

**PENGARUH MOTIVASI, FASILITAS DAN LOKASI TERHADAP  
KEPUTUSAN BERKUNJUNG (STUDI KASUS KEMIT *FOREST  
EDUCATION* DESA KARANGGEDANG KECAMATAN SIDAREJA  
KABUPATEN CILACAP)**



**SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk Memenuhi  
Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

**Disusun oleh:**

**SUJI TIKA ASTUTI (1817201244)**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN KEUANAGAN SYARIAH  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI  
PURWOKERTO**

**2022**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Suji Tika Astuti  
NIM : 1817201244  
Jenjang : S.1  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Syariah  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi : Pengaruh Motivasi, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Kasus Kemit *Forest Education* Desa Karanggedang Kecamatan Sidareja Kabupaten Cilacap)

Menyatakan bahwa naskah skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 26 Agustus 2022



Suji Tika Astuti  
NIM. 1817201244



LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH MOTIVASI, FASILITAS DAN LOKASI TERHADAP  
KEPUTUSAN BERKUNJUNG (STUDI KASUS KEMIT *FOREST EDUCATION*  
DESA KARANGGEDANG KECAMATAN SIDAREJA  
KABUPATEN CILACAP)**

Yang disusun oleh Saudara **Suji Tika Astuti NIM 1817201244** Program Studi **Ekonomi Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Rabu tanggal 14 September 2022** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Dr. Atabik, M.Ag  
NIP. 19651205 199305 1 004

Sekretaris Sidang/Penguji

Rina Heriyanti, S.S., M.Hum  
NIP. 19720828 199903 2 004

Pembimbing/Penguji

Yoiz Shofwa Shafrani, SP., M.Si.  
NIP. 19781231 200801 2 027

Purwokerto, 22 September 2022



Setujui/Mengesahkan  
Dekan

Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.  
NIP. 19730921 200212 1 004

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto  
di-  
Purwokerto.

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudara Suji Tika Astuti, NIM. 1817201244 yang berjudul:

**PENGARUH MOTIVASI, FASILITAS DAN LOKASI TERHADAP  
KEPUTUSAN BERKUNJUNG (STUDI KASUS KEMIT *FOREST  
EDUCATION* DESA KARANGGEDANG KECAMATAN SIDAREJA  
KABUPATEN CILACAP)**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diajukan dalam rangka memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syariah (S.E.)

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Purwokerto, 26 Agustus 2022

Pembimbing,



Yoiz Shofiya Shafrani, SP., M.Si  
NIP. 19781231 20801 2 027

**THE INFLUENCE OF MOTIVATION, FASILITIES AND LOCATION ON VISITING DECISIONS (CASE STUDY OF KEMIT FOREST EDUCATION KARANGGEDANG VILLAGE, SIDAREJA DISTRICT, CILACAP REGENCY)**  
**SUJI TIKA ASTUTI**  
**NIM. 1817201244**

Email: [sujitikaast@gmail.com](mailto:sujitikaast@gmail.com)

Department of Islamic Economics, Faculty of Islamic Economics and Business  
State Islamic University (UIN) Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto

**ABSTRACK**

*The tourism sector has a very good influence on economic development, especially tourist destination cities. The development of a tourist attraction cannot be separated from the decision to visit tourists. The decision to visit tourists is influenced by various factors including motivation, facilities and location. All three have an important role in improving tourist visiting decisions. The problem in this study is the influence of motivation, facilities and location on the decision to visit tourists at Kemit Forest Education attractions, either partially or simultaneously. The purpose of this this research is to find out the influence of motivation, facilities, and location on the decision to visit Kemit Forest Education.*

*This research belongs to the type of quantitative research with the visitor population of Kemit Forest Education. The number of samples used is 100 respondents. This research data is primary data collected through the questionnaire method. The data analysis technique used is spearman rank test, kendall's w and ordinal regression.*

*The results of this study indicate that: there is a positive and significant influence of the motivation variable on the decision to visit Kemit Forest Education, there is a positive and significant influence of the facility variable on the decision to visit Kemit Forest Education, there is no significant influence of the location variable on the decision to visit Kemit Forest Education.*

**Keywords: Motivation, Facilities, Location, Visit Decision**

**PENGARUH MOTIVASI, FASILITAS DAN LOKASI TERHADAP  
KEPUTUSAN BERKUNJUNG (STUDI KASUS KEMIT *FOREST  
EDUCATION* DESA KARANGGEDANG KECAMATAN SIDAREJA  
KABUPATEN CILACAP)  
SUJI TIKA ASTUTI  
NIM. 1817201244**

Email: [sujitikaast@gmail.com](mailto:sujitikaast@gmail.com)

Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto

**ABSTRAK**

Bidang pariwisata mempunyai pengaruh yang sangat baik dalam perkembangan ekonomi terutama kota-kota tujuan wisata. Berkembangnya suatu objek wisata tidak lepas dari keputusan berkunjung wisatawan. Keputusan berkunjung wisatawan dipengaruhi oleh berbagai faktor diantaranya adalah motivasi, fasilitas dan lokasi. Ketiganya memiliki peranan penting dalam meningkatkan keputusan berkunjung wisatawan. Permasalahan dalam penelitian ini adalah pengaruh motivasi, fasilitas dan lokasi terhadap keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Kemit *Forest Education* baik secara parsial maupun simultan. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh motivasi, fasilitas dan lokasi terhadap keputusan berkunjung ke Kemit *Forest Education*.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif dengan populasi pengunjung Kemit *Forest Education*. Jumlah sampel yang digunakan adalah 100 responden. Data penelitian ini merupakan data primer yang dikumpulkan melalui metode kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji rank spearman, kendall's w dan regresi ordinal.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: Terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel motivasi terhadap keputusan berkunjung ke Kemit *Forest Education*, terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel fasilitas terhadap keputusan berkunjung ke Kemit *Forest Education*, tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel lokasi terhadap keputusan berkunjung ke Kemit *Forest Education*.

**Kata kunci: Motivasi, Fasilitas, Lokasi, Keputusan Berkunjung**

## PEDOMAN TRANSLITERASI (ARAB LATIN)

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

### A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba`	B	Be
ت	ta`	T	Te
ث	sa	š	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	h	h	ha (dengan titik diatas)
خ	kha`	Kh	ha dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	za (dengan titik di atas)
ر	ra`	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	šad	š	es (dengan titik di bawah)

ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ta'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	za'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	‘	Koma terbalik diatas
غ	Gain	G	Ge
ف	fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	'el
م	Mim	M	'em
ن	Nun	N	'em
و	Waw	W	W
ه	ha`	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	ya`	Y	Ye

**Konsonan Rangkap karena Syaddah ditulis rangkap**

متعددة	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

***Ta'marbutah* di akhir kata Bila dimatikan tulis *h***



	تنسى	Ditulis	<i>Tansā</i>
3	Kasrah+ ya'mati	Ditulis	I
	كريم	Ditulis	<i>Karim</i>
4	Dammah + wawu mati	Ditulis	Ū
	فروض	Ditulis	<i>Furūd</i>

#### D. Vokal Rangkap

1	Fathah + ya'mati	Ditulis	Ai
	بينكم	Ditulis	<i>Bainakum</i>
2	Fathah + wawu mati	Ditulis	Au
	قول	Ditulis	<i>Qaul</i>

#### E. Vokal Pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan aposrof

أَنْتُمْ	Ditulis	<i>a'antum</i>
أَعَدتْ	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لَيْنِ شَكَرْتُمْ	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

#### F. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

القرآن	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
القياس	Ditulis	<i>al-Qiyās</i>

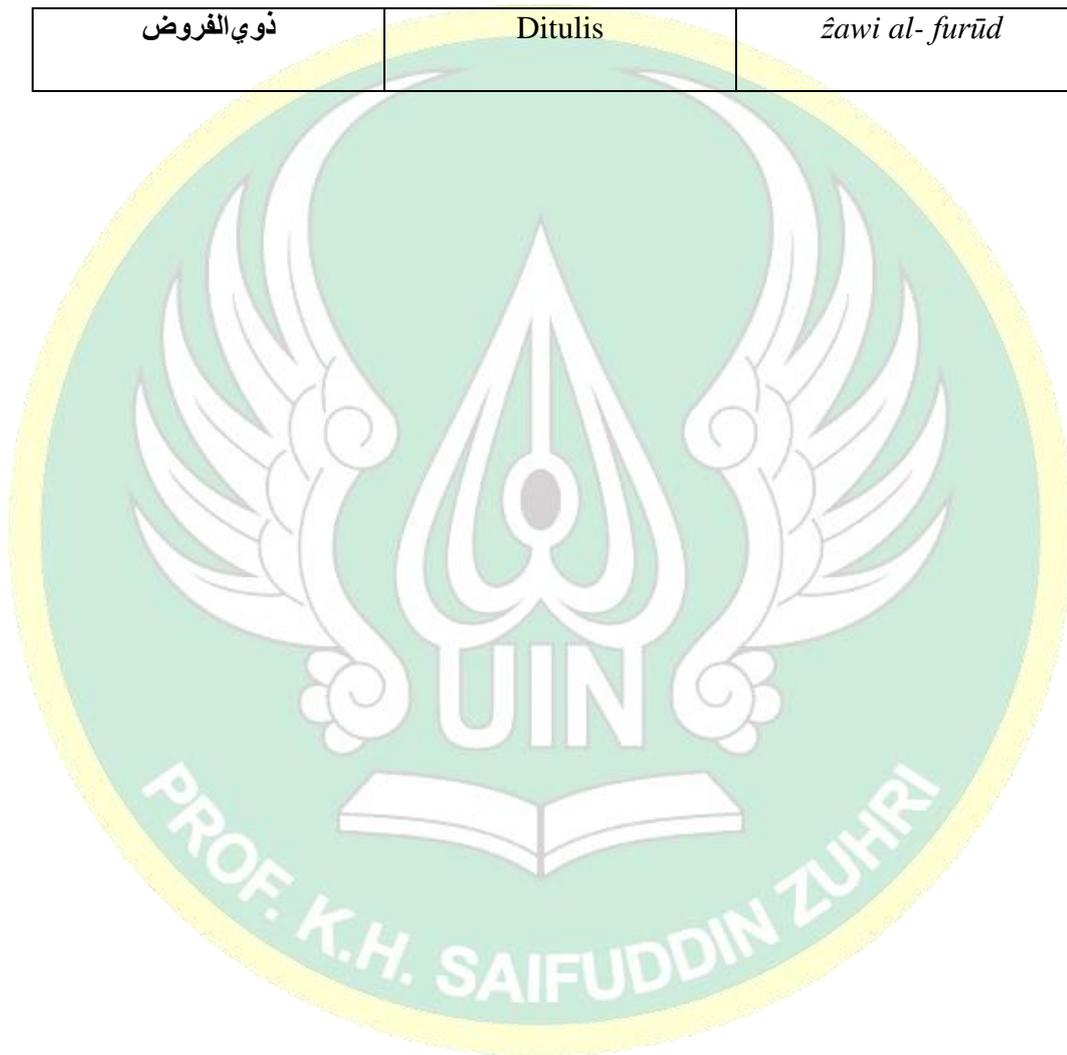
2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf / (el)nya.

السماء	Ditulis	<i>as-Samā</i>
الشمس	Ditulis	<i>al-Qiyās</i>

### G. Penulisan Kata-kata dari rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi dan pengucapannya

ذوي الفروض	Ditulis	<i>ẓawi al- furūd</i>
------------	---------	-----------------------



## MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(Al-Baqarah: 286)

“Semua dapat dicapai dengan kekuatan doa dan usaha”



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah Swt. yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Motivasi, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Kasus Kemit *Forest Education* Desa Karanggedang Kecamatan Sidareja Kabupaten Cilacap)”.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, dikarenakan keterbatasan dan kelemahan dari penulis. Namun, penulis berharap skripsi ini dapat berguna khususnya untuk penulis dan umumnya untuk pembaca.

Dengan adanya bimbingan, arahan serta motivasi yang telah diberikan oleh beberapa pihak, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Untuk itu, dengan kerendahan hati, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. K.H Moh. Roqib, M.Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Safuddin Zuhri Purwokerto.
2. Bapak Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Safuddin Zuhri Purwokerto.
3. Ibu Yoiz Shofwa Shafrani, SP., M.Si. selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Safuddin Zuhri Purwokerto serta pembimbing skripsi yang sangat sabar dalam membimbing penulis dan memberikan ilmu yang sangat bermanfaat kepada penulis dalam skripsi ini sehingga dapat terselesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Ibu Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.Si selaku Koordinator Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Safuddin Zuhri Purwokerto.
5. Bapak, Ibu Dosen, dan Staff Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Safuddin Zuhri Purwokerto, yang

telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama ini dan segala bantuan serta fasilitas yang diberikan.

6. Kedua orang tua tersayang Bapa Karsono dan Mama Etinah yang selalu mendoakan, memberikan semangat, dukungan juga kesempatan belajar sehingga tercapainya studi penulis.
7. Adik-adik tersayang Siti Nur Khofifah, Ayu Nur Janah dan Adinda Fatimah yang selalu memberikan semangat dan doa.
8. Sahabat-sahabat penulis Aryani Cahya Pertiwi, Mega Rizki Utami, Fitroh Purohmah, Aoliya Erfina, Anisa Khumaeroh, Shofy Ilmi Chasanah dan Nanda Aulia yang selalu mendengarkan keluh kesah, memberikan semangat dan masukan kepada penulis, saling *support* satu sama lain.
9. Teman-teman seperjuangan kelas Ekonomi Syariah F angkatan 2018.
10. Kepada seluruh pengurus objek wisata Kemit *Forest Education*.
11. Dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah Swt. membalas segala kebaikan kepada semua pihak yang telah turut serta membantu terselesaikannya skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberi manfaat khususnya bagi penulis, dan umumnya bagi para pembaca Aamiinyaarobbal'alamiin.

Purwokerto, 26 Agustus 2022



Suji Tika Astuti  
NIM. 1817201244

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA .....</b>	<b>vii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>xii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Manfaat Penelitian .....	8
E. Sistematika Pembahasan .....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Kajian Teori .....	11
B. Landasan Teologis .....	22
C. Kajian Pustaka .....	24
D. Hipotesis Penelitian .....	27
E. Kerangka Teori .....	29

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Jenis penelitian .....	30
B. Sumber data .....	30
C. Tempat dan waktu Penelitian .....	30
D. Populasi dan Sampel .....	30
E. Variabel Penelitian dan Indikator Penelitian .....	32
F. Pengumpulan data .....	34

### **BAB IV PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN**

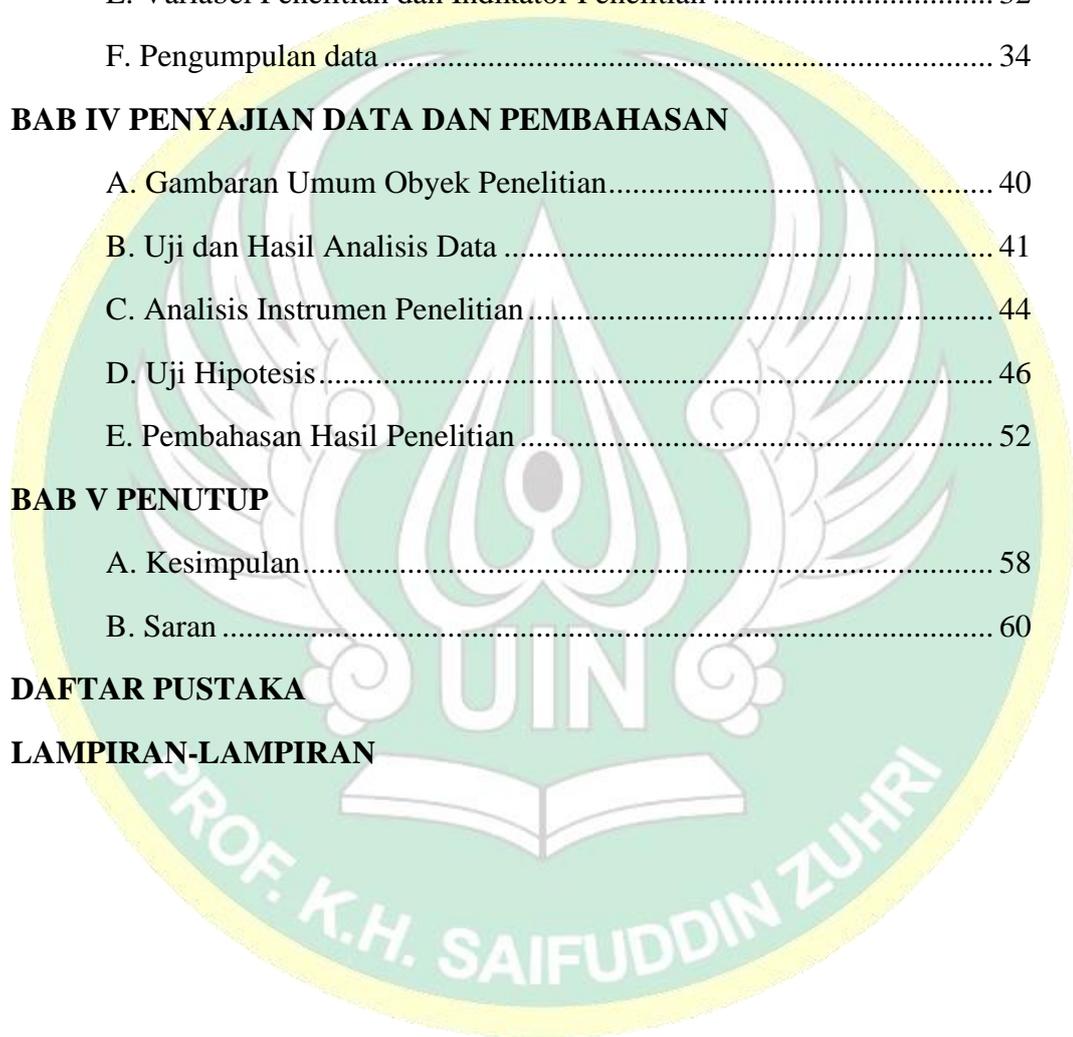
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	40
B. Uji dan Hasil Analisis Data .....	41
C. Analisis Instrumen Penelitian.....	44
D. Uji Hipotesis.....	46
E. Pembahasan Hasil Penelitian.....	52

### **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan.....	58
B. Saran .....	60

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN-LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Data pengunjung objek wisata Kemit <i>Forest Education</i> .....	5
Tabel 2 Penelitian terdahulu.....	24
Tabel 3 Variabel dan indikator penelitian .....	32
Tabel 4 Skala likert .....	35
Tabel 5 Hasil penyebaran kuesioner .....	42
Tabel 6 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	42
Tabel 7 Karakteristik responden berdasarkan usia.....	43
Tabel 8 Hasil uji validitas .....	44
Tabel 9 Hasil uji reliabilitas .....	45
Tabel 10 Pedoman interpretasi nilai koefisien korelasi .....	46
Tabel 11 Hasil uji <i>rank spearman</i> .....	46
Tabel 12 Hasil uji kendall's W.....	48
Tabel 13 Hasil <i>case prossesing summary</i> .....	49
Tabel 14 Hasil model <i>fitting information</i> .....	49
Tabel 15 Hasil <i>goodness of fit</i> .....	50
Tabel 16 Hasil <i>pseudo R-square</i> .....	50
Tabel 17 Hasil <i>parameter estimates</i> .....	51

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Penelitian .....	29
------------------------------------	----



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner penelitian
Lampiran 2	Data responden
Lampiran 3	Data pengujian
Lampiran 4	Uji validitas
Lampiran 5	Uji reliabilitas
Lampiran 6	Uji <i>rank Spearman</i>
Lampiran 7	Uji <i>kendall's W</i>
Lampiran 8	Uji <i>regresi ordinal</i>
Lampiran 9	Objek Wisata Kemit <i>Forest Education</i>
Lampiran 10	Surat permohonan izin riset individual
Lampiran 11	Surat keterangan lulus ujian seminar proposal
Lampiran 12	Surat keterangan lulus ujian komprehensif
Lampiran 13	Sertifikat BTA/PPI
Lampiran 14	Sertifikat KKN
Lampiran 15	Sertifikat PPI
Lampiran 16	Sertifikat Aplikom



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Indonesia merupakan negara berkembang yaitu negara yang sangat gigih mengembangkan bidang pariwisata. Selain mempunyai kekuatan yang sangat bagus seperti memiliki minyak bumi, gas alam dan lain-lain, Indonesia juga mempunyai kekuatan besar dalam mengembangkan potensi pariwisata. Pariwisata merupakan suatu perjalanan yang dilaksanakan sementara waktu dari suatu tempat ketempat lain dengan tujuan untuk tidak mencari nafkah ditempat yang dikunjungi tapi hanya semata untuk menikmati wisata (Munawati, 2018).

Bidang pariwisata mempunyai pengaruh yang sangat baik dalam perkembangan ekonomi terutama kota-kota tujuan wisata bahkan negara tersebut, karena bisa memberikan kesempatan kerja, kenaikan penghasilan, perubahan tingkatan hidup dan ketentraman. Indonesia merupakan salah satu negara tujuan wisata di dunia. Karena Indonesia memiliki wilayah yang cukup luas dan letaknya strategis. Indonesia juga memiliki tujuan wisata yang unik dan berbeda-beda di setiap wilayahnya. Berkembangnya suatu objek wisata tidak lepas dari keputusan berkunjung wisatawan karena objek wisata memiliki daya tarik tersendiri. (Tengku Putri Lindung Bulan, 2021)

Perkembangan suatu objek wisata dihasikan oleh suatu sistem pemasaran yang bagus, jelas dan terukur. Dalam mengembangkan suatu objek wisata, pemasaran sangatlah penting, karena pengembangan adalah adanya perubahan pada kondisi yang diterapkan. Tanpa adanya suatu pemasaran maka objek pariwisata tersebut tidak akan mengalami perkembangan yang baik (Andes Rahmat Fajrin, 2021). Strategi pemasaran menurut AMA (*American Marketing Association*) di tahun 2007 menekankan bahwa pemasaran merupakan kegiatan, mengkomunikasikan, menyampaikan, kebiasaan proses

menciptakan, dan mempertukarkan tawaran yang bernilai bagi pelanggan, masyarakat umum, klien dan mitra (Tjiptono,2019: 15). Strategi pemasaran pariwisata perlu dilaksanakan agar mampu meningkatkan minat juga kunjungan wisatawan. Menurut Ariyanto disebutkan bahwa ada beberapa faktor yang mendorong individu agar membeli suatu jasa atau berkunjung ke suatu objek wisata yaitu fasilitas, tarif, citra atau image, lokasi dan pelayanan (Utama, Pemasaran Pariwisata, 2017). Dilaksanakannya suatu strategi yang baik dapat meningkatkan jumlah individu yang datang untuk berwisata.

Menurut Suryabrata dalam (Mauludin, 2017) minat berkunjung adalah kecenderungan dalam diri seseorang untuk tertarik pada objek wisata. Keputusan berkunjung wisatawan dipengaruhi oleh berbagai faktor. Menurut Kotler perilaku di pengaruhi oleh empat faktor yaitu sosial, budaya, pribadi dan psikologis. Faktor yang mendominasi menurut para ahli yaitu faktor psikologis seperti faktor emosi selain faktor kebutuhan dasar atas konsumsi suatu produk dan faktor sosial. Faktor emosi merupakan bagian dari motivasi wisatawan.

Menurut Maslow dan Stanford dalam (Keller, 2009: 179) motivasi adalah keadaan yang mendorong wisatawan untuk mencapai tujuan mereka untuk menciptakan dorongan bagi diri mereka sendiri. Perilaku manusia dipengaruhi oleh kebutuhan, keinginan, kepuasan dan tujuan, baik dari luar lingkungan maupun diri sendiri (Utama, Pemasaran Pariwisata, 2017). Kebutuhan dan keinginan akan suatu barang atau jasa selalu ada di dalam diri seseorang, kebutuhan dan keinginan tersebut ada yang harus dipenuhi dan tidak terpenuhi. Produk dan jasa yang tidak terpenuhi akan menimbulkan ketegangan sehingga disaat kondisi tertentu ketegangan akan berubah menjadi hasrat yang dapat mendorong seseorang bertindak.

