

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Subyek Penelitian

Jepara adalah salah satu daerah paling ujung sebelah Utara di Provinsi Jawa Tengah di wilayah Indoneisia, Kabupaten ini berbatasan dengan Laut Jawa di barat dan utara. Sudah tidak asing lagi, jika Jepara merupakan salah satu Kabupaten yang terkenal dengan sejarah nan budayanya yang kental dengan 3 Tokoh Pahlawan wanita yaitu Ratu Kalinyamat, Ratu Shima, dan Tokoh Emansipasi Wanitanya yaitu R.A Kartini, begitu juga pariwisatanya yang sangat mempesona serta elok baik wisata alam, sejarah maupun budayanya.

Sebanyak 97 responden dari penyebaran kuisisioner didapatkan dari wisatawan maupun masyarakat yang mengunjungi lokasi pantai di Kabupaten Jepara. Gambaran mengenai responden diperoleh dengan analisis karakteristik responden, terlepas dari apakah responden dengan karakteristik yang beragam mempunyai penilaian yang sama atau tidak. Usia, jenis kelamin, pekerjaan, dan informasi yang dimiliki responden tentang destinasi wisata merupakan salah satu karakteristik partisipan dalam penelitian ini.

Memberikan gambaran terhadap data yang dikumpulkan merupakan tujuan analisis deskriptif. Gambaran umum ini bisa sebagai panduan untuk melihat fitur data yang dikumpulkan. Lebih dari metode statistik lainnya, statistik deskriptif berkaitan dengan pengumpulan, ringkasan, dan penyajian data. Tabel terlampir memberikan gambaran luas tentang tanggapannya.

B. Gambaran Umum Responden

Karakteristik responden dipastikan dengan penerapan analisis deskriptif. karakteristik peserta penelitian dikumpulkan melalui distribusi langsung kuisisioner, yang mencakup pertanyaan tentang usia, jenis kelamin, pekerjaan, dan pengetahuan objek wisata.

1. Jenis Kelamin Responden

Temuan penelitian dan data yang dikumpulkan melalui penyebaran kuisisioner mengungkapkan jenis kelamin responden sebagai berikut:

Tabel 4.1
Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Laki – Laki	38	39,2%
2.	Perempuan	59	60,8%
Total		97	100%

Sumber : Data Primer yang Diolah Tahun 2024

Tabel 4.1 menjelaskan frekuensi responden yang masing-masing berjenis kelamin laki-laki dan perempuan. Diketahui bahwa 38 laki-laki dan 59 perempuan telah memberikan respons dari total 97 responden. Data di atas menunjukkan bahwa perempuan merupakan mayoritas pengunjung atau wisatawan destinasi wisata pantai di wilayah Jepara dengan proporsi valid sebesar 60,8%.

2. Usia Responden

Temuan penelitian dan data yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner mengungkapkan usia responden sebagai berikut:

Tabel 4.2
Frekuensi Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1.	16 -20 th	29	38.1%
2.	21-25 th	37	29.9%
3.	26-30 th	13	12.4%
4	>30 th	18	18.6%
Total		97	100%

Sumber : Data Primer yang Diolah Tahun 2024

Tabel 4.2 di atas menunjukkan bahwa, dengan 37 tanggapan, sebagian besar responden berusia antara 21 dan 25 tahun. Dengan 29 tanggapan, kelompok usia responden tertinggi kedua adalah 16–20 tahun. Selain itu, dari 18 tanggapan, persentase tertinggi ketiga responden berusia di atas 30 tahun, sedangkan 13 responden, persentase terendah, berusia antara 26 dan 30 tahun. Dari sini dapat disimpulkan bahwa 38,1% wisatawan atau pengunjung pantai objek wisata di Kabupaten Jepara berusia antara 21 dan 25 tahun.

3. Alamat

Temuan penelitian dan data yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner mengungkapkan alamat responden sebagai berikut:

Tabel 4.3
Frekuensi Responden Berdasarkan Alamat

No	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Jepara	82	84,5%
2.	Kudus	9	9,3%
3.	Demak	3	3,1%
4	Solo	3	3,1%
Total		97	100%

Sumber : Data Primer yang Diolah Tahun 2024

Tabel 4.3 diatas menunjukkan bahawa sebagian besar wisatawan berasal dari kotra Jepara sendiri yaitu sebanyak 82 tanggapan sedangkan untuk dari luar kota yaitu ada dari kota Kudus sebanyak 9 tanggapan, Demak 3 dan Solo 3 tanggapan.

