

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN

#### **A. Gambaran Umum Objek Penelitian**

##### **1. Objek Wisata Pantai Sine Tulungagung**

Pantai Sine terletak di Dusun Sine Desa Batur Kecamatan Kalidawir Kabupaten Tulungagung. Pantai terdekat dari pantai ini adalah pantai Ngalur yang berada di sebelah barat dan pantai Dlado yang berada di sebelah timur. Pantai Sine memiliki pasir berwarna putih kecoklatan dengan panjang pantai kurang lebih 2 km. Pantai Sine memiliki frekuensi vegetasi yang rendah dan sebelah barat dari pantai terdapat banyak pohon cemara dan biasanya di panggil dengan nama Cemoro Sewu. Satwa yang dapat ditemui adalah penyu. Pantai ini memiliki ombak yang rendah.

Pantai Sine dikelola oleh pok darwis dan pantai ini sudah dikenal oleh banyak orang, terbukti dengan jumlah pengunjung yang banyak apalagi pada saat akhir pekan. Mata pencharian warga sekitar adalah nelayan dan juga petani. Ada larangan tertentu yang tidak boleh dilakukan pada pantai ini adalah bersiul, memakai baju hijau, rambut terurai, dan nyadran . Biasanya setiap jum'at kliwon dan suro ada acara mandi suro dan labuh laut. Keunikan pada pantai ini adalah adanya air payau.

#### **B. Deskripsi Responden**

##### **a. Profil Responden**

Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung Objek wisata Pantai Sine Tulungagung. Adapun jumlah sampel yang ditentukan pada

Objek wisata Pantai Sine Tulungagung sebanyak 100 orang dengan teknik pengambilan sampel yaitu *Accidental Sampling*, dimana responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengunjung yang bertemu dengan peneliti dan cocok untuk menjadi sampel penelitian ini. Setiap responden diberi angket untuk memberikan jawaban atas pernyataan yang telah disediakan.

#### b. Karakteristik Responden

Untuk mempermudah dalam mengidentifikasi responden dalam penelitian ini, maka diperlukan sebuah gambaran mengenai karakteristik responden. Dalam penelitian ini peneliti membagi karakteristik responden menjadi 2 bagian, sebagai berikut :

- 1) Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.

**Tabel 4.1**

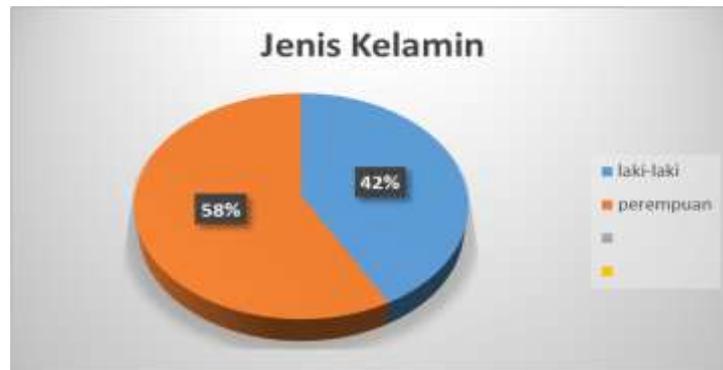
#### **Jenis Kelamin Responden**

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1.	Laki-laki	42	42%
2.	Perempuan	58	58%
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

*Sumber : Tabel Identitas Responden*

Apabila di tampilkan dalam bentuk diagram dapat di lihat pada gambar di bawah ini :

Gambar 4.1 jenis kelamin responden



Pada gambar 4.1 diketahui bahwa jenis kelamin konsumen Objek Wisata Pantai Sine Tulungagung yang diambil sebagai responden didominasi oleh responden Perempuan. Dari 100 responden, jumlah responden berjenis kelamin perempuan memiliki jumlah terbesar yakni 58 orang atau 58%, sedangkan responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 42 orang atau 42%.

## 2) Karakteristik responden berdasarkan asal daerah

Data mengenai asal daerah responden disini, peneliti mengelompokkan menjadi 2 kategori, yaitu responden asal Tulungagung dan responden asal luar tulungagung.

Adapun data mengenai asal daerah pengunjung Objek Wisata Pantai Sine Tulungagung yang di jadikan responden sebagai berikut :

**Tabel 4.2**  
**Asal Daerah Responden**

No.	Asal Daerah	Jumlah	Persentase (%)
1.	Tulungagung	54	54%
2.	Luar Tulungagung	46	46%
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

*Sumber : Tabel Identitas Responden*

Apabila di tampilkan dalam bentuk diagram dapat di lihat pada gambar di bawah ini :

**Gambar 4.2**

**Asal Daerah**



Pada gambar 4.2 diketahui bahwa asal daerah konsumen Objek Wisata Pantai Sine Tulungagung yang diambil sebagai responden didominasi oleh responden Perempuan. Dari 100 responden, jumlah responden berjenis kelamin perempuan memiliki jumlah terbesar yakni 54 orang atau 54%, sedangkan responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 46 orang atau 46%.

