

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran umum Pantai Tikus Emas

Pantai Tikus Emas merupakan sebuah pantai yang berlokasi di Sungailiat Kabupaten Bangka. Pantai Tikus Emas menawarkan keindahan panorama, kenyamanan, dan fasilitas yang mumpuni seperti: banana boat, motor atv, mushola, wc, restoran, tenda, *bbq tool*, *speed boat*, lapangan volly, wahana *flying fox*, dan *mini garden*. Disamping fasilitas yang memadai Pantai Tikus Emas juga sering menyelenggarakan kegiatan seperti Lintas Timur *Trial Run* pada tahun 2018 dan 2019.

Pantai Tikus Emas saat ini dikelola oleh PT. Bangka Cakra Karya, pantai ini diresmikan pada tanggal 01 Januari 2018. walaupun dikategorikan sebagai pendatang baru, Pantai Tikus Emas dapat bersaing dengan pantai-pantai yang berada di Sungailiat.

4.2 Hasil Deskriptif Penelitian

4.2.1 Karakteristik Responden

Responden pada penelitian ini adalah wisatawan potensial yang mengetahui Pantai Tikus Emas dan belum pernah berkunjung tetapi memiliki minat untuk berkunjung sebanyak 100 orang.

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tabel IV.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah (Orang)	Persentase
1	SMA	58	58
2	SMK	15	15
3	D3	1	1
4	S1	26	26
Total		100	100

Sumber: Data Primer, oleh peneliti 2020

Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir didominasi oleh SMA sebanyak 58 orang atau sebesar 58%.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel IV.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase
1	Laki Laki	34	34
2	Perempuan	66	66
Total		100	100

Sumber: Data Primer, oleh peneliti 2020

Menurut data diatas dapat disimpulkan bahwa hasil karakteristik berdasarkan jenis kelamin didominasi oleh jenis kelamin perempuan sebanyak 66 orang (66%).

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel IV.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase
1	17-21	53	53
2	22-26	40	40
3	27-31	4	4
4	>32	3	3
Total		100	100

Sumber: Data Primer, oleh peneliti 2020

Karakteristik responden berdasarkan usia didominasi oleh orang berusia 17-21 tahun sebanyak 53 orang atau sebesar 53%.

4.2.2 Hasil Statistik Deskriptif Masing-Masing Variabel

a. Variabel *Word of Mouth*

Variabel *Word of Mouth* terdiri dari 8 indikator, berikut hasil dari statistik deskriptif variabel *Word of Mouth*:

Tabel IV.4 Indikator Direkomendasi

Item	Kategori	Frekuensi	Skor	Persentase	Mean
Anda pernah mendapatkan rekomendasi dari teman atau kerabat yang pernah berkunjung ke Pantai Tikus Emas?	STS	2	2	2	4,22
	TS	4	8	4	
	RR	7	21	7	
	S	44	176	44	
	SS	43	215	43	
Jumlah		100	422	100	

Sumber: Data Primer, oleh peneliti 2020

Tabel IV.4 memperlihatkan jawaban responden didominasi oleh jawaban pada kategori setuju (S) sebesar 44%. Dalam hal ini menunjukkan bahwa wisatawan potensial selalu mendapatkan rekomendasi dari teman atau kerabat yang pernah berkunjung ke Pantai Tikus Emas.

Tabel IV.5 Mendengar cerita teman dan kerabat

Item	Kategori	Frekuensi	Skor	Persentase	Mean
Anda pernah mendengarkan cerita teman atau kerabat tentang Pantai Tikus Emas?	STS	2	2	2	3,75
	TS	4	8	4	
	RR	7	21	7	
	S	35	140	35	
	SS	52	260	52	
Jumlah		100	375	100	

Sumber: Data Primer, oleh peneliti 2020

Tabel IV.5 memperlihatkan jawaban responden didominasi oleh jawaban pada kategori Sangat Setuju (SS) sebesar 52%. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan potensial pernah mendengarkan cerita teman atau kerabat tentang Pantai Tikus Emas.

Tabel IV.6 Mencari sebuah informasi

Item	Kategori	Frekuensi	Skor	Persentase	Mean
Anda pernah mencari informasi tentang Pantai Tikus Emas?	STS	5	5	5	3,75
	TS	9	18	9	
	RR	16	48	16	
	S	46	184	46	
	SS	24	120	24	
Jumlah		100	375	100	

Sumber: Data Primer, oleh peneliti 2020

Tabel IV.6 memperlihatkan jawaban responden didominasi oleh jawaban pada kategori Setuju (S) sebesar 46%. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan potensial selalu mencari informasi tentang objek wisata yang ingin dikunjungi.

Tabel IV.7 Fasilitas yang tersedia

Item	Kategori	Frekuensi	Skor	Persentase	Mean
Anda berusaha mencari tahu tentang fasilitas yang tersedia di Pantai Tikus Emas?	STS	7	7	7	3,64
	TS	12	24	12	
	RR	17	51	17	
	S	38	152	38	
	SS	26	130	26	
Jumlah		100	364	100	

Sumber: Data Primer, oleh peneliti 2020

Tabel IV.7 memperlihatkan jawaban responden didominasi oleh jawaban pada kategori Setuju (S) sebesar 38%. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan potensial berusaha mencari tahu tentang fasilitas yang tersedia di Pantai Tikus Emas.

Tabel IV.8 Mengetahui tempat wisata melalui media *online*

Item	Kategori	Frekuensi	Skor	Persentase	Mean
Anda mengetahui Pantai Tikus Emas melalui media online seperti instagram, facebook, dll?	STS	8	8	8	3,79
	TS	8	16	8	
	RR	14	42	14	
	S	37	148	37	
	SS	33	165	33	
Jumlah		100	379	100	

Sumber: Data Primer, oleh peneliti 2020

Tabel IV.8 memperlihatkan jawaban responden didominasi oleh jawaban pada kategori Setuju (S) sebesar 37%. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan

potensial mengetahui tentang Pantai Tikus Emas melalui sosial media sangat tinggi.

