

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Wisatawan dalam Keputusan Pembelian Kuliner di Angkringan Puncak Bibis Bantul dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Faktor produk, faktor harga, faktor promosi, dan faktor lokasi berpengaruh secara simultan terhadap wisatawan dalam keputusan pembelian kuliner di Angkringan Puncak Bibis Bantul dengan nilai F_{hitung} sebesar $18,139 > 2,47 F_{tabel}$.
2. Faktor produk bukan menjadi faktor dominan melainkan faktor lokasi yang paling dominan terhadap wisatawan dalam keputusan pembelian kuliner di Angkringan Puncak Bibis Bantul dengan masing-masing nilai T_{hitung} produk adalah 3,688, sedangkan T_{hitung} lokasi adalah 4,213.
3. Koefisien Determinasi (R^2) menunjukkan nilai 0,409 yang berarti faktor produk, faktor harga, faktor promosi dan faktor lokasi mempunyai pengaruh terhadap wisatawan dalam keputusan pembelian kuliner di Angkringan Puncak Bibis Bantul sebesar 40,9% dan lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas pada penelitian ini, seperti karakteristik wisatawan, motivasi wisatawan, sosial budaya, dan lain sebagainya.

B. Saran

Adapun saran yang dapat diberikan peneliti berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan yaitu:

1. Bagi Pengelola

- a. Berdasarkan dari hasil analisis, faktor paling berpengaruh terhadap wisatawan dalam keputusan pembelian kuliner di Angkringan Puncak Bibis Bantul adalah faktor lokasi. Maka alangkah baiknya pengelola dapat memberikan fasilitas yang lebih memadai untuk menunjang kenyamanan wisatawan yang datang.
- b. Pada faktor promosi masih terdapat wisatawan yang tidak tahu akan promosi yang dilakukan, maka mungkin pengelola dapat memberikan informasi langsung kepada wisatawan yang datang untuk *follow* Instagram atau media promosi yang digunakan, agar wisatawan tahu promosi yang sedang dilakukan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Pada penelitian ini diketahui bahwa variabel produk, harga, promosi, dan lokasi memiliki pengaruh terhadap wisatawan dalam pembelian kuliner di Angkringan Puncak Bibis Bantul sebesar 40,9% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk menggunakan variabel lain seperti, motivasi wisatawan, sosial budaya, karakteristik wisatawan dan lain sebagainya.

Daftar Pustaka

A. Buku

- Antariksa, Basuki. (2016). *Kebijakan Pembangunan Kepariwisata*. Malang: Instrans Publishing.
- Dahlan, Sopiudin. (2010). *Besar Sampel Dan Cara Pengambilan Sampel Dalam Penelitian Kedokteran Dan Kesehatan*. Jakarta: Salemba Medika
- Hasan, Ali. (2015). *Tourism Marketing*. Yogyakarta: CAPS
- Lembaga Penyelidikan Ekonomi dan Masyarakat Fakultas Ekonomi dan Bisnis -Universitas Indonesia. (2018). *Laporan Akhir Kajian Dampak Sektor Pariwisata Terhadap Perekonomian Indonesia*. Jakarta. Kampus UI Salemba.
- Priyatno Dwi. (2018). *SPPS Panduan Mudah Olah Data Bagi Mahasiswa & Umum*. Yogyakarta: ANDI.
- Rangkuti, Fredy. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: Gramedia Pusataka Utama.
- Santosa. (2019). *Statistika Hospitalitas Edisi Resvisi*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono Fandy. (2014). *Pemasaran jasa*. Yogyakarta: ANDI.
- _____. (2007). *Service, Quality Satisfaction Edisi 2*. Yogyakarta: ANDI
- Undang-Undang Republik Indonesia No 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata.
- Utama, I. G. B. R. (2016). *Pengantar Industri Pariwisata Edisi Revisi*. Deepublish.

B. Jurnal dan Skripsi

- Amir, M. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Notebook Acer Pada PT. Genius Alva Makassar. *AKMEN Jurnal Ilmiah*, 15(3).

- Anwar, I., & Satrio, B. (2015). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 4(12).
- Besra, E. (2015). Potensi wisata kuliner dalam mendukung pariwisata di kota Padang. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*, 12(1).
- Br Sembiring, M. S. (2020). Pengaruh Kenyamanan, Keamanan, dan Keindahan Terhadap Kepuasan Wisatawan Berkunjung ke Bukit Kubu Berastagi.
- Devi, S. G. A. (2015). Pengembangan Pariwisata Gunung Kelud Pasca Erupsi Tahun 2014 (Studi Pada Kawasan Wisata Gunung Kelud Kabupaten Kediri). *Jurnal Administrasi Publik*, 3(12), 2077-2083.
- Dwiputra, R. (2013). Preferensi wisatawan terhadap sarana wisata di kawasan wisata alam erupsi Merapi. *Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota*, 24(1), 35-48.
- Gultom, A. C. (2015). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Wisatawan Mengonsumsi Makanan Tradisional di Restoran Kecamatan Simanindo Kabupaten Samosir. *Jurnal Pendidikan Teknologi dan Kejuruan*, 17(2).
- Hafizi, M. R., & Oktaviana, N. (2017). Peluang Bisnis Angkringan di Kota Palangka Raya. *Jurnal Al-Qardh*, 2(2), 101-108.
- Harmony, G., & Joko Pitoyo, A. (2012). Kajian Potensi Gua Sebagai Arah Wisata Minat Khusus Penelusuran Gua di Pulau Nusakambangan. *Jurnal Bumi Indonesia*, 1(3).
- Hasbi, E. N. (2016). Pusat Wisata Kuliner di Kota Makassar (Doctoral dissertation, *Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar*).
- Isa, M., Mardalis, A., & Mangifera, L. (2018). Analisis Keputusan Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Makanan dan Minuman di Warung Hik. *Jurnal Manajemen Daya Saing*, 20(1).
- Jamaludin, A. (2017). Pengaruh Lokasi dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa. *Sosio e-Kons*, 9(2), 125-131.
- Kasih, W. C. (2019). Analisis Pengembangan Destinasi Wisata Religi Pada Islamic Center Kalimantan Timur Di Kota Samarinda. *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul*, 7(4), 424-437.

- Kristiana, Y., Suryadi, M. T., & Sunarya, S. R. (2018). Eksplorasi potensi wisata kuliner untuk pengembangan pariwisata di Kota Tangerang. *Khasanah Ilmu-Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 9(1).
- Kurniawan, F. (2010). *Potensi wisata kuliner dalam pengembangan pariwisata di Yogyakarta*. Tugas Akhir Universitas Sebelas Maret.
- Mandey, J. B. (2013). Promosi, distribusi, harga pengaruhnya terhadap keputusan pembelian Rokok Surya Promild. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(4).
- Mangifera, L., Isa, M., & Wajdi, M. F. (2018). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pemilihan Kuliner di Kawasan Wisata Alam Kemuning. *Jurnal Manajemen Daya Saing*, 20(1).
- Munthe, A., & Simanjuntak, M. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Wisatawan pada Kuliner Lokal yang Ada di Kawasan Danau Toba (Jenis Makanan Ringan) Studi Kasus: Kabupaten Toba Samosir. In *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar* (Vol. 11, No. 1, pp. 1118-1124).
- Permatasari, M., Rahman, A., Harahap, Z., & Mandasini, R. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Menarik Minat Wisatawan Terhadap Keputusan Pemilihan Rumah Makan di Sumatera Selatan. *Pusaka: Journal of Tourism, Hospitality, Travel and Business Event*, 2(2), 73-83.
- Pradana, A. C., & Aliyah, I. (2018). Daya Tarik Kawasan Coyudan Sebagai Destinasi Wisata Belanja Di Kota Surakarta (Studi Kasus: Kawasan Coyudan, Kecamatan Pasar Kliwon, Surakarta). *Cakra Wisata*, 19(2).
- Prastiwi, G. D. (2010). Pengembangan kampung gurameh di Purbalingga sebagai obyek wisata agro.
- Putro, S. W. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1), 1-9.
- Soebyanto, O., Sekarwati, B. A., & Susanto, D. R. (2018). Lezatnya Sayur Ares Berbahan Dasar Batang Pisang sebagai Makanan Khas Suku Sasak di Kabupaten Lombok Barat Nusa Tenggara Barat. *Kepariwisata: Jurnal Ilmiah*, 12(01), 1-14.
- Trimulyo, T., Triastity, R., & Utami, S. S. (2015). Pengaruh Citra Restoran terhadap Behavioral Intentions Melalui Kepuasan Pelanggan sebagai

Variabel Mediasi (Survei pada Pelanggan di Restoran Ayam Goreng Mbah Karto Sukoharjo). *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 15(3).