Faktor lainnya yang dapat mempengaruhi keputusan berkunjung adalah fasilitas. Menurut Tjiptono dan Candra dalam penelitian (Andes Rahmat Fajrin, 2021) fasilitas adalah bentuk fisik atau suasana yang

dibentuk oleh faktor dari luar dan dalam yang disiapkan perusahaan untuk menumbuhkan rasa nyaman dan aman konsumen. Fasilitas adalah suatu bentuk kebendaan yang digunakan untuk memberikan nilai suatu layanan jasa atau suatu produk. Dalam fasilitas layanan jasa ada hal yang harus diperhatikan yaitu: kerapian, kondisi dan fungsi fasilitas, kebersihan, kemudahan menggunakan fasilitas dan kelengkapan perlengkapan yang ditawarkan.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi keputusan berkunjung adalah lokasi. Menurut Kotler dan Keller dalam (Enny Mulyantari, 2020) lokasi merupakan semua aktivitas yang dijalankan suatu perusahaan agar produknya mudah diperoleh oleh sasaran atau pelanggan. Objek wisata wajib menentukan lokasi yang memiliki kekuatan untuk meningkatkan keputusan berkunjung. Menurut Manulang dalam penelitian (Endarwita, 2020) mengatakan bahwa memilih lokasi memerlukan pertimbangan yang matang agar pengunjung dapat memutuskan untuk melakukan pembelian, diantaranya sesuai dengan kriteria contohnya pusat kegiatan ekonomi yaitu, perbankan, pertokoan, perkantoran, hiburan dan lain sebagainya. Pengunjung selalu ingin membeli suatu produk atau jasa yang mudah dijangkau, dalam arti akses dan transportasi keluar masuk cepat biasanya berada di dekat jalan raya atau berada dipusat kota. Tentunya lokasi ini merupakan lokasi yang sangat strategis untuk menjual produk atau jasa. Untuk objek wisata Kemit Forest Education ini lokasinya sangat strategis berada didaerah perbukitan dengan udara yang sangat sejuk dan pengunjung akan dimanjakan dengan pemandangan yang ada disekitarnya dan lokasi wisata Kemit *Forest Education* ini tidak jauh dari pusat kota dan akses yang mudah dijangkau.

Jawa Tengah adalah suatu provinsi di Indonesia yang memiliki luas wilayah 3,25 juta hektar atau sekitar 25,04% dari luas Pulau Jawa dan terdiri dari 29 Kabupaten dan 6 Kota, Jawa Tengah memiliki potensi untuk pengembangan daerah tujuan wisata, karena Jawa Tengah memiliki letak yang sangat strategis yang berada di tengah-tengah Pulau Jawa. Jawa

Tengah merupakan salah satu provinsi yang memiliki banyak sekali daerah objek wisata berbasis alam, budaya dan buatan manusia yang mempunyai peluang untuk dikembangkan.

Kabupaten Cilacap merupakan suatu kabupaten di Provinsi Jawa Tengah yang mempunyai objek wisata yang sangat menarik perhatian dan mempunyai potensi wisata yang dapat digunakannya sebanyak-banyaknya. Pembangunan pariwisata bertujuan untuk mempromosikan keindahan alam, budaya dan adat istiadat yang tinggi dan bermacam-macam kepada bangsa lain. Kabupaten Cilacap berpotensi sebagai daerah tujuan wisata, hal ini terbukti dengan banyaknya kekayaan wisata yang dimiliki Kabupaten Cilacap serta keanekaragaman budaya yang tidak kalah menarik dengan wilayah-wilayah lain di Jawa Tengah, salah satu objek wisata di Kabupaten Cilacap yaitu Objek Wisata Kemit *Forest Education* (Gentur Jalungono, 2017).

Berdasarkan hasil wawancara kepada Ketua LMDH Desa Karanggedang Objek Wisata Kemit *Forest Education* adalah daerah wisata yang diketahui dengan berbagai tempat selfie dan wahana permainan yang terbuat dari bambu, kayu dan besi yang diletakkan diatas dataran tinggi. Sesuai dengan namanya keunggulan yang dimiliki Kemit *Forest Education* merupakan satu-satunya wisata alam yang memiliki label edukasi di Kabupaten Cilacap. Pada Tahun 2019 masuk dalam 10 Top destinasi wisata di Kabupaten Cilacap dan keunggulan lainnya yang dimiliki Kemit *Forest Education* dibandingkan dengan objek wisata lain yang ada di Kabupaten Cilacap yaitu lokasi Kemit *Forest Education* ini dipenuhi dengan banyak pohon pinus yang menjulang tinggi, udaranya yang segar dan pemandangan hijau yang sangat cocok untuk dinikmati bersama keluarga, terlebih lagi banyak spot foto kekinian dan banyak wahana yang hampir setiap bulannya bertambah.

Sejarah dibangunnya destinasi wisata Kemit *Forest Education* adalah banyaknya penilaian warga di Desa Karanggedang terhadap para pemuda yang menganggap kurang baik dengan adanya kekayaan alam

yang potensial untuk dikembangkan. Sejarah hutan pinus lainnya yaitu digunakan untuk aktivitas anak-anak yang tidak produktif. Selanjutnya para pemuda sekitar hutan pinus berusaha melakukan pembabatan hutan pinus kemudian mereka memprakarsai dan menjadikan daerah tersebut menjadi tempat wisata. Nama Kemit diambil dari nama lebah yang terdapat disekitar wana wisata ini. Sedangkan untuk *forest* yang diartikan hutan atau pelindung.

**Tabel. 1**

**Data Pengunjung Objek Wisata Kemit *Forest Education***

Tahun	Jumlah Pengunjung
2017	90.829
2018	148.606
2019	80.702
2020	71.761
2021	43.165

*Sumber: Buku Data Pengunjung Kemit Forest Education*

Berdasarkan isi tabel diatas menunjukkan bahwa jumlah pengunjung Kemit *Forest Education* pada tahun 2017-2021 mengalami naik turun atau disebut dengan fluktuatif. Tahun 2017 jumlah pengunjung sebanyak 90.829 orang. Ditahun 2018 mengalami peningkatan sebesar 57.777 orang dengan jumlah pengunjung sebesar 148.606 orang. Sedangkan ditahun 2019-2021 mengalami penurunan sebesar 67.904 orang, 8.941 orang, dan 28.596 orang dengan jumlah pengunjung sebesar 80.702 orang, 71.761 orang dan 43.165 orang. Peristiwa ini menandakan terjadinya naik turunnya jumlah pengunjung di setiap tahunnya. Hal ini dikarenakan objek wisata Kemit *Forest Education* terbilang baru dan perlu dilakukan pengembangan motivasi, fasilitas dan lokasi sehingga membuat objek wisata Kemit *Forest Education* banyak dikunjungi oleh pengunjung domestik dan mancanegara.

Motivasi wisatawan untuk berkunjung kesuatu tempat biasanya timbul karena adanya suatu dorongan atau ajakan dari teman maupun lingkungan sekitar. Sedangkan timbulnya suatu dorongan biasanya diakibatkan dengan adanya pandangan individu yang melihat begitu banyaknya individu yang tertarik mengunjungi atau mencoba suatu hal yang baru sehingga timbul rasa penasaran dan ingin turut mencoba. Pengaruh motivasi pada penelitian ini dianggap dapat terjadi oleh beberapa sebab objek wisata ini menawarkan pemandangan Desa Karanggedang serta menawarkan banyak spot foto yang menunjukkan tren kekinian. tiket masuk yang terjangkau hal ini dapat menjadi motivasi para pengunjung yang mencari kebutuhan wisata dengan harga yang terjangkau tetapi memberikan kepuasan pada wisatawan. Selain spot foto para wisatawan khususnya anak-anak juga dapat belajar mengenal alam. Didalam islam dijelaskan bahwa berjalanlah kamu ke segenap penjuru bumi dan perhatikanlah bukti-bukti sejarah yang ada, untuk dijadikan pelajaran bagaimana kesudahan dan akibat buruk yang dialami orang yang mendustakan para rasul setelah Allah meminta manusia tidak mengulangi dan larut dalam dosa, Seperti halnya dalam Al-Qur'an surat Ali Imran (3) ayat 137;

قَدْ خَلَتْ مِنْ قَبْلِكُمْ سُنَنٌ فَسِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الْمُكْذِبِينَ

Artinya;

*Sungguh, telah berlalu sebelum kamu sunnah-sunnah (Allah), karena itu berjalanlah kamu ke (segenap penjuru) bumi dan perhatikanlah bagai-mana kesudahan orang yang mendustakan (rasul-rasul).*

Lokasi wisata di Kecamatan Sidareja sangat mudah dijangkau. Akses menuju Kemit *Forest Education* terbilang cukup mudah, rute menuju tempat ini dari Kecamatan Sidareja langsung menuju pertigaan Wringinharjo dari pertigaan ambil kiri menuju ke Kecamatan Karangpucung sampai kepertigaan Ciotes. Dari pertigaan Ciotes ambil kearah kiri sudah sampai di Desa Karanggedang. Untuk saat ini jalur

menuju Kemit *Forest Education* sangat mudah dilalui karena sudah selesai dibangun kembali dengan bagus saat perjalanan pengunjung disuguhkan dengan pemandangan yang sangat bagus. Pengunjung dapat berwisata ke Kemit *Forest Education* kapan saja ketika berlibur di Kabupaten Cilacap, karena wisata alam yang ini dibuka setiap hari mulai dari jam 08.00-18.00 WIB. Untuk memasuki objek wisata ini pengunjung hanya mengeluarkan uang sebesar Rp 20.000 sudah termasuk parkir kendaraan.

Adanya suatu minat berkunjung tidak hanya karena keindahan objek wisatanya saja, melainkan dengan adanya fasilitas juga akan mempengaruhi. Wisatawan akan datang dan berkunjung kembali apabila tersedianya fasilitas yang dapat memenuhi kebutuhan selama menikmati daya tarik wisata tersebut. Dengan adanya fasilitas yang lengkap diharapkan membuat para wisatawan merasa nyaman dan memberikan kesan yang baik terhadap objek wisata yang dikunjungi.

Objek Wisata Kemit *Forest Education* mempunyai beberapa fasilitas dan pelayanan diantaranya tempat berfoto dengan latar pemandangan alam, area parkir kendaraan, kamar mandi/MCK, tempat duduk, mushola, gazebo, warung-warung yang ditata rapih oleh pengelola dan masyarakat, serta banyak wahana bermain seperti *playground*, terapi ikan, komedi putar, trampolin, *archery*, *outbound*, sepeda udara, *flying fox* dan masih banyak lagi.

Berdasarkan penjelasan diatas maka peneliti tertarik menyusun skripsi yang berjudul **“Pengaruh Motivasi, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Kasus Pengunjung Objek Wisata Kemit *Forest Education* Desa Karanggedang Kecamatan Sidareja Kabupaten Cilacap”**

## **B. Rumusan Masalah**

1. Apakah pengaruh motivasi terhadap keputusan berkunjung di Objek Wisata Kemit *Forest Education* Desa Karanggedang Kecamatan Sidareja Kabupaten Cilacap?

2. Apakah pengaruh fasilitas terhadap keputusan berkunjung di Objek Wisata Kemit *Forest Education* Desa Karanggedang Kecamatan Sidareja Kabupaten Cilacap?
3. Apakah pengaruh lokasi terhadap keputusan berkunjung di Objek Wisata Kemit *Forest Education* Desa Karanggedang Kecamatan Sidareja Kabupaten Cilacap?
4. Apakah pengaruh motivasi, fasilitas dan lokasi terhadap keputusan berkunjung Objek Wisata Kemit *Forest Education* Desa Karanggedang Kecamatan Sidareja Kabupaten Cilacap?

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh motivasi terhadap keputusan berkunjung di Objek Wisata Kemit *Forest Education* Desa Karanggedang Kecamatan Sidareja Kabupaten Cilacap.
2. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap keputusan berkunjung di Objek Wisata Kemit *Forest Education* Desa Karanggedang Kecamatan Sidareja Kabupaten Cilacap.
3. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan berkunjung di Objek Wisata Kemit *Forest Education* Desa Karanggedang Kecamatan Sidareja Kabupaten Cilacap.
4. Untuk mengetahui pengaruh motivasi, fasilitas dan lokasi terhadap keputusan berkunjung di Objek Wisata Kemit *Forest Education* Desa Karanggedang Kecamatan Sidareja Kabupaten Cilacap.

### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk berbagai pihak adalah:

1. Bagi Penulis, sebagai sarana mengetahui kedewasaan diri, pengetahuan dan wawasan serta dapat menerapkan teori yang didapatkan selama bangku kuliah.

2. Bagi Kemit *Forest Education*, sebagai sumbangan pemikiran serta bahan pertimbangan dalam melakukan suatu program-program yang akan dilakukan.
3. Bagi Akademik, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai refensi dan bahan kajian mengenai penelitian yang sejenis atau penelitian lanjutan.

#### **E. Sistematika Pembahasan**

Untuk mendapatkan gambaran yang jelas dalam skripsi ini, maka akan ditampilkan sistematika pembahasan. Berikut di bawah ini sistem pembahasannya yaitu:

BAB 1 Pendahuluan. Berisi tentang latar belakang masalah berisi gambaran problem (*theory gap*) antara teori (*das solen*) dengan fakta (*das sain*) rumusan masalah berisi ungkapan atas masalah atau pertanyaan aktif (*active question sentences*) tujuan penelitian berisi tentang kepentingan pragmatik (*problem solving*) manfaat penelitian berisi manfaat secara akademik dan secara umum atau praktis, sistematika pembahasan bagian ini menjelaskan isi pembahasan dalam penelitian dari bab pertama sampai bab terakhir.

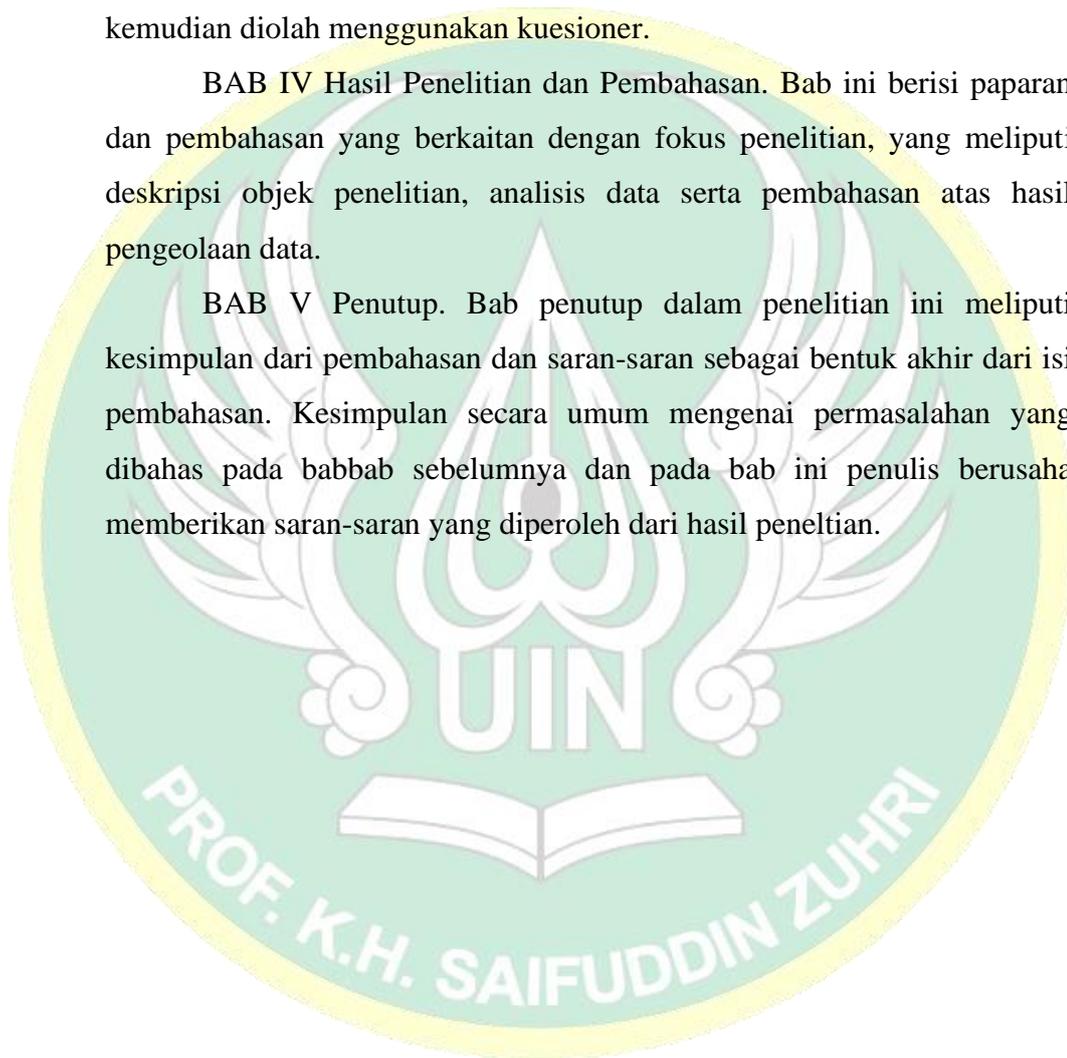
BAB II Landasan Teori. Dalam bab ini berisi tentang landasan teori yang berkaitan tentang variabel yang nantinya digunakan sebagai dasar untuk analisis penelitian, kajian pustaka berisi tentang telaah terhadap hasilhasil penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan objek yang dikaji, kerangka penelitian disajikan dalam bentuk bagan menjadi dasar pemikiran dalam penelitian, landasan teologis berisi ayat Al-Qur`an yang berkaitan dengan penelitian, hipotesis memberikan tujuan yang tegas bagi penelitian.

BAB III Metode Penelitian. Berisi penjelasan tentang jenis penelitian serta tempat dan waktu penelitian, dijelaskan tentang populasi dan sampel dari penelitian serta penjelasan bagaimana cara pengambilan sampel tersebut, variabel dan indikator penelitian didasarkan pada

kerangka teoritik dalam proposal, variabel dijelaskan disesuaikan dengan rumusan hipotesis, serta indikator penelitian berisi tentang turunan dari variabel yang diteliti (sesuai dengan teori), pengumpulan data penelitian berupa subjek dan objek penelitian dan sumber data penelitian, teknik pengumpulan data berupa kuesioner, observasi, dokumentasi dan wawancara, analisi data dilakukan setelah data dikumpulkan yang kemudian diolah menggunakan kuesioner.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan. Bab ini berisi paparan dan pembahasan yang berkaitan dengan fokus penelitian, yang meliputi deskripsi objek penelitian, analisis data serta pembahasan atas hasil pengeolaan data.

BAB V Penutup. Bab penutup dalam penelitian ini meliputi kesimpulan dari pembahasan dan saran-saran sebagai bentuk akhir dari isi pembahasan. Kesimpulan secara umum mengenai permasalahan yang dibahas pada bab sebelumnya dan pada bab ini penulis berusaha memberikan saran-saran yang diperoleh dari hasil penelitian.



## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Kajian Teori

##### 1. Pariwisata

Menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. Wisata adalah suatu aktivitas kunjungan yang dilaksanakan oleh seorang atau kumpulan orang dengan mendatangi lokasi tertentu dengan keinginan wisata, peningkatan seseorang atau mengamati keistimewaan wisata yang dikunjungi dalam batas waktu sementara. Sedangkan wisatawan (*tourist*) merujuk kepada orang. Secara umum wisatawan menjadi subset atau bagian dari *traveller* atau *visitor*. Untuk dapat disebut sebagai wisatawan, seseorang haruslah seorang *traveller* atau *visitor*. Seseorang *visitor* adalah seorang *traveller*. Traveller memiliki konsep yang lebih luas, yang dapat mengacu kepada orang yang mempunyai beragam peran dalam masyarakat yang melakukan kegiatan rutin ke tempat kerja, sekolah dan sebagainya sebagai aktivitas sehari-hari (Pitana 2009).

Pariwisata adalah aktivitas yang dilaksanakan oleh individu atau kumpulan individu secara berpindah-pindah dari satu tempat ke tempat lain secara berkali-kali untuk batas waktu tertentu dengan maksud untuk menikmati keindahan alam. (Revida, 2020). Menurut Pendit dalam (Utama, 2017: 145) jenis-jenis pariwisata dapat dibedakan menurut motif wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat sebagai berikut:

##### a. Wisata Budaya

Wisata budaya yaitu perjalanan yang dilakukan atas dasar keinginan untuk memperluas pandangan hidup seseorang dengan jalan mengadakan kunjungan atau peninjauan ketempat lain atau ke luar

negeri untuk mengetahui keadaan rakyat di suatu wilayah, mengetahui kebiasaan atau adat istiadat, cara hidup serta mempelajari budaya dan keseniannya. Seiring perjalanan serupa ini disatukan dengan kesempatan-kesempatan mengambil bagian dalam kegiatan-kegiatan budaya, seperti eksposisi seni (seni tari, seni drama, seni music dan seni suara) atau kegiatan yang bermotif kesejarahan dan sebagainya.

b. Wisata Maritim atau Bahari

Wisata maritima tau bahari banyak dikaitkan dengan kegiatan olahraga di air lebih-lebih di danau, pantai, teluk atau laut seperti memancing, berlayar, menyelam sambil melakukan pemotretan, kompetisi berselancar, balapan mendayung, melihat-lihat taman laut dengan pemandangan indah di bawah permukaan air serta berbagai rekreasi perairan yang banyak dilakukan di daerah-daerah atau negara-negara maritim seperti Pulau Seribu, Danau Toba dan Pantai Pulau Bali.

c. Wisata Cagar Alam

Wisata cagar alam biasanya dilakukan oleh para penggemar dan pencinta alam dalam kaitannya dengan kegemaran memotret binatang atau marga satwa atau pepohonan kembang beraneka warna yang memang mendapat perlindungan dari pemerintah dan masyarakat. Wisata ini banyak dikaitkan dengan dengan kegemaran akan keindahan alam, kesegaran hawa udara di pegunungan, keajaiban hidup binatang dan marga satwa yang langka serat tumbuh-tumbuhan yang jarang terdapat di tempat-tempat lain. Di Bali, wisata cagar alam yang telah berkembang seperti Taman Nasional Bali Barat dan Kebun Raya Eka Karya.

d. Wisata MICE

MICE diartikan sebagai wisata konvensi, dengan Batasan berupa usaha jasa konvensi, dengan batasan berupa usaha jasa konvensi, perjalanan insentif dan pameran merupakan usaha dengan kegiatan memberi jasa pelayanan bagi suatu pertemuan sekelompok

orang (negarawan, usahawan, cendekiawan dan lain sebagainya) untuk membahas masalah-masalah yang berkaitan dengan kepentingan bersama.

e. Wisata Agro

Filosofi argowisata adalah meningkatkan pendapatan kaum tani dan meningkatkan kualitas alam pedesaan menjadi hunian yang benar-benar dapat diharapkan sebagai hunian yang berkualitas, memberikan kesempatan masyarakat untuk belajar kehidupan pertanian yang menguntungkan ekosistemnya. Sementara agrowisata bagi wisatawan adalah mendidik wisatawan untuk memahami kehidupan nyata tentang pertanian dan memberikan pemahaman kepada wisatawan bahwa kehidupan bertani adalah pekerjaan yang amat mulia karena kehidupan manusia lainnya sangat tergantung pada pertanian.

f. Wisata Buru

Wisata buru banyak dilakukan di negeri-negeri yang memang memiliki daerah-daerah atau hutan tempat berburu yang dibenarkan oleh pemerintah dan digalakan oleh berbagai agen atau biro perjalanan. Wisata buru ini diatur dalam bentuk safari buru ke daerah atau hutan yang telah ditetapkan oleh pemerintah negara yang bersangkutan. Sedangkan di Indonesia pemerintah membuka wisata buru untuk daerah Baluran di Jawa Timur di mana wisatawan boleh menembak banteng atau babi hutan.

g. Wisata Ziarah

Wisata ziarah sedikit banyak dikaitkan dengan agama, sejarah, adat istiadat dan kepercayaan umat atau kelompok dalam masyarakat. Wisata ziarah banyak dilakukan oleh perorangan atau rombongan ke tempat-tempat suci seperti makam-makam orang besar atau pemimpin yang diagungkan, ke bukit atau gunung yang dianggap keramat, tempat pemakaman tokoh atau pemimpin sebagai manusia ajaib penuh legenda.

## 2. Keputusan Berkunjung

Keputusan berkunjung merupakan suatu ketetapan yang diambil oleh individu untuk melaksanakan kegiatan kunjungan suatu daerah wisata tertentu dengan tujuan meningkatkan kualitas diri, menghabiskan waktu luang, mempelajari tempat bersejarah dan mencari keunikan suatu daerah, sehingga menikmati suatu daya tarik wisata pada destinasi yang dikunjungi dalam jangka waktu tertentu.

Keputusan yang dilakukan oleh pengunjung yang berkaitan dengan berwisata adalah keputusan individu untuk mengunjungi suatu objek wisata. Keputusan wisatawan untuk memilih objek wisata pada dasarnya merupakan bentuk dari pengambilan keputusan (Kristiutami, 2017) .

Kaitannya dengan dunia pariwisata, keputusan pembelian diasumsikan sebagai keputusan berkunjung sehingga teori-teori mengenai keputusan pembelian juga digunakan dalam keputusan berkunjung. Keputusan pembelian merupakan kumpulan dari beberapa keputusan. Setiap keputusan pembelian mempunyai struktur sebanyak tujuh komponen, meliputi keputusan tentang jenis produk, keputusan tentang bentuk produk, keputusan tentang merek, keputusan tentang penjualan, keputusan tentang jumlah produk, keputusan tentang waktu pembelian dan keputusan tentang cara pembelian (Basu, 2000).

Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian menurut (Kotler, 2009):

### a. Faktor Budaya

Budaya merupakan penentu keinginan dan tingkah laku yang tercermin dari cara hidup, kebiasaan dan tradisi dalam permintaan akan barang dan jasa. Pada hal ini perilaku konsumen yang satunya akan berbeda-beda dengan konsumen lainnya karena tidak ada homogenitas dalam kebudayaan itu sendiri. Budaya merupakan faktor penentu keinginan dan perilaku seseorang paling mendasar. Dengan kata lain merupakan faktor paling utama dalam perilaku pengambilan keputusan dan perilaku pembelian.

b. Faktor Sosial

Pilihan produk amat dipengaruhi oleh kelompok kecil, keluarga, teman, peran dan status sosial konsumen. Faktor sosial merupakan sekelompok orang yang mampu mempengaruhi perilaku individu dalam melakukan suatu tindakan berdasarkan kebiasaan. Faktor sosial terdiri dari kelompok referensi, keluarga peranan dan status. Yang dimaksud kelompok referensi yaitu kelompok yang secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang. Para anggota keluarga juga dapat memberikan pengaruh yang kuat terhadap perilaku pembeli. Ada dua macam keluarga dalam kehidupan pembeli, yaitu keluarga sebagai sumber orientasi yang terdiri dari orang tua, dan keluarga sebagai sumber keturunan, yaitu pasangan suami istri dan anak-anaknya. Kedudukan seseorang dalam setiap kelompok dapat dijelaskan dalam pengertian peranan dan status. Setiap peran akan mempengaruhi perilaku pembelian seseorang.

c. Faktor Pribadi

Faktor pribadi dipengaruhi oleh karakteristik pribadi seperti umur dan tahap daur hidup, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup serta kepribadian konsumen. Hubungan faktor pribadi dengan keputusan pembelian yaitu faktor pribadi merupakan cara mengumpulkan dan mengelompokkan kekonsistenan reaksi seseorang individu terhadap situasi yang sedang terjadi. Perilaku seseorang dalam membeli sesuatu juga dipengaruhi oleh faktor-faktor kepribadian dari konsumen yang bersangkutan. Faktor pribadi menggabungkan antara tatanan psikologis dan pengaruh lingkungan.

d. Faktor psikologis

Seperangkat proses psikologis kombinasi dengan karakteristik konsumen tertentu dalam menghasilkan keputusan pembelian.<sup>6</sup> Hubungan faktor psikologis dengan keputusan pembelian ialah pilihan pembelian seseorang dipengaruhi oleh empat faktor psikologis utama yaitu motivasi, persepsi, pengetahuan, keyakinan dan sikap. Semakin

tinggi motivasi, persepsi, pengetahuan, keyakinan dan sikap seseorang terhadap suatu produk, maka semakin tinggi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian. Faktor psikologis merupakan cara yang digunakan untuk mengenali perasaan mereka, mengumpulkan dan menganalisis informasi, merumuskan pikiran dan pendapat dalam mengambil tindakan.

### 3. Motivasi

Motivasi adalah salah satu kunci untuk mengambil sebuah keputusan mengenai daerah tujuan wisata yang akan dikunjungi, calon wisatawan akan mempunyai pendapat pada daerah tujuan wisata yang memungkinkan, dimana pemahaman ini mampu dihasilkan oleh prasangka pribadi, pengalaman sebelumnya dan informasi yang dapat dikumpulkan. (Gys Dominggos Joshua Nendissa, 2018).

Jenis jenis motivasi menurut Crompton dalam (Elizabeth Kristina Jayadi, 2017) :

- a. Iklim adalah kebiasaan dan karakter cuaca yang terjadi di suatu tempat contohnya harapan berwisata untuk pindah ke iklim kering dan hangat setidaknya sementara waktu untuk menghindari musim dingin.
- b. Memanjakan diri yakni menghabiskan waktu untuk melaksanakan kegiatan yang diminati, contohnya kegiatan olah raga seperti bermain golf dan berenang. Kategori motivasi memanjakan diri termasuk motif untuk menghindari aktivitas sehari-hari yang membosankan.
- c. Pertualangan adalah suatu aktivitas yang baru. Pertualangan adalah pengalaman yang tak lazim, tetapi sifatnya menarik yang dilakukan individu secara langsung.
- d. Alasan pribadi contohnya seperti mengenang masa kecil dengan mengunjungi objek wisata agar dapat meningkatkan kedekatan dalam bersosialisasi dengan cara kegiatan berwisata.
- e. Motif memberikan pengetahuan dengan melakukan perjalanan wisata seperti mengunjungi tempat bersejarah. Kunjungan yang dilakukan

akan membuahakan pengalaman dan informasi yang lengkap dari lokasi yang telah dikunjungi wisatawan.

Motivasi dalam hubungannya dengan pariwisata menurut Yoeti dalam (Utama, 2017: 111) pengunjung melakukan kunjungan terdorong karena adanya berbagai motivasi. Beberapa motivasi alasan mengapa pengunjung melakukan kunjungan, yaitu:

- a. Pendidikan dan kebudayaan yang berisi tentang keinginan melihat bagaimana warga negara lain bertindak dan bagaimana model hidupnya, ingin melihat perkembangan yang telah diperoleh negara lain, ingin mengunjungi lokasi bersejarah, melihat kesenian rakyat, pameran, keindahan alam, untuk memperoleh perhatian dan kreasi baru, untuk ikut serta dalam kegiatan kesenian dan kebudayaan.
- b. Petualangan yang berisi tentang melepaskan diri dari aktivitas sehari-hari, bertujuan dengan melihat daerah baru, masyarakat luar dan untuk memperoleh pengetahuan, untuk memanfaatkan waktu yang ada atau untuk mendapatkan kesenangan.
- c. Kesehatan dan rekreasi yang bertujuan untuk rehat dan mengganti kekuatan setelah bekerja dan menghapus ketegangan pikiran, melatih diri dan ikut serta dalam kompetisi olahraga seperti olimpiade, untuk memulihkan tubuh dari suatu penyakit tertentu, melakukan kunjungan untuk menghabiskan waktu luang.
- d. Keluarga, negara asal dan tempat tinggal yang terdiri dari untuk mengunjungi lokasi di mana mereka dilahirkan, untuk mengunjungi daerah yang mereka pernah tinggali, untuk mengunjungi keluarga dan teman, untuk pertemuan keluarga atau teman dalam acara hajatan.
- e. Bisnis, sosial politik dan konferensi yang terdiri dari untuk melihat suatu pameran, pameran dagang dan karya wisata, mendatangi perlombaan, seminar, konferensi dan pertemuan lainnya, mengikuti kunjungan kerja sama, untuk mengikuti kegiatan sosial.

- f. Persaingan dan hadiah yang terdiri dari, untuk menunjukkan kepada orang lain bahwa yang berkaitan juga bisa melakukan kunjungan wisata, untuk mencukupi tujuan supaya bisa menceritakan negeri lain pada suatu kesempatan tertentu supaya tidak ditunjuk sebagai orang yang kuno, melaksanakan hadiah yang diberikan seseorang.

Faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi individu untuk berkunjung ke objek wisata.

a. Faktor Pendorong (*push factors*)

Faktor yang mendorong seseorang untuk berwisata adalah ingin terlepas (meskipun hanya sejenak) dari kehidupan yang rutin setiap hari, lingkungan yang tercemar, kecepatan lalu lintas dan hiruk pikuk kesibukan di kota. Menurut Ryan dalam (Pitana, 1995) faktor pendorong melakukan perjalanan diantaranya sebagai berikut:

1. *Escape*, ingin melepaskan diri dari lingkungan atau kejenuhan dari pekerjaan sehari-hari.
2. *Relaxation*, keinginan untuk penyegaran yang juga berkaitan dengan motivasi untuk *escape*.
3. *Play*, ingin menikmati kegembiraan.
4. *Strengthening Family Bands*, ingin mempererat hubungan kekerabatan.
5. *Prestige*, untuk menunjukkan gengsi.
6. *Sosial Interaction*, untuk dapat melakukan interaksi sosial.
7. *Romance*, keinginan untuk bertemu dengan orang-orang yang bisa memberikan suasana romantis.
8. *Educational Opportunity*, keinginan untuk melihat sesuatu yang baru.
9. *Self Fulfillment*, keinginan untuk menemukan diri sendiri.
10. *Wish-Fulfillment*, keinginan untuk merealisasikan mimpi mimpi.

b. Faktor Penarik (*pull factors*)

Faktor ini berkaitan dengan adanya atraksi wisata di daerah atau di tempat tujuan wisata. Faktor penarik ini berasal dari suatu objek wisata, antara lain: keunikan, keindahan, panorama alam dan kesejukan cuaca atau iklim. Sedangkan menurut (Jackson, 1989) faktor penarik seseorang untuk melakukan perjalanan wisata, antara lain:

1. *Location Climate*, adalah suasana iklim lokasi daerah yang akan dikunjungi.
2. *National Promotion*, adalah promosi yang dilakukan oleh daerah ataupun negara tujuannya untuk menawarkan wisata-wisata yang unik yang berbeda dengan wisata di tempat lain.
3. *Retail Advertising*, adalah penawaran paket wisata yang dilakukan secara eceran dengan iklan. Misalnya, membuat paket wisata dengan menentukan dengan kehendak sendiri lokasi yang ingin dituju.
4. *Wholesale Marketing*, adalah tawaran paket wisata yang disediakan oleh penyedia jasa dan tidak dapat mengubah lagi lokasi yang dituju.
5. *Special Events*, adalah sebuah even yang dimiliki dan dilaksanakan oleh sebuah daerah ataupun negara.
6. *Incentive Schemes*, skema insentif yang diberikan oleh perusahaan.
7. *Visiting Friends*, yaitu mengunjungi suatu daerah dengan bertujuan untuk mengunjungi teman yang berdomisili di daerah tersebut.
8. *Visiting Relatives*, adalah mengunjungi suatu daerah dengan tujuan mengunjungi keluarga atau relative yang tinggal disana. Juga untuk mempererat hubungan kekeluargaan.
9. *Tourist Attractions*, adalah atraksi-atraksi yang terdapat di tempat kawasan wisata.

10. *Culture*, adalah keberadaan yang dimiliki oleh sebuah daerah maupun negara yang bersifat unik dan khas.

11. *Naturan Environment And Man Made Environment*, adalah suasana lingkungan yang dimiliki oleh kawasan wisata baik yang alami ataupun buatan manusia

#### 4. Fasilitas

Fasilitas adalah jasa pelayanan yang disediakan oleh suatu objek wisata untuk mendukung kegiatan wisatawan yang berkunjung di suatu objek wisata. Objek wisata harus mempunyai fasilitas yang memadai dan memenuhi standar pelayanan agar bisa memuaskan pengunjung dan bisa menarik wisatawan lebih banyak lagi.

Menurut Summeng, fasilitas adalah sesuatu hal yang sangat penting dalam suatu objek wisata agar dapat memajukan pariwisata. Banyak ditemui wisatawan berkunjung ke suatu tempat karena tertarik oleh kemudahan-kemudahan yang bisa didapatkan melalui fasilitas. Menurut Sumayang menyebutkan ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam menyediakan fasilitas yaitu:

- a. Kerapian, kelengkapan dan kebersihan fasilitas yang diberikan.
- b. Fungsi dan kondisi fasilitas yang diberikan.
- c. Kemudahan dalam menggunakan fasilitas yang diberikan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi fasilitas menurut Fandy Tjiptono yaitu:

- a. Sifat dan tujuan organisasi

Sifat sebuah jasa sering kali menentukan berbagai persyaratan desainnya, misalkan desain rumah sakit harus mempertimbangkan ventilasi yang memadai, ruang peralatan medis yang representatif, ruang tunggu pasien yang nyaman (dilengkapi TV, terdapat cukup tempat untuk berbaring), kamar pasien yang nyaman, ruang dokter dan kamar praktek yang dapat menjamin privasi.

- b. Ketersediaan Tanah

Sebuah perusahaan jasa yang membutuhkan tanah untuk mendirikan lokasi fasilitasnya harus memperhatikan kemampuan finansialnya, peraturan pemerintah yang berkaitan dengan kepemilikan tanah, dan lain-lain.

c. *Fleksibilitas*

*Fleksibilitas* desain sangat dibutuhkan jika volume permintaan sering berubah dan jika spesifikasi jasa cepat berkembang. Kondisi ini mengakibatkan fasilitas jasa harus bisa disesuaikan dengan mudah dan memperhitungkan pada kemungkinan perkembangan usaha dimasa mendatang.

d. Faktor *Estetis*

Fasilitas jasa yang tertata secara rapi, menarik juga estetis akan mampu meningkatkan sikap positif pelanggan terhadap sebuah jasa.

e. Masyarakat dan Lingkungan Sekitar

Masyarakat terutama pengamat masalah sosial, lingkungan hidup dan lingkungan disekitar, fasilitas jasa memiliki peranan penting dan berpengaruh besar terhadap perusahaan.

f. Biaya Konstruksi dan Operasi

Kedua jenis biaya ini memiliki pengaruh terhadap desain fasilitas. Biaya konstruksi dipengaruhi oleh jumlah dan jenis bahan bangunan yang digunakan.

5. Lokasi

Menurut Kotler dan Armstrong lokasi merupakan tempat terjadinya suatu perusahaan dalam membuat produk yang ditawarkan pada sasaran. Menurut Lupoyadi dalam penelitian (Rahayu, 2021) dinyatakan bahwa lokasi berarti berhubungan dengan dimana perusahaan harus melakukan operasi. Lokasi seringkali menentukan kesuksesan suatu jasa, karena lokasi erat kaitannya dengan pasar potensial suatu perusahaan. Lokasi juga berpengaruh terhadap dimensi-dimensi strategik seperti *fleksibilitas*, *competitive positioning*, manajemen permintaan, dan fokus.

Fleksibilitas suatu lokasi merupakan ukuran sejauh mana suatu jasa dapat bereaksi terhadap situasi ekonomi yang berubah. Karena keputusan pemilihan lokasi berkaitan dengan komitmen jangka panjang terhadap aspek-aspek yang sifatnya kapital insentif, maka suatu perusahaan jasa haruslah benar-benar mempertimbangkan dan menyeleksi lokasi yang responsif terhadap perubahan-perubahan ekonomi, demografis, budaya, dan persaingan dimasa mendatang. *Competitive Positioning* adalah metode-metode yang digunakan agar perusahaan dapat mengembangkan posisi relatifnya dibandingkan para pesaing. Manajemen permintaan merupakan kemampuan penyediaan jasa untuk mengendalikan kuantitas, kualitas, dan timing permintaan.

Menurut Tjiptono terdapat beberapa faktor dalam memilih lokasi diantaranya:

- a. Jalan masuk adalah keringanan menuju lokasi objek wisata.
- b. Lalu lintas (*traffic*), banyaknya orang berlalu Lalang bisa memberikan harapan besar terhadap keinginan seseorang untuk membeli produk dalam jumlah banyak kepadatan lalu-lintas bisa juga menjadi hambatan.
- c. Daerah objek wisata yang bisa dilihat dari jalan utama dan adanya petunjuk jalan menuju lokasi objek wisata.
- d. Tempat parkir yang aman, luas dan terjamin keamanannya.
- e. Keadaan lingkungan objek wisata seperti kebersihan dan kenyamanan.

## **B. Landasan Teologis**

Di dalam Al-Qur'an terdapat banyak isyarat untuk melakukan aktifitas pariwisata. Pariwisata sebagai salah satu sektor yang mendatangkan pendapatan individu, masyarakat serta devisa negara. Menurut Arifin dalam (Fadhil Surur, 2020) wisata dalam konteks Islam memiliki tujuan utama yaitu untuk mengenal Tuhan. Allah Swt mengisyaratkan dalam berbagai ayat Al-Quran agar manusia melakukan perjalanan di atas bumi dan memikirkan berbagai fenomena dan penciptaan alam. Seperti yang terdapat dalam Q.S Al-an'am ayat 11 yaitu:

قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ ثُمَّ أَنْظِرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الْمُكَذِّبِينَ

Artinya: “*Berjalanlah di muka bumi, kemudian perhatikanlah bagaimana kesudahan orang-orang yang mendustakan itu*”

Ayat ini menjelaskan bahwasanya Allah SWT menyuruh Nabi Muhammad untuk mengatakan kepada kaumnya agar mereka mengembara di atas bumi ini dan mendatangi tempat dimana orang-orang yang menduga para Nabi itu dibinasakan. Sebab, dengan pengembaraan itu mereka dapat menyaksikan sendiri tempat-tempat bersejarah agar menjadi bahan renungan bagi mereka, mengapa bangsa-bangsa terdahulu itu sampai binasa padahal mereka termasuk bangsa yang perkasa dan berkuasa. Sesudah itu hendaklah mereka melihat kepada diri mereka sendiri dan membandingkannya dengan umat-umat yang telah tiada (Departemen Agama, 2010).

Didalam Al-Qur’an juga dijelaskan tentang fasilitas yang baik dalam surat Al-Imran ayat 159 yang berbunyi sebagai berikut:

فَمَا رَحْمَةً مِنَ اللَّهِ لَيْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya: “*Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawarah dengan mereka dalam urusan itu, kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepadaNya*”.

Dari ayat di atas dapat dijelaskan bahwa jika kamu berperilaku kasar kepada orang lain maka orang lain akan lari dari kamu tetapi jika kamu berperilaku lemah lembut orang lain akan datang kepada kamu. Pada penelitian objek wisata Kemit *Forest Education* terdapat fasilitas yang baik dimana pengelola Kemit *Forest Education* adalah orang-orang yang berperilaku lemah lembut menjadikan wisatawan ingin berkunjung ke objek wisata Kemit *Forest Education*.

### C. Kajian Pustaka

Dalam penulisan skripsi ini peneliti mengambil beberapa referensi dari buku, skripsi, jurnal, dan lain sebagainya. Hal ini dilakukan oleh peneliti untuk memperoleh dan menggali informasi yang lebih dalam dan detail tentang topik penelitian yang diteliti. Sebelum peneliti membahas lebih lanjut mengenai pengaruh motivasi, fasilitas dan lokasi terhadap keputusan berkunjung ke Kemit *Forest Education*, peneliti menelusuri beberapa penelitian terdahulu yang berhubungan dengan variabel tersebut, yaitu sebagai berikut:

**Tabel. 2**  
**Penelitian Terdahulu**

Nama Peneliti dan Judul Peneliti	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
Galang Jalu Tanaya, N. Rachma, Alfian Budi Primanto (2020), "Pengaruh Motivasi Wisata Dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung di Museum Angkut Batu (Studi kasus Pada Mahasiswa FEB Universitas Malang Angkatan 2016)"	- Motivasi Wisata ( $X_1$ ) - Citra Destinasi ( $X_2$ ) - Keputusan Berkunjung (Y)	- Motivasi wisata dan citra destinasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung ke Museum Angkut Batu baik secara parsial maupun secara bersamaan.	- Variable independen pada penelitian Galang Jalu Tanaya, N. Rachma, Alfian Budi Primanto terdapat citra destinasi sedangkan pada penelitian ini terdapat lokasi dan fasilitas - Tempat penelitian
Novita Putri Diantanti, Isya Asrori (2021).	- Lokasi ( $X_1$ ) - Keputusan	- Hasil menunjukkan bahwa nilai t hitung	- Variabel independen pada penelitian Novita

<p>“Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan (Studi Kasus Objek Wisata Hutan Pinus Loji Lereng Kelud)”</p>	<p>Berkunjung (Y)</p>	<p>lebih besar dari t tabel sehingga dapat dikatakan bahwasannya lokasi berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan.</p>	<p>Putri Diantanti dan Isya Asrori hanya lokasi sedangkan pada penelitian ini terdapat motivasi dan fasilitas.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tempat penelitian</li> </ul>
<p>Nurbaeti, Myrza Rahmanita, Heny Ratnaningtyas, Amrullah (2021), “Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Harga dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Danau Cipondoh Kota Tangerang”.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Daya Tarik Wisata (X<sub>1</sub>)</li> <li>- Aksesibilitas (X<sub>2</sub>)</li> <li>- Harga (X<sub>3</sub>)</li> <li>- Fasilitas (X<sub>4</sub>)</li> <li>- Minat Berkunjung (Y)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hasil penelitian secara parsial daya tarik wisata, aksesibilitas, harga dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Variabel independent pada penelitian Nurbaeti, Myrza Rahmanita, Heni Ratnaningtyas, Amrullah terdapat daya tarik wisata, aksesibilitas, harga dan</li> <li>- Variable dependen minat berkunjung</li> <li>- Tempat penelitian</li> </ul>
<p>Sherly Meiliana, Yudhiet Fajar Dewantara (2020), “Pengaruh Motivasi dan Layanan Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Nusantara ke Museum Sumpah Pemuda”</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Motivasi (X<sub>1</sub>)</li> <li>- Layanan (X<sub>2</sub>)</li> <li>- Keputusan Berkunjung (Y)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa motivasi dan layanan mempunyai hubungan yang positif terhadap keputusan berkunjung</li> <li>- hasil uji t menunjukkan bahwa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Variabel independen pada penelitian Sherly Meiliana, Yudhiet Fajar Dewantara terdapat layanan</li> <li>- Tempat penelitian</li> </ul>

		<p>motivasi dan layanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berkunjung dan</p> <p>- hasil uji F menunjukkan bahwa motivasi dan layanan mempunyai pengaruh secara simultan terhadap keputusan berkunjung, dimana hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa motivasi dan layanan berpengaruh terhadap keputusan berkunjung sebesar 66,9%.</p>	
<p>Triana Sari, Ari Pradhanawati, Robetmi Jumpakita Pinem (2021), "Pengaruh Fasilitas, <i>Electronic Word Of Mouth</i> Dan <i>Destination Image</i> Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Pada</p>	<p>- Fasilitas (X<sub>1</sub>)  - <i>Electronic Word Of Mouth</i> (E-Wom) (X<sub>2</sub>)  - <i>Destination Image</i> (X<sub>3</sub>)  - Keputusan</p>	<p>- Hasil menunjukkan bahwa fasilitas, <i>electronic word of mouth</i>, <i>destination image</i> secara positif dan signifikan berpengaruh kepada keputusan</p>	<p>- Variabel independent pada penelitian Triana Sari, Ari Pradhanawati, Robetmi Jumpakita Pinem terdapat <i>Electronic Word Of Mouth</i> (E-WOM) dan <i>Destination Image</i></p>

<p><i>Pengunjung Objek Wisata Pantai Suwuk Kebumen)</i>”</p>	<p>Berkunjung (Y)</p>	<p>berkunjung - Dapat disimpulkan bahwa semakin baik fasilitas, <i>electronic word of mouth</i> dan <i>destination image</i> akan meningkatkan keputusan berkunjung.</p>	<p>- Tempat penelitian</p>
--	-----------------------	--	----------------------------

#### D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan suatu dugaan sementara yang kebenarannya perlu diuji. Hipotesis dapat dipahami dengan suatu pernyataan alternatif tentang hubungan antara beberapa variabel. Berdasarkan rumusan masalah yang telah dibuat maka dihasilkan hipotesis sebagai berikut:

##### 1. Keterkaitan antara motivasi dengan keputusan berkunjung

Motivasi muncul karena adanya tujuan yang ingin dicapai serta kebutuhan yang belum terpenuhi. Motivasi adalah kekuatan yang menjadi pendorong dalam diri individu untuk memaksanya melakukan suatu tindakan. Setiap pengunjung memiliki motivasi berbeda yang berpengaruh terhadap keputusan berkunjung. Penelitian yang dilakukan oleh (Rivi Avandi, 2017) menunjukkan bahwa motivasi 16,6% mempengaruhi keputusan berkunjung dan 83,4% dipengaruhi oleh faktor lain. Dan dalam penelitian yang dilakukan oleh (Tengku Putri Lindung Bulan, 2021) menunjukkan hasil penelitian hasil uji F dan uji t bahwa motivasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Dengan demikian didapat dugaan sementara yaitu:

$H_1$  – Motivasi berpengaruh terhadap keputusan berkunjung

$H_0$  – Motivasi tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung

##### 2. Keterkaitan antara fasilitas dengan keputusan berkunjung

Fasilitas merupakan suatu pelengkap lokasi wisata yang dibutuhkan untuk memenuhi keinginan dari wisatawan yang sedang menikmati perjalanan wisata (Sarim, 2017). Penelitian yang dilakukan (Elex Sarmigi, 2021) menunjukkan hasil dari pengujian hipotesis, maka diketahui variabel fasilitas berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung baik secara simultan maupun parsial. Dengan demikian didapat dugaan sementara yaitu:

$H_2$  – Fasilitas berpengaruh terhadap keputusan berkunjung

$H_0$  – Fasilitas tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung

### 3. Keterkaitan antara lokasi dengan keputusan berkunjung

Lokasi adalah suatu posisi yang telah ditentukan oleh perusahaan sehingga dapat dijangkau oleh konsumen. Lokasi yang strategis yaitu lokasi yang dapat tercapai oleh konsumen dan memberikan berbagai kemudahan bagi konsumen dalam memenuhi kebutuhannya (Nurlia, 2020) dan dalam penelitian yang dilakukan (Novita Putri Dianti, 2021) menunjukkan hasil bahwa nilai  $t$  hitung 2,204 dan  $t$  tabel 1,66 dihitung dari nilai sig two-tailed adalah 5% (0,05) maka diambil kesimpulan nilai  $T$  hitung mendapatkan hasil lebih besar dari nilai  $T$  tabel, sehingga dapat dikatakan bahwa lokasi memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Atau pada nilai  $H_a$  diterima karena  $T$  hitung lebih besar dari nilai  $T$  tabel dan  $H_0$  ditolak karena nilai  $T$  tabel tidak lebih besar dari nilai  $T$  hitung. Kesimpulan pada penelitian ini adalah bahwa lokasi memiliki pengaruh terhadap keputusan mengunjungi objek wisata.

$H_3$  – Lokasi berpengaruh terhadap keputusan berkunjung

$H_0$  – Lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung.

### 4. Keterkaitan antara motivasi, fasilitas dan lokasi terhadap keputusan berkunjung

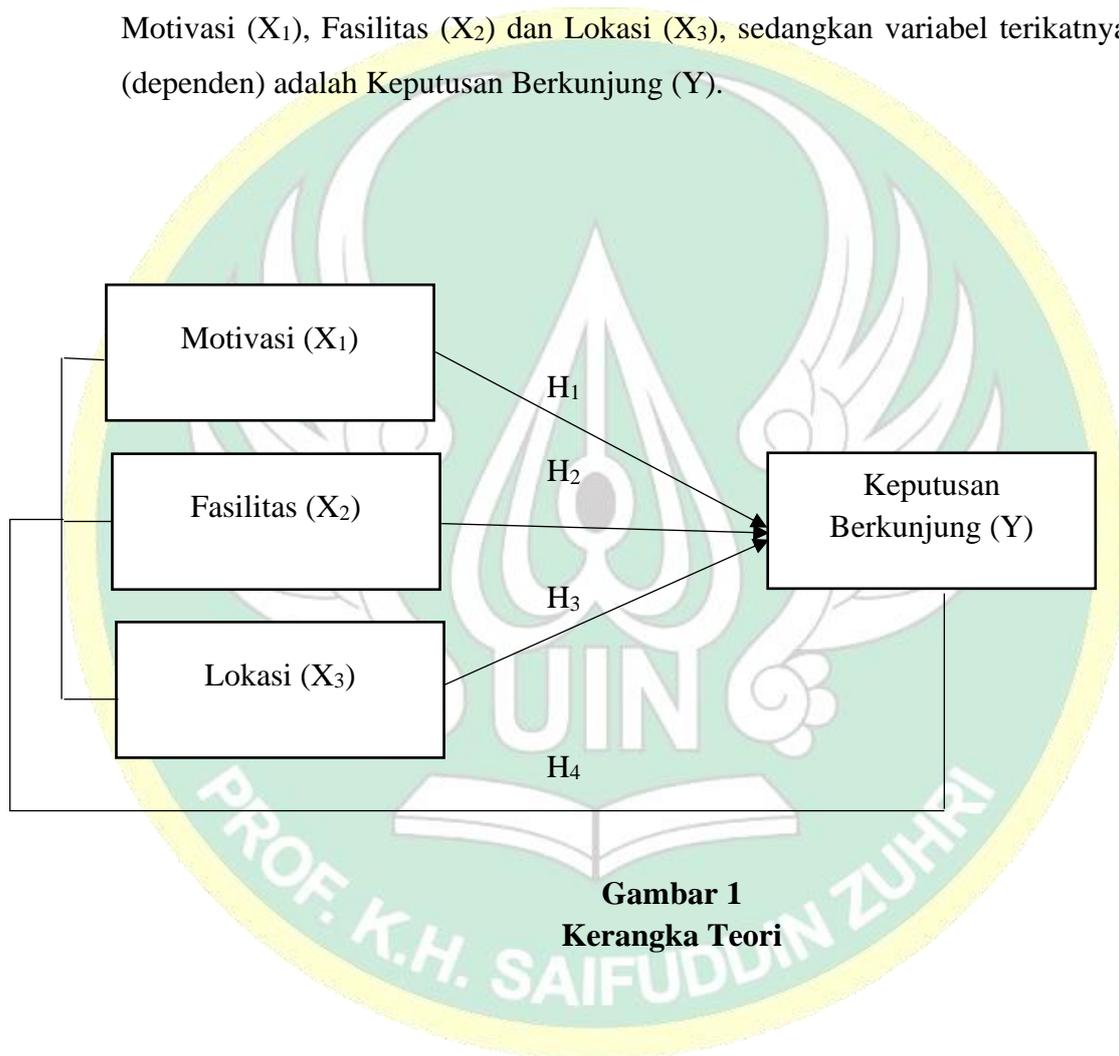
Dalam penelitian (Sherly Meiliana, 2020), (Triana Sari, 2021), (Novita Putri Diantanti, 2021) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung.

$H_4$  – Motivasi, fasilitas dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan berkunjung

$H_0$  – Motivasi, fasilitas dan lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung.

### E. Kerangka Teori

Penelitian ini menggunakan 3 variabel bebas (independen) yaitu Motivasi ( $X_1$ ), Fasilitas ( $X_2$ ) dan Lokasi ( $X_3$ ), sedangkan variabel terikatnya (dependen) adalah Keputusan Berkunjung ( $Y$ ).



**Gambar 1**  
**Kerangka Teori**

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan jenis pendekatan penelitian lapangan. Penelitian lapangan (*field research*) adalah sebuah penelitian dengan pengumpulan datanya dilakukan di lapangan untuk melaksanakan pengamatan terhadap suatu tanda atau ciri dalam suatu keadaan alamiah. Artinya penelitian ini digunakan untuk memantau data-data yang ada di lapangan yang signifikan dengan permasalahan yang diangkat oleh peneliti. Sehingga peneliti akan menghasilkan data-data sesuai dengan lapangan sesuai dengan pengaruh motivasi, fasilitas dan lokasi terhadap keputusan berkunjung di objek wisata Kemit *Forest Education*.

#### **B. Sumber Data**

Sumber data primer dan sekunder, sumber data primer dari penelitian ini yaitu data yang diperoleh secara langsung dari pengunjung objek wisata Kemit *Forest Education*. Sedangkan data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari buku, dokumentasi dan media yang berkaitan dengan penelitian penulis.

#### **C. Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini akan dilakukan di objek wisata Kemit *Forest Education* Desa Karanggedang Kecamatan Sidareja Kabupaten Cilacap pada tanggal 29 Januari-Agustus 2022

#### **D. Populasi dan Sampel Penelitian**

##### **1. Populasi**

Populasi merupakan daerah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang memiliki karakteristik dan kualitas yang ditekankan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2015: 80). Berdasarkan pendapat tersebut populasi yang

diambil peneliti yaitu pengunjung objek wisata Kemit *Forest Education*.

## 2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari karakteristik dan jumlah yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2015: 80). Pengambilan sampel ini dilakukan dengan teknik *probability sampling*. *Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono, 2015: 80). Dalam penelitian ini digunakan teknik *simple random sampling* dikatakan *simple* atau sederhana karena karena pengambilan sampel dari anggota populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.

Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow (Lemeshow, 1997: 2) karena jumlah populasi tidak diketahui. Maka digunakan rumus Lemeshow berikut rumusnya:

$$n = \frac{Z^2 1 - \alpha / 2 P (1 - P)}{d^2}$$

Keterangan:

n : Jumlah sampel

Z : Skor Z pada kepercayaan 97% = 1,96

P : Maksimal estimasi

d : alpha (0,1) atau sampling error = 10%

Melalui rumus diatas, maka jumlah sampel yang akan diambil adalah:

$$n = \frac{Z^2 1 - \alpha / 2 P (1 - P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 1 - 0,5 (1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan rumus tersebut maka  $n$  yang didapatkan adalah 96,04 = 100 orang sehingga pada penelitian ini setidaknya peneliti harus mengambil data dari sampel sekurang-kurangnya sejumlah 100 orang.

### E. Variabel dan Indikator Penelitian

**Tabel. 3**  
**Variabel dan Indikator Penelitian**

<b>Variabel Dependent</b>	<b>Definisi Operasional</b>	<b>Indikator</b>
Keputusan Berkunjung (Y)	Keputusan yang dilakukan oleh pengunjung yang adalah keputusan wisatawan untuk berkunjung ke suatu objek wisata. Keputusan wisatawan untuk memilih objek wisata pada intinya merupakan bentuk dari pengambilan keputusan (Kristiutami, 2017) .	Menurut Anjar hari dalam penelitian (Sugeng Riyadi, 2021) indikator keputusan berkunjung yaitu <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Informasi</li> <li>2. Promosi melalui iklan</li> <li>3. Persepsi destinasi</li> <li>4. Keyakinan</li> <li>5. Kesesuaian keinginan</li> <li>6. Kepuasan</li> <li>7. Merekomendasikan ke orang lain</li> </ol>
<b>Variabel Independent</b>	<b>Definisi Operasional</b>	<b>Indikator</b>
Motivasi (X <sub>1</sub> )	Menurut Kolter &	Menurut Kolter & Keller dalam

	<p>Keller, motivasi merupakan kebutuhan yang mampu mendorong seseorang untuk bertindak. Motivasi timbul atas dasar dorongan konsumen untuk memenuhi kebutuhannya (Muksin, 2018).</p>	<p>penelitian (Muksin, 2018) indikator motivasi yaitu:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fisik</li> <li>2. Sosial</li> <li>3. Fantasi</li> </ol>
Fasilitas (X <sub>2</sub> )	<p>Fasilitas merupakan suatu pelengkap lokasi wisata yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan dari wisatawan yang sedang menikmati perjalanan wisata. (Sarim, 2017)</p>	<p>Menurut Sumayang dalam (Sugeng Riyadi, 2021) indikator fasilitas terdiri dari;</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kebersihan</li> <li>2. Kerapian fasilitas yang diajukan</li> <li>3. Kelengkapan</li> <li>4. Fungsi dan kondisi fasilitas yang akan diajukan</li> </ol>
Lokasi (X <sub>3</sub> )	<p>Menurut Kotler dan Keller lokasi adalah semua aktivitas yang dijalankan oleh suatu perusahaan agar produknya mudah diperoleh oleh sasaran atau pelanggan (Enny</p>	<p>Menurut Tjiptono dalam penelitian (Meyta Salsa Hardina, 2021) indikator lokasi terdiri dari:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Akses adalah keringangan menuju lokasi obyek wisata yang terdiri dari: daerah yang mudah diketahui,</li> </ol>

	Mulyantari, 2020).	<p>kondisi jalan yang menuju ke lokasi, waktu yang ditempuh pada saat menuju lokasi.</p> <p>2. Lalu-lintas (<i>traffic</i>), banyaknya orang yang berlalu lalang bisa memberikan harapan besar terhadap keinginan seseorang untuk membeli produk dalam jumlah banyak, kepadatan dan kemacetan lalu-lintas juga bisa menjadi hambatan.</p> <p>3. Daerah wisata yang bisa dilihat dari jalan utama dan adanya petunjuk jalan menuju lokasi wisata.</p> <p>4. Tempat parkir yang keamanannya terjamin</p> <p>5. Keadaan lingkungan sekitar seperti kenyamanan dan kebersihan lingkungan.</p>
--	--------------------	---

## F. Pengumpulan Data

### 1. Teknik Pengumpulan Data

#### a. Wawancara

Menurut Krisyanto wawancara adalah dialog antara pewawancara dengan narasumber, pewawancara adalah individu

yang berharap mendapatkan suatu informasi dan narasumber adalah individu yang diperkirakan mempunyai informasi penting tentang suatu objek. Dalam pelaksanaan suatu wawancara dilakukan secara langsung kepada narasumber yang dituju. Teknik pengumpulan data melalui wawancara ini bertujuan untuk mengetahui informasi yang tidak bisa dijawab melalui kuisisioner seperti apa yang mendasari seseorang melakukan wisata ke Kemit *Fores Education* dan lain sebagainya yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

b. Kuesioner

Menurut Nazir kuesioner adalah sebuah sesi pertanyaan yang secara valid berhubungan dengan masalah penelitian dan di setiap pertanyaan merupakan jawaban yang memiliki arti dalam menguji hipotesis. Daftar pertanyaan bersifat terbuka jika jawaban tidak ditentukan sebelumnya dan bersifat tertutup apabila jawaban telah ditentukan atau telah disediakan. Kuisisioner ditujukan kepada pengunjung objek wisata Kemit *Forest Education*.

**Tabel. 4**  
**Skala Likert**

Skor	Jawaban
1	Sangat tidak setuju
2	Tidak setuju
3	Ragu-ragu
4	Setuju
5	Sangat setuju

c. Observasi

Menurut Sutrisno Hadi dalam (Sugiyono, 2015: 80) menyatakan bahwa observasi merupakan proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Teknik pengumpulan data

dengan observasi digunakan bila penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.

## 2. Uji Instrumen Penelitian

### a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan agar mengetahui apakah kuesioner yang diajukan dapat digunakan atau tidak. Sebuah kuesioner dikatakan valid atau dapat digunakan apabila kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang hendak diuji oleh kuisisioner tersebut. Indikator dalam kuisisioner dapat dikatakan valid apabila nilai  $r$  hitung hasilnya lebih besar dari  $r$  tabel.

### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat yang digunakan untuk mengukur konsistensi kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel apabila jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten dari waktu ke waktu nilai *cronbach alpha* diatas 0,6 dikatakan reliabel.

## 3. Analisis Data

### a. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji *Rank Spearman*, *Kendall's W test* (Konkordansi Kendall) dan regresi ordinal. Kedua alat analisis ini digunakan karena data dalam penelitian merupakan data ordinal. Uji hipotesis dilakukan dengan mengetahui hipotesis nol ( $H_0$ ) dan hipotesis alternatif ( $H_1$ ) sebagai berikut:

a)  $H_0$  = Motivasi tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung pada objek wisata Kemit *Forest Education*

$H_1$  = Motivasi berpengaruh terhadap keputusan berkunjung pada objek wisata Kemit *Forest Education*

b)  $H_0$  = Fasilitas tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung pada objek wisata Kemit *Forest Education*

$H_1$  = Fasilitas berpengaruh terhadap keputusan berkunjung pada objek wisata Kemit *Forest Education*

c)  $H_0$  = Lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung pada objek wisata Kemit *Forest Education*

$H_1$  = Lokasi berpengaruh terhadap keputusan berkunjung pada objek wisata Kemit *Forest Education*

d)  $H_0$  = Motivasi, Fasilitas, Lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung pada objek wisata Kemit *Forest Education*

$H_4$  = Motivasi, Fasilitas, Lokasi berpengaruh terhadap keputusan berkunjung pada objek wisata Kemit *Forest Education*

#### 1) Rank Spearman

Korelasi rank spearman berfungsi untuk mencari korelasi antara 3 variabel (hubungan *bivariate*) di mana ketiga variabel yang dikorelasikan berskala ordinal sehingga memungkinkan untuk diberi jenjang (*ranking*). Pengukuran ini dapat menjelaskan hubungan antara beberapa kelompok data yang telah diberi tingkat. Rumus korelasi rank spearman:

$$\rho = 1 - \frac{6 \sum_{i=1}^N di^2}{N^2 - N}$$

Keterangan:

$\rho$  = Koefisien korelasi rank spearman

N = Jumlah Sampel

$di^2$  = Perbedaan antara ranking pada X dan Y yang telah dikuadratkan

#### 2) *Kendall's W* (Konkordansi Kendall)

Uji konkordansi kendall digunakan untuk mengetahui seberapa besar korelasi variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, untuk mengetahui korelasi antara motivasi, fasilitas dan lokasi terhadap minat berkunjung

pada objek wisata Kemit *Forest Education*. Prinsip dalam uji ini adalah untuk mengetahui keselarasan dari subyek dalam menilai objek tertentu. Keselarasan (konkordansi) memiliki nilai seperti korelasi yaitu 0 sampai dengan 1, jika 0 maka berarti responden sama sekali tidak selaras satu dengan yang lainnya dalam menilai suatu atribut, dan jika 1 maka semua responden sangat selaras dalam menilai suatu atribut. Pada umumnya, nilai konkordansi lebih dari 0,5 dianggap memiliki tingkat keselarasan yang cukup tinggi. Adapun rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$W = \frac{S}{\frac{1}{12}k^2(N^3 - N)}$$

Keterangan:

W: Koefisien korelasi Konkordansi Kendall

S: Jumlah kuadrat deviasi observasi dari mean  $R_j$

k: Banyaknya himpunan ranking penjenjang

N: banyak individu yang diberikan ranking

### 3) Uji Regresi Ordinal

Analisis regresi ordinal merupakan salah satu model statistika yang menggambarkan suatu hubungan antara variabel respon atau variabel terikat (Y) dengan lebih dari satu variabel prediktor atau variabel bebas (X), dengan variabel respon lebih dari dua kategori serta skala pengukuran yang bersifat tingkatan. Teknik analisis regresi ordinal ini digunakan untuk mengetahui hubungan variabel prediktor yaitu motivasi, fasilitas dan lokasi dengan variabel respon yaitu keputusan berkunjung pada Kemit *Forest Education*. Analisis regresi ordinal ini dapat dilihat menggunakan persamaan matematika seperti berikut :

$$\text{Logit}(p_1) = \frac{p_1}{1-p_1} = \alpha_1 + \beta x$$

$$\text{Logit}(p_1 + p_2) = \frac{p_1+p_2}{1-p_1-p_2} = \alpha_1 + \beta x$$

$$\text{Logit } (p_1 + p_2 + \dots + p_k) = \frac{p_1 + p_2 + \dots + p_k}{1 - p_1 - p_2 - \dots - p_k} = \alpha_1 + \beta x$$

Keterangan:

- $p_1$  = Probabilitas rendah  
 $p_1 + p_2$  = Probabilitas sedang  
 $p_1 + p_2 + p_3$  = Probabilitas tinggi



## BAB IV

### PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Objek Wisata Kemit *Forest Education* adalah daerah wisata yang diketahui dengan berbagai tempat selfie dan wahana permainan yang terbuat dari bambu, kayu dan besi yang diletakkan diatas dataran tinggi. Sesuai dengan namanya keunggulan yang dimiliki Kemit *Forest Education* merupakan satu-satunya wisata alam yang memiliki label edukasi di Kabupaten Cilacap. Pada Tahun 2019 masuk dalam 10 Top destinasi wisata di Kabupaten Cilacap dan keunggulan lainnya yang dimiliki Kemit *Forest Education* dibandingkan dengan objek wisata lain yang ada di Kabupaten Cilacap yaitu lokasi Kemit *Forest Education* ini dipenuhi dengan banyak pohon pinus yang menjulang tinggi, udaranya yang segar dan pemandangan hijau yang sangat cocok untuk dinikmati bersama keluarga, terlebih lagi banyak spot foto kekinian dan banyak wahana yang hampir setiap bulannya bertambah.

Dibangunnya destinasi wisata Kemit *Forest Education* adalah banyaknya penilaian warga di Desa Karanggedang terhadap para pemuda yang menganggap kurang baik dengan adanya kekayaan alam yang potensial untuk dikembangkan. Sejarah hutan pinus lainnya yaitu digunakan untuk aktivitas anak-anak yang tidak produktif. Selanjutnya para pemuda sekitar hutan pinus berusaha melakukan pembabatan hutan pinus kemudian mereka memprakarsai dan menjadikan daerah tersebut menjadi tempat wisata. Nama Kemit diambil dari nama lebah yang terdapat disekitar wana wisata ini. Sedangkan untuk *forest* yang diartikan hutan atau pelindung. Desember tahun 2016 Kemit *Forest Education* dibuka pertama kali untuk uji coba. Pada saat itu kondisi wisata masih sangat sederhana, hanya tersedia spot foto yang terbuat dari bambu, kemudian kondisi jalan yang rusak, sumber air yang susah, dan keamanan yang kurang. Kemudian pada tanggal 15 Agustus 2017, CV. *Masterbee*

Indonesia hadir dan tergerak untuk memberikan pembaruan terkait wahana permainan yang ada di Kemit Forest Education dengan harapan ada pemberdayaan masyarakat disana.

Lokasi wisata di Kecamatan Sidareja sangat mudah dijangkau. Akses menuju Kemit *Forest Education* terbilang cukup mudah, rute menuju tempat ini dari Kecamatan Sidareja langsung menuju pertigaan Wringinharjo dari pertigaan ambil kiri menuju ke Kecamatan Karangpucung sampai ke pertigaan Ciotes. Dari pertigaan Ciotes ambil ke arah kiri sudah sampai di Desa Karanggedang. Untuk saat ini jalur menuju Kemit *Forest Education* sangat mudah dilalui karena sudah selesai dibangun kembali dengan bagus saat perjalanan pengunjung disuguhkan dengan pemandangan yang sangat bagus. Pengunjung dapat berwisata ke Kemit *Forest Education* kapan saja ketika berlibur di Kabupaten Cilacap, karena wisata alam yang ini dibuka setiap hari mulai dari jam 08.00-18.00 WIB. Untuk memasuki objek wisata ini pengunjung hanya mengeluarkan uang sebesar Rp 20.000 sudah termasuk parkir kendaraan.

Objek Wisata Kemit Forest Education mempunyai beberapa fasilitas dan pelayanan diantaranya tempat berfoto dengan latar pemandangan alam, area parkir kendaraan, kamar mandi/MCK, tempat duduk, mushola, gazebo, warung-warung yang ditata rapih oleh pengelola dan masyarakat, serta banyak wahana bermain seperti *playground*, terapi ikan, komedi putar, trampolin, *archery*, *outbound*, sepeda udara, *flying fox* dan masih banyak lagi.

## **B. Uji dan Hasil Analisis Data**

### **1. Hasil Penyebaran Kuesioner**

Kuesioner dalam penelitian ini disebarakan melalui *google form* dan penyebaran secara langsung dimana respondennya yaitu pengunjung Kemit *Forest Education*. Dari hasil penyebaran tersebut, berikut hasil respondennya:

**Tabel. 5**  
**Hasil Penyebaran Kuesioner**

<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah</b>
Kuesioner yang diterima	100
Kuesioner memenuhi syarat	100
Kuesioner tidak memenuhi syarat	0

Sumber: data penelitian

## 2. Karakteristik Responden

Pada penelitian ini, respondennya adalah 100 orang. Respondennya yaitu pengunjung Objek Wisata Kemit *Forest Education*. Dalam penelitian ini, metode pengambilan sampel yang digunakan *probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono, Metode Penelitian , 2015). Jenis *probability sampling* yang digunakan adalah *simple random sampling* dikatakan *simple* atau sederhana karena karena pengambilan sampel dari anggota populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Artinya, semua pengunjung objek wisata Kemit Forest Education yang melakukan kunjungan diambil secara acak.

### a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Hasil pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel. 6**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

<b>No</b>	<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Presentase</b>
1	Laki-laki	24	24%
2	Perempuan	76	76%
Jumlah		100	100%

Sumber: Hasil data kuesioner

Tabel. 4 menjelaskan responden dengan jenis kelamin laki-laki jumlahnya 24 sama dengan 24% dan sisanya merupakan

perempuan dengan jumlah 76 yaitu sama dengan 76%. Maka dapat disimpulkan bahwasannya pengunjung yang memiliki jenis kelamin perempuan sangat mendominasi dalam keputusan berkunjung dibandingkan dengan pengunjung laki-laki.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Hasil pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel. 7**

**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

No	Usia	Jumlah	Presentase
1	15-19	11	11%
2	20-24	76	76%
3	25-29	6	6%
4	30-34	3	3%
5	35-39	2	2%
6	45-49	1	1%
7	50-54	1	1%
Jumlah		100	100%

Sumber: Hasil data kuesioner

Table. 5 menjelaskan responden yang memiliki usia 15-19 tahun jumlahnya 11 yaitu sama dengan 11%, responden yang memiliki usia 20-24 tahun jumlahnya 76 yaitu sama dengan 76%, responden yang memiliki usia 25-29 tahun jumlahnya 6 yaitu sama dengan 6%, responden yang memiliki usia 30-34 tahun jumlahnya 3 yaitu sama dengan 3%, responden yang memiliki usia 35-39 tahun jumlahnya 2 yaitu sama dengan 2%, responden yang memiliki usia 45-49 tahun jumlahnya 1 yaitu sama dengan 1%, responden yang memiliki usia 50-54 tahun jumlahnya 1 yaitu sama dengan 1%. Maka dapat disimpulkan bahwa pengunjung pada rentan usia 20-23 tahun mendominasi keputusan berkunjung.

### C. Analisis Instrumen Penelitian

#### 1. Hasil Uji Validitas

Uji validitas adalah sebuah alat untuk mengukur data sampai dinyatakan valid jika “benar-benar benar” (Suliyanto, 2018). Apabila  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka pertanyaannya dinyatakan valid. Apabila tidak,  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel, pertanyaannya tidak valid. Uji validitas pada penelitian ini dimaksudkan untuk menentukan besarnya  $r$  tabel dengan rumus  $df = N-2$  sehingga diperoleh  $df = 100-2 = 98$ . Maka nilai  $r$  tabelnya adalah 0,1654. Hasil uji validitas pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel. 8**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel	Item	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
Motivasi	X1.1	0,754	0,1654	Valid
	X1.2	0,793	0,1654	Valid
	X1.3	0,705	0,1654	Valid
Fasilitas	X2.1	0,674	0,1654	Valid
	X2.2	0,884	0,1654	Valid
	X2.3	0,884	0,1654	Valid
	X2.4	0,725	0,1654	Valid
	X2.5	0,728	0,1654	Valid
Lokasi	X3.1	0,782	0,1654	Valid
	X3.2	0,729	0,1654	Valid
	X3.3	0,681	0,1654	Valid
	X3.4	0,688	0,1654	Valid
	X3.5	0,666	0,1654	Valid
	X3.6	0,712	0,1654	Valid
	X3.7	0,756	0,1654	Valid
Keputusan Berkunjung	Y1	0,529	0,1654	Valid

Y2	0,833	0,1654	Valid
Y3	0,706	0,1654	Valid
Y4	0,879	0,1654	Valid
Y5	0,803	0,1654	Valid

## 2. Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas yaitu alat yang digunakan sebagai alat untuk menguji alat ukur apakah alat tersebut konsisten dengan pengukuran berulang dan juga reliabel. Menurut Suliyanto (2018), instrumen dikatakan reliabel apabila di atas 0,60 dan tidak reliabel apabila di bawah 0,60. Hasil uji reliabilitas variabel penelitian adalah sebagai berikut:

**Tabel. 9**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

<b>Variable</b>	<b>Nilai <i>Cronback Alpha</i></b>	<b>Standar Nilai <i>Cronback Alpha</i></b>	<b>Keterangan</b>
Motivasi	0,604	>0,60	Reliabel
Fasilitas	0,840	>0,60	Reliabel
Lokasi	0,837	>0,60	Reliabel
Keputusan Berkunjung	0,792	>0,60	Reliabel

Sumber: Pengolahan data primer

Hasil dari tabel diatas dapat diketahui bahwa *Cronback Alpha* memiliki variabel motivasi sebesar 0,604, variabel fasilitas sebesar 0,840, variabel lokasi sebesar 0,837, variabel keputusan berkunjung sebesar 0,792. Nilai ini lebih besar dari nilai *cronback alpha* sebesar 0,60 atau rhitung > 0,60. Dari sini kita dapat menyimpulkan bahwa semua peralatan penelitian dianggap dapat diandalkan dan mendekati kenyataan untuk mendapatkan data yang konsisten.

## D. Uji Hipotesis

### 1. Rank Spearman

Korelasi *rank spearman* akan memberikan informasi mengenai interaksi antara variabel dependen pada penelitian, menggunakan dasar pengambilan keputusan:

- Apabila nilai sig. (dua-tailed) > 0,05 maka H0 diterima
- Apabila nilai sig. (dua-tailed) < 0,05 maka H0 ditolak

Sedangkan untuk melihat taraf kerapatannya maka kualifikasi yang digunakan:

**Tabel. 10**  
**Pedoman Interpretasi Nilai Koefisien Korelasi**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,19	Sangat lemah
0,20 – 0,39	Lemah
0,40 – 0,59	Sedang
0,60 – 0,79	Kuat
0,80 – 0,99	Sangat kuat
1,00	Sempurna

**Tabel. 11**  
**Hasil Uji Rank Spearman**

#### Correlations

			Motivasi	Fasilitas	Lokasi	KeputusanBer- kunjung
Spearman's rho	Motivasi	Correlation Coefficient	1.000	.560**	.756**	.636**
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.000
		N	100	100	100	100
	Fasilitas	Correlation Coefficient	.560**	1.000	.715**	.551**
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.000
		N	100	100	100	100
	Lokasi	Correlation Coefficient	.756**	.715**	1.000	.553**
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.000
		N	100	100	100	100
	KeputusanBer- kunjung	Correlation Coefficient	.636**	.551**	.553**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.
		N	100	100	100	100

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

Sumber: Hasil pengolahan data primer

Berdasarkan tabel diatas dapat diartikan sebagai berikut:

1. Hipotesis 1

Nilai sig. (*2-tailed*) variabel motivasi ( $X_1$ ) menyimpulkan bahwa  $0,000 < 0,05$  H1 diterima dan H0 ditolak. Hal ini berarti terdapat hubungan yang signifikan antara motivasi ( $X_1$ ) dengan keputusan berkunjung (Y). Tingkat keeratan hubungan kedua variabel sebesar 0,636 yang berarti terdapat hubungan yang kuat. Angka tersebut bernilai positif sehingga memiliki hubungan satu arah, artinya semakin besar motivasi ( $X_1$ ) maka keputusan berkunjung juga akan semakin tinggi (Y).

2. Hipotesis 2

Nilai sig. (*2-tailed*) variabel fasilitas ( $X_2$ ) menyimpulkan bahwa  $0,000 < 0,05$  H1 diterima dan H0 ditolak. Hal ini berarti terdapat hubungan yang signifikan antara fasilitas ( $X_2$ ) dengan keputusan berkunjung (Y). Tingkat keeratan hubungan kedua variabel sebesar 0,551 yang berarti terdapat hubungan yang sedang. Angka tersebut bernilai positif sehingga memiliki hubungan satu arah, artinya semakin besar fasilitas ( $X_2$ ) maka keputusan berkunjung juga akan semakin tinggi (Y).

3. Hipotesis 3

Nilai sig. (*2-tailed*) variabel lokasi ( $X_3$ ) menyimpulkan bahwa  $0,000 < 0,05$  H1 diterima dan H0 ditolak. Hal ini berarti terdapat hubungan yang signifikan antara lokasi ( $X_3$ ) dengan keputusan berkunjung (Y). Tingkat keeratan hubungan kedua variabel sebesar 0,553 yang berarti terdapat hubungan yang sedang. Angka tersebut bernilai positif sehingga memiliki hubungan satu arah, artinya semakin besar lokasi ( $X_3$ ) maka keputusan berkunjung juga akan semakin tinggi (Y).

## 2. Kendall's W

Uji *Kendall's W* digunakan untuk menentukan keselarasan nilai-nilai sampel yang diuji (Rosyikhatul Ilmiyah, 2020). Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- Apabila nilai signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima
- Apabila nilai signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak

Berikut adalah hasil uji Kendall's W dari penelitian ini:

**Tabel. 12**

### Hasil Uji Kendall's W

Test Statistics	
N	100
Kendall's W <sup>a</sup>	.049
Chi-Square	14.658
df	3
Asymp. Sig.	.002

a. Kendall's  
Coefficient of  
Concordance

Sumber: Hasil pengolahan data primer

Dari tabel di atas nilai signifikansinya adalah 0,002 atau  $0,002 < 0,05$  sehingga  $H_4$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel bebas yaitu motivasi ( $X_1$ ), fasilitas ( $X_2$ ) dan lokasi ( $X_3$ ) secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat yaitu keputusan berkunjung ( $Y$ ).

## 3. Uji Regresi Ordinal

**Tabel. 13**  
**Hasil Case Processing Summary**

**Case Processing Summary**

		N	Marginal Percentage
Keputusan Berkunjung	Tidak Setuju	2	2.0%
	Ragu-Ragu	20	20.0%
	Setuju	61	61.0%
	Sangat Setuju	17	17.0%
Valid		100	100.0%
Missing		0	
Total		100	

Sumber: Hasil pengolahan data primer

Pada Tabel. 11 menjelaskan bahwa jumlah data yang dianalisis adalah 100 dan seluruh data dapat diproses karena tidak terdapat data yang *error*. Hasil data dari 100 responden, keputusan berkunjung (Y) yang berkategori tidak setuju diketahui sebanyak 2 responden (2%), kategori ragu-ragu sebanyak 20 responden (20%), kategori setuju 61 responden (61%), kategori sangat setuju sebanyak 17 responden (17%).

**Tabel. 14**  
**Hasil Model Fitting Information**

**Model Fitting Information**

Model	-2 Log Likelihood	Chi-Square	df	Sig.
Intercept Only	108.196			
Final	44.979	63.217	3	.000

Link function: Logit.

Sumber: Hasil pengolahan data primer

Tabel. 12 model tersebut digunakan untuk menentukan suatu data pada model regresi ordinal menunjukkan signifikan atau tidak signifikan. Pada tabel diatas menjelaskan nilai -2 Log *Likelihood* diawal dengan tidak memasukkan variabel bebas (*intercept only*)

bernilai 108,196. Sedangkan nilai  $-2 \text{ Log Likelihood}$  dengan memasukkan variabel bebas ke model (*final*) sebesar 44,979. Terjadi perubahan nilai *Chi-Square* yaitu sebesar 55,384 dan pada kolom sig. apabila nilai sig. nya  $\leq (0,05)$  berarti model tersebut signifikan. Nilai kolom sig. pada model *fitting information* sebesar 0,000 sehingga model tersebut signifikan.

**Tabel. 15**  
**Hasil Goodness of Fit**

Goodness-of-Fit			
	Chi-Square	df	Sig.
Pearson	29.755	42	.922
Deviance	21.052	42	.997

Link function: Logit.

Sumber: Hasil pengolahan data primer

Tabel. 13 *goodness of fit* menunjukkan keserasian terhadap data. Nilai *pearson* adalah 29,775 dengan sig. 0,922 ( $> 0,05$ ) dan *deviance* sebesar 21,052 dengan sig. 0,9967 ( $> 0,05$ ) yang artinya model tersebut sesuai dengan data empiris atau model layak digunakan.

**Tabel. 16**  
**Hasil Pseudo R-Square**

Pseudo R-Square	
Cox and Snell	.469
Nagelkerke	.541
McFadden	.315

Link function: Logit.

Sumber: Hasil pengolahan data primer

Tabel. 14 *Pseudo R-Square* akan memberikan informasi seberapa besar variabel independen mempengaruhi variabel dependennya. Besarnya nilai tersebut dapat dilihat pada *nagelkerke* yang memberikan nilai tertinggi yaitu 0,541. Hasil ini menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel

dependen adalah sebesar 0,541 atau 54,1%, sedangkan sisanya dijelaskan oleh faktor lain.

**Tabel. 17**

		Parameter Estimates						
		Estimate	Std. Error	Wald	df	Sig.	95% Confidence Interval	
							Lower Bound	Upper Bound
Threshold	[KeputusanBerkunjung = 2]	8.080	1.845	19.181	1	.000	4.464	11.697
	[KeputusanBerkunjung = 3]	12.325	2.093	34.692	1	.000	8.224	16.426
	[KeputusanBerkunjung = 4]	16.715	2.414	47.949	1	.000	11.984	21.446
Location	Motivasi	2.221	.608	13.358	1	.000	1.030	3.412
	Fasilitas	1.489	.524	8.078	1	.004	.462	2.516
	Lokasi	.012	.656	.000	1	.986	-1.273	1.296

Link function: Logit.

### Hasil Parameter Estimates

Sumber: Hasil pengolahan data primer

Parameter estimates pada tabel. 15 akan menjelaskan pengaruh masing-masing koefisien regresi terhadap dasar pengambilan keputusan:

- Jika nilai signifikansi  $>$  alpha (0,05) maka model tidak signifikan
- Jika nilai signifikansi  $<$  alpha (0,05) maka model signifikan

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Nilai signifikansi pada variabel motivasi ( $X_1$ ) adalah  $<$  0,05, artinya variabel motivasi ( $X_1$ ) berpengaruh terhadap keputusan berkunjung (Y). Semakin tinggi variabel motivasi maka pengaruh keputusan berkunjung juga akan meningkat.
- 2) Nilai signifikansi pada variabel fasilitas ( $X_2$ ) adalah  $<$  0,05, yaitu variabel fasilitas ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap keputusan berkunjung (Y). Semakin tinggi variabel fasilitas maka pengaruh keputusan berkunjung juga akan meningkat.

- 3) Nilai signifikansi pada variabel lokasi ( $X_3$ ) adalah  $> 0,05$ , yaitu variabel lokasi ( $X_3$ ) tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung ( $Y$ ).

## E. Pembahasan Hasil Penelitian

### 1. Pengaruh Motivasi ( $X_1$ ) terhadap Keputusan Berkunjung ( $Y$ )

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi berpengaruh terhadap keputusan berkunjung. Hal ini dapat dibuktikan dengan melihat nilai sig. (*2-tailed*) variabel motivasi ( $X_1$ ) sebesar  $0,000 < 0,05$  maka disimpulkan  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Nilai koefisien regresi sebesar  $0,636$  yang memiliki nilai positif menunjukkan hubungan yang kuat, sehingga semakin tinggi motivasi pengunjung maka keputusan berkunjung juga semakin meningkat. Kemudian pada hasil ordinal pada bagian *parameter estimates*, nilai signifikansi variabel motivasi ( $X_1$ ) seluruhnya  $< 0,05$ , artinya variabel motivasi ( $X_1$ ) berpengaruh terhadap keputusan berkunjung ( $Y$ ) ke Kemit *Forest Education*.

Menurut Abraham Maslow dalam (Utama, 2017: 111) motivasi adalah dorongan untuk mengarahkan perilaku manusia agar bisa diarahkan untuk mencapai tujuan yang belum terpenuhi. Artinya semakin besar dorongan pengunjung itu memiliki kebutuhan, dalam kebutuhan akan pariwisata dan edukasi, maka semakin tinggi pula kebutuhan akan tercapai. Hal ini sejalan dengan kondisi para pengunjung yang memang dinilai memiliki tingkat kebutuhan yang tinggi. Dengan demikian bisa mendorong mereka untuk berkunjung ke Kemit *Forest Education*. Dibuktikan dengan kondisi lapangan yang mana rata-rata responden memiliki jawaban setuju bahwa objek wisata Kemit *Forest Education* dapat memenuhi kebutuhan pariwisata dan edukasi para pengunjung.

Hal ini sejalan dengan penelitian (Sherly Meiliana, 2020) yang berjudul Pengaruh Motivasi dan Layanan Terhadap Keputusan

Berkunjung Wisatawan Nusantara ke Museum Sumpah Pemuda yang menunjukkan hasil bahwa motivasi mempunyai pengaruh secara simultan terhadap keputusan berkunjung. Karena dalam penelitian tersebut menunjukkan bahwa museum merupakan tempat edukasi bagi masyarakat untuk mengetahui sejarah sedangkan dalam penelitian penulis menunjukkan bahwa Kemit *Forest Education* merupakan tempat edukasi bagi pengunjung mengenai pentingnya menjaga alam dengan melakukan penanaman pohon. Maka dapat disimpulkan bahwa penelitian yang dilakukan oleh (Sherly Meiliana, 2020) memiliki keterkaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu kedua objek wisata tersebut selain untuk memenuhi kebutuhan pariwisata tetapi juga untuk memberikan edukasi terhadap pengunjung. Dengan demikian disimpulkan bahwa motivasi memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan terhadap Kemit *Forest Education*.

2. Pengaruh Fasilitas ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Berkunjung (Y)

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh terhadap keputusan berkunjung. Hal ini dapat dibuktikan dengan melihat nilai sig. (*2-tailed*) variabel fasilitas ( $X_2$ ) sebesar  $0,000 < 0,05$  maka disimpulkan  $H_2$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Nilai koefisien regresi sebesar 0,551 yang memiliki nilai positif menunjukkan hubungan yang sedang, sehingga semakin lengkap fasilitas maka keputusan berkunjung juga semakin meningkat. Kemudian pada hasil ordinal pada bagian *parameter estimates*, nilai signifikansi variabel fasilitas ( $X_2$ ) seluruhnya  $< 0,05$ , artinya variabel fasilitas ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap keputusan berkunjung (Y) ke Kemit *Forest Education*.

Menurut Tjiptono dalam penelitian (Khansa, 2020) fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas merupakan sesuatu yang penting dalam usaha jasa, oleh karena itu fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, desain interior dan eksterior serta kebersihan harus

dipertimbangkan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan konsumen secara langsung. Artinya apabila fasilitas semakin bagus dimata wisatawan sehingga membuat nyaman pengunjung, maka akan mempengaruhi tingginya keputusan berkunjung. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan peneliti dimana rata-rata jawaban yang baik pada tiap indikator fasilitas yaitu kebersihan, kerapian, kelengkapan fasilitas, fungsi dan kondisi fasilitas responden menyatakan bahwa fasilitas yang disediakan oleh objek wisata Kemit *Forest Education* sudah baik. Responden menyatakan sikap positif terhadap fasilitas yang disediakan meliputi kondisi peralatan bermain yang terawat, kerapian fasilitas yang disediakan, fasilitas yang masih berfungsi dengan baik dan fasilitas yang mudah digunakan.

Hal ini sejalan dengan penelitian (Triana Sari, 2021 ) yang berjudul Pengaruh Fasilitas, *Electronic Word Of Mouth* dan *Destination Image* Terhadap Keputusan Berkunjung pada pengunjung objek wisata Pantai Suwuk Kebumen. Dalam penelitian tersebut menunjukkan hasil nilai t hitung 4,181 yang bernilai lebih besar dari nilai t tabel (1,6606) dengan sig bernilai 0,00. Yang artinya fasilitas secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap keputusan berkunjung. Dalam penelitian yang dilakukan penulis menunjukkan hasil bahwa t hitung lebih besar dari t tabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa fasilitas berpengaruh terhadap keputusan berkunjung ke Kemit *Forest Education*.

### 3. Pengaruh Lokasi ( $X_3$ ) terhadap Keputusan Berkunjung (Y)

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan hasil bahwa lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,553 yang memiliki nilai positif menunjukkan hubungan yang sedang. Kemudian pada hasil ordinal pada bagian parameter estimates, nilai signifikansi variabel lokasi ( $X_3$ ) seluruhnya  $> 0,05$ , artinya variabel lokasi ( $X_3$ ) tidak

berpengaruh terhadap keputusan berkunjung (Y) ke Kemit *Forest Education*. Pada kondisi lapangan diperoleh hasil bahwa ketika wisatawan mengunjungi Kemit *Forest Education* tidak memperhatikan faktor lokasi dari objek wisata di Desa Karanggedang. Dapat dikatakan bahwa faktor akses, visibilitas, kenyamanan tidak mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan untuk berkunjung di objek tersebut. Sebagian besar responden menyatakan objek wisata Kemit *Forest Education* memiliki akses yang baik, terdapat petunjuk jalan sehingga mudah ditemukan, kenyamanan lokasi aman dan bersih, tersedia lahan yang luas untuk pengembangan usaha wisata.

Menurut Kotler dan Keller lokasi merupakan semua aktivitas yang dijalankan suatu perusahaan agar produknya mudah diperoleh oleh sasaran atau pelanggan (Enny Mulyantari, 2020). Objek wisata wajib menentukan lokasi yang memiliki kekuatan untuk meningkatkan keputusan berkunjung. Dengan demikian pada penelitian yang dilaksanakan peneliti dapat diambil kesimpulan bahwa tidak terdapat pengaruh antara lokasi dengan pengambilan keputusan berkunjung ke objek wisata Kemit *Forest Education*. Pada kondisi lapangan diperoleh hasil bahwa ketika wisatawan mengunjungi Kemit *Forest Education* tidak memperhatikan faktor lokasi dari objek wisata di Desa Karanggedang. Dapat dikatakan bahwa faktor akses, visibilitas, kenyamanan tidak mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan untuk berkunjung di objek tersebut. Sebagian besar responden menyatakan objek wisata Kemit *Forest Education* memiliki akses yang baik, terdapat petunjuk jalan sehingga mudah ditemukan, kenyamanan lokasi aman dan bersih, tersedia lahan yang luas untuk pengembangan usaha wisata.

Hal ini tidak sejalan dengan penelitian (Diantanti, 2021) yang berjudul Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan pada Objek Wisata Hutan Pinus Loji Lereng Kelud menunjukkan hasil  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel maka dapat

disimpulkan bahwa lokasi berpengaruh terhadap keputusan berkunjung. Dalam penelitian yang dilakukan penulis menunjukkan hasil bahwa lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung

4. Pengaruh Motivasi ( $X_1$ ), Fasilitas ( $X_2$ ) dan Lokasi terhadap Keputusan Berkunjung ( $Y$ )

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi, fasilitas dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Hal ini dibuktikan dengan melihat nilai uji *Kendall's W* nilai signifikasinya sebesar 0,000 atau yang berarti  $0,000 < 0,05$  sehingga  $H_4$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Kemudian pada hasil regresi ordinal pada bagian *Pseudo R-Square*, nilai *nagelkerke* sebesar 0,541. Hasil ini menunjukkan kemampuan variabel motivasi ( $X_1$ ), fasilitas ( $X_2$ ) dan lokasi ( $X_3$ ) dalam menjelaskan variabel keputusan berkunjung ( $Y$ ) adalah sebesar 0,541 atau 54,1% sedangkan sisanya dijelaskan oleh faktor lain. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori Abraham Maslow (Utama, 2017: 111) motivasi adalah dorongan untuk mengarahkan perilaku manusia agar bisa diarahkan untuk mencapai tujuan yang belum terpenuhi. Artinya semakin besar dorongan pengunjung itu memiliki kebutuhan dalam kebutuhan akan pariwisata dan edukasi, maka semakin tinggi pula kebutuhan akan tercapai.

Menurut Tjiptono dalam penelitian (Khansa, 2020) fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas merupakan sesuatu yang penting dalam usaha jasa, oleh karena itu fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, desain interior dan eksterior serta kebersihan harus dipertimbangkan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan konsumen secara langsung. Artinya apabila fasilitas semakin bagus di mata wisatawan sehingga membuat nyaman pengunjung, maka akan mempengaruhi tingginya keputusan

berkunjung. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan teori Kotler dan Keller yang menjelaskan lokasi merupakan semua aktivitas yang dijalankan suatu perusahaan agar produknya mudah diperoleh oleh sasaran atau pelanggan (Enny Mulyantari, 2020). Objek wisata wajib menentukan lokasi yang memiliki kekuatan untuk meningkatkan keputusan berkunjung

Penelitian ini sejalan dengan penelitian (Sherly Meiliana, 2020), (Triana Sari, 2021) dan (Novita Putri Diantanti, 2021). Hasil penelitian mereka yang dilakukan secara terpisah memberikan hasil yang sama, yaitu motivasi, fasilitas dan lokasi memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan tentang pengaruh motivasi, fasilitas dan lokasi terhadap keputusan berkunjung Kemit *Forest Education* Desa Karanggedang Kecamatan Sidareja Kabupaten Cilacap, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel motivasi terhadap keputusan berkunjung Kemit *Forest Education*. Hal ini dapat dibuktikan dengan melihat nilai sig. (*2-tiled*) variabel motivasi ( $X_1$ ) sebesar  $0,000 < 0,05$  maka disimpulkan  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Nilai koefisien regresi sebesar 0,636 yang memiliki nilai positif menunjukkan hubungan yang kuat, sehingga semakin tinggi motivasi pengunjung maka keputusan berkunjung juga semakin meningkat. Kemudian pada hasil ordinal pada bagian *parameter estimates*, nilai signifikansi variabel motivasi ( $X_1$ ) seluruhnya  $< 0,05$ , artinya variabel motivasi ( $X_1$ ) berpengaruh terhadap keputusan berkunjung (Y) ke Kemit *Forest Education*.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel fasilitas terhadap keputusan berkunjung Kemit *Forest Education*. Hal ini dapat dibuktikan dengan melihat nilai sig. (*2-tiled*) variabel fasilitas ( $X_2$ ) sebesar  $0,000 < 0,05$  maka disimpulkan  $H_2$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Nilai koefisien regresi sebesar 0,551 yang memiliki nilai positif menunjukkan hubungan yang sedang, sehingga semakin lengkap fasilitas maka keputusan berkunjung juga semakin meningkat. Kemudian pada hasil ordinal pada bagian *parameter estimates*, nilai signifikansi variabel fasilitas ( $X_2$ ) seluruhnya  $< 0,05$ , artinya variabel fasilitas ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap keputusan berkunjung (Y) ke Kemit *Forest Education*.

3. Terdapat pengaruh negatif pada lokasi ( $X_3$ ) terhadap keputusan berkunjung ( $Y$ ) ke Kemit *Forest Education*. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,553 yang memiliki nilai positif menunjukkan hubungan yang sedang. Kemudian pada hasil ordinal pada bagian parameter estimates, nilai signifikansi variabel lokasi ( $X_3$ ) seluruhnya  $> 0,05$ , artinya variabel lokasi ( $X_3$ ) tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung ( $Y$ ) ke Kemit *Forest Education*. Pada kondisi lapangan diperoleh hasil bahwa ketika wisatawan mengunjungi Kemit *Forest Education* tidak memperhatikan faktor lokasi dari objek wisata di Desa Karanggedang. Dapat dikatakan bahwa faktor akses, visibilitas, kenyamanan tidak mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan untuk berkunjung di objek tersebut. Sebagian besar responden menyatakan objek wisata Kemit *Forest Education* memiliki akses yang baik, terdapat petunjuk jalan sehingga mudah ditemukan, kenyamanan lokasi aman dan bersih, tersedia lahan yang luas untuk pengembangan usaha wisata.
4. Terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel motivasi, fasilitas dan lokasi secara bersama-sama untuk meningkatkan keputusan berkunjung ke Kemit *Forest Education*. Hal ini dibuktikan dengan melihat nilai uji *Kendall's W* nilai signifikasinya sebesar 0,000 atau yang berarti  $0,000 < 0,05$  sehingga  $H_4$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Kemudian pada hasil regresi ordinal pada bagian *Pseudo R-Square*, nilai *nagelkerke* sebesar 0,541. Hasil ini menunjukkan kemampuan variabel motivasi ( $X_1$ ), fasilitas ( $X_2$ ) dan lokasi ( $X_3$ ) dalam menjelaskan variabel keputusan berkunjung ( $Y$ ) adalah sebesar 0,541 atau 54,1% sedangkan sisanya dijelaskan oleh faktor lain.

## B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa motivasi dan fasilitas berpengaruh terhadap keputusan berkunjung ke Kemit *Forest Education* sedangkan lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung ke Kemit *Forest Education*. Peneliti menyadari masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, peneliti memberikan saran agar peneliti selanjutnya mendapatkan gambaran sebagai bahan pertimbangan untuk melakukan penelitian yang serupa. Maka menyarankan beberapa hal sebagai berikut:

1. Bagi pengelola Kemit Forest Education

Pihak pengelola perlu meningkatkan fasilitas-fasilitas yang ada sehingga pengunjung lebih nyaman dan akan merasa puas dapat berkunjung kembali ke tempat wisata tersebut. Selain itu pengelolajuga perlu meningkatkan promosi agar mampu menarik lebih banyak wistawan dari luar daerah maupun wisatawan asing.

2. Bagi peneliti selanjutnya

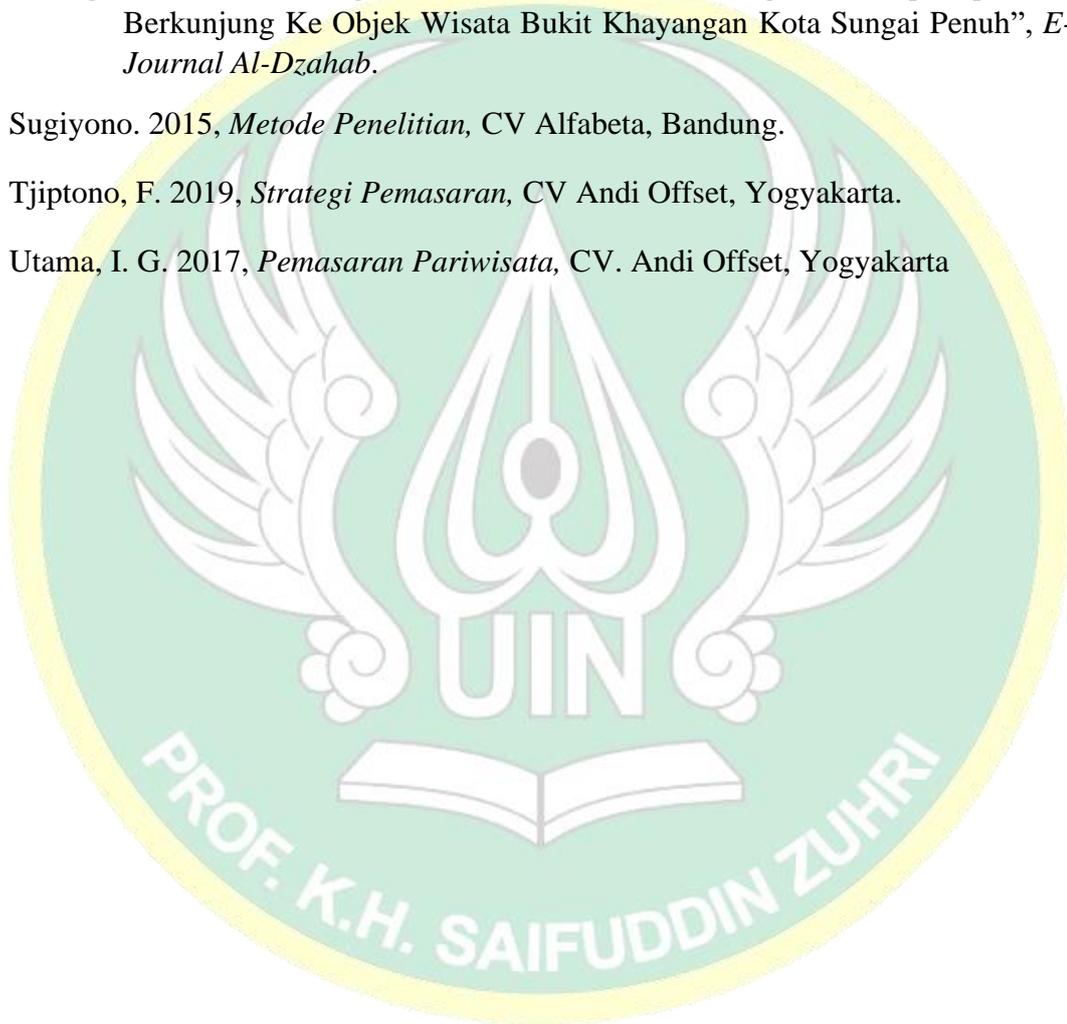
Untuk penelitian selanjutnya peneliti diharapkan menambah beberapa variabel yang dapat mempengaruhi keputusan berkunjung. Memperluas populasi dan sampel ke daerah lainnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Avandi, Rivi. 2017. "Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Objek Wisata Pantai Pasir Jambak Di Kota Padang", *Social Science Journal*, Vol. 15, No. 2.
- Bulan, Tengku Putri Lindung. 2021. "Daya Tarik Wisata , Motivasi dan Keputusan Berkunjung di Objek Wisata Pantai Berawe", Vol. 2.
- Christy. 2019. "Pengaruh Lokasi, Persepsi Harga dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Danau Linow", *Jurnal EMBA*, Vol. 7, No. 4.
- Dianti, Novita Putri. 2021. "Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan (Studi Kasus Objek Wisata Hutan Pinus Loji Lereng Kelud)", *Jurnal Translitera*, Vol. 10, No. 1.
- Endarwita. 2020. "Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pengunjung Objek Wisata Linjuang Di Kota Lubuk Sikaping", *e-Jurnal Apresiasi Ekonomi*, Vol. 8, No. 3.
- Fajrin, Andes Rahmat. 2021. "Pengaruh Fasilitas dan Lokasi Terhadap Kepuasan Dan Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Candi Muara Takus Kecamatan XIII Kota Kampar Kabupaten Kampar", *Jurnal Ekonomi KIAT*, Vol. 32, No. 1.
- Hardina, Meyta Salsa. 2021. "Pengaruh Harga Lokasi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisata Taman Sari di Yogyakarta", *Jurnal Cakrawangsa Bisnis*, Vol. 1, No. 1.
- Jalunggono, Gentur. 2017. "Pemberdayaan Masyarakat dan Dampak Ekonomi Pariwisata di Desa Wisata Kutawaru kabupaten Cilacap", *Jurna Riset Ekonomi Pembangunan*, Vol. 3, No. 2.
- Jayadi, Elizabeth Kristina. 2017. "Karakteristik dan Motivasi Wisatawan Berkunjung Ke Pantai Green Bowl, Ungasan, Kuta Selatan, Bali", *Jurnal Analisis Pariwisata*, Vol.17, No. 2.
- Keller, Kotler. 2009, *Manajemen Pemasaran*, Erlangga, Jakarta.
- Khansa, R. S. 2020. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen pada Rockstar Gym (Studi Kasus Cabang Lippo Mall, Puri Jakarta Barat)", *Jurnal STEI Ekonomi*, Vol. XX, No. XX.

- Kristiutami, Y. P. 2017. "Pengaruh Keputusan Berkunjung Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Museum Geologi Bandung", *Jurnal Pariwisata*, Vol. 4, No. 1.
- Lemeshow, Stanley. 1997, *Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan*, Gadjah Mada University Press, Yogyakarta.
- Mauludin, R. 2017. "Pengaruh Atraksi Wisata Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Daya Tarik Wisata Waduk Darma Kabupaten Kuningan", *Jurnal Manajemen Resort dan Leisure*.
- Meiliana, Sherly. 2020. "Pengaruh Motivasi dan Layanan Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Nusantara ke Museum Sumpah Pemuda", *Journal FAME*, Vol. 3 No. 2.
- Muksin. 2018. "Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Ekowisata Mangrove Wonorejo Surabaya", *Skripsi*. Malang: Universitas Brawijaya.
- Mulyantari, Enny. 2020. "Pengaruh Lokasi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Di Objek Wisata Goa Maria Tritis", *Media Wisata*, Vol. 18, No. 1.
- Munawati, E. N. 2018. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan Di Objek Wisata Pantai Swarangan Kecamatan Jorong Kabupaten Tanah Laut Provinsi Kalimantan Selatan", *Jurnal Pendidikan Geografi*, Vol. 5, No. 3.
- Nendissa, Gys Dominggos Joshua. 2018. "Pengaruh Lokasi dan Motivasi Terhadap Keputusan Berkunjung di Alam Curug Gongseng Kuningan Jawa Barat", *Jurnal Eduturisma*, Vol. 3, No. 1.
- Nurlia, L. 2020. "Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pengunjung Di Minimarket Menggunakan Metode Regresi Linear", *Jurnal Sistem Informasi dan Teknologi Informasi*, Vol. 2, No. 3.
- Pitana, I., dan Diarta, K. 2016. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Rahayu, Y. H. 2021. "Pengaruh Fasilitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Wisata Ait Terjun Dlundung Mojokerto", *Jurnal Bisman*, Vol. 4, No. 2.
- Revida, E. 2020, *Pengantar Pariwisata*, Yayasan Kita Menulis, Medan.
- Riyadi, Sugeng. 2021. "Keputusan Berkunjung Wisatawan Ditinjau Dari Perspektif Harga Tiket, Citra Destinasi dan Fasilitas Wisata di Heritage Palace Kartasura", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, Vol. 14, No. 1.

- Sari, Triana. 2021. "Pengaruh Fasilitas, Electronic Word Of Mouth dan Destination Image Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Pada Pengunjung Objek Wisata Pantai Suwuk Kebumen)", *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol. 10, No 2.
- Sarim, T. W. 2017. "Pengaruh Fasilitas Wisatawan Terhadap Motivasi Kunjungan Wisatawan (Studi Kasus Kunjungan Wisatawan Kota Solo", *Jurnal Hospitality dan Pariwisata*, Vol. 3, No. 2.
- Sarmigi, Elex. 2021. "Pengaruh Fasilitas, Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Objek Wisata Bukit Khayangan Kota Sungai Penuh", *E-Journal Al-Dzahab*.
- Sugiyono. 2015, *Metode Penelitian*, CV Alfabeta, Bandung.
- Tjiptono, F. 2019, *Strategi Pemasaran*, CV Andi Offset, Yogyakarta.
- Utama, I. G. 2017, *Pemasaran Pariwisata*, CV. Andi Offset, Yogyakarta



## LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

**Kuesioner Penelitian "Pengaruh Motivasi, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Kasus Kemit *Forest Education* Desa Karanggedang Kecamatan Sidareja Kabupaten Cilacap)**

Dengan hormat,

Dalam rangka penyusunan skripsi, sebagai salah satu syarat kelulusan program sarjana S-1 di Universitas Islam Negeri Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto, saya Suji Tika Astuti mahasiswa S-1 Ekonomi Syariah 2018 memohon kepada saudara/i untuk berpartisipasi dalam kegiatan pengisian kuesioner ini sesuai dengan keadaan yang sebenarnya agar penelitian ini memiliki kredibilitas yang tinggi.

Seluruh kerahasiaan data responden akan dijaga dan hanya digunakan untuk keperluan penelitian saja, serta tidak disebarluaskan kepada pihak lain tanpa persetujuan anda. Saya mengucapkan terima kasih atas kesediaan dan partisipasi saudara/i dalam meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini,

Atas perhatian dan kerjasama saudara/i saya ucapkan terimakasih.

## IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
3. Usia :
4. Alamat :



## PETUNJUK PENGISIAN

Jawablah seluruh pertanyaan yang tersedia, sehingga tidak ada pertanyaan yang tidak terjawab. Berikan tanda (√) pada jawaban yang anda anggap paling sesuai dengan anda. Keterangan:

1 = Sangat tidak setuju

2 = Tidak setuju

3 = Ragu-ragu

4 = Setuju

5 = Sangat Setuju

Bacalah setiap pertanyaan yang dimaksud dengan seksama, dan kemudian pilihlah jawaban yang dianggap sesuai.

### A. Motivasi

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
1	Objek wisata Kemit <i>Forest Education</i> merupakan tempat mendapatkan udara segar.					
2	Objek wisata Kemit <i>Forest Education</i> merupakan tempat yang cocok untuk menghabiskan waktu bersama keluarga.					
3	Objek wisata Kemit <i>Forest Education</i> merupakan tempat mendapatkan kesenangan.					

### B. Fasilitas

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
1	Objek wisata Kemit <i>Forest Education</i> memiliki fasilitas yang bersih.					
2	Objek wisata Kemit <i>Forest Education</i>					

	memiliki fasilitas yang nyaman.					
3	Penataan fasilitas pada objek wisata Kemit <i>Forest Education</i> sudah sesuai.					
4	Objek wisata Kemit <i>Forest Education</i> memiliki fasilitas yang lengkap.					
5	Semua fasilitas objek wisata Kemit <i>Forest Education</i> berfungsi dengan baik.					

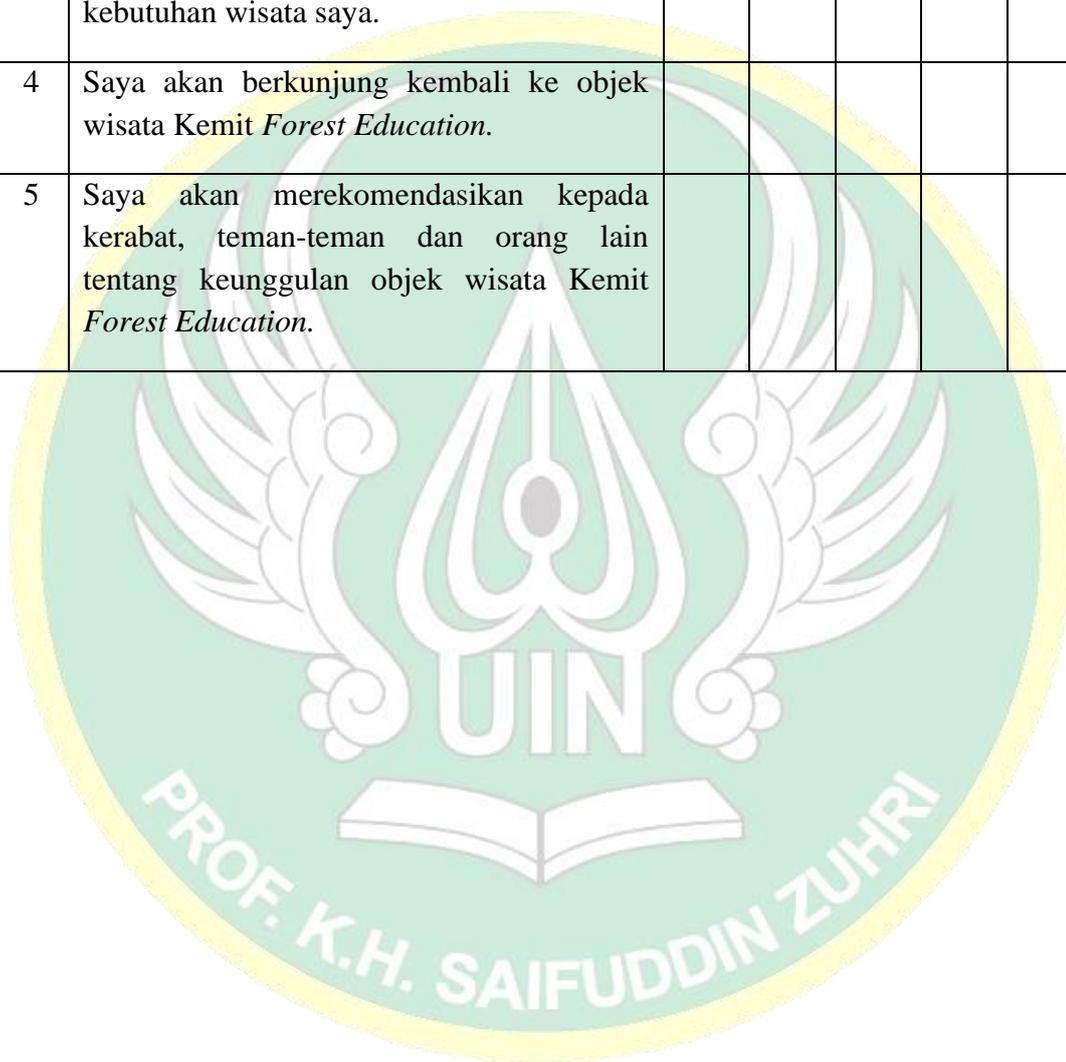
### C. Lokasi

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
1	Lokasi objek wisata Kemit <i>Forest Education</i> mudah dijangkau.					
2	Akses menuju objek wisata Kemit <i>Forest Education</i> tidak memakan waktu yang lama.					
3	Kondisi jalan menuju objek wisata Kemit <i>Forest Education</i> bagus.					
4	Petunjuk jalan menuju objek wisata Kemit <i>Forest Education</i> jelas.					
5	Objek wisata Kemit <i>Forest Education</i> memiliki tempat parkir yang aman.					
6	Lingkungan sekitar objek wisata Kemit <i>Forest Education</i> bersih.					
7	Lingkungan sekitar objek wisata Kemit <i>Forest Education</i> nyaman.					

### D. Keputusan Berkunjung

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
1	Saya mengetahui objek wisata Kemit					

	<i>Forest Education</i> dari teman.					
2	Saya merasa yakin berkunjung ke objek wisata Kemit <i>Forest Education</i> sebagai pilihan yang tepat dalam berwisata.					
3	Objek wisata Kemit <i>Forest Education</i> tempat wisata yang sesuai dengan kebutuhan wisata saya.					
4	Saya akan berkunjung kembali ke objek wisata Kemit <i>Forest Education</i> .					
5	Saya akan merekomendasikan kepada kerabat, teman-teman dan orang lain tentang keunggulan objek wisata Kemit <i>Forest Education</i> .					



Lampiran 2. Data Responden

**DATA RESPONDEN**

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia
1	Nanda Aulia	Perempuan	22
2	Aryani Cahya Pertiwi	Perempuan	23
3	Anita Verly Setiyoningrum	Perempuan	23
4	Anisa Khumeiroh	Perempuan	22
5	Ismi Afriani Windiastuti	Perempuan	22
6	Anita	Perempuan	22
7	Shofy	Perempuan	22
8	Fitroh purohmah	Perempuan	22
9	Anggre	Perempuan	23
10	Fitria Rochmah	Perempuan	24
11	Yeni Mijaryuningsih	Perempuan	23
12	Mega	Perempuan	21
13	Musliah Dwi Ayu Larasati	Perempuan	22
14	Hijatun Nur Khasanah	Perempuan	22
15	Isti Fauziah	Perempuan	21
16	Umi Salamah	Perempuan	22
17	Alvina Syamsiatur Rohmah	Perempuan	22
18	Irawan Afandi	Laki-Laki	26
19	Sopi Nurul Ma'sumah	Perempuan	22
20	Muhamad Rahman Sahrul Arifin	Laki-Laki	26
21	Arif Syaifulloh	Laki-Laki	21
22	Inarotul Nur Halizah	Perempuan	23
23	Farhan Khomsin	Laki-Laki	22
24	Siti Nur Khofifah	Perempuan	17
25	Firis Tsania Hudaya	Perempuan	21
26	Ofha	Laki-Laki	23
27	Jukianto	Laki-Laki	22
28	Alisa Qotrun Nada	Perempuan	21
29	Vicka Septianingsih	Perempuan	17
30	Novi Tri Ayuningsih	Perempuan	22
31	Kori	Perempuan	23
32	Gea Dila Keisya	Perempuan	15
33	Azka Al Azkiya	Laki-Laki	21
34	Aoliya Erfina	Perempuan	23
35	Nizar Hilmi	Laki-Laki	21

36	Elly Safatur Rohmah	Perempuan	22
37	Maria Ulfah	Perempuan	21
38	Meida Kusumah M	Perempuan	22
39	Yeti Kristina Dewi	Perempuan	22
40	Hanyfans Thohir Nur Afni	Perempuan	21
41	Ruhama Kamila	Perempuan	22
42	Della Salsabila	Perempuan	22
43	Siti Khofifah Novi S	Perempuan	21
44	Rina Alfiah	Perempuan	22
45	Diana Nur Daningtyas	Perempuan	22
46	Ari Melina	Perempuan	22
47	Anassya Nurhasanah	Perempuan	22
48	Arya	Laki-Laki	21
49	Siti Holisoh	Perempuan	15
50	Awang Muhammad Wildan R	Laki-Laki	21
51	Mila	Perempuan	22
52	Indri Rosdiana	Perempuan	22
53	Fadillah R	Perempuan	22
54	Tinah	Perempuan	23
55	Annisa	Perempuan	23
56	Gema Sahara Fadlila	Perempuan	22
57	Ajeng Yugo Pangestu	Laki-Laki	21
58	Alivia	Perempuan	22
59	Ahmad Alfariqi	Laki-Laki	22
60	Iroh	Perempuan	38
61	Dita Yuni Setiawati	Perempuan	22
62	Risa Nur Azizah Hanum	Perempuan	22
63	Isnaeni Sofi Farida	Perempuan	20
64	Burhan Fahrurrozi	Laki-Laki	22
65	Leksani Dwi Rahayu	Perempuan	22
66	Dewi Saputri	Perempuan	22
67	Widya Retnosari	Perempuan	21
68	Azizah	Perempuan	21
69	Arif Rian Saputra	Laki-Laki	19
70	Selo Monita Rahayu	Perempuan	18
71	Atik Ruwaedah	Perempuan	22
72	Meilinoa Saraswati	Perempuan	17
73	Kayla Fahroza	Perempuan	24
74	Suprianto	Laki-Laki	23
75	Sulis Setiowati	Perempuan	23
76	Nur Yani	Perempuan	24

77	Piah	Perempuan	33
78	Sutarno	Laki-Laki	51
79	Widi Utari	Perempuan	18
80	Dewi Anjarwati	Perempuan	24
81	Reva Trizalyanti	Perempuan	17
82	Desi Aryanti	Perempuan	25
83	Sartini	Perempuan	48
84	Hendro	Laki-Laki	24
85	Santika	Perempuan	21
86	Bagas Ari Cahyo	Laki-Laki	21
87	Awal Ramadhan	Laki-Laki	18
88	Dinda Fatmawati	Perempuan	20
89	Fina Rahmawati	Perempuan	23
90	Mega Khumaeroh	Perempuan	35
91	Putri Diana Sari	Perempuan	20
92	Bayu Setiawan	Laki-Laki	30
93	Silvia Dwi Pratiwi	Perempuan	19
94	Endang saputri	Perempuan	20
95	Alwi almadani	Laki-Laki	28
96	Bagas Saputra	Laki-Laki	30
97	Muhammad Fahmi	Laki-Laki	20
98	Iis Khumaeroh	Perempuan	27
99	Ayu Aprilianti	Perempuan	23
100	Putra Alfian	Laki-Laki	26

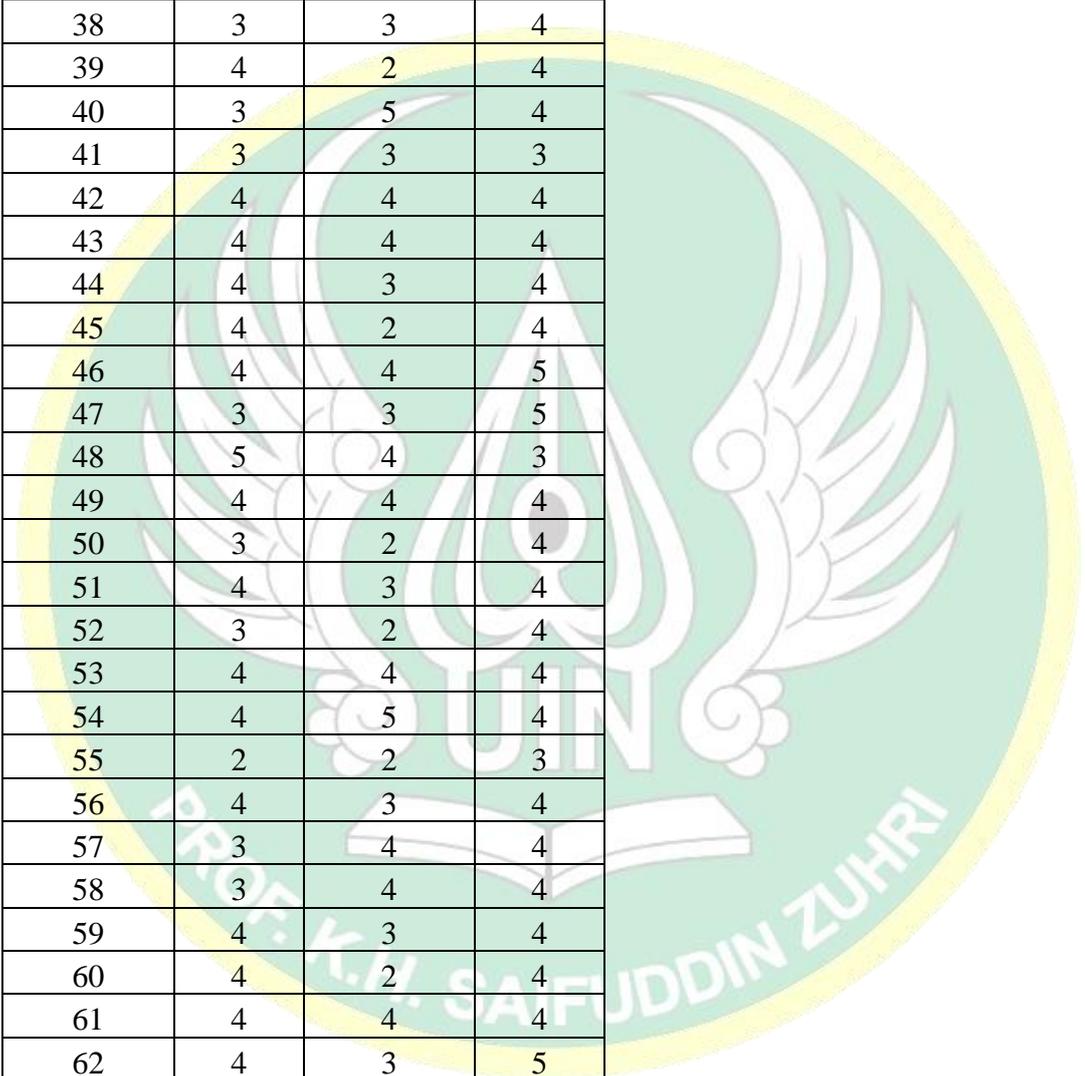
Lampiran 3. Data Pengujian

**DATA PENGUJIAN**

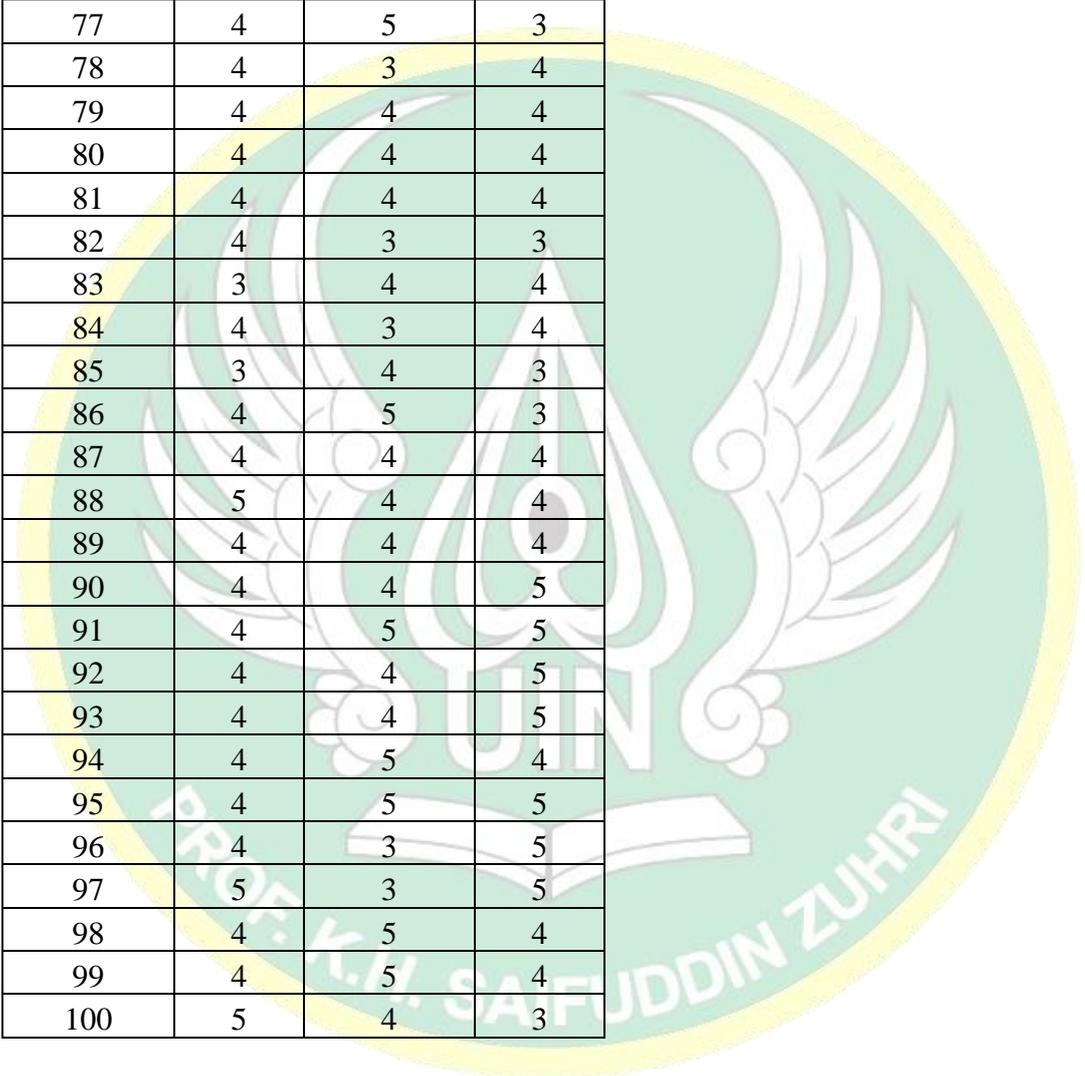
A. Variabel Motivasi

Responden	Butir Pertanyaan		
	1	2	3
1	3	4	5
2	4	4	5
3	3	2	4
4	2	4	3
5	2	2	3
6	4	3	3
7	4	4	5
8	5	5	5
9	4	4	4
10	5	5	5
11	5	5	5
12	4	4	3
13	4	4	4
14	4	5	4
15	4	4	4
16	3	1	3
17	4	3	4
18	5	5	5
19	3	3	4
20	4	4	3
21	3	4	4
22	3	5	4
23	4	4	5
24	3	4	2
25	5	5	5
26	2	4	3
27	5	3	4
28	4	3	4
29	4	4	4
30	3	3	3

31	4	2	4
32	4	1	3
33	4	5	4
34	5	4	4
35	3	3	3
36	4	4	5
37	3	3	4
38	3	3	4
39	4	2	4
40	3	5	4
41	3	3	3
42	4	4	4
43	4	4	4
44	4	3	4
45	4	2	4
46	4	4	5
47	3	3	5
48	5	4	3
49	4	4	4
50	3	2	4
51	4	3	4
52	3	2	4
53	4	4	4
54	4	5	4
55	2	2	3
56	4	3	4
57	3	4	4
58	3	4	4
59	4	3	4
60	4	2	4
61	4	4	4
62	4	3	5
63	3	4	4
64	3	3	3
65	4	3	4
66	4	4	4
67	4	3	4
68	4	3	4
69	1	1	3

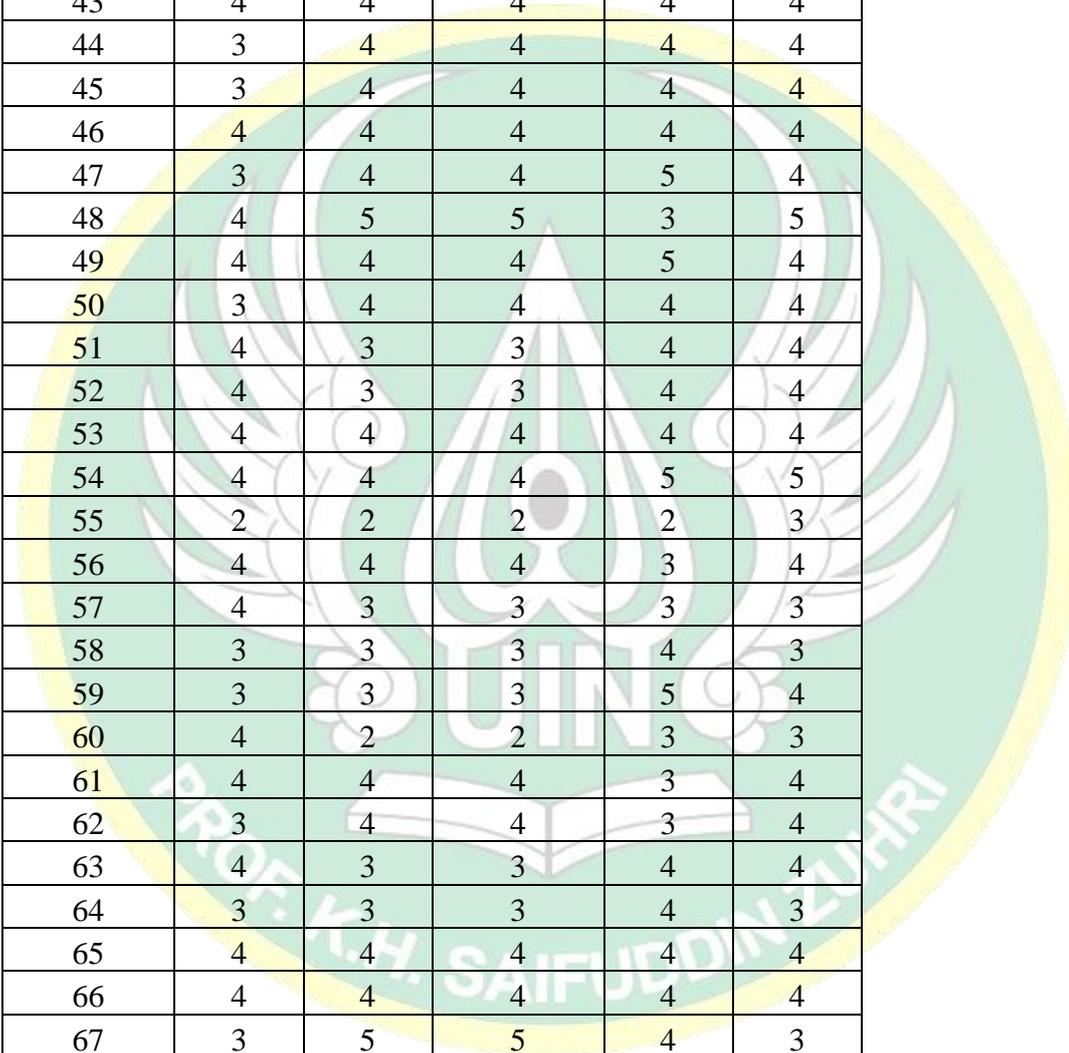


70	4	4	5
71	4	4	5
72	3	4	5
73	4	4	4
74	4	5	4
75	3	4	3
76	5	3	4
77	4	5	3
78	4	3	4
79	4	4	4
80	4	4	4
81	4	4	4
82	4	3	3
83	3	4	4
84	4	3	4
85	3	4	3
86	4	5	3
87	4	4	4
88	5	4	4
89	4	4	4
90	4	4	5
91	4	5	5
92	4	4	5
93	4	4	5
94	4	5	4
95	4	5	5
96	4	3	5
97	5	3	5
98	4	5	4
99	4	5	4
100	5	4	3



B. Variabel Fasilitas

Responden	Butir Pertanyaan				
	1	2	3	4	5
1	5	4	4	3	3
2	5	4	4	4	5
3	3	3	3	4	4
4	3	2	2	3	3
5	2	3	3	3	2
6	4	4	4	3	4
7	4	5	5	5	4
8	4	5	5	5	5
9	4	4	4	4	4
10	5	5	5	5	5
11	5	5	5	5	5
12	4	4	4	3	4
13	4	4	4	4	4
14	3	4	4	4	4
15	4	4	4	4	4
16	3	3	3	2	2
17	4	4	4	4	4
18	5	5	5	5	5
19	4	4	4	3	4
20	5	5	5	5	4
21	3	3	3	3	4
22	4	4	4	5	3
23	4	2	2	4	4
24	3	3	3	3	3
25	4	5	5	5	5
26	4	3	3	3	2
27	5	5	5	5	5
28	4	3	3	3	4
29	4	4	4	4	4
30	3	3	3	3	4
31	4	4	4	4	4
32	3	4	4	3	3
33	3	3	3	3	3
34	5	5	5	5	4
35	3	3	3	4	4



36	4	4	4	5	4
37	4	3	3	5	4
38	3	3	3	3	3
39	4	4	4	3	4
40	4	4	4	5	4
41	3	3	3	3	3
42	4	3	3	4	4
43	4	4	4	4	4
44	3	4	4	4	4
45	3	4	4	4	4
46	4	4	4	4	4
47	3	4	4	5	4
48	4	5	5	3	5
49	4	4	4	5	4
50	3	4	4	4	4
51	4	3	3	4	4
52	4	3	3	4	4
53	4	4	4	4	4
54	4	4	4	5	5
55	2	2	2	2	3
56	4	4	4	3	4
57	4	3	3	3	3
58	3	3	3	4	3
59	3	3	3	5	4
60	4	2	2	3	3
61	4	4	4	3	4
62	3	4	4	3	4
63	4	3	3	4	4
64	3	3	3	4	3
65	4	4	4	4	4
66	4	4	4	4	4
67	3	5	5	4	3
68	3	5	5	4	4
69	4	3	3	4	5
70	4	4	4	5	5
71	4	4	4	5	4
72	3	2	2	4	4
73	4	5	5	4	4
74	5	4	4	4	4

75	3	4	4	4	3
76	4	4	4	4	4
77	4	4	4	4	4
78	3	4	4	4	4
79	4	4	4	5	5
80	5	4	4	4	4
81	5	4	4	4	4
82	4	4	4	3	4
83	4	5	5	4	5
84	4	4	4	4	4
85	5	4	4	3	2
86	3	4	4	4	3
87	4	5	5	5	5
88	5	4	4	4	4
89	4	4	4	4	5
90	3	4	4	5	4
91	4	4	4	3	4
92	4	4	4	4	5
93	4	5	5	5	4
94	4	4	4	5	4
95	4	4	4	4	5
96	4	4	4	4	4
97	4	5	5	5	4
98	3	4	4	5	3
99	4	4	4	4	5
100	5	5	5	4	4

UNIVERSITI  
PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI

C. Variabel Lokasi

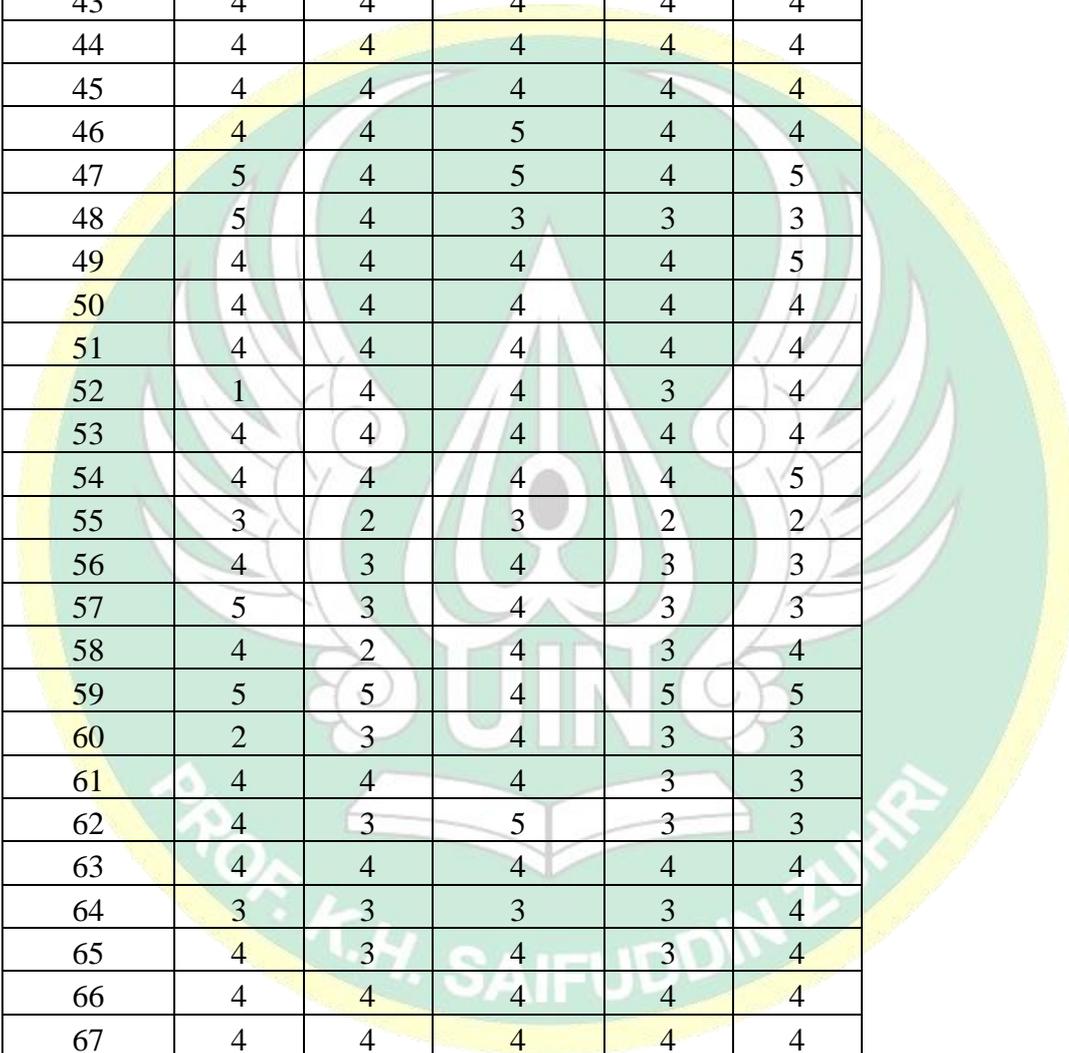
Responden	Butir Pertanyaan						
	1	2	3	4	5	6	7
1	3	3	4	3	5	4	4
2	4	5	4	5	5	4	4
3	3	4	2	4	3	4	3
4	3	3	4	3	3	4	2
5	2	3	2	2	2	2	3
6	3	3	3	4	4	4	4
7	4	5	4	4	4	5	5
8	4	4	5	5	4	5	5
9	4	4	4	4	4	4	4
10	5	5	5	5	5	5	5
11	5	5	5	5	5	5	5
12	4	3	4	4	4	4	4
13	4	4	4	4	4	4	4
14	4	4	5	4	3	3	4
15	3	4	4	4	4	3	4
16	3	2	1	2	3	3	3
17	4	4	3	4	4	4	4
18	5	5	5	5	5	5	5
19	3	3	3	4	4	3	4
20	3	5	4	4	5	4	5
21	3	3	4	4	3	3	3
22	4	4	5	3	4	4	4
23	2	4	4	4	4	4	2
24	3	3	4	3	3	3	3
25	4	5	5	5	4	5	5
26	3	3	4	2	4	4	3
27	5	5	3	5	5	3	5
28	4	4	3	4	4	3	3
29	4	4	4	4	4	4	4
30	3	3	3	4	3	3	3
31	4	4	2	4	4	4	4
32	2	2	1	3	3	4	4
33	2	4	5	3	3	3	3
34	4	4	4	4	5	5	5

35	3	3	3	4	3	3	3
36	4	4	4	4	4	4	4
37	3	4	3	4	4	3	3
38	3	3	3	3	3	3	3
39	4	3	2	4	4	4	4
40	4	4	5	4	4	4	4
41	3	3	3	3	3	3	3
42	3	4	4	4	4	3	3
43	4	4	4	4	4	4	4
44	4	4	3	4	3	3	4
45	3	4	2	4	3	4	4
46	4	4	4	4	4	4	4
47	4	4	3	4	3	3	4
48	4	3	4	5	4	4	5
49	4	4	4	4	4	4	4
50	4	4	2	4	3	3	4
51	3	4	3	4	4	3	3
52	3	3	2	4	4	3	3
53	4	4	4	4	4	4	4
54	4	4	5	5	4	5	4
55	2	2	2	3	2	2	2
56	4	3	3	4	4	3	4
57	3	3	4	3	4	4	3
58	3	3	4	3	3	3	3
59	3	5	3	4	3	3	3
60	4	3	2	3	4	3	2
61	4	3	4	4	4	4	4
62	4	3	3	4	3	4	4
63	3	4	4	4	4	4	3
64	3	3	3	3	3	4	3
65	3	3	3	4	4	4	4
66	4	4	4	4	4	4	4
67	4	4	3	3	3	4	5
68	4	5	3	4	3	5	5
69	2	4	1	5	4	4	3
70	5	4	4	5	4	4	4
71	4	4	4	4	4	4	4
72	3	5	4	4	3	4	2
73	4	3	4	4	4	4	5

74	5	4	5	4	5	5	4
75	4	4	4	3	3	5	4
76	4	4	3	4	4	4	4
77	4	3	5	4	4	3	4
78	4	4	3	4	3	4	4
79	4	4	4	5	4	5	4
80	3	4	4	4	5	3	4
81	3	4	4	4	5	3	4
82	3	3	3	4	4	3	4
83	4	4	4	5	4	5	5
84	4	4	3	4	4	3	4
85	4	3	4	2	5	4	4
86	4	4	5	3	3	4	4
87	4	4	4	5	4	4	5
88	4	4	4	4	5	5	4
89	5	4	4	5	4	5	4
90	5	4	4	4	3	4	4
91	4	4	5	4	4	4	4
92	5	5	4	5	4	3	4
93	5	4	4	4	4	3	5
94	4	5	5	4	4	4	4
95	5	5	5	5	4	4	4
96	4	5	3	4	4	5	4
97	5	5	3	4	4	4	5
98	4	5	5	3	3	5	4
99	5	4	5	5	4	5	4
100	4	5	4	4	5	5	5

D. Variabel Keputusan Berkunjung

Responden	Butir Pertanyaan				
	1	2	3	4	5
1	4	3	5	3	3
2	5	4	5	5	4
3	5	4	4	4	4
4	4	3	3	3	3
5	2	3	3	3	3
6	4	3	3	3	3
7	5	5	5	5	5
8	5	5	5	4	5
9	4	4	4	4	4
10	1	5	5	5	5
11	5	5	5	5	5
12	4	4	3	3	3
13	4	4	4	4	4
14	4	4	4	4	4
15	4	3	4	4	4
16	4	1	3	2	2
17	3	4	4	4	4
18	5	5	5	5	5
19	5	4	4	3	3
20	5	4	3	5	5
21	4	3	4	3	3
22	4	4	4	4	5
23	5	4	5	4	4
24	4	3	2	3	3
25	5	5	5	5	5
26	4	2	3	3	3
27	5	5	4	5	5
28	4	3	4	4	3
29	5	4	4	4	4
30	2	3	3	3	3
31	4	4	4	4	4
32	5	3	3	2	3
33	5	4	4	4	3
34	5	4	4	4	5
35	5	3	3	3	4



36	5	4	5	4	5
37	5	4	4	4	5
38	4	3	4	3	3
39	2	4	4	3	3
40	1	4	4	4	5
41	3	3	3	3	3
42	5	4	4	4	4
43	4	4	4	4	4
44	4	4	4	4	4
45	4	4	4	4	4
46	4	4	5	4	4
47	5	4	5	4	5
48	5	4	3	3	3
49	4	4	4	4	5
50	4	4	4	4	4
51	4	4	4	4	4
52	1	4	4	3	4
53	4	4	4	4	4
54	4	4	4	4	5
55	3	2	3	2	2
56	4	3	4	3	3
57	5	3	4	3	3
58	4	2	4	3	4
59	5	5	4	5	5
60	2	3	4	3	3
61	4	4	4	3	3
62	4	3	5	3	3
63	4	4	4	4	4
64	3	3	3	3	4
65	4	3	4	3	4
66	4	4	4	4	4
67	4	4	4	4	4
68	4	5	4	5	4
69	4	4	3	4	4
70	4	4	5	4	5
71	4	5	5	4	5
72	4	5	5	5	4
73	4	3	4	3	4
74	5	3	4	4	4

75	3	4	3	4	4
76	4	4	4	4	4
77	4	3	3	3	4
78	4	5	4	4	4
79	4	4	4	4	5
80	5	4	4	4	4
81	5	4	4	4	4
82	4	4	3	3	3
83	4	4	4	4	4
84	3	4	4	4	4
85	3	2	3	3	3
86	5	4	3	4	4
87	3	4	4	4	5
88	5	3	4	4	4
89	4	4	4	4	4
90	5	4	5	4	5
91	3	4	5	4	3
92	5	5	5	5	4
93	3	4	5	4	5
94	4	4	4	5	5
95	4	5	5	5	4
96	4	5	5	5	4
97	5	5	5	5	5
98	4	4	4	5	5
99	4	5	4	4	4
100	5	4	3	5	4

UNIVERSITI  
PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI

Lampiran 4. Uji Validitas

**UJI VALIDITAS**

A. Motivasi

**Correlations**

		X1.1	X1.2	X1.3	TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	.357**	.406**	.754**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.357**	1	.297**	.793**
	Sig. (2-tailed)	.000		.003	.000
	N	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.406**	.297**	1	.705**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003		.000
	N	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.754**	.793**	.705**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

B. Fasilitas

**Correlations**

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	.470**	.470**	.314**	.427**	.674**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.001	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.470**	1	1.000**	.489**	.462**	.884**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.470**	1.000**	1	.489**	.462**	.884**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.314**	.489**	.489**	1	.509**	.725**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.427**	.462**	.462**	.509**	1	.728**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.674**	.884**	.884**	.725**	.728**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

### C. Lokasi

#### Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	TOTAL
X3.1	Pearson Correlation	1	.498**	.441**	.496**	.397**	.463**	.633**	.782**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.498**	1	.419**	.527**	.356**	.441**	.436**	.729**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.441**	.419**	1	.268**	.371**	.419**	.325**	.681**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.007	.000	.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.496**	.527**	.268**	1	.427**	.357**	.462**	.688**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.007		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	.397**	.356**	.371**	.427**	1	.395**	.470**	.666**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.6	Pearson Correlation	.463**	.441**	.419**	.357**	.395**	1	.507**	.712**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.7	Pearson Correlation	.633**	.436**	.325**	.462**	.470**	.507**	1	.756**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.782**	.729**	.681**	.688**	.666**	.712**	.756**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

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

D. Keputusan Berkunjung

**Correlations**

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	TOTAL
Y1	Pearson Correlation	1	.191	.157	.274**	.200*	.529**
	Sig. (2-tailed)		.057	.119	.006	.046	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.191	1	.549**	.789**	.636**	.833**
	Sig. (2-tailed)	.057		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.157	.549**	1	.543**	.489**	.706**
	Sig. (2-tailed)	.119	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	.274**	.789**	.543**	1	.727**	.879**
	Sig. (2-tailed)	.006	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y5	Pearson Correlation	.200*	.636**	.489**	.727**	1	.803**
	Sig. (2-tailed)	.046	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.529**	.833**	.706**	.879**	.803**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

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



Lampiran 5. Uji Reliabilitas

**UJI RELIABILITAS**

A. Motivasi

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.604	3

B. Fasilitas

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.840	5

C. Lokasi

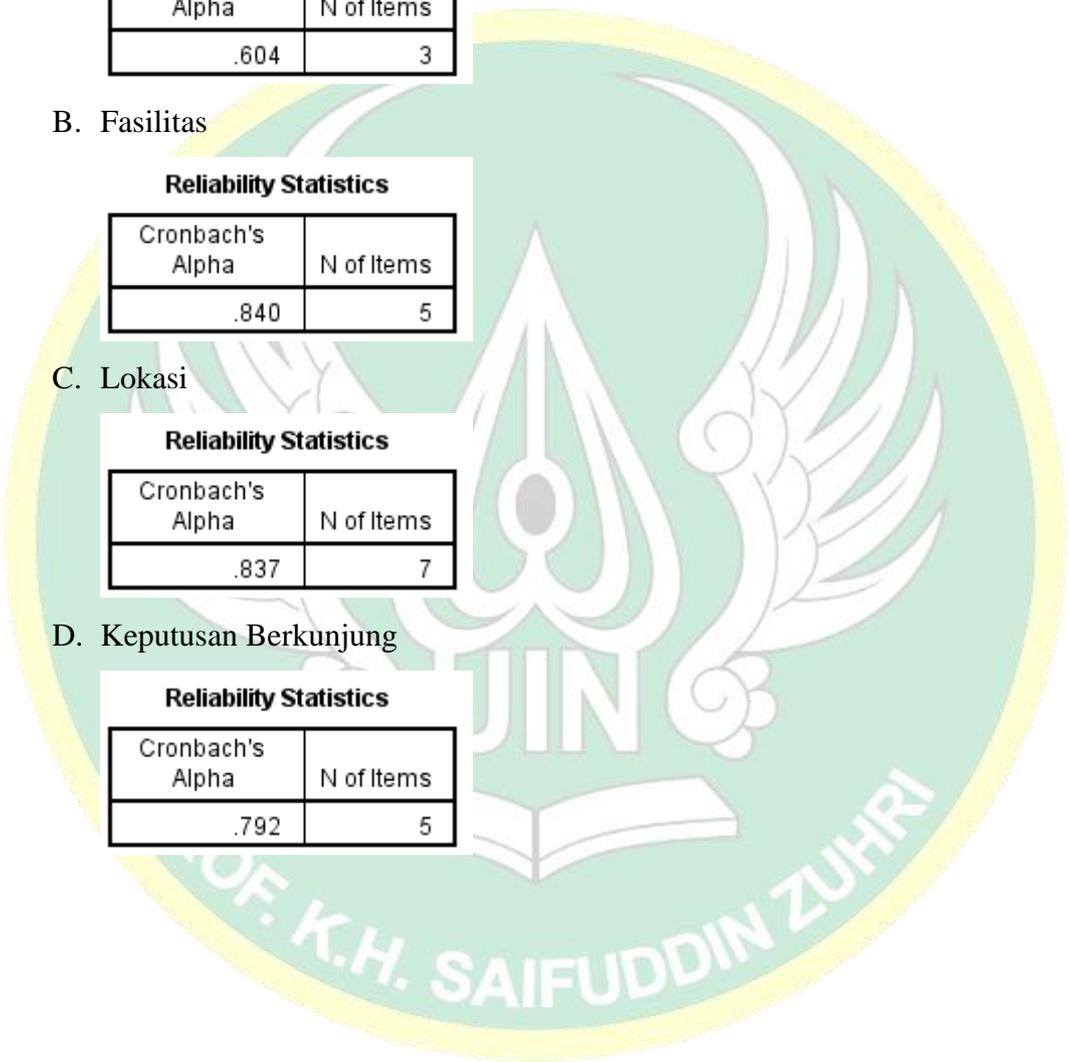
**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.837	7

D. Keputusan Berkunjung

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.792	5



Lampiran 6. Uji Rank Spearman

**UJI RANK SPEARMAN**

**Correlations**

			Motivasi	Fasilitas	Lokasi	KeputusanBer rkunjung
Spearman's rho	Motivasi	Correlation Coefficient	1.000	.560**	.756**	.636**
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.000
		N	100	100	100	100
	Fasilitas	Correlation Coefficient	.560**	1.000	.715**	.551**
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.000
		N	100	100	100	100
	Lokasi	Correlation Coefficient	.756**	.715**	1.000	.553**
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.000
		N	100	100	100	100
	KeputusanBerkunjung	Correlation Coefficient	.636**	.551**	.553**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.
		N	100	100	100	100

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



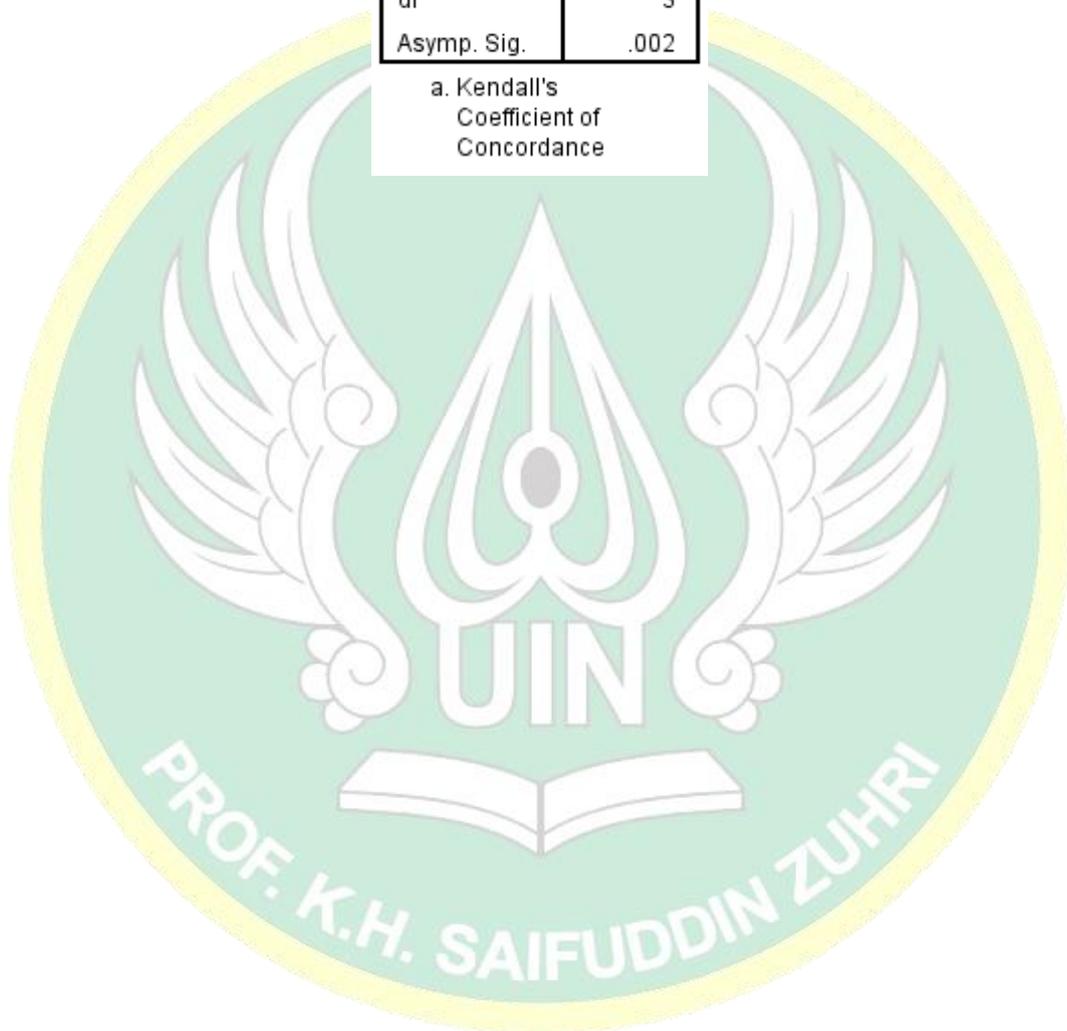
Lampiran 7. Uji Kendall's W

**UJI KENDALL'S W**

**Test Statistics**

N	100
Kendall's W <sup>a</sup>	.049
Chi-Square	14.658
df	3
Asymp. Sig.	.002

a. Kendall's  
Coefficient of  
Concordance



Lampiran 8. Uji Regresi Ordinal

**UJI REGRESI ORDINAL**

**Case Processing Summary**

		N	Marginal Percentage
KeputusanBerkunjung	Tidak Setuju	2	2.0%
	Ragu-Ragu	20	20.0%
	Setuju	61	61.0%
	Sangat Setuju	17	17.0%
Valid		100	100.0%
Missing		0	
Total		100	

**Model Fitting Information**

Model	-2 Log Likelihood	Chi-Square	df	Sig.
Intercept Only	108.196			
Final	44.979	63.217	3	.000

Link function: Logit.

**Goodness-of-Fit**

	Chi-Square	df	Sig.
Pearson	29.755	42	.922
Deviance	21.052	42	.997

Link function: Logit.

**Pseudo R-Square**

Cox and Snell	.469
Nagelkerke	.541
McFadden	.315

Link function: Logit.

**Parameter Estimates**

	Estimate	Std. Error	Wald	df	Sig.	95% Confidence Interval		
						Lower Bound	Upper Bound	
Threshold	[KeputusanBerkunjung = 2]	8.080	1.845	19.181	1	.000	4.464	11.697
	[KeputusanBerkunjung = 3]	12.325	2.093	34.692	1	.000	8.224	16.426
	[KeputusanBerkunjung = 4]	16.715	2.414	47.949	1	.000	11.984	21.446
Location	Motivasi	2.221	.608	13.358	1	.000	1.030	3.412
	Fasilitas	1.489	.524	8.078	1	.004	.462	2.516
	Lokasi	.012	.656	.000	1	.986	-1.273	1.296

Link function: Logit.



Lampiran 9. Objek Wisata Kemit *Forest Education*



## Lampiran 10. Surat Permohonan Izin Riset Individual



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

Nomor : 2403/U.n.19/FEBI.J.ES/PP.009/07/2022  
Lamp. : -  
Hal : **Permohonan Izin Riset Individual**

Purwokerto, 13 Juli 2022

Kepada Yth.  
Kepala Objek Wisata Kemit Forest Education  
Di  
Sidareja

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dalam rangka pengumpulan data guna penyusunan skripsi, maka kami mohon Bapak/Ibu berkenan memberikan izin riset (penelitian) kepada mahasiswa/i kami:

1. Nama : Suji Tika Astuti
2. NIM : 1817201244
3. Semester / Program Studi : 8 / Ekonomi Syariah
4. Tahun Akademik : 2021 / 2022
5. Alamat : Karangpucung, Cilacap
6. Judul Skripsi : Pengaruh Motivasi, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Kasus Kemit *Forest Education* Desa Karanggedang Kecamatan Sidareja Kabupaten Cilacap)

Adapun observasi tersebut akan dilaksanakan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Obyek : Pengaruh Motivasi, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Berkunjung
2. Tempat/ Lokasi : Kemit *Forest Education* Desa Karanggedang Kecamatan Sidareja Kabupaten Cilacap
3. Waktu Penelitian : 13 Juli 2022 s/d selesai
4. Metode Penelitian : Observasi, Wawancara dan Pengumpulan Data

Demikian permohonan ini kami buat, atas izin dan perkenan Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*



Koord. Prodi Ekonomi Syariah  
  
D. S. Laela Hilyatin, S.E., M.S.I  
NIP. 19851112 200912 2 007

Tembusan Yth.  
1. Wakil Dekan I  
2. Kasubbag Akademik  
3. Arsip

## Lampiran 11. Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

### **SURAT KETERANGAN LULUS SEMINAR PROPOSAL**

Nomor: 2088/Un.19/FEBLJ.ES/PP.009/06/2022

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama:

Nama : Suji Tika Astuti  
NIM : 1817201244  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Pembimbing : Yoiz Shofwa Shafrani, SP., M.Si  
Judul : Pengaruh Motivasi, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Kasus Kemit Forest Education Desa Karanggedang, Kecamatan Sidareja, Kabupaten Cilacap)

Pada tanggal 27/06/2022 telah melaksanakan seminar proposal dan dinyatakan LULUS, dengan perubahan proposal/ hasil proposal sebagaimana tercantum pada berita acara seminar. Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk melakukan riset penulisan skripsi.

Purwokerto, 28 Juni 2022  
Koord. Prodi Ekonomi Syariah



**Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I**  
NIP. 19851112 200912 2 007

## Lampiran 12. Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

**SURAT KETERANGAN LULUS UJIAN KOMPREHENSIF**

Nomor: 1807/Un.19/FEBLJ.ES/PP.009/06/2022

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,  
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa  
mahasiswa atas nama:

Nama : Suji Tika Astuti  
NIM : 1817201244  
Program Studi : Ekonomi Syariah

Pada tanggal 10/06/2022 telah melaksanakan ujian komprehensif dan dinyatakan LULUS,  
dengan nilai : **79 / B+**

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat mendaftar  
ujian munaqasyah.

Dibuat di Purwokerto  
Tanggal **14 Juni 2022**  
Koord. Prodi Ekonomi Syariah



**Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I**  
NIP. 19851112 200912 2 007

Lampiran 13. Sertifikat BTA/PPI

	<p><b>KEMENTERIAN AGAMA</b> <b>INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO</b> <b>UPT MA'HAD AL-JAMI'AH</b> Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53126 Telp : 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553, www.iaipurwokerto.ac.id</p>												
<h1>SERTIFIKAT</h1> <p>Nomor: B-009/In.17/UPT.MAJ/Sti.001/I/2019</p> <p>Diberikan oleh UPT Ma'had Al-Jami'ah IAIN Purwokerto kepada:</p> <h2><u>SUJI TIKA ASTUTI</u></h2> <p><b>1817201244</b></p>													
<table border="1"><thead><tr><th>MATERI UJIAN</th><th>NILAI</th></tr></thead><tbody><tr><td>1. Tes Tulis</td><td>86</td></tr><tr><td>2. Tartil</td><td>93</td></tr><tr><td>3. Tahfidz</td><td>90</td></tr><tr><td>4. Imla'</td><td>70</td></tr><tr><td>5. Praktek</td><td>95</td></tr></tbody></table> <p>NO. SERI: MAJ-G1-2019-208</p>	MATERI UJIAN	NILAI	1. Tes Tulis	86	2. Tartil	93	3. Tahfidz	90	4. Imla'	70	5. Praktek	95	<p>Sebagai tanda yang bersangkutan telah <b>LULUS</b> dalam Ujian Kompetensi Dasar Baca Tulis Al-Qur'an (BTA) dan Pengetahuan Pengamalan Ibadah (PPI).</p> <p>Purwokerto, 24 Januari 2019 Mudir Ma'had Al-Jami'ah,</p>  <p><b>Drs. H. M. Mukti, M.Pd.I</b> NIP. 19570521 198503 1 002</p>
MATERI UJIAN	NILAI												
1. Tes Tulis	86												
2. Tartil	93												
3. Tahfidz	90												
4. Imla'	70												
5. Praktek	95												



Lampiran 14. Sertifikat KKN





# Sertifikat

Nomor : 180/K.LPPM/KKN.49/05/2022

Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM)  
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto  
menyatakan bahwa :

Nama : **SUJI TIKA ASTUTI**

NIM : **1817201244**

Fakultas/Prodi : **EKONOMI DAN BISNIS ISLAM / ESY**

Telah Mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) Angkatan ke-49 Tahun  
2022 dan dinyatakan **LULUS** dengan nilai **90 (A)**



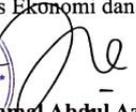
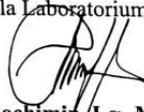
Purwokerto, 30 Mei 2022

Ketua,

Dr. H. Ansori, M.Ag.

NIP. 19650407 199203 1 004

Lampiran 15. Sertifikat PPL

	<b>KEMENTERIAN AGAMA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO</b> <small>Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto 53126 Telp : 0281-635624, Fax : 0281-636553, www.febi.iainpurwokerto.ac.id</small>
<h2 style="color: red;">Sertifikat</h2>	
<b>Nomor : 1160/In.17/D.FEBI/PP.009/X/2021</b>	
Berdasarkan Rapat Yudisium Panitia Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa :	
<b>Nama</b> : Suji Tika Astuti <b>NIM</b> : 1817201244	
Telah mengikuti Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Periode II Tahun Ajaran 2020/2021 di :	
<b>Dinas Tenaga Kerja, Koperasi dan UKM Karang Blimbing Kabupaten Banyumas</b>	
Periode Juli 2021 sampai dengan Agustus 2021 dan dinyatakan <b>Lulus</b> dengan mendapatkan nilai A. Sertifikat Ini diberikan sebagai tanda bukti telah mengikuti Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto dan sebagai syarat mengikuti ujian Munaqosyah/Skripsi.	
Mengetahui, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Purwokerto, 15 Oktober 2021 Kepala Laboratorium FEBI
 <b>Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag</b> NIP.19730921 200212 1 004	 <b>H. Sochimia, Lc., M.Si.</b> NIP. 19691009 200312 1 001



Lampiran 16. Sertifikat Aplikom

# SERTIFIKAT

## APLIKASI KOMPUTER

KEMENTERIAN AGAMA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO  
**UPT TEKNOLOGI INFORMASI DAN PANGKALAN DATA**  
Alamat: Jl. Jend. Ahmad Yani No. 40A Telp. 0281-635624 Website: www.iainpurwokerto.ac.id Purwokerto 53126



No. IN.17/UPT-TIPD/7359/II/2021

**SKALA PENILAIAN**

SKOR	HURUF	ANGKA
86-100	A	4.0
81-85	A-	3.6
76-80	B+	3.3
71-75	B	3.0
65-70	B-	2.6

Diberikan Kepada:

**SUJI TIKA ASTUTI**  
NIM: 1817201244

Tempat / Tgl. Lahir: Cilacap, 06 Juli 2000

Sebagai tanda yang bersangkutan telah menempuh dan **LULUS** Ujian Akhir Komputer pada Institut Agama Islam Negeri Purwokerto **Program Microsoft Office®** yang telah diselenggarakan oleh UPT TIPD IAIN Purwokerto.

**MATERI PENILAIAN**

MATERI	NILAI
Microsoft Word	91 / A
Microsoft Excel	75 / B
Microsoft Power Point	78 / B+



Purwokerto, 15 Januari 2021  
Kepala UPT TIPD

**Dr. H. Fajar Hardoyono, S.Si, M.Sc**  
NIP. 19801215 200501 1 003



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Suji Tika Astuti
2. NIM : 1817201244
3. Tempat/Tgl. Lahir : Cilacap, 6 Juli 2000
4. Alamat Rumah : Sindangbarang RT. 03/RW. 02, Kecamatan Karangpucung, Kabupaten Cilacap, Provinsi Jawa Tengah 53255
5. Nama Orang Tua  
Nama Ayah : Karsono  
Nama Ibu : Etinah

### B. Riwayat Pendidikan

#### 1. Pendidikan Formal

- a. SD/MI, tahun lulus : SD Negeri 06 Sindangbarang, lulus tahun 2012
- b. SMP/MTs, tahun lulus : MTs Negeri Karangpucung, lulus tahun 2015
- c. SMA/MA, tahun lulus : MAN 2 Cilacap, lulus tahun 2018
- d. S-1, tahun masuk : UIN SAIZU Purwokerto, tahun masuk 2018

#### 2. Pendidikan Non Formal

Pondok Pesantren Modern El-Fira 3, Purwanegara

### C. Pengalaman Organisasi

1. PMII Komisariat FEBI UIN SAIZU Purwokerto

Purwokerto, 26 Agustus 2022



Suji Tika Astuti  
NIM. 1817201244