

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Berdari asal mula Demak Green Garden ini adalah lahan kuning atau zona kuning pada tahun 2019 ini merupakan sebuah rawa atau sawah dimana rawa tersebut terdapat di mijen atau banyak masyarakat sekitar mijen dan karanganyar ini menyebutnya rawa mijen dimana sebelumnya hanya sebuah rawa yang tidak bisa difungsikan sebagai lahan pertanian dan hanya tumbuh semak belukar dan eceng gondok ini merupakan milik dari dua kecamatan yaitu karanganyar dan mijen. Demak Green Garden atau biasa masyarakat sekitar menyebutnya dengan “Rawa Mijen” . merupakan sebuah tempat wisata terbaru dan menjadi tempat wahana air terbesar yang berada di Kabupaten Demak. Lebih tepatnya lokasi wisata tersebut berada ditengah-tengah 4 desa, yakni Desa Mijen, Desa Kotakan, Desa Gempol Songo dan Desa Bremsi.

Asal muasal tempat wisata tersebut dibangun karena memang dulunya kawasan tersebut memang sudah menjadi area rawa yang mana kondisi tanah tersebut apabila musim hujan terkena air dan musim panas kekurangan air. Pada tahun 2020 owner ingin mencoba memberikan kemasan baru atau ide baru gimana caranya rawa ini bisa menjadikan hal yang berbeda dari biasanya seperti halnya jika diolah sebagai pertanian itu sangat sudah biasa karena demak terkenal dengan pertaniannya atau identik dengan pertaniannya lalu muncullah gagasan baru ini dimana rawa yang tidak bisa difungsikan semestinya maka pihak owner membuat sebuah ide wisata dimana bisa memanfaatkan rawa yang dulunya terbengkalai agar bisa lebih berguna.

Demak Green Garden (Degega) merupakan salah satu wisata hits Demak yang masih tergolong baru di Jawa Tengah. Wisata Demak Green Garden menghadirkan wahana air yang berbeda dari wahana air lainnya di Jawa Tengah. Dengan ciri khas Rowo Mijen, yang tengah disebut Wisata Rowo Mijen, hadir membawa suasana wisata dan juga resor yang nyaman dan menyenangkan menjadikan daya tarik utama bagi anda yang ingin menghabiskan liburan disini.

a. Visi dan Misi

“Menjadi salah satu themepark terbaik di Indonesia khususnya kabupaten Demak, dengan inovasi themepark

berbasisrawa, mwmbangun potensi dan peluang melalui pembangunan sumber daya manusia, manajemen, dan tata kelola perusahaan yang baik.”

1. Safety

Keselamatan pengunjung merupakan hal yang prioritas, karena itu di setiap wahana Demak *Green Garden* ditempatkan sejumlah pemandu dan lifeguard.

2. Green & Clean

Wisata Demak Green Garden juga menjamin kebersihan setiap wahana yang ada. Di sekitar wahana juga turut ditanami berbagai jenis tanaman untuk memperindah dan menyejukkan udara.

3. Happiness

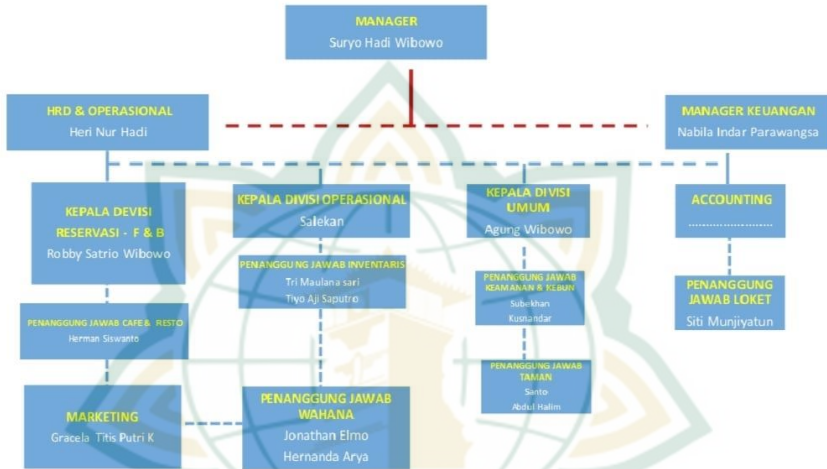
Wisata Demak Green Garden selalu fokus pada kegembiraan dan keseruan pengunjung. Kami selalu bertanya pengalaman para pengunjung, apa yang mereka rasakan, apa yang kurang, apa yang perlu ditambah, dan saran kritik dari pengunjung.

Meningkatkan daya saing perusahaan sebagai tempat rekreasi keluarga dengan mengembangkan pelayanan dan fasilitas terbaik kepada konsumen.

b. Struktur Manajemen



**STRUKTUR MANAJEMEN
WISATA DEMAK GREEN GARDEN (DeGeGa)**



Demak, 17 November 2022
Wisata Demak Green Garden

Suryo Hadi Wibowo

2. Gambaran Umum Responden Penelitian

Dalam penelitian ini, perlu untuk menyajikan identitas responden agar dapat menggambarkan secara akurat keadaan atau kondisi individu tersebut yang mampu memberikan informasi bersangkutan. Selain memahami hasil penelitian. Tujuan penelitian ini adalah untuk memberikan analisis deskriptif terhadap data penelitian, termasuk profil data dan keterkaitan antar variabel yang digunakan dalam penelitian. Dalam hal ini, peneliti mengkategorikan atribut peserta menjadi lima karakteristik, yaitu:

a. Jenis Kelamin

Adapun jenis kelamin responden dalam penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase
Laki-laki	30	30%
Perempuan	70	70%
Total	100	100%

Data: Data primer yang diolah (2023)

Dari tabel 4.1 dapat diketahui bahwa responden laki-laki sebanyak 30 orang (30%) dan responden perempuan berjumlah 70 orang (70%). Jadi, mayoritas responden dalam penelitian ini adalah perempuan dengan jumlah 70 orang (70%).

b. Usia Responden

Adapun rentan usia responden dalam penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Rentan Usia

Rentan Usia	Jumlah	Persentase
17-21 Tahun	18	18%
22-26 Tahun	10	10%
27-31 Tahun	45	45%
>32 Tahun	27	27%
Total	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.2, dapat diketahui bahwa rentan usia responden dalam penelitian ini bervariasi. Rentan usia responden antara 17-21 tahun berjumlah 18 orang (18%), 22-26 tahun berjumlah 10 orang (10%), 27-31 tahun berjumlah 45 orang (45%), dan usia lebih dari 32 tahun berjumlah 27 orang (27%).

c. Asal Kota

Adapun rentan usia responden dalam penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Kota

Asal Kota	Jumlah	Persentase
Kota Jepara	50	50%
Kota Demak	25	25%
Kota Kudus	25	25%
Total	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah (2023)

Pada tabel 4.3 di atas dapat diketahui bahwa asal kota dari responden yaitu; Kota Jepara sebanyak 50 orang (50%), Kota Demak 25 orang (25%), dan Kota Kudus 25 orang (25%). Jadi, sebagian besar responden berasal dari Kota Jepara sebesar 50 orang atau 50% dari sampel.

