

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Penelitian ini meneliti tentang hubungan spotfoto terhadap minat berkunjung wisatawan *millennial* di daya tarik wisata Taman Bunga Nusantara, Cianjur, Jawa Barat. Menggunakan variabel X yaitu spotfoto dan variabel Y yaitu minat berkunjung wisatawan. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan jumlah sample 100 responden. Dalam penelitian ini, peneliti menganalisis hasil penelitian dengan analisis korelasi pearson product moment dengan bantuan program IBM SPSS Statistic 25.

Dari hasil penelitian yang sudah dilakukan sesuai data yang diperoleh, maka dapat disimpulkan peneliti sebagai berikut :

1. Mayoritas wisatawan yang berkunjung ke Taman Bunga Nusantara, Cianjur, Jawa Barat didominasi oleh wisatawan perempuan. Sedangkan berdasarkan usia wisatawan didominasi oleh kalangan anak muda yang masuk dalam generasi *millennial* yaitu usia 23- 27 tahun.
2. Wisatawan yang datang ke Taman Bunga Nusantara didominasi oleh para pelajar/mahasiswa dengan menggunakan media sosial sebagai sumber informasi sebelum berkunjung ke Taman Bunga Nusantara.

3. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, nilai yang diperoleh dari korelasi pearson product moment adalah 0,756 dan r tabel dengan  $n = 100$  adalah 0,195. Karena nilai r hitung  $>$  r tabel maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan atau korelasi positif dan nyata antara spotfoto dengan minat berkunjung wisatawan, maka dapat disimpulkan bahwa semakin banyak atau menarik spotfoto yang disediakan oleh pengelola Taman Bunga Nusantara maka minat berkunjung wisatawan ke Taman Bunga Nusantara akan semakin meningkat. Dengan nilai interval korelasi 0,756 yang mengukur keeratan hubungan antara dua variabel yang berkisar antara 0.70 – 0.90 maka, kedua variabel memiliki hubungan yang kuat.
4. Hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) dengan bantuan program komputer IBM SPSS Statistik diperoleh nilai  $R^2$  sebesar 0,572 atau 57,2%. Dengan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa variabel spotfoto berpengaruh sebesar 57,2% terhadap minat berkunjung wisatawan. Sedangkan sisanya 42,8% dipengaruhi oleh faktor lain.
5. Hasil stasistik uji t pada variabel spotfoto diperoleh nilai t hitung sebesar 11,437 dengan tingkat kesalahan 0,05 dan  $dk = n-2$ . Oleh karena itu nilai t hitung  $>$  t tabel (  $11,437 > 1,98447$  ) dan nilai probabilitas sebesar  $0,000 < 0,05$  artinya dari hasil tersebut didapat kesimpulan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya terjadi korelasi yang signifikan antara variabel spotfoto dengan minat berkunjung wisatawan di Taman Bunga Nusantara.

## B. Saran

Melihat dari hasil penelitian, maka saran – saran berikut dapat dipertimbangkan guna dapat menarik lebih banyak wisatawan untuk berkunjung ke Taman Bunga Nusantara.

1. Melakukan pemeliharaan dan perawatan terhadap setiap spotfoto dan taman yang ada di Kebun Bunga Nusantara
2. Pengelola Taman Bunga Nusantara harus memperhatikan generasi muda yang masuk dalam wisatawan generasi *millenial* sebagai calon wisatawan yang potensial. Dikarenakan wisatawan generasi *millenial* secara tidak sengaja sudah melakukan promosi tempat wisata secara online dengan mengupload foto mereka di media sosial.
3. Pengelola Taman Bunga Nusantara harus selalu kreatif dalam menarik minat berkunjung wisatawan dengan menambah spotfoto yang unik, indah serta *instagramable* untuk menarik wisatawan berkunjung.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anniza Nur Pratiwi.(2022). *Penarikan Retribusi Pada Spotfoto wisata perspektif masalah mursalah di wisata Coban Talun, Bumiaji*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Akbar, J.M.(2020). *Pengaruh Pelayanan, Obyek dan Daya Tarik Wisata Serta Fasilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan ( Studi Kasus Pengunjung Pasar Yosomulyo Pelangi (Payungi) Di Kota Metro*.
- Antopani,T.(2015). *Fotografi,Pariwisata,Dan Media Aktualisasi Diri*.Jurnal Rekam.11(1):31-40.
- Brahmanto, E.(2020). *Foto Selfie Sebagai daya tarik minat khusus di Heha Sky View Patuk Gunungkidul, Yogyakarta*. Jurnal Pariwisata dan Budaya,12(2).
- Emawati, S. (2021). *Pengaruh daya tarik wisata terhadap minat berkunjung di kawasan Amahami kota Bima*. Jurnal Manajemen, 1(2),50-54.
- Fabiana Meijon Fadul.(2019). *Daya Tarik Wisata Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Melalui Persepsi Wisata Kampung Heritage Kayutangan Malang*.10
- Hastuti, Saptin Dwi Setyo.(2017). *Pengaruh Perilaku Berfoto Di Objek Wisata Terhadap Kebahagiaan Wisatawan*. Jurnal Media Wisata.15(2). (<http://jurnal.ampta.ac.id/index.php/MWS/article/view/108/92>).
- Iskandar, M., Nur Zakiyah, U., Ngurah Rusmawan, P.(2020). *Pembuatan Spotfoto Jembatan Kayu Gantung Berbasis Twinkle Ligh*. Jurnal seminar nasional terapan riset inovatif . 6(3)18-25.
- Isdarmanto.(2017). *Dasar Dasar Kepariwisata dan Pengelolaan Destinasi Pariwisata*.Yogyakarta:Gerbang Media Aksara.
- Suwena, I.K & Widyatmaja, I.G.(2017).*Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Denpasar Bali:Pusat Larian.
- Ivanda, M.(2019). *Opini Masyarakat Terkait Pemanfaatan Spotfoto Merci Barn*. Medan. Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara.
- Kurniasari, H., Fianto,A.Y.A., & Candraningrat.(2019). *Pengaruh Bauran Pemasaran, Word of Mouth, Destination Image dan Destination Branding Terhadap Minat Berkunjung di Wisata Pantai Ria Kenjeran*. Jurnal Ilmu Manajemen Indonesia,1(1):1-16
- Mauludin Rivian.(2017). *Pengaruh Atraksi Wisata Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan ke Daya Tarik Wisata Waduk Darma Kabupaten Kuningan*. Jurnal Manajemen Resort dan Leisure,14(2),57-67.
- Mardalis, A., & Wijaya, R.P.(2016). *Pengelolaan Daya Tarik Wisata Alam Berdasarkan Kepuasan Dan Keinginan Wisatawan*. Prosiding Seminar Nasional Ekonomi dan Bisniss FEB UMSIDA,3, 20-32

- Suwarti.(2014). *Pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Minat Kunjung Wisatawan Pantai Cahaya Lumba Lumba Kendal*. GEMAWISATA:Jurnal Ilmiah Pariwisata,1(2) 50 – 54.
- Santosa. (2018). *Statistika Hospitalitas*. Yogyakarta. Deependublish
- Sugiono.(2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung. ALFABETA.
- Sugiono.(2014). *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung : ALFABETA.
- Suharlyanto.(2018). *Profil Generasi Millennial Indonesia*. Jakarta. Kementrian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak. (<https://www.kemenpppa.go.id/lib/uploads/list/9acde-buku-profil-generasi-milenia.pdf>).
- Tambunan, Debby Laura.(2016). *Pengaruh Sosial Media terhadap keputusan berkunjung wisatawan nusantara DKI Jakarta*. Bandung. Skripsi. Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan. Dektorat Jenderal Pariwisata:Jakarta

## LEMBAR KUISIONER

Pengunjung yang terhormat,

Saya Stefanus Dicky Setiawan, mahasiswa semester akhir program studi pariwisata Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta. Saat ini saya sedang melakukan penelitian dengan judul “Hubungan Spotfoto terhadap minat berkunjung wisatawan *millennial* di Taman Bunga Nusantara, Cianjur, Jawa Barat”. Mohon bantuan saudara/i untuk mengisi lembar kuisisioner penelitian ini. Terimakasih atas kerjasama dan perhatian saudara/i.

Keterangan : berikan tanda centang (✓) pada pilihan saudara/i.

### Data Responden :

1. Nama Responden :

2. Jenis Kelamin :

Laki-Laki

Perempuan

3. Usia :

23-27 th

28-32 th

33-37 th

38-43 th

4. Asal kota :

Cianjur

Luar Cianjur

5. Pekerjaan :

Pelajar/Mahasiswa

Wiraswasta

PNS/TNI/POLRI

Lainnya

6. Informasi terkait Taman Bunga Nusantara didapat dari :

Rekomendasi dari teman/saudara

Brosur

Media Sosial (sebutkan).....

### LEMBAR KUISIONER

Pilih salah satu jawaban dari beberapa alternatif yang disediakan dan berikan tanda centang (✓)

Keterangan :

SS= Sangat Setuju

TS =Tidak Setuju

S = Setuju

STS= Sangat Tidak Setuju

No	Pernyataan	Jawaban			
		SS	S	TS	STS
	<b>SPOT FOTO</b>				
1	Spot foto yang berada di taman bunga nusantara sangat unik dan menarik				
2	Spot foto yang ditawarkan di taman bunga nusantara sangat beragam				
3	Pemandangan alam dari spot foto yang ada di taman bunga nusantara sangat indah dan asri				
4	Kenyamanan saat berfoto di spot foto sangat terjamin dan tidak mengganggu orang lain.				
	<b>MINAT PRIBADI</b>				
1	Saya ingin mengunjungi taman bunga nusantara setelah melihat postingan orang lain di media sosial yang memiliki spot foto yang menarik				
2	Saya mengunjungi taman bunga nusantara karena senang dengan spot foto yang menarik				
	<b>MINAT SITUASI</b>				
1	Saya mengunjungi taman bunga nusantara karena letak atau lokasi mudah dijangkau dengan kendaraan				
2	Saya menikmati kegiatan berfoto karena lingkungan yang indah dan bersih				
	<b>MINAT DALAM CIRI PSIKOLOGIS</b>				
1	Saya mengunjungi taman bunga nusantara untuk melakukan kegiatan berfoto agar dapat				





3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	4	3	3	3
4	4	4	4	4	4	3	3	3	3
3	3	4	4	4	4	4	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	3	3	4	4	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	4	3	4	4
2	2	3	3	2	2	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	4	4	3	3	4	3
3	3	4	4	4	3	3	4	4	4
3	3	4	4	4	3	4	3	3	3
3	4	3	4	4	4	3	3	3	4
3	3	4	4	4	3	3	4	3	4
3	4	4	3	3	4	4	3	4	3
3	3	4	3	3	3	3	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	3	4	4	3	3
3	3	3	3	3	3	4	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	3	4	4	3	3	3
3	3	4	4	3	3	4	4	3	3

### UJI VALIDITAS SPOTFOTO

Correlations						
		x1	x2	x3	x4	totalx
x1	Pearson Correlation	1	,696**	,592**	,195	,854**
	Sig. (2-tailed)		,000	,001	,302	,000
	N	30	30	30	30	30
x2	Pearson Correlation	,696**	1	,432*	,122	,798**
	Sig. (2-tailed)	,000		,017	,522	,000
	N	30	30	30	30	30
x3	Pearson Correlation	,592**	,432*	1	,413*	,800**
	Sig. (2-tailed)	,001	,017		,023	,000

	N	30	30	30	30	30
x4	Pearson Correlation	,195	,122	,413*	1	,523**
	Sig. (2-tailed)	,302	,522	,023		,003
	N	30	30	30	30	30
Totalx	Pearson Correlation	,854**	,798**	,800**	,523**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,003	
	N	30	30	30	30	30

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

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

### UJI RELIABILITAS SPOTFOTO

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,739	4

Correlations								
		y1	y2	y3	y4	y5	y6	totally
y1	Pearson Correlation	1	,648**	,283	,085	,248	,285	,708**
	Sig. (2-tailed)		,000	,130	,655	,186	,127	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
y2	Pearson Correlation	,648**	1	,319	,283	,149	-,060	,659**
	Sig. (2-tailed)	,000		,086	,130	,431	,753	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
y3	Pearson Correlation	,283	,319	1	,316	,141	,374*	,643**
	Sig. (2-tailed)	,130	,086		,089	,458	,041	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
y4	Pearson Correlation	,085	,283	,316	1	,112	,241	,546**
	Sig. (2-tailed)	,655	,130	,089		,557	,199	,002
	N	30	30	30	30	30	30	30
y5	Pearson Correlation	,248	,149	,141	,112	1	,546**	,561**
	Sig. (2-tailed)	,186	,431	,458	,557		,002	,001
	N	30	30	30	30	30	30	30
y6	Pearson Correlation	,285	-,060	,374*	,241	,546**	1	,613**
	Sig. (2-tailed)	,127	,753	,041	,199	,002		,000

	N	30	30	30	30	30	30	30
totaly	Pearson Correlation	,708**	,659**	,643**	,546**	,561**	,613**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,002	,001	,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).								
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).								

### UJI VALIDITAS MINAT BERKUNJUNG

### UJI RELIABILITAS MINAT BERKUNJUNG

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,684	6

### UJI KORELASI *PERSON PRODUCT MOMENT*

Correlations			
		Spotfoto	Minat Berkunjung
Spotfoto	Pearson Correlation	1	,756**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	100	100
Minat Berkunjung	Pearson Correlation	,756**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	100

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

### Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,756 <sup>a</sup>	,572	,567	1,466
a. Predictors: (Constant), Spotfoto				

## UJI t

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,559	1,262		5,199	,000
	Spotfoto	1,021	,089	,756	11,437	,000

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung