

PENGARUH PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG KE  
LOKASI WISATA PULAU PENYENGAT TANJUNGPINANG

Oleh

Eka Kurnia Saputra

Program Studi S1 Manajemen, STIE Pembangunan Tanjungpinang

Email: [ekakurnia@stie-pembangunan.ac.id](mailto:ekakurnia@stie-pembangunan.ac.id)

**Abstract**

This study aims to determine whether consumer behavior influences the decision to visit Penyengat Island tourist site. This type of research is quantitative associative with a research sample of 100 domestic and foreign tourists visiting Penyengat Island tourist site. The sampling technique used is based on the Slovin technique. The type of data used in this study is to use primary data and secondary data while the data analysis technique used is a simple linear regression test by testing the hypothesis. The results showed that the result of the t value is  $2.036 > t$  Table 1.984 and the significance value (Sig.)  $0.044 < 0.05$ . So it can be concluded that the variable consumer behavior affects the decision to visit Penyengat Island tourism. In this case, the influence of consumer behavior on the decision to visit Penyengat Island tourist location is needed in order to continue to increase the number of visitors to tourist sites on Penyengat Island while adhering to the covid-19 health protocol.

**Keywords:** Consumer Behavior; Visiting Decisions; Tourist; Covid-19

**PENDAHULUAN**

Daya tarik wisata merupakan salah satu hal yang memengaruhi perilaku konsumen dalam memutuskan apakah akan melakukan perjalanan wisata atau tidak. Perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Hubungannya dengan keputusan pembelian suatu produk atau jasa, pemahaman mengenai perilaku konsumen meliputi jawaban atas pertanyaan seperti apa (*what*) yang dibeli, dimana membeli (*where*), bagaimana kebiasaan (*how often*) membeli dan dalam keadaan apa (*under what condition*) barang-barang dan jasa-jasa dibeli. Keberhasilan suatu instansi dalam pemasaran perlu didukung pemahaman yang baik mengenai perilaku konsumen, karena dengan memahami perilaku konsumen, instansi dapat merancang apa saja yang diinginkan konsumen (Kotler & Keller, 2016).

Daya tarik wisata merupakan salah satu unsur penting dalam pengembangan kepariwisataan. Dimana daya tarik wisata dapat menyukseskan program pemerintah dalam melestarikan adat dan budaya bangsa sebagai aset yang dapat dijual kepada wisatawan. Kota Tanjungpinang yang merupakan Ibu Kota Provinsi Kepulauan Riau ini mengalami pertumbuhan yang sangat pesat di bidang pariwisata yang memiliki beberapa objek wisata salah satu yang diandalkan adalah objek wisata Pulau Penyengat dengan segala cerita sejarahnya. Namun daya tarik yang dimiliki objek wisata Pulau Penyengat belum dikembangkan dengan baik, sehingga berpengaruh terhadap tingkat kunjungan.

Terdapat beberapa permasalahan. Pertama tingkat kunjungan ke objek wisata Pulau Penyengat mengalami fluktuasi. Permasalahan yang kedua tidak adanya brosur mengenai objek wisata Pulau Penyengat yang disebar sebagai alat untuk mempromosikan Pulau Penyengat. Masalah ketiga adalah tidak

adanya atraksi wisata yang ditampilkan di sekitar Pulau Penyengat. Masalah keempat tidak banyak pilihan rumah makan. Selain itu masalah kelima, tidak terdapatnya toko souvenir di sekitar objek wisata Pulau Penyengat. Permasalahan yang telah diuraikan menjadi hambatan pelaksanaan kegiatan pariwisata di Pulau Penyengat sehingga memengaruhi perilaku wisatawan untuk memutuskan berkunjung. Jumlah wisatawan yang berkunjung ke lokasi wisata Pulau Penyengat Kota Tanjungpinang tahun 2019 yang berjumlah 148.941 orang.

**Tabel 1. Jumlah Wisatawan di Kota Tanjungpinang**

No	Tahun	Jumlah
1	2019	148.941
2	2020	18.246
	<b>Total</b>	<b>167.187</b>

Sumber: BPS Kota Tanjungpinang, 2020

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Kota Tanjungpinang pada tahun 2019 jumlah kunjungan wisatawan di Kota Tanjungpinang mencapai 148.941 wisman dari bulan januari hingga oktober. Selanjutnya pada tahun 2020 terjadi penurunan hal ini dikarenakan tidak beroperasinya pelayaran penumpang luar negeri sejak bulan April 2020 akibat pandemi covid-19, maka pada bulan Juni 2020 terdapat 18.246 wisatawan domestik yang berkunjung ke Tanjungpinang. Hingga bulan Oktober 2020 pemerintah masih menutup pintu masuk kedatangan dari Luar Negeri ke Kota Tanjungpinang. Hal ini mengakibatkan tidak ada wisatawan mancanegara (wisman) yang berkunjung ke Kota Tanjungpinang pada bulan Oktober 2020. Dari data tersebut, peneliti ingin melihat aspek perilaku konsumen. Dimana Tindakan-tindakan konsumen dipengaruhi oleh beberapa hal, baik yang bersifat eksternal maupun internal.