Wardiyanta, W., Adilla, F., & Hidayat, M. S. (2020). Peran Diferensiasi Kuliner dan Pemasaran Dalam Pengembangan Destinasi Pariwisata Yogyakarta. *Media Bina Ilmiah*, 15(4), 4311-4320.

Widayatma, C. P., & Lestari, S. P. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Rifa Kuliner Kendal). *Serat Acitya*, 7(3), 25.

Wijayanti, A. (2020). Wisata Kuliner Sebagai Strategi Penguatan Pariwisata Di Kota Yogyakarta, Indonesia. *Universitas Bina Sarana Informatika*.

Wirajaya A. (2019). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Obyek Wisata Taman Sari Yogyakarta*. STP AMPTA Yogyakarta.

Wirangga, I. W. Y., Piarsa, I. N., & Purnawan, I. K. A. (2016). Aplikasi Sistem Informasi Geografis Untuk Pemetaan Letak Suatu Rumah Makan Di Wilayah Denpasar. *Jurnal Ilmiah Merpati (Menara Penelitian Akademika Teknologi Informasi)*.

Yuliani. (2013). Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan Pariwisata Dan Kominfo (Disbudpar) Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Desa Pampang Kota Samarinda. *eJournal Ilmu Komunikasi*, 2013, 1 (3): 450-464.

Zulqifli, S. (2017). Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Tempat Kuliner Berbasis Android Menggunakan Model Fuzzy Mamdani. *JUPI (Jurnal Ilmiah Penelitian dan Pembelajaran Informatika)*, 2(2).

C. Internet

Atmasari, N. (2021). "Jogja Masuk 3 Kota Paling Banyak Dikunjungi di Awal 2021". *HarianJogja.com*. 10 Maret 2021. Dalam

<https://jogjapolitan.harianjogja.com/read/2021/03/10/510/1065804/jogja-masuk-3-kota-paling-banyak-dikunjungi-di-awal-2021>. Diakses 30 Maret 2021

Istanti. (2020). "Yogyakarta dan Masa Depan Pariwisata Berbasis Budaya". Detik News. Dalam

<https://news.detik.com/kolom/d-4886546/yogyakarta-dan-masa-depan-pariwisata-berbasis-budaya>. Diakses 28 Maret 2021.

Syarifudin Ahmad. (2020). “Angkringan Puncak Bibis Bantul, Tempat Asyik Kulineran Sambil Nikmati Teduhnya Jogja”. *TribunJogja.com*
Dalam

[https://jogja.tribunnews.com/2020/07/10/angkringan-puncak- Bibis Bantul-tempat-asyik-kulineran-sambil-nikmati-teduhnya-jogja](https://jogja.tribunnews.com/2020/07/10/angkringan-puncak-Bibis-Bantul-tempat-asyik-kulineran-sambil-nikmati-teduhnya-jogja).

Diakses 5 April 2021.

LAMPIRAN

a

LAMPIRAN I
KUESIONER PENELITIAN

KUESIONER PENELITIAN

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI WISATAWAN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN KULINER DI ANGKRINGAN PUNCAK BIBIS BANTUL

Pernyataan dalam kuesioner ini hanya untuk data penelitian dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Wisatawan Dalam Keputusan Pembelian Kuliner di Angkringan Puncak Bibis Bantul” pada program studi S1 Pariwisata di STP AMPTA YOGYAKARTA. Guna mengetahui pengaruh faktor-faktor produk, harga, promosi, dan lokasi terhadap keputusan pembelian wisata kuliner di Angkringan Puncak Bibis Bantul, maka dibutuhkan pendapat dari responden untuk melengkapi penelitian ini.