Tabel IV.9 Mengetahui tempat wisata melalui brosur

Item	Kategori	Frekuensi	Skor	Persentase	Mean
Anda mengetahui Pantai Tikus Emas melalui brosur yang disebarakan?	STS	18	16	18	2,58
	TS	33	66	33	
	RR	28	84	28	
	S	15	60	15	
	SS	6	30	6	
Jumlah		100	258	100	

Sumber: Data Primer, oleh peneliti 2020

Tabel IV.9 memperlihatkan jawaban responden didominasi oleh jawaban pada kategori Tidak Setuju (TS) sebesar 33%. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan potensial jarang mendengar tentang Pantai Tikus Emas melalui brosur yang di sebarakan.

Tabel IV.10 Partisipasi perusahaan dalam menyebarkan informasi

Item	Kategori	Frekuensi	Skor	Persentase	Mean
Anda pernah melihat adanya partisipasi pengelola Pantai Tikus Emas dalam menyebarkan informasi tentang Pantai Tikus Emas?	STS	12	12	12	3,13
	TS	14	28	14	
	RR	32	96	32	
	S	33	132	33	
	SS	9	45	9	
Jumlah		100	313	100	

Sumber: Data Primer, oleh peneliti 2020

Tabel IV.10 memperlihatkan jawaban responden didominasi oleh jawaban pada kategori Setuju (S) sebesar 33%. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan potensial dapat melihat adanya partisipasi penelora Pantai Tikus Emas dalam menyebarkan informasi.

Tabel IV.11 Partisipasi wisatawan yang pernah berkunjung

Item	Kategori	Frekuensi	Skor	Persentase	Mean
Anda pernah melihat adanya partisipasi pengunjung dalam menyebarkan informasi tentang Pantai Tikus Emas?	STS	5	5	5	3,53
	TS	11	22	11	
	RR	27	81	27	
	S	40	160	40	
	SS	17	85	17	
Jumlah		100	353	100	

Sumber: Data Primer, oleh peneliti 2020

Tabel IV.11 memperlihatkan jawaban responden didominasi oleh jawaban pada kategori Setuju (S) sebesar 40%. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan potensial dapat melihat adanya partisipasi pengunjung dalam menyebarkan informasi Pantai Tikus Emas.

Tabel IV.12 Rata-rata Jawaban Responden Terhadap *Word of Mouth*

No	Item Pertanyaan	Mean	Penilaian
1.	X1.1	4,22	Sangat Tinggi
2.	X1.2	4,31	Sangat Tinggi
3.	X1.3	3,75	Tinggi
4.	X1.4	3,64	Tinggi
5.	X1.5	3,79	Tinggi
6.	X1.6	2,58	Rendah
7.	X1.7	3,13	Tinggi
8.	X1.8	3,53	Tinggi
Rata-rata		3,62	Tinggi

Sumber: Data Primer, oleh peneliti 2020

Hasil perhitungan rata-rata jawaban responden menunjukkan bahwa variabel *word of mouth* masuk kategori tinggi, hal ini dapat dilihat dari skor rata-rata sebesar 3,62 yang berada pada interval 4,41-4,20. Selain itu, skor tertinggi dan yang paling mempengaruhi *word of mouth* yaitu Mendengar cerita teman dan kerabat (X1.2). dapat disimpulkan bahwa *word of mouth* sudah baik.

b. Variabel *Travel Motivation*

Variabel *Travel Motivation* terdiri dari 4 indikator, berikut hasil dari statistik deskriptif variabel *Travel Motivation*:

Tabel IV.13 Pemandangan yang bagus

Item	Kategori	Frekuensi	Skor	Persentase	Mean
Anda ingin mengunjungi Pantai Tikus Emas karena pemandangannya bagus?	STS	1	1	1	4,35
	TS	2	4	2	
	RR	9	27	9	
	S	37	148	37	
	SS	51	255	51	
Jumlah		100	435	100	

Sumber: Data Primer, oleh peneliti 2020

Tabel IV.13 memperlihatkan jawaban responden didominasi oleh jawaban pada kategori Sangat Setuju (S) sebesar 51%. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan potensial ingin mengunjungi Pantai Tikus Emas dikarenakan pemandangan yang bagus.

Tabel IV.14 Melakukan olahraga air

Item	Kategori	Frekuensi	Skor	Persentase	Mean
Anda ingin mengunjungi Pantai Tikus Emas untuk mencoba olahraga air seperti <i>Banana Boat, Jet sky?</i>	STS	6	6	6	3,61
	TS	14	28	14	
	RR	26	78	26	
	S	21	84	21	
	SS	33	165	33	
Jumlah		100	361	100	

Sumber: Data Primer, oleh peneliti 2020

Tabel IV.14 memperlihatkan jawaban responden didominasi oleh jawaban pada kategori Sangat Setuju (SS) sebesar 33%. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan potensial ingin mencoba olahraga air yang disediakan oleh pengelola Pantai Tikus Emas.

Tabel IV.15 Bertemu dengan orang baru

Item	Kategori	Frekuensi	Skor	Persentase	Mean
Anda memilih Pantai Tikus Emas karena ingin bertemu dengan orang baru?	STS	7	7	7	3,18
	TS	26	52	26	
	RR	27	81	27	
	S	22	88	22	
	SS	18	90	18	
Jumlah		100	318	100	

Sumber: Data Primer, oleh peneliti 2020

Tabel IV.15 memperlihatkan jawaban responden didominasi oleh jawaban pada kategori Ragu-Ragu (RR) sebesar 27%. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan potensial menjawab ragu-ragu memilih Pantai Tikus Emas karena ingin bertemu dengan orang baru.

