

PENGARUH SIKAP DAN MINAT TERHADAP KEPUTUSAN BERWISATA DI PANTAI RANDUSANGA INDAH KABUPATEN BREBES

Iskandar¹

¹Dosen STIE Widya Manggalia Brebes

Abstrak

Randusanga Indah merupakan salah satu objek wisata yang berada di Kabupaten Brebes yang menjual jasa lingkungan (*environmental service*) kepada konsumen disamping dengan penyediaan wisata lainnya seperti wisata kuliner, dan lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, adakah pengaruh sikap dan minat terhadap keputusan berwisata pada Pantai Randusanga Indah Kabupaten Brebes ; Disamping itu untuk mengetahui berapa besar pengaruh sikap dan minat terhadap keputusan berwisata pada Pantai Randusanga Kabupaten Brebes; Serta untuk mengetahui variable manakah yang paling berpengaruh terhadap keputusan berwisata di Pantai Randusanga Kabupaten Brebes. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan tipe explanatory yaitu berupa penjelasan dan penggambaran Pengaruh Sikap dan Minat Terhadap Keputusan Berwisata Di Pantai Randusanga Indah Kabupaten Brebes. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap dan minat mempunyai pengaruh terhadap keputusan berwisata pada Pantai Randusanga Indah Kabupaten Brebes. Hal ini sesuai dengan hasil perhitungan korelasi *rank spearman* antara sikap terhadap keputusan berwisata adalah sebesar 0,838. Sedangkan korelasi *rank spearman* antara minat dengan keputusan berwisata didapat nilai 0,875. Sikap dan minat mempunyai pengaruh yang kuat dan signifikan terhadap keputusan berwisata pada Pantai Randusanga Indah Kabupaten Brebes. Hal ini dibuktikan dengan hasil perhitungan regresi sederhana yang diperoleh hasil $Y = 8,652 + 0,320 X_1 + 0,529 X_2$.

Kata Kunci : *Randusanga, Pantai, Brebes, pendekatan Kuantitatif, Explanatory*

1. Pendahuluan

Salah satu persoalan yang dihadapi dalam dunia usaha yang perlu diperhatikan oleh hampir semua perusahaan yakni mengenai kualitas. Begitu juga dalam dunia wisata yang harus tetap memperhatikan kualitas-kualitas pelayanan dan dengan memperhatikan sikap yang dilakukan oleh para pengunjung.

Oleh karena itu, sikap dari konsumen harus mendapatkan perhatian yang lebih dengan tanpa melupakan faktor-faktor yang lainnya, dimana sikap konsumen bisa membantu perusahaan atau pengelola dalam mengambil tindakan atau menggunakan strategi apa yang tepat, yang dapat digunakan untuk menarik konsumen, agar konsumen mau menggunakan jasa yang ditawarkan. Jika pengelola tidak memperhatikan hal-hal ini, maka akan mengurangi tingkat pembelian konsumen dan dapat mengurangi

pendapatan dan juga menimbulkan kerugian bagi perusahaan atau dinas itu sendiri. Dimana para konsumennya berpindah ke tempat wisata lainnya. Sehingga dapat dikatakan bahwa pengunjung atau wisatawan merupakan konsumen yang harus mendapat perhatian dari pelaku pemasaran objek wisata.

Seiring dengan perkembangan, objek wisata pantai telah berkembang menjadi sebuah industri yang mendatangkan keuntungan, selain itu dapat memberi peluang terbukanya lapangan usaha bagi masyarakat sekitar. Hal ini lebih jelas sesuai dengan arah kebijakan pemerintah terhadap sektor pariwisata. Pengusaha objek wisata pantai tidak terlepas dengan daya tarik yang terdapat di lingkungan pantai. Pantai Randusanga Indah merupakan salah satu objek wisata yang berada di Kabupaten Brebes yang menjual

jasa lingkungan (*environmental service*) kepada konsumen disamping dengan penyediaan wisata lainnya seperti wisata kuliner, dan lainnya.

Memahami persepsi pengunjung objek wisata Pantai Randusanga Indah sangat bermanfaat terhadap strategi pemasaran objek wisata. Hal tersebut menyangkut apa saja yang dipertimbangkan pengunjung atau wisatawan dalam pengambilan keputusan untuk berkunjung. Kegiatan tersebut tentunya tidak terlepas dari proses konsumsi seorang konsumen yang dalam hal ini adalah pengunjung atau wisatawan yang akan membeli jasa lingkungan yang disediakan oleh objek wisata.

