

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Teorisasi

1. Pengertian Pariwisata

Sesungguhnya, pariwisata telah lama menjadi perhatian, baik dari segi ekonomi, politik, administrasi kenegaraan, maupun sosiologi, sampai saat ini belum ada kesepakatan secara akademis mengenai apa itu pariwisata. Secara etimologi, kata pariwisata berasal dari bahasa Sanskerta yang terdiri atas (dua) suku kata, yaitu pari dan wisata. Pari berarti “banyak” atau “berkeliling”, sedangkan wisata berarti “pergi” atau “berpergian”. Atas dasar itu, maka kata pariwisata seharusnya diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputa-putar, dari suatu tempat ke tempat lain yang dalam bahasa Inggris disebut dengan kata “*Tour*”, sedangkan untuk pengertian jamak, kata “kepariwisataan” dapat digunakan kata “*tourisme*” (Suwena & Widyatmaja, 2017:15).

Untuk mendapatkan gambaran yang lebih jelas, lebih lanjut (Yoeti, 1996) dalam (Suwena & Widyatmaja, 2017:15), memberikan suatu batasan tentang penyebaran kata-kata sebagai berikut:

- a. Wisata adalah perjalanan; dalam bahasa Inggris dapat disamakan dengan perkataan “*Travel*”

- b. Pariwisata adalah perjalanan; yang dilakukan dari suatu tempat ketempat lain dalam bahasa inggris dapat disebut dengan istilah *“travellers”*
- c. Pariwisata adalah perjalanan yang dilakukan dari suatu tempat ke tempat lain dalam bahasa inggris disebut *“tourist”*
- d. Kepariwisataan adalah hal-hal yang berhubungan dengan pariwisata dan dalam bahasa inggris disebut dengan istilah *“tourism”*

Dalam Undang-Undang Pariwisata Republik Indonesia nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, dinyatakan bahwa:

- a. Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.
- b. Wisatawan adalah orang yang melakukan wisata.
- c. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah.
- d. Kepariwisataan adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan Negara serta

interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, pemerintah daerah, dan pengusaha.

- e. Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.
- f. Daerah tujuan pariwisata yang selanjutnya disebut destinasi pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan.
- g. Usaha pariwisata adalah usaha yang menyediakan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggara pariwisata.
- h. Pengusaha pariwisata adalah orang atau sekelompok orang yang melakukan kegiatan usaha pariwisata.
- i. Industri pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan/jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata.
- j. Kawasan strategis pariwisata adalah kawasan yang memiliki fungsi utama pariwisata atau memiliki potensi untuk

pengembangan pariwisata yang mempunyai pengaruh penting dalam satu atau lebih aspek, seperti pertumbuhan ekonomi, sosial dan budaya, pemberdayaan sumber daya alam, daya dukung lingkungan hidup, serta pertahanan dan keamanan.

Suatu hal yang sangat menonjol dari batasan-batasan yang dikemukakan diatas adalah bahwa pada pokoknya, apa yang menjadi ciri dari perjalanan pariwisata itu adalah sama atau dapat disamakan (walau cara mengemukakannya agak berbeda-beda), yaitu dalam pengertian kepariwisataan terdapat berbeda faktor penting yaitu:

- a. Perjalanan yang dilakukan sementara waktu
- b. Perjalanan itu dilakukan dari suatu tempat ke tempat lain
- c. Perjalanan itu apapun bentuknya, harus selalu dikaitkan dengan pertamasyaan atau rekreasi
- d. Orang yang melakukan perjalanan tersebut tidak mencari nafkah di tempat yang dikunjunginya dan semata-mata sebagai konsumen di tempat tersebut.

2. Jenis-Jenis Pariwisata

Berikut adalah jenis-jenis pariwisata menurut Chaniago (2010) dalam (Anitamawati, 2014: 22-24), yang terdapat di daerah tujuan wisata yang menarik *customer* untuk mengunjunginya, sehingga dapat pula diketahui jenis pariwisata yang mungkin layak untuk dikembangkan jenis sarana dan prasarana yang mendukung kegiatan pariwisata tersebut.

a. Pariwisata untuk menikmati perjalanan (*pleasure tourism*)

Jenis pariwisata ini dilakukan oleh orang yang meninggalkan tempat tinggalnya untuk berlibur, mencari udara segar yang baru, oleh mengendorkan ketegangan syaraf, untuk menikmati keindahan alam, untuk menikmati hikayat rakyat suatu daerah, untuk menikmati hiburan dan sebagainya.

b. Pariwisata untuk rekreasi (*recreation sites*)

Jenis pariwisata ini dilakukan oleh orang yang menghendaki pemanfaatan hari-hari libur untuk istirahat, untuk memulihkan kembali kesegaran jasmani dan rohani, yang akan menyegarkan keletihan dan kelelahan.

c. Pariwisata untuk kebudayaan (*cultural tourism*)

Jenis pariwisata ini ditandai dengan adanya rangkaian motivasi seperti keinginan untuk belajar di pusat-pusat pengajaran dan riset, untuk mempelajari adat istiadat, cara hidup masyarakat negara lain dan sebagainya.

d. Pariwisata untuk olahraga (*sport tourism*)

Jenis pariwisata ini bertujuan untuk tujuan olahraga, baik untuk hanya menarik penonton olahraga dan olahragawannya sendiri serta ditujukan bagi mereka yang ingin mempraktekannya sendiri.

e. Pariwisata untuk urusan dagang besar (*business tourism*)

Dalam jenis pariwisata ini, unsur yang ditekankan adalah kesempatan yang digunakan oleh pelaku perjalanan ini yang menggunakan waktu-waktu bebasnya untuk menikmati dirinya sebagai wisatawan yang mengunjungi berbagai obyek wisata dan jenis pariwisata lain.

f. Pariwisata untuk konvensi (*convention tourism*)

3. Pengertian Wisatawan

Secara etimologi, kalau kita meninjau arti kata “wisatawan” yang berasal dari kata “wisata”, maka sebenarnya tidaklah tepat sebagai pengganti kata “*tourist*” dalam bahasa Inggris. Kata itu berasal dari kata Sanskerta: “wisata” yang berarti “perjalanan” yang sama atau dapat disamakan dengan kata “*travel*” dalam bahasa Inggris, maka “wisatawan” sama artinya dengan kata *traveller*, dalam pengertian yang umum diterima oleh masyarakat Indonesia sesungguhnya bukanlah demikian, kata wisatawan selalu diasosiasikan dengan kata “*tourist*” (bahasa Inggris). Namun kalau kita perhatikan kata “*tourist*” itu sendiri, sebenarnya kata itu berasal dari kata “*tour*” (yang berarti perjalanan yang dilakukan dari suatu tempat ke tempat lain) dan orang yang melakukan perjalanan “*tour*” ini dalam bahasa Inggris disebut dengan istilah “*tourist*”. (Suwena & Widyatmaja, 2017:32-33).

Pengertian wisatawan dalam Undang-Undang nomor 10 tahun 2009 adalah orang-orang yang melakukan kegiatan wisata. Jadi, menurut pengertian ini, semua orang-orang yang melakukan perjalanan wisata dinamakan wisatawan. Apapun tujuannya yang penting perjalanan itu bukan untuk menetap dan tidak untuk mencari nafkah ditempat yang dikunjungi. Wisatawan adalah orang atau sekelompok orang yang melakukan perjalanan untuk tujuan wisata, seperti untuk tujuan berekreasi, berbisnis maupun untuk memenuhi kebutuhan khusus lain. (Sunaryo, 2013:3). Yang termasuk wisatawan adalah:

- a. Mereka yang mengadakan perjalanan bersenang-senang, mengunjungi keluarga, dan lain-lain.
- b. Mereka yang mengadakan perjalanan untuk keperluan pertemuan-pertemuan atau karena tugas tertentu, seperti dalam ilmu pengetahuan, tugas negara, diplomasi, agama, olahraga, dan lain-lain.
- c. Mereka yang mengadakan perjalanan untuk tujuan usaha.
- d. Mereka yang melakukan kunjungan mengikuti perjalanan kapal laut, walaupun tinggal kurang dari 24 jam.

4. Motivasi pendorong Dan Motivasi Penarik Wisatawan (*push & pull motivation*)

Menurut (Crampton, 1979) dikutip dari (Parhusip, 2018: 229-302) menyebutkan (tujuh) motivasi pendorong dan dua motivasi

penarik, berikut penjelasan tentang faktor-faktor tersebut:

a. Motivasi Pendorong (*Push*)

1) *Escape from a perceived mundane environment* (keluar dari lingkungan rutin dan membosankan) Faktor ini mengacu pada motivasi seseorang yang mengalami kejenuhan dari lingkungan sehari-hari yang mulai dirasakan rutin dan membosankan. Cara mereka untuk menghadapi lingkungan tersebut adalah dengan berlibur dan mencari tempat yang secara fisik dan sosial berbeda dengan lingkungan sehari-hari.

2) *Exploration and evaluation of self* (eksplorasi dan evaluasi diri).

Motivasi untuk berlibur dalam diri seseorang muncul karena ingin mendapatkan kesempatan untuk mengevaluasi dan menemukan sesuatu yang lebih pada diri. Evaluasi dan eksplorasi tentang diri ini tidak dapat didapatkan hanya dengan diam di rumah atau mengunjungi keluarga.

3) *Relaxation* (relaksasi).

Individu melakukan kegiatan wisata karena ingin melakukan relaksasi keadaan mental ataupun relaksasi keadaan fisik mereka. Relaksasi ini tidak dapat dilakukan dalam kegiatan rutin mereka sehari-hari.

4) *Prestige* (prestise).

Motivasi untuk berwisata muncul karena menganggap wisata merupakan sebuah simbol gaya hidup kelas atas. Dengan berwisata meningkatkan rasa hormat dan penghargaan dari orang lain.

5) *Regression to childhood/nostalgic* (nostalgia).

Motivasi kegiatan muncul karena wisata memungkinkan untuk melakukan sesuatu yang tidak dapat dilakukan dalam kehidupan sehari-hari. Kegiatan tersebut kadang kekanakan, dan lebih pada pengingatan saat remaja atau saat kecil atau nostalgia masa lalu.

6) *Enhancement of kinship relationship* (peningkatan hubungan kekeluargaan).

Motivasi berwisata muncul karena ingin meningkatkan hubungan kekeluargaan. Dan peningkatan hubungan kekeluargaan ini sulit dilakukan dalam keseharian mereka karena berbagai kesibukan.

7) *Facilitation of social interaction* (fasilitasi dari interaksi social).

Motivasi untuk wisata muncul karena wisata dianggap sebagai sarana yang memberikan kesempatan bertemu dengan orang-orang baru di berbagai tempat. Perjalanan wisata yang dilakukan pun lebih berorientasi pada orang-orang yang

ditemui dibandingkan dengan tempat.

b. Motivasi Penarik (*Pull*)

Motivasi penarik (*pull*) (disebut juga motif budaya, motif yang lebih terkait dengan tempat tujuan wisata dibandingkan dengan status sosial dan psikologis individu). Terdapat (dua) faktor, yaitu :

1) *Novelty*

Motivasi berwisata yang muncul karena adanya keingintahuan, petualangan, baru dan berbeda. Dan wisata untuk mencari tempat-tempat baru dengan petualangan baru menjadi hal yang menarik. Novel berarti bertemu dengan pengalaman baru tetapi tidak berarti pengetahuan yang baru.

2) *Education* (pendidikan)

Motivasi wisata dikarenakan adanya minat terhadap pendidikan. Termotivasi untuk mengunjungi tempat-tempat yang memberikan pengetahuan dan pendidikan. Selain itu pendidikan dirasakan sebagai cara untuk mengembangkan diri individu.

5. Elemen Yang Mempengaruhi Minat Kunjungan Wisatawan

Faktor-faktornya antara lain atraksi (daya tarik wisata), aksesibilitas, dan fasilitas pariwisata merupakan satu paket yang disebut dengan produk wisata yang semuanya harus sesuai dengan permintaan pasar. Produk yang semula menarik makin lama makin

turun mutunya dan menjadi kurang menarik, oleh karena itu harus selalu dijaga mutunya. Apabila sesuatu produk pariwisata makin sedikit menarik wisatawan berarti bahwa produk tersebut mulai berkurang daya tariknya dan harus diperbaiki.

Minat pengunjung sangat ditentukan oleh kondisi daya tarik obyek, yang terdiri dari keunikan obyek dan dan atraksi, kesiapan amenities, dan kelancaran moda transportasi dan aksesibilitas (Abdulhaji & Yusuf, 2016; Sarim & Wiyana, 2017; Nurbaeti et al, 2021) dalam (Latupapua, 2021:176). Kualitas obyek daya tarik wisata di suatu destinasi sangat mempengaruhi kepuasan dan minat kunjungan. Kualitas obyek dan daya tarik suatu destinasi harus ditunjang dalam beberapa faktor yaitu atraksi, amenities, aksesibilitas, ansilari dan hospitality (Jayaprakash & Mythili, 2017; Nurbaeti et al, 2021) dalam Latupapua, 2021: 177).

a. Atraksi Wisata

Atraksi dalam pariwisata merupakan daya tarik utama dari sebuah destinasi wisata. Atraksi wisata meliputi segala sesuatu yang dapat dinikmati oleh wisatawan, seperti dapat dilihat, didengar, dirasakan atau dilakukan, baik berupa daya tarik alam, budaya maupun hasil kreativitas masyarakatnya. Daya tarik budaya dan kreativitas masyarakat bisa berupa museum, peninggalan sejarah atau purbakala, kesenian, wisata agro, taman rekreasi dan tempat hiburan.

Menurut Suwena & Widyatmaja (2010:88), atraksi merupakan komponen yang signifikan dalam menarik wisatawan. Atraksi merupakan modal utama (*tourism resources*) atau sumber dari kepariwisataan. Disimpulkan bahwa atraksi wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keindahan, yang bernilai, baik yang berupa suatu keanekaragaman, yang memiliki keunikan, baik dalam kekayaan budaya maupun hasil buatan manusia (*man made*) yang yang menjadi faktor daya tarik dan menjadi tujuan wisatawan untuk berkunjung, yang menjadikan wisatawan termotivasi untuk melakukan wisata ke obyek wisata tersebut.

