tiket merupakan jumlah dari nilai yang

²⁴ Ahmad Mushthafa Al-Maraghi, *Terjemah Tafsir Al-Maraghi*, (Semarang: CV. Toha Putra, 1986), hlm. 67-68.

²⁵ Apriyadi Dede, “Analisis Pengaruh Ketepatan Waktu, Fasilitas Kereta Api Di Stasiun Purwosari”, *Magistra*, No. 99, Maret 2017, hlm. 74

²⁶ Arif Rahman Kurniawan, *Total Marketing*, (Yogyakarta: Kobis, 2014), hlm. 34

dipertukarkan pengunjung dengan sebuah tiket untuk mendapatkan manfaat atau menggunakan suatu produk atau jasa dalam hal ini berwisata.

b. Tujuan Penetapan Harga

Pada dasarnya ada beraneka ragam tujuan penetapan harga. Berikut ini adalah beberapa diantaranya adalah :

1. Tujuan Berorientasi Pada Laba

Asumsi teori ekonomi klasik menyatakan bahwa setiap perusahaan selalu memilih harga yang dapat menghasilkan laba terbesar. Tujuan ini dikenalkan dengan istilah maksimalisasi laba. Penentuan harga bertujuan agar penjualan meningkat sehingga laba menjadi maksimal. Penentuan harga biasanya dapat dilakukan dengan harga murah atau tinggi.²⁷

2. Tujuan berorientasi pada volume

Selain berorientasi pada laba ada perusahaan yang menetapkan harga berdasarkan tujuan yang berorientasikan pada volume tertentu yang biasa dikenal dengan istilah *volume pricing objectives*. Harga yang ditetapkan sedemikian rupa agar dapat mencapai target volume penjualan, nilai penjualan atau pangsa pasar.²⁸

3. Tujuan berorientasi pada citra

²⁷Dian Masita Dewi & Anis Wahdi, *Bisnis Dan Perencanaan Bisnis Baru*, (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2020), hlm. 86.

²⁸Lili suryani, *manajemen pemasaran*, (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2015), hlm. 40.

Citra sebuah perusahaan dapat diciptakan dan dibentuk melalui strategi penetapan harga. Perusahaan dapat menetapkan harga mahal untuk membentuk atau mempertahankan citra perusahaan. Sedangkan, harga murah dapat digunakan untuk membentuk citra nilai tertentu, misalnya dengan memberi jaminan bahwa harganya merupakan harga yang terendah disuatu wilayah tertentu. pada hakikatnya, baik penetapan harga yang mahal dan murah bertujuan untuk meningkatkan persepsi konsumen terhadap keseluruhan bauran produk yang ditawarkan perusahaan.²⁹

4. Tujuan stabilitas harga

Dalam pasar yang konsumennya sangat sensitif terhadap harga, bila perusahaan menurunkan harganya, maka para pesaing juga akan menurunkan harganya juga, kondisi seperti ini yang mendasari terbentuknya tujuan stabilitas harga dalam industri tertentu yang produknya sangat terstandarisasi. Tujuan stabilisasi diadakan adalah dengan jalan menetapkan harga yang mempertahankan hubungan yang stabil antara harga sebuah perusahaan dan harga pimpinan produksi.³⁰

Dalam kegiatan ekonomi tidak boleh ada pihak yang dirugikan, sebagaimana firman Allah SWT. Dalam Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 279:

²⁹Supriadi, *Konsep Harga Dalam Ekonomi Islam*, (Jakarta: Guepedia, 2018), hlm. 31-32.

³⁰ Lili suryani, hlm. 40.

فَإِنْ لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ ۗ وَإِنْ تُبْتُمْ
 فَلَكُمْ رُءُوسُ أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا
 تُظْلَمُونَ

Artinya: “ Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), Maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), Maka bagimu pokok hartamu; kamu tidak Menganiaya dan tidak (pula) dianiaya”.³¹

Ayat ini turun berkenaan dengan Qabillah Tsafiq. Mereka mengajukan persyaratan kepada Rasulullah jika beliau ingin mereka masuk islam, yaitu agar mereka diizinkan untuk tetap memakan uang riba. Kemudian beliau menerima persyaratan tersebut, lalu turunlah ayat ini untuk menganulir perizinan Rasulullah dengan menyatakan perang kepada mereka yang tetap melakukan praktek ribawi.

Allah dan Rasul-nya akan menyatakan perang besar kepada siapa saja yang tidak mau meninggalkan praktek ribawi. Karena sistem ekonomi ribawi hanya akan semakin mencekik rakyat miskin.³²

Islam mengharuskan untuk berlaku adil dan berbuat kebajikan dimana berlaku adil harus didahulukan dari berbuat kebajikan. Dalam perniagaan, persyaratan adil yang paling mendasar adalah menentukan mutu dan ukuran (takaran maupun timbangan). Dengan berlaku tidak adil akan

³¹Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, (Bandung: PT. Sigma Examedia Arkanleema, 2015). hlm.47.

³²Ahmad Husnul Hakim, *Kaidah Tafsir Berbasis Terapan*, (Jawa Barat: Yayasan Elsiq Tabrok Ar-Rahman, 2019), hlm. 31.

membuat seseorang tertipu pada kehidupan dunia. Karena itu dalam perniagaan, islam melarang untuk menipu bahkan sekedar membawa kondisi yang dapat menimbulkan keraguan yang dapat menyesatkan atau gharar.

c. Indikator Harga

Berikut ini adalah indikator harga yaitu:³³

1. Kesesuaian harga dengan kualitas produk

Harga yang ditawarkan untuk suatu produk harus sesuai dengan kualitas dari produk tersebut.

2. Kesesuaian harga dengan manfaat produk

Harga yang ditawarkan oleh produsen untuk suatu produk harus memiliki kesesuaian dengan manfaat yang diperoleh dari produk tersebut.

3. Harga yang terjangkau

Konsumen mampu membeli dan mendapatkan suatu produk dengan harga yang ditawarkan oleh suatu perusahaan.

4. Lokasi

a. Pengertian Lokasi

Lokasi adalah letak, tempat atau penempatan suatu benda, keadaan pada permukaan bumi. Lokasi adalah tempat dimana orang-orang biasa berkunjung. Lokasi dalam hubungannya dengan pemasaran adalah tempat

³³Miguna Astuti & Nurhafifah Matondang, *Manajemen Pemasaran UMKM dan Digital Sosial Media*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020), hlm. 33-34.

yang khusus dan unik dimana lahan tersebut dapat digunakan untuk berbelanja. Maka lokasi yang dimaksud adalah suatu letak atau tempat yang tetap dimana orang bisa berkunjung untuk berbelanja, tempat itu berupa daerah pertokoan atau suatu *stand* atau *counter bark* di dalam maupun diluar gedung.³⁴

Lokasi yang strategis mempengaruhi seseorang dalam menimbulkan keinginan untuk melakukan pengunjungan karena lokasinya yang strategis, terletak di daerah yang aman dan asri dan sebagainya. Lokasi usaha adalah hal utama yang perlu dipertimbangkan. Lokasi strategis menjadi salah satu faktor penting dan sangat menentukan keberhasilan suatu usaha. Dalam memilih lokasi usahanya, pemilik lokasi usaha harus mempertimbangkan faktor-faktor pemilihan lokasi, karena lokasi usaha akan berdampak pada kesuksesan usaha itu sendiri.³⁵

b. Faktor-Faktor Penentuan Lokasi

Metode analisis lokasi badan usaha yang dimaksudkan untuk menentukan lokasi usaha secara tepat. Meskipun pemilik usaha telah berusaha menentukan lokasi usahanya dengan menggunakan metode sebgus mungkin, namun permasalahan yang tidak di duga akan datang secara tiba-tiba pada lokasi usaha telah dipilih, umpamanya peraturan tempat usaha, kesedian air, pembuangan limbah, *suplay* tenaga kerja, biaya transfortasi,

³⁴Choms Grady Ganda Tua Sibarani, dkk, *Dasar-Dasar Kewirausahaan*, Cetakan 1 (Yayasan Kita Menulis, 2019), hlm. 41

³⁵Choms Grady Ganda Tua Sibarani, hlm. 42

peraturan pajak, penerimaan masyarakat sekitar yang dapat mempengaruhi jalannya operasionalisasi usaha.³⁶

Adapun faktor-faktor dalam menentukan lokasi usaha adalah sebagai berikut:³⁷

1. Jumlah penduduk

Kepadatan penduduk menjadi salah satu tolak ukur besarnya potensi usaha yang akan dibangun, karena mereka itulah nantinya yang akan membeli atau berkunjung yang menikmati produk atau jasa yang disediakan. Apabila usaha kita termasuk dalam lingkup usaha kecil, kita bisa mengukur dengan wilayah yang lebih kecil. Namun, sebaliknya jika usaha lebih besar, maka radius yang perlu kita lihat pun lebih luas lagi.

2. Pendapatan

Setelah mengalami jumlah penduduk, kita juga harus mengukur penghasilan mereka. Mereka sebagai target pasar yang harus memiliki daya beli yang cukup untuk membeli produk kita, karena akan sia-sia jika lingkungan sekitar tidak tertarik dengan usaha kita hanya mereka tidak mampu membeli produk atau jasa yang disediakan.

3. Tempat

Ada beberapa tipe tempat yang bisa dipilih untuk usaha seperti perumahan, mall, sentra usaha, pinggir jalan dan sebagainya. Yang

³⁶Raba Nathaniel, *Pengantar Bisnis*, (Uwais Inspirasi Indonesia, 2020), hlm. 14

³⁷Choms Grady Ganda Tua Sibarani, hlm. 42-43

perlu dicermati apakah usaha kita cocok dengan karakter tempat tersebut.

4. Kepadatan lalu lintas

Pembeli atau pengunjung potensial tidak hanya berasal dari lingkungan sekitar. Pembeli atau pengunjung tambahan biasanya datang orang yang lalu lalang di depan lokasi usaha kita.

5. Persaingan

Penelitian yang perlu dilaksanakan lagi adalah melihat seberapa banyak pelaku sejenis. Seberapa besar tingkat persaingannya. Jika yakin dengan strategis dan produk yang dimiliki mampu mengungguli kompetitor, tentunya tidak akan menjadi masalah.

c. Indikator Lokasi

Adapun indikator yang harus dipertimbangkan dalam menentukan lokasi adalah sebagai berikut:³⁸

1. Akses, yaitu lokasi yang mudah dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi.
2. Visibilitas, yaitu lokasi yang dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan.
3. Lalu lintas, dimana dalam lalu lintas yaitu ada dua hal yang harus dipertimbangkan, yaitu yang pertama banyaknya orang yang lalu lalang bisa memberikan besar terjadinya *impluse buying*, dan yang kedua

³⁸Grace Marleen Wariki, dkk, "Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Tamansari Metropolitan Manado " Vol. 3, No. 2 (Juni 2015)

kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa pula menjadi hambatan, misalnya pelayanan kepolisian, pemadam kebakaran dan ambulans.

4. Tempat parkir yang luas dan aman
5. Lingkungan, dimana lingkungan yaitu daerah sekitar yang mendukung bisnis yang ditawarkan.

5. Fasilitas

a. Pengertian Fasilitas

Menurut Tjiptono fasilitas adalah sumber daya fisik yang ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada pelanggan, dengan adanya fasilitas yang disediakan dapat membuat pelanggan nyaman saat datang ke usaha yang kita miliki. Fasilitas pula berupa segala sesuatu yang dapat memudahkan konsumen dalam memperoleh kepuasan.³⁹

Menurut Suryo Subrotodalam Mamuaya, Menyatakan bahwa fasilitas adalah segala sesuatu yang bisa memudahkan dan memperlancar suatu usaha yang dapat terwujud benda-benda dan berupa tempat.⁴⁰

Jadi dapat disimpulkan bahwa fasilitas adalah desain dan tata letak fasilitas jasa erat kaitannya dengan pembentukan persepsi pelanggan atau pengunjung. Sejumlah tipe jasa, persepsi yang berbentuk dari interaksi antara pelanggan dengan fasilitas berpengaruh terhadap kualitas jasa tersebut dalam pandangan pengunjung.⁴¹

³⁹Tjiptono dan fandy, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: ANDI, 2011), hlm. 184

⁴⁰Sabri Dan Melly Susanti, *Kewirausahaan*, (Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2021), hlm. 199

⁴¹Sarintan Efratani Damanik, *Pemberdayaan Masyarakat Desa Sekitar Kawasan Hutan*, (Sidoarjo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2019), hlm. 117

b. Indikator Fasilitas

Menurut Sumayang beberapa indikator yang perlu diperhatikan dalam penyediaan fasilitas adalah:⁴²

- 1) Kelengkapan, kebersihan, dan kerapian fasilitas yang ditawarkan.
- 2) Kondisi dan fungsi fasilitas yang akan ditawarkan..
- 3) Kemudahan menggunakan fasilitas yang ditawarkan.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu banyak yang meneliti tentang variabel-variabel dalam penelitian ini, dengan adanya penelitian terdahulu dapat memperkuat landasan teori dan sebagai referensi bagi peneliti. Adapun penelitian-penelitian terdahulu yaitu:

Tabel II.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Muhammad Isa, dkk (jurnal Jesya): Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah Vol. 2, No. 2 tahun 2019) ⁴³	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan penumpang menggunakan jasa angkutan penyeberangan PT. ASDP Indonesia Ferry (Persero) cabang Sibolga	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan penumpang pada PT. ASDP Indonesia Ferry cabang Sibolga. Besra kontribusi variabel kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan Penumpang (Y) pada PT. ASDP Indonesia Ferry cabang Sibolga adalah sebesar 62,4% sedangkan sisanya

⁴²Ronald P.C. Fanggidae, "Pengukuran Tingkat Kepuasan Wisatawan Terhadap Fasilitas Wisata di Pantai Lasiana" *Jurnal Manajemen Aset Insfraktur dan Fasilitas*, Vol. 4, No. 1, Januari 2020, hlm. 55.

⁴³Muhammad Isa dkk, "pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan penumpang menggunakan jasa angkutan penyeberangan PT. ASDP Indonesia Ferry (Persero) cabang Sibolga," *Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah* Vol. 2, No. 2, Juni 2019

			37,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.
2.	Rodame Monitorir Napitupulu dkk (Jurnal At Tijarah: jurnal ilmu manajemen dan bisnis, Vol 4 No. 2, Institut Agama Islam Negeri Padangsidmpuan, 2018). ⁴⁴	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap di RSUD Gunung Tua Kec. Portibi Kab. Padang Lawas Utara.	Hasil uji koefisien determinasi R^2 sebesar 0,198 atau 19,8%, hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memberikan pengaruh sebesar 19,8% terhadap kepuasan pasien rawat inap di RSUD Gunung Tua. Artinya terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien rawat inap di RSUD Gunung Tua.
3.	Rezky Teguh Sulistiyana ⁴⁵	Pengaruh fasilitas wisata dan harga terhadap kepuasan konsumen pada museum satwa	Hasil penelitian ini menunjukkan variabel fasilitas wisata dan harga mempunyai pengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen.
4.	Wahyu Eko Saputro,dkk (2020). Jurnal Geo Ekonomi ISSN-Elektronik(e):2503-4790, jurusan manajemen fakultas ekonomi universitas Balikpapan ⁴⁶	Analisis Daya Tarik Wisata, Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pantai	1. Daya tarik wisata terbukti berpengaruh secara positif tetapi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di pantai manggar segara sari dan hipotesis dapat diterima.