Tabel IV.16 Berinteraksi dengan penyu yang ditangkarkan oleh pengelola

Item	Kategori	Frekuensi	Skor	Persentase	Mean
Anda ingin ke Pantai Tikus Emas karena ingin berinteraksi dengan penyu yang ditangkarkan oleh pengelola?	STS	3	3	3	3,74
	TS	11	22	11	
	RR	23	69	23	
	S	35	140	35	
	SS	28	140	28	
Jumlah		100	374	100	

Sumber: Data Primer, oleh peneliti 2020

Tabel IV.16 memperlihatkan jawaban responden didominasi oleh jawaban pada kategori Setuju (S) sebesar 35%. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan potensial ingin berinteraksi dengan penyu yang ditangkarkan di Pantai Tikus Emas.

Tabel IV.17 Rata-rata Jawaban Responden Terhadap *Travel Motivation*

No	Item Pertanyaan	Mean	Penilaian
1.	X2.1	4,35	Sangat Tinggi
2.	X2.2	3,61	Tinggi
3.	X2.3	3,18	Tinggi
4.	X2.4	3,74	Tinggi
Rata-rata		3,72	Tinggi

Sumber: Data Primer, oleh peneliti 2020

Hasil perhitungan rata-rata jawaban responden menunjukkan bahwa variabel *travel motivation* masuk kategori tinggi, hal ini dapat dilihat dari skor rata-rata sebesar 3,72 yang berada pada interval 3,41-4,20. Selain itu, skor tertinggi dan paling mempengaruhi *travel motivation* yaitu pemandangan yang bagus (X2.1). Hal ini menunjukkan bahwa *travel motivation* sudah baik.

c. Variabel Minat Berkunjung

Variabel Minat Berkunjung terdiri dari 8 indikator, berikut hasil dari statistik deskriptif variabel Minat Berkunjung:

Tabel IV.18 Mengunjungi tempat wisata dalam waktu dekat

Item	Kategori	Frekuensi	Skor	Persentase	Mean
Anda akan mengunjungi Pantai Tikus Emas dalam waktu dekat?	STS	6	6	6	3,36
	TS	11	22	11	
	RR	42	126	42	
	S	23	92	23	
	SS	18	90	18	
Jumlah		100	336	100	

Sumber: Data Primer, oleh peneliti 2020

Tabel IV.18 memperlihatkan jawaban responden didominasi oleh jawaban pada kategori Ragu-Ragu (RR) sebesar 42%. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan potensial masih ragu untuk mengunjungi Pantai Tikus Emas dalam waktu dekat.

Tabel IV.19 Prioritas wisata

Item	Kategori	Frekuensi	Skor	Persentase	Mean
Anda akan memprioritaskan untuk datang ke Pantai Tikus Emas dibanding wisata yang lain?	STS	5	5	5	3,17
	TS	19	38	19	
	RR	42	126	42	
	S	22	88	22	
	SS	12	60	12	
Jumlah		100	317	100	

Sumber: Data Primer, oleh peneliti 2020

Tabel IV.19 memperlihatkan jawaban responden didominasi oleh jawaban pada kategori Ragu-Ragu (RR) sebesar 42%. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan potensial masih ragu untuk memprioritaskan datang ke Pantai Tikus Emas dibanding wisata lain.

Tabel IV.20 Mencari tahu keunggulan wisata

Item	Kategori	Frekuensi	Skor	Persentase	Mean
Anda akan mencari tahu keunggulan yang dimiliki Pantai Tikus Emas terlebih dahulu?	STS	2	2	2	3,77
	TS	10	20	10	
	RR	23	69	23	
	S	39	156	39	
	SS	26	130	26	
Jumlah		100	377	100	

Sumber: Data Primer, oleh peneliti 2020

Tabel IV.20 memperlihatkan jawaban responden didominasi oleh jawaban pada kategori Setuju (S) sebesar 39%. Ini menunjukkan bahwa wisatawan potensial mencari tahu keunggulan yang dimiliki oleh Pantai Tikus Emas.

Tabel IV.21 Mencari tahu pengalaman kunjungan wisata melalui kerabat yang pernah berkunjung

Item	Kategori	Frekuensi	Skor	Persentase	Mean
Anda akan mencari tahu pengalaman teman atau kerabat anda yang pernah berkunjung ke Pantai Tikus Emas?	STS	1	1	1	3,88
	TS	9	18	9	
	RR	19	57	19	
	S	43	172	43	
	SS	28	140	28	
Jumlah		100	388	100	

Sumber: Data Primer, oleh peneliti 2020

Tabel IV.21 memperlihatkan jawaban responden didominasi oleh jawaban pada kategori Setuju (S) sebesar 43%. Ini menunjukkan bahwa wisatawan potensial mencari tahu pengalaman teman atau kerabat yang pernah berkunjung ke Pantai Tikus Emas.

Tabel IV.22 Tertarik untuk berkunjung dalam jangka panjang

Item	Kategori	Frekuensi	Skor	Persentase	Mean
Anda tertarik untuk berkunjung ke Pantai Tikus Emas dalam jangka panjang?	STS	2	2	2	3,76
	TS	7	14	7	
	RR	32	96	32	
	S	31	124	31	
	SS	28	140	28	
Jumlah		100	376	100	

Sumber: Data Primer, oleh peneliti 2020

Tabel IV.22 memperlihatkan jawaban responden didominasi oleh jawaban pada kategori Ragu-Ragu (RR) sebesar 32%. Ini menunjukkan bahwa wisatawan potensial ragu untuk berkunjung ke Pantai Tikus Emas dalam jangka waktu panjang.