Fenomena yang terjadi saat ini adalah Pemerintah Kota Tanjungpinang melalui Dinas Pariwisata dan Kebudayaan membatalkan 20 kegiatan wisata yang masuk ke dalam *calendar*

*of event* tahun 2020 karena pandemi Covid-19. Total ada 39 event wisata dalam *calendar of event* tahun 2020 yang dikelola Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Tanjungpinang. Kegiatan yang mengumpulkan orang banyak seperti Festival Dragon Boat Race (DBR) dan Festival Pulau Penyengat (FPP) dipastikan batal. Lebih lanjut Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Tanjungpinang saat masa New Normal sekarang ini akan kembali membuka objek wisata Pulau Penyengat dan Museum Sultan Sulaiman Badrul Alamsyah setelah sempat tutup dampak Covid-19. Upaya ini dilakukan untuk memulihkan kembali sektor pariwisata yang terpuruk akibat wabah tentunya dengan penerapan protokol kesehatan covid-19 yang ketat (Sumber: <https://www.antaraneews.com>, Senin, 20 Juli 2020, 23:46 WIB).

## LANDASAN TEORI

Menurut Kotler (2010), model perilaku konsumen menerangkan bahwa keputusan konsumen dalam pembelian selain dipengaruhi oleh karakteristik konsumen, dapat dipengaruhi oleh rangsangan perusahaan yang mencakup produk, harga, tempat dan promosi. Variabel-variabel di atas saling memengaruhi proses keputusan pembelian sehingga menghasilkan keputusan pembelian yang didasarkan pada pilihan produk, pilihan merek, pilihan penyalur, waktu pembelian dan jumlah pembelian.

Menurut Ningsih (2010), mengenali perilaku konsumen tidaklah mudah, kadang mereka terus terang menyatakan kebutuhan dan keinginannya, namun sering pula mereka bertindak sebaliknya. Mungkin mereka tidak memahami motivasi mereka lebih mendalam, sehingga menit-menit terakhir sebelum akhirnya melakukan keputusan pembelian.

Menurut hemat penulis, jenis-jenis perilaku konsumen ini sendiri berbeda-beda dan bermacam-macam. Untuk produk lokasi wisata pasti konsumen akan mengecek terlebih dahulu dari testimoni konsumen lain yang pernah berkunjung ke lokasi wisata tersebut,

*track record* lokasi wisata itu sendiri, dan lain sebagainya. Pada intinya, setiap konsumen yang akan membeli suatu produk atau menggunakan sebuah jasa, maka konsumen tersebut pasti melakukan apa yang disebut sebagai perilaku konsumen.

Penelitian yang dilakukan oleh Lubis dan Kartikasari (2019) bertujuan untuk menguji pengaruh perilaku konsumen terhadap pemilihan tempat wisata Pantai Dendang Melayu. Hasil dari penelitiannya adalah keempat variabel dari perilaku konsumen yaitu faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemilihan tempat wisata. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Marliani dan Sugiarto (2019) yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh perilaku konsumen terhadap pengambilan keputusan mereka baik secara parsial maupun secara simultan dalam menentukan Tujuan Wisata Ke Kabupaten Hulu Sungai Tengah.

Menurut Schiffman dan Kanuk (2013) menjelaskan keputusan pembelian adalah proses penyeleksian terhadap dua pilihan alternatif atau lebih yang menghasilkan keputusan untuk membeli atau tidak membeli. Pilihan alternatif harus tersedia ketika konsumen akan mengambil keputusan. Menurut Schiffman dan Kanuk (2013) pengambilan keputusan pembelian dipengaruhi faktor eksternal yaitu faktor yang dipengaruhi dari diri individu konsumen yang berupa kelompok rujukan, kelas sosial, budaya dan keluarga dan dipengaruhi oleh faktor internal yaitu sumber daya yang dimiliki oleh individu tersebut yang tersedia (waktu, uang, usaha). Oleh sebab itu, suatu daerah tujuan wisata harus memiliki daya tarik yang dapat membuat pengunjung atau wisatawan berkunjung ke suatu daerah tujuan wisata.

Menurut Kotler (2010) keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu

produk atau jasa, biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, harga dan produk sudah yang sudah dikenal oleh masyarakat. Sebelum konsumen memutuskan untuk membeli, biasanya konsumen melalui beberapa tahap terlebih dahulu yaitu, (1) pengenalan masalah, (2) pencarian informasi. (3) evaluasi alternatif, (4) keputusan membeli atau tidak, (5) perilaku pascapembelian. Pengertian lain tentang keputusan pembelian menurut Schiffman dan Kanuk (2013) keputusan pembelian adalah suatu keputusan seseorang dimana dia memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang ada.

Menurut (Setiadi, 2010) terdapat empat faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu faktor-faktor kebudayaan, faktor-faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis. Adapun objek wisata yang bisa dikunjungi oleh wisatawan di Pulau Penyengat seperti Masjid Raya Sultan Riau, Mushaf Al-Qur'an, Istana Kantor, Balai Adat Melayu, Monumen Bahasa melayu, Bahasa, dan Adat Masyarakat serta Kesenian Masyarakat, Sistem Religi Masyarakat. Dimana lokasi-lokasi wisata ini merupakan lokasi peninggalan masa lampau yang merupakan ikon dari bangsa melayu.