Menurut Basiya dan Rozak (2012) dalam (Saputri, 2019: 50-51), daya tarik tempat tujuan wisata merupakan motivasi utama bagi pengunjung untuk melakukan kunjungan wisata. Menurutnya destinasi wisata dikelompokkan menjadi (lima) daya tarik, yaitu :

- 1) Daya tarik wisata alam (*natural attraction*) yang meliputi pemandangan alam daratan, pemandangan alam, lautan, pantai, iklim atau cuaca.
- 2) Daya tarik wisata berupa arsitektur bangunan (*building attraction*) yang meliputi bangunan dan arsitektur bersejarah, bangunan dan arsitektur modern, arkeologi.
- 3) Daya tarik wisata yang dikelola khusus (*managed visitor attraction*), yang meliputi tempat peninggalan kawasan

industri seperti yang ada di Inggris, Theme Park di Amerika dan Darling Harbour di Australia.

- 4) Daya tarik wisata budaya (*cultural attraction*), yang meliputi teater, museum, tempat bersejarah, adat-istiadat, tempat-tempat religius, peristiwa-peristiwa khusus seperti festival dan drama bersejarah (*pageants*), dan *heritage* seperti warisan peninggalan budaya.
- 5) Daya tarik wisata sosial seperti gaya hidup penduduk di tempat tujuan wisata.

Atraksi wisata merupakan daya tarik wisata yang dapat dilihat lewat pertunjukan dan membutuhkan persiapan bahkan memerlukan pengorbanan untuk menikmatinya (Zaenuri, 2012) dalam (Ramadhani & Setiawan, 2021: 164). Atraksi wisata yang baik tentunya bukan hanya sesuatu yang dapat dilihat atau didengar wisatawan. Atraksi wisata harus mampu memberikan kesan pengalaman kepada setiap wisatawan, sehingga tujuannya melakukan kegiatan pariwisata bisa tercapai. Pada tingkatan yang lebih baik lagi, atraksi wisata harus bisa memberikan pembelajaran kepada setiap wisatawan atau dikenal dengan istilah *experiential learning* (pembelajaran dari pengalaman).

b. Amenitas

Amenitas adalah segala bentuk fasilitas pendukung yang dapat digunakan oleh wisatawan untuk memenuhi kebutuhannya.

Amenitas berkaitan dengan sarana akomodasi, restoran, toilet umum, *rest area*, *souvenir shop*, tempat parkir, tempat ibadah dan lain-lain yang sebaiknya harus ada di suatu destinasi wisata (Rusvitasari & Solikhin, 2014) dalam (Ramadhani & Setiawan, 2021: 165).

Fasilitas merupakan elemen dalam destinasi atau berhubungan dengan destinasi yang memungkinkan wisatawan tinggal di destinasi tersebut untuk menikmati atau berpartisipasi dalam atraksi yang ditawarkan. Fasilitas destinasi bisa berupa akomodasi, restoran, café, dan bar, transportasi termasuk penyewaan alat transportasi dan taksi, serta pelayanan lain termasuk toko, salon, pelayanan informasi dan sebagainya (Pitana & Diarta, 2009: 130). Suwanto (2000:57) dalam (Nasution & Anom, 2020: 213), menyatakan bahwa fasilitas pariwisata terdiri dari akomodasi, restoran, usaha rekreasi dan hiburan, transportasi serta sarana lain seperti *souvenir shop*, penyedia air dan sarana toilet. Akomodasi adalah sarana untuk menyediakan pelayanan penginapan yang dapat dilengkapi dengan pelayanan makan dan minum serta jasa lainnya. Amenitas atau fasilitas pendukung dari sebuah destinasi wisata harus mampu menjawab kebutuhan wisatawan selama berada di lokasi wisata. Mulai dari fasilitas dasar seperti keberadaan toilet, tempat ibadah, tempat parkir, tempat istirahat dan tempat makan. Selain itu, keberadaan hotel

atau penginapan, restoran atau tempat kuliner, tempat beli oleh-oleh dan segala daya dukung yang bisa menjadi pelengkap dari kegiatan pariwisata. Kelengkapan dan kenyamanan dari amenities yang dimiliki sebuah destinasi wisata, akan berpengaruh dalam pertimbangan dan keputusan wisatawan ketika hendak berkunjung. Keberadaan amenities ini juga akan mempengaruhi lama tinggal wisatawan (*length of stay*) di lokasi wisata.

c. Aksesibilitas

Aksesibilitas dapat diartikan sebagai beragam hal yang berkaitan dengan akses wisatawan ketika hendak berkunjung ke sebuah destinasi wisata. Akses ini meliputi akses informasi dan akses transportasi. Menurut Suryadana & Octavia (2015:56), aksesibilitas merupakan salah satu unsur utama dalam produk karena mendorong pasar potensial menjadi pasar nyata, aksesibilitas mencakup transportasi masuk ke negara, inter dan intra *region* (daerah) serta di dalam kawasan, dan memudahkan memperoleh informasi tentang destinasi.

Aksesibilitas merupakan mudah atau sulitnya wisatawan menjangkau destinasi yang diinginkan. Akses berkaitan dengan infrastruktur transportasi, seperti lapangan udara, terminal bus dan kereta api, rel kereta api, jalan tol, dan sejenisnya. Termasuk didalamnya teknologi transportasi yang mampu menghemat waktu dan biaya untuk menjangkau destinasi wisata tersebut

(Pitana & Diarta, 2009: 131). Menurut Mulyati (2019) dalam (Ramadhani, 2021:169) yang menyatakan bahwa aksesibilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Sehingga semakin baik aksesibilitas suatu destinasi wisata, maka akan semakin tinggi keputusan berkunjung wisatawan.

Akses transportasi bisa berupa ketersediaan transportasi umum seperti pesawat, kapal, kereta api, bus atau transportasi lain yang dibutuhkan oleh wisatawan untuk memudahkan dalam menjangkau sebuah destinasi wisata. Selain transportasi umum, ketersediaan jalan yang baik, papan penunjuk arah dan jauh atau dekatnya jarak tempuh akan berpengaruh terhadap minat wisatawan untuk berkunjung. Akses informasi bisa berupa informasi tentang daya tarik sebuah destinasi wisata, fasilitas dan akomodasi yang dimiliki, informasi perjalanan, serta ragam informasi lain yang dibutuhkan wisatawan sebelum melakukan kegiatan pariwisata. Akses informasi juga berkaitan dengan promosi yang dilakukan oleh sebuah destinasi wisata untuk menjangkau masyarakat luas sebagai calon wisatawan. Dilokasi wisata, akses informasi bisa berupa ketersediaan pusat informasi wisatawan atau dikenal dengan istilah TIC (Tourist Information Center) yang memudahkan setiap wisatawan untuk bertanya dan memperoleh informasi berkaitan dengan kegiatan pariwisata yang

dilakukan.

d. Minat Berkunjung

Teori minat berkunjung dalam hal ini dianalogikan seperti minat beli terhadap suatu produk. Minat merupakan dorongan untuk memotivasi seseorang melakukan tindakan. Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2014) minat berkunjung adalah rasa ingin seseorang untuk berkunjung ke suatu objek wisata.

Minat berkunjung pada dasarnya adalah perasaan ingin mengunjungi akan suatu tempat yang menarik untuk dikunjungi. Kotler dan Keller (2014), menambahkan bahwa minat berkunjung merupakan tindakan konsumen dalam memilih atau memutuskan berkunjung pada suatu obyek wisata berdasarkan pada pengalaman dalam berwisata. Berdasarkan pengertian di atas dapat kita jabarkan, jika minat berkunjung yaitu suatu dorongan dari dalam diri pengunjung sebagai akibat adanya stimulus eksternal untuk melakukan keputusan berkunjung.

Menurut Kotler dan Keller (2014) minat berkunjung memiliki tahapan-tahapan psikologi. Dimana tahapan tersebut, kemudian dijadikan sebagai tolak ukur atau indikator terjadinya proses minat beli pada individu. Adapun indikator – indikator yang dimaksud, sebagai berikut :

- 1) Minat transaksional yaitu keinginan individu atau organisasi dalam membeli barang atau jasa.

- 2) Minat preferensial ialah perilaku dimana individu atau organisasi menjadikan suatu produk sebagai preferensi utama.
- 3) Minat eksploratif yakni perilaku seseorang yang selalu mencari informasi terkait barang atau jasa yang diminati.

Konsumen atau pengunjung telah memilih terhadap produk maupun jasa maka konsumen tersebut telah meyakini bahwa produk atau jasa yang mereka dapatkan adalah produk yang terbaik diantara berbagai pilihan yang ada. Selanjutnya konsumen tersebut akan melakukan keputusan berkunjung sesuai dengan apa yang mereka butuh dan harapkan.

6. Sarana Dan Prasarana Kepariwisataaan

Sebagai sebuah organisasi, Pariwisata merupakan suatu sistem yang mempunyai unsur-unsur yang satu sama lain saling terkait dan berhubungan satu sama lain. Keberadaan (*eksistensi*) dan keamatan hubungan unsur-unsur itu menggambarkan sampai seberapa kuat sistem kepariwisataan tersebut. Apabila salah satu unsur tidak ada atau lemah, maka sudah dipastikan kesisteman pariwisata akan terganggu atau tersendat-sendat kegiatannya. Karenanya dalam mengelola kepariwisataan diperlukan Manajemen Pariwisata yang betul-betul handal dan tepat sasaran. Sistem yang lain melihat keterkaitan dan ketergantungan satu sama lain antara berbagai komponen kepariwisataan, yang tak dapat dipisahkan sebagai satu kesatuan

produk: transportasi yang menyediakan akses, daya tarik yang menjadi faktor utama kunjungan, *amenities* yang disiapkan untuk memberikan pelayanan bagi wisatawan. dipisahkan sebagai satu kesatuan produk: transportasi yang menyediakan akses, daya tarik yang menjadi faktor utama kunjungan, *amenities* yang disiapkan untuk memberikan pelayanan bagi wisatawan.

Salah satu komponen dari sistem pariwisata adalah sarana dan prasarana kepariwisataan, yang merupakan terbesar dan paling menentukan dalam menyukseskan penyelenggaraan pariwisata. Di dalam komponen ini terdiri dari berbagai subsistem yang memang benar-benar perlu mendapatkan perhatian dan penyediaan serta pemeliharaan yang seksama.

a. Sarana Kepariwisataan

Sarana kepariwisataan (*tourism superstructures*) adalah perusahaan-perusahaan yang memberikan pelayanan kepada wisatawan, baik secara langsung atau tidak langsung dan hidup serta kehidupannya banyak tergantung pada kedatangan wisatawan.

b. Prasarana Kepariwisataan

Prasarana kepariwisataan (*tourism infrastructure*) adalah semua fasilitas yang tersedia serta yang memungkinkan proses perekonomian berjalan dengan lancar sedemikian rupa, sehingga dapat memudahkan manusia untuk dapat memenuhi keinginan

dan kebutuhannya.

B. Penelitian Terdahulu

1. Penelitian yang dilakukan oleh Utama (2015) dengan judul “ Faktor-Faktor yang Menentukan Wisatawan Berkunjung ke Taman Nasional Komodo di Kabupaten Manggarai Barat Nusa Tenggara Timur ”” dibangun untuk menjawab rumusan Faktor-faktor apa saja yang menentukan wisatawan berkunjung ke Taman Nasional Komodo di Kabupaten Manggarai Barat-Nusa Tenggara Timur dan Faktor manakah yang paling dominan menentukan wisatawan berkunjung ke Taman Nasional Komodo di Kabupaten Manggarai Barat-Nusa Tenggara Timur. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dengan cara mengumpulkan observasi, kuesioner dan wawancara. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Faktor-faktor yang menentukan wisatawan berkunjung ke Taman Nasional Komodo di Kabupaten Manggarai Barat adalah sebagai berikut: *Pertama* adalah alam dan harga paket wisata dengan % of variance 34,939 % yang terdiri dari variabel Keindahan Bawah Laut (V15)(0,961%), Pantai (V4)(0,927%), Keunikan Hewan Komodo (V7)(0,904%), dan Harga Paket Wisata (V10)(0,887%). *Kedua* adalah transportasi dan hotel dengan % of variance 17.883% yang terdiri dari variabel Hotel (V2)(0,799%), Kebersihan (V14)(0,692%), Transportasi (V1)(0,684%), Kelancaran Lalu Lintas (V8)(0,659%), dan Kenyamanan (V11)(0,628%).