Tabel IV.23 Tertarik untuk berkunjung dalam jangka pendek

Item	Kategori	Frekuensi	Skor	Persentase	Mean
Anda tertarik untuk berkunjung ke Pantai Tikus Emas dalam jangka pendek?	STS	3	3	3	3,56
	TS	6	12	6	
	RR	40	120	40	
	S	34	136	34	
	SS	17	85	17	
Jumlah		100	356	100	

Sumber: Data Primer, oleh peneliti 2020

Tabel IV.23 memperlihatkan jawaban responden didominasi oleh jawaban pada kategori Ragu-Ragu (RR) sebesar 40%. Hal ini menunjukkan bahwa

wisatawan potensial ragu untuk berkunjung ke Pantai Tikus Emas dalam jangka pendek.

Tabel IV.24 Merekomendasi tempat tujuan wisata

Item	Kategori	Frekuensi	Skor	Persentase	Mean
Anda akan merekomendasikan Pantai Tikus Emas pada teman atau kerabat?	STS	1	1	1	4,13
	TS	1	2	1	
	RR	16	48	16	
	S	48	192	48	
	SS	34	170	34	
Jumlah		100	413	100	

Sumber: Data Primer, oleh peneliti 2020

Tabel IV.24 memperlihatkan jawaban responden didominasi oleh jawaban pada kategori Setuju (S) sebesar 48%. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan potensial akan merekomendasikan Pantai Tikus Emas kepada teman atau kerabat.

Tabel IV.25 Merekomendasi tempat tujuan wisata melalui media Online

Item	Kategori	Frekuensi	Skor	Persentase	Mean
Anda akan merekomendasikan Pantai Tikus Emas melalui media online?	STS	3	3	3	3,56
	TS	9	18	9	
	RR	35	105	35	
	S	35	140	35	
	SS	18	90	18	
Jumlah		100	356	100	

Sumber: Data Primer, oleh peneliti 2020

Tabel IV.25 memperlihatkan jawaban responden didominasi oleh jawaban pada kategori Setuju (S) sebesar 35% dan kategori Ragu-Ragu (RR) sebesar 35%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa wisatawan potensial akan merekomendasikan Pantai Tikus Emas melalui media online.

Tabel IV.26 Rata-rata Jawaban Responden Terhadap Minat Berkunjung

No	Item Pertanyaan	Mean	Penilaian
1.	Y1.1	3,36	Rendah
2.	Y1.2	3,17	Rendah
3.	Y1.3	3,77	Tinggi
4.	Y1.4	3,88	Tinggi
5.	Y1.5	3,76	Tinggi
6.	Y1.6	3,56	Tinggi
7.	Y1.7	4,13	Tinggi
8.	Y1.8	3,56	Tinggi
	Rata-rata	3,65	Tinggi

Sumber: Data Primer, oleh peneliti 2020

Hasil perhitungan rata-rata jawaban responden menunjukkan bahwa variabel minat berkunjung masuk kategori tinggi, hal ini dapat dilihat dari skor rata-rata sebesar 3,65 yang berada pada interval 3,41-4,20. Selain itu, skor tertinggi dan yang paling mempengaruhi minat berkunjung yaitu merekomendasi tempat tujuan wisata (Y1.7). Hal ini menunjukkan bahwa minat berkunjung sudah baik.

4.3 Hasil Analisis Data

4.3.1 Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur tingkat valid atau tidaknya suatu item dari kuesioner dengan nilai signifikansi (5%), syarat minimum untuk melihat valid atau tidaknya suatu item dari kuesioner dengan membandingkan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,194).

Tabel IV.27 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
<i>Word of Mouth</i> (X ₁)	X1.1	0,652	0,194	Valid
	X1.2	0,660	0,194	Valid
	X1.3	0,815	0,194	Valid
	X1.4	0,762	0,194	Valid
	X1.5	0,702	0,194	Valid
	X1.6	0,747	0,194	Valid
	X1.7	0,684	0,194	Valid
	X1.8	0,574	0,194	Valid
<i>Travel Motivation</i> (X ₂)	X2.1	0,650	0,194	Valid
	X2.2	0,832	0,194	Valid
	X2.3	0,776	0,194	Valid
	X2.4	0,856	0,194	Valid
Minat Berkunjung (Y)	Y.1	0,784	0,194	Valid
	Y.2	0,798	0,194	Valid
	Y.3	0,661	0,194	Valid
	Y.4	0,717	0,194	Valid
	Y.5	0,645	0,194	Valid
	Y.6	0,674	0,194	Valid
	Y.7	0,668	0,194	Valid
	Y.8	0,748	0,194	Valid

Sumber: Data Primer, oleh peneliti 2020

Hasil uji validitas seluruh item kuesioner menunjukkan bahwa, pengujian validitas instrumen pada masing-masing variabel dengan masing-masing item pertanyaan menunjukkan nilai r hitung $>$ r tabel (0,194). Maka dapat disimpulkan bahwa item dari kuesioner tersebut valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan dalam mengukur kuesioner dari indikator suatu variabel dan melihat konsistensi alat ukur dari suatu kuesioner.

Tabel IV.28 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Item	Cronbach Alpha	Keterangan
<i>Word of Mouth</i>	X ₁	0,850	Reliabel
<i>Travel Motivation</i>	X ₂	0,784	Reliabel
Minat Berkunjung	Y	0,861	Reliabel

Sumber: Data Primer, oleh peneliti 2020

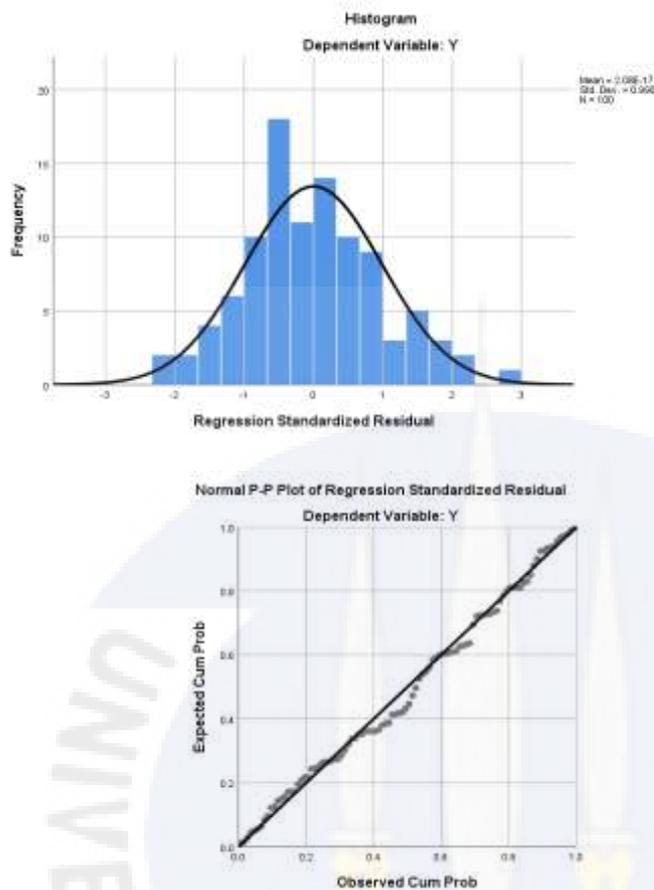
Berdasarkan tabel IV.28 hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai nilai *Cronbach Alpha* $>$ 0,60. Sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukuran masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel yang berarti bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuesioner yang handal.

4.3.2 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel terdistribusi normal atau tidak (Ghozali, 2013). Sebagai dasar pengambilan keputusan adalah apabila sebaran data tidak berada di sekitar atau tidak mengikuti garis diagonal maka data tidak normal, dan apabila sebaran data berada disekitar atau mengikuti maka pola data terdistribusi normal

Gambar IV.1 Hasil Uji Normalitas



Sumber: Data Primer, oleh peneliti 2020

Berdasarkan hasil uji normalitas pada gambar IV.1 dapat diketahui bahwa grafik histogram menampilkan pola distribusi normal, grafik tidak cenderung ke kanan maupun ke kiri. Selain itu, gambar grafik *Normal P-P plot of regression Standardized Residual* dapat dilihat bahwa titik-titik mendekati garis diagonal dan penyebaran mengikuti arah garis diagonalnya. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi dapat digunakan karena telah memenuhi asumsi normalitas.

Untuk mengetahui apakah data terdistribusi normal bisa dilakukan dengan melakukan uji *kolmogrof-smirnov* (K-S) dengan dasar pengambilan keputusan yaitu:

- a. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka data terdistribusi normal.
- b. Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka data tidak terdistribusi normal.

Gambar IV.2 Hasil Uji Normalitas dengan *Kolmogrof-smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.57057701
Most Extreme Differences	Absolute	.070
	Positive	.070
	Negative	-.037
Test Statistic		.070
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal. b. Calculated from data. c. Lilliefors Significance Correction. d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Data Primer, oleh peneliti 2020

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan uji *kolmogorov-smirnov*, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,200. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi terdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah adanya kolerasi antara variabel-variabel bebas (Ghozali, 2013). Pengujian multikolinearitas dilihat dari VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *tolerance*. Nilai *cutoff* yang biasanya dipakai untuk menunjuk adanya multikolinearitas ialah nilai ≤ 1 atau sama dengan $VIF \leq 10$.

Gambar IV.3 Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Coefficients ^a			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	7.963	1.865		4.270	.000		
X1	.303	.079	.329	3.853	.000	.577	1.732
X2	.837	.139	.513	6.005	.000	.577	1.732

a. Dependent Variable: Y

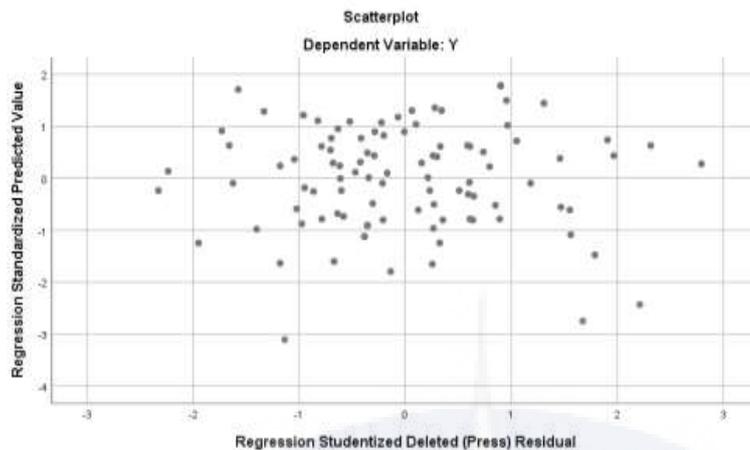
Sumber: Data Primer, oleh peneliti 2020

Karena nilai tolerance $0,577 > 0,10$ dan nilai VIF $1,732 < 10$ maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antara variabel bebas dalam model regresi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* Iresidual dari satu pengamat ke pengamat lain. Jika *t variance* dari satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda maka disebut heteroskedastisitas (Ghozali, 2013) mengetahui ada atau tidak heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat pola penyebaran, bergelombang, menyempit atau tidak ada grafik *scatterplot* antara nilai prediksi variabel terkait (SRESID) dengan residual (ZPRED). Jika membentuk pola tertentu yang teratur maka terjadi heteroskedastisitas, apabila tidak ada bentuk pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Gambar IV.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data Primer, oleh peneliti 2020

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas, dapat dilihat pada gambar diatas bahwa titik-titik menyebar secara acak serta berada diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, dan tidak membentuk pola yang jelas atau tidak membentuk pola tertentu. Maka, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi sehingga dapat digunakan sebagai alat prediksi.