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah asosiatif kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2016) jenis penelitian asosiatif berdasarkan tingkat kejelasannya merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini mempunyai tingkatan tertinggi dibandingkan dengan diskriptif dan komparatif karena dengan penelitian ini dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala. Sedangkan kuantitatif menekankan pada pengujian teori-teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik.

## Jenis Data

### Data Primer

Data yang diperoleh dari sumber pertama baik dari individu seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuisisioner yang dilakukan oleh mahasiswa, dinamakan data primer (Hariwijaya & Triton, 2011). Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari kuisisioner yang dibagikan kepada sampel.

### Data Sekunder

Data sekunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut dan telah disajikan oleh pihak lain, misalnya dalam bentuk tabel-tabel ataupun dalam bentuk diagram-diagram (Hariwijaya & Triton, 2011). Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh dari dokumen-dokumen Dinas Pariwisata Kota Tanjungpinang

### Teknik Pengumpulan Data

#### Kuisisioner

Menurut (Sugiyono, 2016), teknik pengolahan data hasil kuisisioner menggunakan skala *likert* dimana alternatif jawaban nilai positif 5 sampai dengan Pemberian skor dilakukan atas jawaban responden kemudian diberi skor dengan menggunakan skala *likert*, seperti pada tabel berikut ini:

- 1) SS (Sangat Setuju) = 5
- 2) S (Setuju) = 4
- 3) R (Ragu-ragu) = 3
- 4) TS (Tidak Setuju) = 2
- 5) STS (Sangat Tidak Setuju) = 1

### Dokumentasi

Dokumentasi adalah instrumen pengumpulan data yang sering digunakan dalam berbagai metode pengumpulan data. Metode observasi, kuisisioner atau wawancara sering dilengkapi dengan kegiatan penelusuran dokumentasi. Tujuannya untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data (Kriyantono, 2010).

### Observasi

Studi kepustakaan berkaitan dengan kajian teoritis dan referensi lain yang berkaitan dengan nilai, budaya dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti,

selain itu studi kepustakaan sangat penting dalam melakukan penelitian, hal ini dikarenakan penelitian tidak akan lepas dari literatur-literatur Ilmiah (Sugiyono, 2016).

### Populasi dan Sampel

#### Populasi

Menurut (K. & Sumaryati, 2010) yang dimaksud dengan populasi adalah jumlah keseluruhan unit yang akan diselidiki karakteristik atau ciri-cirinya. Keseluruhan objek penelitian yang terdiri dari manusia, benda, hewan, tumbuh-tumbuhan, peristiwa sebagai sumber data yang menilai karakteristik tertentu dalam sebuah penelitian. Populasi penelitian yang diambil oleh penulis adalah wisatawan yang berkunjung ke lokasi wisata Pulau Penyengat Kota Tanjungpinang tahun 2019 yang berjumlah 148.941 orang.

#### Sampel

Selanjutnya penulis akan melakukan penyebaran kuisisioner kepada keseluruhan populasi yaitu 148.941 orang wisatawan dalam dan luar negeri. Dalam penelitian ini penulis mempersempit populasi dengan menghitung ukuran sampel menggunakan teknik Slovin menurut (Sugiyono, 2016). Adapun penelitian ini menggunakan rumus Slovin karena dalam penarikan sampel, jumlahnya harus *representative* agar hasil penelitian dapat di generalisasikan dan perhitungannya pun tidak memerlukan tabel jumlah sampel, namun dapat dilakukan dengan rumus dan perhitungan sederhana. Rumus Slovin untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel/jumlah responden

N = Ukuran populasi

e = Presentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir;

e = 0,1

Dalam rumus Slovin ada ketentuan sebagai berikut:

- 1) Nilai  $e = 0,1$  (10%) untuk populasi dalam jumlah besar.
- 2) Nilai  $e = 0,2$  (20%) untuk populasi dalam jumlah kecil

Jadi rentang sampel yang dapat diambil dari teknik Solvin adalah antara 10-20% dari populasi penelitian. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 148.941 orang tamu, sehingga presentase kelonggaran yang digunakan adalah 10% dan hasil perhitungan dapat dibulatkan untuk mencapai kesesuaian. Maka untuk mengetahui sampel penelitian, dengan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{148941}{1 + (148941 \times 0,1^2)}$$

$$n = \frac{148941}{1490,41} = 99,93$$

responden, dibulatkan menjadi 100

Berdasarkan perhitungan diatas sampel yang mejadi responden dalam penelitian ini di sesuaikan menjadi sebanyak 100 orang wisatawan dalam dan luar negeri yang berkunjung ke lokasi wisata Pulau Penyengat, hal ini dilakukan untuk mempermudah dalam pengolahan data dan untuk hasil pengujian yang lebih baik. Sampel yang diambil berdasarkan teknik *probability sampling - simple random sampling*, dimana peneliti memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu sendiri. Pengambilan sampel ini dilakukan dengan teknik insidental, seperti yang dikemukakan (Sugiyono, 2016) bahwa *sampling insidental* adalah penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti maka dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

## Teknik Analisis Data

### Uji Validitas dan Reliabilitas

Menurut (Rumengan, 2010), sebuah alat ukur yang baik harus valid dan benar. Untuk mengetahui akan kebenaran dan validitas alat ukur yang ada maka diperlukan uji validitas dan uji reliabilitas item pernyataan. Uji validitas dapat dilakukan dengan cara melakukan uji koefisien korelasi masing-masing item pernyataan.