d. Pekerjaan

Adapun pekerjaan responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Pelajar/mahasiswa	25	25%
Pengusaha/wiraswasta	61	61%
Pegawai negeri	14	14%
Total	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.4 diatas dapat diketahui bahwa pekerjaan responden dalam penelitian ini yaitu; pelajar/mahasiswa 25 orang (25%), pengusaha/wiraswasta 61 orang (61%), dan pegawai negeri 14 orang (14%). Jadi, sebagian besar responden berstatus sebagai pengusaha/wiraswasta sebanyak 61 orang atau 61% dari sampel.

e. Pendidikan terakhir

Adapun karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir adalah sebagai berikut:

**Tabel 4. 5
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase
SMA	45	45%
S1	10	10%
S2	10	10%
Lain-lain	35	35%
Total	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.5 diatas, dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir yaitu; SMA 40 orang (40%), S1 10 orang (10%), S2 10 orang (10%), dan lain-lain 35 orang (35%). Jadi, sebagian besar responden dalam penelitian ini adalah berpendidikan terakhir SMA sebanyak 45 orang atau 45% dari sampel.

3. Deskripsi Angket

Berikut hasil dari masing-masing jawaban responden terkait variabel persepsi harga, daya tarik dan *tourism facilities* terhadap minat kunjung ulang objek wisata Demak Green Garden:

Tabel 4. 6
Responden Persepsi Harga (X1)

Variabel	Item	STS	%	TS	%	RG	%	S	%	SS	%	Rata-rata
Persepsi Harga	X1.1	0	0%	3	3%	11	11%	39	39%	47	47%	47%
	X1.2	0	0%	9	9%	9	9%	42	42%	40	40%	40%
	X1.3	0	0%	1	1%	12	12%	47	47%	40	40%	40%
	X1.4	0	0%	1	1%	11	11%	49	49%	39	39%	39%

Berdasarkan tabel di atas dapat mengetahui jawaban responden mengenai item pernyataan pada variabel persepsi harga (X1). Analisa data responden sebagai berikut:

- a. Jawaban responden dari pernyataan X1.1, “Harga tiket masuk dan tiket wahana Demak Green Garden Terjangkau”. Jawaban responden yang mengatakan sangat tidak setuju sebanyak 0%, tidak setuju 3%, ragu-ragu 11%, setuju 39% dan sangat setuju 47%. Jadi dapat dinyatakan rata-rata 47% jawaban terbanyak responden menyatakan bahwa indicator dari variabel harga yang menjadi dominan indicator pertama yaitu harga tiket wahana Demak Green Garden terbilang murah atau cukup terjangkau.
- b. Jawaban responden dari pernyataan X1.2, “Saya merasa puas terhadap pelayanan destinasi wisata Demak Green Garden dapat memberikan kepuasan, sehingga mendorong kepercayaan pengunjung”. Jawaban responden yang mengatakan sangat tidak setuju sebanyak 0%, tidak setuju 9%, ragu-ragu 9%, setuju 42% dan sangat setuju 40%. Jadi dapat dinyatakan rata-rata 40% jawaban responden menyatakan setuju bahwa pelayanan destinasi wisata

Demak Green Garden dapat memberikan kepuasan pengunjung.

- c. Jawaban responden dari pernyataan X1.3, “Saya mendapatkan manfaat berupa pengalaman dan pelayanan baik dengan harga yang dikeluarkan ketika mengunjungi wisata Demak Green Garden”, Jawaban responden yang mengatakan sangat tidak setuju sebanyak 0%, tidak setuju 1%, ragu-ragu 12%, setuju 47% dan sangat setuju 40%. Jadi dapat dinyatakan rata-rata 40% jawaban responden menyatakan setuju bahwa wisata Demak Green Garden dapat memberikan pengalaman dan pelayanan yang baik.
- d. Jawaban responden dari pernyataan X1.4, “Demak Green Garden menawarkan harga yang mampu bersaing dengan destinasi wisata yang ada di Demak”, Jawaban responden yang mengatakan sangat tidak setuju sebanyak 0%, tidak setuju 1%, ragu-ragu 11%, setuju 49% dan sangat setuju 39%. Jadi dapat dinyatakan rata-rata 39% jawaban responden menyatakan setuju bahwa Demak Green Garden menawarkan harga yang mampu bersaing dengan destinasi wisata lainnya.

Tabel 4. 7 Responden Daya Tarik (X2)

Varia bel	Item	STS	%	TS	%	RG	%	S	%	SS	%	Rat a- rata
Daya Tarik	X2. 1	1	1 %	1	1%	8	8%	3 3	33 %	5 7	57 %	56 %
	X2. 2	4	4 %	1 5	15 %	29	29 %	2 1	21 %	3 1	31 %	27 %
	X2. 3	1	1 %	2	2%	20	20 %	4 5	45 %	3 2	32 %	32 %
	X2. 4	0	0 %	7	7%	36	36 %	3 4	34 %	2 3	23 %	23 %
	X2. 5	2	2 %	1	1%	21	21 %	4 8	48 %	2 8	28 %	26 %

Berdasarkan tabel di atas dapat mengetahui jawaban responden mengenai item pernyataan pada variabel daya tarik (X2). Analisa data responden sebagai berikut:

- a. Jawaban responden dari pernyataan X2.1, “Objek Wisata Demak Green Garden memiliki keindahan alam”, Jawaban responden yang mengatakan sangat tidak setuju sebanyak 1%, tidak setuju 1%, ragu-ragu 8%, setuju 33%

dan sangat setuju 57%. Dengan rata-rata responden 56% yang menjadi dominan dalam variabel daya tarik adalah indicator pertama yaitu Objek Wisata Demak Green Garden memiliki keindahan alam.

- b. Jawaban responden dari pernyataan X2.2, “Objek Wisata Demak Green Garden memiliki kondisi yang baik dan layak dikunjungi”, Jawaban responden yang mengatakan sangat tidak setuju sebanyak 4%, tidak setuju 15%, ragu-ragu 29%, setuju 21% dan sangat setuju 31%. Jadi dapat dinyatakan banyak jawaban responden menyatakan sangat setuju bahwa Objek Wisata Demak Green Garden memiliki kondisi yang baik dan layak dikunjungi.
- c. Jawaban responden dari pernyataan X2.3, “Objek Wisata Demak Green Garden memiliki spot foto atau tempat khusus untuk berfoto ria”, Jawaban responden yang mengatakan sangat tidak setuju sebanyak 1%, tidak setuju 2%, ragu-ragu 20%, setuju 45% dan sangat setuju 32%. Jadi dapat dinyatakan banyak jawaban responden menyatakan setuju bahwa Wisata Demak Green Garden menyediakan spot foto untuk pengunjung.
- d. Jawaban responden dari pernyataan X2.4, “Saya merasa aman saat bermain wahana di Objek Wisata Green Garden”, Jawaban responden yang mengatakan sangat tidak setuju sebanyak 0%, tidak setuju 7%, ragu-ragu 36%, setuju 34% dan sangat setuju 23%. Jadi dapat dinyatakan banyak jawaban responden menyatakan setuju bahwa Objek Wisata Green Garden mampu memberikan rasa aman bagi pengunjung saat bermain.
- e. Jawaban responden dari pernyataan X2.5, “Objek Wisata Demak Green Garden menarik karena memiliki wahana air berupa jetski yang belum ada di destinasi lain yang ada di demak”, Jawaban responden yang mengatakan sangat tidak setuju sebanyak 2%, tidak setuju 1%, ragu-ragu 21%, setuju 48% dan sangat setuju 28%. Jadi dapat dinyatakan banyak jawaban responden menyatakan setuju bahwa Objek Wisata Demak Green Garden menarik karena adanya permainan jetski yang belum ada di destinasi lain yang ada di demak.

Tabel 4. 8 Responden *Tourism Facilities* (X3)

Variabel	Item	STS	%	TS	%	RG	%	S	%	SS	%	Rata-rata
----------	------	-----	---	----	---	----	---	---	---	----	---	-----------

<i>Tourism Facilities</i>	X3.1	2	2%	5	5%	15	15%	43	3	35	33%
	X3.2	3	3%	4	4%	30	30%	41	2	22	19%
	X3.3	1	1%	2	2%	18	18%	39	4	40	39%
	X3.4	1	1%	5	5%	28	28%	44	2	22	21%
	X3.5	1	1%	3	3%	5	5%	36	5	55	27%

Berdasarkan tabel di atas dapat mengetahui jawaban responden mengenai item pernyataan pada variabel *Tourism Facilities* (X3). Analisa data responden sebagai berikut:

- a. Jawaban responden dari pernyataan X3.1, “Objek Wisata Green Garden memiliki wahana yang lengkap”, Jawaban responden yang mengatakan sangat tidak setuju sebanyak 2%, tidak setuju 5%, ragu-ragu 15%, setuju 43% dan sangat setuju 35%. Jadi dapat dinyatakan kebanyakan responden menyatakan setuju bahwa Objek Wisata Green Garden memiliki wahana yang lengkap.
- b. Jawaban responden dari pernyataan X3.2, “Objek Wisata Green Garden memiliki fasilitas yang memadai”, Jawaban responden yang mengatakan sangat tidak setuju sebanyak 3%, tidak setuju 4%, ragu-ragu 30%, setuju 41% dan sangat setuju 22%. Jadi dapat dinyatakan kebanyakan responden menyatakan setuju bahwa Objek Wisata Green Garden memiliki fasilitas yang memadai.
- c. Jawaban responden dari pernyataan X3.3, “Tersedianya mushola, toilet, gazebo, dan tempat parkir yang luas untuk pengunjung”, Jawaban responden yang mengatakan sangat tidak setuju sebanyak 1%, tidak setuju 2%, ragu-ragu 18%, setuju 39% dan sangat setuju 40%. Dengan rata-rata responden 39% yang menjadi dominan dalam *Tourism Facilities* adalah indicator ketiga yaitu Jadi dapat dinyatakan kebanyakan responden menyatakan sangat setuju bahwa Tersedianya mushola, toilet, gazebo, dan tempat parkir yang luas untuk pengunjung di Objek Wisata Green Garden.
- d. Jawaban responden dari pernyataan X3.4, “Semua fasilitas dan wahana wisata Demak Green Garden masih

berfungsi”, Jawaban responden yang mengatakan sangat tidak setuju sebanyak 1%, tidak setuju 5%, ragu-ragu 28%, setuju 44% dan sangat setuju 22%. Jadi dapat dinyatakan kebanyakan responden menyatakan setuju bahwa fasilitas dan wahana wisata Demak Green Garden masih berfungsi.

- e. Jawaban responden dari pernyataan X3.5, “Terdapat papan penunjuk jalan yang jelas dan mempermudah para pengunjung”, Jawaban responden yang mengatakan sangat tidak setuju sebanyak 1%, tidak setuju 3%, ragu-ragu 5%, setuju 36% dan sangat setuju 55%. Jadi dapat dinyatakan kebanyakan responden menyatakan sangat setuju bahwa terdapat papan penunjuk jalan yang jelas dan mempermudah para pengunjung.

Tabel 4. 9 Minat Kunjungan Ulang (Y)

Varia bel	Ite m	ST S	%	T S	%	R G	%	S	%	S S	%	Rat a- rata
Minat Kunju ng Ulang	Y.1	0	0 %	1	1%	10	10 %	4 9	49 %	4 0	40 %	40 %
	Y.2	0	0 %	1	1%	8	8%	3 4	34 %	5 7	57 %	57 %
	Y.3	3	3 %	1 6	16 %	28	28 %	2 2	22 %	3 1	31 %	28 %
	Y.4	1	1 %	1	1%	22	22 %	4 6	46 %	3 0	30 %	29 %
	Y.5	0	0 %	7	7%	38	38 %	3 6	36 %	1 9	19 %	19 %

Berdasarkan tabel di atas dapat mengetahui jawaban responden mengenai item pernyataan pada variabel fasilitas (X3). Analisa data responden sebagai berikut:

1. Jawaban responden dari pernyataan Y.1, “Saya berminat berkunjung kembali untuk bernostalgia ke objek Wisata Demak Green Garden”, Jawaban responden yang mengatakan sangat tidak setuju sebanyak 0%, tidak setuju 1%, ragu-ragu 10%, setuju 49% dan sangat setuju 40%. Jadi dapat dinyatakan mayoritas responden menyatakan setuju akan berkunjung kembali untuk bernostalgia ke objek Wisata Demak Green Garden

2. Jawaban responden dari pernyataan Y.2, “Saya mengajak dan merekomendasi kepada orang lain untuk berkunjung Demak Green Garden”, Jawaban responden yang mengatakan sangat tidak setuju sebanyak 0%, tidak setuju 1%, ragu-ragu 8%, setuju 34% dan sangat setuju 57%. Dengan rata-rata responden 57% yang menjadi dominan dalam variabel minat kunjung ulang adalah indicator kedua yaitu Jadi dapat dinyatakan mayoritas responden menyatakan sangat setuju bahwa akan mengajak dan merekomendasi kepada orang lain untuk berkunjung Demak Green Garden.
3. Jawaban responden dari pernyataan Y.3, “Minat berkunjung kembali karena pelayanan yang kompeten, semangat dan konsisten sehingga pengunjung merasa puas”, Jawaban responden yang mengatakan sangat tidak setuju sebanyak 3%, tidak setuju 16%, ragu-ragu 28%, setuju 22% dan sangat setuju 31%. Jadi dapat dinyatakan rata-rata responden menyatakan bahwa akan berkunjung kembali karena pelayanan yang kompeten, semangat dan konsisten yang didapat pelayanan dari Demak Green Garden.
4. Jawaban responden dari pernyataan Y.4, “Promosi yang dilakukan Demak Green Garden melalui media online seperti instagram dan media offline seperti spanduk yang dipasang dipinggir jalan sangat menarik”, Jawaban responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 1%, tidak setuju 1%, ragu-ragu 22%, setuju 46% dan sangat setuju 30%. Jadi dapat banyak responden yang menyatakan setuju bahwa promosi yang dilakukan Demak Green Garden sangat menarik baik itu melalui media online maupun offline.
5. Jawaban responden dari pernyataan Y.5, “Saya minat berkunjung kembali karena melihat informasi terbaru tentang objek wisata Demak Green Garden”, Jawaban responden yang mengatakan sangat tidak setuju sebanyak 0%, tidak setuju 7%, ragu-ragu 38%, setuju 36% dan sangat setuju 19%. Jadi dapat banyak responden yang menyatakan setuju bahwa akan berkunjung kembali karena melihat informasi terbaru tentang objek wisata Demak Green Garden.