Ketiga adalah Restoran dan Paket Wisata dengan % of variance 11,302% yang terdiri dari variabel Pemandu Wisata (V6)(0,830%), Paket Wisata (V9)(0,804%), dan Restoran (V3)(0,636%). *Keempat* adalah Kamar Kecil/Toilet dan Keamanan dengan % of variance 8,110% yang terdiri dari variabel Keamanan (V12)(0,818%), Keramahtamahan Masyarakat (V13)(0,763%) dan Kamar Kecil/Toilet (V5)(0,638%). Dan yang menjadi faktor dominan yang menentukan wisatawan berkunjung ke Taman Nasional Komodo di Kabupaten Manggarai Barat-Nusa Tenggara Timur adalah faktor Alam dan Harga Paket Wisata dengan nilai % of variance 34,939%, dan variabel yang paling dominan adalah Keindahan Bawah Laut.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Yusnitha (2017), yang berjudul “ Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan ke Candi Prambanan ”, menerangkan bahwa salah satu tujuan penelitiannya adalah untuk mengetahui faktor dominan yang menarik wisatawan untuk berkunjung ke Candi Prambanan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Hasil dari penelitian ini adalah faktor dominan yang menyebabkan wisatawan ingin berkunjung ke Candi Prambanan karena memiliki keindahan candinya tidak hanya menikmati candinya saja melainkan wisatawan juga dapat menyaksikan Teater Sendratari Ramayana, terdapat juga pemutaran Film Candi Prambanan, Museum Prambanan, Sejarah Prambanan dan masih banyak kegiatan lain

yang biasa diadakan pada waktu-waktu tertentu dan adapun faktor lain yang menarik wisatawan untuk berkunjung ke Candi Prambanan dilihat dari wisatawan Nusantara (Wisnus) faktor pendorong untuk berkunjung karena dekat dengan pusat kota (66,67%), dimana kota Yogyakarta dapat ditempuh dalam waktu 25 sampai 30 menit, sedangkan pada wisatawan mancanegara (Wisman) faktor pendorong adalah aksesibilitas (76%), wisatawan dapat lebih mudah mengakses apapun yang dibutuhkan wisatawan seperti kaitannya dengan transportasi dan banyak hal lainnya.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Dewi (2019), mahasiswa STP AMPTA Yogyakarta yang berjudul “Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Taman Rekreasi Kalianget Wonosobo”. Dari hasil penelitian tersebut, daya tarik wisata (atraksi, aksesibilitas dan amenities) berpengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan dengan nilai variabel atraksi sebesar 0.268, sedangkan nilai variabel amenities sebesar 0.278, dan nilai variabel aksesibilitas sebesar 0.366. Dapat disimpulkan bahwa variabel aksesibilitas adalah variabel yang paling dominan mempengaruhi minat berkunjung wisatawan.
4. Penelitian yang dilakukan oleh Sihombing (2019) yang berjudul “Pengaruh Atraksi Wisata Patung GWK Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Garuda Wisnu Kencana *Cultural Park* Bali”. Berdasarkan data penelitian diperoleh total R Square (R^2) sebesar

0.346. Artinya variabel atraksi wisata patung GWK mempengaruhi minat berkunjung wisatawan ke Garuda Wisnu Kencana *Cultural Park* Bali sebesar 34,6% dan 63,6% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Lakuhati (2018), yang berjudul “Faktor-faktor yang mempengaruhi kunjungan wisatawan ke Kawasan Ekowisata di Desa Bahoi Kecamatan Likupan Barat Kabupaten Minahasa Utara”.

Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel tingkat usia ($P < 0,062$), artinya variabel tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap peluang berkunjung ke wisata diving. Sedangkan variabel jarak yang ditempuh, tingkat usia, biaya perjalanan dan biaya masuk memiliki nilai ($P > 0,90$), artinya variabel tersebut tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kunjungan wisatawan ke wisata diving.

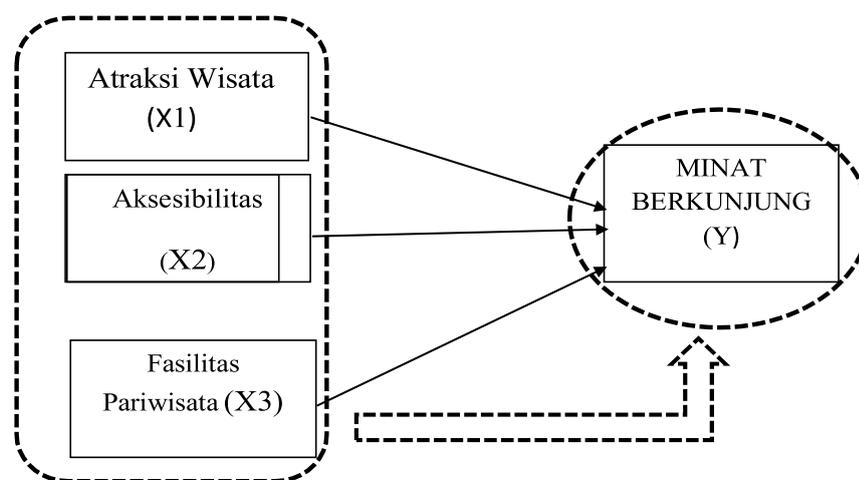
6. Penelitian yang dilakukan oleh Setiawan (2021), yang berjudul “Faktor yang mempengaruhi kunjungan wisatawan di objek wisata Air Terjun Lano Kecamatan Jaro Kabupaten Tabalong”. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa ada 3 faktor yang mempengaruhi kunjungan wisatawan di objek wisata Air Terjun Lano, yaitu faktor: biaya perjalanan, faktor lama perjalanan, dan faktor fasilitas.

C. Kerangka Pemikiran

Minat kunjungan wisatawan di Candi Ratu Boko mengalami penurunan dalam 2 tahun terakhir. Masih sedikitnya jumlah wisatawan yang berkunjung terjadi karena Candi Ratu Boko tutup selama beberapa bulan di tahun 2021, kemudian ditambah lagi kebijakan penerapan PPKM berlevel yang membuat adanya pembatasan kuota jumlah wisatawan yang masuk (Pengelola PT Taman Wisata Candi, 2022).

Peneliti ingin meneliti faktor-faktor penyebab menurunnya minat kunjungan wisatawan di Candi Ratu Boko. Peneliti mencoba meneliti variabel-variabel yang memungkinkan menjadi faktor penyebab menurunnya minat kunjungan wisatawan di Candi Ratu Boko, antara lain: atraksi wisata, aksesibilitas, dan fasilitas pariwisata. Untuk aksesibilitas ke Candi Ratu Boko sudah memadai. Mulai dari kondisi jalan menuju Candi Ratu Boko, kemudian akses dari bandara, terminal dan stasiun kereta api sangat dekat dan mudah diakses menggunakan angkutan umum, mobil dan motor, kemudian akses informasi menuju Candi Ratu Boko dan saat di Candi Ratu Boko sudah memadai. Kemudian untuk fasilitas pariwisata di Candi Ratu Boko sudah memadai, seperti tersedianya toilet, tempat parkir, mushola, kios oleh-oleh souvenir, dan fasilitas pariwisata lainnya.

Maka dapat disusun kerangka pemikiran teoritik sebagai berikut:



Gambar 2.1 : Kerangka Pemikiran

Keterangan dan deskripsi singkat:

Garis Simultan:  Garis Parsial: 

Pada penelitian ini, terdapat (tiga) variabel yang akan diteliti, yaitu: Atraksi (X1), Aksesibilitas (X2), dan Fasilitas Pariwisata (X3). Garis putus-putus menunjukkan pengaruh secara simultan atau keseluruhan variabel X terhadap variabel Y, sedangkan garis sambung menunjukkan pengaruh secara parsial atau masing-masing variabel X terhadap variabel.

D. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan hubungan antara tujuan penelitian serta kerangka pemikiran teoritik terhadap rumusan masalah penelitian ini, maka hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut :

- H_{a1} : Diduga Atraksi, Aksesibilitas, dan Fasilitas pariwisata berpengaruh secara simultan terhadap minat berkunjung wisatawan.
- H_{a2} : Diduga atraksi wisata berpengaruh paling dominan terhadap minat berkunjung wisatawan ke Candi Ratu Boko.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, penelitian menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017:7), yang dimaksud dengan metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivme, digunakan untuk penelitian pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

B. Subjek dan Objek Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi di Candi Ratu Boko yang terletak di Provinsi Daerah Yogyakarta, Indonesia dengan obyek penelitian adalah para pengunjung/wisatawan yang pernah berkunjung ke Candi Rato Boko dalam kurun waktu kunjungan (enam) bulan terakhir, yaitu dari bulan Maret 2023-Juli 2023.

C. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi di Candi Ratu Boko yang terletak di Jalan Raya Piyungan - Prambanan No. 2, Gatak, Kelurahan Bokoharjo, Kec. Prambanan, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan selama 1 bulan, dari tanggal 3 Mei 2023 sampai selesai.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Dalam penelitian kuantitatif, populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi itu misalnya penduduk di wilayah tertentu, jumlah pegawai pada organisasi tertentu, jumlah guru dan murid di sekolah tertentu dan sebagainya. Sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2017:80-81). Populasi dalam penelitian ini diambil dari tahun 2018 sebesar 306.338 dari bulan Januari sampai Desember dengan menentukan sampel menggunakan rumus slovin.

2. Sampel

Teknik dalam pengukuran besaran sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Rumus Slovin. Rumus Slovin dapat digunakan jika besarnya populasi penelitian sudah diketahui.

$$\frac{N}{1 + (Ne^2)}$$

Keterangan:

s = jumlah sampel

N = besar populasi

e = Error, dalam ilmu sosial sering digunakan 10% atau 0,1 dalam bentuk desimal

Jika diketahui jumlah populasi di Candi Ratu Boko pada tahun 2018 sebesar 306.338 dari bulan Januari sampai bulan Desember. Kemudian peneliti mengambil populasi rata-rata per hari sebesar 839 pengunjung dengan eror 10% atau 0,1, maka sampel yang diambil sebesar:

$$\begin{aligned}
 s &= \frac{N}{1 + (Ne^2)} \\
 s &= \frac{839}{1 + (839 \cdot 0,1^2)} \\
 s &= \frac{839}{1 + (8,39)} \\
 s &= \frac{839}{9,39} \\
 s &= 89
 \end{aligned}$$

Dari perhitungan di atas dengan kesalahan penarikan sampel sebesar 10% = 0,1 hasil yang diperoleh sebesar 89. Maka dalam penelitian ini sampel yang diambil peneliti adalah 89 responden yang mengunjungi Candi Ratu Boko.

E. Variabel Penelitian, Definisi Konsep dan Operasional Variabel

1. Variabel Penelitian

(Sugiyono, 2019:67), mengemukakan bahwa “Variabel adalah sesuatu yang terbentuk apa saja yang ditetapkan oleh seorang peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi mengenai hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya” terdapat dua variabel dalam penelitian ini yaitu:

a. Variabel Independen

Menurut Sugiyono (2018:57), “variabel independent sering disebut variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen (terikat)”. Variabel bebas dalam penelitian adalah atraksi, aksesibilitas, dan fasilitas pariwisata.

b. Variabel Dependen

Menurut Sugiyono (2018:57), “variabel dependen sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang terjadi akibat, karena adanya variabel bebas”. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah minat berkunjung wisatawan ke Candi Ratu Boko.

2. Definisi Konseptual dan Operasional Variabel

Definisi konseptual adalah unsur penelitian yang menjelaskan tentang karakteristik atau suatu masalah yang hendak diteliti. Sedangkan untuk mengurangi dan menghindari terjadinya kekaburan dalam pembahasan, peneliti perlu untuk memberikan pengertian atau definisi operasional dari masing-masing variable yang dibahas, variable-variabel tersebut adalah:

- a. Atraksi (X1) adalah segala sesuatu yang berupa daya Tarik memiliki sifat menarik, sehingga wisatawan terdorong untuk datang ke suatu daerah tujuan pariwisata yang diinginkan. Menurut Undang-Undang wisata yang Kepariwisataan Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009, daya Tarik wisata adalah segala

sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai-nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan. Yaitu keunikan atau ketertarikan dari bentuk atraksi wisata di candi Ratu Boko. Indikatornya yaitu:

- 1) Sejarah berdirinya Candi Ratu Boko
 - 2) Keindahan dan kemegahan arsitektur
 - 3) Pemandangan *sunrise* dan *sunset*
- b. Aksesibilitas (X2) adalah moda transportasi atau ukuran kemudahan dalam melakukan perjalanan dari lokasi wisatawan menuju candi Ratu Boko dan informasi yang mudah didapatkan wisatawan tentang candi Ratu Boko, baik dari tempat asal, saat di obyek wisata sampai pulang ke tempat asal wisatawan, candi Ratu Boko tidak terlalu jauh dari jalan raya Yogyakarta-Solo yang memudahkan para wisatawan untuk menjangkau destinasi tersebut. Akses menuju jalan bandara, terminal, dan stasiun kreta api tidak sulit jika ditempuh menggunakan kendaraan pribadi maupun kendaraan umum seperti angkutan umum. Indikatornya yaitu:
- 1) Dekat dari bandara, terminal dan stasiun kreta api
 - 2) Dekat dengan penginapan
 - 3) Mudah diakses menggunakan angkutan umum, mobil, dan motor

- 4) Informasi papan denah lokasi
 - 5) Informasi larangan/peringatan
 - 6) Informasi tarif
 - 7) Petunjuk arah
- c. Fasilitas Pariwisata (X3) adalah saran atau prasarana yang lengkap di candi Ratu Boko. Indikatornya yaitu:
- 1) Toilet
 - 2) Tempat parkir
 - 3) Mushola
 - 4) Kios oleh-oleh dan souvenir
 - 5) Pendopo
 - 6) Resto
- d. Minat berkunjung (Y) adalah ingin mengunjungi suatu tempat yang menarik untuk dikunjungi, dan dalam hal ini dianalogikan seperti minat beli terhadap suatu produk. Maka definisi operasional dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur variabel minat berkunjung, indikatornya yaitu :
- 1) Minat transaksional yaitu keinginan individu atau organisasi dalam membeli barang atau jasa.
 - 2) Minat preferensial ialah perilaku dimana individu atau organisasi menjadikan suatu produk sebagai preferensi utama.

- 3) Minat eksploratif yakni perilaku seseorang yang selalu mencari informasi terkait barang atau jasa yang diminati.

F. Metode Pengumpulan Data

1. Jenis Instrumen

Pengumpulan data dilakukan melalui kuisisioner, yaitu dengan memberikan daftar pertanyaan (kuisisioner) kepada wisatawan yang pernah berkunjung ke candi Ratu Boko sebagai responden. Pertanyaan-pertanyaan yang diberikan menggunakan skala pengukur Likert, yaitu skala interval berjenjang dari 1 (satu) sampai dengan 4 (empat) tingkatan untuk analisa dan skornya terbagi dalam kriteria sebagai berikut:

- a. Sangat Setuju (SS) : dengan skor 5
- b. Setuju (S) : dengan skor 4
- c. Netral : dengan skor 3
- d. Tidak Setuju (TS) : dengan skor 2
- e. Sangat Tidak Setuju (STS) : dengan skor 1

Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel yaitu dengan menyebarkan typeform melalui aplikasi chat maupun grup seperti whatsapp dan Instagram dengan sasaran 100 orang yang pernah mengunjungi candi Ratu Boko. Setelah data terkumpul, data dikompilasi kedalam bentuk tabel serupa untuk selanjutnya diolah secara kuantitatif.

2. Uji Kelayakan Instrumen

Dalam penelitian ini perlu dilakukan uji instrument, maka perlu adanya uji aliditas dan uji reliabilitas instrument sebagai berikut:

a. Uji Validitas Instrumen

Menurut Saharsimi (2010:168), validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrument. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validasi tinggi, begitu pula sebaliknya. Untuk memperoleh instrument yang valid, harus dilakukan secara hati-hati dan melalui cara yang benar agar memperoleh instrument yang memiliki validitas logis. Selain memperoleh validitas logis, menguji validitas instrumen yang sudah disusun juga melalui pengalaman. Dengan mengujinya melalui pengalaman akan diketahui tingkat validitas empiris atau validitas berdasarkan pengalaman.

Selanjutnya, untuk mengetahui ketepatan data diperlukan Teknik uji validitas. Ada 2 (dua) macam validitas sesuai dengan cara pengujianya, yaitu validitas eksternal dan validitas internal, Dalam penelitian ini akan lebih difokuskan pada validitas eksternal, yaitu instrumen yang dicapai apabila data yang dihasilkan dari instrument tersebut sesuai dengan data atau informasi lain yang mengenai variabel penelitian yang dimaksud.

Pada penelitian ini , rumus korelasi yang dapat digunakan adalah yang dikemukakan oleh pearson, yang dikenal dengan rumus korelasi *product moment* sebagai berikut (Hermawan, 2018:100).

$$r_{xy} = \frac{\Sigma_{xy}}{\sqrt{(\Sigma x^2) + (\Sigma y^2)}}$$

Keterangan:

r_{xy} = nilai korelasi (r hitung)
 x = butir pertanyaan yang diuulkany
 y = jumlah seluruh nilai dalam butir pertanyaan (konstruk)

b. Uji Reliabilitas Instrumen

Reliabilitas menunjukkan pada satu pengertian bahwa sesuatu instrument cukup dapat dipercaya untuk dapat digunakan sebagai alat pengumpul data kerana instrument tersebut sudah baik. Secara garis besar ada (dua) jenis reabilitas, yaitu reabilitas eksternal dan internal.

Dalam penelitian ini, jenis reabilitas yang digunakan adalah reabilitas eksternal dan teknik yang dipilih adalah Teknik parallel. Teknik parallel harus Menyusun (dua) stel instrumen. Kedua instrumen tersebut sama-sama diuji cobakan kepada sekelompok responden saja (responden mengerjakan dua kali) kemudian hasil dari dua kali tes uji coba tersebut dikolerasikan, dengan teknik

kolerasi *product moment*. Dari data dua kali uji coba dari dua instrumen yang satu dipandang sebagai nilai X, yang satu Y. Tinggi rendahnya korelasi inilah yang menunjukkan tinggi rendahnya reabilitas instrumen.

Dalam penelitian menggunakan ujian reliabilitas dengan rumus *alpha cronbach* sebagai berikut (Suharsimi, 2010:178):

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\Sigma \sigma b^2}{\sigma^2 t} \right)$$

Keterangan:

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\Sigma \sigma b^2$ = jumlah varians butir

σ^2 = varians total

G. Metode Analisis Data

Menurut Sugiyono (2016:8), analisis atau metode kuantitatif digunakan bila peneliti bermaksud menguji hipotesis peneliti dan jika peneliti ingin mendapatkan data yang akurat berdasarkan fenomena yang empiris dan dapat diukur. Analisis kuantitatif dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode purposive sampling. Menganalisis pengaruh atraksi wisata, aksesibilitas dan fasilitas pariwisata terhadap minat berkunjung wisatawan di Candi Ratu Boko maka peneliti

menggunakan metode analisis *ordinary least square* (OLS) regresi linear berganda dengan rumus sebagai berikut:

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah analisis yang dilakukan untuk menilai apakah didalam sebuah regresi linear terdapat masalah-masalah asumsi klasik. Asumsi klasik sendiri merupakan syarat yang harus dipenuhi pada model regresi linear agar model tersebut menjadi valid sebagai alat penduga. Berikut uji asumsi klasik yang digunakan pada penelitian ini:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Dalam uji t dan f di asumsikan bahwa residual terdistribusi secara normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistic. Penelitian ini menggunakan uji statistic Kolmogorov Smirnov (KS) sebagai dasar pengambilan keputusan. Apabila nilai KS lebih kecil dari ($<$) r tabel atau nilai signifikan variabel residual lebih besar dari ($>$) Alpha (α), maka data residual terdistribusi normal. Sebaliknya, jika nilai KS lebih kecil dari ($<$) Alpha (α), maka data residual terdistribusi tidak normal (Santoso,2016:61).

Rumus pengujian normalitas adalah sebagai berikut:

$$x^2 = (fo - fh)^2 / fh$$

b. Uji Linieritas

Uji linieritas adalah uji yang dilakukan untuk melihat apakah masing-masing data variabel factor motivasi cenderung membentuk garis linear terhadap variabel keputusan berkunjung.

Dasar pengambilan keputusannya dapat dilihat dari tingkat signifikan atau dengan membandingkan F hitung pada kolom linearity dengan F tabel (Santoso,2016:63).

c. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas merupakan bagian dari uji asumsi klasik. Tujuan digunakannya uji multikolonieritas dalam penelitian adalah untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi pada korelasi diantara variabel independen atau tidak terjadi gejala multikolonieritas. Menurut Ghozali (2011:161), jika nilai tolerance lebih besar dari ($>$) 0.100 dan nilai VIF lebih kecil dari ($<$) 10.00, maka tidak terjadi gejala multikolonieritas.

d. Uji F (Simultan)

Uji F dipakai untuk mengetahui apakah secara bersama-sama variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terkait (Stanislaus, 2009:191). Dasar pengambilan keputusan dalam uji F berdasarkan nilai signifikan hasil dari output SPSS:

- 1) Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada tingkat kesalahan 5%, maka variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada tingkat kesalahan 5%, maka variabel independent secara bersma-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Dalam penelitian ini, untuk menghitung F_{hitung} penelitian menggunakan bantuan program *IBM SPSS Statistic 23*.

e. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2012:97), koefisien determinasi (R^2) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketetapan yang paling baik dalam analisa regresi, hal ini ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2) antara nol sampai dengan satu ($0 < R^2 < 1$). Jika koefisien determinasi nol berarti variabel independen sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Apabila koefisien determinasi semakin mendekati satu, maka dapat dikatakan bahwa variabel independent berpengaruh terhadap varibel dependen.

f. Uji T (Parsial)

Uji t dalam analisis berganda bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independent (X) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel (Y).

Dasar pengambilan keputusan pengambilan uji t dalam analisis regresi adalah :

- 1) Berdasarkan nilai t hitung dan t table
 - a) Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat
 - b) Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.
- 2) Berdasarkan nilai signifikan hasil SPSS
 - a) Jika nilai signifikan $< 0,05$, maka variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel tersebut.
 - b) Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum

1. Deskripsi Candi Ratu Boko

Ratu Boko terletak sekitar 3 km ke arah selatan dari Candi Prambanan. Kawasan Ratu Boko yang berlokasi di atas sebuah bukit dengan ketinggian ± 195.97 m di atas permukaan laut. Situs Ratu Boko sebenarnya bukan sebuah candi, melainkan reruntuhan sebuah kerajaan. Oleh karena itu, Candi Ratu Boko sering disebut juga Kraton Ratu Boko. Disebut Kraton Boko, karena menurut legenda situs tersebut merupakan istana Ratu Boko, ayah Lara Jonggrang. Diperkirakan situs Ratu Boko dibangun pada abad ke-8 oleh Wangsa Syailendra yang beragama Buddha, namun kemudian diambil alih oleh raja-raja Mataram Hindu. Peralihan 'pemilik' tersebut menyebabkan bangunan Kraton Boko dipengaruhi oleh Hinduisme dan Buddhisme.

Di situs Ratu Boko ditemukan sebuah prasasti berangka tahun 792 M yang dinamakan Prasasti Abhayagiriwihara. Isi prasasti tersebut mendasari dugaan bahwa Kraton Ratu Boko dibangun oleh Rakai Panangkarana. Prasasti Abhayagiriwihara ditulis menggunakan huruf pranagari, yang merupakan salah satu ciri prasasti Buddha. Dalam prasasti itu disebutkan bahwa Raja Tejapurnama Panangkarana, yang diperkirakan adalah Rakai

Panangkaran, telah memerintahkan pembangunan Abhayagiriwihara. Nama yang sama juga disebut-sebut dalam Prasasti Kalasan (779 M), Prasasti Mantyasih (907 M), dan Prasasti Wanua Tengah III (908 M). Menurut para pakar, kata abhaya berarti tanpa hagaya atau damai, giri berarti gunung atau bukit.

Dengan demikian, Abhayagiriwihara berarti biara yang dibangun di sebuah bukit yang penuh kedamaian. Pada pemerintahan Rakai Walaing Pu Kombayoni, yaitu tahun 898-908, Abhayagiri Wihara berganti nama menjadi Kraton Walaing.

Kraton Ratu Boko yang menempati lahan yang cukup luas tersebut terdiri atas beberapa kelompok bangunan. Sebagian besar di antaranya saat ini hanya berupa reruntuhan.



Gambar 4.1.Candi Ratu Boko
Sumber : Obesrvasi Lapangan,2023

2. Profil Candi Ratu Boko

a. Atraksi

Kunjungan wisatawan tentunya tidak terlepas dari adanya daya Tarik wisata yang menarik wisatawan untuk mengunjungi

obyek wisata. Daya Tarik wisata meliputi keunikan, keindahan, atau kekayaan alam budaya, dan atraksi wisata . Atraksi wisata yang ada di Candi Ratu Boko yaitu:

1) Keindahan dan kemegahan arsitektur

Candi Ratu Boko memiliki daya Tarik yang kuat, salah satu daya Tarik Candi Ratu Boko yaitu memiliki gerbang yang sangat unik. Gerbang masuk ke kawasan wisata Ratu Boko terletak di sisi barat. Kelompok gerbang ini terletak di tempat yang cukup tinggi, sehingga dari tempat parkir kendaraan, orang harus melalui jalan menanjak sejauh sekitar 100 m. Pintu masuk terdiri atas dua gerbang, yaitu gerbang luar dan gerbang dalam. Gerbang dalam, yang ukurannya lebih besar merupakan gerbang utama. Sekitar 15 m dari gerbang luar berdiri gerbang dalam atau gerbang utama. Gerbang ini terdiri atas 5 gapura paduraksa yang bebaris sejajar dengan gerbang luar. Gapura utama diapit oleh dua gapura pengapit di setiap sisi. Walaupun gerbang dalam ini terdiri atas lima gapura, namun tangga yang tersedia hanya tiga. Dua gapura pengapit yang kecil tidak dihubungkan dengan tangga. Tangga naik dilengkapi dengan pipi tangga dengan hiasan 'ukel' (gelung) di pangkal dan kepala raksasa di puncak pipi tangga. Dinding luar pipi

tangga juga dihiasi dengan pahatan bermotif bunga dan sulur-suluran.



Gambar 4.2.Keindahan Candi Ratu Boko
Sumber : Observasi lapangan 2023

2) Pemandangan *sunset* dan *sunrise*

Candi Ratu Boko ini menyuguhkan pemandangan *sunrise* dan *sunset* yang begitu indah untuk dinikmati. Candi Ratu Boko ini cukup dikenal sebagai tempat untuk menikmati pemandangan *sunrise* dan *sunset* di Yogyakarta. Waktu terbaik untuk menikmati *sunrise* di Ratu Boko adalah pukul 05.00-06.00 WIB dan pukul 17.00-18.00 WIB untuk menikmati *sunset*.



Gambar 4.3. Pemandangan *sunset* dan *sunrise*
Sumber : Observasi Lapangan 2023

3) Pendopo

Didalam kompleks Candi Ratu Boko terdapat beberapa pendopo, tepatnya di halaman Candi Ratu boko. Pendopo ini di buat untuk tempat istirahat bagi pengunjung serta tempat untuk menikmati atarksi di sekitar taman Candi Ratu Boko seperti tari dan pertunjukan musik adat jawa dan beberapa aktivitas lainnya.



Gambar 4.4. Pendopo

Sumber :Dokumentasi Pribadi 2023

b. Aksesibilitas

Kota besar terdekat dari Ratu Boko adalah Yogyakarta. Dengan bandara Internasional Adisutjipto menjadi pilihan bagi turis mancanegara untuk mengunjungi Ratu Boko melalui Yogyakarta. Akses menuju Ratu Boko dimudahkan oleh lokasinya yang berdekatan dengan Prambanan sehingga memudahkan bagi anda yang menggunakan transportasi umum dari Yogyakarta.

Dari Stasiun Kereta api Tugu anda bisa langsung naik bus Transjogja jalur 1A dari halte mangkubumi 1. Turun di Halte pasar Prambanan dan melanjutkan ke Ratu Boko menggunakan Ojek atau taksi. Dengan menggunakan kendaraan pribadi Ratu Boko bisa diakses lewat jalan Laksda Adisutjipto dan jalan Raya Solo - Yogya ke arah timur. Di persimpangan Pasar Prambanan ambil jalan ke kanan (arah selatan) ke arah jalan Prambanan - Piyungan. Sekitar 3 km dari persimpangan akan ada penunjuk jalan ke arah Kraton Ratu Boko yang terletak di bukit di sebelah kiri.



Gambar 4.5. Kondisi Jalan
Sumber: Observasi Lapangan 2023

c. Fasilitas Priwisata

Fasilitas pariwisata merupakan pelengkap daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan dari wisatawan yang sedang menikmati perjalanan wisata (Jayaprakash & Mythili, 2017) dalam (Latupapua, 2021: 178).

Candi Ratu Boko telah memiliki fasilitas pariwisata yang cukup lengkap untuk memenuhi kebutuhan wisatawan selama melakukan kunjungan wisata. Fasilitas Candi Ratu Boko antara lain: area parkir, mushola, toilet yang terpisah antara laki-laki dan perempuan, kios souvenir dan serta tersedianya resto di Candi Ratu Boko. Berikut fasilitas-fasilitas yang ada di Candi Ratu Boko:

1) Toilet

Pengelola Candi Ratu Boko telah menyediakan toilet yang bersih dan terpisah untuk laki-laki dan perempuan. Para pengunjung tidak perlu khawatir menunggu untuk membuang hajat karena toilet telah disediakan. Toilet dipastikan bersih dan memenuhi standar fasilitas umum yang nyaman sekaligus aman.



Gambar 4.6. Toilet di Candi Ratu Boko
Sumber: Observasi Lapangan 2023

2) Tempat Parkir

Fasilitas lain yang disediakan oleh pengelola candi Ratu Boko adalah area parkir yang cukup luas ,sehingga semua jenis kendaraan bisa masuk dengan rapi. Area parkir ini dilengkapi petugas yang siap siaga untuk membantu mengatur jalannya kendaraan yang masuk dan keluar, sehingga tidak akan ada tumpukan mobil atau motor yang menyebabkan macet.



Gambar 4.7. Tempat Parkir Candi Ratu Boko
Sumber : Observasi Lapangan 2023

3) Mushola

Untuk mendukung kenyamanan pengunjung Candi Ratu Boko, pihak pengelola telah mendirikan mushola. Para pengunjung tidak perlu khawatir dengan mukena dan perangkat sholat lainnya karena sudah disiapkan. Selain itu air yang melimpah membuat wisatawan tidak perlu takut untuk

mencari air wudhu. Kemudahan untuk mengakses dan petugas yang siap siaga unrtuk membantu.



Gambar 4.8.Mushola di Candi Ratu Boko
Sumber : Observasi Lapangan 2023

4) Kios oleh-oleh souvenir

Fasilitas lain mendukung aktivitas wisatawan di Candi Ratu Boko, pihak pengelola telah menyediakan tempat atau kios oleh-oleh untuk wisatawan. Saat menelusuri jalan keluar dari Candi Ratu Boko , maka wisatawan dapat akan melewati satu kios souvenir . dan kios souvenir ini menjual pernak-pernik seperti gantungan kunci, gelang, kalung, topi, kaos dan pakaian lainnya.



Gambar 4.9.Kios Souvenir di Candi Ratu Boko
Sumber : Observasi Lapangan 2023

5) Tersedianya Resto di Candi Ratu Boko

Selain menyediakan fasilitas lain yang ada di Candi Ratu Boko, pihak pengelola juga menyediakan resto untuk para wisatawan yang berkunjung dan bagi para penikmat kuliner ,resto di Candi Ratu Boko ini menyediakan berbagai macam menu makanan dan minum yang enak dan didukung dengan view yang bagus dan serta sejuk.



Gambar 4.10.Resto di Candi Ratu Boko
Sumber: Observasi Lapangan 2023

3. Data Pengunjung

Tabel 4.1: Data Pengunjung Candi Ratu Boko

DATA PENGUNJUNG TAMAN WISATA CANDI RATU BOKO																
TAHUN 2018 - 2022																
NO	BULAN	2018			2019			2020			2021			2022		
		WISNUS	WISMAN	JUMLAH	WISNUS	WISMAN	JUMLAH	WISNUS	WISMAN	JUMLAH	WISNUS	WISMAN	JUMLAH	WISNUS	WISMAN	JUMLAH
1	JANUARI	23.456	653	24.109	23.761	281	24.042	22.542	346	22.888	3.434	2	3.436	14.892	5	14.897
2	FEBRUARI	19.070	599	19.669	19.101	406	19.507	14.186	197	14.383	2.698	-	2.698	8.702	6	8.708
3	MARET	20.796	638	21.434	17.662	348	18.010	6.788	65	6.853	5.240	2	5.242	8.621	8	8.629
4	APRIL	22.026	595	22.621	25.595	400	25.995	-	-	-	4.552	2	4.554	3.631	19	3.650
5	MAY	17.033	731	17.764	7.851	417	8.268	-	-	-	4.695	4	4.699	19.510	70	19.580
6	JUNI	35.155	508	35.663	42.342	502	42.844	-	-	-	6.507	2	6.509	13.760	114	13.874
7	JULI	27.337	1.187	28.524	31.012	814	31.826	2.195	-	2.195	123	2	125	14.646	246	14.892
8	AGUSTUS	24.230	1.489	25.719	21.113	1.089	22.202	9.544	2	9.546	-	-	-	9.706	403	10.109
9	SEPTEMBER	20.509	991	21.500	18.669	650	19.319	5.210	-	5.210	610	-	610	7.829	278	8.107
10	OKTOBER	17.886	602	18.488	19.602	532	20.134	10.253	7	10.260	7.841	-	7.841	8.532	122	8.654
11	NOPEMBER	20.930	374	21.304	21.466	349	21.815	8.334	3	8.337	9.394	10	9.404	8.056	91	8.147
12	DESEMBER	49.030	513	49.543	35.484	384	35.868	11.662	2	11.664	16.603	2	16.605	16.749	182	16.931
	JUMLAH	297.458	8.880	306.338	283.658	6.172	289.830	90.714	622	91.336	61.697	26	61.723	134.634	1.544	136.178

Sumber : Data Primer 2023

Berdasarkan data kunjungan pada tabel 4.1 menunjukkan bahwa jumlah kunjungan wisatawan di Candi Ratu Boko mengalami penurunan yang signifikan pada tahun 2021. Jumlah kunjungan wisatawan di tahun 2021 sebanyak 61.723 orang. Dari jumlah itu, mayoritas adalah wisatawan nusantara atau lokal. Masih sedikitnya jumlah wisatawan yang berkunjung terjadi karena Candi Ratu Boko tutup selama enam bulan pada tahun 2021, kemudian ditambah lagi kebijakan penerapan PPKM berlevel yang membuat adanya pembatasan kuota jumlah wisatawan yang masuk Candi Ratu Boko.

4. Visi dan Misi

a. Visi

Menjadi pengelola dan pengembang cagar budaya dan budaya yang berstandar internasional

b. Misi

- 1) Mengelola dan mengembangkan lingkungan warisan/cagar budaya agar selaras dengan upaya pelestarian secara berkelanjutan.
- 2) Menjalankan usaha yang berdaya saing, kreatif, inovatif, ramah lingkungan yang ekselen dan memberikan pengalaman wisata yang mengesankan (*Customer Experience*).
- 3) Mengembangkan program pemberdayaan masyarakat dalam upaya mendukung pertumbuhan ekonomi / masyarakat sekitar kawasan.

B. Karakteristik Data Penelitian

Responden dalam penelitian ini adalah wisatawan Candi Ratu Boko. Jumlah responden yang dibagikan kuisioner adalah sebesar 89 orang. Responden ini merupakan para pengunjung / wisatawan yang pernah berkunjung ke Candi Ratu Boko dalam kurun waktu kunjungan (satu) tahun terakhir.

Responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin, Usia, Pekerjaan. Gambaran responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Jenis Kelamin

Hasil dari penyebaran kuisioner 89 responden, didapatkan hasil perhitungan berdasarkan jenis kelamin sebagai berikut:

Tabel 4.2: Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki-Laki	52	58.4	58.4	58.4
Perempuan	37	41.6	41.6	100.0
Total	89	100.0	100.0	

Sumber: Data primer, 2023

Berdasarkan tabel 4.2 di atas bahwa dari 89 responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini, dapat diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa mayoritas responden berjenis kelamin laki-laki, dikarenakan laki-laki suka meriset tentang sejarah kebudayaan.

2. Usia

Setelah dilakukan penyebaran kuisioner kepada 89 responden diperoleh gambaran penggolongan responden berdasarkan usia sebagai berikut:

Tabel 4.3: Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 18-22 tahun	51	51.0	51.0	51.0
23-27 tahun	32	32.0	32.0	84.0
28-32 tahun	4	4.0	4.0	98.0
> 32 tahun	2	2.0	2.0	100.0
Total	89	100.0	100.0	

Sumber: Data primer, 2023

Berdasarkan tabel di atas bahwa dari 89 responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini, dapat diklasifikasikan berdasarkan usia menunjukkan bahwa mayoritas responden berusia 18- 22 tahun dan 23-27 tahun yang dimana tujuan mereka berkunjung ke Candi Ratu Boko ini untuk menikmati pesona alam, juga untuk menambah pengetahuan dan pemahaman mengenai fenomena alam dan budaya.

3. Pekerjaan

Berdasarkan perhitungan 89 kuisisioner dalam penelitian ini, dapat diklasifikasikan berdasarkan pekerjaan sebagai berikut:

Tabel 4.4: Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Pelajar/mahasiswa	76	76.0	76.0	76.0
Swasta	5	50.0	50.0	86.0
Karyawan swasta	5	50.0	50.0	96.0
PNS	2	2.0	2.0	98.0
Lain-lain	1	1.0	1.0	100.0
Total	89	100.0	100.0	

Sumber: Data primer, 2023

Berdasarkan tabel di atas bahwa dari 89 responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini, dapat diklasifikasikan berdasarkan pekerjaan menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah pelajar/mahasiswa karena mahasiswa sekarang ini lebih suka berkunjung ke destinasi wisata yang lebih khususnya candi-candi yang ada di Yogyakarta untuk kepentingan kuliah atau untuk mencari kesenangan.

C. Hasil Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas diolah dengan menggunakan program *IBM SPSS Statistic 25*. Dalam penelitian ini, pengujian validitas dilakukan terhadap 89 responden. Item kuesioner dalam uji validitas dikatakan valid jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan nilai signifikansi 10%. Hasilnya sebagai berikut:

Tabel 4.5: Uji Validitas Variabel X1

No Item	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0.378	0.1735	Valid
2	0.714	0.1735	Valid
3	0.741	0.1735	Valid
4	0.683	0.1735	Valid
5	0.726	0.1735	Valid

Sumber: Data Primer, 2023

Tabel 4.6: Uji Validitas Variabel X2

No Item	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0.512	0.1735	Valid
2	0.618	0.1735	Valid
3	0.569	0.1735	Valid
4	0.518	0.1735	Valid
5	0.595	0.1735	Valid
6	0.636	0.1735	Valid
7	0.594	0.1735	Valid
8	0.338	0.1735	Valid
9	0.250	0.1735	Valid

Sumber: Data Primer, 2023

Tabel 4.7: Uji Validitas Variabel X3

No Item	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0.794	0.1735	Valid
2	0.801	0.1735	Valid
3	0.867	0.1735	Valid
4	0.878	0.1735	Valid
5	0.740	0.1735	Valid
6	0.664	0.1735	Valid
7	0.627	0.1735	Valid

Sumber: Data Primer, 2023

Tabel 4.8: Uji Validitas Variabel Y

No Item	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0.628	0.1735	Valid
2	0.932	0.1735	Valid
3	0.932	0.1735	Valid

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan hasil uji validitas yang dilakukan terhadap 89 responden, dapat dilihat dari tabel-tabel di atas menunjukkan bahwa semua nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ yaitu sebesar 0.1735 dengan taraf signifikansi 10%. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semua item dalam kuesioner penelitian ini dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan rumus *Cronbach alpha* melalui program *IBM SPSS Statistic 23*, yaitu dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.9: Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	keterangan
Atraksi (X1)	0.845	Reliabel
Aksesibilitas (X2)	0.912	Reliabel
Fasilitas Pariwisata (X3)	0.884	Reliabel
Minat Berkunjung (Y)	0.709	Reliabel

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel 4.9 di atas dapat dilihat bahwa uji reliabilitas menggunakan perhitungan *Cronbach alpha* untuk Variabel X1 (Atraksi) yaitu sebesar 0.845, Variabel X2 (Aksesibilitas) sebesar 0.912, Variabel sebesar 0.769, Variabel X3 (Fasilitas Pariwisata) sebesar 0.884, dan Variabel Y (Minat Berkunjung) sebesar 0.709. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel X1, X2, X3, dan Y dikatakan reliabel karena nilai *Cronbach Alpha* > 0.600, sehingga kuesioner dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

D. Hasil Analisis Deskriptif

Analisis statistik deskriptif berfungsi untuk mengetahui penilaian dari 89 responden menjawab setiap pernyataan yang diajukan di dalam kuisisioner. Hasil dari perhitungan dan dapat dilihat dari tabel berikut:

1. Data Presentasi Jawaban Variabel Atraksi (X1)

a. Pernyataan ke – 1

Pernyataan ini memiliki distribusi pernyataan “Candi Ratu Boko memiliki atraksi wisata yang sangat menarik sebagai daya tarik wisatawan untuk berkunjung” maka tanggapan responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.10: Tanggapan Responden Pernyataan ke-1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	1	1.1	1.1	1.1
tidak setuju	0	0	0	0
Netral	8	9.0	9.0	10.1
Setuju	51	57.3	57.3	67.4
sangat setuju	29	32.6	32.6	100.0
Total	89	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel 4.10 di atas, jawaban responden mengenai pernyataan “Candi Ratu Boko memiliki atraksi wisata yang sangat menarik sebagai daya tarik wisatawan untuk berkunjung” mendapatkan hasil dengan jawaban terbanyak ada pada pilihan Netral sebanyak 51 orang atau 57.3%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa Candi Ratu Boko memiliki atraksi wisata yang sangat menarik sebagai daya tarik wisatawan untuk berkunjung.

b. Pernyataan ke – 2

Pernyataan ini memiliki distribusi pernyataan “Sejarah berdirinya Candi Ratu Boko merupakan daya tarik wisatawan untuk berkunjung” maka tanggapan responden dapat dilihat pada

tabel berikut:

Tabel 4.11: Tanggapan Responden Pernyataan ke-2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	2	2.2	2.2	2.2
tidak setuju	0	0	0	0
Netral	8	9.0	9.0	11.2
Setuju	50	56.2	56.2	67.4
sangat setuju	29	32.6	32.6	100.0
Total	89	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel 4.11 di atas, jawaban responden mengenai pernyataan “Sejarah berdirinya Candi Ratu Boko merupakan daya tarik wisatawan untuk berkunjung” mendapatkan hasil dengan jawaban terbanyak ada pada pilihan setuju sebanyak 50 orang atau 56.2%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa sejarah berdirinya Candi Ratu Boko merupakan daya tarik wisatawan untuk berkunjung.

c. Pernyataan ke – 3

Pernyataan ini memiliki distribusi pernyataan “Candi Ratu Boko memiliki keindahan dan kemegahan arsitektur sebagai daya tarik untuk berkunjung.” maka tanggapan responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.12: Tanggapan Responden Pernyataan ke-3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	1	1.1	1.1	1.1
tidak setuju	0	0	0	0
Netral	8	9.0	9.0	10.1
Setuju	51	57.3	57.3	67.4
sangat setuju	29	32.6	32.6	100.0
Total	89	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel 4.12 di atas, jawaban responden mengenai pernyataan “Candi Ratu Boko memiliki keindahan dan kemegahan arsitektur sebagai daya tarik untuk berkunjung” mendapatkan hasil dengan jawaban terbanyak ada pada pilihan setuju sebanyak 38 orang atau 38%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa Candi Ratu Boko memiliki keindahan dan kemegahan arsitektur sebagai daya tarik untuk berkunjung.

d. Pernyataan ke – 4

Pernyataan ini memiliki distribusi pernyataan “Candi Ratu Boko menyuguhkan pemandangan *sunrise* dan *sunset* yang indah sebagai daya tarik untuk berkunjung” maka tanggapan responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.13: Tanggapan Responden Pernyataan ke-4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	1	1.0	1.0	1.1
tidak setuju	0	0	0	0
Netral	9	10.1	10.1	11.2
Setuju	39	43.8	43.8	55.1
sangat setuju	40	44.9	44.9	100.0
Total	89	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel 4.13 di atas, jawaban responden mengenai pernyataan “Candi Ratu Boko menyuguhkan pemandangan *sunrise* dan *sunset* yang indah sebagai daya tarik untuk berkunjung” mendapatkan hasil dengan jawaban terbanyak ada pada pilihan setuju sebanyak 40 orang atau 44.9%. Hal ini

menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa Candi Ratu Boko menyuguhkan pemandangan *sunrise* dan *sunset* yang indah sebagai daya tarik untuk berkunjung.

e. Pernyataan ke – 5

Pernyataan ini memiliki distribusi pernyataan “Pendopo merupakan daya tarik wisatawan untuk berkunjung ke Candi Ratu Boko” maka tanggapan responden dapat dilihat pada tabel berikut;

Tabel 4.14: Tanggapan Responden Pernyataan ke-5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	8	9.0	9.0	9.0
tidak setuju	0	0	0	0
Netral	24	27.0	27.0	36.0
Setuju	38	42.7	42.7	78.7
sangat setuju	19	21.3	21.3	100.0
Total	89	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel 4.14 di atas, jawaban responden mengenai pernyataan “Pendopo merupakan daya tarik wisatawan untuk berkunjung ke Candi Ratu Boko” mendapatkan hasil dengan jawaban terbanyak ada pada pilihan setuju sebanyak 38 orang atau 42.7%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa Pendopo merupakan daya tarik wisatawan untuk berkunjung ke Candi Ratu Boko.

2. Data Presentasi Jawaban Variabel Aksesibilitas (X2)

a. Pernyataan ke – 1

Pernyataan ini memiliki distribusi pernyataan “Akses menuju Candi Ratu Boko mudah dijangkau dari bandara, terminal dan stasiun kereta api” maka tanggapan responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.15: Tanggapan Responden Pernyataan ke-1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	3	3.4	3.4	3.4
tidak setuju	7	7.9	7.9	11.2
Netral	23	25.8	25.8	37.1
Setuju	39	43.8	43.8	80.9
sangat setuju	17	19.1	19.1	100.0
Total	89	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel 4.15 di atas, jawaban responden mengenai pernyataan “Akses menuju Candi Ratu Boko mudah dijangkau dari bandara, terminal dan stasiun kereta api” mendapatkan hasil dengan jawaban terbanyak ada pada pilihan setuju sebanyak 39 orang atau 43.8%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa Akses menuju Candi Ratu Boko mudah dijangkau dari bandara, terminal dan stasiun kereta api.

b. Pernyataan ke – 2

Pernyataan ini memiliki distribusi pernyataan “Tersedia angkutan umum yang memudahkan wisatawan untuk berkunjung ke Candi Ratu Boko” maka tanggapan responden dapat dilihat

pada tabel berikut:

Tabel 4.16: Tanggapan Responden Pernyataan ke-2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	6	6.7	6.7	6.7
tidak setuju	0	0.0	0.0	0.0
Netral	20	22.5	22.5	29.2
Setuju	40	44.9	44.9	74.2
sangat setuju	23	25.8	25.8	100.0
Total	89	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel 4.16 di atas, jawaban responden mengenai pernyataan “Tersedia angkutan umum yang memudahkan wisatawan untuk berkunjung ke Candi Ratu Boko” mendapatkan hasil dengan jawaban terbanyak ada pada pilihan netral sebanyak 40 orang atau 44.9%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memilih netral bahwa Tersedia angkutan umum yang memudahkan wisatawan untuk berkunjung ke Candi Ratu Boko.

c. Pernyataan ke – 3

Pernyataan ini memiliki distribusi pernyataan “Akses menuju Candi Ratu Boko mudah dijangkau menggunakan kendaraan pribadi seperti mobil dan motor” maka tanggapan responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.17: Tanggapan Responden Pernyataan ke-3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	1	1.1	1.1	1.1
tidak setuju	1	1.1	1.1	2.2
Netral	13	14.6	14.6	16.9
Setuju	43	48.3	48.3	65.2
sangat setuju	31	34.8	34.8	100.0
Total	89	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel 4.17 di atas, jawaban responden mengenai pernyataan “Akses menuju Candi Ratu Boko mudah dijangkau menggunakan kendaraan pribadi seperti mobil dan motor” mendapatkan hasil dengan jawaban terbanyak ada pada pilihan setuju sebanyak 43 orang atau 48.3%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa Akses menuju Candi Ratu Boko mudah dijangkau menggunakan kendaraan pribadi seperti mobil dan motor.

d. Pernyataan ke – 4

Pernyataan ini memiliki distribusi pernyataan “Lokasi Candi Ratu Boko dekat dengan tempat penginapan” maka tanggapan responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.18: Tanggapan Responden Pernyataan ke-4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat tidak setuju	6	6.7	6.7	6.7
Tidak setuju	0	0.0	0.0	0.0
Netral	20	22.5	22.5	29.2
Setuju	46	51.7	51.7	80.9
Sangat setuju	17	19.1	19.1	100.0
Total	89	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel 4.18 di atas, jawaban responden mengenai pernyataan “Lokasi Candi Ratu Boko dekat dengan

tempat penginapan” mendapatkan hasil dengan jawaban terbanyak ada pada pilihan setuju sebanyak 46 orang atau 51.7%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa lokasi Candi Ratu Boko dekat dengan tempat penginapan.

e. Pernyataan ke – 5

Pernyataan ini memiliki distribusi pernyataan “Ketersediaan informasi yang mudah didapatkan selama berkunjung di Candi Ratu Boko” maka tanggapan responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.19: Tanggapan Responden Pernyataan ke-5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	1	1.1	1.1	1.1
tidak setuju	3	3.4	3.4	4.5
Netral	13	14.6	14.6	19.1
Setuju	48	53.9	53.9	73.0
sangat setuju	24	27.0	27.0	100.0
Total	89	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel 4.19 di atas, jawaban responden mengenai pernyataan “Ketersediaan informasi yang mudah didapatkan selama berkunjung di Candi Ratu Boko” mendapatkan hasil dengan jawaban terbanyak ada pada pilihan setuju sebanyak 48 orang atau 53.9%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa Candi Ratu Boko telah menyediakan informasi yang mudah didapatkan selama berkunjung.

f. Pernyataan ke – 6

Pernyataan ini memiliki distribusi pernyataan “Tersedia papan denah lokasi yang akurat untuk memudahkan wisatawan saat berkunjung di Candi Ratu Boko” maka tanggapan responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.20 Tanggapan Responden Pernyataan ke-6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	1	1.1	1.1	1.1
tidak setuju	1	1.1	1.1	16.9
Netral	48	53.9	53.9	70.8
Setuju	25	28.1	28.1	98.9
sangat setuju	14	15.7	15.7	100.0
Total	89	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel 4.20 di atas, jawaban responden mengenai pernyataan “Tersedia papan denah lokasi yang akurat untuk memudahkan wisatawan saat berkunjung di Candi Ratu Boko” mendapatkan hasil dengan jawaban terbanyak ada pada pilihan netral sebanyak 48 orang atau 53.9%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden netral bahwa tersedia papan denah lokasi yang akurat untuk memudahkan wisatawan saat berkunjung di Candi Ratu Boko.

g. Pernyataan ke – 7

Pernyataan ini memiliki distribusi pernyataan “Tersedianya informasi mengenai larangan/peringatan yang lengkap untuk wisatawan di Candi Ratu Boko” maka tanggapan responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.21: Tanggapan Responden Pernyataan ke-7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	0	0.0	0.0	0.0
tidak setuju	0	0.0	0.0	0.0
Netral	14	15.7	15.7	15.7
Setuju	49	55.1	55.1	70.8
sangat setuju	26	29.2	29.2	100.0
Total	89	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel 4.21 di atas, jawaban responden mengenai pernyataan “Tersedianya informasi mengenai larangan/peringatan yang lengkap untuk wisatawan di Candi Ratu Boko” mendapatkan hasil dengan jawaban terbanyak ada pada pilihan setuju sebanyak 49 orang atau 55.1%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa Candi Ratu Boko telah menyediakan informasi mengenai larangan/peringatan yang lengkap untuk wisatawan di Candi Ratu Boko.

h. Pernyataan ke – 8

Pernyataan ini memiliki distribusi pernyataan “Tersedia informasi tarif/biaya saat berkunjung di Candi Ratu Boko” maka tanggapan responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.22 : Tanggapan Responden Pernyataan ke-8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	2	2.2	2.2	2.2
tidak setuju	0	0.0	0.0	0.0
Netral	10	11.2	11.2	13.5
Setuju	56	62.9	62.9	76.4
sangat setuju	21	23.6	23.6	100.0
Total	89	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel 4.22 di atas, jawaban responden mengenai pernyataan “Tersedia informasi tarif/biaya saat berkunjung di Candi Ratu Boko” mendapatkan hasil dengan jawaban terbanyak ada pada pilihan setuju sebanyak 56 orang atau 62.9%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden netral bahwa Candi Ratu Boko menyediakan informasi tarif/biaya saat berkunjung di Candi Ratu Boko.

i. Pernyataan ke – 9

Pernyataan ini memiliki distribusi pernyataan “Tersedia papan penunjuk arah untuk memudahkan wisatawan saat berkunjung di Candi Ratu Boko” maka tanggapan responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.23: Tanggapan Responden Pernyataan ke-9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat tidak setuju	1	1.1	1.1	1.1
Tidak setuju	2	2.2	2.2	3.4
Netral	12	13.5	13.5	16.9
Setuju	49	55.1	55.1	71.9
sangatsetuju	25	28.1	28.1	100.0
Total	89	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel 4.23 di atas, jawaban responden mengenai pernyataan “Tersedia papan penunjuk arah untuk memudahkan wisatawan saat berkunjung di Candi Ratu Boko” mendapatkan hasil dengan jawaban terbanyak ada pada pilihan setuju sebanyak 49 orang atau 55.1%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa Candi Ratu Boko

menyediakan papan penunjuk arah untuk memudahkan wisatawan saat berkunjung di Candi Ratu Boko.

3. Data Presentasi Jawaban Variabel Fasilitas Pariwisata (X3)

a. Pernyataan ke – 1

Pernyataan ini memiliki distribusi pernyataan “Tersedia fasilitas pariwisata yang lengkap di Candi Ratu Boko” maka tanggapan responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.24: Tanggapan Responden Pernyataan ke-1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	3	3.4	3.4	3.4
tidak setuju	0	0.0	0.0	0.0
Netral	24	27.0	27.0	30.3
Setuju	48	53.9	53.9	84.3
sangat setuju	14	15.7	15.7	100.0
Total	89	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel 4.24 di atas, jawaban responden mengenai pernyataan “Tersedia fasilitas pariwisata yang lengkap di Candi Ratu Boko” mendapatkan hasil dengan jawaban terbanyak ada pada pilihan netral sebanyak 48 orang atau 53.9%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden netral bahwa tersedia fasilitas pariwisata yang lengkap di Candi Ratu Boko.

b. Pernyataan ke – 2

Pernyataan ini memiliki distribusi pernyataan “Tersedia Toilet yang memadai dan terpisah antara toilet perempuan dan toilet laki-laki” maka tanggapan responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.25: Tanggapan Responden Pernyataan ke-2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	1	1.1	1.1	1.1
tidak setuju	2	2.2	2.2	3.4
Netral	14	15.7	15.7	19.1
Setuju	51	57.3	57.3	76.4
sangat setuju	21	23.6	23.6	100.0
Total	89	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel 4.25 di atas, jawaban responden mengenai pernyataan “Tersedia toilet yang memadai dan terpisah antara toilet perempuan dan toilet laki-laki” mendapatkan hasil dengan jawaban terbanyak ada pada setuju sebanyak 51 orang atau 57.3%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden netral bahwa Candi Ratu Boko menyediakan toilet yang memadai dan terpisah antara toilet perempuan dan toilet laki-laki.

c. Pernyataan ke – 3

Pernyataan ini memiliki distribusi pernyataan “Tersedia tempat parkir yang memadai untuk kendaraan wisatawan” maka tanggapan responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.26: Tanggapan Responden Pernyataan ke-3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	1	1.1	1.1	1.1
tidak setuju	1	1.1	1.1	2.2
Netral	10	11.2	11.2	13.5
Setuju	55	61.8	61.8	75.3
sangat setuju	22	24.7	24.7	100.0
Total	89	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel 4.26 di atas, jawaban responden mengenai pernyataan “Tersedia tempat parkir yang memadai untuk kendaraan wisatawan” mendapatkan hasil dengan jawaban

terbanyak ada pada pilihan setuju sebanyak 55 orang atau 61.8%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menyetujui bahwa tersedia tempat parkir yang memadai untuk kendaraan wisatawan di Candi Ratu Boko.