4. Pekerjaan Responden

Temuan penelitian dan data yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner mengungkapkan pekerjaan responden sebagai berikut:

Tabel 4.4
Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Pelajar	21	21.6%
2.	Mahasiswa	20	20.6%
3.	PNS	8	8.2%
4.	Karyawan Swasta	24	24.7%
5.	Wiraswasta	6	6.2%
6.	Lain-Lain	18	18.6%
Total		97	100%

Sumber : Data Primer yang diolah tahun 2024

Dengan persentase valid sebesar 24,7% pada kategori pekerjaan diketahui 24 responden merupakan pekerja swasta dan menguasai sebagian besar tempat wisata pantai di Kabupaten Jepara. Selain itu, 21 siswa, atau 21,6%, menanggapi survei tersebut. Kemudian, 20 responden atau 20,6% diidentifikasi sebagai pelajar. Sementara itu, 8 responden atau 8,2% bekerja di pemerintahan. 6,2% responden atau 6 orang adalah wiraswasta. Selain itu, 18 responden, atau 18,6% sampel, melaporkan memiliki pekerjaan tambahan. dan mayoritas responden adalah mereka yang bekerja pada pekerjaan lain.

5. Informasi Objek Wisata Yang Didapat

Temuan penelitian dan data yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner mengungkapkan informasi objek wisata yang didapat responden sebagai berikut:

Tabel 4.5

Informasi Objek Wisata Yang Didapat

No	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Facebook/Ig	19	19.6%
2.	Google	2	2.1%
3.	Mulut ke Mulut	23	23.7%
4	Lainnya	53	54.6%
Total		97	100%

Sumber : Data Primer yang Diolah Tahun 2024

Berdasarkan tabel 4.4, sebanyak 53 atau 54,6% informasi responden mengenai objek wisata Pantai di kabupaten Jepara berasal dari orang lain. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan lebih cenderung mempercayai informasi mengenai wisata yang mereka ketahui secara pribadi atau yang mereka pelajari dari orang lain yang pernah mengunjungi pantai-pantai di Kabupaten Jepara atau yang sangat merekomendasikannya.

C. Analisis Data

1. Uji Validitas

Tujuan uji validitas ini adalah untuk mengevaluasi validitas kuesioner yang digunakan untuk mengumpulkan data. Jika pernyataan pada suatu kuesioner mengungkapkan sesuatu yang ingin dinilai oleh kuesioner tersebut, maka kuesioner tersebut dianggap sangat baik. Instrumen yang mempunyai nilai validitas tinggi dianggap valid, begitu pula sebaliknya.

Pengujian validitas pada penelitian dibantu oleh laptop dengan menggunakan program SPSS 26 dengan taraf signifikansi 5% atau 0,05. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, dinyatakan valid, begitupun sebaliknya. Pengujian signifikansi nilai r_{hitung} dan r_{tabel} pada penelitian ini untuk $df=n-2$, maka besar $df= 97-2$ yaitu sebesar 95 dengan alpha 5%, sehingga didapat r_{tabel} sebesar 0,1996. Hasil analisis dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.6
Hasil Pengujian Validitas

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Citra Destinasi (X1)	X1.1	0,658	0,1996	Valid
	X1.2	0,667	0,1996	Valid
	X1.3	0,665	0,1996	Valid
	X1.4	0,644	0,1996	Valid
	X1.5	0,560	0,1996	Valid
	X1.6	0,594	0,1996	Valid
	X1.7	0,585	0,1996	Valid
	X1.8	0,524	0,1996	Valid
	X1.9	0,687	0,1996	Valid
	X1.10	0,651	0,1996	Valid
Fasilitas (X2)	X2.1	0,637	0,1996	Valid
	X2.2	0,812	0,1996	Valid
	X2.3	0,687	0,1996	Valid
	X2.4	0,695	0,1996	Valid
	X2.5	0,736	0,1996	Valid
	X2.6	0,756	0,1996	Valid
Persepsi Harga (X3)	X3.1	0,765	0,1996	Valid
	X3.2	0,784	0,1996	Valid
	X3.3	0,784	0,1996	Valid
	X3.4	0,775	0,1996	Valid
Minat Berkunjung (Y)	Y.1	0,406	0,1996	Valid
	Y.2	0,646	0,1996	Valid
	Y.3	0,636	0,1996	Valid
	Y.4	0,794	0,1996	Valid
	Y.5	0,782	0,1996	Valid
	Y.6	0,854	0,1996	Valid
	Y.7	0,352	0,1996	Valid