4. Analisis Data

a. Uji Validitas Instrumen

Uji validitas ditentukan dengan mengkorelasikan skor yang diperoleh untuk setiap pertanyaan atau pernyataan dengan skor total. Selain itu, nilai r dihitung dibandingkan dengan nilai r dalam tabel pada alfa tertentu maka berarti signifikansi sehingga disimpulkan bahwa butir pertanyaan atau pernyataan itu valid. Dalam penelitian ini menggunakan responden berjumlah 100 orang dengan nilai signifikansi 5% maka nilai r tabel diperoleh melalui r product moment dengan $df = n - 2$, jadi $df = 100 - 2 = 98$, maka $r_{tabel} = 0,196$. Maka butir pernyataan dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dapat dilihat dari *Corrected Item Total Correlation*.¹

Berikut perhitungan uji validitas instrumen penelitian:

Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Harga (X1)

Indikator	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Keterjangkauan Harga	X1.1	0,806	0,196	Valid
Kesesuaian harga dengan kualitas	X1.2	0,817	0,196	Valid
Kesesuaian harga dengan manfaat	X1.3	0,858	0,196	Valid
Daya saing harga	X1.4	0,721	0,196	Valid

Sumber: Data primer yang diolah SPSS (2023)

Berdasarkan perhitungan output dari SPSS dapat dilihat dari tabel 4.10 diatas diketahui bahwa seluruh item dari variabel persepsi harga adalah valid. Seluruh item pada variabel persepsi harga dikatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ yaitu sebesar 0,196.

Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Variabel Daya Tarik (X2)

Indikator	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Keindahan	X2.1	0,661	0,196	Valid
Kenyamanan	X2.2	0,716	0,196	Valid
Keamanan	X2.3	0,812	0,196	Valid
	X2.4	0,724	0,196	Valid
Keunikan	X2.5	0,755	0,196	Valid

Sumber: Data primer yang diolah SPSS (2023)

Berdasarkan perhitungan output dari SPSS dapat dilihat dari tabel 4.11 diatas diketahui bahwa seluruh item dari

¹ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 21*.

variabel daya tarik adalah valid. Seluruh item pada variabel daya Tarik dikatakan valid karena rhitung > rtabel yaitu sebesar 0,196.

Tabel 4. 12 Uji Validitas Variabel *Tourism Facilities* (X3)

Indikator	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Kelengkapan, kebersihan, dan kerapian fasilitas	X3.1	0,798	0,196	Valid
	X3.2	0,821	0,196	Valid
	X3.3	0,759	0,196	Valid
Kondisi dan fungsi fasilitas	X3.4	0,831	0,196	Valid
Kemudahan menggunakan fasilitas	X3.5	0,683	0,196	Valid

Sumber: Data primer yang diolah SPSS (2023)

Berdasarkan perhitungan output dari SPSS dapat dilihat dari tabel 4.12 diatas diketahui bahwa seluruh item dari variabel *Tourism Facilities* adalah valid. Seluruh item pada variabel *Tourism Facilities* dikatakan valid karena rhitung > rtabel yaitu sebesar 0,196.

Tabel 4. 13 Uji Validitas Variabel Minat Kunjungan Ulang (Y)

Indikator	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Pengalaman menyenangkan	Y.1	0,729	0,196	Valid
	Y.2	0,658	0,196	Valid
Pelayanan dan promosi	Y.3	0,733	0,196	Valid
	Y.4	0,797	0,196	Valid
	Y.5	0,695	0,196	Valid

Sumber: Data primer yang diolah SPSS (2023)

Berdasarkan perhitungan output dari SPSS dapat dilihat dari tabel 4.13 diatas diketahui bahwa seluruh item dari variabel minat kunjungan ulang adalah valid. Seluruh item pada variabel minat kunjungan ulang dikatakan valid karena rhitung > rtabel yaitu sebesar 0,196.

b. Uji Reliabilitas Instrumen

Dalam penelitian ini uji reliabilitas alat ukur yang digunakan adalah aplikasi Cronbach Alpha SPSS (*Statistical Products and Service Solutions*). Tes ini membantu untuk memahami apakah pengukuran yang dilakukan dapat diandalkan. Gunakan rumus Cronbach Alpha > 0,60 untuk

pengujian reliabilitas.² Berikut adalah hasil perhitungan uji reliabilitas menggunakan SPSS:

Tabel 4. 14 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Alpha	Keterangan
Persepsi Harga (X1)	0,809	0,60	Reliabel
Daya Tarik (X2)	0,772	0,60	Reliabel
Tourism Facilities (X3)	0,838	0,60	Reliabel
Minat Kunjungan Ulang (Y)	0,755	0,60	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah SPSS (2023)

Berdasarkan tabel 4.14 diatas dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan variabel dalam penelitian inn dapat dikatakan *reliabel* karena masing-masing variabel menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60 sehingga, dapat dilakukan uji data selanjutnya.

c. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dirancang untuk menguji apakah terdapat korelasi antar variabel independen dalam suatu model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak memiliki korelasi antara variabel independen. Jika variabel independen terkait, variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal merupakan variabel bebas, dan nilai korelasi antar variabel bebas sama dengan nol.³

Multikolinieritas juga dapat dilihat dari nilai toleransi dan faktor inflasi varians (VIF). Kedua ukuran tersebut menunjukkan variabel independen mana yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Nilai *cut off* yang umum digunakan adalah nilai toleransi <

0.10 atau sama dengan nilai $VIF < 10.00$ Oleh karena itu, nilai toleransi data yang tidak terpapar multikolinieritas lebih dari 0,10 atau nilai VIF lebih besar dari 10.00.1

² Masrukhin, *Metode Penelitian Kuantitatif*.

³ Masrukhin.

Tabel 4. 15 Uji Multikolinieritas Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
1 Persepsi Harga	.572	1.747
Daya Tarik	.305	3.284
<i>Tourism Facilities</i>	.349	2.866

a. Dependent Variable: Minat Kunjungan Ulang

Berdasarkan hasil output SPSS pada tabel 4.15 diatas, dapat diketahui nilai *tolerance* variabel persepsi harga sebesar 0.572, variabel daya tarik sebesar 0.305, dan variabel *tourism facilities* sebesar 0,349. Hal ini menunjukkan pada nilai *tolerance* tidak terjadinya *multikolinieritas* karena nilai *tolerance* lebih dari 0.10 atau nilai *tolerance* > 0.10. Kemudian pada nilai VIF pada variabel persepsi harga sebesar 3.747, variabel daya tarik sebesar 3.284, dan variabel *tourism facilities* sebesar 2.866. Hal ini menunjukkan tidak terjadinya *multikolinearitas* pada variabel persepsi harga, daya tarik, dan minat kunjungan ulang karena nilai VIF kurang dari 10.00 atau VIF < 10.00. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi harga, daya tarik dan *tourism facilities* terhindar dari gejala *multikolinieritas*.

2) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan salah satu asumsi model regresi linier klasik. Autokorelasi sendiri dapat diartikan sebagai korelasi antara rangkaian observasi yang diurutkan dalam time series atau space (seperti data lintas *sektoral* atau *cross section*). Kriteria keputusan ada tidaknya autokorelasi adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai DW berada di antara batas atas (du) dan (4du) maka koefisien autokorelasi bernilai nol yang berarti tidak terdapat autokorelasi.
- 2) Jika nilai DW kurang dari batas bawah (dI) maka koefisien autokorelasi lebih besar dari nol yang berarti terjadi autokorelasi.
- 3) Jika nilai DW lebih besar dari 4-dI) maka koefisien autokorelasi kurang dari nol yang berarti terdapat autokorelasi negatif.

- 4) Jika nilai DW berada di antara batas atas (du) dan batas bawah (dI) atau DW antara (4-du) dan (4-dI), tidak ada hasil yang dapat diperoleh.⁴

Adapun hasil uji autokorelasi dengan perhitungan SPSS, sebagai berikut:

Tabel 4. 16 Uji Autokorelasi Durbin Watson Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Standard Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.979 ^a	.958	.957	.64618	.958	734.384	3	96	.000	2.158

a. Predictors: (Constant), Tourism Facilities, Persepsi Harga, Daya Tarik

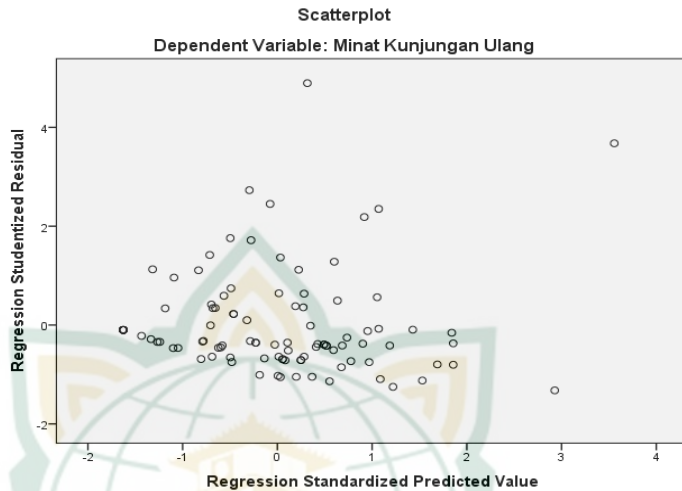
b. Dependent Variable: Minat Kunjungan Ulang

Dari hasil uji autokorelasi tabel 4.16 diatas, dapat diketahui bahwa perolehan *Durbin Watson* adalah 2,158. Kemudian dari tabel *Durbin Watson* dengan nilai signifikansi 0,05 dan jumlah (n) sebesar 100 dan k = 4 diperoleh nilai dL sebesar 1,613, dU sebesar 1,736 dan $4 - dU = 2,264$. Maka $dU < DW < 4 - dU$ atau $1,613 < 2,158 < 2,264$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini tidak terjadi autokorelasi.

- 5) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji ada tidaknya varian yang tidak merata pada residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya dalam model regresi. Jika varian residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya konstan maka disebut homoskedastisitas, jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dapat dilihat dari gambar berikut:

⁴ Masrukhin.

Gambar 4. 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS (2023)

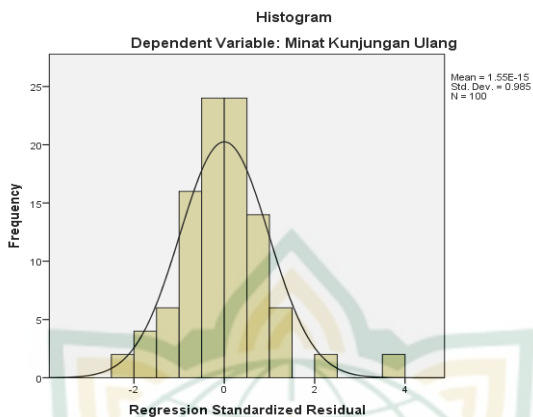
Dari grafik *scatterplot* dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk suatu pola tertentu dan tersebar secara acak, tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y. Sehingga dapat disimpulkan bahwa regresi yang dihasilkan tidak mengandung heteroskedastisitas.

6) Uji Normalitas

Salah satu cara termudah untuk mengamati normalitas melibatkan histogram yang membandingkan data yang diamati dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Namun, hanya dengan melihat histogram bisa menyesatkan, terutama untuk sampel kecil. Metode yang lebih dapat diandalkan adalah dengan melihat plot probabilitas normal, yang membandingkan distribusi kumulatif dari data aktual dengan distribusi kumulatif dengan distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk garis diagonal lurus dan membandingkan data gambar dengan garis normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.⁵ Berikut hasil uji normalitas dengan histogram dan grafik:

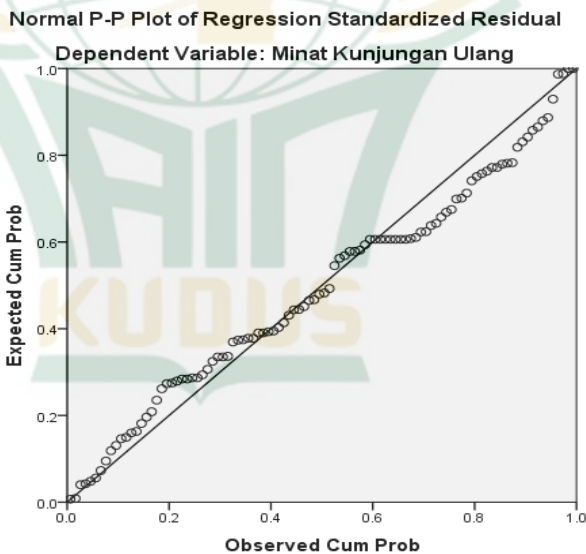
⁵ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 21*.

Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas dengan Histogram



Sumber: Data primer

Gambar 4. 3 Hasil Uji Normalitas dengan Normal Probability



Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS (2023)

Untuk melihat apakah data terdistribusi normal atau tidak, dapat dilihat pada grafik histogram. Dari grafik histogram pada gambar, residual data telah menunjukkan

kurva normal yang membentuk lonceng sempurna. Selain dengan menggunakan histogram, kita juga bisa melihat uji normalitas dengan menggunakan grafik normal *P-P Plot* berdasarkan gambar di atas, terlihat titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Dengan demikian, data yang digunakan telah memenuhi asumsi klasik dan dapat dikatakan data terdistribusi normal,

5. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis linier berganda adalah hubungan linier antara dua atau lebih variabel bebas (X_1, X_2, X_3) dan variabel terikat (Y). Analisis ini digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen, terlepas dari apakah masing-masing variabel independen memiliki hubungan positif atau negatif.⁶ Hasil uji regresi linier berganda pada tabel berikut:

Tabel 4. 17 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.151	1.570		.923	
	Persepsi Harga	.453	.091	.362	4.971	.000
	Daya Tarik	.202	.064	.198	3.144	.002
	Tourism Facilities	.409	.067	.455	6.110	.000

a. Dependent Variable: Minat Kunjungan Ulang

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS (2023)

Berdasarkan hasil uji analisis regresi linear berganda pada tabel 4.17 diatas diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,151 + 0,453X_1 + 0,202 X_2 + 0,409X_3 + e$$

⁶ Duwi Priyatno, *Paham Analisis Statistik Dengan Data SPSS*.

Berdasarkan regresi linear diatas dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 0,151, artinya jika variabel persepsi harga, daya tarik, dan *tourism facilities* sama dengan 0 (nol), maka variabel minat kunjungan ulang adalah 0,151.
2. Nilai koefisien variabel persepsi harga sebesar 0,453, menyatakan bahwa jika terjadi kenaikan nilai pada variabel persepsi harga sebesar satu unit maka terjadi kenaikan pada variabel minat kunjungan ulang sebesar 0,453 atau sebaliknya dengan asumsi variabel daya Tarik dan *tourism facilities* konstan.
3. Nilai koefisien variabel daya Tarik sebesar 0,202, menyatakan bahwa jika terjadi kenaikan nilai pada variabel minat kunjungan ulang sebesar satu unit maka terjadi kenaikan pada variabel minat kunjungan ulang sebesar 0,202 atau sebaliknya dengan persepsi harga dan *tourism facilities* konstan.
4. Nilai koefisien variabel *tourism facilities* sebesar 0,409, menyatakan bahwa jika terjadi kenaikan nilai pada variabel *tourism facilities* sebesar satu unit maka terjadi kenaikan pada variabel minat kunjungan ulang sebesar 0,521 atau sebaliknya dengan asumsi persepsi harga dan daya tarik konstan.

b. Uji Regresi Secara Parsial (Uji t)

Pengujian ini digunakan untuk mengetahui apakah model regresi variabel bebas (X_1 X_2 X_3) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y). Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai T hitung dengan nilai T tabel, dengan ketentuan sebagai berikut :

- 3) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ dan nilai signifikansi < 0.05 , maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel Persepsi harga (X_1) daya tarik (X_2) dan *Tourism Facilities* (X_3) secara parsial berpengaruh terhadap minat kunjung ulang (Y).
- 4) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} > -t_{tabel}$ dan nilai signifikansi $> 0,05$, maka, variabel persepsi harga (X_1) daya tarik (X_2) dan *Tourism Facilities* (X_3) tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat kunjung ulang (Y).⁷

⁷ Duwi Priyatno.

Berikut hasil uji parsial (uji t) dapat dilihat pada tabel 4.:

Tabel 4. 18 Hasil Uji Parsial (Uji t) Coefficients^a

Model	Unstandardize d Coefficients		Standardize d Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.151	1.570		.096	.923
1 Persepsi Harga	.453	.091	.362	4.971	.000
Daya Tarik	.202	.064	.198	3.144	.002
Tourism Facilities	.409	.067	.455	6.110	.000

a. Dependent Variable: Minat Kunjungan Ulang

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS (2023)

Sebelum menyimpulkan hipotesis pada tabel 4.18 apakah diterima atau ditolak, terlebih dahulu menentukan t tabel yakni dengan menentukan t tabel dengan tingkat signifikan 0,05 (5%) *degree of freedom* (df). $df = n - 2$. $df = 100 - 2 = 98$ dengan pengujian tersebut hasil yang diperoleh untuk t tabel (98 : 0,05) adalah 1,984. Berdasarkan hasil uji t pada Tabel diatas dapat disimpulkan bahwa:

- a. Koefisien variabel persepsi harga memiliki nilai signifikan 0,000, diketahui bahwa standar nilai signifikan 0,05. Maka $0,000 < 0,05$. Selain itu, nilai t hitung untuk koefisien variabel persepsi harga sebesar $4,971 > t$ tabel = 1,984, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel persepsi harga terhadap minat kunjungan ulang.
- b. Koefisien variabel daya tarik memiliki nilai signifikan 0,002, diketahui bahwa standar nilai signifikan 0,05. Maka $0,002 < 0,05$. Selain itu, nilai t hitung untuk koefisien variabel persepsi harga sebesar $3,144 > t$ tabel = 1,984, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel daya tarik terhadap minat kunjungan ulang.
- c. Koefisien variabel *tourism facilities* memiliki nilai signifikan 0,000, diketahui bahwa standar nilai signifikan

0,05. Maka $0,000 < 0,05$. Selain itu, nilai t hitung untuk koefisien variabel *tourism facilities* sebesar $6,110 > t$ tabel = 1,984, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *tourism facilities* terhadap minat kunjungan ulang.

c. Uji Koefisien Regresi Secara Bersama-Sama (Uji f)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X_1, X_2, X_3) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y). Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} , dengan ketentuan sebagai berikut:

- 4) Tingkat signifikansi = 0,05 (5%)
- 5) Derajat kebebasan (*degree of freedom*) $df=n-k$
- 6) F_{tabel} , nilainya berasal dari tabel alokasi F .⁸

Berikut hasil uji f pada tabel 4.19 :

Tabel 4. 19 Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	919.916	3	306.639	734.384	.000 ^b
Residual	40.084	96	.418		
Total	960.000	99			

a. Dependent Variable: Minat Kunjungan Ulang

b. Predictors: (Constant), Tourism Facilities, Persepsi Harga, Daya Tarik

Sumber: Data Primer yang diolah dengan SPSS (2023)

Berdasarkan hasil uji F (simultan) pada tabel 4.19 diatas dapat diketahui bahwa berdasarkan uji F_{hitung} sebesar 734,384 dan untuk mengetahui nilai F_{tabel} , $F = (k : n - k)$. $F (3: (100 - 3))$. $F_{tabel} = (3 : 97)$. Setelah diketahui nilai tersebut maka dapat diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 2,70. Maka $Sig, 0,000 < 0,05$ dan nilai $F_{hitung} 62,976 > F_{tabel} 2,70$. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa persepsi harga, daya

⁸ Duwi Priyatno.

tarik dan *tourism facilities* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat kunjungan ulang.

d. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien ini menunjukkan bahwa persentase perubahan variabel independen yang digunakan dalam model dapat menjelaskan variabel dependen. R^2 sama dengan 0 (nol), sehingga perubahan variabel independen yang digunakan dalam model tidak dapat menjelaskan perubahan variabel independen sedikit pun. Sebaliknya, R^2 sama dengan 1, sehingga perubahan variabel independen yang digunakan dalam model menjelaskan 100% perubahan variabel dependen.⁹ Hasil uji koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 20 Hasil Koefisien Determinasi Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.979 ^a	.958	.957	.64618

a. Predictors: (Constant), Tourism Facilities, Persepsi Harga, Daya Tarik

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS (2023)

Berdasarkan tabel 4. diatas, didapat nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,957. Jadi kontribusi pengaruh dari variabel *independen* persepsi harga, daya tarik dan *tourism facilities* dalam penelitian ini adalah 95,7% sedangkan sisanya adalah 4,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

B. Pembahasan

1. Pengaruh persepsi harga terhadap minat kunjung ulang wisatawan pada wisata Demak Green Garden

Harga merupakan aspek penting dari operasi bauran pemasaran, salah satu aspek terpenting dari operasi bauran pemasaran. Harga sangat penting karena harga adalah salah satu alasan untuk menawarkan suatu produk atau jasa. Penetapan harga yang salah berakibat fatal pada produk yang dikirimkan dan mengakibatkan pasar tidak laku.¹⁰

⁹ Duwi Priyatno.