### C. Diskripsi Variabel

Dari kuesioner atau angket yang telah peneliti sebarakan kepada responden yang terdiri dari 16 item pernyataan dan dibagi dalam 4 kategori yaitu:

- a. 4 pernyataan digunakan untuk mengetahui tentang pengaruh harga ( $X_1$ )
- b. 4 pernyataan digunakan untuk mengetahui tentang pengaruh promosi ( $X_2$ )
- c. 4 pernyataan digunakan untuk mengetahui tentang pengaruh lokasi ( $X_2$ )
- d. 4 pernyataan digunakan untuk mengetahui tentang keputusan berlibur ( $Y$ )

Berdasarkan hasil penelitian dari 4 variabel yang diajukan dapat diketahui gambaran mengenai tanggapan konsumen Objek Wisata Pantai Sine Tulungagung. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel-tabel berikut:

#### 1) Variabel Harga

**Tabel 4.3**  
**Harga ( $X_1$ )**

<b>Bobot</b>	<b>Skor</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Setuju	4	56	14%
Setuju	3	312	78%
Tidak Setuju	2	24	6%
Sangat Tidak Setuju	1	8	2%

*Sumber : Data kuesioner yang diolah, 2019*

## 2) Variabel Promosi

**Tabel 4.4**  
**Promosi (X<sub>2</sub>)**

Bobot	Skor	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	4	49	12,25%
Setuju	3	309	77,25%
Tidak Setuju	2	31	7,75%
Sangat Tidak Setuju	1	11	2,75%

*Sumber : Data kuesioner yang diolah, 2019*

## 3) Variabel Lokasi

**Tabel 4.5**  
**Lokasi (X<sub>3</sub>)**

Bobot	Skor	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	4	40	10%
Setuju	3	306	76,5%
Tidak Setuju	2	44	7,75%
Sangat Tidak Setuju	1	10	2,75%

*Sumber : Data kuesioner yang diolah, 2019*

## 4) Variabel Keputusan Berlibur

**Tabel 4.6**  
**Keputusan Berlibur**

Bobot	Skor	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	4	39	10%
Setuju	3	323	80,75%
Tidak Setuju	2	25	6,25%
Sangat Tidak Setuju	1	12	3%

*Sumber : Data kuesioner yang diolah, 2019*

## D. Analisis Data dan Hipotesis Penelitian

Setelah dilakukan penelitian, maka diperoleh data-data mengenai pengaruh harga, promosi, dan lokasi terhadap keputusan berlibur di Objek Wisata Pantai Sine Tulungagung. Data yang dilakukan analisis adalah data dari kuesioner yang telah disebarakan kepada responden

sejumlah 100 orang yaitu berdasarkan jumlah sampel yang telah ditetapkan.

Kuesioner yang dibagikan kepada responden kemudian dikelompokkan berdasarkan karakteristik responden yaitu jenis kelamin, dan asal daerah. Selanjutnya peneliti melakukan analisis terhadap jawaban responden dari beberapa item pernyataan yang terdapat didalam kuesioner. Dalam kuesioner terdapat 16 item pernyataan yang menyangkut harga, promosi, dan lokasi yang mempengaruhi terhadap keputusan berlibur di Objek Wisata Pantai Sine Tulungagung. Dari beberapa item pernyataan masing-masing terdapat 4 skor alternatif jawaban yaitu :

- 1) Skor 4 untuk jawaban sangat setuju
- 2) Skor 3 untuk jawaban setuju
- 3) Skor 2 untuk jawaban tidak setuju
- 4) Skor 1 untuk jawaban sangat tidak setuju

Mengenai analisis data hasil kuesioner dari jawaban setiap responden kemudian diolah dengan menggunakan SPSS 16.0 yaitu :

### **1. Uji Validitas Instrumen**

Untuk menguji validitas instrument penulis menggunakan analisis dengan SPSS. Berikut ini adalah hasil pengujian validitas dari data yang diperoleh oleh penulis. Untuk tingkat validitas dilakukan uji signifikansi dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan  $r$  tabel. Untuk *degree of freedom* ( $df$ )=  $n-2$ , dalam hal ini  $n$  adalah jumlah sampel. Pada kasus ini besarnya  $df$  dapat dihitung  $100 - 2$  atau  $df = 98$  dengan *alpha* 0,05 didapat  $r$  tabel sebesar

0,195. Jika  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel dan nilai  $r$  positif, maka butir pernyataan tersebut dikatakan valid.