⁴⁴Rodame Monitorir Napitupulu Dkk, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap di RSUD Gunung Tua Kec. Portibi Kab. Padang Lawas Utara," *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis* Vol 4, No. 2 Juli 2018

⁴⁵Rezky Teguh Sulistiyana Dkk, "Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Museum Satwa", *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol. 25, No. 1, Agustus 2015.

⁴⁶ Wahyu Eko Saputro,dkk, *Analisis Daya Tarik Wisata, Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pantai Manggar Segara Sari Balikpapan)*, Jurnal Geo Ekonomi ISSN-Elektronik(e):2503-4790, Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Balikpapan, 2020.

		Manggar Segara Sari (Balikpapan)	<p>2. Persepsi harga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di pantai manggar segara sari dan hipotesis dapat diterima</p> <p>3. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di pantai manggar segara sari dan hipotesis dapat diterima</p> <p>4. Daya tarik wisata, persepsi harga, dan kualitas pelayanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di pantai manggar segara sari balikpapan.</p>
5.	Rosita, dkk (Jurnal, AKPINDO Jakarta, 2018) ⁴⁷	Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Taman Margasatwa Ragunan Jakarta	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa fasilitas wisata dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung di TMR dengan perolehan skor sebesar 43,7%
6.	Peggy Rahma Alana dan Tanto Askriyandoko Putro. (Jurnal, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi	Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Goa Lowo Kecamatan Watulimo Kabupaten Trenggalek	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Fasilitas dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung

⁴⁷Rosita, dkk, *Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Taman Margasatwa Ragunan Jakarta*, Jurnal Manajemen Result Dan Leisure, Vol. 13, No. 1, 2016.

	Kesuma Negara, 2020) ⁴⁸		pada wisatawan Goa Lowo Trenggalek
7.	Sari Palupi (Jurnal, Akademi Pariwisata Majapahit, 2019) ⁴⁹	Pengaruh Lokasi, Kenyamanan, dan Sarana-Prasarana Terhadap Kepuasan Wisatawan di Taman Prestasi Surabaya.	Hasil penelitian adalah Lokasi tidak berpengaruh secara signifikan dan negatif terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung di Taman Prestasi Surabaya, akan tetapi kenyamanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung di Taman Prestasi Surabaya, dan sarana prasarana berpengaruh tidak signifikan dan negatif terhadap wisatawan yang berkunjung di Taman Prestasi Surabaya.
8.	Dewi Mariana, Rachmawati Novaria dan Ute Ch Nasution (2018), Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik ⁵⁰	Pengaruh Lokasi dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Air Panas Pacet di Kabupaten Mojokerto	Variabel Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung wisata air panas Pacet di Kabupaten Mojokerto. Jika lokasi baik maka akan berpengaruh terhadap peningkatan kepuasan pengunjung wisata air panas Pacet di Kabupaten Mojokerto dan sebaliknya.

⁴⁸ Peggy Rahma Alana dan Tanto Askriyandoko, *Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Goa Lowo Kecamatan Watulomo Kabupaten Trenggalek*, Jurnal Penelitian Manajemen Terapan, Vol. 5, No.2, 2020

⁴⁹Sari Palupi, *Pengaruh Lokasi, Kenyamanan dan Sarana Prasarana Terhadap Kepuasan Wisatawan di Taman Prestasi Surabaya*, Jurnal , Vol. 4, No. 4, 2019

⁵⁰ Dewi Mariana, Rachmawati Novaria dan Ute Ch Nasution, *Pengaruh Lokasi dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Air Panas Pacet di Kabupaten Mojokerto*, jurnal Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik 2018

			Variabel Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung wisata air panas Pacet di Kabupaten Mojokerto. Jika fasilitas baik maka akan berpengaruh terhadap peningkatan kepuasan pengunjung wisata air panas Pacet di Kabupaten Mojokerto dan sebaliknya. Lokasi dan Fasilitas secara simultan atau secara bersamaan berpengaruh terhadap Kepuasan Pengunjung wisata air panas Pacet di Kabupaten Mojokerto
9	Debby Cynthia, Haris Hermawan, Ahmad Izzudin ⁵¹	Pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian	Kualitas pelayanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada BUMDes Amanah Mart pondok rejo

Adapun persamaan dan perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu sebagai berikut:

1. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Isa, dkk terletak pada jenis penelitian dimana menggunakan penelitian kuantitatif serta variabel independent penelitian yaitu kualitas pelayanan dan perbedaan penelitian ini terletak pada teknik pengambilan sampel dimana penelitian terdahulu menggunakan

⁵¹Debby Chyntia, dkk, "Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian", *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*, Vol. IX, No. 1, 2022

pendekatan Isaac dan Michel untuk jumlah populasi tidak diketahui sementara peneliti menggunakan *yamane taro*.

2. Persamaan penelitian ini dengan peneliti Rodame Monitorir Napitupulu dkk terletak pada variabel yang diteliti yaitu variabel kualitas pelayanan serta jenis penelitian menggunakan penelitian kuantitatif dan pengolahan data menggunakan bantuan program SPSS. Perbedaan peneliti dengan peneliti terdahulu terletak pada objek lokasi penelitian serta hasil uji koefisien determinasi *R square* dimana peneliti terdahulu hasilnya sebesar 19,8% sementara hasil determinasi *R square* peneliti sebesar 16,2%.
3. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Rezky Teguh Sulistiyana terletak pada pengolahan data yang menggunakan bantuan program SPSS serta variabel yang diteliti menggunakan variabel fasilitas dan harga dan hasil penelitiannya menunjukkan bahwa harga dan fasilitas berpengaruh signifikan, sedangkan perbedaannya terletak pada jenis penelitian dimana penelitian terdahulu menggunakan jenis penelitian *Explanatory research* sedangkan peneliti menggunakan penelitian kuantitatif.
4. Persamaan penelitian ini dengan Wahyu Eko Saputro, dkk dimana variabel dependent sama-sama meneliti minat pengunjung, sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada teknik pengambilan sampel dimana peneliti terdahulu menggunakan teknik *purposive sample* sedangkan peneliti menggunakan *yamane taro*.

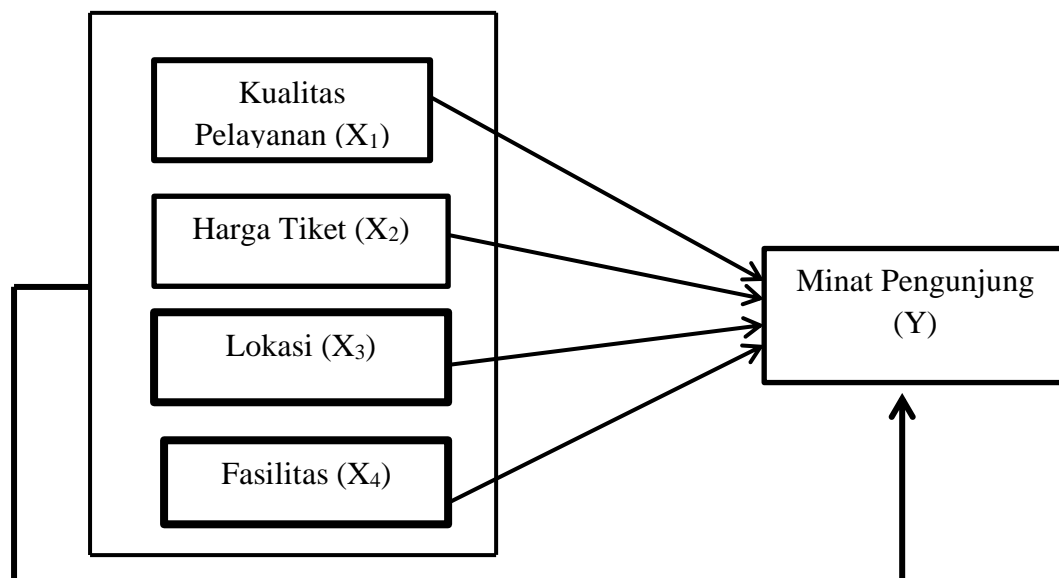
5. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Rosita, dkk yaitu terletak pada jenis penelitian analisis regresi berganda, sedangkan perbedaan terletak pada hasil uji *R square* determinasi dimana peneliti terdahulu sebesar 43,7% sedangkan peneliti sebesar 16,2%.
6. Persamaan penelitian ini dengan peneliti Peggy Rahma Alana dan Tanto Askriyandoko Putro yaitu terletak pada variabel independent nya, sementara perbedaannya yaitu hasil signifikan pada variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan dan positif, sementara peneliti pada variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara negatif.
7. Persamaan penelitian ini dengan peneliti Sari Palupi yaitu terletak pada teknik penentuan sampel sama-sama menggunakan *Sampling Accidental Teknik* serta pada hasil uji t, dimana peneliti terdahulu lokasi tidak berpengaruh secara signifikan dan negatif. Perbedaannya terletak pada objek lokasi penelitian dimana peneliti terdahulu meneliti di taman prestasi Surabaya sementara peneliti di kolam renang mata air Siharangkarang.
8. Perbedaan peneliti dengan peneliti terdahulu dimana peneliti Dewi Mariana, Rachmawati Novaria dan Ute Ch Nasution dalam pengambilan sampel menggunakan rumus *accidental sampling method* sedangkan peneliti menggunakan rumus Yamane Taro.
9. Persamaan peneliti dengan penelitian Debby Chyntia dkk terletak pada variabel independent yaitu variabel lokasi dan kualitas pelayanan sementara perbedaan terletak pada objek penelitian dimana peneliti

terdahulu meneliti di kota Jember sedangkan objek peneliti di kota Padangsidempuan.

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir akan menjelaskan secara teoritis peraturan antar variabel yang akan diteliti, selanjutnya dirumuskan dalam bentuk paradigma penelitian. Setiap menyusun paradigma penelitian harus didasarkan dalam kerangka pikir. Kerangka pikir penelitian merupakan urutan logis dari pemikiran peneli untuk memecahkan suatu masalah penelitian yang dituangkan dalam bentuk skema. Berdasarkan uraian diatas skema kerangka pikir yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut.

Skema II.2
Kerangka Pikir



Keterangan:

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

Penjelasan dari skema kerangka pikir diatas yaitu:

1. Variabel Dependent atau variabel terikat (Y) yaitu variabel yang nilainya dipengaruhi oleh independent. Variabel dependent penelitian ini adalah minat pengunjung
2. Variabel independent atau variabel bebas (X) yakni variabel yang menjadi sebab terjadinya atau terpengaruhnya variabel dependent.

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan suatu dugaan atau jawaban sementara yang mungkin benar tetapi juga salah karena sifatnya masih dugaan maka hipotesis ini mungkin diterima atau mungkin juga ditolak. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.⁵²

Uraian kerangka pikir maka hipotesis penelitian ini adalah:

H_{a1} : Kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap minat berkunjung pada wisata kolam renang mata air Siharang-karang

H_{o1} : Kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat berkunjung pada wisata kolam renang mata air Siharang-karang

H_{a2} : Harga tiket berpengaruh secara parsial terhadap minat berkunjung pada wisata kolam renang mata air Siharang-karang

⁵²Agung Edy Wibowo, *Metodologi Penelitian*, (Cirebon: Insani, 2021), hlm. 72

- H₀₂ : Harga tiket tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat berkunjung pada wisata kolam renang mata air Siharang-karang
- H_{a3} : Lokasi berpengaruh secara parsial terhadap minat berkunjung pada wisata kolam renang mata air Siharang-karang
- H₀₃ : Lokasi tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat berkunjung pada wisata kolam renang mata air Siharang-karang
- H_{a4} : Fasilitas berpengaruh secara parsial terhadap minat berkunjung pada wisata kolam renang mata air Siharang-karang
- H₀₄ : Fasilitas tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat berkunjung pada wisata kolam renang mata air Siharang-karang
- H_{a4} : Kualitas pelayanan, harga tiket, lokasi dan fasilitas berpengaruh secara simultan terhadap minat berkunjung pada wisata kolam renang mata air siharang-karang
- H₀₄ : Kualitas pelayanan, harga tiket, lokasi dan fasilitas tidak berpengaruh secara simultan terhadap minat berkunjung pada wisata kolam renang mata air siharang-karang.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi Penelitian ini dilaksanakan di kolam renang mata air Siharang-karang yang berada di Desa Lembah Lubuk Raya, Kecamatan Padangsidempuan Hutaimbaru, Kota Padangsidempuan. Mengenai waktu penelitian ini akan diselenggarakan pada bulan Maret hingga November 2022.

B. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian yaitu penelitian kuantitatif. Sesuai dengan namanya penelitian kuantitatif adalah penelitian yang bersifat inferensial dalam arti mengambil kesimpulan berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara statistika, dengan menggunakan data empirik hasil pengumpulan data melalui pengukuran.

C. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dengan demikian yang menjadi populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh wisatawan atau pengunjung pada wisata kolam renang mata air Siharang-karang.

b. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi. Kalimat ini mengandung dua pengertian yaitu setiap unit populasi harus memiliki peluang untuk terambil sebagai sampel, dan sampel harus dapat mencerminkan populasinya atau

representatif terhadap populasinya.⁵³ Dalam penelitian ini sampel diambil dari sebagian populasi yang telah ditentukan, yaitu pengunjung kolam renang mata air Siharang-karang yang telah melakukan kunjungannya. Dalam menentukan ukuran sampelnya peneliti menggunakan rumus Yamane Taro sebagai berikut.⁵⁴

$$n = \frac{N}{1 + N, d^2}$$

Dimana:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

d² = presisi atau kesalahanyang ditetapkan 0,1 (10%)

Sehingga ukuran sampel dapat dilihat pada perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{363}{1 + 363 (0.1)^2}$$

$$n = \frac{363}{4.63}$$

$$n = 78,4$$

Berdasarkan perhitungan di atas yang dihitung menggunakan rumus *Yamane Taro* dan jumlah populasinya diambil dari jumlah rata-rata data pengunjung kolam renang mata air Siharang-karang pada tiga bulan terakhir dan diperoleh hasil perhitungan sampel nya 78,4 dibulatkan menjadi 79 responden atau informan. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *Sampling Accidental Technic*, adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau

⁵³Eddy Roflin, Dkk, *Populasi, Sampel, Variabel Dalam Penelitian Kedokteran*, (Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management, 2021), hlm. 1-2

⁵⁴Ardat Ahmad, Indra Jaya, *Statistik Dalam penelitian Kesehatan*, (Jakarta: Kencana, 2021), hlm.53

accidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Pertimbangan untuk sampel dalam penelitian ini adalah responden dengan ketentuan yaitu pengunjung ataupun pengunjung yang sudah pernah melakukan wisata ke kolam renang mata air siharang-karang.

c. Sumber Data

Adapun sumber data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

1. Data primer, yaitu data atau keterangan yang diperoleh peneliti secara langsung dari sumbernya. Kemudian diamati dan dicatat untuk pertama kalinya melalui wawancara atau hasil pengisian kuesioner kepada responden.
2. Data sekunder, yaitu data yang telah dikumpulkan oleh lembaga pengumpul data dan dipublikasikan kepada masyarakat pengguna data, seperti jurnal, buku dan website.

D. Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatan mengumpulkan data, agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan memudahkan peneliti. Adapun instrumen pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah:

1. Wawancara

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan atau data untuk tujuan penelitian dengan cara Tanya jawab. Tanya jawab dilakukan dengan bertatap

muka antara pewawancara dengan respondent.⁵⁵ Tujuan dari wawancara adalah untuk mendapatkan informasi di mana sang pewawancara melontarkan pertanyaan-pertanyaan untuk dijawab oleh orang yang diwawancarai.

2. Angket

Angket adalah pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan atau menyebar daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut. Adapun skor yang diterapkan untuk pertanyaan pada angket penelitian ini adalah:

Tabel III.1
Nilai Indikator Skor Angket

Kategori jawaban	Skor
	Pertanyaan positif
Sangat setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang setuju (KS)	3
Tidak setuju (TS)	2
Sangat tidak setuju (STS)	1

Responden diminta untuk menjawab setiap pertanyaan sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya tanpa adanya tekanan dari pihak peneliti. Di dalam menyusun pertanyaan-pertanyaan angket agar tidak lari dalam permasalahan yang diteliti, maka peneliti menyusun angket dengan kisi-kisi sebagai berikut:

a. Instrumen Kualitas Pelayanan

Adapun instrumen variabel kualitas pelayanan dapat dilihat pada tabel III.2 sebagai berikut.

⁵⁵Hendri Tanjung Dan Abrista Dewi, *Metode Penelitian Ekonomi Islam*, (Bekasi: Gramata Publishing, 2013), hlm. 83

Tabel III.2 Kisi-Kisi Kualitas Pelayanan

Variabel	Indikator	Soal
Kualitas Pelayanan	1. Keandalan	9,10
	2. Daya tanggap	11,12
	3. Jaminan dan kepastian	13,14
	4. Empati	15,16
	5. Bukti fisik	17,18

b. Instrumen Harga Tiket

Adapun instrumen variabel harga tiket dapat dilihat pada tabel III.3 sebagai berikut.

Tabel III.3 Kisi-Kisi Harga Tiket

Variabel	Indikator	Soal
Harga Tiket	1. Kesesuaian harga dengan kualitas produk	19,20
	2. Kesesuaian harga dengan manfaat produk	21,22
	3. Harga yang terjangkau	23,24

c. Instrumen Lokasi

Adapun instrumen variabel lokasi dapat dilihat pada tabel III.4 sebagai berikut.

Tabel III.4 Kisi-Kisi Lokasi

Variabel	Indikator	Soal
Lokasi	1. Akses	25,26
	2. Visibilitas	27,28
	3. Lalu lintas	29,30
	4. Tempat parkir	31,32
	5. Lingkungan	33,34

d. Instrumen Fasilitas

Adapun instrumen variabel lokasi dapat dilihat pada tabel III.5 sebagai berikut.

Tabel III.5 Kisi-Kisi Fasilitas

Variabel	Indikator	Soal
Fasilitas	1. Kelengkapan, kebersihan dan kerapian fasilitas yang ditawarkan	35,36
	2. Kondisi dan fungsi fasilitas yang akan ditawarkan	37,38
	3. Kemudahan menggunakan fasilitas yang ditawarkan	39,40

e. Instrumen Minat Berkunjung

Adapun instrumen variabel lokasi dapat dilihat pada tabel III.6 sebagai berikut.

Tabel III.6 Kisi-Kisi Minat Berkunjung

Variabel	Indikator	Soal
Minat Berkunjung	1. Minat Transaksional	1,2
	2. Minat referensial	3,4
	3. Minat preferensial	5,6
	4. Minat eksploratif	7,8

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu atau metode yang dilakukan peneliti untuk mengumpulkan data dengan menyelidiki bukti-bukti tertulis seperti daftar file, buku-buku, dokumen, peraturan-peraturan, catatan harian, dan sebagainya.

E. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi dengan objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Purwanto juga juga menjelaskan bahwa validitas yaitu sejauh mana suatu tes mengukur apa

yang dimaksudkan untuk diukur. Dengan demikian data yang valid adalah data yang tidak boleh berbeda antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian.⁵⁶ Uji validitas dilakukan pada suatu pernyataan dan hasilnya dapat dilihat melalui hasil r_{hitung} (nilai *pearson correlation*) yang dibandingkan dengan r_{tabel} , dimana r_{tabel} dapat diperoleh melalui df (*degree off freedom*) = $n-2$ (signifikan 0,1 dan n = jumlah sampel). Perhitungan menggunakan metode *Corregted Item-Total Correlation* dengan rumus sebagai berikut:

- 1) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrumen atau item-item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
- 2) Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen atau item-item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid). Uji validitas yang dilakuka pada penelitian ini adalah dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 22.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah tingkat pengukuran sejauh mana skor tes konsisten, dapat dipercaya dan dapat diulang. Pengukuran reliabilitas yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha*. Suatu konstruk atau variabel dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$, maka pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut adalah reliabel dan jika *Cronbach alpha* $< 0,60$, maka

⁵⁶Ahmad Nafi, *Kematangan Karier Peserta Didik Zaman Now*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020), hlm. 54

pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel tidak reliabel. Pengujian data akan dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 22.⁵⁷

F. Analisis Data

1. Uji Asumsi Dasar

a. Uji Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif 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.

b. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini uji normalitas dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 22 dengan uji *one sample kolgomorov-smirnov* dengan taraf signifikan 0,1 dan data dinyatakan berdistribusi normal apabila signifikansi lebih dari 10% atau 0,1.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah korelasi tinggi yang terjadi antara variabel bebas satu dengan variabel bebas lainnya. Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antarnariabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak

⁵⁷Nur Aswani dan Mansyur, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*, (Malang: UIN Maliki Press, 2011), hlm. 179

terjadi korelasi diantara variabel independent. Nilai tolerance $> 0,1$ dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) < 10 maka dikatakan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi⁵⁸

b. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas menggunakan *spearman rho*, yaitu mengorelasikan variabel independen dengan residualnya. Pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,1 dengan uji 2 sisi. Jika korelasi antar variabel independen dengan residual didapat signifikansi lebih besar dari 0,1 maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi problem heteroskedastisitas.

c. Uji Autokolerasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam metode regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya ($t-1$). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi dapat dilakukan dengan uji Durbin- Watson (DW test). Adapun pengambilan keputusan yang harus dipenuhi dalam uji *Durbin Watson* (WD) adalah sebagai berikut:

1. Apabila $Dw > Du$, (dengan $df = n - k - 1$) maka H_0 diterima, artinya tidak terjadi autokolerasi
2. Jika $Dw < dl$, (dengan $df = n - k - 1$) maka H_0 ditolak, artinya terjadi autokolerasi
3. Jika $dl < DW < du$, maka tidak dapat ditentukan apakah terdapat autokolerasi atau tidak.

⁵⁸Nur Aswani dan Mansyur, hlm. 139

Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi.

3. 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 dependent. Perbedaan dengan regresi linear sederhana adalah hanya menggunakan satu variabel independen dalam satu model regresi, sedangkan regresi linear berganda menggunakan dua atau lebih variabel independen dalam satu model regresi.⁵⁹ Persamaan regresi dalam penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh variabel independen yaitu kualitas pelayanan (X1), harga tiket (X2), lokasi (X3) dan fasilitas (X4) terhadap variabel dependen yaitu minat pengunjung (Y). Bentuk umum persamaan regresi berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Sehingga persamaan regresi dalam penelitian ini adalah

$$MP = \alpha + b_1KP + b_2H + b_3L + b_4F + e$$

⁵⁹Dwi Priyanto, *Pengolahan Data Terpraktis*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2014), hlm. 99

Dimana:

MP	= Minat Pengunjung
α	= Konstanta
b_1	= Koefisien untuk variabel kualitas pelayanan
b_2	= Koefisien untuk variabel harga tiket
b_3	= Koefisien untuk variabel lokasi
b_4	= Koefisien untuk variabel fasilitas
KP	= Kualitas pelayanan
H	= Harga tiket
L	= Lokasi
F	= Fasilitas
e	= Error

4. Uji Hipotesis

a. Uji Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase variabel-variabel independen (kualitas pelayanan, harga tiket, lokasi dan fasilitas) terhadap variabel dependen (minat pengunjung) yang digunakan dalam model R^2 berkisar antara 0-1. Semakin mendekati 1 maka ketepatannya akan semakin baik. Jadi dapat dikatakn bahwa variabel independen berpengaruh besar terhadap variabel dependen. Hal ini dapat diketahui melalui nilai koefisien determinasi yang ditunjukkan oleh *Adjusted R square* (R^2).

b. Uji Koefisien Regresi secara Parsial (Uji t)

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dimana jika signifikansi $> 0,1$ maka H_0 diterima, dan sebaliknya

jika signifikansi $< 0,1$ maka H_0 ditolak. Adapun kriteria pengujiannya sebagai berikut:⁶⁰

- 1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti bahwa variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen.
- 2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal ini berarti bahwa variabel independen secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

c. Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Pengujian ini bertujuan untuk melihat signifikan tidaknya pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} .

- 1) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau nilai signifikan uji $F > 0,1$ maka H_0 diterima, artinya variabel-variabel bebas secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.
- 2) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau nilai signifikan uji $F < 0,1$ maka H_0 ditolak, artinya variabel-variabel bebas secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat.⁶¹

⁶⁰Danang Sunyoto, *Metodologi Dan Instrumen Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, (Jakarta: Center For Academic Publishing, 2013), hlm. 121

⁶¹Laurencia Veronika Santoso, "Analisis Pengaruh Price, Overall Satisfaction, Dan Trust Terhadap Intention To Retrun Pada Online Store Lazada", *Jurnal Agora*, Vol. 6, No. 1

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Kolam Renang Mata Air Siharang-Karang

1. Sejarah Kolam Renang Mata Air Siharang-Karang

Kolam renang mata air Siharang-karang adalah taman rekreasi air yang terletak di Kelurahan Lembah Lubuk Manik Kecamatan Padangsidempuan Hutaimbaru Kota Padangsidempuan. Pada tahun 1960-an awal mulanya kolam renang ini dengan situasi masih memiliki satu kolam dan awal nama kolam yaitu kolam renang lembah lubuk raya sumber air dari kolam renang tersebut langsung dari mata air dan nama dari kolam tersebut diambil dari nama pemilik yaitu Raja Luat Lubuk Raya maka dari itu awal nama kolam renang mata air ini kolam renang lubuk raya. seiring dengan perkembangan dan kemajuan zaman bapak H.Tongku Lelo Harahap sebagai pemilik generasi ke tujuh kolam renang mata air Siharang-karang membangun dan merenovasi pada tahun 2015 dengan menambah dua kolam renang, menambah berbagai wahana tempat bermain untuk anak-anak dan mengganti nama kolam lembah lubuk raya menjadi kolam renang mata air Siharang-karang. Sampai dengan sekarang kolam renang mata air Siharang-karang merupakan kolam legendaris yang terdapat di Padangsidempuan.⁶²

⁶²Wawancara dengan pemilik kolam renang mata air Siharang-karang

2. Visi dan Misi

a. Visi

Menjadikan tempat wisata kolam renang yang berkualitas tinggi yang penuh dengan keindahan alam dan air yang jernih bertujuan untuk menghibur para pengunjung yang memiliki hobby berenang dan memiliki hobby berwisata ke pemandian.

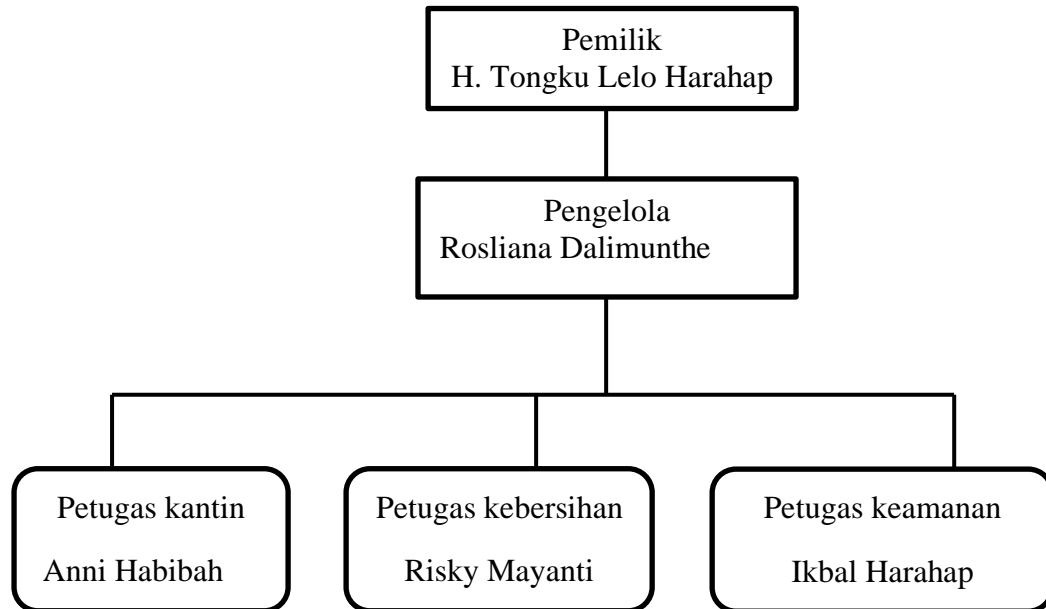
b. Misi

Mampu bersaing dengan objek wisata lainnya dan tetap menjaga dan meningkatkan ciri khas kolam renang mata air Siharang-karang.