Uji validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin di ukur, ingin mengukur kuesioner di dalam pengumpulan data penelitian maka kuesioner yang disusunnya harus mengukur apa yang akan diukur. Uji validitas menggunakan analisis regresi linier, keputusan mengetahui valid atau tidaknya butir instrumen. Jika pada tingkat signifikan 5% nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka dapat disimpulkan bahwa butir instrumen tersebut valid. (Rumengan, 2010)

Selanjutnya, kesahihan alat ukur dapat menggunakan uji reliabilitas. Reliabilitas sebenarnya merupakan alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau *construct*. Menurut (Ghozali, 2013), uji reliabilitas merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan untuk menguji sejauh mana pengukuran memberikan hasil yang relatif stabil bila dilakukan pengukuran kembali. Pengujian reliabilitas dilakukan untuk hal-hal yang menyangkut sosial psikologis seperti sikap, perilaku dan kecenderungan. Dalam penelitian ini menggunakan SPSS, dimana suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ )  $>$  0,6.

### Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk meguji apakah model regresi benar-benar menunjukkan hubungan yang signifikan. Ada empat jenis pengujian dalam uji asumsi klasik:

#### a. Uji Normalitas

Bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, nilai residual, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau

tidak. Model regresi yang baik adalah berdistribusi normal atau mendekati normal. Suatu data dikatakan mengikuti distribusi normal dilihat dari penyebaran data pada sumbu diagonal dari grafik (Ghozali, 2013). Uji ini biasanya digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, interval ataupun rasio. Jika menggunakan Metode Parametrik, maka persyaratan normalitas harus terpenuhi, yaitu data berasal dari distribusi yang normal. Jika tidak normal maka metode yang biasa digunakan Non Parametrik. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 0,05.

#### b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Gejala varians yang tidak sama ini disebut dengan heteroskedastisitas, sedangkan adanya gejala residual yang sama dari satu pengamatan ke pengamatan lain disebut dengan homoskedastisitas. Sebuah model regresi dikatakan baik jika tidak terjadi heteroskedastisitas. (Santoso, 2012)

Menurut (Santoso, 2012) untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas yaitu “deteksi dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik di atas di mana sumbu X adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu Y adalah residual (Y prediksi – Y sesungguhnya) yang telah di *studentized*. Maka dasar pengambilan keputusan:

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik (*point-point*) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka telah terjadi Heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi Heteroskedastisitas.

### Analisis Statistik

Analisis Regresi Linier Sederhana bertujuan untuk mengetahui secara linear antara variabel independen (X) dengan variabel (Y). Analisis data dalam penelitian ini digunakan uji statistik regresi. Dalam hubungan dengan penelitian ini, variabel independen adalah Perilaku Konsumen (X) sedangkan variabel dependen adalah Keputusan Berkunjung (Y), sehingga persamaan regresi sederhana adalah sebagai berikut:

$$Y_1 = \alpha + \beta X$$

Dimana:

Y = Keputusan Berkunjung

$\alpha$  = konstanta dari persamaan regresi

$\beta$  = koefisien regresi dari variabel X, Perilaku Konsumen

X = Perilaku Konsumen

### Uji Hipotesis

#### Uji t

Hasil uji signifikansi parameter individual (Uji statistik t) digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen yang terdapat dalam persamaan regresi secara individual berpengaruh terhadap nilai variabel dependen, dengan  $\alpha = 5\%$  (Ghozali, 2013). t hitung dapat diperoleh dengan rumus:

$$t \text{ hitung} = \frac{B_i}{S_{b_i}}$$

Dimana :

$b_i$  = koefisien regresi variabel i

$S_{b_i}$  = standar error variabel i

### Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk

memproduksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2013).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas

Menurut Rumengan (2010) sebuah alat ukur yang baik harus valid dan benar. Untuk mengetahui akan kebenaran dan validitas alat ukur yang ada maka diperlukan uji validitas dan uji reliabilitas item pernyataan. Uji validitas dapat dilakukan dengan cara melakukan uji koefisien korelasi masing-masing item pernyataan. Dalam hal ini penulis menggunakan uji koefisien korelasi menggunakan *Pearson Correlation* dengan tingkat signifikansi uji 2 arah.