**Tabel 4.7**  
**Uji Validitas instrumen Harga ( $X_1$ )**

Item	r Hitug	r Tabel	Keterangan
1	0,723	0,195	Valid
2	0,659	0,195	Valid
3	0,683	0,195	Valid
4	0,695	0,195	Valid

Sumber : Data yang diolah SPSS 16.0, 2019

Dari tabel 4.7 diatas terlihat bahwa semua item instrumen harga dari pernyataan nomor 1 s/d 4 dinyatakan valid. Karena semua pernyataan pada tabel diatas mempunyai nilai  $r$  hitung (*pearson correlation*) lebih besar dari  $r$  tabel didapat dari jumlah sampel 100 dengan taraf signifikansi 5% diperoleh nilai 0,195. Jadi dapat disimpulkan semua instrumen bauran pemasaran adalah valid.

**Tabel 4.8**  
**Uji Validitas instrumen Promosi ( $X_2$ )**

Item	r Hitug	r Tabel	Keterangan
1	0,805	0,195	Valid
2	0,474	0,195	Valid
3	0,733	0,195	Valid
4	0,783	0,195	Valid

Sumber : Data yang diolah SPSS 16.0, 2019

Dari tabel 4.8 diatas terlihat bahwa semua item instrumen harga dari pernyataan nomor 1 s/d 4 dinyatakan valid. Karena semua pernyataan pada tabel diatas mempunyai nilai  $r$  hitung (*pearson correlation*) lebih besar dari  $r$  tabel didapat dari jumlah sampel 100 dengan taraf signifikansi 5% diperoleh nilai 0,195. Jadi dapat disimpulkan semua instrumen bauran pemasaran adalah valid.

**Tabel 4.9**  
**Uji Validitas instrumen Lokasi (X<sub>3</sub>)**

Item	r Hitug	r Tabel	Keterangan
1	0,720	0,195	Valid
2	0,711	0,195	Valid
3	0,751	0,195	Valid
4	0,679	0,195	Valid

*Sumber : Data yang diolah SPSS 16.0, 2019*

Dari tabel 4.9 diatas terlihat bahwa semua item instrumen harga dari pernyataan nomor 1 s/d 4 dinyatakan valid. Karena semua pernyataan pada tabel diatas mempunyai nilai r hitung (*pearson correlation*) lebih besar dari r tabel didapat dari jumlah sampel 100 dengan taraf signifikansi 5% diperoleh nilai 0,195. Jadi dapat disimpulkan semua instrumen bauran pemasaran adalah valid.

**Tabel 4.10**  
**Uji Validitas instrumen Keputusan Berlibur (Y)**

Item	r Hitug	r Tabel	Keterangan
1	0,667	0,195	Valid
2	0,619	0,195	Valid
3	0,812	0,195	Valid
4	0,718	0,195	Valid

*Sumber : Data yang diolah SPSS 16.0, 2019*

Dari tabel 4.10 diatas terlihat bahwa semua item instrumen harga dari pernyataan nomor 1 s/d 4 dinyatakan valid. Karena semua pernyataan pada tabel diatas mempunyai nilai r hitung (*pearson correlation*) lebih besar dari r tabel didapat dari jumlah sampel 100 dengan taraf signifikansi 5%.

diperoleh nilai 0,195. Jadi dapat disimpulkan semua instrumen bauran pemasaran adalah valid.

## 2. Uji Reabilitas Instrumen

Reabilitas instrumen adalah hasil pengukuran yang dapat dipercaya. Reabilitas instrumen diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Untuk mencapai hal tersebut, dilakukan uji reabilitas dengan menggunakan metode *Alpha Cronbach's* diukur berdasarkan skala *Alpha Cronbach* 0 sampai 1.<sup>1</sup> Adapun hasil pengujian reabilitas dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 4.11**  
**Uji Reabilitas instrumen Harga**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.611	4

*Sumber : Data yang diolah SPSS 16.0, 2019*

Berdasarkan tabel 4.11 di atas, untuk variabel kualitas pelayanan adalah reliabel. Hal ini dapat diketahui dari nilai Alpha yang reliabel yaitu 0,61 s/d 0,80. Hasil uji realibilitas menunjukkan bahwa untuk bauran pemasaran nilai *Alpha Cronbach's* adalah 0,611.