3. Struktur Organisasi

Struktur organisasi merupakan suatu bagian dari proses manajemen, struktur organisasi menunjukkan aspek kegiatan yang ada dalam organisasi, seperti pembagian tugas, penetapan tugas dan wewenang, serta tanggungjawab masing-masing bagian yang ada untuk menjalankan tugas dan fungsinya sesuai yang telah ditentukan. Struktur organisasi kolam renang mata air Siharang-karang adalah sebagai berikut:

Gambar IV.I
Struktur Organisasi Kolam Renang Mata Air Siharang-karang



B. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Hasil Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui kebenaran sejauh mana suatu alat mampu mengukur yang diukur. Uji validitas digunakan dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} . Jadi, $df = 79 - 2 = 77$ sehingga diperoleh r_{tabel} sebesar 0,186. Adapun hasil uji validitas sebagai berikut:

a. Variabel Minat Berkunjung (Y)

Hasil pengolahan data yang peneliti lakukan diperoleh hasil uji validitas variabel minat berkunjung (Y) sebagai berikut:

Tabel IV.1
Hasil Uji Validitas Variabel Minat Berkunjung (Y)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,725	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n=79$, pada taraf signifikan 10% dengan nilai $df(n-2) = 79-2$	Valid
2	0,734		Valid
3	0,774		Valid
4	0,746		Valid

5	0,779	=77 sehingga diperoleh $r_{\text{tabel}} 0,186$	Valid
6	0,646		Valid
7	0,640		Valid
8	0,484		Valid

Sumber: Hasil *output* SPSS versi 22 (data diolah)

Hasil uji validitas variabel minat berkunjung (Y) pada Tabel IV.1 menunjukkan bahwa nilai pada seluruh item pernyataan dinyatakan valid, karena $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ dengan $n=77$ dan nilai r_{tabel} adalah 0,186

b. Variabel Kualitas Pelayanan (X_1)

Hasil pengolahan data yang peneliti lakukan diperoleh hasil uji validitas variabel kualitas pelayanan (X_1) sebagai berikut:

Tabel IV.2
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X_1)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,594	Instrumen valid jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ dengan $n=79$, pada taraf signifikan 10% dengan nilai $df(n-2) = 79-2 = 77$ sehingga diperoleh $r_{\text{tabel}} 0,186$	Valid
2	0,537		Valid
3	0,567		Valid
4	0,422		Valid
5	0,548		Valid
6	0,534		Valid
7	0,508		Valid
8	0,437		Valid
9	0,592		Valid
10	0,512		Valid

Sumber: Hasil *output* SPSS versi 22 (data diolah)

Hasil uji validitas variabel kualitas pelayanan (X_1) pada tabel IV.2 menunjukkan bahwa nilai pada seluruh item pernyataan dinyatakan valid, karena $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ dengan $n=77$ dan nilai r_{tabel} adalah 0,186

c. Variabel Harga Tiket (X_2)

Hasil pengolahan data yang peneliti lakukan diperoleh hasil uji validitas variabel harga tiket (X_2) sebagai berikut:

Tabel IV.3
Hasil Uji Validitas Variabel Harga Tiket (X₂)

Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
1	0,614	Instrumen valid jika r _{hitung} > r _{tabel} dengan n=79, pada taraf signifikan 10% dengan nilai df(n-2) = 79-2 =77 sehingga diperoleh r _{tabel} 0,186	Valid
2	0,681		Valid
3	0,790		Valid
4	0,746		Valid
5	0,744		Valid
6	0,637		Valid

Sumber: Hasil *output* SPSS versi 22 (data diolah)

Hasil uji validitas variabel harga tiket (X₂) pada tabel IV.3 menunjukkan bahwa nilai pada seluruh item pernyataan dinyatakan valid, karena r_{hitung} > r_{tabel} dengan n=77 dan nilai r_{tabel} adalah 0,186

d. Variabel Lokasi (X₃)

Hasil pengolahan data yang peneliti lakukan diperoleh hasil uji validitas variabel lokasi (X₃) sebagai berikut:

Tabel IV.4
Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi (X₃)

Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
1	0,406	Instrumen valid jika r _{hitung} > r _{tabel} dengan n=79, pada taraf signifikan 10% dengan nilai df(n-2) = 79-2 =77 sehingga diperoleh r _{tabel} 0,186	Valid
2	0,557		Valid
3	0,504		Valid
4	0,693		Valid
5	0,655		Valid
6	0,626		Valid
7	0,539		Valid
8	0,485		Valid
9	0,366		Valid
10	0,455		Valid

Sumber: Hasil *output* SPSS versi 22 (data diolah)

Hasil uji validitas variabel lokasi (X₃) pada tabel IV.4 menunjukkan bahwa nilai pada seluruh item pernyataan dinyatakan valid, karena r_{hitung} > r_{tabel} dengan n=77 dan nilai r_{tabel} adalah 0,186

e. Variabel Fasilitas (X_4)

Hasil pengolahan data yang peneliti lakukan diperoleh hasil uji validitas variabel Fasilitas (X_4) sebagai berikut:

Tabel IV.5
Hasil Uji Validitas Variabel Fasilitas (X_4)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,546	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n=79$, pada taraf signifikan 10% dengan nilai $df(n-2) = 79-2 = 77$ sehingga diperoleh $r_{tabel} 0,186$	Valid
2	0,803		Valid
3	0,773		Valid
4	0,833		Valid
5	0,751		Valid
6	0,768		Valid

Sumber: Hasil *output* SPSS versi 22 (data diolah)

Hasil uji validitas variabel fasilitas (X_4) pada tabel IV.5 menunjukkan bahwa nilai pada seluruh item pernyataan dinyatakan valid, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n=77$ dan nilai r_{tabel} adalah 0,186

2. Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas, dimana item yang masuk ke pengujian adalah item yang valid saja. Untuk mengetahui apakah instrumen reliabel atau tidak, dengan menggunakan *Cronbach alpha* $> 0,60$. Adapun hasil uji reliabilitas pada penelitian ini dapat dilihat yaitu sebagai berikut:

a. Variabel Kualitas Pelayanan (X_1)

Hasil pengolahan data yang peneliti lakukan diperoleh hasil uji reliabilitas variabel kualitas pelayanan sebagai berikut:

Tabel IV.6
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X_1)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.692	10

Sumber: Hasil *output* SPSS versi 22 (data diolah)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel IV.6 *reliability statistics* diatas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's alpha* untuk variabel kualitas pelayanan (X_1) adalah $0,692 > 0,60$ sehingga dapat dikatakan bahwa butir pertanyaan untuk variabel kualitas pelayanan (X_1) adalah reliabel dan dapat diterima.

b. Variabel Harga Tiket (X_2)

Hasil pengolahan data yang peneliti lakukan diperoleh hasil uji reliabilitas variabel harga tiket sebagai berikut:

Tabel IV.7
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga Tiket (X_2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.783	6

Sumber: Hasil *output* SPSS versi 22 (data diolah)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel IV.7 *reliability statistics* diatas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's alpha* untuk variabel harga tiket (X_2) adalah $0,783 > 0,60$ sehingga dapat dikatakan bahwa butir pertanyaan untuk variabel harga tiket (X_2) adalah reliabel dan dapat diterima.

c. Variabel Lokasi (X_3)

Hasil pengolahan data yang peneliti lakukan diperoleh hasil uji reliabilitas variabel lokasi sebagai berikut:

Tabel IV.8
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Lokasi (X_3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.714	10

Sumber: Hasil *output* SPSS versi 22 (data diolah)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel IV.8 *reliability statistics* diatas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's alpha* untuk variabel lokasi (X_3) adalah $0,714 > 0,60$ sehingga dapat dikatakan bahwa butir pertanyaan untuk variabel lokasi (X_3) adalah reliabel dan dapat diterima

d. Variabel Fasilitas (X_4)

Hasil pengolahan data yang peneliti lakukan diperoleh hasil uji reliabilitas variabel fasilitas sebagai berikut:

Tabel IV.9
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Fasilitas(X_4)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.838	6

Sumber: Hasil *output* SPSS versi 22 (data diolah)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel IV.9 *reliability statistics* diatas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's alpha* untuk variabel fasilitas(X_4) adalah $0,838 > 0,60$ sehingga dapat dikatakan bahwa butir pertanyaan untuk variabel fasilitas (X_4) adalah reliabel dan dapat diterima.

e. Variabel Minat Berkunjung (Y)

Hasil pengolahan data yang peneliti lakukan diperoleh hasil uji reliabilitas variabel minat berkunjung sebagai berikut:

Tabel IV.10
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat Berkunjung(Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.837	8

Sumber: Hasil *output* SPSS versi 22 (data diolah)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel IV.10 *reliability statistics* diatas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's alpha* untuk variabel

minat berkunjung(Y) adalah $0,837 > 0,60$ sehingga dapat dikatakan bahwa butir pertanyaan untuk variabel minat berkunjung(Y) adalah reliabel dan dapat diterima.

C. Hasil Analisis Data

1. Hasil Uji Asumsi Dasar

a. Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif 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.

Adapun hasil uji analisis statistik deskriptif adalah sebagai berikut:

Tabel IV.11
Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas pelayanan (X1)	79	26	47	38.41	4.053
Harga tiket (X2)	79	20	30	26.16	2.628
Lokasi (X3)	79	35	50	42.59	3.006
Fasilitas (X4)	79	17	30	25.10	3.049
Minat pengunjung (Y)	79	24	40	31.77	3.206
Valid N (listwise)	79				

Sumber: Hasil *output* SPSS versi 22 (data diolah)

Dilihat dari tabel IV.11 nilai rata-rata dari variabel kualitas pelayanan adalah 38,41 nilai variasi nya adalah 4,053, nilai terendah adalah 26 dan nilai tertinggi adalah 47. Nilai rata-rata dari variabel harga tiket adalah 26,16, nilai variasi nya adalah 2,628, nilai terendah adalah 20 dan nilai tertinggi adalah 30. Kemudian nilai rata-rata dari variabel lokasi adalah 42,59, nilai standar variasi nya 3,006, nilai terendah 35 dan nilai tertinggi

adalah 50. Nilai rata-rata dari variabel fasilitas adalah 25,10 dan nilai variasinya adalah 3,049, nilai terendah adalah 17 dan nilai tertinggi adalah 30. Sedangkan nilai rata-rata dari variabel minat pengunjung adalah sebesar 31,77, nilai standarnya adalah 3,206, nilai terendah adalah 24 dan nilai tertinggi adalah 40.

b. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah residual yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Adapun hasil uji normalitas berdasarkan metode uji *One Sample Kolmogorov Smirnov* adalah sebagai berikut:

Tabel IV.12
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		79
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.85824809
Most Extreme Differences	Absolute	.073
	Positive	.072
	Negative	-.073
Test Statistic		.073
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.
 c. Lilliefors Significance Correction.
 d. This is a lower bound of the true significance.
 Sumber: Hasil *output* SPSS versi 22 (data diolah)

Berdasarkan hasil pengolahan data diatas dapat dilihat bahwa nilai *Asymp.Sig.(2-tailed)* adalah 0,200, sehingga lebih besar dari nilai signifikan 0,10 ($0,200 > 0,10$). Maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual tersebut bersifat normal karena nilai *Asymp.Sig.2-tailed* > dari 0.10.

2. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Multikolinearitas

Hasil pengolahan data yang peneliti lakukan diperoleh hasil uji multikolinearitas sebagai berikut:

Tabel IV.13
Hasil Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	22.594	7.459		3.029	.003		
	Kualitas pelayanan	.019	.083	.024	.228	.820	.978	1.023
	Harga tiket	.288	.133	.236	2.165	.034	.904	1.106
	Lokasi	-.150	.144	-.141	-1.323	.190	.944	1.059
	Fasilitas	.292	.113	.278	2.594	.011	.938	1.067

a. Dependent Variable: Minat berkunjung

Sumber: Hasil *output* SPSS versi 22 (data diolah)

Berdasarkan hasil pengolahan data di atas diketahui bahwa nilai VIF dari variabel kualitas pelayanan adalah $1,023 < 10$, variabel harga tiket $1,106 < 10$, variabel lokasi $1,059 < 10$, variabel fasilitas $1,067 < 10$, maka dapat disimpulkan nilai VIF dari keempat variabel di atas < 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antara variabel kualitas pelayanan, harga tiket, lokasi dan fasilitas.

b. Hasil Uji Heterokedastisitas

Hasil pengolahan data yang peneliti lakukan diperoleh hasil uji heterokedastisitas sebagai berikut:

Tabel IV.14
Hasil Uji Heterokedastisitas
Correlations

			Kualitas pelayanan	Harga tiket	Lokasi	Fasilitas	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Kualitas pelayanan	Correlation Coefficient	1.000	.131	.089	-.068	-.075
		Sig. (2-tailed)	.	.251	.437	.554	.511
		N	79	79	79	79	79
	Harga tiket	Correlation Coefficient	.131	1.000	-.147	.213	.004
		Sig. (2-tailed)	.251	.	.195	.059	.969
		N	79	79	79	79	79
	Lokasi	Correlation Coefficient	.089	-.147	1.000	-.115	-.070
		Sig. (2-tailed)	.437	.195	.	.312	.542
		N	79	79	79	79	79
	Fasilitas	Correlation Coefficient	-.068	.213	-.115	1.000	-.069
		Sig. (2-tailed)	.554	.059	.312	.	.548
		N	79	79	79	79	79
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	-.075	.004	-.070	-.069	1.000
		Sig. (2-tailed)	.511	.969	.542	.548	.
		N	79	79	79	79	79

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

Sumber: Hasil *output* SPSS versi 22 (data diolah)

Hasil uji heterokedastisitas pada tabel IV.14 menunjukkan bahwa tidak terjadi masalah heterokedastisitas antara variabel kualitas pelayanan, harga tiket, lokasi dan fasilitas. Nilai signifikan dari variabel kualitas pelayanan $0,511 > 0,10$, variabel harga tiket $0,969 > 0,10$, variabel lokasi $0,542 > 0,10$ dan variabel lokasi $0,548 > 0,10$. Maka dapat disimpulkan keempat variabel tersebut tidak terdapat masalah heterokedastisitas.

c. Hasil Uji Autokolerasi

Uji autokolerasi untuk variabel kualitas pelayanan, harga tiket, lokasi dan fasilitas terhadap minat pengunjung pada kolam renang mata air Siharang-karang adalah sebagai berikut:

Tabel IV.15
Hasil Uji Autokolerasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.453 ^a	.205	.162	2.934	2.379

a. Predictors: (Constant), fasilitas, kualitas pelayanan, lokasi, harga tiket

b. Dependent Variable: minat pengunjung

Sumber: Hasil *output* SPSS versi 22 (data diolah)

Berdasarkan tabel IV.15 di atas dapat diketahui bahwa DW memiliki nilai sebesar 2.379, sementara $n=79$, $k=4$, maka dapat diperoleh hasil dari $dl= 1,5302$ dan $4-dl= 2,4698$, dan hasil $du= 1,7423$ dan $4-du= 2,2577$. Hasil perhitungan di atas bahwa $DW > du = 2,379 > 1,7423$ maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada autokolerasi dalam penelitian ini.

3. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Adapun hasil uji regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

Tabel IV.16
Hasil Uji Analisis Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	22.594	7.459		3.029	.003
	Kualitas pelayanan	.019	.083	.024	.228	.820
	Harga tiket	.288	.133	.236	2.165	.034
	Lokasi	-.150	.114	-.141	-1.323	.190
	Fasilitas	.292	.113	.278	2.594	.011

a. Dependent Variable: Minat berkunjung

Sumber: Hasil *output* SPSS versi 22 (data diolah)

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda pada tabel IV.16 maka persamaan regresi yang digunakan adalah:

$$MP = \alpha + b_1KP + b_2H + b_3L + b_4F + e$$

$$MP = 22,594 + 0,019KP + 0,288H - 0,150L + 0,292F + 7,459$$

Dari persamaan regresi tersebut dapat diartikan bahwa :

- a. Nilai konstanta adalah sebesar 22,594 satuan, menyatakan bahwa jika variabel kualitas pelayanan, harga tiket, lokasi dan fasilitas dianggap konstan atau diasumsikan nilainya 0, maka minat berkunjung pada wisata kolam renang mata air Siharang-karang adalah sebesar 22,594 satuan.
- b. Nilai koefisien variabel kualitas pelayanan 0,019 artinya jika variabel kualitas pelayanan dinaikkan sebesar 1 satuan, maka minat berkunjung akan meningkat sebesar 0,019 satuan, dengan anggapan variabel lain tetap.
- c. Nilai koefisien variabel harga tiket sebesar 0,288 artinya jika variabel harga tiket dinaikkan sebesar 1 satuan, maka minat berkunjung akan meningkat sebesar 0,288 satuan, dengan anggapan variabel lain tetap.
- d. Nilai koefisien variabel lokasi bernilai negatif sebesar -0,150 dapat diartikan bahwa penurunan variabel lokasi sebesar 1 satuan, maka minat berkunjung mengalami penurunan sebesar -0,150 satuan, dengan asumsi nilai variabel lainnya tetap.

- e. Nilai koefisien variabel fasilitas sebesar 0,292 artinya jika variabel fasilitas dinaikkan sebesar 1 satuan, maka minat berkunjung akan meningkat sebesar 0,292 satuan, dengan anggapan variabel lain tetap.

4. Hasil Uji Hipotesis

a. Hasil Uji Determinasi (R^2)

Uji Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Berikut ini hasil uji uji determinasi (R^2):

Tabel IV.17
Hasil Uji Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.453 ^a	.205	.162	2.934

- a. Predictors: (Constant), Fasilitas, Kualitas pelayanan, Lokasi, Harga tiket
Sumber: hasil *output* SPSS versi 22 (data diolah)

Berdasarkan hasil uji determinasi pada tabel VI.17 dapat diketahui bahwa *R square* kualitas pelayanan(X_1), harga tiket(X_2), lokasi(X_3), fasilitas(X_4), dalam menjelaskan atau memprediksi minat pengunjung pada wisata kolam renang mata air Siharang-karang(Y) sebesar 0,162 atau 16,2% dan sisanya 83,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

b. Hasil Uji Parsial (uji t)

Adapun hasil uji signifikan (uji t) adalah sebagai berikut:

Tabel IV.18
Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	22.594	7.459		3.029	.003
Kualitas pelayanan	.019	.083	.024	.228	.820
Harga tiket	.288	.113	.236	2.165	.034
Lokasi	-.150	.114	-.141	-1.323	.190
Fasilitas	.292	.113	.278	2.594	.011

a. Dependent Variable: Minat berkunjung

Sumber: Hasil *output* SPSS versi 22 (data diolah)

Berdasarkan hasil uji parsial pada Tabel IV.18 dapat diketahui nilai signifikan variabel kualitas pelayanan adalah sebesar $0,820 > 0,1$ maka variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap minat pengunjung, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Nilai signifikan variabel harga tiket sebesar $0,034 < 0,1$ maka variabel harga tiket berpengaruh terhadap minat pengunjung, maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Nilai signifikan variabel lokasi sebesar $0,190 > 0,1$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi tidak berpengaruh terhadap minat pengunjung, maka H_a ditolak dan H_0 diterima dan nilai signifikan variabel fasilitas sebesar $0,011 < 0,1$ maka variabel fasilitas berpengaruh terhadap minat pengunjung, maka H_a diterima dan H_0 ditolak.

Berdasarkan nilai di atas dapat diketahui bahwa nilai t_{tabel} diperoleh rumus $df = n - k - 1$ atau $79 - 4 - 1 = 74$, hasil t_{tabel} yang diperoleh adalah 1,665. Dengan demikian nilai t_{hitung} variabel kualitas pelayanan sebesar 0,024,

maka dapat disimpulkan bahwa nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,228 < 1,665$), maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat pengunjung pada wisata kolam renang mata air air Siharang-karang.

Hasil uji t pada variabel harga tiket menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,165 > 1,665$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa harga tiket berpengaruh secara parsial terhadap minat pengunjung pada wisata kolam renang mata air air Siharang-karang.

Hasil uji t pada variabel lokasi menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($-1,323 < 1,665$), maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa lokasi tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat pengunjung pada wisata kolam renang mata air air Siharang-karang.

Hasil uji t pada variabel fasilitas menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,594 > 1,665$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa fasilitas berpengaruh secara parsial terhadap minat pengunjung pada wisata kolam renang mata air air Siharang-karang.

c. Hasil Uji Simultan (uji F)

Hasil pengolahan data yang peneliti lakukan diperoleh hasil uji simultan (uji F) sebagai berikut:

Tabel IV.19
Hasil Uji Simultan

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	164.671	4	41.168	4.781	.002 ^b
Residual	637.227	74	8.611		
Total	801.899	78			

a. Dependent Variable: Minat berkunjung

b. Predictors: (Constant), Fasilitas, Kualitas pelayanan, Lokasi, Harga tiket

Sumber: Hasil *output* SPSS versi 22 (data diolah)

Berdasarkan hasil uji simultan pada Tabel IV.19 diperoleh F_{hitung} adalah 4,781 sedangkan F_{tabel} $df_1 = k-1$ (5-1) dan $df_2 = n-k$ (79-5) dengan tingkat signifikan 0,1 dan F_{tabel} diperoleh dengan rumus $df=n-k-1$ atau $79-4-1= 74$. Sehingga F_{tabel} yang diperoleh 2,02. Sehingga $F_{hitung} > F_{tabel}$ (4,781 > 2,02). Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan, harga tiket, lokasi, dan fasilitas berpengaruh secara simultan terhadap minat pengunjung pada wisata kolam renang mata air Siharang-karang.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidak ada pengaruh kualitas pelayanan(X1), harga tiket(X2), lokasi(X3) dan fasilitas(X4) terhadap minat pengunjung pada wisata kolam renang mata air Siharang-karang. Berdasarkan hasil analisis data yang diolah dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 22 maka pembahasan hasil penelitian sebagai berikut:

a. Pengaruh Kualitas Pelayanan(X1) Terhadap Minat Pengunjung

Menurut Tjiptono kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi yang diinginkan pengunjung.

Berdasarkan hasil uji statistik pada uji parsial (uji t), diketahui nilai t_{hitung} untuk variabel kualitas pelayanan sebesar 0.228 sedangkan t_{tabel} yang diperoleh 1,665 sehingga dapat dikatakan $t_{hitung} < t_{tabel}$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat pengunjung pada wisata kolam renang mata air siharang-karang, sehingga H_0

diterima dan H_a ditolak. Artinya kualitas pelayanan di kolam renang mata air Siharang-karang tidak berpengaruh terhadap minat pengunjung.

Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan teori Sallim Al-idrus dalam bukunya yang berjudul kualitas pelayanan dan keputusan pembelian. Konsep dan teori yang menyatakan bahwa penyampaian pelayanan yang berkualitas akan dapat membantu mencapai kesuksesan usaha melalui keputusan pembelian konsumen.⁶³

Penelitian ini sejalan dengan peneliti terdahulu Debby Chyntia yang berjudul Pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian.⁶⁴

Jadi dapat disimpulkan bahwa dalam meningkatkan minat pengunjung tidak sepenuhnya dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang baik maupun pelayanan yang bagus, karena pada saat ini kenyataannya walaupun kualitas pelayanan yang diberikan oleh petugas baik dan bagus akan tetapi minat pengunjung tidak berpengaruh secara signifikan dalam meningkatkan minatnya untuk melakukan kunjungannya ke tempat wisata tersebut. Akan tetapi masyarakat atau calon pengunjung akan memperhatikan keunggulan apa saja yang terdapat di tempat tersebut dan tidak terdapat di tempat lain sehingga bagus ataupun tidak bagusnya kualitas pelayanan yang diberikan tidak memengaruhi pengunjung untuk melakukan kunjungannya.

⁶³Sallim Al-idrus, *Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian*, (Malang: Media Nusa creative, 2019), hlm.2

⁶⁴Debby Chyntia,dkk, "Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian", *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia* , Vol. IX, No. 1, 2022

b. Pengaruh Harga Tiket (X_2) Terhadap Minat Pengunjung

Harga adalah nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang untuk memperoleh barang atau jasa kelompok pada waktu dan tempat tertentu. Harga akan menjadi pertimbangan bagi pengunjung untuk mengunjungi objek wisata, pengunjung akan membandingkan harga dengan fasilitas yang akan diterima apakah sesuai dengan harapan dan nilai serta jumlah uang yang harus dikeluarkan.

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa t_{hitung} untuk variabel harga adalah sebesar 2,165 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,665 sehingga dapat dikatakan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel harga tiket berpengaruh secara parsial terhadap minat pengunjung pada wisata kolam renang mata air siharang-karang, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya harga tiket di kolam renang mata air Siharang-karang berpengaruh terhadap minat pengunjung.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori Nugroho J. Setiadi yang menyatakan bahwa kepuasan dari seseorang dipengaruhi oleh faktor ekonomi.⁶⁵ Dimana dalam hal ini harga menjadi pertimbangan pengunjung sesuai dengan keadaan ekonomi pengunjung itu sendiri. Maka dari itu harga yang terjangkau akan memengaruhi pengunjung dalam meningkat minatnya untuk melakukan kunjungan ke tempat wisata tersebut.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh penelitian terdahulu Rezky Teguh Sulistiyana dengan judul pengaruh fasilitas wisata dan

⁶⁵ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 10

harga terhadap kepuasan konsumen pada museum satwa. hasil penelitian ini menyatakan bahwa harga yang telah ditetapkan museum satwa dianggap konsumen terjangkau dan juga telah sesuai dengan keinginan konsumen, sehingga persepsi konsumen mengenai harga yang ada di Museum satwa sudah sesuai dengan kriteria yang mampu memberikan kepuasan konsumen.⁶⁶

Berdasarkan hal diatas dapat disimpulkan bahwa harga menjadi pertimbangan ketika pengunjung hendak melakukan kunjungannya ke suatu tempat wisata, karena harga yang ditetapkan harus sesuai dengan kondisi perekonomian pengunjung dan calon pengunjung, dengan harga yang terjangkau dan sesuai dengan perekonomian pengunjung maka akan dapat menarik minat wisatawan untuk melakukan wisatanya ke tempat wisata tersebut.

c. Pengaruh Lokasi (X₃) Terhadap Minat Pengunjung

Lokasi merupakan tempat dimana perusahaan melakukan kegiatan. Tempat yang menarik bagi pelanggan adalah tempat yang lokasinya strategis dan menyenangkan.

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa t_{hitung} untuk variabel lokasi adalah sebesar -1,323 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,665 sehingga dapat dikatakan bahwa nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel lokasi tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat berkunjung pada wisata kolam renang mata air siharang-karang.

⁶⁶Rezky Teguh Sulistiyana Dkk, "Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Museum Satwa", *Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 25, No. 1, Agustus 2015*.

Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan teori Choms Gary konsep dan teori yang menyatakan bahwa lokasi strategis menjadi salah satu factor penting dan sangat menentukan keberhasilan suatu usaha.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh sari palupi dengan judul pengaruh lokasi, kenyamanan dan sarana prasarana terhadap kepuasan konsumen wisatawan di taman prestasi Surabaya. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh negatif terhadap kepuasan wisatawan.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan peneliti dapat disimpulkan bahwa minat pengunjung tidak sepenuhnya dipengaruhi oleh lokasi yang dekat dengan perkotaan, serta mudah dijangkau. Karena pada saat ini, kenyataannya walaupun lokasi suatu wisata jauh dari perkotaan ataupun tidak mudah dijangkau, para wisatawan akan tetap mengunjunginya. Semakin jauh lokasi wisata dari perkotaan maka akan menarik minat wisatawan untuk mengunjunginya.

d. Pengaruh Fasilitas (X₄) Terhadap Minat Pengunjung

Menurut Tjiptono fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum sesuatu jasa yang ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas merupakan sesuatu yang penting untuk mengembangkan pariwisata, fasilitas wisata dapat memengaruhi persepsi dan harapan pengunjung.

Berdasarkan hasil uji statistik pada uji t, diketahui nilai t_{hitung} sebesar 2,594 sedangkan t_{tabel} yang diperoleh 1,665 sehingga dapat dikatakan $t_{hitung} > t_{tabel}$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel fasilitas berpengaruh positif dan signifikan

terhadap minat pengunjung pada wisata kolam renang mata air siharang-karang, sehingga H_a diterima dan H_o ditolak. Artinya fasilitas di kolam renang mata air Siharang-karang berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pengunjung.

Dengan demikian penelitian ini diperkuat oleh teori Kotler dalam buku *Marketing management*, bahwa fasilitas merupakan segala sesuatu yang harus disediakan oleh penyedia jasa untuk dipakai serta dinikmati oleh pengunjung yang bertujuan untuk memberikan tingkat yang maksimal terhadap minat untuk melakukan kunjungannya.⁶⁷

Penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu oleh Peggy Rahma Alana dan Tanto Askriyandoko Putro dengan judul Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Goa Lowo Kecamatan Watulimo Kabupaten Trenggalek.⁶⁸

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa fasilitas yang disediakan oleh pihak pengelola wisata akan memengaruhi minat dan kepuasan pengunjung. semakin baik fasilitas yang ditawarkan maka semakin tinggi minat dari pengunjung untuk melakukan kunjungannya. Maka sebaliknya semakin buruk fasilitas yang diberikan maka kepuasan dan minat dari pengunjung akan rendah.

⁶⁷ Philip Kotler, *Marketing Manajemen*, (Jakarta: Erlangga, 2010)

⁶⁸Peggy Rahma Alana dan Tanto Askriyandoko, *Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Goa Lowo Kecamatan Watulomo Kabupaten Trenggalek*, Jurnal Penelitian Manajemen Terapan, Vol. 5, No.2, 2020

e. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1), Harga Tiket (X_2), Lokasi (X_3) dan Fasilitas (X_4) Terhadap Minat Pengunjung

Berdasarkan hasil uji simultan (uji F), diperoleh $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($4,781 > 2,02$), maka H_a diterima dan H_o ditolak, artinya kualitas pelayanan, harga tiket, lokasi dan fasilitas berpengaruh secara simultan terhadap minat pengunjung pada wisata kolam renang mata air siharang-karang.

Hasil penelitian ini sejalan dengan peneliti terdahulu Dewi Mariana, Rachmawati Novaria dan Ute Ch Nasution yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan, harga, lokasi dan fasilitas berpengaruh secara simultan terhadap minat pengunjung.⁶⁹ Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan, harga, lokasi dan fasilitas secara bersama-sama menjadi hal yang dipertimbangkan pengunjung untuk meningkatkan minatnya dalam memilih kolam renang mata air Siharang-karang sebagai tempat wisata.

E. Keterbatasan Penelitian

Keseluruhan rangkaian kegiatan dalam penelitian ini telah dilakukan dengan langkah-langkah yang sudah ditetapkan dalam metodologi penelitian. Namun peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan dan masih memiliki banyak kekurangan dan keterbatasan yang dapat memungkinkan memengaruhi hasil penelitian. Adapun keterbatasan-keterbatasan yang dihadapi peneliti selama penelitian adalah:

⁶⁹Dewi Mariana, Rachmawati Novaria dan Ute Ch Nasution, *Pengaruh Lokasi dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Air Panas Pacet di Kabupaten Mojokerto*, jurnal Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik 2018

1. Dalam penelitian ini Peneliti belum mengungkapkan secara keseluruhan faktor-faktor yang memengaruhi minat pengunjung. Variabel penelitian hanya mencakup kualitas pelayanan, harga tiket, lokasi dan fasilitas, disebabkan variabel bebas yang digunakan hanya empat variabel sehingga kurang maksimal dalam menjelaskan variabel terikat dalam penelitian ini. Penelitian ini hanya menemukan 16,9% dari faktor-faktor yang memengaruhi minat pengunjung kolam renang mata air Siharang-karang dan sisanya 83,8% dari faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti kenyamanan wisata, destinasi wisata.
2. Keterbatasan anggaran dalam pelaksanaan penelitian.
3. Keterbatasan penyebaran angket pada responden secara langsung.

BAB V PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas mengenai determinan dalam meningkatkan minat pengunjung pada wisata kolam renang mata air Siharang-karang dengan menggunakan metode analisis yang digunakan yaitu regresi linear berganda, maka hasilnya dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat pengunjung kolam renang mata air Siharang-karang.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga tiket berpengaruh signifikan terhadap minat pengunjung kolam renang mata air Siharang-karang.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat pengunjung kolam renang mata air Siharang-karang.
4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh signifikan terhadap minat pengunjung kolam renang mata air Siharang-karang.
5. Hasil uji F sebelumnya diperoleh hasil bahwa Kualitas pelayanan, harga tiket, lokasi dan fasilitas berpengaruh secara simultan terhadap minat pengunjung, hal ini berarti dari variabel kualitas pelayanan, harga tiket, lokasi dan fasilitas secara bersama-sama memengaruhi minat pengunjung.

B. SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi Pengelola Wisata Kolam Renang Mata Air Siharang-Karang

Peneliti menyarankan kepada pihak pengelola kolam renang mata air Siharang-karang untuk memperhatikan dan meningkatkan serta memelihara fasilitas agar kenyamanan pengunjung terealisasi dengan baik, serta lebih memperhatikan tentang harga yang dapat memengaruhi minat dan kepuasan pengunjung di masa yang akan datang, karena dengan pengunjung yang merasa puas akan meningkatkan minat kunjungan kembali.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti menyarankan untuk peneliti selanjutnya agar menambahkan variabel-variabel lain yang memengaruhi minat pengunjung. Bukan hanya kualitas pelayanan, harga tiket, lokasi dan fasilitas saja yang menjadi pendorong minat pengunjung melainkan seperti destinasi wisata, kenyamanan wisata, sejarah budaya dan keramahan. Hal tersebut bertujuan agar penelitian yang dilakukan lebih bermanfaat bagi pengelola tempat wisata

3. Bagi pengunjung

Peneliti menyarankan kepada pengunjung untuk merekomendasikan mengenai apa saja yang ada ditempat wisata tersebut, yang bertujuan untuk memberikan manfaat terhadap pengelola wisata tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- Wibowo, Agung Edy, *Metodologi Penelitian*, (Cirebon: Insani, 2021)
- Hakim, Ahmad Husnul, *Kaidah Tafsir Berbasis Terapan*, (Jawa Barat: Yayasan Elsiq Tabrok Ar-Rahman, 2019)
- Al-Maraghy, Ahmad Mushthafa, *Terjemah Tafsir Al- Maraghi*, (Semarang: Cv. Toha Putra, 1986)
- Nafi, Ahmad, *Kematangan Karier Peserta Didik Zaman Now*, (Yogyakarta: Cv Budi Utama, 2020)
- Sudarso, Andriasan, *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan*, (Yogyakarta: Deepublish, 2016)
- Ahmad, Ardat Indra Jaya, *Statistik Dalam Penelitian Kesehatan*, (Jakarta: Kencana, 2021)
- Kurniawan, Arif Rahman, *Total Marketing*, (Yogyakarta: Kobis, 2014)
- Sibarani, Choms Grady Ganda Tua, dkk, *Dasar-Dasar Kewirausahaan*, Cetakan 1 (Yayasan Kita Menulis, 2019)
- Sunyoto, Danang, *Metodologi dan Instrumen Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, (Jakarta: Center For Academic Publishing, 2013)
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, (Bandung: Pt. Sigma Examedia Arkanleema, 2015).
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta: Pt. Kumudasmoro Grafindo, 1994).
- Pertiwi, Dewi, *Pemasaran Jasa Pariwisata (Dilengkapi Dengan Model Penelitian Pariwisata Gedung Heritage Di Bandung Raya)*, (Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2021)
- Dewi, Dian Masita, dan Anis Wahdi, *Bisnis dan Perencanaan Bisnis Baru*, (Yogyakarta: Cv. Budi Utama, 2020)
- Djaali, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2020)

- Priyanto, Dwi, *Pengolahan Data Terpraktis*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2014)
- Roflin, Eddy, dkk, *Populasi, Sampel, Variabel Dalam Penelitian Kedokteran* , (Pekalongan: Pt. Nasya Expanding Management, 2021)
- Utama, Gusti Bagus Rai, *Pemasaran Wisata*, (Yogyakarta: Cv. Andi Offest, 2017)
- Haryanto, and Helena Ras Ulina Sembiring, *Membangun Pribadi Prima Dalam Pelayanan Publik*, (Jakarta: Media Nusantara Creative (Mnc) Publishing, 2021)
- Tanjung, Hendri, dan Abrista Dewi, *Metode Penelitian Ekonomi Islam*, (Bekasi: Gramata Publishing, 2013)
- Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Quran Dan Terjemahan*, (Jakarta: Unit Percetakan Al-Quran (Upq), 2018)
- Suryani, Lili, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: Cv. Budi Utama, 2015)
- Astuti, Miguna, dan Nurhafifah Matondang, *Manajemen Pemasaran Umkm Dan Digital Sosial Media*, (Yogyakarta: Cv Budi Utama, 2020)
- Nashar, *Kualitas Pelayanan Akan Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat*, (Bandung: Duta Media Publishing, 2021)
- Setiadi, Nugroho J., *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Kencana, 2010)
- Aswani, Nur dan Mansyur, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*, (Malang: Uin Maliki Press, 2011)
- Kotler, Philip, *Marketing Manajemen*, (Jakarta: Erlangga, 2010)
- Nathaniel, Raba, *Pengantar Bisnis*, (Uwais Inspirasi Indonesia, 2020)
- Sabri dan Melly Susanti, *Kewirausahaan*, (Bandung: Cv. Media Sains Indonesia, 2021)
- Al-Idrus, Sallim, *Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian*, (Malang: Media Nusa Creative, 2019)
- Damanik, Sarintan Efratani, *Pemberdayaan Masyarakat Desa Sekitar Kawasan Hutan* , (Sidoarjo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2019)
- Sedarmayanti, *Membangun dan Mengembangkan Kebudayaan Dan Industry Parawisata*, (Bandung: Pt. Refika Aditama, 2014)

Supriadi, *Konsep Harga Dalam Ekonomi Islam*, (Jakarta: Guepedia, 2018),

Tjiptono dan Fandy, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi, 2011)

Sumber Jurnal:

Dede, Apriyadi, “Analiss Pengaruh Ketepatan Waktu, Fasilitas Kereta Api Di Stasiun Purwosari”, *Magistra*, No. 99, Maret 2017

Andi, Daisy, “Persepsi dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Wisatawan Mengunjungi Objek Wisata”, *Hospitaliti*, Vol.3, No.3, 2020

Chyntia, Debby, dkk, “Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian”, *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*, Vol. IX, No. 1, 2022

Mariana, Dewi, Rachmawati Novaria dan Ute Ch Nasution, “Pengaruh Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Air Panas Pacet Di Kabupaten Mojokerto”, *Jurnal Program Studi Administrasi Bisnis*, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik 2018

Wiradipoetra, Faikar Adam, “Analisis Persepsi Wisatawan Mengenai Penurunan Kualitas Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung”, *Parawisata*, Vol. 2, No. 3, 2016

Wariki, Grace Marleen, dkk, “Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Tamansari Metropolitan Manado”, Vol. 3, No. 2, Juni 2015

Rizkiah, Isnaini Putri, “Pengaruh Citra Merek Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Dan Kepuasan Serta Dampaknya Pada Minat Kunjungan”, *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol. 5, No. 2, 2018

Santoso, Laurencia Veronika, “Analisis Pengaruh Price, Overall Satisfaction, Dan Trust Terhadap Intention To Retrun Pada Online Store Lazada”, *Jurnal Agora*, Vol. 6, No. 1

Mardiyani, dan Murwatiningsih, “Pengaruh Fasilitas dan Promosi Terhadap Keputusan Pengunjung Melalui Keputusan Berkunjung Sebagai Variabel Intervening”, *Manajemen Analisis* Vo. 4, No. 1”, Tahun 2015

- Al Faridho, Muhammad, “Perbandingan Pengeruh Perssepsi Terhadap Minat Masyarakat Untuk Mengunjungi Destinasi Parawisata Halal”, *Jurnal Jumpa* Vol. 1, Juli 2019
- Isa, Muhammad, dkk, ”Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Penumpang Menggunakan Jasa Angkutan Penyeberangan Pt. Asdp Indonesia Ferry (Persero) Cabang Sibolga,” *Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah* Vol. 2, No. 2, Juni 2019
- Nainggolan, Nora Pitri, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Dalam Membeli Rumah Di Kota Batam”, *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis* Vol.1, No. 17, 2018
- Alana, Peggy Rahma, dan Tanto Askriyandoko, “Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Goa Lowo Kecamatan Watulomo Kabupaten Trenggalek”, *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan*, Vol. 5, No.2, 2020
- Kadarisma, Putra, “Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Minat Berkunjung Dan Keputusan Berkunjung”, *Jurnal Adminitrasi Bisnis* Vol.26, No. 2, 2015
- Sulistiyana, Rezky Teguh, dkk, ”Pengaruh Fasilitas Wisata dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Museum Satwa”, *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol. 25, No. 1, Agustus 2015.
- Napitupulu, Rodame Monitorir, dkk, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap Di Rsud Gunung Tua Kec. Portibi Kab. Padang Lawas Utara,” *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis* Vol 4, No. 2 Juli 2018
- Fanggidae, Ronald P.C., “Pengukuran Tingkat Kepuasan Wisatawan Terhadap Fasilitas Wisata Di Pantai Lasiana” *Jurnal Manajemen Aset Insfraktur Dan Fasilitas*, Vol. 4, No. 1, Januari 2020
- Rosita, dkk, “Pengaruh Fasilitas Wisata dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Taman Margasatwa Ragunan Jakarta”, *Jurnal Manajemen Resolt Dan Leisure*, Vol. 13, No. 1, 2016.
- Palupi, Sari, “Pengaruh Lokasi, Kenyamanan dan Sarana Prasarana Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Taman Prestasi Surabaya”, *Jurnal Administrasi*, Vol. 4, No. 4, 2019
- Primadany, Sefira Ryalita, “Analisis Strategi Pengembangan Pariwisata Daerah” *Jurnal Administrasi Publik*, Vol.1, No. 4, 2016

Saputro, Wahyu Eko, dkk, “Analisis Daya Tarik Wisata, Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pantai Manggar Segara Sari Balikpapan)”, *Jurnal Geo Ekonomi Issn-Elektronik(E):2503-4790*, Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Balikpapan, 2020.

Sumber Lainnya:

Nurhasanah, dan Nurhazizah, Hasil Wawancara, Pengunjung Wisata Kolam Renang Mata Air Siharang-Karang, Jum’at 4 Februari 2022

Saddiah, Hasil Wawancara, Pengunjung Wisata Kolam Renang Puncak Angkola, Sabtu, 26 Maret 2022

Sakinah, dan Riski, Hasil Wawancara, Pengunjung Wisata Kolam Renang Mata Air Siharang-Karang, Sabtu, 26 Maret 2022

Ramadhan Harahap dan Ryan Siregar, Hasil Wawancara Pengunjung Wisata Kolam Renang Mata Air Siharang-Karang, Sabtu, 26 Maret 2022

Roslina, Wawancara Bersama Pemilik Kolam, Minggu, 20 Maret 2022

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Pribadi

Nama : JAHROL HAYATI SIREGAR
Nim : 18 402 00285
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat/Tanggal Lahir : Kampung Setia, 14 Oktober 2000
Agama : Islam
Anak ke : 2 (Dua)
Kewarganegaraan : Indonesia
Status : Mahasiswa
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)/ Ekonomi Syariah
Alamat : Desa Tinjoman Kec. Padangsidempuan Hutaimbaru
Kota Padangsidempuan
E-mail : jahrolhayati@gmail.com
No. Hp : 0853-7165-8370

B. Nama Orang Tua

Ayah : Henri Sultoni Siregar
Pekerjaan : Wiraswasta
Ibu : Efrida Hati
Pekerjaan : PNS guru
Alamat : Desa Tinjoman Kec. Padangsidempuan Hutaimbaru
Kota Padangsidempuan

C. Pendidikan

1. SD Negeri 200409 Sabungan Julu (2006-2012)
2. SMP Negeri 9 Padangsidempuan (2012-2015)
3. SMK Negeri 1 Padangsidempuan (2015-2018)
4. Tahun 2018 melanjutkan Pendidikan Program S-1 di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI).

D. Motto Hidup

Meniti Karir di Jalan Allah SWT

SURAT VALIDASI ANGKET

Menerangkan bahwa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rodame Monitorir Napitupulu, M.M

NIP : 198411302018012001

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket untuk kelengkapan penelitian yang berjudul: **“Determinan dalam Meningkatkan Minat Pengunjung pada Wisata Kolam Renang Mata Air Siharang-Karang”**.

Yang disusun oleh:

Nama : Jahrol Hayati Siregar

Nim : 18 402 00285

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Prodi : Ekonomi Syariah

Adapun masukan saya adalah sebagai berikut:

1.
2.
3.