Berdasarkan hal-hal tersebut maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian pada sikap dan minat wisatawan atau pengunjung dengan menyusun skripsi yang berjudul “Pengaruh Sikap dan Minat Terhadap Keputusan Berwisata Di Pantai Randusanga Indah Kabupaten Brebes”.

Obyek wisata Pantai Randusanga Indah adalah salah satu obyek wisata yang terdapat di Kabupaten Brebes, yang pengelolaannya dilakukan sendiri oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Brebes. Dalam pelaksanaan operasional keseharian obyek wisata tersebut sangatlah perlu didukung dengan tingkat pengunjung obyek wisata. Salah satu yang harus dilakukan oleh pengelola diantaranya yaitu dengan memperhatikan apa yang diinginkan oleh para pengunjung.

Atas permasalahan tersebut diatas, maka permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah :

1. Adakah pengaruh sikap dan minat terhadap keputusan berwisata di Pantai Randusanga Indah Kabupaten Brebes?
2. Berapa besar pengaruh sikap dan minat keputusan berwisata di Pantai Randusanga Indah Kabupaten Brebes ?
3. Variabel manakah yang paling berpengaruh terhadap keputusan

berwisata di Pantai Randusanga Indah Kabupaten Brebes ?

Dalam penelitian ini, tujuan yang ingin dicapai diantaranya yaitu :

1. Untuk mengetahui adakah pengaruh sikap dan minat terhadap keputusan berwisata di Pantai Randusanga Indah Kabupaten Brebes.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh sikap dan minat keputusan berwisata di Pantai Randusanga Indah Kabupaten Brebes.
3. Untuk mengetahui variabel manakah yang paling berpengaruh terhadap keputusan berwisata di Pantai Randusanga Indah Kabupaten Brebes.

2. Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan tipe explanatory yaitu berupa penjelasan dan penggambaran Pengaruh Sikap dan Minat Terhadap Keputusan Berwisata Di Pantai Randusanga Indah Kabupaten Brebes, karena sejauh ini penulis ingin menjelaskan sejauh mana Sikap dan Minat dapat mempengaruhi Keputusan Berwisata Di Pantai Randusanga Indah Kabupaten Brebes

Objek Penelitian

Yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah wisatawan pada obyek wisata Pantai Randusanga Indah Kabupaten Brebes.

Metode Analisis Data

a. Analisis *rank spearman's rho*

Untuk mengetahui derajat pengaruh antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) maka digunakan rumus *rank spearman's rho* sebagai berikut :

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum d^2}{n(n^2 - 1)}$$

- Dimana :
- d : perbedaan antara urutan dari nilai-nilai X dan Y yang bersangkutan
- n : jumlah nilai (X, Y) dalam data
- b. Koefisien determinasi
- Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Nilai R^2 terletak antara 0 sampai dengan 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$). Tujuan menghitung koefisien determinasi adalah untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Perhitungan nilai koefisien determinasi ini diformulasikan sebagai berikut:

$$R^2 = \frac{ESS}{TSS}$$

- Keterangan :
- R^2 = Koefisien determinasi majemuk (*multiple coefficient of determinant*), yaitu proporsi variabel terikat yang dapat dijelaskan oleh variabel bebas secara bersama-sama.
- ESS = *Explained sum of squares*, atau jumlah kuadrat yang dijelaskan atau variabel nilai variabel terikat yang ditaksir di sekitar rata-ratanya.
- TSS = *Total sum of squares*, atau total variabel nilai variabel terikat sebenarnya di sekitar rata-rata sampelnya.
- c. Analisis Regresi Berganda
- Analisis regresi berganda digunakan untuk mengidentifikasi atau meramalkan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap satu variabel terikat dan untuk membuktikan ada tidaknya hubungan fungsional atau kausal antara dua atau lebih variabel bebas. Statistik untuk menguji hipotesis

dalam penelitian ini menggunakan metode regresi linier berganda dengan rumus:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

Keterangan :

- Y = Keputusan berwisata
- a = Konstanta persamaan regresi
- b_1, b_2 = Koefisien regresi
- x_1 = Sikap
- x_2 = Minat

3. Hasil Dan Pembahasan

1. Uji *rank spearman's rho*, uji T dan uji F
- Berikut adalah tabel yang menjelaskan hasil uji *rank spearman* :

Tabel 1: Hasil uji *rank spearman*

Correlations				
		SIKAP	MINAT	KEPUTUSAN _BERWISATA
Spearman's rho	Correlation Coefficient	1.000	.892**	.838**
	Sig. (2-tailed)	.	.000	.000
	N	100	100	100
MINAT	Correlation Coefficient	.892**	1.000	.875**
	Sig. (2-tailed)	.000	.	.000
	N	100	100	100
KEPUTUSAN _BERWISATA	Correlation Coefficient	.838**	.875**	1.000
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.
	N	100	100	100

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

Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa korelasi *rank spearman* antara sikap dengan keputusan berwisata adalah sebesar 0,838. Yang mempunyai arti korelasi antara sikap dengan keputusan berwisata adalah sangat kuat. Sedangkan korelasi *rank spearman* antara minat dengan keputusan berwisata didapat nilai 0,875. Yang mempunyai arti bahwa korelasi antara minat

dengan keputusan berwisata adalah sangat kuat.