**Reliability Statistics**

**Tabel 4.12**

**Uji**

Cronbach's Alpha	N of Items
.663	4

**Reabilitas Instrumen Promosi (X<sub>2</sub>)**

<sup>1</sup>Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik*, (Jakarta : Prestasi Pustaka, 2009), hal. 97

*Sumber : Data yang diolah SPSS 16.0, 2019*

Berdasarkan tabel 4.12 di atas, untuk variabel kualitas pelayanan adalah reliabel. Hal ini dapat diketahui dari nilai Alpha yang reliabel yaitu 0,61 s/d 0,80. Hasil uji realibilitas menunjukkan bahwa untuk bauran pemasaran nilai *Alpha Cronbach's* adalah 0,663.

**Tabel 4.13**

**Uji Reliabilitas Instrumen Lokasi (X<sub>3</sub>)**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.679	4

*Sumber : Data yang diolah SPSS 16.0, 2019*

Berdasarkan tabel 4.13 di atas, untuk variabel kualitas pelayanan adalah reliabel. Hal ini dapat diketahui dari nilai Alpha yang reliabel yaitu 0,61 s/d 0,80. Hasil uji realibilitas menunjukkan bahwa untuk bauran pemasaran nilai *Alpha Cronbach's* adalah 0,679.

**Tabel 4.14**

**Uji Reliabilitas Instrumen Keputusan Berlibur (Y)**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.631	4

*Sumber : Data yang diolah SPSS 16.0, 2019*

Berdasarkan tabel 4.14 di atas, untuk variabel kualitas pelayanan adalah reliabel. Hal ini dapat diketahui dari nilai Alpha yang reliabel yaitu 0,61 s/d 0,80. Hasil uji realibilitas menunjukkan bahwa untuk bauran pemasaran nilai *Alpha Cronbach's* adalah 0,631.

### 3. Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah uji yang dilakukan untuk mengecek apakah penelitian kita berasal dari populasi yang sebenarnya normal. Sedangkan menurut Agus Eko Sujianto Uji distribusi normal adalah uji untuk mengukur apakah data kita memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik parametrik.<sup>2</sup>

Dalam melakukan uji normalitas data dapat menggunakan pendekatan *Kolmogorow-Smirnov*<sup>3</sup>. Kriteria dari *KolmogorowSmirnov* yaitu :

- a) Nilai Sig. atau signifikansi atau probabilitas  $< 0,05$ , distribusi data tidak normal.
- b) Nilai Sig. atau signifikansi atau probabilitas  $> 0,05$ , distribusi data adalah normal.

---

<sup>2</sup> Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik...* hal. 77

<sup>3</sup> Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik...* hal. 78

**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji Normalitas Data**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.77697493
Most Extreme Differences	Absolute	.128
	Positive	.128
	Negative	-.051
Kolmogorov-Smirnov Z		1.278
Asymp. Sig. (2-tailed)		.076
a. Test distribution is Normal.		

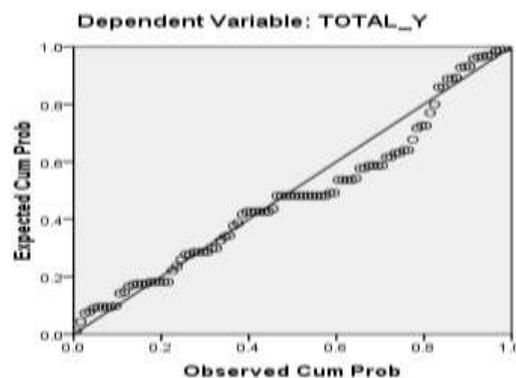
*Sumber : Data yang diolah SPSS 16.0, 2019*

Berdasarkan tabel *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* atau hasil uji normalitas dapat diketahui nilai Signifikansi sebesar  $0,076 > 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal. Selanjutnya uji Kolmogorov-Smirnov akan dipadukan dengan uji *Normal P-P Plot* dengan gambar sebagai berikut :

**Gambar 4.3**

**Hasil Uji P-P Plot**

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



*Sumber : Data yang diolah SPSS 16.0, 2019*

Pada normalitas data dengan *Normal P-P Plot* (gambar 4.3), data yang digunakan dinyatakan berdistribusi normal. Suatu variabel dikatakan normal jika gambar distribusi dengan titik-titik data yang menyebar di sekitar garis diagonal dan penyebaran titik-titik data searah mengikuti garis diagonal.

#### 4. Uji Asumsi Klasik

##### a. Uji Multikolinearitas

**Tabel 4.16**

#### Hasil Uji Multikolinearitas

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
HARGA	.644	1.554
PROMOSI	.792	1.262
LOKASI	.645	1.550

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN BERLIBUR

*Sumber : Data yang diolah SPSS 16.0, 2019*

Multikolinearitas timbul sebagai akibat adanya hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih atau adanya kenyataan bahwa dua variabel atau lebih bersama-sama dipengaruhi oleh variabel ketiga yang berada diluar model. Untuk mendeteksi adanya

multikolinearitas, Jika nilai Variance Inflation Factor (VIF) tidak lebih dari 10 maka model terbebas dari multikolinearitas<sup>4</sup>

Dari hasil uji multikolinearitas (tabel 4.16) dapat diketahui nilai VIF untuk variable :

- Harga : 1.554
- Promosi : 1.262
- Lokasi : 1.550

Hasil ini berarti variabel terbebas dari multikolinearitas karena nilai VIF setiap variabel  $< 10$ . Sedangkan diketahui nilai

*Tolerance* pada variabel :

- Harga : 0,644
- Promosi : 0,792
- Lokasi : 0,645

Hasil ini berarti variabel terbebas dari multikolinearitas karena nilai *tolerance* pada setiap variabel  $> 0,10$ , maka tidak terjadi multikolinearitas.

#### **b. Uji Heteroskedastisitas**

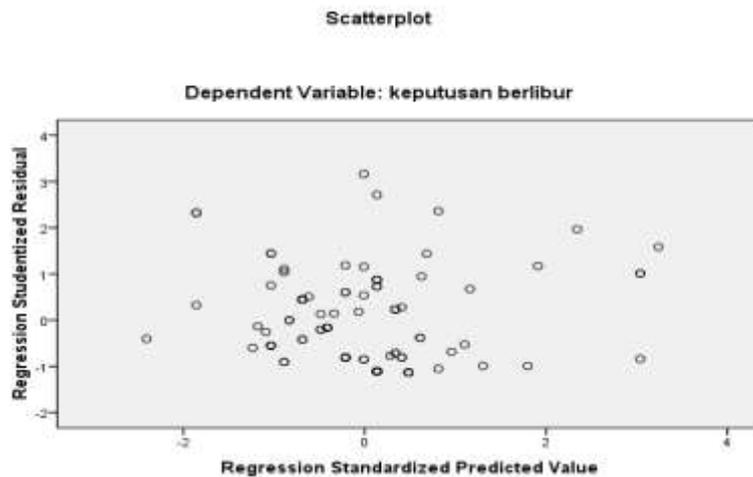
Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam regresi terjadi ketidaksamaan varian nilai residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Heteroskedastisitas, pada umumnya sering terjadi pada model-model yang menggunakan data *cross section* dari pada *time series*. Namun bukan berarti model-model yang menggunakan data *time series* bebas dari heteroskedastisitas.

---

<sup>4</sup> Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik...* hal. 79

Sedangkan untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar *scatterplot* model tersebut.

**Gambar 4.4**  
**Uji Heterokedastiditas Dengan Scatterplot**



*Sumber : Data yang diolah SPSS 16.0, 2019*

Syarat agar tidak di asumsikan terdapat heteroskedastisitas jika:

- 1) Penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola
- 2) Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau disekitar angka 0.
- 3) Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.

Di lihat dari persyaratan tidak terjadinya heteroskedastisitas dan di sesuaikan dengan gambar 4.4 di atas. Mulai dari syarat yang pertama, pada gambar jelas penyebaran titik data tidak berpola/tidak beraturan. Kedua, titik data menyebar pada bagian atas, bawah dan di sekitar garis angka 0 (nol). Ketiga, titik data

tidak berkumpul diatas atau di bawah saja. Dari sini dapat di simpulkan bahwa data tersebut tidak terdapat heteroskedastisitas atau bersifat homoskedastisitas.

Jika pengujian dengan menggunakan Glejser, pengujian dengan menggunakan glejser dilakukan dengan meregresikan variabel-variabel bebas terhadap nilai absolut residualnya. Residual adalah selisish antara nilai observasi dengan nilai prediksi, dan absolut adalah nilai mutlaknya.