¹⁰ Arif Yusuf Hamali, *Pemahaman Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*.

Pembahasan tentang pengaruh persepsi harga terhadap minat kunjungan ulang adalah guna menjawab rumusan masalah dan hipotesis penelitian. Berdasarkan perhitungan SPSS dapat diketahui bahwa persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjungan ulang wisatawan pada wisata Demak Green Garden.

Variabel persepsi harga dijabarkan dalam beberapa indikator seperti; keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas, kesesuaian harga dengan manfaat, dan daya saing harga. Berdasarkan perhitungan dengan SPSS didapatkan indikator kesesuaian harga dengan manfaat mempunyai nilai validitas tertinggi (0,858). Hal ini menunjukkan bahwa indikator kesesuaian harga dengan manfaat merupakan yang paling dominan membentuk variabel persepsi harga.

Sementara variabel minat kunjungan ulang dijabarkan dalam beberapa indikator seperti; pengalaman menyenangkan dan pelayanan dan promosi. Berdasarkan perhitungan SPSS indikator pelayanan dan promosi mempunyai nilai validitas tertinggi (0,797). Hal ini menunjukkan bahwa dalam penelitian ini, indikator pelayanan dan promosi merupakan yang paling dominan dalam membentuk variabel minat kunjungan ulang wisatawan pada wisata Demak Green Garden.

Berdasarkan hasil perhitungan dari uji parsial didapatkan variabel persepsi harga memiliki nilai signifikansi 0,000, diketahui bahwa standar nilai signifikan 0,05. Maka $0,000 < 0,05$. Selain itu, nilai t hitung untuk koefisien variabel persepsi harga sebesar $4,971 > t \text{ tabel} = 1,984$. Dari hasil tersebut bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara persepsi harga terhadap minat kunjungan ulang. Dengan kata lain hipotesis dalam penelitian ini diterima. Jadi, semakin tinggi persepsi harga yang dimiliki wisatawan, maka semakin tinggi pula minat kunjungan ulang wisatawan pada wisata Demak Green Garden.

Kemudian hasil dari penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nuryanto Purnama, dan Novi Marlana, menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh terhadap minat kunjung ulang.¹¹ Sehingga, persepsi harga yang diperhitungkan dengan baik maka akan mempengaruhi minat pelanggan untuk melakukan kunjungan ulang.

¹¹ Purnama and Marlana, "Pengaruh E-Wom Dan Harga Terhadap Niat Berkunjung Kembali Pada Gunung Semeru."

Ketentuan Islam ini juga menjelaskan bahwa berjualan harus menunjukkan sikap jujur. Artinya apa yang ditawarkan perusahaan harus sama dengan apa yang dijual, sebagaimana Allah SWT perintahkan dalam firman-Nya dalam Q.S Ar; Rahman ayat 9:

وَأَقِيمُوا الْوَزْنَ بِالْقِسْطِ وَلَا تُخْسِرُوا الْمِيزَانَ ٩

Artinya: Dan tegakkanlah timbangan itu dengan adil dan janganlah kamu mengurangi neraca itu.¹²

Makna ayat tersebut Allah mengajak setiap umat muslim harus jujur dalam setiap aktivitas. Dan ayat tersebut juga berhubungan dengan penelitian ini yaitu dengan persepsi harga dimana dalam penetapan harga harus sesuai antara harga dengan kualitas, serta kesesuaian harga dengan manfaat yang diperoleh dari pengunjung Sehingga dengan tujuan tersebut dapat mempertahankan dan menambah jumlah wisatawan dalam berkunjung ke wisata Demak Green Garden.

Hasil penelitian sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Arif Yusuf Hamali bahwa salah satu tujuan dalam penetapan harga yaitu melihat kesesuaian antara kualitas produk atau jasa dengan harga. Sehingga dengan tujuan tersebut dapat mempertahankan dan menambah jumlah wisatawan dalam berkunjung ke wisata Demak Green Garden.¹³ Dengan tujuan tersebut, pengelola Demak Green Garden diharapkan lebih memperhatikan persepsi harga dalam menetapkan tarif di Demak Green Garden. Karena Harga memainkan peran penting dalam menciptakan nilai pelanggan dan membangun hubungan dengan pelanggan termasuk dalam mempengaruhi minat pelanggan melakukan kunjungan ulang.

2. Pengaruh daya tarik wisata terhadap minat kunjung ulang wisatawan pada wisata Demak Green Garden

Daya tarik merupakan komponen pokok yang dimiliki pariwisata dapat menghubungkan para pengunjung untuk ke destinasi wisata tertentu. Yoeti sebagaimana dikutip oleh Debby Marlina Nainggolan dan Made adi Kampana dalam jurnalnya mengemukakan, suatu daya tarik pada daerah tujuan wisata disamping harus ada objek dan atraksi wisata, juga harus memiliki tiga syarat daya tarik yaitu : sesuatu yang bisa dilihat (*something to see*). Sesuatu yang dapat dilakukan (*something to*

¹² Tim Penulis Naskah Al-Quran, *Al Quran Dan Terjemahan*.

¹³ Arif Yusuf Hamali, *Pemahaman Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*.

do), sesuatu yang bisa dibeli (*something to buy*), dengan perkembangan pariwisata yang semakin luas, maka syarat tersebut masih perlu ditambah antara lain sesuatu yang dapat dinikmati, yaitu hal-hal yang memenuhi selera dan cita rasa wisatawan dalam arti luas, dan sesuatu yang berkesan, sehingga mampu menahan wisatawan untuk tinggal lebih lama atau untuk merangsang kunjungan ulang.¹⁴

Pembahasan tentang pengaruh daya tarik wisata terhadap minat kunjungan ulang adalah guna menjawab rumusan masalah dan hipotesis penelitian. Berdasarkan perhitungan SPSS dapat diketahui bahwa daya tarik berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjungan ulang wisatawan pada wisata Demak Green Garden.

Variabel daya tarik dijabarkan dalam beberapa indikator seperti; keindahan, keunikan, kenyamanan, dan keamanan. Berdasarkan hasil uji validitas dengan SPSS didapatkan indikator keamanan mempunyai nilai validitas tertinggi (0,812). Hal ini menunjukkan bahwa indikator keamanan merupakan indikator yang paling dominan dalam membentuk variabel daya tarik.

Berdasarkan hasil perhitungan dari uji parsial didapatkan variabel daya tarik memiliki nilai signifikan 0,002, diketahui bahwa standar nilai signifikan 0,05. Maka $0,002 < 0,05$. Selain itu, nilai t hitung untuk koefisien variabel persepsi harga sebesar $3,144 > t$ tabel = 1,984, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel daya tarik terhadap minat kunjungan ulang. Sehingga, semakin tinggi daya tarik yang dimiliki oleh wisata Demak Green Garden, maka semakin tinggi pula minat kunjungan ulang wisatawan pada wisata Demak Green Garden.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Y Maulana, H Ulinnuha, DLT Chandra menunjukkan bahwa variabel daya tarik berpengaruh terhadap minat kunjung ulang.¹⁵ Sehingga berdasarkan hasil tersebut, daya tarik wisata beserta beberapa indikator seperti keindahan, kenyamanan, keamanan, dan keunikan dapat mempengaruhi minat pelanggan dalam melakukan kunjungan ulang.

¹⁴ Ketut Suwena GST Ngr Widyatmata, *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*.

¹⁵ Y Maulana, H Ulinnuha, "The Effect Of Tourism Attractions On Tourist's Visiting Interest To Penglipuran Village, Bangli District."

Dalam Islam Allah mengajak setiap umatnya untuk melakukan perjalanan wisata untuk menikmati keindahan alam yang telah Allah SWT ciptakan. Seperti dalam firman Allah dalam QS. An- Naml ayat 60 yang berbunyi:

أَمْ مَنْ خَلَقَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضَ وَأَنْزَلَ لَكُمْ مِنَ السَّمَاءِ مَاءً فَأَنْبَتْنَا بِهِ حَدَائِقَ ذَاتَ
بَهْجَةٍ مَا كَانَ لَكُمْ أَنْ تُنْبِتُوا شَجَرَهَا ۗ إِنَّ اللَّهَ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ ۝ ٦٠

Artinya : Bukankah Dia (Allah) yang menciptakan langit dan bumi dan yang menurunkan air dari langit untukmu, lalu Kami tumbuhkan dengan air itu kebun-kebun yang berpemandangan indah? Kamu tidak akan mampu menumbuhkan pohon-pohonnya.¹⁶

Makna ayat tersebut Allah mengajak setiap umatnya untuk melakukan perjalanan wisata untuk menikmati keindahan alam yang telah Allah SWT ciptakan. Dan ayat tersebut juga berhubungan dengan penelitian ini yaitu dalam hal daya tarik wisata alam dengan upaya pemanfaatan sumber daya alam dan tata lingkungannya agar mampu menarik minat pengunjung untuk berkunjung ke tempat wisata.

Kemudian, hasil penelitian ini mendukung teori dari I Gusti Bagus yang menyatakan bahwa perusahaan obyek dan daya tarik wisata alam, merupakan usaha pemanfaatan sumber daya alam dan tata lingkungannya yang telah ditetapkan sebagai obyek daya tarik wisata untuk dijadikan sasaran wisata. Sebagaimana wisata Demak Green Garden yang merupakan objek wisata memanfaatkan sumber daya alam dan tata dan lingkungannya untuk membuat sesuatu yang berkesan. Sehingga mampu menahan wisatawan untuk tinggal lebih lama atau untuk merangsang kunjungan ulang dan juga menambah jumlah wisatawan.¹⁷

3. Pengaruh *tourism facilities* terhadap minat kunjung ulang wisatawan pada wisata Demak Green Garden

Tourism facilities adalah layanan yang disediakan oleh suatu objek wisata untuk membantu atau mendukung kegiatan wisatawan yang mengunjungi objek wisata tersebut. Jika suatu objek wisata mampu memuaskan pengunjung dengan fasilitas dan standar pelayanan yang memadai, maka dapat menarik lebih

¹⁶ Tim Penulis Naskah Al-Quran, *Al Quran Dan Terjemahan*.

¹⁷ Dr. I gusti Bagus Rai Utama, *Pemasaran Pariwisata* (yogyakarta: CV.ANDI OFFSET, 2019).

banyak wisatawan dengan kesan yang baik dari pengunjung sebelumnya.

Pembahasan tentang pengaruh *tourism facilities* terhadap minat kunjungan ulang adalah guna menjawab rumusan masalah dan hipotesis penelitian. Berdasarkan perhitungan SPSS dapat diketahui bahwa *tourism facilities* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjungan ulang wisatawan pada wisata Demak Green Garden.

Variabel *tourism facilities* dijabarkan dalam beberapa indikator seperti; kelengkapan, kebersihan, dan kerapian fasilitas, kondisi dan fungsi fasilitas, dan kemudahan menggunakan fasilitas. Berdasarkan hasil uji validitas dengan SPSS didapatkan indikator kondisi dan fungsi fasilitas mempunyai nilai validitas tertinggi (0,831). Hal ini menunjukkan bahwa dalam penelitian ini, indikator kondisi dan fungsi fasilitas yang paling dominan dalam membentuk variabel *tourism facilities*.

Berdasarkan hasil uji parsial variabel *tourism facilities*. memiliki nilai signifikan 0,000 diketahui bahwa standar nilai signifikan 0,05. Maka $0,000 < 0,05$. Selain itu, nilai t hitung untuk koefisien variabel persepsi harga sebesar $6,110 > t \text{ tabel} = 1,984$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *tourism facilities* terhadap minat kunjungan ulang. Jadi, semakin baik fasilitas yang disediakan oleh Demak Green Garden maka semakin tinggi pula minat wisatawan melakukan kunjungan ulang.

Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Khairi, Didit Darmawan menunjukkan variabel *facilities* berpengaruh terhadap minat kunjung ulang.¹⁸ Sehingga, faktor fasilitas yang disediakan oleh pengelola wisata dapat mempengaruhi minat konsumen untuk memutuskan melakukan kunjungan ulang atau tidak.

Dalam Islam juga dijelaskan tentang kemudahan dalam mencapai wisata sebagaimana tertuang dalam Q.S Al-mulk ayat 15 sebagai berikut:

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمْ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِنْ رِزْقِهِ ۗ وَإِلَيْهِ
النُّشُورُ ١٥

¹⁸ Muhamad Khairi, "The Relationship Between Destiantion Attractiveness, Localation, Tourism Facilities and Revisit Interventions."

Artinya : Dialah yang menjadikan bumi untuk kamu yang mudah dijelajahi, maka jelajahilah di segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rezeki-Nya. Dan hanya kepada-Nyalah kamu (kembali setelah) dibangkitkan.¹⁹

Makna dari ayat tersebut, Allah menciptakan langit dan bumi yang mudah dijelajahi bagi makhluknya. Ayat tersebut juga sangat berkaitan dengan kajian ini yaitu kemudahan dalam mencapai wisata sebab tersedianya fasilitas yang memadai sehingga wisatawan dengan mudah melakukan kunjungan wisata.

Dari hasil penelitian ini, mendukung teori yang dikemukakan oleh Tjiptono bahwa Fasilitas merupakan hal yang sangat penting dalam industri jasa, dan terutama bagi yang berhubungan langsung dengan konsumen perlu memperhatikan fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, kesempurnaan desain interior dan eksterior, serta kebersihan ruangan. fasilitas.²⁰ Dengan memperhatikan hal tersebut dapat mempengaruhi minat wisatawan melakukan kunjungan ulang dikemudian hari.

¹⁹ Tim Penulis Naskah Al-Quran, *Al Quran Dan Terjemahan*.

²⁰ Tjiptono, *Strategi Pemasaran*.