d. Pernyataan ke – 4

Pernyataan ini memiliki distribusi pernyataan “Tersedia sarana ibadah (mushola) yang bersih dan nyaman di Candi Ratu Boko” maka tanggapan responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.27: Tanggapan Responden Pernyataan ke-4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	1	1.1	1.1	1.1
tidak setuju	1	1.1	1.1	2.2
Netral	11	12.4	12.4	14.6
Setuju	54	60.7	60.7	75.3
sangat setuju	22	24.7	24.7	100.0
Total	89	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel 4.27 di atas, jawaban responden mengenai pernyataan “Tersedia sarana ibadah (mushola) yang bersih dan nyaman di Candi Ratu Boko” mendapatkan hasil dengan jawaban terbanyak ada pada pilihan netral sebanyak 54 orang atau 60.7%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden netral bahwa tersedia sarana ibadah (mushola) yang bersih dan nyaman di Candi Ratu Boko.

e. Pernyataan ke – 5

Pernyataan ini memiliki distribusi pernyataan “Tersedia kios oleh-oleh dan souvenir yang memadai di Candi Ratu Boko” maka tanggapan responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.28: Tanggapan Responden Pernyataan ke-5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	1	1.1	1.1	1.1
tidak setuju	1	1.1	1.1	2.2
Netral	12	13.5	13.5	15.7
Setuju	57	64.0	64.0	79.8
sangat setuju	18	20.2	20.2	100.0
Total	89	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel 4.28 di atas, jawaban responden mengenai pernyataan “Tersedia kios oleh-oleh dan souvenir yang memadai di Candi Ratu Boko” mendapatkan hasil dengan jawaban terbanyak ada pada pilihan setuju sebanyak 57 orang atau 64%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menyetujui bahwa tersedia kios oleh-oleh dan souvenir yang memadai di Candi Ratu Boko.

f. Pernyataan ke – 6

Pernyataan ini memiliki distribusi pernyataan “Tersedia Pendopo yang bersih, nyaman dan indah di Candi Ratu Boko” maka tanggapan responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.29: Tanggapan Responden Pernyataan ke-6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	1	1.1	1.1	1.1
tidak setuju	2	2.2	2.2	3.4
Netral	18	20.2	20.2	23.6
Setuju	47	52.8	52.8	76.4
sangat setuju	21	23.6	23.6	100.0
Total	89	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel 4.29 di atas, jawaban responden mengenai pernyataan “Tersedia pendopo yang bersih, nyaman dan indah di Candi Ratu Boko” mendapatkan hasil dengan jawaban terbanyak ada pada pilihan setuju sebanyak 47 orang atau 52.8%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa tersedia Pendopo yang bersih, nyaman dan indah di Candi Ratu Boko.

g. Pernyataan ke – 7

Pernyataan ini memiliki distribusi pernyataan “Tersedianya resto di Candi Ratu Boko” maka tanggapan responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.30: Tanggapan Responden Pernyataan ke-7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	1	1.1	1.1	1.1
tidak setuju	3	3.4	3.4	4.5
Netral	18	20.2	20.2	24.7
Setuju	48	53.9	53.9	78.7
sangat setuju	19	21.3	21.3	100.0
Total	89	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel 4.30 di atas, jawaban responden mengenai pernyataan “Tersedianya resto di Candi Ratu Boko”

mendapatkan hasil dengan jawaban terbanyak ada pada pilihan setuju sebanyak 48 orang atau 53.9%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden netral bahwatersediaaresto untuk memenuhi kebutuhan wisatawan saat berkunjung di Candi Ratu Boko.

4. Data Presentasi Jawaban Variabel Minat Berkunjung (Y)

a. Pernyataan ke – 1

Pernyataan ini memiliki distribusi pernyataan “Minat transaksional yaitu keinginan individu atau organisasi dalam membeli barang atau jasa ” maka tanggapan responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.31: Tanggapan Responden Pernyataan ke-1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	0	0.0	0.0	0.0
tidak setuju	3	3.4	3.4	3.4
Netral	24	27.0	27.0	30.3
Setuju	47	52.8	52.8	83.1
sangat setuju	15	16.9	16.9	100.0
Total	89	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel 4.31 di atas, jawaban responden mengenai pernyataan “Minat transaksional yaitu keinginan individu atau organisasi dalam membeli barang atau jasa” mendapatkan hasil dengan jawaban terbanyak ada pada pilihan setuju sebanyak 47 orang atau 52.8%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menyetujui dalam membeli barang atau jasa di Candi Ratu Boko.

b. Pernyataan ke – 2

Pernyataan ini memiliki distribusi pernyataan “Minat Preferensial ialah perilaku dinama individu tau organisasi menjadikan suatu produk sebagai preferensi utama” maka tanggapan responden dapat dilihat pada tabelberikut:

Tabel 4.32: Tanggapan Responden Pernyataan ke-2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	2	2.2	2.2	2.2
tidak setuju	4	4.5	4.5	4.5
Netral	16	18.0	18.0	18.0
Setuju	52	58.4	58.4	58.4
sangat setuju	15	16.9	16.9	16.9
Total	89	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel 4.32 di atas, jawaban responden mengenai pernyataan “Minat Preferensial ialah perilaku dinama individu tau organisasi menjadikan suatu produk sebagai preferensi utama” mendapatkan hasil dengan jawaban terbanyak ada pada pilihan setuju sebanyak 52 orang atau 58.4%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa suatu produk sebagai preferensi utama.

b. Pernyataan ke – 3

Pernyataan ini memiliki distribusi pernyataan “Minta eksploratif yakni perilaku seseorang yang selalu mencari informasi terkait barang atau jasa yang diminati” maka tanggapan responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.33: Tanggapan Responden Pernyataan ke-3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	2	2.2	2.2	2.2
tidak setuju	4	4.5	4.5	6.7
Netral	16	18.0	18.0	24.7
Setuju	53	59.6	59.6	84.3
sangat setuju	14	15.7	15.7	100.0
Total	89	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel 4.33 di atas, jawaban responden mengenai pernyataan “Minta eksploratif yakni perilaku seseorang yang selalu mencari informasi terkait barang atau jasa yang diminati” mendapatkan hasil dengan jawaban terbanyak ada pada pilihan setuju sebanyak 53 orang atau 59.6%. Hal ini menunjukkan bahwa pengunjung selalu mencari informasi terkait barang atau jasa yang diminati di Candi Ratu Boko.

E. Hasil Uji Kelayakan Variabel

Bertujuan untuk menyakinkan persamaan garis regresi yang diperoleh adalah linear serta dapat digunakan (valid), guna mencari perkiraan atau ramalan.

ada beberapa pengujian dalam uji kelayakan variabel pada penelitian ini, yaitu:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Dalam uji T dan F diasumsikan bahwa residual terdistribusi secara normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik.

Penelitian ini akan menggunakan uji statistic *Kolmogorov Smirnov* (KS) sebagai dasar pengambilan keputusan. Berdasarkan hasil uji normalitas diperoleh:

Tabel 4.34 Hasil Uji Normalitas

N		89
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.61968912
Most Extreme Differences	Absolute	.144
	Positive	.091
	Negative	-.144
Test Statistic		.144
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 ^c

Sumber: Data primer terolah 2023

Berdasarkan tabel 4.34 di atas menunjukkan bahwa nilai asymp, signifikan lebih kecil dari 5% (0,05) maka data tersebut distribusi tidak normal, sehingga dapat digunakan dalam penelitian.

2. Uji Linearitas

Uji linieritas adalah uji yang dilakukan untuk melihat apakah masing-masing data variabel faktor motivasi cenderung membentuk garis linear terhadap variabel keputusan berkunjung. Dasar pengambilan keputusannya dapat dilihat dari tingkat signifikan atau dengan membandingkan F hitung pada kolom Linearity dengan F tabel (Santoso, 2016: 63).

Tabel 4.35 Uji Linieritas

Variabel	Signifikansi	Keterangan
Atraksi terhadap minat berkunjung	.001	Linier
Aksesibilitas terhadap minat berkunjung	.000	Linier
Fasilitas pariwisata	.072	Linier
Minat kunjungan	.001	Linier

Sumber: Data Primer terolah, 2023

Hasil uji linieritas pada tabel 4.35 di atas dapat diketahui bahwa variabel atraksi (X1), variabel aksesibilitas (X2), variabel fasilitas

(X3), dan variabel minat berkunjung (Y) memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ($\text{sig} > 0.05$), hal ini menunjukkan bahwa variabel atraksi (X1), variabel aksesibilitas (X2), variabel fasilitas (X3), dan variabel minat (Y) dinyatakan linier.

3. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen atau tidak terjadi gejala multikolinieritas. Mendeteksi adanya multikolinieritas dilakukan dengan melihat nilai Tolerance dan uji Variance Inflation Factor (VIF). Hasil dari pengujian multikolinieritas sebagai berikut:

Tabel 4.36: Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
VARIABEL1	.888	1.705
VARIABEL2	.038	1.324
VARIABEL3	.072	1.716
VARIABEL4	.008	1.705

Sumber: Data Primer terolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.36 di atas, diketahui bahwa semua variabel bebas (X1, X2, X3, Y) yang digunakan dalam penelitian ini memiliki nilai tolerance > 0.100 dan nilai VIF < 10.00 , maka dalam persamaan regresi tidak ditemukan adanya kolerasi antara variabel bebas atau bebas multikolinieritas, sehingga seluruh variabel bebas (X1, X2, X3, Y) dapat digunakan dalam penelitian. Jika nilai tolerance lebih besar dari ($>$) 0.100 dan nilai VIF lebih kecil dari ($<$) 10.00, maka

tidak terjadi gejala multikolinieritas (Ghozali, 2011: 161).

F. Hasil Penelitian

1. Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan oleh peneliti untuk meramalkan bagaimana keadaan variabel tergantung. Persamaan regresi untuk setiap variabel kemudian dirumuskan sebagai berikut:

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

Keterangan:

A = konstanta

b₁, b₂, b₃ = koefisien garis regresi Y = minat berkunjung

X₁ = atraksi

X₂ = aksesibilitas

X₃ = Fasilitas

E = variabel pengganggu

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda dengan menggunakan program *IBM SPSS Statistic 25*, maka diperoleh hasil persamaan regresi sebagai berikut:

Tabel 4.37: Hasil Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.454	1.736		1.414	0.000
X1	.259	.096	.301	2.689	0.006
X2	-.044	.039	-.099	1.116	0.000
X3	.169	.053	.355	3.190	0.009
Y	2.454	1.736	.301	1.414	0.001

Sumber: Data Primer terolah, 2023

Hasil perhitungan regresi linear berganda tabel 4.37 di atas menunjukkan nilai koefisien konstanta adalah sebesar 2.454 koefisien variabel X1 sebesar 0.259 koefisien variabel X2 sebesar 0.044 koefisien variabel X3 sebesar 0.169 dan koefisien variabel Y sebesar 2.454 sehingga diperoleh: $Y = 2.454 + 0.259 X_1 + 0.044X_2 + 0.169X_3 + 2.454Y$. Persamaan regresi di atas memperlihatkan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen secara parsial, dari persamaan tersebut dapat diambil kesimpulan yaitu:

- a. Nilai konstanta pada tabel 4.37 Sebesar 2.454, nilai ini menyatakan bahwa apabila tidak ada variabel atraksi, aksesibilitas, dan minat kunjungan pariwisata maka keputusan berkunjung wisatawan adalah sebesar 2.454.
- b. Nilai koefisien regresi pada variabel X1 sebesar 0.259 angka ini berarti bahwa setiap penambahan satuan pada variabel atraksi (X1) maka akan ada kenaikan pada variabel minat berkunjung wisatawan (Y) sebesar 0.259 hal tersebut menunjukkan bahwa variabel atraksi berkontribusi positif bagi keputusan berkunjung wisatawan Candi Ratu Boko.
- c. Nilai koefisien regresi pada variabel X2 sebesar 0.044 angka ini berarti bahwa setiap penambahan satuan pada variabel aksesibilitas (X2) maka akan ada kenaikan pada variabel minat berkunjung wisatawan (Y) sebesar 0.044 hal tersebut menunjukkan bahwa variabel aksesibilitas berkontribusi positif bagi keputusan

berkunjung wisatawan Candi Ratu Boko.

- d. Nilai koefisien regresi pada variabel X3 sebesar 2.454 angka ini berarti bahwa setiap penambahan satuan pada variabel fasilitas pariwisata (X3) maka akan ada kenaikan pada variabel minat berkunjung wisatawan (Y) sebesar 2.454 hal tersebut menunjukkan bahwa variabel fasilitas pariwisata berkontribusi positif bagi keputusan berkunjung wisatawan Candi Ratu Boko.

2. Uji F (Simultan)

Analisis regresi berganda dengan menggunakan uji F bertujuan untuk mengetahui pengaruh semua variabel bebas yang meliputi: Atraksi, Aksesibilitas, dan Fasilitas Pariwisata terhadap variabel terikat Minat Berkunjung Wisatawan di Candi Ratu Boko. Apabila nilai signifikan lebih kecil dari 0.05 ($\text{sig} < 0.05$) maka model regresi signifikan secara statistik.

Ha1 : Diduga Atraksi, Aksesibilitas, dan Fasilitas pariwisata berpengaruh secara simultan terhadap minat berkunjung wisatawan.

Tabel 4.38: Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	131.366	3	43.789	16.123	.000 ^b
Residual	230.859	85	2.716		
Total	362.225	88			

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel 4.38 di atas, diketahui nilai signifikan X1,X2,X3 terhadap Y adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai f hitung $16.123 > f$

tabel 2,712. Sehingga terdapat pengaruh oleh X_1, X_2, X_3 terhadap minat berkunjung wisatawan Y di Candi Ratu Boko. Dasar pengambilan keputusan :

- a. Jika f hitung $<$ f tabel maka tidak ada pengaruh
- b. Jika f hitung $>$ f tabel maka ada pengaruh

Atas dasar pengambilan keputusan diatas dan mengacu pada tabel uji f (simultan) maka H_{a1} diterima karena f hitung lebih besar dari f tabel.

3. Uji R^2 (Koefisien Determinasi)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel bebas: Atraksi, Aksesibilitas, , Fasilitas Pariwisata (X) terhadap variabel terikat Minat Berkunjung wisatawan (Y). Berikut adalah tabel hasil uji koefisien determinasi:

Tabel 4.39: Hasil Uji R^2 (Uji Koefisien Determinasi)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.602 ^a	.363	.340	1.648

Sumber: Data Primer terolah, 2023

Dari tabel 4.39 diatas menunjukkan nilai R *Square* sebesar 0,340 atau 34% yang berarti bahwa kontribusi dari ketiga variabel bebas: atraksi, aksesibilitas, dan fasilitas pariwisata (X) berpengaruh sebesar 34% terhadap variabel terikat Minat Berkunjung Wisatawan (Y).