Oleh karena itu, saya mengharapkan kesediaan waktu Anda untuk mengisi kuesioner ini dengan jawaban yang sebenar-benarnya sesuai dengan penilaian yang Anda miliki untuk membantu penelitian ini. Atas kepercayaan dan kesediaan Anda, saya ucapkan terima kasih.

I. Identitas Responden

No. Responden:

Jenis Kelamin	: a. Laki-laki	b. Perempuan
Usia	: a. <20 tahun b. 20 - 25 tahun	c. 26 - 30 tahun d. >30 tahun
Pekerjaan	: a. Pelajar/Mahasiswa b. Wiraswasta c. Pegawai Negeri	d. Pegawai Swasta e. Lainnya

Mengunjungi Angkingan Puncak Bibis Bantul sebanyak :

- a. 1 kali b. 2 kali c.>2 kali

II. Petunjuk Penilaian

Berilah tanda check list (√) pada jawaban yang paling sesuai dengan pendapat Anda pada kolom yang tersedia. Setiap responden hanya diperbolehkan memilih satu jawaban. Penilaian dapat Anda lakukan berdasarkan skala berikut :

Sangat Setuju (SS) : diberi skor 5

Setuju (S) : diberi skor 4

Netral (N) : diberi skor 3

Tidak Setuju (TS) : diberi skor 2

Sangat Tidak Setuju (STS) : diberi skor 1

III. Daftar Pernyataan

Variabel Produk

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1.	Makanan dan minuman dibuat dengan bahan baku yang berkualitas.					
2.	Makanan dan minuman memiliki rasa yang enak.					
3.	Makanan dan minuman memiliki tampilan yang menarik.					
4.	Penyajian makanan dan minuman disajikan dengan bersih.					

Variabel Harga

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
5.	Menurut Anda harga makanan dan minuman di Angkringan Puncak Bibis Bantul terjangkau.					
6.	Harga makanan dan minuman sesuai dengan kualitas yang disajikan.					
7.	Porsi yang disajikan sesuai dengan harga makanan dan minuman.					
8.	Harga makanan dan minuman memiliki daya saing dengan pesaing lainnya.					

Variabel Promosi

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
9.	Angkringan Puncak Bibis Bantul sering memberikan promosi melalui media elektronik (Instagram, facebook, twitter, web, dll)					
10.	Angkringan Puncak Bibis Bantul pernah atau sering memberikan promosi berupa diskon, kupon, undian atau potongan harga.					
11.	Angkringan Puncak Bibis Bantul selalu memberikan kejelasan informasi mengenai produk, kondisi dan situasi kepada Anda, melalui media sosial.					
12.	Angkringan Puncak Bibis Bantul menyertakan nomor, <i>e-mail</i> , link, atau website sebagai promosi secara langsung.					
13.	Pihak Angkringan Puncak Bibis Bantul menawarkan <i>booking online</i> , pembayaran <i>online</i>					

Variabel Lokasi

No	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
14.	Angkringan Puncak Bibis Bantul mudah untuk dijangkau dan terdapat petunjuk lokasi.					
15.	Angkringan Puncak Bibis Bantul tidak jauh dari pusat keramaian.					
16.	Angkringan Puncak Bibis Bantul memiliki lahan parkir yang luas.					
17.	Anda merasa nyaman di Angkringan Puncak Bibis Bantul					

Variabel Keputusan Pembelian Wisatawan (Y)

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
18.	Anda membeli di Angkringan Puncak Bibis Bantul untuk memenuhi kebutuhan wisata kuliner.					
19.	Anda melakukan pembelian di Angkringan Puncak Bibis Bantul karena keingintahuan Anda.					
20.	Anda melakukan pembelian di Angkringan Puncak Bibis Bantul sesuai dengan informasi yang diperoleh.					
21.	Anda membeli di Angkringan Puncak Bibis Bantul setelah membandingkan dengan alternatif lain.					
22.	Anda membeli sesuai keinginan dan kebutuhan.					