2. Uji determinasi

Tabel 2 : Uji determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.885 ^a	.783	.779	1.173

a. Predictors: (Constant), MINAT, SIKAP

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN_BERWISATA

Kuatnya pengaruh ini dapat dilihat pada koefisien determinasi sebesar 0,783 atau 78,3 persen. Hal ini mengartikan bahwa 78,3 persen keputusan berwisata pengunjung Pantai Randusanga Indah Kabupaten Brebes dipengaruhi oleh sikap dan minat.

3. Regresi Berganda

Pada perhitungan regresi berganda diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 3 : Hasil perhitungan regresi berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.652	1.489		5.810	.000
	SIKAP	.320	.102	.340	3.134	.002
	MINAT	.529	.102	.566	5.210	.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN_BERWISATA

Dari hasil perhitungan tersebut maka dapat dibuat persamaan $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$ adalah $Y = 8,652 + 0,320 X_1 + 0,529 X_2$

Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa nilai konstanta sebesar 8,652 yang mengartikan bahwa jika variabel sikap dan minat diabaikan maka keputusan berwisata pada Pantai Randusanga Indah Kabupaten Brebes sebesar 8,652 satuan. Sedangkan pada variabel sikap (X_1) diperoleh nilai 0,320 artinya jika variabel sikap dinaikkan sebesar satu satuan maka keputusan berwisata pada Pantai Randusanga Indah Kabupaten Brebes akan meningkat sebesar 0,320 satuan kali. Pada

variabel minat (X_2) didapat nilai sebesar 0,529 yang mengartikan bahwa jika variabel minat dinaikkan sebesar satu satuan maka keputusan berwisata pada Pantai Randusanga Indah Kabupaten Brebes akan naik sebesar 0,529 satuan kali.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan yang telah diuraikan di atas, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- 1) Sikap dan minat mempunyai pengaruh terhadap keputusan berwisata pada Pantai Randusanga Indah Kabupaten Brebes. Hal ini sesuai dengan hasil perhitungan korelasi *rank spearman* antara sikap terhadap keputusan berwisata adalah sebesar 0,838. Yang mempunyai arti korelasi antara sikap dengan keputusan berwisata adalah sangat kuat. Sedangkan korelasi *rank spearman* antara minat dengan keputusan berwisata didapat nilai 0,875. Yang mempunyai arti bahwa korelasi antara minat dengan keputusan berwisata adalah sangat kuat. Hal ini dibuktikan dengan perhitungan koefisien determinasi yang didapat sebesar 0,783 atau 78,3 persen, yang mengartikan bahwa 78,3 persen keputusan berwisata pengunjung Pantai Randusanga Indah Kabupaten Brebes dipengaruhi oleh sikap dan minat. Uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara sikap dan minat terhadap keputusan berwisata di Pantai Randusanga Indah Kabupaten Brebes adalah diterima.
- 2) Sikap dan minat mempunyai pengaruh yang kuat dan signifikan terhadap keputusan berwisata pada Pantai Randusanga Indah Kabupaten Brebes. Hal ini dibuktikan dengan hasil perhitungan regresi sederhana yang diperoleh hasil $Y = 8,652 + 0,320 X_1 + 0,529 X_2$. Dari persamaan