Dengan harapan masukan dan penilaian yang saya berikan dapat dipergunakan untuk menyempurnakan dan memperoleh kualitas angket yang baik.

Padangsidempuan, Juni 2022

Validator

Rodame Monitorir Napitupuu, M.M
NIP. 198411302018012001

**LEMBAR VALIDASI
ANGKET MINAT BERKUNJUNG (Y)**

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya saudara memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun
2. Barilah tanda *Cheklis* (√) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi) dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

Indikator	No. Soal	V	VR	TV
Minat Transaksional	1,2			
Minat Referensial	3,4			
Minat Preferensial	5,6			
Minat Eksploratif	7,8			

Catatan:

.....

.....

.....

.....

Padangsidempuan, Juni 2022

Validator

Rodame Monitorir Napitupuu, M.M
NIP. 198411302018012001

LEMBAR VALIDASI
ANGKET KUALITAS PELAYANAN (X₁)

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya Saudari memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun
2. Barilah tanda *Cheklis* (√) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi) dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir

Indikator	No. Soal	V	VR	TV
Kehandalan	9,10			
Daya Tanggap	11,12			
Jaminnan dan Kepastian	13,14			
Empati	15,16			
Bukti Fisik	17,18			

Catatan:

.....

.....

.....

.....

Padangsidimpuan, Juni 2022

Validator

Rodame Monitorir Napitupuu, M.M
NIP. 198411302018012001

LEMBAR VALIDASI
ANGKET HARGA TIKET (X₂)

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya Saudari memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun
2. Barilah tanda *Cheklis* (√) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi) dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

Indikator	No. Soal	V	VR	TV
Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk	19,20			
Kesesuaian Harga Dengan Manfaat Produk	21,22			
Harga yang Terjangkau	23,24			

Catatan:

.....

.....

.....

.....

Padangsidimpuan, Juni 2022

Validator

Rodame Monitorir Napitupuu, M.M
NIP. 198411302018012001

LEMBAR VALIDASI
ANGKET LOKASI (X₃)

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya Saudari memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun
2. Barilah tanda *Cheklis* (√) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi) dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

Indikator	No. Soal	V	VR	TV
Akses	25,26			
Visibilitas	27,28			
Lalu Lintas	29,30			
Aman	31,32			
Nyaman	33,34			

Catatan:

.....

.....

.....

.....

Padangsidempuan, Juni 2022

Validator

Rodame Monitorir Napitupuu, M.M
NIP. 198411302018012001

LEMBAR VALIDASI
ANGKET FASILITAS (X₄)

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya Saudari memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun
2. Barilah tanda *Cheklis* (√) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi) dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

Indikator	No. Soal	V	VR	TV
Kelengkapan,kebersihan,dan kerapian fasilitas yang ditawarkan	35,36			
Kondisi dan fungsi fasilitas yang akan ditawarkan	37,38			
Kemudahan menggunakan fasilitas yang ditawarkan	39,40			

Catatan:

.....

.....

.....

.....

Padangsidempuan, Juni 2022

Validator

Rodame Monitorir Napitupuu, M.M
NIP. 198411302018012001

KATA PENGANTAR UNTUK ANGKET (KUESIONER)

Kepada Yth

Saudara / Saudari

Di –

Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dalam rangka penelitian tugas akhir/skripsi pada program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam rata di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan, saya :

Nama : Jahrol Hayati Siregar

NIM : 18 402 00285

Fakultas/Prodi : FakultasEkonomidanBisnis Islam -EkonomiSyariah

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

Informasi yang saudara/saudari berikan sangatlah berarti dalam menyelesaikan skripsi penelitian "**Determinan dalam Meningkatkan Minat Pengunjung pada Wisata Kolam Renang Mata Air Siharang-Karang**". Untuk mencapai maksud tersebut, peneliti memohon kesediaan saudara/saudari untuk mengisi kuesioner ini dengan memilih jawaban yang telah disediakan.

Atas bantuan dan kerjasama saudara/saudari meluangkan waktu untuk membantu peneliti dalam mengisi kuesioner ini, peneliti mengucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Padangsidempuan, Juni 2022

Hormat Saya

Jahrol Hayati Siregar
Nim. 18 402 00285

ANGKET PENELITIAN

DETERMINAN DALAM MENINGKATKAN MINAT PENGUNJUNG PADA WISATA KOLAM RENANG MATA AIR SIHARANG-KARANG

A. IDENTITAS RESPONDEN

Apakah anda pernah berkunjung ke Kolam Renang Mata Air Siharang-Karang?

Ya

Tidak

Jika Ya, silahkan jawab pertanyaan berikut:

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
3. Umur :

B. 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 TidakSetuju (STS)
5	4	3	2	1

4. Semua jawaban Bapak/Ibu, saudara/i dijamin kerahasiaannya.
5. Pernyataan ini semata untuk tujuan penelitian.

C. DAFTAR PERTANYAAN

1. Butir Angket Minat Berkunjung (Y)

No	Pernyataan	Tanggapan responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Saya tertarik berkunjung ke kolam renang mata air Siharang-karang					
2	Saya ingin berwisata ke kolam renang mata air Siharang-karang					
3	Saya bersedia merekomendasikan kolam renang mata air Siharang-karang kepada keluarga					
4	Saya berkenan merekomendasikan kolam renang mata air Siharang-karang kepada teman					
5	Saya memilih kolam renang mata air Siharang-karang sebagai objek wisata untuk menghabiskan waktu liburan					
6	Saya lebih suka kolam renang mata air Siharang-karang sebagai tempat wisata untuk rekreasi					
7	Saya mendapatkan informasi mengenai kolam renang mata air Siharang-karang dari orang yang sudah pernah berkunjung					
8	Saya mendapatkan informasi mengenai kolam renang mata air Siharang-karang dari media sosial					

2. Butir Angket Kualitas Pelayanan (X₁)

No	Pernyataan	Tanggapan reponden				
		SS	S	KS	TS	STS
9	Petugas wisata memiliki kemampuan dalam menyelesaikan masalah pengunjung dengan tepat					
10	Petugas wisata melayani dengan adil untuk semua pengunjung					
11	Petugas wisata memberikan respon yang cepat terhadap keinginan pengunjung					
12	Petugas wisata menyampaikan informasi dengan jelas kepada pengunjung					

13	Petugas wisata dapat dipercaya dalam melakukan pelayanan					
14	Petugas wisata memiliki sikap yang ramah dan sopan kepada wisatawan saat dilokasi wisata					
15	Petugas wisata melayani pengunjung dengan jelas					
16	Petugas wisata kolam renang mata air Siharang-karang melayani sesuai dengan keinginan pengunjung					
17	Lokasi wisata bersih					
18	Tersedia pondok dan tempat duduk yang bersih					

3. Butir Angket Harga Tiket (X₂)

No	Pernyataan	Tanggapan reponden				
		SS	S	KS	TS	STS
19	Harga tiket yang dibeli sesuai dengan sarana prasarana yang tersedia di kolam renang mata air Siharang-karang					
20	Harga tiket masuk ke kolam renang mata air Siharang-karang sesuai dengan kebersihan dan kejernihan air nya					
21	Harga tiket masuk di objek wisata kolam renang mata air Siharang-karang sesuai dengan kebutuhan pengunjung					
22	Harga tiket masuk ke kolam renang mata air Siharang-karang sesuai dengan harapan pengunjung					
23	Harga tiket masuk ke kolam renang mata air Siharang-karang terjangkau					
24	Harga tiket masuk sesuai dengan kemampuan ekonomi pengunjung					

4. Butir Angket Lokasi (X₃)

No	Pernyataan	Tanggapan responden				
		SS	S	KS	TS	STS
25	Kondisi jalan menuju lokasi wisata bagus					
26	Kondisi jalan menuju lokasi wisata dapat diakses dengan mudah					

27	Lokasi objek wisata kolam renang mata air Siharang-karang strategis					
28	Objek wisata kolam renang mata air Siharang-karang dapat dilihat dengan jelas					
29	Angkutan umum menuju objek wisata kolam renang mata air Siharng-karang tersedia setiap saat					
30	Lalu lintas menuju ke objek wisata kolam renang mata air Siharang-karang dapat dilalui dengan mudah					
31	Tempat parkir di area wisata kolam renang mata air Siharng-karang memadai dan aman					
32	Keamanan di lokasi kolam renang mata air Siharang-karang terjamin					
33	Masyarakat disekitar kolam renang mata air Siharang-karang ramah terhadap pengunjung					
34	Tersedia warung lain dengan harapan yang mudah diakses pengunjung					

5. Butir Angket Fasilitas (X4)

No	Pernyataan	Tanggapan responden				
		SS	S	KS	TS	STS
35	Fasilitas penunjang seperti tempat sholat memadai					
36	Kamar mandi dan kamar ganti bersih					
37	Fasilitas yang disediakan dapat berfungsi dengan baik					
38	Fasilitas yang disediakan dalam kondisi yang bagus					
39	Fasilitas yang tersedia mudah untuk dipergunakan pengunjung					
40	Fasilitas yang ada mudah diakses seperti jarak tempat parkir dengan lokasi wisata					

No	Harga Tiket (X2)						Jumlah
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	
1	4	4	4	4	4	5	25
2	4	5	5	5	4	4	27
3	4	5	5	5	5	5	29
4	4	4	3	3	4	5	23
5	5	5	5	5	4	3	27
6	5	5	5	4	4	5	28
7	4	4	4	4	4	4	24
8	4	4	3	3	3	3	20
9	4	4	4	4	4	4	24
10	4	4	4	4	4	3	23
11	5	5	4	4	4	3	25
12	4	5	5	5	3	3	25
13	5	5	5	5	4	4	28
14	4	4	4	4	4	3	23
15	4	4	4	4	4	4	24
16	5	5	5	4	4	4	27
17	4	5	5	5	5	5	29
18	5	5	4	4	5	5	28
19	4	4	4	4	4	4	24
20	4	4	4	4	5	4	25
21	5	4	4	4	4	4	20
22	4	4	4	4	4	4	24
23	5	5	5	5	5	5	30
24	4	5	5	5	5	5	29
25	4	5	5	5	4	4	27
26	5	5	4	4	4	4	26
27	5	5	4	3	3	4	24
28	4	4	4	4	4	4	24
29	5	5	4	4	4	4	26
30	5	5	5	5	5	5	30
31	4	5	5	4	4	5	27
32	4	4	4	4	4	4	24
33	5	5	4	4	4	4	26
34	4	5	5	4	5	4	27
35	5	5	5	5	5	5	30
36	4	4	5	5	5	5	28

37	4	4	4	4	4	4	24
38	4	4	4	4	4	4	24
39	4	4	4	3	3	3	21
40	5	5	5	5	5	5	30
41	3	4	4	4	4	4	23
42	5	5	5	5	5	5	30
43	5	5	5	5	5	5	30
44	5	5	5	4	4	4	27
45	5	5	5	5	5	5	30
46	5	5	5	5	5	5	30
47	5	5	5	5	5	4	29
48	5	5	5	5	5	5	30
49	4	4	4	4	4	4	24
50	5	5	5	4	4	5	28
51	4	4	5	4	5	5	27
52	4	5	5	4	5	4	27
53	4	4	4	5	4	4	25
54	5	4	4	4	4	4	25
55	4	4	4	4	5	5	26
56	5	5	5	5	4	4	28
57	4	4	4	4	4	4	24
58	5	5	4	4	5	4	27
59	5	5	4	4	4	5	27
60	4	4	5	5	5	5	28
61	4	5	3	4	3	4	23
62	3	5	4	2	3	5	22
63	4	4	4	4	4	2	22
64	5	5	5	5	5	5	30
65	4	4	4	4	4	4	24
66	4	4	4	4	4	3	23
67	5	5	4	4	4	5	27
68	5	5	5	3	3	4	25
69	4	4	4	4	4	4	24
70	4	4	4	5	5	4	26
71	5	4	5	5	4	4	27
72	5	5	5	5	5	5	30
73	4	4	4	4	4	4	24
74	5	5	4	5	5	4	28

75	4	4	4	4	4	4	4	24
76	5	5	5	5	5	5	5	30
77	4	5	5	5	5	4	4	28
78	5	5	5	5	4	3	3	27
79	4	5	5	5	5	5	5	29

Variabel X3 (Lokasi)											
No	Butir Pertanyaan										
Responden	1	2	3	4	5	6	7	8	9	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	4	42
74	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	42
75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
76	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	43
77	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	42
78	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
79	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	38

No	fasilitas (X4)						Jumlah
	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	X4.6	
1	3	5	4	5	5	5	27
2	3	5	5	3	5	5	26
3	4	5	5	5	5	5	29
4	4	4	4	4	4	4	24
5	5	4	5	4	4	4	26
6	5	5	4	5	5	5	29
7	5	4	4	4	4	4	25
8	4	4	3	3	3	3	20
9	4	4	4	4	4	4	24
10	4	4	4	4	5	4	25
11	5	5	5	4	4	4	27
12	3	3	4	4	4	4	22
13	4	5	5	5	5	5	29
14	3	4	4	4	4	4	23
15	3	4	4	4	5	5	25
16	4	5	5	5	5	5	29
17	4	5	5	5	5	5	29
18	3	4	5	5	5	5	27
19	4	5	5	4	4	4	26
20	5	5	5	5	5	5	30
21	3	4	4	4	4	4	23
22	4	4	4	4	4	4	24
23	4	4	4	4	4	4	24
24	3	3	3	3	3	4	19
25	3	3	5	4	4	4	23
26	5	5	5	5	5	5	30
27	4	4	4	4	4	4	24
28	4	4	4	4	4	4	24

29	3	5	5	5	5	5	28
30	4	4	4	4	4	4	24
31	5	4	4	5	5	5	28
32	4	4	4	5	4	4	25
33	5	5	5	5	5	5	30
34	5	5	4	4	4	4	26
35	5	5	4	4	4	4	26
36	4	4	5	5	5	5	28
37	4	4	4	4	4	4	24
38	3	3	4	4	4	4	22
39	3	5	5	5	5	5	28
40	4	4	3	4	4	4	23
41	3	3	3	3	4	3	19
42	4	4	4	4	4	4	24
43	3	3	3	5	5	5	24
44	3	3	3	4	4	3	20
45	4	4	4	4	4	4	24
46	4	4	4	4	3	4	23
47	4	4	5	4	4	4	25
48	3	5	5	4	4	4	25
49	4	4	4	4	4	4	24
50	4	4	4	4	4	4	24
51	4	4	5	4	3	3	23
52	3	3	3	3	3	2	17
53	5	5	5	5	5	5	30
54	4	5	5	4	4	4	26
55	4	5	5	5	5	4	28
56	4	4	5	5	5	5	28
57	4	4	4	4	4	4	24
58	5	5	5	5	5	5	30
59	3	4	4	4	4	4	23
60	5	5	5	5	5	5	30
61	4	4	4	4	4	4	24
62	4	4	4	4	4	4	24
63	3	3	3	3	3	3	18
64	4	4	4	4	4	4	24
65	5	5	5	5	5	4	29
66	4	4	4	3	3	2	20

67	5	5	5	5	2	2	24
68	4	4	4	4	4	4	24
69	4	4	4	3	3	2	20
70	4	4	4	4	4	5	25
71	4	5	5	5	4	5	28
72	4	5	5	5	5	4	28
73	4	4	3	3	4	5	23
74	5	5	5	5	4	5	29
75	5	5	5	4	4	5	28
76	4	4	4	4	5	4	25
77	4	4	3	3	4	4	22
78	4	4	4	4	5	5	26
79	4	4	4	4	5	5	26

No	Minat pengunjung (Y)								Jumlah
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	
1	4	4	4	5	5	5	4	4	35
2	5	5	5	4	4	4	4	4	35
3	5	5	5	5	5	5	4	4	38
4	4	4	4	4	4	4	4	5	33
5	5	5	5	5	4	4	4	3	35
6	4	4	5	5	5	5	4	4	36
7	5	4	4	4	4	4	4	3	32
8	4	4	4	4	4	3	3	3	29
9	4	4	4	4	4	4	4	5	33
10	4	4	4	4	4	4	4	4	32
11	4	4	4	4	4	5	5	5	35
12	4	4	4	4	3	4	4	4	31
13	5	5	5	5	5	5	4	4	38
14	4	4	4	4	4	4	4	4	32
15	4	4	4	3	4	4	4	4	31
16	4	3	4	4	4	4	3	4	30
17	4	3	4	4	4	4	4	4	31
18	4	4	4	4	4	4	4	4	32
19	4	4	4	4	4	4	4	4	32
20	4	4	4	4	4	4	4	4	32
21	4	4	3	4	4	4	4	4	31

60	3	4	4	4	4	4	4	4	31
61	3	3	3	4	4	4	4	4	29
62	3	3	3	3	3	3	3	3	24
63	3	4	4	4	4	2	4	4	29
64	3	5	5	5	5	2	5	5	35
65	3	4	3	4	4	3	2	5	28
66	4	4	4	3	3	3	3	3	27
67	4	5	4	4	4	4	4	4	33
68	4	4	4	4	4	4	4	4	32
69	3	3	3	3	3	3	3	5	26
70	5	5	4	4	5	4	4	4	35
71	5	5	4	4	4	5	4	4	35
72	4	4	5	5	5	5	4	4	36
73	4	5	3	4	3	4	5	4	32
74	3	5	4	2	3	5	5	5	32
75	4	4	4	4	4	2	5	5	32
76	5	5	5	5	5	5	5	5	40
77	4	4	4	4	4	4	5	5	34
78	4	4	4	4	4	3	4	4	31
79	5	5	4	4	4	5	4	5	36

	Sig. (2-tailed)	.898	.074	.027	.026	.000	.007	.001	.024		.0
	N	79	79	79	79	79	79	79	79	79	
X1.10	Pearson Correlation	.203	-.071	.020	.364**	.315**	.285*	.207	.171	.249*	
	Sig. (2-tailed)	.072	.536	.861	.001	.005	.011	.067	.133	.027	
	N	79	79	79	79	79	79	79	79	79	
K.pelayanan	Pearson Correlation	.549**	.537**	.567**	.422**	.548**	.534**	.508**	.437**	.592**	.51
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.0
	N	79	79	79	79	79	79	79	79	79	

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

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

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	H.tiket
X2.1	Pearson Correlation	1	.527**	.335**	.283*	.203	.166	.614**
	Sig. (2-tailed)		.000	.003	.012	.073	.144	.000
	N	79	79	79	79	79	79	79
X2.2	Pearson Correlation	.527**	1	.570**	.331**	.227*	.323**	.681**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.003	.044	.004	.000
	N	79	79	79	79	79	79	79
X2.3	Pearson Correlation	.335**	.570**	1	.648**	.492**	.363**	.790**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000		.000	.000	.001	.000
	N	79	79	79	79	79	79	79
X2.4	Pearson Correlation	.283*	.331**	.648**	1	.650**	.242*	.746**
	Sig. (2-tailed)	.012	.003	.000		.000	.031	.000
	N	79	79	79	79	79	79	79
X2.5	Pearson Correlation	.203	.227*	.492**	.650**	1	.535**	.744**
	Sig. (2-tailed)	.073	.044	.000	.000		.000	.000
	N	79	79	79	79	79	79	79
X2.6	Pearson Correlation	.166	.323**	.363**	.242*	.535**	1	.637**
	Sig. (2-tailed)	.144	.004	.001	.031	.000		.000
	N	79	79	79	79	79	79	79
H.tiket	Pearson Correlation	.614**	.681**	.790**	.746**	.744**	.637**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	79	79	79	79	79	79	79

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

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

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

Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	X4.6	Fasilitas
X4.1	Pearson Correlation	1	.541**	.351**	.332**	.096	.157	.546**
	Sig. (2-tailed)		.000	.002	.003	.399	.168	.000
	N	79	79	79	79	79	79	79
X4.2	Pearson Correlation	.541**	1	.707**	.557**	.401**	.424**	.803**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	79	79	79	79	79	79	79
X4.3	Pearson Correlation	.351**	.707**	1	.638**	.399**	.396**	.773**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000		.000	.000	.000	.000
	N	79	79	79	79	79	79	79
X4.4	Pearson Correlation	.332**	.557**	.638**	1	.623**	.591**	.833**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.000		.000	.000	.000
	N	79	79	79	79	79	79	79
X4.5	Pearson Correlation	.096	.401**	.399**	.623**	1	.800**	.751**
	Sig. (2-tailed)	.399	.000	.000	.000		.000	.000
	N	79	79	79	79	79	79	79
X4.6	Pearson Correlation	.157	.424**	.396**	.591**	.800**	1	.768**
	Sig. (2-tailed)	.168	.000	.000	.000	.000		.000
	N	79	79	79	79	79	79	79
Fasilitas	Pearson Correlation	.546**	.803**	.773**	.833**	.751**	.768**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	79	79	79	79	79	79	79

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

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8
Y.1	Pearson Correlation	1	.574**	.546**	.473**	.466**	.513**	.277*	.1
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.013	.2
	N	79	79	79	79	79	79	79	
Y.2	Pearson Correlation	.574**	1	.538**	.397**	.461**	.403**	.445**	.2

	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	79	79	79	79	79	79	79	79	79
Y.3	Pearson Correlation	.546**	.538**	1	.658**	.653**	.406**	.398**	.1	.1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.1	.1
	N	79	79	79	79	79	79	79	79	79
Y.4	Pearson Correlation	.473**	.397**	.658**	1	.736**	.320**	.344**	.2	.2
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.004	.002	.0	.0
	N	79	79	79	79	79	79	79	79	79
Y.5	Pearson Correlation	.466**	.461**	.653**	.736**	1	.411**	.368**	.2	.2
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.001	.0	.0
	N	79	79	79	79	79	79	79	79	79
Y.6	Pearson Correlation	.513**	.403**	.406**	.320**	.411**	1	.282*	.1	.1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.004	.000		.012	.2	.2
	N	79	79	79	79	79	79	79	79	79
Y.7	Pearson Correlation	.277*	.445**	.398**	.344**	.368**	.282*	1	.43	.43
	Sig. (2-tailed)	.013	.000	.000	.002	.001	.012		.0	.0
	N	79	79	79	79	79	79	79	79	79
Y.8	Pearson Correlation	.137	.256*	.163	.251*	.267*	.121	.433**		
	Sig. (2-tailed)	.228	.023	.150	.026	.018	.290	.000		
	N	79	79	79	79	79	79	79	79	79
M.pengujung	Pearson Correlation	.725**	.734**	.774**	.746**	.779**	.646**	.640**	.48	.48
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.0	.0
	N	79	79	79	79	79	79	79	79	79

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.692	10

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.783	6

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.714	10

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.838	6

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.837	8

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
K.pelayanan	79	26	47	38.41	4.053
H.tiket	79	20	30	26.16	2.628
Lokasi	79	35	50	42.59	3.006
Fasilitas	79	17	30	25.10	3.049
M.pengunjung	79	24	40	31.77	3.206
Valid N (listwise)	79				

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual
N	79
Normal Parameters ^{a,b} Mean	.0000000

	Std. Deviation	2.85824809
Most Extreme Differences	Absolute	.073
	Positive	.072
	Negative	-.073
Test Statistic		.073
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

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

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
		1	(Constant)	22.594			7.459	
	K.pelayanan	.019	.083	.024	.228	.820	.978	1.023
	H.tiket	.288	.133	.236	2.165	.034	.904	1.106
	Lokasi	-.150	.114	-.141	-1.323	.190	.944	1.059
	Fasilitas	.292	.113	.278	2.594	.011	.938	1.067

a. Dependent Variable: M.pengunjung

Correlations

			K.pelayanan	H.tiket	Lokasi	Fasilitas	Uns
Spearman's rho	K.pelayanan	Correlation Coefficient	1.000	.131	.089	-.068	
		Sig. (2-tailed)	.	.251	.437	.554	
		N	79	79	79	79	
	H.tiket	Correlation Coefficient	.131	1.000	-.147	.213	
		Sig. (2-tailed)	.251	.	.195	.059	
		N	79	79	79	79	

	N		79	79	79	79
Lokasi	Correlation Coefficient		.089	-.147	1.000	-.115
	Sig. (2-tailed)		.437	.195	.	.312
	N		79	79	79	79
Fasilitas	Correlation Coefficient		-.068	.213	-.115	1.000
	Sig. (2-tailed)		.554	.059	.312	.
	N		79	79	79	79
Unstandardized Residual	Correlation Coefficient		-.075	.004	-.070	-.069
	Sig. (2-tailed)		.511	.969	.542	.548
	N		79	79	79	79

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.453 ^a	.205	.162	2.934	2.379

a. Predictors: (Constant), Fasilitas, K.pelayanan, Lokasi, H.tiket

b. Dependent Variable: M.pengunjung

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	22.594	7.459		3.029	.003
	K.pelayanan	.019	.083	.024	.228	.820
	H.tiket	.288	.133	.236	2.165	.034
	Lokasi	-.150	.114	-.141	-1.323	.190
	Fasilitas	.292	.113	.278	2.594	.011

a. Dependent Variable: M.pengunjung

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
-------	---	----------	-------------------	----------------------------

1	.453 ^a	.205	.162	2.934
---	-------------------	------	------	-------

a. Predictors: (Constant), Fasilitas, K.pelayanan, Lokasi, H.tiket

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
		1	(Constant)	22.594		
	K.pelayanan	.019	.083	.024	.228	.820
	H.tiket	.288	.133	.236	2.165	.034
	Lokasi	-.150	.114	-.141	-1.323	.190
	Fasilitas	.292	.113	.278	2.594	.011

a. Dependent Variable: M.pengunjung

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	164.671	4	41.168	4.781	.002 ^b
	Residual	637.227	74	8.611		
	Total	801.899	78			

a. Dependent Variable: M.pengunjung

b. Predictors: (Constant), Fasilitas, K.pelayanan, Lokasi, H.tiket

DOKUMENTASI PENELITIAN

Pengisian angket oleh Responden Nurul



Pengisian angket oleh Responden Muti



Pengisian angket oleh Responden Raisya



Pengisian angket oleh Responden Riska



Pengisian angket oleh Responden Winda



Pengisian angket oleh Responden ibu Rusdiyani



Pengisian angket oleh Responden Fadli



Pemandian Kolam renang mata air Siharang-karang





Tempat pembilasan kolam renang mata air Siharang-Karang



Kantin kolam renang mata air Siharang-Karang



Pondok kolam renang mata air Siharang-karang





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 : 1871 /In.14/G.1/G.4c/TL.00/06/2022
Hal : **Mohon Izin Riset**

28 Juni 2022

Yth. Kepala Desa Lembah Lubuk Raya Kec. Padangsidimpuan Hutaimbaru

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


Nama : Jahrol Hayati Siregar
NIM : 1840200285
Semester : VIII (Delapan)
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 dalam Meningkatkan Minat Pengunjung pada Wisata Kolam Renang Mata Air Siharang-karang".

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.

a.n Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik


Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

KOLAM RENANG MATA AIR SIHARANG-KARANG
Kel. Lembah Lubuk Raya Kec. Padangsidempuan Hutaimbaru
Kota Padangsidempuan

Hal: Balasan Riset
Kepada yth:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan

Dengan Hormat,

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Rosliana Dalimunthe
Jabatan : Pemilik

Menerangkan bahwa

Nama : Jahrol Hayati Siregar
NIM : 18 401 00285
Semester : IX (Sembilan)
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Riset : Determinan Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Pada
Wisata Kolam Renang Mata Air Siharang-Karang

Telah kami setuju untuk melakukan penelitian di kolam renang mata air Siharang-karang sebagai syarat menyusun skripsi dengan judul Determinan Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Pada Wisata Kolam Renang Mata Air Siharang-karang

Demikian surat izin penelitian ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Padangsidempuan, 10 Agustus 2022

pemilik



Rosliana Dalimunthe



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) 22060 Faximile (0634) 24022

Nomor : 3301 /In.14/G.1/G.4c/PP.00.9/12/2021
Lampiran : -
Hal : **Penunjukan Pembimbing Skripsi**

31 Desember 2021

Yth. Ibu;

1. Rodame Monitorir Napitupulu : Pembimbing I
2. Rini Hayati Lubis : Pembimbing II

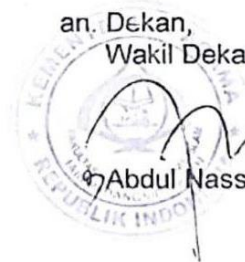
Dengan hormat, bersama ini disampaikan kepada Ibu bahwa, berdasarkan hasil sidang tim pengkajian kelayakan judul skripsi, telah ditetapkan judul skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Jahrol Hayati Siregar
NIM : 1840200285
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Determinan dalam Meningkatkan Minat Pengunjung pada Wisata Kolam Renang Mata Air Siharang-karang.

Untuk itu, diharapkan kepada Ibu bersedia sebagai pembimbing mahasiswa tersebut dalam penyelesaian skripsi dan sekaligus penyempurnaan judul bila diperlukan.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

an. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik



Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Jahrol Hayati

ORIGINALITY REPORT

17%	16%	6%	8%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

 1	etd.iain-padangsidimpuan.ac.id Internet Source	7%
 2	Submitted to IAIN Padangsidimpuan Student Paper	3%
 3	Submitted to Universitas Nasional Student Paper	1%
 4	adoc.pub Internet Source	1%
 5	eprints.ums.ac.id Internet Source	<1%
 6	Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Student Paper	<1%
 7	repo.iain-tulungagung.ac.id Internet Source	<1%
 8	etheses.iainponorogo.ac.id Internet Source	<1%
 9	jurnal.untag-sby.ac.id Internet Source	<1%