Sumber : Data Primer yang Diolah Tahun 2024

Terlihat dari tabel di atas, nilai r hitung lebih besar dan positif dibandingkan r tabel untuk $(df) = 97 - 2 = 95$ dan alpha 5% dengan uji dua arah; r tabelnya adalah 0,1996, yang menunjukkan bahwa semua indikator variabel X1, X2, X3, dan Y ialah valid sehingga data dapat dilanjutkan ke tahap berikutnya.

2. Uji Reliabilitas

Suatu variabel dapat dinyatakan reliabel apabila mempunyai nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60.

Tabel 4.6
Hasil Pengujian Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Nilai Kritis	Keterangan
Citra Destinasi (X1)	0,823	0,60	Reliabel
Fasilitas (X2)	0,814	0,60	Reliabel
Persepsi Harga (X3)	0,769	0,60	Reliabel
Minat Berkunjung (Y)	0,766	0,60	Reliabel

Sumber: Data Primer yang Diolah Tahun 2024

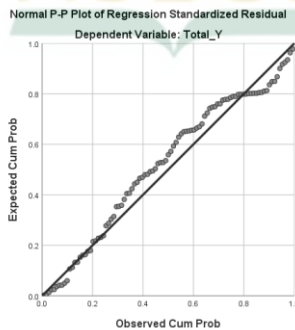
Berdasarkan pada tabel 4.6 diatas, hasil pengujian menunjukkan nilai *cronbach's alpha* $\geq 0,60$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel X1, X2, X3 dan Y pada penelitian ini dinyatakan reliabel.

D. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Guna mengetahui data dalam penelitian ini terdistribusi secara teratur atau tidak, uji normalitas sangat membantu. Uji statistik dan analisis grafik digunakan untuk menilai apakah data normal atau tidak. Grafik P-Plot normal dan histogram digunakan dalam analisis grafik. Uji Kolmogrov-Smirnov (K-S) digunakan untuk mengetahui apakah residu dalam uji statistik berdistribusi normal. Jika nilai signifikansinya $>0,05$ maka data tersebut dianggap normal.¹

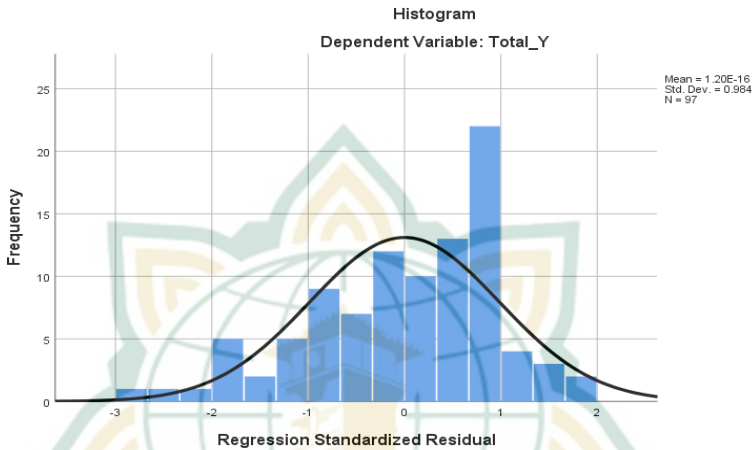
Gambar 4.1
Hasil Pengujian Grafik Normal P-Plot



¹ I Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. (Universitas Diponegoro, 2018), 107.

Pada gambar 4.1 memakai grafik normal plot menunjukkan jika data posisinya menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti garisnya.

Gambar 4.2
Hasil pengujian Grafik Histogram



Gambar 4.2 data grafik histogramnya menunjukkan terdistribusi secara normal. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa model regresi memenuhi syarat model regresi yang layak, karena dapat melanjutkan ke tahap pengujian berikutnya setelah memenuhi kriteria data model regresi berdistribusi normal.

2. Uji Multikolonieritas

Uji Multikolonieritas berguna dalam melakukan pengujian apakah model regresi memiliki korelasi antar variabel bebas (independent). Model regresi yang baik merupakan model regresi yang tidak terjadi korelasi diantara variabel independent, atau tidak terdapat gejala multikolonieritas.² Dapat dinyatakan bebas dari multikolonieritas apabila nilai Variance Inflation Factor (VIF) ≤ 10 dan Tolerance $\geq 0,10$.

Tabel 4.7
Hasil Uji Multikolonieritas

Variable	Tolerance	VIF	Keterangan
Citra Destinasi (X2)	0,999	1,001	Tidak terjadi gejala multikolinieritas

² Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), 105.

Fasilitas (X2)	0,996	1,004	Tidak terjadi gejala
Persepsi Harga (X3)	0,997	1,003	multikolinieritas

Sumber: Data Primer yang Diolah Tahun 2024.

Dari tabel 4.7 menunjukkan output data diatas yang menunjukkan bahwa nilai VIF tidak lebih dari 10 dan nilai tolerance lebih besar dari 0,1 maka dapat diambil sebuah kesimpulan bahwa dari masing-masing variabel independen (citra destinasi, fasilitas dan persepsi harga) tidak terjadi gejala multikolinieritas dalam model regresinya.

3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk melakukan pengujian apakah pada model regresi linear terdapat korelasi diantara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Pada penelitian ini digunakan Uji Durbin-Watson (DW test) untuk mengetahui ada atau tidaknya autokorelasi. Dalam pengambilan keputusan dilakukan dengan membandingkan nilai DW dengan d_u dan d_l pada tabel. Untuk dapat diketahuinya autokorelasi variabel, maka digunakan alat bantu program SPSS versi 26:

Tabel 4.8

Hasil Uji Autokorelasi

Koefisien	Nilai
<i>Durbin-Watson</i>	2,127
d_l	1,606
d_u	1,733

d_u	DW	$4-d_u$	Keterangan
1,733	2,127	2,267	Tidak terjadi autokorelasi

Sumber: Data Primer yang Diolah Tahun 2024

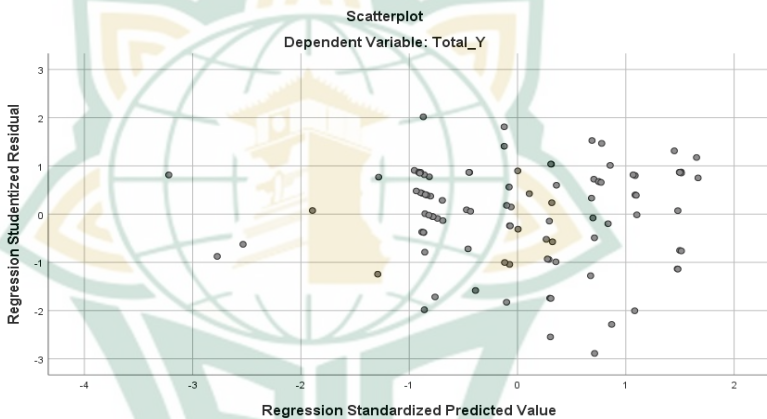
Nilai d -hitung Durbin-Watson sebesar 2,127 ditampilkan pada tabel 4.8. Estimasi d -number sebesar 2,127 dibandingkan dengan nilai d teoritis pada tabel statistik Durbin-Watson pada ambang signifikansi $\alpha = 5\%$ untuk menilai gejala autokorelasi. Kita peroleh nilai batas bawah (d_l) sebesar 1,606 dan nilai batas atas (d_u) sebesar 1,733 dengan menggunakan tabel Durbin Watson untuk nilai sebagai berikut: $n = 97$ sampel, $k =$ variabel bebas. Pilihan ini dapat diterima karena temuan pengujian menunjukkan bahwa tidak ada autokorelasi positif atau negatif

dalam data penelitian, dengan $Du < DW < 4 \cdot Du$ ($1,733 < 2,221 < 2,267$).

4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas mencari variasi variabel pada sisa observasi yang berbeda dalam model regresi. Dalam penelitian ini, scatterplot digunakan untuk menguji heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas diasumsikan tidak terjadi jika titik-titik tersebar di atas dan di bawah sumbu serta tidak menimbulkan suatu pola.³

Tabel 4.9
Hasil Uji heteroskedastisitas



Sumber: Output SPSS yang Diolah Tahun 2024

Pengolahan hasil output SPSS menghasilkan data *scatterplot*. Untuk mengetahui apakah suatu model regresi menunjukkan gejala heteroskedastisitas, dapat dilakukan pengujian sebaran titik-titik pada grafik *scatterplot*. Jika titik-titiknya tersebar secara acak, tidak membentuk garis lurus, dan menyebar dari 0 pada sumbu Y ke atas dan ke bawah, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak menunjukkan gejala heteroskedastisitas. Untuk mengevaluasi data pada tingkat yang lebih tinggi, grafik di atas memenuhi syarat pengujian heteroskedastisitas.

³ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), 139..

E. Uji Hipotesis
1. Regresi Linier Berganda

Tabel 4.10
Uji Regresi Linier Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
Konstanta	8,680	4,042	
Citra Destinasi (X1)	-0,029	0,060	-.038
Fasilitas (X2)	0,818	0,102	.641
Persepsi Harga (X3)	-0.009	.124	-.006

Sumber: Data Primer yang Diolah Tahun 2024

Data hasil data diatas, maka bentuk persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1.X_1 + \beta_2.X_2 + \beta_3.X_3 + e$$

$$Y = 8,680 - 0,029X_1 + 0,818X_2 - 0.009X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen (minat berkunjung)

a = konstanta

b = koefisien regresi variabel

X1 = Variabel Independen (citra destinasi)

X2 = Variabel

Independen (fasilitas)

X3 = Variabel Independen

(persepsi harga)

e = error

estimasi

Kesimpulannya :

- 8,680 adalah nilai konstan bernilai positif artinya apabila variabel independent tidak ada, maka minat berkunjung sebesar 8,680%.
- Nilai koefisien regresi citra destinasi (X1) sebesar -0,029 artinya setiap terjadi peningkatan minat berkunjung sebesar 1% maka minat berkunjung akan mengalami penurunan sebesar 0,029 %.
- Nilai koefisien regresi citra fasilitas (X2) sebesar 0,818 artinya setiap terjadi peningkatan minat berkunjung sebesar 1% maka minat berkunjung akan mengalami peningkatan sebesar 0,818%.
- Nilai koefisien regresi persepsi harga (X3) sebesar -0.009

artinya setiap terjadi peningkatan minat berkunjung sebesar 1% maka minat berkunjung akan mengalami penurunan sebesar 0.009%.

2. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) menjadi nilai yang ditetapkan untuk menghitung besarnya kontribusi seluruh variabel independent yang terdapat di model terhadap variasi (naik/turun) variabel dependen.⁴ Tidak terdapat pengaruh antara variabel independent terhadap variabel dependen jika Nilai $R^2 = 0$. Variabel independent memberikan pengaruh yang besar terhadap variabel dependen apabila Nilai R^2 mendekati 1.⁵

Tabel 4.11
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

R	R Square	Adjusted R Square
0,633 ^a	0,401	0,374

Sumber: Data Primer yang Diolah Tahun 2024

Tabel 4.10 menunjukkan jika nilai R Square sebesar 0,401 atau sama dengan 40,1% hal tersebut mengindikasikan jika nilai R Square semakin mendekati angka 1 maka semakin besar pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen. Sedangkan sisanya (100% - 40,1%) = 59,9% dipengaruhi oleh variabel lain diluar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

3. Uji Signifikan Silmutan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y). Uji F dilakukan dengan membandingkan f hitung dengan f tabel dengan ketentuan sebagai berikut:

Ho diterima Ha ditolak jika $F_{hitung} < F_{tabel}$.

Ho ditolak Ha diterima jika $F_{hitung} > F_{tabel}$.

⁴ Robert, Kurniawan, and Yulianto Budi, *Analisis Regresi Dasar Dan Penerapannya Dengan R*. (Jakarta: Kencana, 2016), 26.

⁵ Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, 97.

Tabel 4.12
Hasil Uji F
ANOVA^a

	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	413.249	3	137.750	21.537	.000 ^b
	Residual	594.813	93	6.396		
	Total	1008.062	96			

Sumber: Data Primer yang Diolah Tahun 2024

Tingkat signifikansi menggunakan $\alpha = 5\%$ atau 0,05. Berdasarkan uji simultan tabel di atas, diperoleh hasil perhitungan F hitung sebesar 21,537. Untuk F tabel, dapat dilihat dengan F tabel, nilai F tabel = df 1 = 3, df 2 (n-k) = 97-3 = 94, sehingga diperoleh F tabel sebesar 2,70.