4. Uji T (Parsial)

Uji T merupakan pengujian untuk menunjukkan signifikansi pengaruh secara individu variabel bebas: Atraksi, Aksesibilitas, , dan Fasilitas Pariwisata (X) terhadap variabel terikat Minat Berkunjung

Wisatawan (Y). Apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (sig<0.05), maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Tabel 4.40 Hasil Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.454	1.736		1.414	0.000
X1	.259	.096	.301	2.689	0.006
X2	-.044	.039	-.099	1.116	0.000
X3	.169	.053	.355	3.190	0.009
Y	2.454	1.736	.301	1.414	0.001

Sumber: Data Primer terolah, 2023

Berdasarkan tabel hasil uji t di atas, penjelasan uji t masing-masing variabel bebas adalah sebagai berikut:

a. Atraksi(X1)

Diketahui variabel atraksi diperoleh nilai t hitung sebesar $2.689 > t$ tabel 1.663 dan nilai signifikansi sebesar $0.006 < 0.05$. Artinya ada pengaruh yang signifikan terhadap minat berkunjung (Y) wisatawan ke Candi Ratu Boko.

b. Aksesibilitas (X2)

Diketahui variabel aksesibilitas diperoleh nilai t hitung sebesar $1.116 < t$ tabel 1.663 yang artinya tidak ada pengaruh dan nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$. Artinya variabel aksesibilitas tidak berpengaruh terhadap minat berkunjung (Y) tetapi tetap signifikan wisatawan ke Candi Ratu Boko.

c. Fasilitas Pariwisata (X3)

Diketahui variabel fasilitas pariwisata diperoleh nilai t

hitung sebesar $3,190 > t$ tabel $1,663$ dan nilai signifikansi sebesar $0.001 < 0.05$. Artinya variabel fasilitas pariwisata berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung (Y) wisatawan ke Candi Ratu Boko.

Untuk mengetahui variabel bebas mana yang paling dominan berpengaruh terhadap variabel terikat digunakan uji t. Pengaruh dominan variabel bebas terhadap variabel terikat di uji dengan menggunakan uji t, dengan melihat hasil dari nilai koefisien beta dari masing-masing variabel bebas di atas, maka dapat diketahui bahwa variabel bebas yang berpengaruh dominan terhadap variabel terikat Minat Berkunjung (Y) adalah variabel bebas Atraksi (X1) karena menunjukkan nilai koefisien beta yang lebih besar dari variabel bebas lainnya yaitu sebesar $0,259$.

G. Pembahasan

Hasil penelitian ini diperoleh penjelasan bahwa responden yang digunakan adalah yang melakukan kunjungan wisata ke Candi Ratu Boko dengan 89 responden. Responden yang digunakan adalah pengunjung Candi Ratu Boko yang melakukan kunjungan dalam kurun waktu selama penelitian. Serta diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin. Berdasarkan hasil penelitian dan perhitungan yang telah dilakukan mengenai “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Wisatawan Berkunjung ke Candi Ratu Boko” yaitu sebagai berikut:

1. Karakteristik Data Penelitian

Berdasarkan tabel 4.2, dilihat jenis kelamin didominasi oleh Laki-laki sebanyak 52 orang, ini dikarenakan Candi Ratu Boko merupakan salah satu obyek wisata sejarah, edukasi dan rekreasi yang dimana Laki-laki lebih banyak meminati kegiatan edukasi, menelusuri sejarah dan rekreasi.

Berdasarkan tabel 4.3, dapat di klarifikasikan berdasarkan usia menunjukkan bahwa mayoritas responden berusia 18-22 tahun dan 23-27 tahun.

Berdasarkan tabel 4.4,dapat di klarifikasikan berdasarkan pekerjaan menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah pelajar/mahasiswa.

2. Analisis Deskriptif

a. Variabel Atraksi, Aksesibilitas, Fasilitas Pariwisata, dan Minat Berkunjung (Y)

Hasil analisis deskriptif pada variabel atraksi, aksesibilitas,fasilitas pariwisata,dan minat berkunjung (Y) dari 89 responden pada item pertanyaan variabel atraksi, aksesibilitas, fasilitas pariwisata,dan minat berkunjung (Y) menunjukkan responden memberikan jawaban yang positif. Hal itu dibuktikan dari pernyataan Atraksi (X1.1) pada tabel 4.10 jawaban responden tentang “Candi Ratu Boko memiliki atraksi wisata yang sangat menarik sebagai daya tarik wisatawan untuk berkunjung”. Atraksi

(X1.2) pada tabel 4.11 jawaban responden tentang “Sejarah berdirinya Candi Ratu Boko merupakan daya tarik wisatawan untuk berkunjung”. Atraksi (X1.3) pada tabel 4.12 jawaban responden tentang “Candi Ratu Boko memiliki keindahan dan kemegahan arsitektur sebagai daya tarik untuk berkunjung”. Atraksi (X1.4) pada tabel 4.13 jawaban responden tentang “Candi Ratu Boko menyuguhkan pemandangan *sunrise* dan *sunset* yang indah sebagai daya tarik untuk berkunjung”. Atraksi (X1.5) pada tabel 4.14 jawaban responden tentang “Museum Rumah Joglo merupakan daya tarik wisatawan untuk berkunjung ke Candi Ratu Boko”.

Aksesibilitas (X2.1) pada tabel 4.15 jawaban responden tentang “Akses menuju Candi Ratu Boko mudah dijangkau dari bandara, terminal dan stasiun kereta api”. Aksesibilitas (X2.2) pada tabel 4.16 jawaban responden tentang “Tersedia angkutan umum yang memudahkan wisatawan untuk berkunjung ke Candi Ratu Boko”. Aksesibilitas (X2.3) pada tabel 4.17 jawaban responden tentang “Akses menuju Candi Ratu Boko mudah dijangkau menggunakan kendaraan pribadi seperti mobil dan motor”. Aksesibilitas (X2.4) pada tabel 4.18 jawaban responden tentang “Lokasi Candi Ratu Boko dekat dengan tempat penginapan”. Aksesibilitas (X2.5) pada tabel 4.19 jawaban responden tentang “Ketersediaan informasi yang mudah

didapatkan selama berkunjung di Candi Ratu Boko”. Aksesibilitas (X2.6) pada tabel 4.20 jawaban responden tentang “Tersedia papan denah lokasi yang akurat untuk memudahkan wisatawan saat berkunjung di Candi Ratu Boko”. Aksesibilitas (X2.7) pada tabel 4.21 jawaban responden tentang “Tersedianya informasi mengenai larangan/peringatan yang lengkap untuk wisatawan di Candi Ratu Boko”. Aksesibilitas (X2.8) pada tabel 4.22 jawaban responden tentang “Tersedia informasi tarif/biaya saat berkunjung di Candi Ratu Boko”. Aksesibilitas (X2.9) pada tabel 4.23 jawaban responden tentang “Tersedia papan penunjuk arah untuk memudahkan wisatawan saat berkunjung di Candi Ratu Boko”.

Fasilitas (X3.1) pada tabel 4.24 jawaban responden tentang “Tersedia fasilitas pariwisata yang lengkap di Candi Ratu Boko”. Fasilitas (X3.2) pada tabel 4.25 jawaban responden tentang “Tersedia toilet yang memadai dan terpisah antara toilet perempuan dan laki-laki”. Fasilitas (X3.3) pada tabel 4.26 jawaban responden tentang “Tersedia tempat parkir yang memadai untuk kendaraan wisatawan”. Fasilitas (X3.4) “ Tersedia sarana ibadah (Mushola) yang bersih dan nyaman di Candi Ratu Boko”. Fasilitas (X3.5)” Tersedia kios oleh-oleh dan souvenir yang memadai di Candi Ratu Boko”. Fasilitas (X3.6) “Tersedia pendopo yang bersih, nyaman dan indah di Candi Ratu Boko”. Fasilitas (X3.7)” Tersedianya resto di Candi Ratu Boko”.

b. Variabel Minat Berkunjung (Y)

Hasil analisis deskriptif pada variabel minat berkunjung wisatawan (Y) dari 89 responden pada item pertanyaan variabel minat berkunjung wisatawan (Y) menunjukkan responden memberikan jawaban yang positif. Hal itu dibuktikan dari pernyataan Minat Berkunjung Wisatawan (Y1) pada tabel 4.31 jawaban responden tentang “Minat transaksional yaitu keinginan individu atau organisasi dalam membeli barang atau jasa”. Minat Berkunjung Wisatawan (Y2) pada tabel 4.32 jawaban responden tentang “Minat preferensial yaitu perilaku dimana individu atau organisasi menjadikan suatu produk sebagai preferensi utama”. Minat Berkunjung Wisatawan (Y3) pada tabel 4.33 jawaban responden tentang “Minat eksploratif yakni perilaku seseorang yang selalu mencari informasi terkait barang atau jasa yang diminati”.

c. Pengaruh Atraksi Terhadap Minat Berkunjung

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda, variabel atraksi (X1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan Candi Ratu Boko. Hasil penelitian ini memperkuat hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh berkunjung wisatawan Sihombing (2019), dalam skripsinya yang berjudul “Pengaruh atraksi wisata Patung GWK terhadap minat berkunjung wisatawan di Garuda Wisnu Kencana *Cultural*

Park Bali”. Hasil penelitian menyatakan bahwa atraksi wisata menentukan minat berkunjung wisatawan.

Nilai koefisien variabel atraksi dari persamaan regresi *unstandardized* sebesar 0.259. Hasil uji t menunjukkan t hitung 2.689 dengan nilai signifikan sebesar 0.006, ($0.006 < 0.05$). Angka ini berarti bahwa setiap penambahan satuan pada variabel atraksi (X1) maka akan ada kenaikan pada variabel keputusan berkunjung wisatawan (Y) sebesar 0.259, menunjukkan bahwa hasil setelah uji secara parsial variabel atraksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan Candi Ratu Boko. Hal ini menunjukkan bahwa faktor penarik wisatawan berkunjung ke Candi Ratu Boko adalah faktor atraksi yang terdiri dari: keindahan dan kemegahan arsitektur, pemandangan *sunrise* dan *sunset*, dan tersedianya Pendopo.

d. Pengaruh Aksesibilitas Terhadap Minat Berkunjung

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda, variabel aksesibilitas (X2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan Candi Ratu Boko Hasil penelitian ini memperkuat hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Dewi (2019), dalam skripsinya yang berjudul “Pengaruh daya tarik wisata terhadap minat berkunjung wisatawan di Taman Rekreasi Kalianget Wonosobo”. Hasil penelitian menyatakan bahwa aksesibilitas menentukan minat

berkunjungan wisatawan.

Nilai koefisien variabel aksesibilitas dari persamaan regresi *unstandardized* sebesar 0.040. Hasil uji t menunjukkan t hitung 1.116 dengan nilai signifikan sebesar 0.000, ($0.000 < 0.05$). Angka ini berarti bahwa setiap penambahan satuan pada variabel aksesibilitas (X_2) maka akan ada kenaikan pada variabel keputusan berkunjung wisatawan (Y) sebesar 0.040, menunjukkan bahwa hasil setelah uji secara parsial variabel aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan Candi Ratu Boko. Hal ini menunjukkan bahwa faktor penarik wisatawan berkunjung ke Candi Ratu Boko adalah faktor aksesibilitas yang memadai seperti: akses yang mudah dijangkau dari bandara, stasiun kereta api dan terminal, kemudian mudah diakses menggunakan transportasi umum, mobil dan motor, kemudian kondisi jalan yang baik dan luas, termasuk adanya papan penunjuk arah menuju ke lokasi Candi Ratu Boko sehingga memudahkan wisatawan untuk berkunjung.

e. Pengaruh Fasilitas Pariwisata Terhadap Minat Berkunjung

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda, variabel fasilitas pariwisata (X_3) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan Candi Ratu Boko. Hasil penelitian ini memperkuat hasil penelitian yang dilakukan oleh Setiawan (2021), yang berjudul “Faktor yang mempengaruhi

kunjungan wisatawan di objek wisata Air Terjun Lano Kecamatan Jaro Kabupaten Tabalong”. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa fasilitas menentukan minat wisatawan berkunjung.

Nilai koefisien variabel fasilitas pariwisata dari persamaan regresi *unstandardized* sebesar 0.169. Hasil uji t menunjukkan t hitung 3.190 dengan nilai signifikan sebesar 0.001, ($0.001 < 0.05$). Angka ini berarti bahwa setiap penambahan satuan pada variabel fasilitas pariwisata (X3) maka akan ada kenaikan pada variabel keputusan berkunjung wisatawan (Y) sebesar 0.127, menunjukkan bahwa hasil setelah uji secara parsial variabel fasilitas pariwisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan Candi Ratu Boko. Hal ini menunjukkan bahwa faktor penarik wisatawan berkunjung ke Candi Ratu Boko adalah faktor fasilitas pariwisata yang lengkap untuk memenuhi kebutuhan wisatawan, yang terdiri dari: area parkir yang luas, tersedianya mushola, toilet yang terpisah antara laki-laki dan perempuan, tempat istirahat, dan tersedianya kios oleh-oleh dan souvenir.

Berdasarkan tabel 4.38, hasil pengujian diperoleh nilai F hitung sebesar 16.082 dengan signifikansi sebesar 0.000. Oleh karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05 ($0.000 < 0.05$), maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas: Atraksi, Aksesibilitas, dan Fasilitas, dan Minat Kunjungan Pariwisata (Y) secara simultan berpengaruh positif terhadap Minat Berkunjung

Wisatawan (Y) di Candi Ratu Boko.

Berdasarkan tabel 4.39, menunjukkan nilai *R Square* sebesar 0.340 atau 34% yang berarti bahwa variabel bebas: atraksi, aksesibilitas, fasilitas, dan Minat Kunjungan pariwisata (Y) berpengaruh 34% terhadap variabel terikat Minat Berkunjung Wisatawan (Y).