4.3.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel IV.29 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.963	1.865		4.270	.000
	X1	.303	.079	.329	3.853	.000
	X2	.837	.139	.513	6.005	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer, oleh peneliti 2020

Berdasarkan data pada tabel IV.29 diatas diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 7,963 + 0,303 X_1 + 0,837 X_2 + e$$

Hasil analisis regresi linear berganda yang berbentuk angka dapat dijelaskan dalam bahasa yang lebih mudah dipahami sebagai berikut:

a. Konstanta

Nilai konstanta 7,963 menjelaskan bahwa apabila variabel independen bernilai 0, maka nilai variabel dependen adalah 7,963. Sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai konstanta minat berkunjung sebesar 7,963.

b. Nilai Koefisien *Word of Mouth* = 0,303

Hal ini menunjukkan bahwa variabel *word of mouth* mempengaruhi variabel minat berkunjung sebesar 0,303 atau berpengaruh positif yang artinya apabila variabel *word of mouth* meningkat sebesar 1 satuan, maka berpengaruh terhadap minat berkunjung sebesar 0,303. Jika variabel *word of mouth* menurun maka minat berkunjung juga menurun.

c. Nilai Koefisien *Travel Motivation* = 0,837

Hal ini menunjukkan bahwa variabel *travel motivation* mempengaruhi minat berkunjung sebesar 0,837 atau berpengaruh positif yang artinya apabila variabel *travel motivation* meningkat sebesar 1 satuan, maka berpengaruh terhadap minat berkunjung sebesar 0,837. Jika variabel *travel motivation* menurun maka minat berkunjung juga ikut menurun.

4.3.4 Uji t

Uji t digunakan untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Kriteria pengujiannya yaitu:

- a. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka tidak terdapat pengaruh secara parsial jika $t_{hitung} > -t_{tabel}$, maka terdapat pengaruh secara parsial menentukan t_{tabel} dengan rumus $df = n - k$ (n yaitu jumlah sampel dan k yaitu jumlah variabel bebas) oleh karena itu nilai t_{tabel} pada penelitian ini sebesar 1,984.

b. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Tabel IV.30 Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.963	1.865		4.270	.000
	X1	.303	.079	.329	3.853	.000
	X2	.837	.139	.513	6.005	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer, oleh peneliti 2020

Berdasarkan hasil uji t pada tabel IV.30 diatas dapat diketahui bahwa variabel yang berpengaruh terhadap minat berkunjung sebagai berikut:

H_1 : Uji Hipotesis *Word of Mouth* terhadap Minat Berkunjung

Hasil perhitungan yang diperoleh t_{hitung} untuk X_1 sebesar 3,853 lebih besar dari t_{tabel} 1,984 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 yang artinya H_1 di.terima dan H_0 ditolak. Oleh karena itu, variabel *word of mouth* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung.

H_2 : Uji Hipotesis *Tarvel Motivation* terhadap Minat Berkunjung

Hasil perhitungan diperoleh t_{hitung} untuk X_2 sebesar 6,005 lebih besar dari t_{tabel} 1,984 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 yang artinya H_1 diterima dan H_0 ditolak. Oleh kerena itu, variabel *travel motivation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung.

4.3.5 Uji F

Uji F digunakan untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan. Adapun cara pengujiannya sebagai berikut:

a. Jika signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak

Jika signifikan $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima

b. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak

Rumus yang digunakan untuk mencari F_{tabel} yaitu $df_1 = k-1$ dan $df_2 = n-k$, dimana n (banyaknya sampel) dan k (jumlah variabel independen dan dependen). Oleh karena itu nilai F_{tabel} pada penelitian ini sebesar 3,09 dengan taraf signifikansi yaitu 0,05.

Tabel IV.31 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1825.237	2	912.619	70.137	.000 ^b
	Residual	1262.153	97	13.012		
	Total	3087.390	99			

a. Dependent Variable: Y
b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: Data Primer, oleh peneliti 2020

Berdasarkan hasil uji F pada tabel IV.31 diatas menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} sebesar $70,137 > F_{tabel}$ 3,09 dengan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa *word of mouth* dan *travel motivation* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung.

4.3.6 Koefisien Determinasi (R_2)

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen. Pada penelitian ini koefisien determinasi menggunakan nilai *Adjusted R Square*.

Tabel IV.32 Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.769 ^a	.591	.583	3.607

a. Predictors: (Constant), X2, X1
b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer, oleh peneliti 2020

Tabel IV.32 menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R Squares* sebesar 0,583 atau sebesar 58,3%. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel minat berkunjung dapat dijelaskan oleh *word of mouth* dan *travel motivation* sebesar 58,3%, dan sisanya 41,7% dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel penelitian ini.

4.4 Pembahasan

4.4.1 Pengaruh *Word of Mouth* terhadap Minat Berkunjung

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil uji t (parsial) variabel *word of mouth* nilai t_{hitung} 3,853 lebih > t_{tabel} 1,984 dan nilai signifikansi lebih kecil dari taraf signifikan $\alpha = 0,05$ yaitu ($0,000 < 0,05$). Yang artinya H_1 diterima dan H_0 ditolak, oleh karena itu variabel *word of mouth* (X_1) secara persial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung.

Mengindikasikan bahwa semakin baik *word of mouth* maka semakin meningkat juga minat berkunjung wisatawan potensial ke Pantai Tikus Emas. Dapat dilihat dari analisis koefisien regresi variabel *word of mouth* sebesar 0,303 berpengaruh positif yang artinya jika variabel *word of mouth* bernilai 1 satuan maka dapat meningkatkan minat berkunjung sebesar 0,303. Apabila *word of mouth* menurun maka minat berkunjung juga akan menurun.

Berdasarkan hasil yang peneliti dapatkan menunjukkan bahwa variabel *word of mouth* memiliki dampak yang signifikan terhadap minat berkunjung untuk datang ke Pantai Tikus Emas. Partisipasi penyebaran informasi yang dilakukan oleh pengelola Pantai Tikus Emas yang tinggi serta pengalaman yang cukup baik yang diterima oleh pengunjung yang pernah berkunjung membuat

pengunjung yang belum pernah pergi ke Pantai Tikus Emas memiliki referensi dan ekspektasi yang baik terhadap *image* Pantai Tikus Emas. Penyebaran informasi yang cepat melalui media sosial terutama dari *platform Instagram* dan *Facebook* yang mampu menjangkau calon pengunjung baik di seluruh Indonesia bahkan secara global akan berdampak pada penyebaran informasi dari mulut ke mulut mengenai eksistensi serta visual Pantai Tikus Emas kepada calon pengunjung secara efektif.

Promosi yang gencar mulai dari media sosial sampai penempatan *banner* di tempat strategis seperti di Jalan Sudirman yang merupakan jalan lintas provinsi di Sungailiat dapat menyulut rasa penasaran para pengunjung yang belum pernah pergi baik yang berada di daerah Sungailiat maupun dari daerah lain. Fasilitas yang baik dari penyediaan layanan hiburan yang menarik seperti *flying fox*, *ATV ride*, *banana boat*, *camping site*, penangkaran penyu dan penyediaan spot foto yang cukup banyak dapat membuat pengunjung yang pernah pergi ke Pantai Tikus Emas menceritakan dan memberikan informasi kepada kolega atau sanak saudara mereka bahwa Pantai Tikus Emas memiliki keunikan serta fasilitas yang tidak dimiliki oleh pantai yang ada di daerah Sungailiat. Hal tersebut akan berdampak pada rasa ingin berkunjung baik untuk menikmati pemandangan Pantai Tikus Emas, berswafoto atau menikmati fasilitas yang unik dari pantai lain yang pada akhirnya akan meningkatkan niat berkunjung orang yang sudah ingin pergi ke Pantai Tikus Emas.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ulfa *et.al.*, (2020) dengan penelitian yang berjudul "Pengaruh *Word of Mouth*,

Destination Image, Destination Branding terhadap Minat Berkunjung di Jatim Park 3 Kota Batu Malang” menunjukkan hasil hitung uji t pada variabel *word of mouth* pada minat berkunjung diperoleh kesimpulan bahwa *word of mouth* berpengaruh signifikan pada minat berkunjung. Dan penelitian terdahulu oleh Zakky *et.al.*, (2019) dengan penelitian yang berjudul “*The influence of Electronic Word of Mouth and Travel Motivation Toward the Intrest in Visiting Lombok, Gender as Mediator*” diperoleh kesimpulan bahwa e-WOM berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung ke Lombok.

Penelitian ini juga didukung oleh Fitria *et.al.*, (2015) dengan judul penelitian “Pengaruh *Word of Mouth* terhadap Minat Berkunjung Serta Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung”. Adapun hasil dari penelitian tersebut adalah *word of mouth* mempunyai kontribusi sebesar 29,4% terhadap minat berkunjung dan memiliki koefisien jalur β sebanyak 0,543 dan dinyatakan berpengaruh.

Berdasarkan pemaparan diatas diketahui bahwa H_1 dapat diterima yang artinya *word of mouth* memiliki pengaruh dan signifikan terhadap minat berkunjung ke Pantai Tikus Emas.

4.4.2 Pengaruh *Travel Motivation* terhadap Minat Berkunjung

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil uji t (parsial) variabel *travel motivation* nilai t_{hitung} 6,005 > dari t_{tabel} 1,984 dan nilai signifikansi lebih kecil dari taraf signifikan $\alpha = 0,05$ yaitu ($0,000 < 0,05$). Yang berarti H_1 diterima dan H_0 ditolak, oleh karena itu variabel *travel motivation* (X_2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung. Selain itu, dapat dilihat dari

analisis koefisien regresi variabel *travel motivation* sebesar 0,837 berpengaruh positif yang artinya jika variabel *travel motivation* bernilai 1 satuan maka dapat meningkatkan minat berkunjung sebesar 0,837. Apabila variabel *travel motivation* cenderung menurun maka minat berkunjung juga akan menurun.

Berdasarkan hasil yang peneliti dapatkan menunjukkan bahwa *travel motivation* berdampak signifikan terhadap niat berkunjung pengunjung yang belum pernah pergi ke Pantai Tikus Emas. Hal ini mengindikasikan bahwa *travel motivation* yang baik secara langsung akan memberikan dorongan untuk berkunjung ke Pantai Tikus Emas, hal ini disebabkan oleh daya tarik yang diberikan oleh pengelola Pantai Tikus Emas seperti *landmark* dan *garden* yang sengaja dibuat untuk menarik motivasi wisatawan potensial untuk berkunjung ke Pantai Tikus Emas. Visual pemandangan pantai menjadi alasan utama seseorang ingin berkunjung ke suatu pantai. Pemandangan laut yang bagus dengan hamparan pasir putih yang cukup luas dan dikombinasikan dengan tersedianya fasilitas unggulan seperti *banana boat*, *jet ski* dan *camping site* membuat Pantai Tikus Emas memiliki nilai tersendiri bagi wisatawan yang ingin berkunjung di suatu pantai.

Popularitas Pantai Tikus Emas di kalangan masyarakat lokal membuat Pantai Tikus Emas menjadi sebagai salah satu destinasi wisata yang ramai dikunjungi oleh masyarakat. Jumlah pengunjung yang selalu memadati pantai Tikus Emas juga dapat menjadi motivasi wisatawan untuk datang dan bertemu dengan orang-orang dari berbagai daerah lain. Penangkaran penyu yang ada di Pantai Tikus Emas juga menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan yang belum

pernah mengunjunginya. Hal ini disebabkan masih kurangnya wisata kebun binatang yang ada di daerah Sungailiat bahkan di Bangka Belitung sehingga membuat niat wisatawan lokal maupun asing semakin tertarik untuk berkunjung ke Pantai Tikus Emas.

Hasil penelitian ini didukung penelitian terdahulu oleh Zakky *et.al.*, (2019) “*The influence of Electronic Word of Mouth and Travel Motivation Toward the Intrest in Visiting Lombok, Gender as Mediator*” yang memperoleh kesimpulan bahwa *Travel Motivation* berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung ke Lombok. Tidak sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dani *et.al.*, (2019) dengan judul “Pengaruh *City Branding*, Motivasi Wisata, E-WOM, Citra Destinasi, dan Daya Tarik terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Kabupaten Banyuwangi”. Hasil uji t variabel motivasi wisata menunjukkan bahwa motivasi wisata tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung, dibuktikan dengan hasil t_{hitung} 0,094 dan nilai t_{tabel} 1,979 dengan taraf signifikansi sebesar $0,71 > 0,05$.

Berdasarkan hasil uji t yang dilakukan oleh peneliti diketahui bahwa H_2 dapat diterima yang artinya *travel motivation* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung ke Pantai Tikus Emas.

4.4.3 Pengaruh *Word of Mouth* dan *Travel Motivation* terhadap Minat

Berkunjung

Berdasarkan hasil perhitungan uji F dapat dilihat bahwa F_{hitung} sebesar $70,137 > F_{tabel}$ 3,09 dengan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dapat disimpulkan bahwa *word of mouth* dan *travel*

motivation secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung. Hasil perhitungan koefisien determinasi pada *Adjusted R Square* sebesar sebesar 0,583 atau sebesar 58,3%. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel minat berkunjung dapat dijelaskan oleh *word of mouth* dan *travel motivation* sebesar 58,3%, dan sisanya 41,7% dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel penelitian ini.

Dilihat dari penjelasan *word of mouth* yang baik serta *travel motivation* yang baik pula merupakan factor-faktor yang dapat meningkatkan minat berkunjung wisatawan potensial ke Pantai Tikus Emas. Variabel *word of mouth* yang menjadi cara wisatawan potensial untuk mengetahui informasi suatu destinasi wisata akan semakin baik bila hal tersebut dengan selaras motivasi wisatawan berkunjung ke suatu tempat. Informasi mengenai kondisi Pantai Tikus Emas yang baik serta dilengkapi dengan fasilitas yang unggul dibanding dengan pantai lain membuat wisatawan menjadi termotivasi untuk datang dan berkunjung ke Pantai Tikus Emas. Promosi dari media sosial dan pengadaan *event* yang tidak hanya mengundang masyarakat lokal namun juga wisatawan asing juga menjadi alasan kuat bagi wisatawan yang memiliki motivasi untuk bertemu dengan orang-orang baru di suatu objek wisata. Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan juga akan berdampak pada promosi tidak langsung yang dilakukan oleh para wisatawan dengan mendeskripsikan Pantai Tikus Emas secara verbal maupun visual, sehingga hal tersebut akan terus menjadi rantai promosi yang efektif dan gratis. Hal ini berarti untuk meningkatkan minat berkunjung ke Pantai Tikus Emas dapat dilakukan dengan mengadakan *event/kegiatan* yang dapat memicu

peningkatan minat berkunjung atau dengan menambahkan fasilitas-fasilitas lainnya sehingga wisatawan-wisatawan yang pernah datang dapat memiliki pengalaman yang baik dan merekomendasikan destinasi wisata Pantai Tikus Emas ke keluarga maupun kenalannya.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Zakky Fahma Auliya dan Imanda Firmantyas Putri Pertiwi (2019) dengan judul penelitian "*The Influence of Electronic Word of Mouth (E-wom) and Travel Motivation toward the Interest in Visiting Lombok, Gender as a Mediator*" dan hasil uji F variabel *travel motivation* menunjukkan bahwa hubungan antara motivasi wisata terhadap minat berkunjung ke Lombok memiliki pengaruh signifikan. Dan hasil penelitian ini didukung penelitian terdahulu oleh Anggraeni *et.al.*, (2019) dengan judul "Pengaruh *City Branding*, Motivasi Wisata, e-WOM, Cita Destinasi dan Daya Tarik Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Kabupaten Banyuwangi" menunjukkan hasil variable *City Branding*, Motivasi Wisata, e-WOM, Citra Destinasi dan Daya Tarik memiliki pengaruh signifikan terhadap variable Minat Berkunjung. Dibuktikan pada nilai F_{hitung} sebesar 11,132 dan nilai F_{tabel} sebesar 2,287, artinya nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.

Berdasarkan pemaparan diatas diketahui bahwa H_3 dapat diterima yang artinya *word of mouth* dan *travel motivation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung ke Pantai Tikus Emas.