**Tabel 4.18**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas Glejser**

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		T	Sig.
1	(Constant)	-1.173	.244
	HARGA	.705	.483
	PROMOSI	-.429	.669
	LOKASI	1.635	.105

a. Dependent Variable: keputusan berlibur

*Sumber : Data yang diolah SPSS 16.0, 2019*

Dari tabel 4.18 dapat diketahui hasil uji heteroskedastisitas dengan glejser diketahui nilai sig variabel harga sebesar  $0,483 > 0,05$  dan nilai sig variabel promosi sebesar  $0,669 > 0,05$  serta nilai sig variabel lokasi  $0,105 > 0,05$  artinya tidak terjadi heteroskedastisitas

## 5. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis statistik inferensial yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara sendiri-sendiri (parsial) maupun bersama-sama (simultan) antara variabel bebas (harga, promosi dan lokasi) dengan variabel terikat (keputusan berlibur). Secara ringkas hasil uji regresi linear berganda dapat dilihat tabel dibawah ini :

**Tabel 4.19**  
**Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.954	1.947		3.058	.003
	harga	.149	.065	.226	2.284	.025
	promosi	.129	.090	.137	1.437	.154
	lokasi	.264	.064	.415	4.117	.000

a. Dependent Variable: keputusan berlibur

*Sumber : data yang diolah SPSS 16.0, 2019*

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda pada tabel 4.19 maka dapat diperoleh hasil persamaan sebagai berikut:

$$Y = 5.954 + 0,149 (\text{Harga } X_1) + 0,129 (\text{Promosi } X_2) + 0,264 (\text{Lokasi } X_3)$$

Penjelasan dari fungsi regresi linear berganda di atas adalah sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 5,954 artinya, apabila harga, promosi dan lokasi tidak ada, maka keputusan berlibur bernilai 5,954 satuan.
2. Koefisien regresi  $X_1$  (harga) sebesar 0,149 artinya, setiap penambahan 1 konsumen, atribut bauran pemasaran akan meningkatkan loyalitas konsumen sebesar 0,149 satuan. Dan sebaliknya, jika atribut bauran pemasaran menurunkan 1 konsumen, maka loyalitas konsumen akan turun 0,149 satuan dengan anggapan  $X_2$  dan  $X_3$  tetap.
3. Koefisien regresi  $X_2$  (promosi) sebesar 0,129 artinya, setiap penambahan 1 konsumen, atribut kualitas pelayanan akan meningkatkan loyalitas konsumen sebesar 0,129 satuan. Dan sebaliknya, jika atribut kualitas pelayanan menurunkan 1 konsumen, maka loyalitas konsumen akan turun 0,129 satuan dengan anggapan  $X_1$  dan  $X_3$  tetap.
4. Koefisien regresi  $X_3$  (lokasi) sebesar 0,264 artinya, setiap penambahan 1 konsumen, atribut kualitas pelayanan akan meningkatkan loyalitas konsumen sebesar 0,264 satuan. Dan sebaliknya, jika atribut kualitas pelayanan menurunkan 1 konsumen, maka loyalitas konsumen akan turun 0,264 satuan dengan anggapan  $X_1$  dan  $X_2$  tetap.
5. Tanda (+) menandakan arah hubungan yang searah, sedangkan tanda (-) menunjukkan arah hubungan yang berbanding terbalik antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y).

## 6. Uji Hipotesis

### a. Uji – t (Uji Parsial)

Uji-t digunakan untuk menguji apakah pernyataan dalam hipotesis itu benar. Uji-t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Pada tingkat signifikansi  $\alpha = 5\%$ .

Adapun prosedurnya sebagai berikut :

H0 : Artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

H1 : Artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

**Tabel 4.20**

### Hasil Uji-t

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.954	1.947		3.058	.003
	Harga	.149	.065	.226	2.284	.025
	Promosi	.129	.090	.137	1.437	.154
	Lokasi	.264	.064	.415	4.117	.000

a. Dependent Variable: keputusan berlibur

*Sumber : Data yang diolah SPSS 16.0, 2019*

Berdasarkan tabel *coefficients* 4.20 diatas dapat dirumuskan sebagai berikut:

1) Pengaruh harga ( $X_1$ ) terhadap keputusan berlibur (Y)

H0 : Tidak ada pengaruh signifikan antara harga terhadap keputusan berlibur di objek wisata Pantai Sine Tulungagung.

H1 : Ada pengaruh signifikan antara harga terhadap keputusan berlibur di objek wisata Pantai Sine Tulungagung

Berdasarkan hasil analisis regresi secara parsial diperoleh nilai *sig* sebesar 0,025 dibandingkan dengan taraf signifikan ( $\alpha = 5\%$ ) 0,05 maka :  $\text{Sig} = 0,025 < \alpha = 0,05$  atau  $t \text{ hitung} = 2,284 > t \text{ tabel} = 1.98397$

Karena  $\text{Sig} < \alpha = 0,05$  atau  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ , maka tolak H0 terima H1, artinya Ada pengaruh signifikan dan positif antara harga terhadap keputusan berlibur di objek wisata Pantai Sine Tulungagung. Artinya jika harga yang di tentukan semakin ideal, maka semakin tinggi minat wisatawan untuk berlibur di Objek Wisata Pantai Sine Tulungagung.

2) Pengaruh promosi ( $X_2$ ) terhadap keputusan berlibur (Y)

H0 : Tidak ada pengaruh signifikan antara promosi terhadap keputusan berlibur di objek wisata Pantai Sine Tulungagung.

H1 : Ada pengaruh signifikan antara promosi terhadap keputusan berlibur di objek wisata Pantai Sine Tulungagung.

Berdasarkan hasil analisis regresi secara parsial diperoleh nilai *sig* sebesar 0,154 dibandingkan dengan taraf signifikan ( $\alpha = 5\%$ ) 0,05 maka :

$$\text{Sig} = 0,154 < \alpha = 0,05$$

$$\text{atau } t \text{ hitung} = 1,437 > t \text{ tabel} =$$

$$1.98397$$

Karena  $\text{Sig} < \alpha = 0,05$  atau  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ , maka terima  $H_0$  tolak  $H_1$ , artinya tidak ada pengaruh signifikan antara promosi terhadap keputusan berlibur di objek wisata Pantai Sine Tulungagung.

### 3) Pengaruh lokasi ( $X_3$ ) terhadap keputusan berlibur (Y)

$H_0$  : Tidak ada pengaruh signifikan antara lokasi terhadap keputusan berlibur di objek wisata Pantai Sine Tulungagung.

$H_1$  : Ada pengaruh signifikan antara lokasi terhadap keputusan berlibur di objek wisata Pantai Sine Tulungagung.

Berdasarkan hasil analisis regresi secara parsial diperoleh nilai *sig* sebesar 0,000 dibandingkan dengan taraf signifikan ( $\alpha = 5\%$ ) 0,05 maka :

$$\text{Sig} = 0,000 < \alpha = 0,05$$

$$\text{atau } t \text{ hitung} = 4,117 > t \text{ tabel} =$$

$$1.98397$$

Karena  $\text{Sig} < \alpha = 0,05$  atau  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ , maka tolak  $H_0$  terima  $H_1$  atau ada pengaruh signifikan dan positif antara lokasi terhadap keputusan berlibur di objek wisata Pantai Sine Tulungagung. Artinya jika lokasi semakin nyaman, maka semakin tinggi minat untuk berlibur di Objek Wisata Pantai Sine Tulungagung.

#### **b. Uji F**

Uji-F digunakan untuk menguji apakah pernyataan dalam hipotesis itu benar. Uji-F pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh dua variabel independen atau lebih secara bersamaan dalam menerangkan variabel dependen. Pada tingkat signifikansi  $\alpha = 5\%$  .

- 1) Variabel Harga, Promosi, Lokasi terhadap Keputusan Berlibur

**Tabel 4.22**  
**Hasil Uji F**

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	50.740	3	16.913	12.465	.000 <sup>a</sup>
Residual	130.260	96	1.357		
Total	181.000	99			

a. Predictors: (Constant), lokasi, harga, promosi

b. Dependent Variable: keputusan berlibur

*Sumber: data diolah SPSS, 2019*

H0: Tidak ada pengaruh harga, promosi dan lokasi terhadap keputusan berlibur di objek wisata Pantai Sine Tulungagung.

H1: Ada pengaruh harga, promosi dan lokasi terhadap keputusan berlibur di objek wisata Pantai Sine Tulungagung.

Berdasarkan tabel anova 4.22 diatas dapat diketahui hasil analisis regresi secara simultan diperoleh nilai  $F_{hitung}$  12.465 yang lebih besar dari  $F_{tabel}$  sebesar 2.70 atau nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari nilai  $\alpha$  sebesar 0,05 sehingga tolak H0 terima H1. Artinya Ada pengaruh pengaruh harga, promosi dan lokasi terhadap keputusan berlibur di objek wisata Pantai Sine Tulungagung.

2) Variabel Harga terhadap Keputusan Berlibur

H0: Tidak ada pengaruh harga terhadap keputusan berlibur di objek wisata Pantai Sine Tulungagung.

H1: Ada pengaruh harga terhadap keputusan berlibur di objek wisata Pantai Sine Tulungagung.

**Tabel 23**  
**Hasil Uji F Harga**

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	32.023	1	32.023	21.066	.000 <sup>a</sup>
	Residual	148.977	98	1.520		
	Total	181.000	99			

a. Predictors: (Constant), harga

b. Dependent Variable: keputusan berlibur

*Sumber: data diolah SPSS, 20199*

Berdasarkan tabel anova 4.23 diatas dapat diketahui hasil analisis regresi secara simultan diperoleh nilai  $F_{hitung}$  21.066 yang lebih besar dari  $F_{tabel}$  sebesar 2.70 atau nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari nilai  $\alpha$  sebesar 0,05 sehingga tolak H0 terima H1. Ada pengaruh harga secara signifikan dan positif terhadap keputusan berlibur di objek wisata Pantai Sine Tulungagung. Artinya jika semakin ideal harga yang di tentukan, maka semakin tinggi keputusan wisatawan

untuk memilih berlibur ke Objek Wisata Pantai Sine Tulungagung.

3) Variabel Promosi terhadap Keputusan berlibur

H0: Tidak ada pengaruh promosi terhadap keputusan berlibur di objek wisata Pantai Sine Tulungagung.

H1: Ada pengaruh Promosi terhadap keputusan berlibur di objek wisata Pantai Sine Tulungagung.

**Tabel 24**

**Hasil Uji F Promosi**

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	40.225	1	40.225	28.003	.000 <sup>a</sup>
	Residual	140.775	98	1.436		
	Total	181.000	99			

a. Predictors: (Constant), promosi

b. Dependent Variable: keputusan berlibur

*Sumber: data diolah SPSS, 2019*

Berdasarkan tabel anova 4.24 diatas dapat diketahui hasil analisis regresi secara simultan diperoleh nilai  $F_{hitung}$  28.003 yang lebih besar dari  $F_{tabel}$  sebesar 2.70 atau nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari

nilai  $\alpha$  sebesar 0,05 sehingga tolak  $H_0$  terima  $H_1$ . Ada pengaruh promosi secara signifikan dan positif terhadap keputusan berlibur di objek wisata Pantai Sine Tulungagung. Artinya jika semakin tinggi Promosi yang di lakukan, maka semakin tinggi keputusan wisatawan untuk memilih berlibur ke Objek Wisata Pantai Sine Tulungagung.

#### 4) Variabel Lokasi terhadap Keputusan Berlibur

$H_0$ : Tidak ada pengaruh promosi terhadap keputusan berlibur di objek wisata Pantai Sine Tulungagung.

$H_1$ : Ada pengaruh Promosi terhadap keputusan berlibur di objek wisata Pantai Sine Tulungagung.

**Tabel 25**  
**Hasil Uji F Lokasi**

ANOVA<sup>b</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	41.756	1	41.756	29.388	.000 <sup>a</sup>
Residual	139.244	98	1.421		
Total	181.000	99			

a. Predictors: (Constant), lokasi

b. Dependent Variable: keputusan berlibur

Sumber : data Diolah SPSS, 2019

Berdasarkan tabel anova 4.25 diatas dapat diketahui hasil analisis regresi secara simultan diperoleh nilai  $F_{hitung}$  29.388 yang lebih besar dari  $F_{tabel}$  sebesar 2.70 atau nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari nilai  $\alpha$  sebesar 0,05 sehingga tolak  $H_0$  terima  $H_1$ . Ada pengaruh lokasi secara signifikan dan positif terhadap keputusan berlibur di objek wisata Pantai Sine Tulungagung. Artinya jika semakin nyaman Lokasi yang di tawarkan, maka semakin tinggi keputusan wisatawan untuk memilih berlibur ke Objek Wisata Pantai Sine Tulungagung.

## 7. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Tabel 4.21**

### Hasil Uji Koefisien Determinasi

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.529 <sup>a</sup>	.280	.258	1.165

a. Predictors: (Constant), lokasi, harga, promosi

*Sumber : Data yang diolah SPSS 16.0, 2019*

Nilai koefisien determinasi atau *R Square* berkisar antara 0 sampai 1. Dimana semakin mendekati angka 1 nilai koefisien

determinasi maka pengaruh harga ( $X_1$ ), promosi ( $X_2$ ), lokasi ( $X_3$ ) terhadap keputusan berlibur ( $Y$ ) semakin kuat. Dan sebaliknya, semakin mendekati angka 0 nilai koefisien determinasi maka pengaruh harga ( $X_1$ ), promosi ( $X_2$ ), lokasi ( $X_3$ ) terhadap keputusan berlibur ( $Y$ ) semakin lemah.

Pada tabel 4.15 atau tabel *model summary* diatas, angka *R Square* adalah 0,280 artinya, besarnya kontribusi harga ( $X_1$ ), promosi ( $X_2$ ), lokasi ( $X_3$ ) terhadap keputusan berlibur ( $Y$ ) secara simultan adalah sebesar 28%, sedangkan sisanya ( $100\% - 28\% = 72\%$ ) dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel yang digunakan dalam penelitian ini.