Dengan demikian karena nilai F hitung > F tabel (21,537 > 2,70), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Nilai signifikansi 0,000 < 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat diambil kesimpulan karena F hitung > F tabel dan nilai signifikansi < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya ada pengaruh secara signifikan antara citra destinasi, fasilitas dan persepsi harga secara bersama- sama terhadap minat berkunjung wisatawan ke objek wisata pantai di kabupaten Jepara.

4. Uji T

Untuk diketahui apakah variabel independent berpegaruh secara parsial kepada variabel dependen maka bisa dilakukan uji signifikansi parsial (t test), yang mana variabel independent yakni kemiskinan, pendidikan, dan kesehatan terhadap variabel dependen pertumbuhan ekonomi. Dinyatakan terjadi pengaruh secara signifikan apabila nilai signifikansinya $\leq 0,05$. Apabila nilai signifikansi $\geq 0,05$ maka tidak memberikan pengaruh.⁶

Tabel 4.13
Hasil Uji T

Variabel	t hitung	t tabel	Sig.	Keterangan
Citra Destinasi (X1)	-0,482	1,986	0,631	Tidak berpengaruh Terhadap minat berkunjung
Fasilitas	8,025	1,986	0,000	Berpengaruh

⁶ Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, 149.

(X2)				terhadap minat berkunjung
Persepsi Harga (X3)	-0,071	1,986	0,943	Tidak berpengaruh Terhadap minat berkunjung

Sumber: Data Primer yang Diolah Tahun 2024

Tabel 4.12 menunjukkan hasil dari pengujian parsial (uji t) bahwa:

- a. Variabel citra destinasi diketahui nilai t_{hitung} yaitu -0,482 lebih kecil dari t_{tabel} yaitu 1,986 dan nilai signifikannya sebesar 0,631 hal tersebut memperlihatkan bahwasannya nilainya lebih dari 0,05. Berarti, variabel citra destinasi tidak mempengaruhi minat berkunjung wisatawan ke pantai di kabupaten Jepara.
- b. Variabel fasilitas diketahui nilai t_{hitung} yaitu 8,025 lebih besar dari t_{tabel} yaitu 1,986 dan nilai signifikansinya sebesar 0,000 hal tersebut memperlihatkan bahwasannya nilainya kurang dari 0,05. Berarti, variabel fasilitas memberikan pengaruh secara parsial terhadap minat berkunjung wisatawan ke pantai di kabupaten Jepara.
- c. Variabel persepsi harga diketahui nilai t_{hitung} yaitu -0,071 lebih kecil dari t_{tabel} yaitu 1,986 dan nilai signifikansinya sebesar 0,943 hal tersebut memperlihatkan bahwasannya nilainya lebih dari 0,05. Berarti, variabel persepsi harga tidak mempengaruhi minat berkunjung wisatawan ke pantai di kabupaten Jepara.

F. Pembahasan

1. Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan ke Objek Wisata Pantai di Kabupaten Jepara

Berdasarkan uji regresi yang telah dilakukan, hasilnya menunjukkan tidak terdapat pengaruh citra destinasi terhadap terhadap minat berkunjung wisatawan ke objek wisata pantai di kabupaten jepara secara individual atau parsial. Hasil ini sesuai dengan uji t yaitu nilai signifikansinya sebesar $0,631 < 0,05$ artinya citra destinasi tidak berpengaruh terhadap terhadap minat berkunjung wisatawan ke objek wisata pantai di kabupaten Jepara.

Citra destinasi juga dapat mempengaruhi dikarenakan minat setiap wisatawan yang berbeda – beda, dan memiliki preferensi tertentu dalam menentukan destinasi wisata yang mereka inginkan. Sebuah citra destinasi yang menggoda tidak akan selalu mempengaruhi individu dan juga preferensi wisatawan dapat berubah seiring waktu, dan citra destinasi yang telah dibangun sebelumnya tidak lagi sesuai dengan kebutuhan atau minat wisatawan saat ini. Selain itu penilaian wisatawan yang pernah berkunjung ke objek wisata tersebut juga menentukan pandangan atau citra mereka terhadap objek wisata yang didatanginya. Citra destinasi yang dibangun melalui promosi atau media sosial sehingga terjadi ketidaksiain dengan pengalaman yang sebenarnya dialami oleh wisatawan ketika mereka tiba di destinasi tersebut. Terdapat perbedaan signifikan antara citra yang dipromosikan dan pengalaman yang sebenarnya, wisatawan mungkin kecewa dan kehilangan minat untuk kembali dikarenakan tempat yang didatanginya tidak bagus yang dipromosikan.

Penting bagi pemerintah dan pihak pariwisata untuk memperbaiki citra destinasi. Dengan membuat profil company yang menarik seperti Melakukan promosi yang tepat dan efektif untuk menarik perhatian wisatawan. Promosi dapat dilakukan melalui berbagai saluran, seperti situs web, iklan, dan kerjasama dengan agen perjalanan serta memanfaatkan media sosial dengan membuat vidio tiktok yang menarik akan destinasi tersebut dan juga dapat menunggah foto ataupun vidio di facebook/instagram dengan menampilkan keindahan tempat destinasinya. Selain itu, perusahaan atau pihak pariwisata juga harus terus mengembangkan produk dan aktivitas yang menarik bagi wisatawan. Dengan menyediakan beragam pilihan kegiatan dan acara di destinasi akan memberikan variasi dan kepuasan bagi wisatawan.

Hal ini sejalan dengan penelitian menurut Isman, dkk yang berjudul “Pengaruh *Social Media Marketing*, Ekuitas Merek, dan Citra Destinasi Terhadap Minat berkunjung ke Tempat Wisata”, variabel *social media marketing* dan ekuitas merek berpengaruh terhadap minat berkunjung sedangkan citra destinasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat berkunjung.⁷ Hasil penelitian tersebut sama halnya dengan hasil

⁷ Isman Isman, Ryan Gerry Patalo, and Dimas Eka Pratama, “Pengaruh Sosial Media Marketing, Ekuitas Merek, Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Ke

penelitian ini. dimana hasil uji diketahui nilai t_{hitung} yaitu -0,482 lebih kecil dari t_{tabel} yaitu 1,986 dan nilai signifikannya sebesar 0,631 hal tersebut memperlihatkan bahwasannya nilainya lebih dari 0,05. Dengan begitu citra destinasi tidak berpengaruh terhadap terhadap minat berkunjung wisatawan ke objek wisata pantai di kabupaten Jepara.

2. Pengaruh Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan ke Objek Wisata Pantai di Kabupaten Jepara

Berdasarkan uji regresi yang telah dilakukan, hasilnya menunjukkan pengaruh fasilitas terhadap terhadap minat berkunjung wisatawan ke objek wisata pantai di kabupaten jepara secara individual atau parsial. Hasil ini sesuai dengan uji t yaitu nilai signifikansinya sebesar $0,000 > 0,05$ artinya variabel fasilitas berpengaruh terhadap terhadap minat berkunjung wisatawan ke objek wisata pantai di kabupaten jepara.

Fasilitas yang baik dapat meningkatkan minat wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat. Jika suatu objek wisata memiliki fasilitas yang memadai. Di beberapa pantai di Jepara seperti Pantai Kartini, Pantai Bandengan, Pantai Teluk Awur dan lain sebagainya terdapat fasilitas yang sangat baik contohnya tempat parkir, penginapan, restoran, toilet, tempat sampah, tempat ibadah, serta wahana bermain anak – anak. Wisatawan akan cenderung lebih tertarik untuk mengunjungi tempat dengan fasilitas yang cukup lengkap. Fasilitas yang baik juga dapat memberikan kenyamanan dan kepuasan kepada wisatawan selama kunjungan mereka. Selain itu, fasilitas juga dapat mempengaruhi persepsi wisatawan terhadap suatu destinasi. Jika fasilitas yang disediakan memenuhi harapan dan kebutuhan wisatawan, mereka akan memiliki persepsi yang positif terhadap destinasi tersebut. Hal ini dapat meningkatkan minat berkunjung wisatawan dan mempengaruhi keputusan mereka untuk mengunjungi destinasi tersebut kembali di masa yang akan datang.

Untuk menciptakan fasilitas yang baik dan meningkatkan minat berkunjung wisatawan, pemerintah dapat mendorong pemilik usaha pariwisata untuk meningkatkan kualitas fasilitas yang mereka sediakan, seperti tempat parkir, penginapan, restoran, toilet, tempat sampah, tempat ibadah, serta wahana bermain anak – anak. Fasilitas yang baik akan memberikan

pengalaman yang lebih baik bagi wisatawan dan meningkatkan minat mereka untuk berkunjung kembali.