tersebut dapat dijelaskan bahwa nilai konstanta sebesar 8,652 yang mengartikan bahwa jika variabel sikap dan minat diabaikan maka keputusan berwisata pada Pantai Randusanga Indah Kabupaten Brebes sebesar 8,652 satuan. Sedangkan pada variabel sikap (X_1) diperoleh nilai 0,320 artinya jika variabel sikap dinaikkan sebesar satu satuan maka keputusan berwisata pada Pantai Randusanga Indah Kabupaten Brebes akan meningkat sebesar 0,320 satuan kali. Pada variabel minat (X_2) didapat nilai sebesar 0,529 yang mengartikan bahwa jika variabel minat dinaikkan sebesar satu satuan maka keputusan berwisata pada Pantai Randusanga Indah Kabupaten Brebes akan naik sebesar 0,529 satuan kali. Sedangkan hasil perhitungan uji t_{hitung} dengan menggunakan tingkat kepercayaan 95 persen ($\alpha/2 = 0,05/2 = 0,025$) dan derajat kebebasan $N-k$ ($100-2$) diperoleh t_{tabel} sebesar 1,984 dan hasil perhitungan pada SPSS menunjukkan $X_1 = 3,134$ yang mengartikan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$. Hal tersebut menunjukkan bahwa H_0 ditolak atau sikap secara signifikan berpengaruh terhadap keputusan berwisata pada Pantai Randusanga Indah Kabupaten Brebes. Sedangkan pada X_2 didapat 5,210 yang mempunyai arti bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$. Hal tersebut menunjukkan bahwa H_0 ditolak atau minat secara signifikan berpengaruh terhadap keputusan berwisata pada Pantai Randusanga Indah Kabupaten Brebes. Hasil perhitungan tersebut dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel sikap dan variabel minat mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan berwisata pada Pantai Randusanga Indah Kabupaten Brebes. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang kedua yang

menyatakan terdapat pengaruh yang kuat dan signifikan antara sikap dan minat terhadap keputusan berwisata di Pantai Randusanga Indah Kabupaten Brebes adalah diterima.

- 3) Minat mempunyai pengaruh yang dominan terhadap keputusan berwisata di Pantai Randusanga Indah Kabupaten Brebes. Hal ini dibuktikan dengan hasil perhitungan regresi sederhana yang diperoleh hasil $Y = 8,652 + 0,320 X_1 + 0,529 X_2$. Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa nilai konstanta sebesar 8,652 yang mengartikan bahwa jika variabel sikap dan minat diabaikan maka keputusan berwisata pada Pantai Randusanga Indah Kabupaten Brebes sebesar 8,652 satuan. Sedangkan pada variabel sikap (X_1) diperoleh nilai 0,320 artinya jika variabel sikap dinaikkan sebesar satu satuan maka keputusan berwisata pada Pantai Randusanga Indah Kabupaten Brebes akan meningkat sebesar 0,320 satuan kali. Pada variabel minat (X_2) didapat nilai sebesar 0,529 yang mengartikan bahwa jika variabel minat dinaikkan sebesar satu satuan maka keputusan berwisata pada Pantai Randusanga Indah Kabupaten Brebes akan naik sebesar 0,529 satuan kali. Dari uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang ketiga yang menyatakan sikap mempunyai pengaruh yang dominan terhadap keputusan berwisata di Pantai Randusanga Indah Kabupaten Brebes adalah ditolak.

5. Daftar Pustaka

- [1] Amirullah, 2002, *Perilaku Konsumen*, Penerbit Graha Ilmu, Yogyakarta : Graha Ilmu
- [2] Arikunto, Suharsimi, 2010, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Edisi Revisi 2010, Yogyakarta : Rineka Cipta

- [3] Assael H., 2002, *Consumers Behavior and Marketing Action*, Edisi 3, Boston Massachusset : Kent Publishing Company
- [4] Djarwanto dan Pangestu Subagyo, 1994, *Statistik Induktif*, Yogyakarta : LP3ES
- [5] Engel, James F, Roger D, Blackwell dan Paul W. Minardi, 1994, *Perilaku Konsumen*, Jakarta : Binarupa Aksara
- [6] Kotler, Philip, 1997, *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan Implementasi Dan Kontrol*, Jilid 1, Jakarta : Prenhalindo
- [7] Kotler, Philip, 2002, *Manajemen Pemasaran 1*, Edisi Milenium, Prenhallindo Jakarta, Prenhallindo
- [8] Peter. J. Paul C. Olson, 1999, *Consumer Behavior Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, edisi keempat, cetakan pertama, Jakarta : Erlangga
- [9] Saifudin, Azwar, 1997, *Reliabilitas dan Validitas*, Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- [10] Singarimbun, M., dan Sofyan Effendi, 1989, *Metode Penelitian Survei*, Edisi Revisi, Jakarta : PT. Pustaka LP3ES
- [11] Sugiyono, 2002, *Metode Penelitian Bisnis*, Cetakan Pertama, Bandung : Alfabeta
- [12] Swastha, Basu, Irawan, 1992, *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi Kedua, Yogyakarta : Liberty
- [13] Swastha, Basu, dan T. Hani Handoko, 2000, *Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen*, Edisi Pertama, Cetakan Ketiga, Yogyakarta : BPFE