Uji validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin di ukur, ingin mengukur kuesioner di dalam pengumpulan data penelitian maka kuesioner yang disusunnya harus mengukur apa yang akan diukur. Keputusan mengetahui valid atau tidaknya butir instrumen dilihat jika pada tingkat signifikansi 5% nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka dapat disimpulkan bahwa butir instrumen tersebut valid. (Rumengan, 2010)

**Tabel 2. Uji Validitas**

Perilaku Konsumen (X)	Pearson Correlation	$t_{tabel}$	Keterangan
Pernyataan 1	0,600	0,195	Valid
Pernyataan 2	0,586	0,195	Valid
Pernyataan 3	0,603	0,195	Valid
Pernyataan 4	0,627	0,195	Valid
Pernyataan 5	0,458	0,195	Valid
Pernyataan 6	0,512	0,195	Valid
Pernyataan 7	0,347	0,195	Valid
Pernyataan 8	0,366	0,195	Valid
Keputusan Berkunjung (Y)	Pearson Correlation	$t_{tabel}$	Keterangan
Pernyataan 1	0,625	0,195	Valid
Pernyataan 2	0,669	0,195	Valid
Pernyataan 3	0,623	0,195	Valid
Pernyataan 4	0,410	0,195	Valid
Pernyataan 5	0,642	0,195	Valid
Pernyataan 6	0,625	0,195	Valid
Pernyataan 7	0,669	0,195	Valid
Pernyataan 8	0,623	0,195	Valid
Pernyataan 9	0,410	0,195	Valid
Pernyataan 10	0,642	0,195	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS (2020)

Diketahui bahwa dengan menggunakan batasan  $t_{tabel}$  dengan signifikansi 5% (0,05). Untuk batasan  $t_{tabel}$  dengan  $n = 100$  dan taraf signifikansi 0,05 maka didapat  $t_{tabel}$  sebesar 0,195 (Tabel r). Berdasarkan Tabel 4.7, diketahui nilai  $t_{hitung}$  dibandingkan dengan  $t_{tabel}$  sebesar 0,195. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka pernyataan tersebut valid dan jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka pernyataan tersebut tidak valid. Dari hasil perhitungan diketahui bahwa semua pernyataan valid ( $t_{hitung} > t_{tabel}$ ) dan pernyataan tersebut dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

### Uji Reliabilitas

Selanjutnya kesahihan alat ukur dapat menggunakan uji reliabilitas. Reliabilitas sebenarnya merupakan alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau *construct*. Menurut Ghozali (2013), uji reliabilitas merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan untuk menguji sejauh mana pengukuran memberikan hasil yang relatif stabil bila dilakukan pengukuran kembali. Pengujian reliabilitas dilakukan untuk hal-hal yang menyangkut sosial psikologis seperti sikap, perilaku dan kecenderungan. Dalam penelitian ini menggunakan SPSS, dimana suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ )  $> 0,6$ .

Berdasarkan hasil uji reliabilitas dengan bantuan SPSS 22.0 for Windows, dapat dilihat hasil nilai Cronbach Alpha ( $\alpha$ ) setiap variabel  $> 0,60/0,600$ . Hal ini menjelaskan bahwa variabel Perilaku Konsumen (X) dan Keputusan Berkunjung (Y) reliabel dan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

**Tabel 3. Uji Reliabilitas**

No	Variabel	Nilai Alpha	Keterangan
1	Perilaku Konsumen	0,698 > 0,600	Reliabel
2	Keputusan Berkunjung	0,747 > 0,600	Reliabel

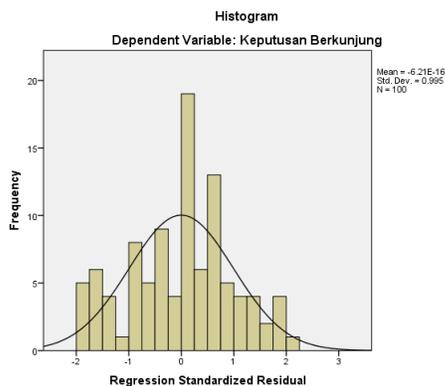
Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS (2020)

## Uji Asumsi Klasik

### Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, nilai residual, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah berdistribusi normal atau mendekati normal. Suatu data dikatakan mengikuti distribusi normal dilihat dari penyebaran data pada sumbu diagonal dari grafik (Ghozali, 2013).

### Gambar 1. Grafik Histogram

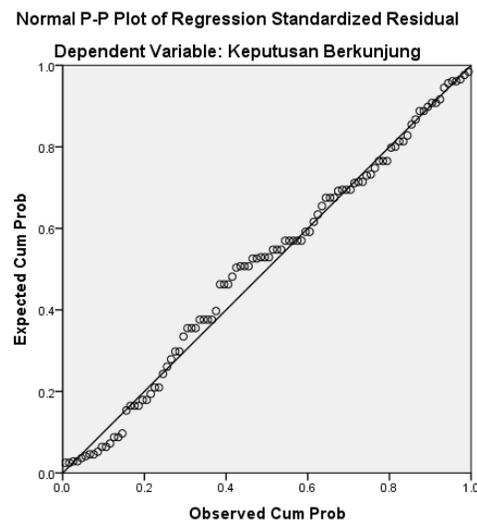


Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS (2020)

Cara mendeteksi normalitas dilakukan dengan melihat grafik *histogram* (Ghozali, 2013) dapat dilihat pada Gambar 4.2. Dengan melihat tampilan grafik histogram, dapat disimpulkan bahwa grafik histogram memberikan pola distribusi yang mendekati normal, karena berbentuk simetris tidak menceng ke kiri maupun ke kanan. Namun demikian dengan hanya melihat histogram, hal ini dapat memberikan hasil yang meragukan khususnya untuk jumlah sampel kecil (Ghozali, 2013).