Hal ini sejalan dengan penelitian penelitian Nurmala, dkk yang berjudul “Pengaruh Fasilitas Wisata, Daya Tarik Wisata dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Pantai Ujong Lhokseumawe” variabel fasilitas wisata, daya tarik wisata dan kualitas layanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung wisata pantai ujung lhokseumawe.⁸ Sama halnya dengan penelitian ini yang mana variabel fasilitas berpengaruh terhadap terhadap minat berkunjung wisatawan ke objek wisata pantai di kabupaten Jepara dengan nilai t_{hitung} yaitu 8,025 lebih besar dari t_{tabel} yaitu 1,986 dan nilai signifikansinya sebesar 0,000 hal tersebut memperlihatkan bahwasannya nilainya kurang dari 0,05.

3. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan ke Objek Wisata Pantai di Kabupaten Jepara

Berdasarkan uji regresi yang telah dilakukan, hasilnya menunjukkan tidak terdapat pengaruh citra destinasi terhadap terhadap minat berkunjung wisatawan ke objek wisata pantai di kabupaten jepara secara individual atau parsial. Hasil ini sesuai dengan uji t yaitu nilai signifikansinya sebesar $0,943 < 0,05$ artinya persepsi harga tidak berpengaruh terhadap terhadap minat berkunjung wisatawan ke objek wisata pantai di kabupaten jepara.

Dibeberapa pantai di Jepara seperti Pantai Bondo, Pantai Kartini dan Pantai Bandengan terdapat beberapa harga makanan yang lebih mahal dibandingkan dengan pantai lainnya. Selain harga makanan yang berbeda, harga penginapan yang diberikan juga cukup mahal. Bagi wisatawan dengan kemampuan finansial yang cukup tidak terlalu memperhatikan harga jika mereka merasa mampu membayar untuk pengalaman yang diinginkan. Faktor ini berlaku untuk wisatawan dengan pendapatan tinggi atau yang memiliki anggaran liburan yang besar. Sama halnya bagi wisatawan yang memiliki penghasilan menengah, mereka juga tentunya tidak terlalu mementingkan harga jika yang diinginkannya sudah cukup terpenuhi.

Tatapi berbeda dengan wisatawan yang memiliki penghasilan rendah, mereka cenderung akan berpikir ulang untuk

⁸ Nurmala, Sullaida, and Damanhur, “Pengaruh Fasilitas Wisata, Daya Tarik Wisata Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Pantai Ujong Blang Lhokseumawe.”

melakukan destinasi dengan harga yang cukup tinggi. Mereka tentunya lebih memilih tempat wisata yang terjangkau dengan pengasilannya. Sehubungan dengan hal tersebut wisatawan pastinya akan memilih tempat destinasi yang nyaman dengan harga yang terjangkau, maka persepsi harga tersebut akan mempengaruhi minat mereka untuk berkunjung.

Dengan adanya hal tersebut pemerintah atau pihak pariwisata dapat menawarkan paket wisata atau diskon khusus untuk menarik minat wisatawan. Hal ini dapat mencakup penawaran harga khusus untuk tiket masuk, akomodasi, atau paket wisata yang mencakup beberapa atraksi atau aktivitas. Penawaran ini dapat memberikan persepsi nilai yang lebih tinggi bagi wisatawan dan mendorong minat mereka untuk berkunjung.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang berjudul “Analisis Pengaruh Daya Tarik Wisata, Persepsi Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Objek Wisata Teluk Kiluan)”, yang dibuat oleh Adi Irawan bahwa variabel harga tidak berpengaruh berpengaruh pada kepuasan terhadap kepuasan pengunjung.⁹ Hasil penelitian tersebut sama halnya dengan hasil penelitian ini. dimana hasil uji regresi diketahui nilai t_{hitung} yaitu $-0,071$ lebih kecil dari t_{tabel} yaitu $1,986$ dan nilai signifikansinya sebesar $0,943$ hal tersebut memperlihatkan bahwasannya nilainya lebih dari $0,05$. Berarti, variabel persepsi harga tidak mempengaruhi minat berkunjung wisatawan ke pantai di kabupaten Jepara.

⁹ Adi Irawan, 2017, “Analisis Pengaruh Daya Tarik Wisata, Persepsi Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Objek Wisata Teluk Kiluan),” Universitas Lampung.