LAMPIRAN II

SURAT IZIN PENELITIAN



YAYASAN PENDIDIKAN KARYA SEJAHTERA
**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA
YOGYAKARTA**

Jl. Laksda Adisucipto Km 6 (Tempel, Caturtunggal, Depok, Sleman) Yogyakarta 55281
Telp / fax : (0274) 485115 - 489514 Website : www.ampta.ac.id Email : info@ampta.ac.id, ampta@yahoo.co.id

Nomor : 1011/Q.AMPTA/VII/2021
Lampiran : 1 bendel
Hal : Permohonan Penelitian

21 Juli 2021

Yth. Pengelola Puncak Bibis
Jalan Daniswara, Bibis, Purwosari, Kasihan
Kabupaten Bantul

Dengan Hormat,

Dengan ini kami mengajukan permohonan untuk melaksanakan Penelitian di Angkringan Puncak Bibis Kabupaten Bantul selama 1 bulan terhitung mulai tanggal 23 Juli 2021 sampai dengan tanggal 22 Agustus 2021, bagi mahasiswa/i kami dari Jurusan Pariwisata :

Nama Mahasiswa : Edi Nugroho
No. Induk Mahasiswa : 517100731
Semester : VIII

Besar harapan kami bahwa Bapak/Ibu berkenan memberikan izin pada mahasiswa kami untuk melaksanakan penelitian, sehingga dapat menyusun laporan penelitian yang berjudul :

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Wisatawan Dalam Keputusan Pembelian Kuliner di Angkringan Puncak Bibis. (proposal penelitian terlampir).

Atas kerjasama dan bantuan Bapak/Ibu, kami ucapkan terimakasih.



Drs. Prihatno, M.M



ANGKRINGAN PUNCAK BIBIS

Jl. Daniswara, Bibis, Bangunjiwo, Kasihan, Bantul Yogyakarta 55184
Telp. 0858 9536 9506/0815 4814 0056

SURAT KETERANGAN

PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Manto
Jabatan : Pemilik Angkringan Puncak Bibis

Menerangkan bahwa:

Nama : Edi Nugroho
Perguruan Tinggi : STP AMPTA Yogyakarta
Jurusan/Prodi : S1 – Pariwisata
NIM : 517100731

Bahwa mahasiswa tersebut telah melaksanakan Penelitian dengan judul "**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Wisatawan Dalam Keputusan Pembelian Kuliner Di Angkringan Puncak Bibis**" di Angkringan Puncak Bibis Bantul dari tanggal 23 Juli 2021 sampai dengan 22 Agustus 2021.

Demikian keterangan ini dibuat dengan sebenar – benarnya agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bantul, 26 Agustus 2021
Pengelola Angkringan Puncak Bibis



Manto

LAMPIRAN III
HASIL UJI VALIDITAS

A. Uji Validitas Variabel Produk

		Correlations				
		X1.1_Produk	X1.2_Produk	X1.3_Produk	X1.4_Produk	Total_Produk
X1.1_Produk	Pearson Correlation	1	.406*	.648**	.712**	.892**
	Sig. (2-tailed)		.026	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
X1.2_Produk	Pearson Correlation	.406*	1	.307	.167	.562**
	Sig. (2-tailed)	.026		.099	.377	.001
	N	30	30	30	30	30
X1.3_Produk	Pearson Correlation	.648**	.307	1	.514**	.838**
	Sig. (2-tailed)	.000	.099		.004	.000
	N	30	30	30	30	30
X1.4_Produk	Pearson Correlation	.712**	.167	.514**	1	.783**
	Sig. (2-tailed)	.000	.377	.004		.000
	N	30	30	30	30	30
Total_Produk	Pearson Correlation	.892**	.562**	.838**	.783**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

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

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

A. Uji Validitas Variabel Harga

Correlations

		X2.1_Harga	X2.2_Harga	X2.3_Harga	X2.4_Harga	Total_Harga
X2.1_Harga	Pearson Correlation	1	.417*	.593**	.374*	.756**
	Sig. (2-tailed)		.022	.001	.042	.000
	N	30	30	30	30	30
X2.2_Harga	Pearson Correlation	.417*	1	.573**	.480**	.789**
	Sig. (2-tailed)	.022		.001	.007	.000
	N	30	30	30	30	30
X2.3_Harga	Pearson Correlation	.593**	.573**	1	.348	.807**
	Sig. (2-tailed)	.001	.001		.059	.000
	N	30	30	30	30	30
X2.4_Harga	Pearson Correlation	.374*	.480**	.348	1	.739**
	Sig. (2-tailed)	.042	.007	.059		.000
	N	30	30	30	30	30
Total_Harga	Pearson Correlation	.756**	.789**	.807**	.739**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

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

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

B. Uji Validitas Variabel Promosi

Correlations

		X3.1_Pro mosi	X3.2_Pro mosi	X3.3_Pro mosi	X3.4_Pro mosi	X3.5_Pro mosi	Total_Pro mosi
X3.1_Pro mosi	Pearson Correla tion	1	.741**	.630**	.661**	.392*	.798**
	Sig. (2- tailed)		0,000	0,000	0,000	0,032	0,000
	N	30	30	30	30	30	30
X3.2_Pro mosi	Pearson Correla tion	.741**	1	.789**	.744**	.680**	.922**
	Sig. (2- tailed)	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000
	N	30	30	30	30	30	30
X3.3_Pro mosi	Pearson Correla tion	.630**	.789**	1	.739**	.621**	.880**
	Sig. (2- tailed)	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000
	N	30	30	30	30	30	30
X3.4_Pro mosi	Pearson Correla tion	.661**	.744**	.739**	1	.650**	.891**
	Sig. (2- tailed)	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000
	N	30	30	30	30	30	30
X3.5_Pro mosi	Pearson Correla tion	.392*	.680**	.621**	.650**	1	.786**
	Sig. (2- tailed)	0,032	0,000	0,000	0,000		0,000
	N	30	30	30	30	30	30
Total_Pro mosi	Pearson Correla tion	.798**	.922**	.880**	.891**	.786**	1
	Sig. (2- tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	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).

C. Uji Validitas Variabel Lokasi

Correlations

		X4.1_Lokasi	X4.2_Lokasi	X4.3_Lokasi	X4.4_Lokasi	Total_Lokasi
X4.1_Lokasi	Pearson Correlation	1	.421*	.306	.038	.618**
	Sig. (2-tailed)		.020	.101	.844	.000
	N	30	30	30	30	30
X4.2_Lokasi	Pearson Correlation	.421*	1	.231	.052	.663**
	Sig. (2-tailed)	.020		.220	.785	.000
	N	30	30	30	30	30
X4.3_Lokasi	Pearson Correlation	.306	.231	1	.425*	.782**
	Sig. (2-tailed)	.101	.220		.019	.000
	N	30	30	30	30	30
X4.4_Lokasi	Pearson Correlation	.038	.052	.425*	1	.561**
	Sig. (2-tailed)	.844	.785	.019		.001
	N	30	30	30	30	30
Total_Lokasi	Pearson Correlation	.618**	.663**	.782**	.561**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	
	N	30	30	30	30	30

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

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

D. Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian

		Correlations					
		Y1.1_Kep utusan Pembelian n	Y1.2_Kep utusan Pembelian n	Y1.3_Kep utusan Pembelian n	Y1.4_Kep utusan Pembelian n	Y1.5_Kep utusan Pembelian n	Total_Kep utusan Pembelian
Y1.1_Kep utusan Pembelian	Pears on Correl ation	1	.487**	0,329	.403*	0,135	.682**
	Sig. (2- tailed)		0,006	0,076	0,027	0,478	0,000
	N	30	30	30	30	30	30
Y1.2_Kep utusan Pembelian	Pears on Correl ation	.487**	1	0,159	0,325	.425*	.693**
	Sig. (2- tailed)	0,006		0,402	0,080	0,019	0,000
	N	30	30	30	30	30	30
Y1.3_Kep utusan Pembelian	Pears on Correl ation	0,329	0,159	1	0,352	0,037	.538**
	Sig. (2- tailed)	0,076	0,402		0,056	0,847	0,002
	N	30	30	30	30	30	30
Y1.4_Kep utusan Pembelian	Pears on Correl ation	.403*	0,325	0,352	1	0,231	.759**
	Sig. (2- tailed)	0,027	0,080	0,056		0,220	0,000
	N	30	30	30	30	30	30
Y1.5_Kep utusan Pembelian	Pears on Correl ation	0,135	.425*	0,037	0,231	1	.589**
	Sig. (2- tailed)	0,478	0,019	0,847	0,220		0,001
	N	30	30	30	30	30	30
Total_Kep utusan Pembelian	Pears on Correl ation	.682**	.693**	.538**	.759**	.589**	1
	Sig. (2- tailed)	0,000	0,000	0,002	0,000	0,001	
	N	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).

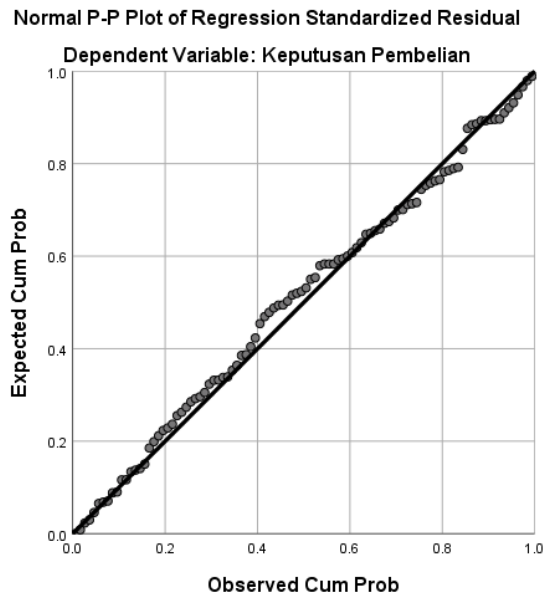
E. Uji Reabilitas

Reliability Statistics

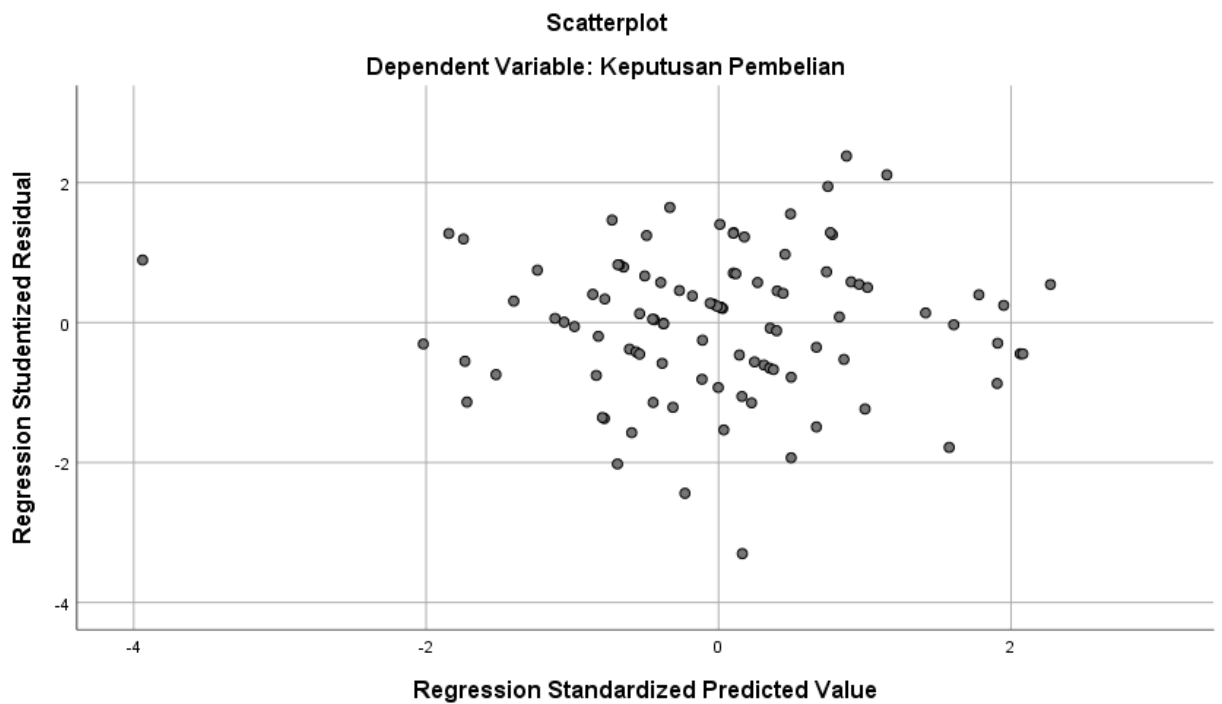
Cronbach's Alpha	N of Items
.892	22

LAMPIRAN IV
HASIL UJI NORMALITAS

A. Uji Normalitas P-P PLOT



B. Uji Heteroskedastisitas



C. Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	3.092	1.970		1.569	.120		
Produk	.388	.105	.329	3.688	.000	.752	1.329
Harga	.063	.095	.060	.665	.508	.730	1.370
Promosi	.100	.066	.127	1.518	.132	.849	1.177
Lokasi	.457	.109	.366	4.213	.000	.789	1.268

a. Dependen Variable: Keputusan Pembelian

LAMPIRAN V

HASIL UJI HIPOTESIS

A. Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	3.092	1.970		1.569	.120		
Produk	.388	.105	.329	3.688	.000	.752	1.329
Harga	.063	.095	.060	.665	.508	.730	1.370
Promosi	.100	.066	.127	1.518	.132	.849	1.177
Lokasi	.457	.109	.366	4.213	.000	.789	1.268

a. Dependen Variable: Keputusan Pembelian

B. Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	230.371	4	57.593	18.139	.000 ^b
Residual	301.629	95	3.175		
Total	532.000	99			

a. Dependen Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Lokasi, Promosi, Produk, Harga

C. Uji Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.658 ^a	.433	.409	1.782

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Promosi, Produk, Harga

b. Dependen Variable: Keputusan Pembelian

LAMPIRAN VI
LEMBAR BIMBINGAN

LEMBAR BIMBINGAN



NAMA MAHASISWA : EDI NUGROHO
 NO. MAHASISWA : 517100731
 JUDUL PENELITIAN : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENSARUHI WISATAWAN DALAM PEMILIHAN KULINER DI ANGERINGAN PUNCAK BIBIS

NAMA PEMBIMBING I : BUDI HERMANAN M.M. NAMA PEMBIMBING II : HARDAN ANIWAR, S.Pd M.Pd.Bi.

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF	NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
	3/6/21	- Cari Teori di Pustaka Buku Beripis → unak			2/6/21	Pondasi Penelitian Sambilan	
		Variabel 2			11/6/21	- Fokus Latar belakang	
		- kerangka berfikir				- Tujuan di buat poin-poin	
						- Penulisan	
	4/5/21	→ dengan mengutip p. Skripsi		5/7/21	Rumusan Masalah		
		→ p. 809 lanjutan		3/7/21	Proposal ACC		
		keri → literasi		10/5/21	Penulisan diawali dengan		
		→ Cari variabel 2 kelas			bagas dan sesuaikan dengan		
		Partisipasi/Paulus			kata buku		
		ASLingpa		11/10/21	Acc		

LEMBAR BIMBINGAN



NAMA MAHASISWA : EDI NUGROHO
 NO. MAHASISWA : 517100731
 JUDUL PENELITIAN : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENSARUHI WISATAWAN DALAM PEMILIHAN KULINER DI ANGERINGAN PUNCAK BIBIS

NAMA PEMBIMBING I : Drs BUDI HERMANAN, M.M. NAMA PEMBIMBING II : HARDAN ANIWAR, S.Pd M.Pd.Bi.

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF	NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
	9/6/21	- Kriptografi Ho, Ker - Insulasi X keri ada menulis / Kepuasan mantel					
		- Cara has dan Questioner					
	16/6/21	- Kerangka Berfikir - - Sampel - Dasar Pertanyaan (lihat unak)					
		keri ke. Dostak II					
	27/6/21	Proposal Acc					

LAMPIRAN VII

DOKUMENTASI PENELITIAN



Penulis wawancara bersama pemilik Angkringan Puncak Bibis Bantul Bantul



Himbauan dan informasi kepada wisatawan



Wisatawan mengisi kuesioner penelitian



Foto parkir motor



Foto parkir mobil



Pendopo tempat makan



Foto toilet



Foto musola



**Foto pemandangan Angkringan
Puncak Bibis Bantul Bantul**



**Foto pemandangan ketika
malam hari**



Barcode pembayaran online



**Promosi Angkringan Puncak
Bibis Bantul Bantul melalui
Instagram**