Metode yang handal adalah dengan melihat *normal probability plot*, dimana pada grafik normal plot terlihat titik-titik menyebar disekitar garis diagonal serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal.

### Gambar 2. Normal Probability Plot



Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS (2020)

Berdasarkan tampilan grafik *normal probability plot* pada Gambar 4.3, dapat disimpulkan bahwa pola grafik normal terlihat dari titik-titik yang menyebar disekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Berdasarkan grafik histogram dan *normal probability plot*, menunjukkan bahwa model regresi layak dipakai dalam penelitian ini karena memenuhi kriteria asumsi normalitas.

### Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Sebuah model regresi dikatakan baik jika tidak terjadi heteroskedastisitas (Santoso, 2012).

Menurut Singgih (2012) untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas yaitu “deteksi dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik di atas di mana sumbu X adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu Y adalah residual (Y prediksi – Y sesungguhnya) yang telah di *studentized*. Maka dasar pengambilan keputusan:

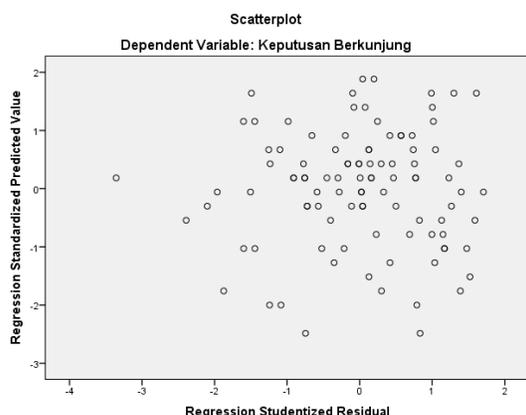
- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik (*point-point*) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang,

melebar kemudian menyempit), maka telah terjadi Heteroskedastisitas.

- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi Heteroskedastisitas.

Tampak pada Gambar 4.3 menunjukkan bahwa tidak adanya pola yang jelas, serta titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang bersifat homokedastisitas atau yang tidak terjadi heterokedastisitas

**Gambar 3. Scatterplot Heterokedastisitas**



Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS (2020)

**Uji Regresi Linear Sederhana**

Uji regresi linier sederhana dilakukan untuk mengetahui besarnya pengaruh hubungan variabel independen terhadap variabel dependen. Besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama dapat dihitung melalui suatu persamaan regresi sederhana. Hasil uji regresi linier sederhana dapat dilihat dari tabel berikut:

**Tabel 4. Uji Regresi Linier Sederhana**

		Coefficients <sup>a</sup>		
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
Model		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	18.025	1.692	

Perilaku Konsumen	.101	.050	.201
-------------------	------	------	------

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS (2020)

Dari hasil analisis dengan bantuan program SPSS 22, maka dapat diketahui persamaan regresi yang terbentuk. Adapun persamaan regresi linier sederhana, sebagai berikut:

$$Y = 18,025 + 0,101 (X) + e$$

Dalam persamaan regresi di atas, didapat konstanta (a) adalah sebesar 18,025 hal ini berarti bahwa Keputusan Berkunjung akan sebesar 18,025 jika Perilaku Konsumen sama dengan Nol. Selanjutnya dapat dijelaskan bahwa Keputusan Berkunjung ke lokasi wisata Pulau Penyengat.

Selanjutnya nilai koefisien regresi untuk bX sebesar 0,101. Dalam penelitian ini, dapat dinyatakan bahwa variabel Perilaku Konsumen (X) berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung (Y) ke lokasi wisata Pulau Penyengat. Hal ini menunjukkan bahwa ketika Perilaku Konsumen meningkat sebesar satu satuan, maka Keputusan Berkunjung akan mengalami peningkatan sebesar 0,101 satuan.

**Uji Hipotesis (Uji t)**

Uji t dipergunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan varian variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan untuk Uji t dalam analisis regresi adalah:

- 1) Berdasarkan nilai t Hitung dan t Tabel:
  - 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 signifikansi hasil output SPSS:
  - a. Jika nilai Sig. < 0,05 maka variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.

b. Jika nilai Sig. > 0,05 maka variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat (Ghozali, 2013).

Hasil pengujian dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 5. Hasil Uji t**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	18.025	1.692		10.653	.000
Perilaku Konsumen	.101	.050	.201	2.036	.044

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung  
 Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS (2020)

Hasil Uji t diperoleh:

- 1) Tingkat signifikansi, tingkat signifikansi menggunakan 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ).
- 2) Nilai t hitung berdasarkan hasil uji t menggunakan SPSS 22.0 sebesar **2,036**.
- 3) Nilai t tabel, dengan melihat tabel distribusi t dicari pada  $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$  (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df)  $n-k-1$  atau  $100-1-1 = 98$  (n adalah jumlah kasus dan k adalah jumlah variabel independen). Dengan pengujian 2 sisi (signifikansi = 0,025) hasil diperoleh untuk nilai t tabel sebesar **1,984** (dilihat pada Tabel t).
- 4) Berdasarkan kriteria diatas, nilai t **Hitung sebesar 2,036 > t Tabel 1,984** dan **nilai signifikansi (Sig.) 0,044 < 0,05**. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Perilaku Konsumen berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung ke lokasi wisata Pulau Penyengat.

**Uji Koefisien Determinasi R<sup>2</sup>**

Analisis koefisien determinasi dilakukan untuk melihat seberapa besar presentase pengaruh variabel Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Berkunjung ke lokasi wisata Pulau Penyengat.

**Tabel 6. Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.201 <sup>a</sup>	.041	.031	1.826	1.517

a. Predictors: (Constant), Perilaku Konsumen  
 b. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung  
 Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS (2020)

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi untuk keseluruhan variabel didapat nilai R yang diperoleh sebesar 0,201 yang menunjukkan bahwa Keputusan Berkunjung (Y) ke lokasi wisata Pulau Penyengat dipengaruhi oleh variabel Perilaku Konsumen (X) sebesar 20,1%, dan sisanya 79,9% dipengaruhi oleh variabel lainnya tidak diteliti dengan penelitian ini seperti harga, kualitas pelayanan, lokasi, promosi, fasilitas dan lain sebagainya.

**PENUTUP**

**Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen berpengaruh terhadap keputusan berkunjung ke lokasi wisata Pulau Penyengat. Ketika perilaku konsumen meningkat maka keputusan berkunjung akan mengalami peningkatan, dimana budaya yang ada di Pulau Penyengat membuat responden ingin berkunjung, Pulau Penyengat memiliki sejumlah warisan budaya khususnya budaya melayu.

Responden berkunjung ke Pulau Penyengat bersama rekan atau keluarga, dari dermaga Pulau Penyengat banyak warga yang membuka warung di rumahnya. Warung-

warung ini menjual berbagai macam panganan khas Penyengat dan Melayu yang cocok dijadikan sarapan dan santap siang bersama keluarga. Ketertarikan dengan wisata religi dan memiliki rasa ingin tahu yang besar tentang sejarah serta budaya melayu di Pulau Penyengat serta responden juga merasa terhibur ketika berkunjung ke Pulau Penyengat, banyak atraksi wisata yang disediakan di Pulau Penyengat selain wisata religi dan sejarahnya, ada juga sajian kuliner berbagai makanan khas Melayu.

### Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian ini dapat dikemukakan beberapa saran yang patut untuk dipertimbangkan sebagai berikut:

1. Perlu peran pemerintah Kota Tanjungpinang dan swasta dalam membina dan memberi akses yang lebih baik untuk pengembangan objek wisata Pulau Penyengat dengan fasilitas yang memadai, terutama dalam pembenahan fasilitas pariwisata sehingga masyarakat lebih mudah memanfaatkan untuk kegiatan wirausaha dan menciptakan peluang kerja baru dan bisa lebih banyak menarik jumlah kunjungan wisata.
2. Pihak pengelola harus lebih menjaga kebersihan lingkungan di sekitar objek wisata Pulau Penyengat. Kebersihan harus lebih diperhatikan, sebaiknya menambahkan jumlah tempat sampah disetiap sudut lokasi. Kebersihan lingkungan sangat berpengaruh terhadap kenyamanan pengunjung, kebersihan pantai juga harus diperhatikan karena pengunjung akan merasa puas dan senang dalam menikmati suasana tepi laut dari Pulau Penyengat.
3. Bagi peneliti selanjutnya, hendaknya untuk memperluas variabel penelitian, tidak hanya perilaku konsumen, tetapi juga variabel-variabel lainnya yang dapat mempengaruhi keputusan berkunjung yaitu produk, kualitas pelayanan, promosi dan lain-lain.

### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Adnan. (2018). Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Susu Morinaga di Kota Lhokseumawe. *JURNAL VISIONER & STRATEGIS*, 7(2), 1–9.
- [2] Agustina, P. (2011). *Psikologi Perkembangan*. Surakarta: PGSD UMS.
- [3] Alma, B. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- [4] Ayubbi, S. Al. (2013). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Laptop Merek Asus (Studi Kasus Mahasiswa S1 Institut Pertanian Bogor). <https://Repository.Ipb.Ac.Id/Jspui/Bitstream/123456789/63935/1/H13saa.Pdf>.
- [5] Azizah, S. N., & Usmantoro, F. (2019). Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Obyek Wisata Brujul Adventure Park Kebumen. *Jurnal Pariwisata*, 6(1).
- [6] Boone, E. L., & Kurtz, L. D. (2012). *Pengantar Bisnis* (1st ed.). Jakarta: Erlangga.
- [7] Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (7th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [8] Gusful, A., & Prasetyo, B. (2015). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Wisatawan dalam Berkunjung di Taman Rekreasi Kalianget Wonosobo. *Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 10(1).
- [9] Handoko, H. T. (2014). *Manajemen Personalia Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- [10] Hariwijaya, & Triton. (2011). *Pedoman Penulisan Ilmiah Skripsi dan Tesis*. Yogyakarta: ORYZA.
- [11] Idris, F. (2014). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sepatu Di Toko Fajar Sport Kecamatan Pedurungan Kota Semarang*. Universitas Diponegoro.
- [12] Jerry C. Olson dan Peter J. Paul. (2014). *Perilaku konsumen dan strategi*

- pemasaran* (9th ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- [13] K., D., & Sumaryati, M. L. A. (2010). *Prinsip-Prinsip Dasar Penelitian Bahasa dan Sastra*. Bandung: Nuansa.
- [14] Kiswanto, A. H. (2011). *Pengaruh Harga, Lokasi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Dampo Awang Beach Rembang*. Universitas Negeri Semarang.
- [15] Kotler, Philip dan Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th Editi). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- [16] Kotler, P. (2010). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Jakarta: Erlangga.
- [17] Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (13th ed.). Jakarta: Erlangga.
- [18] Krisnadi, A. R., & Onggo, R. (2018). The Effect of Consumer Behavior on Decision Visit to Seaworld Ancol Jakarta. *Advances in Economics, Business and Management Research (AEBMR)*, 52.
- [19] Kriyantono, R. (2010). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media Group.
- [20] Kurniawati, M., Rachman, N., & Khairul, M. (2013). Pengaruh Motivasi, Persepsi Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Asus (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Rusunawa II Unisma). *E – Jurnal Riset Manajemen*.
- [21] Lubis, M. R. R., & Kartikasari, D. (2019). Analisis Pengaruh Konsumen yang Mempengaruhi Pemilihan Tempat Wisata Pantai Dendang Melayu Batam. *Journal of Business Administration*, 3(1).
- [22] Marliani, G., & Sugiarto, T. (2019). Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Pengambilan Keputusan dalam Menentukan Destinasi Wisata di Kabupaten Hulu Sungai Tengah. *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3(2).
- [23] Meilinda, E., & Susanti, E. D. (2018). Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Psikologis Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Sate Tepi Sawah (Jalan Petiken Driyorejo Gresik). *JURNAL BISNIS INDONESIA*, 9(2).
- [24] Ningsih, E. R. (2010). *Perilaku Konsumen (Pengembangan Konsep dan Praktik Dalam Pemasaran)*. Kudus: Nora Media Enterprise.
- [25] Pribudi, S., & Harjanti, D. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Di Shoesholic Shop Tunjungan Plaza Surabaya. *AGORA*, 6(1), 1–8.
- [26] Rafiz, F. M., Arifin, Z., & Hidayat, K. (2016). Analisis Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Daihatsu (Studi Pada Konsumen Kendaraan Daihatsu Di PT. Jolo Abadi Authorized Daihatsu Dealer Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 39(2).
- [27] Rosha, Z. (2018). The Effect of Implementation of Service Marketing Mix to the Process of Tourist Decision to Visit Tourism Object: A Case Study at Lembah Harau, Lima Puluh Kota Regency, Sumatera Barat Province, Indonesia. *International Journal of Engineering & Technology*, 7(4.9), 112–117.
- [28] Rumengan, J. (2010). *Metodologi Penelitian Dengan SPSS*. Batam: UNIBA Press.
- [29] Salmah, N. N. A. (2015). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetika Sari Ayu Pada Toko La Tahzan Palembang. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 12(1), 1–13.
- [30] Santoso, S. (2012). *Panduan Lengkap SPSS Versi 20*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- [31] Saragih, D. F., Opod, H., & Pali, C. (2016). Hubungan tingkat kepercayaan diri dan jerawat (Acne vulgaris) pada

- siswa-siswi kelas XII di SMA Negeri 1 Manado. *Jurnal E-Biomedik (EBm)*, 4(1).
- [32] Sari, B., & Mahanani, E. (2017). Analisis Pengaruh Harga, Produk, Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Telon Lang (Survei Event Csr PT. Eagle Indo Pharma). *Jurnal STEI Ekonomi*, 26(2).
- [33] Schiffman, Leon, Kanuk, Leslie Lazar and Wisenblit, J. (2013). *Consumer Behavior* (10th ed.). Singapore: Prentice Hall.
- [34] Setiadi, N. (2010). *Perilaku Konsumen* (Revisi). Jakarta: Kencana.
- [35] Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- [36] Sumarwan, U. (2015). *Perilaku Konsumen Teori Penerapannya Dalam Pemasaran* (3rd ed.). Bogor: Ghalia Indonesia.
- [37] Sungkawa, I., Eviyati, & Nuresi. (2018). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Buah-Buahan Import Di Kota Cirebon (Kasus Di Perumahan Sapphire, Taman Cipto dan Taman Wahidin). *Paradigma Argibisnis*, 1(1).
- [38] Swasta, B. D. (2011). *Materi Pokok Manajemen Pemasaran* (2nd ed.). Jakarta: Universitas Terbuka.
- [39] Swastha, B., & Handoko, H. (2010). *Manajemen Pemasaran: Analisa dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPF.
- [40] Syafirah, Mananeke, L., & Rotinsulu, J. J. (2017). Pengaruh Faktor-Faktor Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Holland Bakery Manado. *Jurnal EMBA*, 5(2), 245–255.
- [41] Towoliu, J. E. ., & Tumbuan, W. J. F. . (2017). Pengaruh Faktor Pribadi Dan Faktor Keluarga Terhadap Keputusan Pembelian Di Rumah Makan Waroeng Tepi Laut, Manado. *Jurnal EMBA*, 5(2), 308–322.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN