

**PENGARUH LINGKUNGAN INTERNAL DAN EKSTERNAL TERHADAP
MINAT KUNJUNGAN WISATAWAN MELALUI DAYA TARIK
WISATA TAMAN TIRTA ARTA DI KABUPATEN SLEMAN
YOGYAKARTA**

Ani Wijayanti

AKPAR BSI Yogyakarta

JL.Ringroad Barat, Ambarketawang, Gamping, Sleman, Yogyakarta, Indonesia

Ani78_bsi@yahoo.co.id

ABSTRACT

The research is a kind of quantitative research which research many factor that influence rate of tourist visit, cover by internal environment, external environment and tourist attraction. The data collected through interviewing by spreading 200 questioner to respondents. and analysed by Structural Equation Model (SEM). The result of the research proved that internal environment had a direct effect on interest of tourist visit although indirect pass through tourist attraction and the tourist attraction itself influential to interest of tourist visit. Whereas, the external environment hadn't an effect on interest of tourist visit whether direct or indirect pass through the tourist attraction. Based on the result of hypothesis testing, inferential many effort could be done to increase the interest of tourist visit are increasing the human resources quality, offering the innovative and creative tourist product, building good relationship to other site for infrastructure developing as a tourist activities supporting. Besides, creating the relaxation situation to all visitor at Tirta Artha Park.

Keywords: *internal environment, external environment, tourist attraction, interest of tourist visit and Tirta tour.*

I. PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor ekonomi penting dan diharapkan dapat menjadi penghasil devisa nomor satu, serta mengurangi angka pengangguran mengingat berbagai jenis wisata dapat ditempatkan dimana saja dan kapan saja. Industri pariwisata sering dianggap sebagai jawaban untuk menghadapi berbagai masalah ekonomi di Indonesia.

Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan daerah tujuan wisata yang sangat potensial, berbagai jenis objek wisata ditawarkan, meliputi wisata alam, wisata tirta, wisata budaya, wisata religi, wisata agro, wisata edukasi dan lain sebagainya. Dalam penelitian ini penulis memilih taman wisata Tirta Arta sebagai objek penelitian. Taman wisata Tirta Arta mempunyai nilai ekonomis tinggi, selain mendukung kelangsungan hidup pertanian masyarakat sekitar juga dapat digunakan sebagai daerah tujuan wisata. Taman wisata Tirta Arta merupakan sebuah taman wisata yang terdiri dari (1). waduk penampungan air yang berfungsi sebagai sarana irigasi atau pengairan lahan pertanian masyarakat sekitar, (2). taman disekitar waduk, (3). restoran dan (4). kolam renang.

Adapun penelitian terdahulu dengan menggunakan variabel yang sama, diantaranya: (1). Suradnya (2005), menyatakan bahwa delapan faktor daya tarik untuk berkunjung ke Bali, yakni : harga-harga, budaya, pantai , kenyamanan, kesempatan relaksasi, citra (*image*), keindahan alam, dan keramahan penduduk. (2). Syahadat (2005) faktor pelayanan, sarana prasarana, objek dan daya tarik wisata alam, dan keamanan secara parsial berpengaruh signifikan, sedangkan secara bersama-sama (*simultan*) tidak. (3). Yuliasuti (2009), menurut persepsi terhadap kualitas pelayanan terapis tidak berhubungan dengan minat kunjungan ulang, sedangkan persepsi terhadap kualitas sarana dan hasil terapi berhubungan dengan minat kunjungan ulang. (3). Koestanto (2010), Menyatakan variabel kualitas pelayanan, promosi, harga dan penampilan fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjungan ulang.

Pada awal pembukaan, objek wisata Tirta Arta tersebut mendapat sambutan yang cukup baik dari berbagai pihak. Banyak pengunjung datang untuk menikmati objek wisata tersebut, serta melakukan berbagai aktivitas wisata. Namun pasca bencana gempa bumi yang melanda wilayah

Yogyakarta dan sekitarnya pada tahun 2006, telah merusak beberapa aset dan infrastruktur yang ada di kawasan wisata ini. Kondisi ini menyebabkan penurunan minat kunjungan wisatawan seiring dengan menurunnya daya tarik wisata.

Kondisi inilah yang mendorong peneliti untuk mengetahui lebih jauh, permasalahan apa yang sebenarnya menjadi hambatan dalam upaya pemulihan pasca bencana gempa bumi. Untuk memperoleh jawabannya, peneliti mengupas lebih jauh pengaruh variabel lingkungan internal dan lingkungan eksternal terhadap variabel daya tarik serta dampaknya terhadap minat kunjungan wisatawan.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Gambaran Umum Pariwisata

Pariwisata didefinisikan sebagai segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk pengusahaan objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang berkaitan dengan bidang tersebut (Pendid, 2006).

Menurut G.A.Schmoll dalam Sihite (2000), wisatawan adalah individu atau kelompok individu yang mempertimbangkan

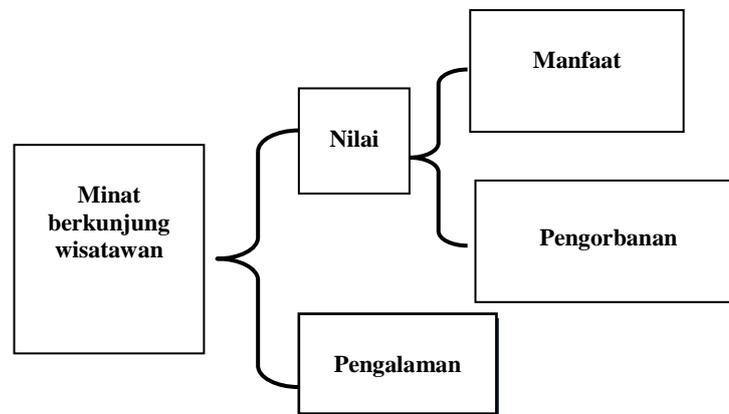
dan merencanakan tenaga beli yang dimilikinya untuk perjalanan rekreasi atau berlibur. Para wisatawan pada umumnya tertarik pada perjalanan dengan motivasi yang pernah ia lakukan, yakni menambah pengetahuan, tertarik oleh pelayanan yang diberikan oleh suatu daerah tujuan wisata.

Minat Kunjungan Wisatawan

Menurut Harlock (1993), minat merupakan sumber motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih. Jika seseorang melihat sesuatu akan menguntungkan, maka ia akan merasa berminat. Hal ini kemudian mendatangkan kepuasan dan bila kepuasan itu berkurang maka minatpun akan berkurang. Menurut Harlock aspek minat terdiri dari:

- a. Aspek *kognitif*, yaitu aspek berdasarkan konsep yang dikembangkan oleh individu berkaitan dengan minat lewat pengalaman pribadi.
- b. Aspek *afektif*, yaitu sikap yang dinyatakan dalam suatu aktivitas.

Model hubungan antara nilai produk wisata dengan minat kunjungan wisatawan digambarkan sebagai berikut:



Sumber : Jurnal Pariwisata – STP Bandung, 2005

Gambar 1.

Model Hubungan antara Nilai Produk Wisata dengan Minat Berkunjung Wisatawan

Nilai produk wisata mempunyai hubungan yang erat dengan motivasi berkunjung ulang wisatawan. Keinginan atau motivasi berkunjung ulang wisatawan selain dipengaruhi oleh persepsi terhadap nilai yang dijanjikan juga dipengaruhi pengalaman yang telah diperoleh. Ekspektasi wisatawan ditentukan oleh hubungan fungsional antara keunggulan manfaat produk wisata yang meliputi objek dan daya tarik wisata aksesibilitas dan fasilitas dengan

penggunaan yang dilakukan wisatawan untuk mengunjungi daerah tujuan wisata tersebut.

Kotler (2001), menjelaskan konsep nilai sebagai perbandingan antara manfaat yang diperoleh dengan pengorbanan yang diperlukan. Produk wisata harus mampu menawarkan nilai, dimana manfaat yang diperoleh wisatawan lebih besar dibandingkan pengorbanan yang dilakukan.

Daya Tarik Wisata dan Produk Wisata

Menurut A. Yoeti (2002), daya tarik wisata atau “*tourist attraction*”, yaitu segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi orang untuk mengunjungi suatu daerah tertentu, sedangkan menurut S. Pendit (2000) daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang menarik dan bernilai untuk dikunjungi dan dilihat.

Produk wisata merupakan matarantai dari komponen kegiatan yang satu dengan

lainnya saling terkait, dimana kekuatan terbesar terletak pada matarantai terlemah (Sammeng, 2001). Secara garis besar rangkaian matarantai produk pariwisata meliputi; daya tarik, kemudahan, aksesibilitas, gerbang atau terminal, transfer, akomodasi, pesiar (*tours*), makan-minum, hiburan sehat dan cinderamata. Menurut Sammeng (2001), matarantai tersebut dapat digambarkan sebagai berikut;



Gambar 2.
Rangkaian matarantai produk pariwisata

Wisata Tirta

Wisata air atau *water park* merupakan tempat bermain dan rekreasi *outdoor* yang luas untuk anak dan juga orang dewasa, dimana sarana utamanya adalah air. Sebuah taman hiburan dimana atraksi-atraksinya meliputi seluncuran atau *slides*, air mancur, dan fasilitas rekreasi lainnya yang berkaitan dengan air. Adapun fasilitas yang ditawarkan pada umumnya meliputi:

1. Fasilitas khusus, yang terdiri dari *wet activities (leisure, competition, thrill, therapy, adventure, exercise)* dan *dry activities (sun bath dan games)*
2. Fasilitas umum, meliputi: lobby, restaurant, ATM, *souvenirs shop*, *medical clinic* dan fasilitas pendukung lainnya.

Lingkungan Bisnis

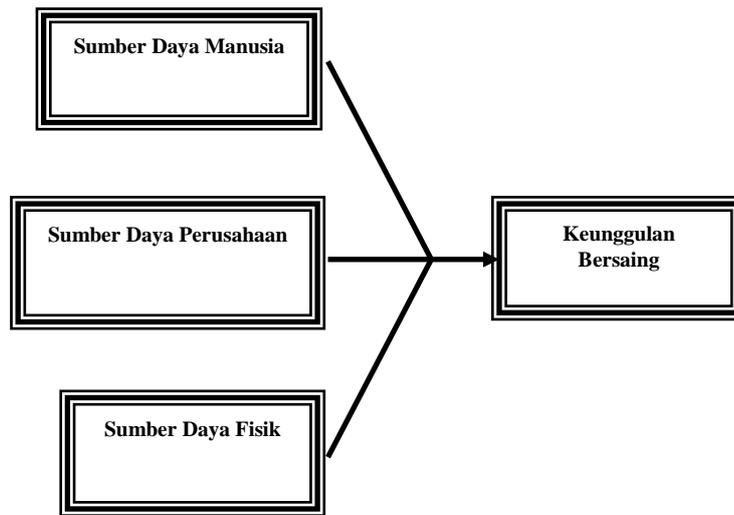
Lingkungan bisnis (*business environment*), merupakan lingkungan yang dihadapi organisasi dan harus dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan bisnis. Wheleen dan Hunger (2000) membedakan atas lingkungan internal dan lingkungan eksternal.

A. Lingkungan Internal (external environment)

Menurut Peter, *et al* (1996), lingkungan internal perusahaan merupakan sumberdaya perusahaan (*the firm's resources*) yang akan menentukan kekuatan dan kelemahan perusahaan, meliputi:

1. Sumber daya manusia (*human resources*) seperti pengalaman (*experiences*), kemampuan (*capabilities*), pengetahuan (*knowledge*), keahlian (*skill*), dan pertimbangan (*judgment*) dari seluruh pegawai perusahaan,
2. Sumber daya perusahaan (*organizational resources*) seperti proses dan sistem perusahaan, strategi perusahaan, struktur, budaya, manajemen pembelian material, produksi atau operasi, keuangan, riset dan pengembangan, pemasaran, sistem informasi, dan sistem pengendalian.
3. Sumberdaya fisik seperti (pabrik dan peralatan, lokasi geografis, akses terhadap material, jaringan distribusi dan teknologi).

Jika perusahaan dapat mengoptimalkan penggunaan sumberdaya, maka ketiga sumber daya diatas mampu memberikan perusahaan sebuah keunggulan bersaing atau *sustained competitive advantage*, yang digambarkan sebagai berikut:



Gambar 3.
Rute Mempertahankan Keunggulan Bersaing

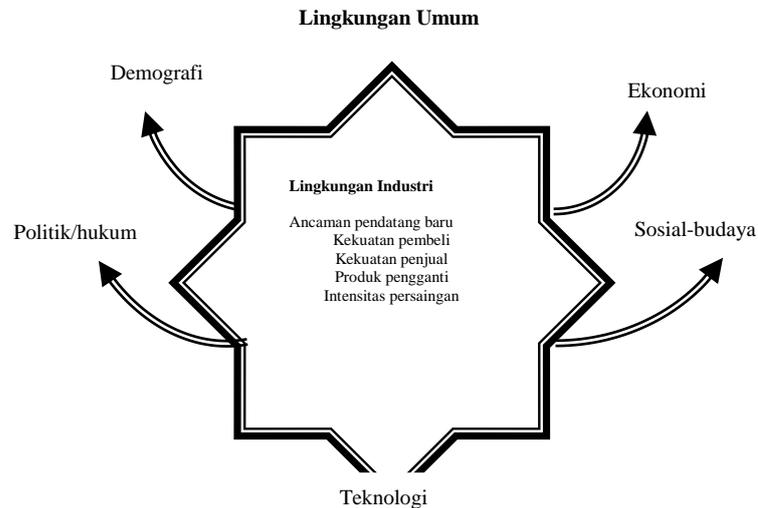
Lingkungan Eksternal (*external environment*)

Lingkungan eksternal terdiri dari lingkungan makro dan lingkungan industri (Wheelen dan Hunger, 2000). Sedangkan, Hit dan Ireland membagi unsur-unsur lingkungan eksternal sebagai berikut;

1. Lingkungan umum, terdiri dari kekuatan ekonomi, sosial-budaya, teknologi, politik atau hukum dan demografis.

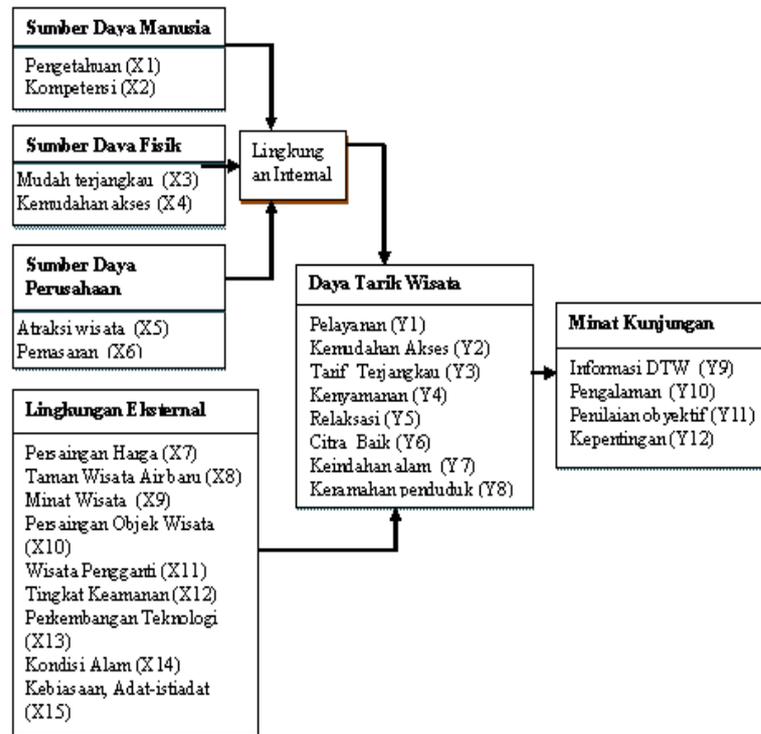
2. Lingkungan industri, terdiri dari ancaman pendatang baru, kekuatan pembeli, kekuatan penjual, produk pengganti dan intensitas persaingan.

Adapun faktor-faktor lingkungan eksternal menurut Hit dan Ireland, digambarkan sebagai berikut;



Gambar 4.
Faktor-faktor Lingkungan Eksternal

Kerangka Pemikiran



Gambar 5.
Kerangka Pikir Penelitian

Hipotesis Penelitian

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, sebagai berikut :

1. Faktor sumber daya manusia, sumber daya fisik dan sumber daya perusahaan memberikan kontribusi terhadap lingkungan internal, dimana sumber daya alam memberi kontribusi dominan.
2. Persaingan harga, taman wisata air baru, minat wisata, persaingan objek wisata, wisata pengganti, tingkat keamanan, perkembangan teknologi, kondisi alam, kebiasaan dan adat-istiadat memberikan kontribusi terhadap lingkungan eksternal, dimana persaingan objek wisata memberi kontribusi dominan.
3. Faktor pelayanan memuaskan, kemudahan akses fasilitas umum, tarif terjangkau, kenyamanan, kesempatan relaksasi, citra baik, keindahan alam dan keramahan penduduk memberikan kontribusi terhadap daya tarik wisata, dimana kesempatan relaksasi memberi kontribusi dominan.
4. Faktor informasi daya tarik wisata, pengalaman wisatawan, penilaian obyektif dan kepentingan atau *interest* memberikan kontribusi terhadap minat

kunjungan wisatawan, dimana pengalaman wisatawan memberi kontribusi dominan.

5. Faktor lingkungan internal dan lingkungan eksternal berpengaruh positif terhadap daya tarik wisata, dimana lingkungan internal mempunyai pengaruh dominan.
6. Faktor daya tarik wisata berpengaruh positif terhadap minat kunjungan wisatawan.
7. Faktor lingkungan internal dan eksternal berpengaruh positif secara langsung terhadap minat kunjungan wisatawan serta tidak langsung melalui daya tarik wisata.

III. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang dipergunakan adalah metode survey, sedangkan desain penelitiannya adalah penelitian kausal, yakni hendak mengetahui hubungan sebab akibat antar variabel (Sugiyono, 2009). Penelitian dilakukan di taman wisata Tirta Artha, yang berlokasi di padukuhan Jaban, kabupaten Sleman, Yogyakarta.

Data primer diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 200

responden yang dipilih secara *accidental sampling*. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan analisis SEM (*structural equation model*), yakni teknik *multivariate* (variasi ganda) dengan mengkombinasikan aspek-aspek *multiple regression* (regresi berganda). Skala pengukuran yang digunakan terhadap pernyataan-pernyataan adalah *semantic defferential scale* dengan skala pengukuran 1-10 untuk mendapatkan data yang bersifat interval.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Objek Wisata

Taman Tirta Arta adalah sebuah taman rekreasi yang terletak di Padukuhan Jaban, Jl. Magelang Km.9 Yogyakarta Komplek Pemda Sleman (Depan Rumah Dinas Bupati). Luas taman wisata ini sekitar 30.000 km persegi, dengan pintu masuk berada di sebelah timur. Taman wisata Tirta Arta dikelilingi oleh rumah dinas dan kompleks perkantoran Pemda di sebelah utara dan timur, di sebelah selatan terdapat lapangan atau stadion Tridadi yang juga merupakan pintu masuk lama sebelum dipindah di sebelah timur dan di sebelah barat adalah jalan Merapi yang terhubung dengan jalan utama (Jl. Magelang).

Taman wisata ini sudah berdiri sejak 12 tahun lalu, yakni sekitar tahun 1998. taman Tirta Arta ini dibangun diatas tanah kas desa dan dikelola oleh pihak swasta dengan sistem sewa. Taman Tirta Arta dikelola oleh Bp. Andi Matalata dengan jumlah karyawan sebanyak 11 orang.

Sebelum dijadikan sebagai taman wisata, lokasi ini merupakan sebuah waduk penampungan air yang berfungsi sebagai irigasi lahan pertanian warga setempat, sehingga keberadaan taman wisata ini tidak bisa lepas dari berbagai aktivitas pertanian masyarakat sekitar. Waduk tersebut dikelilingi area kosong yang cukup luas, yang kemudian dimanfaatkan oleh pengelola untuk dijadikan taman wisata.

Secara definitif taman wisata Tirta Arta ini merupakan sebuah objek wisata yang menawarkan berbagai aktivitas dengan nuansa Tirta (air), diantaranya berenang, memancing, dayung, motor air dan lain sebagainya. Disamping berbagai aktivitas wisata yang dapat dilakukan di waduk, para wisatawan juga dapat melakukan berbagai aktivitas di area taman disekitar waduk tersebut. Disekitar waduk tersebut terdapat *gazebo-gazebo* dan area kosong yang dapat digunakan berbagai aktivitas *outbound*.

Adapun gambaran umum taman wisata Tirta Arta, sebagai berikut;

1. Fasilitas, sarana dan prasarana, meliputi;
 - a. Pos keamanan : terletak di pintu gerbang masuk, sebelah timur.
 - b. Area parkir : halaman depan, sebelum dan sesudah pintu gerbang masuk
 - c. Ruang kantor : terletak di sebelah timur kolam renang
 - d. *Rest room* : 2 buah di taman wisata dan 3 buah di area kolam renang.
 - e. Restoran: rumah makan dan gedung pertemuan
2. Sumber Daya Manusia
Karyawan yang dipekerjakan di taman Tirta Arta sekitar 11 karyawan, yang sebagian besar belum memiliki keahlian di bidang pengelolaan pariwisata, dengan *job description* yang masih bersifat multifungsi.
3. Sistem Operasional
 - a. *Ticketing* : *ticketing* dilakukan secara manual menggunakan tiket sobekan.
 - b. *Standar operasional prosedur* di taman wisata Tirta Arta sudah ada, tetapi pelaksanaannya masih belum berjalan baik.
4. Atraksi Wisata dan daya tarik wisata
Berbagai atraksi wisata ditawarkan diantaranya berenang, *flying fox*, mendayung, memancing, motor air, dan fasilitas *outbound* lainnya. Disamping aktivitas *outbound* juga disediakan restoran yang menyediakan berbagai hidangan, serta dapat digunakan sebagai gedung pertemuan yang sudah dilengkapi dengan hotspot.
5. Fasilitas wisata, Fasilitas wisata yang ditawarkan, meliputi;
 - a. Restoran Phinisi, sebuah restoran yang dilengkapi dengan fasilitas hotspot
 - b. Pemancingan, wisata memancing merupakan aktivitas yang paling sering dilakukan oleh para pengunjung, bahkan taman ini sering digunakan untuk acara perlombaan memancing.
 - c. Kolam renang, disediakan bagi anak-anak, remaja dan dewasa. Kolam renang tersebut terletak di samping perahu pinisi.

d. Perahu Phinisi, sebuah perahu yang terbuat dari kayu yang dapat digunakan untuk *flying fox*.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji *validitas* dilakukan untuk mengetahui ke-*valid*-an setiap butir pernyataan kuesioner, dengan cara membandingkan *r* tabel sebesar 0,138 (N=200) dengan nilai *corrected item-total correlation*. Apabila nilai *corrected item-total correlation* lebih dari 0,138, maka item

butir pernyataan kuesioner tersebut dinyatakan valid.

Uji *reliabilitas* dilakukan untuk mengetahui tingkat kesahihan kuesioner sebagai alat ukur, dengan membandingkan nilai *cronbach alpha* dengan nilai kritisnya yakni 0,6. Apabila nilai *cronbach alpha* lebih besar dari nilai kritisnya maka variabel dinyatakan *reliabel*. Adapun hasil uji *validitas* dan *reliabilitas* disajikan dalam tabel, di bawah ini;

Tabel 1.
Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

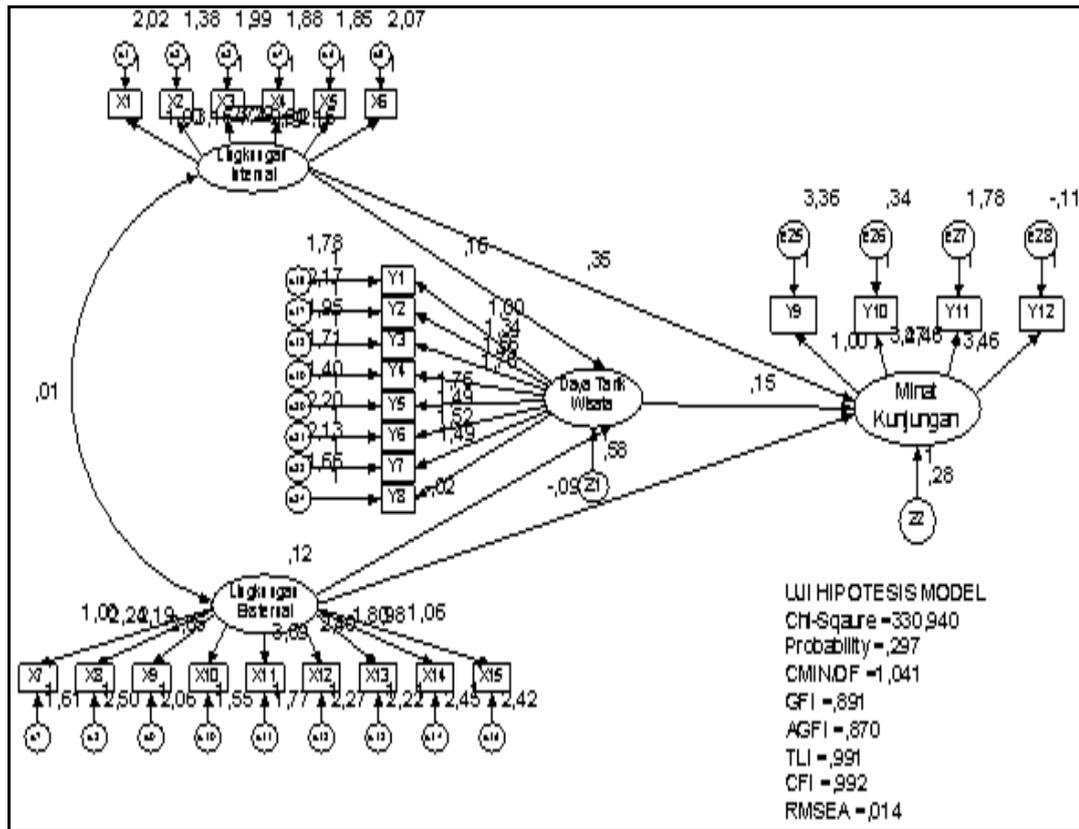
Variabel Laten	Nilai Cronbach α	Item	r hitung
Lingkungan Internal	0,771	X1	0,449
		X2	0,789
		X3	0,756
		X4	0,712
		X5	0,718
		X6	0,649
Lingkungan Eksternal	0,717	X7	0,369
		X8	0,555
		X9	0,525
		X10	0,587
		X11	0,679
		X12	0,572
		X13	0,496
		X14	0,415
Daya Tarik Wisata	0,770	Y1	0,581
		Y2	0,648
		Y3	0,707
		Y4	0,749
		Y5	0,767
		Y6	0,680
		Y7	0,686
		Y8	0,714
Minat Kunjungan Wisatawan	0,819	Y9	0,570
		Y10	0,916
		Y11	0,821
		Y12	0,932

Semua butir pernyataan dinyatakan *valid* dan *reliabel*, karena mempunyai nilai *corrected item-total correlation* lebih besar dari 0,138, serta nilai koefisien Alpha lebih besar dari 0,6.

Analisis SEM

Analisis secara full model dimaksudkan untuk menguji model dan

hipotesis yang dikembangkan dalam penelitian ini. Pengujian model dalam SEM dilakukan dengan dua pengujian, yaitu uji kesesuaian model dan uji signifikansi kausalitas melalui uji koefisien regresi. Hasil pengolahan data untuk analisis SEM terlihat pada gambar, di bawah ini;



Gambar 6. Model SEM Menggunakan Program AMOS versi 16.0

Berdasarkan hasil estimasi dengan AMOS 16.0 untuk full model SEM sebagaimana terlihat dalam gambar di atas

dapat dipaparkan evaluasi dan interpretasi terhadap *goodness of fit indices*, sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Pengujian Kelayakan Full Model

Goodness of Fit Indeks	Cut off Value	Hasil	Evaluasi Model
Chi-Square (df= 318)	Kecil (<360,59)	330,94	Baik
Probability	≥ 0,05	0,297	Baik
RMSEA	≤ 0,08	0,014	Baik
GFI	≥ 0,90	0,891	Marjinal
AGFI	≥ 0,90	0,870	Marjinal
CMIN/DF	≤ 2,00	1,041	Baik
TLI	≥ 0,95	0,991	Baik
CFI	≥ 0,95	0,992	Baik

Pengujian Asumsi

Berdasarkan kriteria-kriteria *goodness of fit* pada Tabel 2, dapat disimpulkan bahwa model struktural (SEM) yang dispesifikasi dalam penelitian telah *fit* dengan data. Langkah selanjutnya adalah menguji apakah asumsi-asumsi yang

disyaratkan dalam SEM telah dipenuhi atau tidak.

1. Pengujian normalitas data

Uji normalitas data dalam penelitian ini, baik secara *univariate* maupun *multivariate* dilakukan dengan menggunakan *Critical Ratio* (CR) untuk *kurtosis* sebesar $\leq \pm 2,58$ pada tingkat

signifikansi 1 %. Data dikatakan berdistribusi normal jika nilai *critical ratio skewness value* harga mutlak

dibawah 2,58. Hasil output normalitas data terlihat pada Tabel 3, di bawah;

Tabel 3.
Hasil Uji Normalitas Data

Variable	min	max	skew	cr.	kurtosis	cr.
Y12	1.000	9.000	.298	1.720	-.598	-1.727
Y11	1.000	10.000	-.056	-.322	-.611	-1.762
Y10	1.000	10.000	.227	1.311	-.668	-1.927
Y9	1.000	10.000	-.112	-.646	-.258	-.745
Y8	1.000	10.000	-.052	-.299	-.501	-1.445
Y7	1.000	10.000	-.235	-1.358	-.357	-1.030
Y6	1.000	10.000	-.058	-.337	-.335	-.967
Y5	1.000	9.000	-.210	-1.213	-.421	-1.217
Y4	1.000	9.000	-.121	-.699	-.499	-1.439
Y3	1.000	10.000	-.107	-.620	-.402	-1.162
Y2	1.000	9.000	-.178	-1.030	-.332	-.960
Y1	1.000	8.000	-.597	-3.446	-.060	-.174
X15	1.000	10.000	-.129	-.748	-.178	-.513
X14	1.000	9.000	-.355	-2.047	-.447	-1.290
X13	1.000	9.000	-.480	-2.770	.258	.745
X12	1.000	9.000	-.122	-.707	-.540	-1.538
X11	1.000	10.000	-.327	-1.888	-.764	-2.204
X10	2.000	10.000	-.412	-2.380	.374	1.080
X9	2.000	10.000	-.056	-.324	-.006	-.017
X8	1.000	10.000	-.689	-3.979	.156	.450
X7	2.000	9.000	-.883	-5.100	1.811	5.229
X6	2.000	10.000	-.325	-1.875	-.309	-.892
X5	1.000	10.000	-.285	-1.648	.111	.320
X4	1.000	10.000	-.149	-.861	-.251	-.725
X3	1.000	10.000	-.314	-1.812	-.410	-1.184
X2	1.000	10.000	-.313	-1.807	-.236	-.682
X1	1.000	9.000	-1.399	-8.078	2.128	6.142
Multi-variate					81.682	14.595

Dari nilai *critical ratio skewness value* sebagian besar indikator menunjukkan distribusi normal karena nilainya dibawah 2,58.

2. Pengujian outliers

Outliers merupakan observasi atau data yang memiliki karakteristik unik dan bernilai ekstrim (Ferdinand, 2002). Adapun *outliers* dapat dievaluasi dengan dua cara, yaitu analisis terhadap *univariate outliers* dan analisis terhadap *multivariate outliers* (Ferdinand, 2002).

Tabel 4.
Hasil Pengujian *Univariate Outliers*

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Zscore: Pengatahuan Karyawan (X1)	200	-3.79323	1.57772	.0000000	1.0000000
Zscore: Kompetensi Karyawan (X2)	200	-2.66805	2.32414	.0000000	1.0000000
Zscore: Lokasi Mudah Terjangkau (X3)	200	-2.16962	2.31409	.0000000	1.0000000
Zscore: Kemudahan Akses Fasilitas (X4)	200	-2.32907	2.64403	.0000000	1.0000000
Zscore: Produk Wisata (X5)	200	-2.57465	2.51806	.0000000	1.0000000
Zscore: Pemasaran (X6)	200	-2.42959	2.23149	.0000000	1.0000000
Zscore: Persaingan Harga (X7)	200	-3.33688	1.97180	.0000000	1.0000000
Zscore: Taman Wisata Air Baru (X8)	200	-2.90440	2.21600	.0000000	1.0000000
Zscore: Minat Wisata (X9)	200	-2.66855	2.27321	.0000000	1.0000000
Zscore: Persaingan Objek Wisata (X10)	200	-2.84666	2.35272	.0000000	1.0000000
Zscore: Wisata Pengganti (X11)	200	-2.76419	2.14730	.0000000	1.0000000
Zscore: Tingkat Keamanan (X12)	200	-2.78476	1.87592	.0000000	1.0000000
Zscore: Perkembangan Teknologi (X13)	200	-2.92030	2.03461	.0000000	1.0000000
Zscore: Kondisi Alam (X14)	200	-2.77850	2.21095	.0000000	1.0000000
Zscore: Kebiasaan dan Adat-istiadat (X15)	200	-2.72568	2.89428	.0000000	1.0000000
Zscore: Pelayanan Memuaskan (Y1)	200	-2.90617	1.62966	.0000000	1.0000000
Zscore: Akses Fasilitas Umum (Y2)	200	-2.45811	1.98593	.0000000	1.0000000
Zscore: Tarif Terjangkau (Y3)	200	-2.28559	2.60047	.0000000	1.0000000
Zscore: Kenyamanan (Y4)	200	-2.10895	2.14109	.0000000	1.0000000
Zscore: Kesempatan Relaksasi (Y5)	200	-2.25230	2.19659	.0000000	1.0000000
Zscore: Citra / Image Baik (Y6)	200	-2.23618	2.55564	.0000000	1.0000000
Zscore: Keindahan Alam (Y7)	200	-2.22143	2.59033	.0000000	1.0000000
Zscore: Keramahan Penduduk (Y8)	200	-2.26755	2.93856	.0000000	1.0000000
Zscore: Informasi DTW (Y10)	200	-2.08515	2.59474	.0000000	1.0000000
Zscore: Pengalaman wisatawan (Y10)	200	-1.68810	2.70926	.0000000	1.0000000
Zscore: Perhatian Objektif (Y11)	200	-2.10359	2.53954	.0000000	1.0000000
Zscore: Kepentingan / Interest (Y12)	200	-1.86939	2.28481	.0000000	1.0000000
Valid N (listwise)	200				

a. *Multivariate Outliers*

Uji *multivariate outliers* dilakukan dengan melihat nilai *Mahalanobis*. Untuk menghitung *Mahal Distance* digunakan nilai *chi-square* tabel pada 27 indikator pada taraf signifikansi 1% adalah = 46,963. Berdasarkan evaluasi yang dilakukan ditemukan adanya *multivariate outliers* dengan jarak *mahalanobis* melebihi batas 46,963 yaitu pada observasi 48, 47, 85,

141, 142, 145, 199 dan 198, seperti terlihat pada Tabel 5, di bawah. Namun demikian *multivariate outliers* ini akan tetap diikutsertakan dalam analisis selanjutnya dikarenakan menggambarkan data yang sesungguhnya dan tidak ada alasan khusus dari responden yang menyebabkan harus dikeluarkan dari analisis (Ferdinand, 2002).

Tabel 5.
Hasil Pengujian Mahalanobis

Observe. number	Mahal distance	p1	p2	Observe. number	Mahal distance	p1	p2	Observe. number	Mahal distance	p1	p2
198	61.013	.000	.038	125	35.425	.128	.000	58	35.741	.121	.000
199	60.393	.000	.001	97	35.249	.133	.000	189	35.637	.123	.000
141	58.037	.000	.000	44	34.932	.140	.000	195	35.517	.126	.000
85	56.359	.001	.000	49	34.865	.142	.000	192	26.599	.486	.743
47	55.852	.001	.000	112	34.580	.150	.000	59	26.558	.488	.717
48	53.975	.002	.000	166	33.677	.176	.003	68	26.256	.504	.817
142	53.251	.002	.000	154	33.620	.177	.002	70	26.128	.512	.832
145	51.038	.003	.000	41	33.607	.178	.001	81	26.000	.519	.847
179	48.807	.006	.000	4	33.530	.180	.001	75	27.446	.440	.526
100	48.474	.007	.000	108	33.191	.191	.002	15	27.228	.452	.600
6	48.128	.007	.000	117	32.946	.199	.004	32	26.856	.472	.752
82	47.898	.008	.000	45	32.636	.209	.007	84	26.795	.475	.737
20	47.642	.008	.000	190	32.072	.229	.028	152	26.754	.477	.711
119	47.599	.009	.000	8	32.009	.232	.023	193	25.960	.521	.827
200	47.374	.009	.000	27	31.801	.240	.030	69	25.873	.526	.826
102	46.424	.011	.000	5	31.520	.250	.046	23	25.815	.529	.813
106	45.805	.013	.000	161	31.442	.253	.041	89	37.303	.090	.000
52	44.808	.017	.000	1	31.401	.255	.033	129	37.246	.091	.000
107	43.404	.024	.000	33	31.376	.256	.025	178	36.824	.098	.001
126	41.866	.034	.000	134	31.071	.268	.044	80	36.581	.103	.001
153	41.453	.037	.000	35	30.998	.271	.039	197	36.434	.106	.001
190	40.721	.044	.000	43	30.695	.284	.065	163	36.126	.113	.001
157	40.628	.045	.000	90	30.308	.300	.127	186	35.950	.116	.001
36	39.994	.051	.000	172	30.232	.304	.118	104	35.841	.119	.001
144	39.331	.059	.000	164	30.224	.304	.093	115	35.800	.120	.000
42	38.680	.068	.001	191	30.213	.305	.072	173	35.748	.121	.000
66	38.643	.068	.001	38	30.040	.312	.085	101	28.825	.369	.297
31	38.582	.069	.000	143	29.476	.338	.233	146	28.800	.371	.260
2	38.419	.071	.000	103	29.328	.345	.254	124	28.596	.381	.311
34	38.098	.076	.000	116	29.085	.357	.319	167	28.475	.387	.323
165	37.773	.082	.000	30	29.079	.357	.272	79	28.298	.396	.365
162	37.349	.089	.001	196	29.013	.360	.255	99	28.253	.398	.336
46	28.071	.407	.383	86	27.647	.429	.520	87	27.628	.430	.474
105	27.781	.422	.496								

3. Pengujian multicollinearity dan singularity

Untuk mengetahui adanya multikolinieritas dan singularitas dalam kombinasi-kombinasi variabel, dapat dilihat dari nilai *determinan matriks kovarian* yang benar-benar kecil atau mendekati nol (Tabachnick & Fidell, 1998 dalam Ferdinand, 2002). Dari hasil pengolahan data, nilai *determinan matriks kovarians* sampel adalah: 400176811,138, nilai ini jauh dari angka nol sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah

multikolinieritas dan singularitas pada data yang dianalisis

Pengujian Hipotesis Penelitian

Setelah semua tahap pengujian data dilakukan, langkah selanjutnya adalah pengujian hipotesis penelitian.. Pengujian hipotesis ini didasarkan atas pengolahan data penelitian dengan menggunakan analisis SEM, dengan cara menganalisis nilai *regresi* yang ditampilkan pada Tabel 6 (*Regression weights*), di bawah ini:

Tabel 6.
Regression Weight

		Estimate	S.E	C.R.	P	Standardized Regression Weights
Daya Tarik_Wisata <---	Lingkungan_Internal	0,139	0,158	1,003	0,316	0,089
Daya Tarik_Wisata <---	Lingkungan_Eksternal	-0,019	0,208	-0,093	0,926	-0,009
Minat_Kunjungan <---	Daya Tarik_Wisata	0,151	0,067	2,237	0,024	0,205
Minat_Kunjungan <---	Lingkungan_Eksternal	-0,086	0,134	-0,641	0,521	-0,052
Minat_Kunjungan <---	Lingkungan_Internal	0,349	0,154	2,237	0,024	0,267
X1 <---	Lingkungan_Internal	1,000				0,290
X2 <---	Lingkungan_Internal	3,139	0,856	3,692	***	0,738
X3 <---	Lingkungan_Internal	3,291	0,909	3,622	***	0,709
X4 <---	Lingkungan_Internal	2,723	0,760	3,583	***	0,651
X5 <---	Lingkungan_Internal	2,602	0,721	3,609	***	0,637
X6 <---	Lingkungan_Internal	2,130	0,616	3,490	***	0,542
X7 <---	Lingkungan_Eksternal	1,000				0,238
X8 <---	Lingkungan_Eksternal	2,236	0,802	2,788	0,005	0,433
X9 <---	Lingkungan_Eksternal	2,188	0,779	2,808	0,005	0,460
X10 <---	Lingkungan_Eksternal	2,646	0,911	2,906	0,004	0,585
X11 <---	Lingkungan_Eksternal	3,691	1,244	2,968	0,003	0,685
X12 <---	Lingkungan_Eksternal	2,396	0,860	2,787	0,005	0,475
X13 <---	Lingkungan_Eksternal	1,800	0,689	2,612	0,009	0,379
X14 <---	Lingkungan_Eksternal	0,981	0,303	1,930	0,051	0,208
X15 <---	Lingkungan_Eksternal	1,039	0,531	1,995	0,046	0,225
Y1 <---	Daya Tarik_Wisata	1,000				0,497
Y2 <---	Daya Tarik_Wisata	1,339	0,232	5,773	***	0,571
Y3 <---	Daya Tarik_Wisata	1,561	0,253	6,169	***	0,651
Y4 <---	Daya Tarik_Wisata	1,762	0,272	6,477	***	0,718
Y5 <---	Daya Tarik_Wisata	1,739	0,270	6,503	***	0,751
Y6 <---	Daya Tarik_Wisata	1,493	0,254	5,877	***	0,610
Y7 <---	Daya Tarik_Wisata	1,518	0,254	5,974	***	0,623
Y8 <---	Daya Tarik_Wisata	1,495	0,244	6,129	***	0,664
Y9 <---	Minat_Kunjungan	1,000				0,294
Y10 <---	Minat_Kunjungan	3,472	0,792	4,385	***	0,938
Y11 <---	Minat_Kunjungan	2,461	0,382	4,231	***	0,720
Y12 <---	Minat_Kunjungan	3,439	0,792	4,369	***	1,015

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menganalisis nilai *Critical ratio* (Cr) dan nilai *Probability* (P) hasil olah data, dibandingkan dengan besaran statistik yang disyaratkan, yaitu diatas 1,96 untuk nilai Cr dan dibawah 0.05 untuk nilai P (Probabilitas).

Apabila hasil olah data menunjukkan nilai yang memenuhi syarat tersebut, maka

hipotesis penelitian yang diajukan dapat diterima. Secara rinci pengujian hipotesis penelitian akan dibahas secara bertahap sesuai dengan hipotesis yang telah diajukan. Pada penelitian ini diajukan tujuh hipotesis yang pembahasannya, sebagai berikut;

Pengujian Hipotesis 1

Tabel 7.
Uji t (CR) Kontribusi Sumber Daya Manusia Terhadap Lingkungan Intern

Loading Factor	Estimate		S.E	C.R	P	Keterangan
	Unstandardized	Standardized				
Sumber Daya_Manusia<--- Lingkungan_Internal	0,452	1,032	0,123	3,677	***	Signifikan
Sumber Daya_Fisik<--- Lingkungan_Internal	1,348	0,907	0,144	9,370	***	Signifikan
Sumber Daya_Perusahaam <--- Lingkungan_Internal	1,122	1,021	0,130	8,633	***	Signifikan

Berdasarkan tabel di atas Nampak bahwa:

- a. Koefisien probabilitas dari semua dimensi faktor terhadap lingkungan internal sebagaimana terlihat dalam tabel di atas tampak signifikan, sehingga faktor sumber daya manusia, sumber daya fisik dan sumber daya perusahaan memberikan kontribusi signifikan terhadap lingkungan internal taman wisata Tirta Arta.
- b. *Koefisien estimate standardized* lingkungan internal, sebagai berikut;
SDM = 1,032Lingkungan Internal

SDF= 0,907Lingkungan Internal
SDP= 1,021 Lingkungan Internal
 $\alpha_1 = 1,0321, \alpha_2 = 0,907, \alpha_3 = 1,021$;
berarti dimensi sumber daya manusia memberikan kontribusi dominan terhadap lingkungan internal, karena memiliki nilai *koefisien estimasi* terbesar yakni 1,032.

Hasil uji hipotesis 1, yakni; Semua faktor sumber daya manusia, sumber daya fisik dan sumber daya perusahaan memberikan kontribusi

Pengujian Hipotesis 2

Tabel 8.
Uji t (CR) kontribusi Dimensi Faktor Terhadap Lingkungan Eksternal

Loading Factor	Estimate		S.E	C.R	P	Keterangan
	Unstandardized	Standardized				
X7<--- Lingkungan_Ekster nal	1,000	0,256				Signifikan
X8<--- Lingkungan_Ekster nal	2,251	0,431	0,813	2,767	0,006	Signifikan
X9<--- Lingkungan_Ekster nal	2,196	0,457	0,789	2,784	0,005	Signifikan
X10<--- Lingkungan_Ekster nal	2,657	0,582	0,922	2,882	0,004	Signifikan
X11<--- Lingkungan_Ekster nal	3,734	0,687	1,265	2,953	0,003	Signifikan
X12<--- Lingkungan_Ekster nal	2,418	0,475	0,873	2,769	0,006	Signifikan
X13<--- Lingkungan_Ekster nal	1,827	0,381	0,701	2,607	0,009	Signifikan
X14<--- Lingkungan_Ekster nal	1,004	0,211	0,510	1,968	0,049	Signifikan
X15<--- Lingkungan_Ekster nal	1,095	0,230	0,538	2,034	0,042	Signifikan

Berdasarkan tabel di atas Nampak bahwa:
Koefisien estimate standardized lingkungan eksternal, sebagai berikut;
persaingan harga (X7) = 0,256 Lingkungan Eksternal

taman wisata air baru (X8) = 0,431 Lingkungan Eksternal
minat wisata (X9) =0,457 Lingkungan Eksternal

persaingan tinggi (X10) =0,582 Lingkungan Eksternal
 Wisata pengganti (X11) =0,687 Lingkungan Eksternal
 tingkat keamanan (X12) =0,475 Lingkungan Eksternal
 perkembangan teknologi (X13) =0,381 Lingkungan Eksternal
 kondisi alam (X14) = 0,211 Lingkungan Eksternal
 kebiasaan dan adat-istiadat (X15) = 0,230 Lingkungan Eksternal $\lambda_7 = 0,256$; $\lambda_8=0,431$; $\lambda_9 = 0,457$; $\lambda_{10}=0,582$; $\lambda_{11} = 0,687$; $\lambda_{12} = 0,475$; $\lambda_{13}=0,381$; $\lambda_{14} = 0,211$; $\lambda_{15}=0,230$ berarti dimensi wisata pengganti (X11) memberikan kontribusi dominan terhadap

lingkungan eksternal, karena memiliki nilai *koefisien estimasi* terbesar yakni 0,687.

Hasil uji hipotesis 2, sebagai berikut;

- a. Semua dimensi persaingan harga, taman wisata air baru, minat wisata, persaingan tinggi, wisata pengganti, tingkat keamanan, perkembangan teknologi, kondisi alam, kebiasaan dan adat-istiadat memberikan kontribusi terhadap lingkungan eksternal taman Tirtha Artha Kabupaten Sleman.
- b. Tidak terbukti bahwa faktor persaingan objek wisata berpengaruh dominan, melainkan wisata pengganti memberikan kontribusi dominan terhadap lingkungan eksternal.

Pengujian Hipotesis 3

Tabel 9.
 Uji t (CR) kontribusi Dimensi Faktor Terhadap Daya Tarik Wisata

Loading Factor	Estimate		S.E	C.R	P	Keterangan
	Unstandardized	Standardized				
Y1<---Daya Tarik_Wisata	1,000	0,499				
Y2<---Daya Tarik_Wisata	1,325	0,567	0,230	5,755	***	Signifikan
Y3<---Daya Tarik_Wisata	1,549	0,647	0,251	6,165	***	Signifikan
Y4<---Daya Tarik_Wisata	1,746	0,713	0,270	6,471	***	Signifikan
Y5<---Daya Tarik_Wisata	1,762	0,754	0,270	6,520	***	Signifikan
Y6<---Daya Tarik_Wisata	1,499	0,614	0,254	5,901	***	Signifikan
Y7<---Daya Tarik_Wisata	1,514	0,623	0,253	5,982	***	Signifikan
Y8<---Daya Tarik_Wisata	1,501	0,668	0,244	6,155	***	Signifikan

Berdasarkan tabel di atas nampak bahwa: *Koefisien estimate standardized* daya tarik wisata, sebagai berikut;

Pelayanan memuaskan (Y1) = 0,499Daya Tarik Wisata
 Kemudahan akses fasilitas umum (Y2) = 0,567 Daya Tarik Wisata

Tarif terjangkau (Y3) = 0,647 Daya Tarik Wisata
 Kenyamanan (Y4) = 0,713 Daya Tarik Wisata
 Kesempatan relaksasi (Y5) = 0,754 Daya Tarik Wisata
 Citra baik (Y6) = 0,614 Daya Tarik Wisata
 Keindahan alam (Y7) = 0,623 Daya Tarik Wisata
 Keramahan penduduk (Y8) = 0,668 Daya Tarik Wisata
 $\gamma_1 = 0,499, \gamma_2 = 0,567, \gamma_3 = 0,647, \gamma_4 = 0,713, \gamma_5 = 0,754, \gamma_6 = 0,614, \gamma_7 = 0,623, \gamma_8 = 0,668$; berarti dimensi kesempatan relaksasi (Y5) memberikan kontribusi

dominan terhadap daya tarik wisata, karena memiliki nilai *koefisien estimasi* terbesar yakni 0,754.

Hasil uji hipotesis 3 sebagai berikut:

- 1) Semua dimensi faktor pelayanan, kemudahan akses fasilitas umum, tarif terjangkau, kenyamanan, kesempatan relaksasi, citra, keindahan alam dan keramahan penduduk memberikan kontribusi terhadap daya tarik wisata taman Tirta Arta Kabupaten Sleman.
- 2) Terbukti bahwa faktor kesempatan relaksasi memberikan kontribusi dominan terhadap daya tarik wisata.

Pengujian Hipotesis 4

Tabel 10.
 Uji t (CR) Kontribusi Dimensi Faktor Terhadap Minat Kunjungan

Loading Factor	Estimate		S.E	C.R	P	Keterangan
	Unstandardized	Standardized				
Y9<---Minat Kunjungan	1,000	0,293				Signifikan
Y10<---Minat Kunjungan	3,469	0,956	0,789	4,395	***	Signifikan
Y11<---Minat Kunjungan	2,457	0,718	0,579	4,242	***	Signifikan
Y12<---Minat Kunjungan	3,470	1,016	0,793	4,376	***	Signifikan

Berdasarkan tabel di atas nampak bahwa:
Koefisien estimate standardized minat kunjungan wisatawan, sebagai berikut;
 Informasi DTW (Y9) = 0,293Minat Kunjungan
 Pengalaman wisatawan (Y10) = 0,956 Minat Kunjungan
 Penilaian obyektif (Y11) = 0,718 Minat Kunjungan
Interest atau kepentingan (Y12) = 1,016 Minat Kunjungan
 $\gamma_9 = 0,293, \gamma_{10} = 0,956, \gamma_{11} = 0,718, \gamma_{12} = 1,016$; berarti dimensi *interest* atau kepentingan memberikan kontribusi dominan terhadap minat kunjungan

Hasil uji hipotesis 4 sebagai berikut:

- 1) Semua dimensi faktor informasi DTW, pengalaman wisatawan, penilaian obyektif dan *interest* memberikan kontribusi terhadap minat kunjungan wisatawan di taman Tirta Artha Kabupaten Sleman.
- 2) Tidak terbukti bahwa faktor pengalaman wisatawan (Y10) memberikan kontribusi dominan terhadap minat kunjungan wisatawan, melainkan faktor *interest* atau kepentingan.

Pengujian Hipotesis 5

Tabel 11.

Uji t (CR) Pengaruh variabel Lingk. Internal dan Eksternal terhadap Daya Tarik Wisata.

Loading Factor	Estimate		S.E	C.R	P	Keterangan
	Unstandardized	Standardized				
Daya Tarik_Wisata<--- Lingkungan_Internal	0,159	0,089	0,158	1,003	0,316	Signifikan
Daya Tarik_Wisata<--- Lingkungan_Eksternal	-0,019	0,009	0,208	-0,093	0,926	Tidak Signifikan

Berdasarkan tabel di atas nampak bahwa: *Koefisien estimate standardized* lingkungan eksternal, sebagai berikut;
 Lingkungan internal = 0,089
 Daya Tarik Wisata
 Lingkungan eksternal = -0,009
 Daya Tarik Wisata
 $\alpha_4 = 0,089, \alpha_5 = -0,009$, berarti dimensi lingkungan internal mempunyai pengaruh dominan terhadap daya tarik wisata, karena

memiliki nilai *koefisien estimasi* terbesar yakni 0,089.
 Hasil uji hipotesis 5, sebagai berikut;
 a. Dimensi faktor lingkungan internal mempunyai dominan terhadap daya tarik wisata taman Tirtha Artha Kabupaten Sleman.
 b. Faktor lingkungan eksternal tidak berpengaruh terhadap daya tarik wisata.

Pengujian Hipotesis 6

Tabel 12.

Uji t (CR) Pengaruh Variabel Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Kunjungan

Loading Factor	Estimate		S.E	C.R	P	Keterangan
	Unstandardized	Standardized				
Minat Kunjungan <--- Daya Tarik_Wisata	0,151	0,024	0,067	2,257	0,024	Signifikan

Hasil uji hipotesis 6, diketahui bahwa daya tarik wisata mempunyai pengaruh positif terhadap minat kunjungan, serta diperoleh persamaan sebagai berikut;

Daya Tarik Wisata = 0,024 minat kunjungan.

Pengujian Hipotesis 7

Tabel 13.
Uji t (CR) Pengaruh Faktor Variabel Penelitian

Loading Factor	Estimate		S.E	C.R	P	Keterangan
	Unstandardized	Standardized				
Daya Tarik_Wisata<--- Lingkungan_Internal	0,159	0,089	0,158	1,003	0,316	Signifikan
Daya Tarik_Wisata<--- Lingkungan_Eksternal	-0,019	-0,009	0,208	- 0,093	0,926	Tidak Signifikan
Minat_Kunjungan<--- Daya Tarik_Wisata	0,151	0,205	0,067	2,257	0,024	Signifikan
Minat_Kunjungan<--- Lingkungan_Eksternal	-0,086	-0,052	0,134	- 0,641	0,521	Tidak Signifikan
Minat_Kunjungan<--- Lingkungan_Internal	0,349	0,267	0,154	2,257	0,024	Signifikan

Berdasarkan tabel di atas nampak bahwa: Hasil output menunjukkan bahwa terjadi hubungan langsung lingkungan internal terhadap minat kunjungan dan hubungan tidak langsung melalui daya tarik wisata. Sementara itu tidak terjadi hubungan langsung maupun tidak langsung lingkungan eksternal terhadap daya tarik wisata dan minat kunjungan, hal ini ditunjukkan oleh nilai Cr negative dan probabilitas jauh di atas 0,05.

Adapun persamaan *structural* hasil analisis data, sebagai berikut;

a.
$$\text{Daya Tarik Wisata } (\eta_1) = 0,089\text{Lingkungan Internal } (\xi_1) - 0,09\text{Lingkungan Eksternal } (\xi_2) + \zeta_1$$

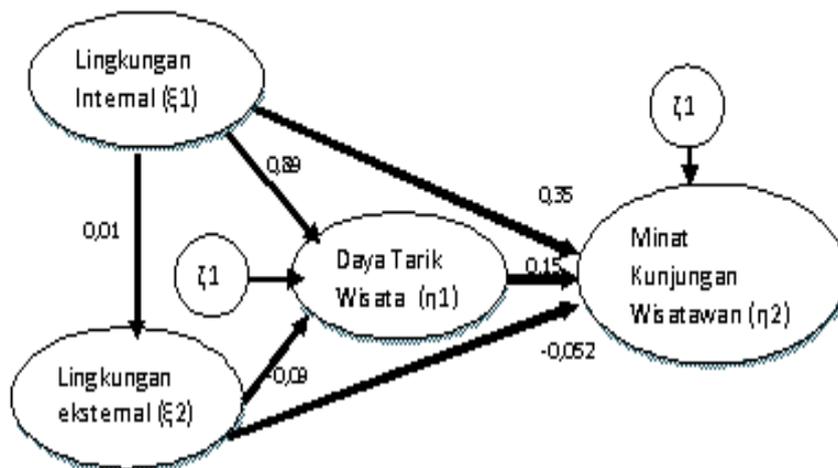
b.
$$\text{Minat Kunjungan Wisatawan } (\eta_2) = 0,267\text{Lingkungan Internal } (\xi_1) - 0,052\text{Lingkungan Eksternal } (\xi_2) + 0,205\text{Daya Tarik Wisata } (\eta_1) + \zeta_1$$

Analisis Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Antar Variabel

Analisis ini dilakukan untuk menganalisis kekuatan pengaruh antar konstruk baik pengaruh langsung, pengaruh tidak langsung dan pengaruh total. adapun hasil analisis tampak 14, di bawah:

Tabel 14.
Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung

Variabel	Pengaruh		
	Langsung	Langsung	Total
Lingk Internal – Lingk Eksternal	0,063	-	0,063
Lingk Internal – DTW	0,089	-	0,089
Lingk Internal – Minat Kunjungan	0,267	0,018*	0,285
Lingk Eksternal – DTW	-0,009	-	-0,009
Lingk Eksternal – Minat Kunjungan	-0,052	0,002*	-0,254
DTW – Minat Kunjungan	0,205	-	0,205



Gambar 8.
Model Pengaruh Antar Variabel Dalam Diagram Alur Model

Berdasarkan Tabel.14, di atas menunjukkan bahwa terdapat beberapa pengaruh hubungan serta efek langsung maupun tidak langsung, sebagai berikut;

1. Efek langsung dari lingkungan internal terhadap lingkungan eksternal sebesar 0,063; lingkungan internal terhadap daya tarik wisata sebesar 0,089, lingkungan internal terhadap minat kunjungan sebesar 0,267.
2. Pengaruh secara langsung lingkungan eksternal terhadap daya tarik wisata sebesar -0,009, lingkungan eksternal terhadap minat kunjungan sebesar -0,052 (tidak ada pengaruh).
3. Pengaruh secara langsung daya tarik wisata terhadap minat kunjungan sebesar 0,205.
4. Efek tidak langsung dari lingkungan internal terhadap minat kunjungan melalui daya tarik wisata sebesar 0,018 dan lingkungan eksternal terhadap minat kunjungan melalui daya tarik wisata sebesar -0,002.
5. Efek total yang menunjukkan nilai pengaruh langsung dan tidak langsung sama besar yakni lingkungan internal terhadap lingkungan eksternal sebesar 0,063, lingkungan internal terhadap daya tarik wisata sebesar 0,089, lingkungan eksternal terhadap daya

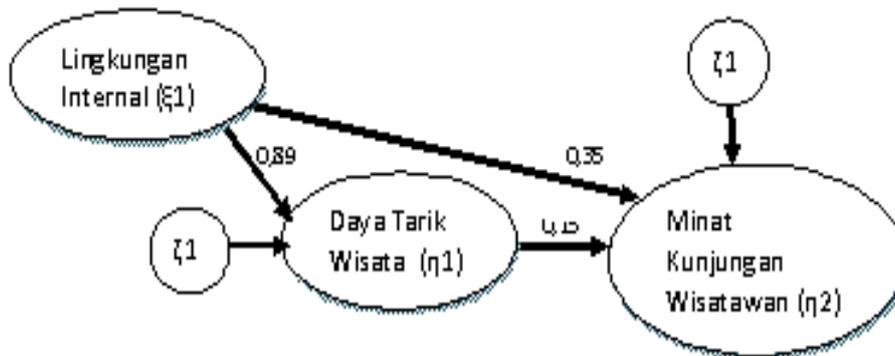
tarik wisata sebesar -0,009 dan daya tarik wisata terhadap minat kunjungan sebesar 0,205. Nilai efek total yang sama besar antara pengaruh langsung dan tidak langsung menunjukkan bahwa tidak ada hubungan lain yang dapat mempengaruhi.

6. Efek total dari lingkungan internal terhadap minat kunjungan sebesar 0,285, sedangkan efek langsungnya sebesar 0,267, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pengaruh lingkungan internal terhadap minat

kunjungan lebih dominan tidak langsung dibandingkan pengaruh langsung.

Pengaruh Lingkungan Internal, Daya Tarik Wisata dan Minat Kunjungan

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa semua indikator lingkungan internal berpengaruh terhadap minat kunjungan baik secara langsung maupun tidak langsung melalui variabel daya tarik wisata. Hubungan pengaruh ini dapat digambarkan sebagai berikut;



Gambar 9.

Model Pengaruh Variabel Lingkungan Internal terhadap Minat Kunjungan melalui Daya Tarik Wisata

Adapun analisis jalur pengaruh hubungan lingkungan internal terhadap daya tarik wisata dan minat kunjungan, sebagai berikut;

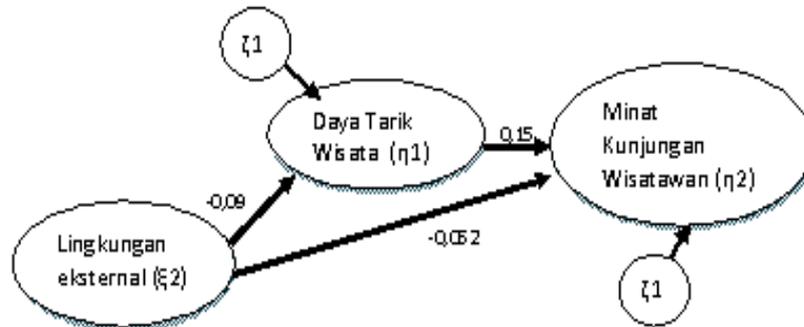
1. Pengaruh langsung, Pada tabel *standardized direct effect* besarnya pengaruh langsung lingkungan internal ke minat kunjungan 0,267, daya tarik wisata ke minat kunjungan 0,205 dan lingkungan internal ke daya tarik wisata sebesar 0,089.
2. Pengaruh tidak langsung lingkungan internal ke minat kunjungan melalui daya tarik wisata = (pengaruh langsung lingkungan internal ke daya tarik wisata) (pengaruh langsung daya tarik wisata ke minat kunjungan) = (0,089) (0,205) = 0,018245 = 0,018 (pembulatan). Bandingkan dengan output tabel *standardized indirect effect* dari kolom lingkungan internal ke minat kunjungan sebesar 0,018.
3. Nilai total effect = pengaruh langsung + pengaruh tidak langsung = 0,267 +

0,018 = 0,285. Bandingkan dengan tabel *standardized total effect* dari kolom lingkungan internal ke minat kunjungan sebesar 0,285.

Hasil penelitian ini memberikan justifikasi terhadap penelitian terdahulu, yang menyimpulkan faktor pembentuk lingkungan internal diantaranya sumber daya fisik, faktor sarana-prasarana, obyek wisata mempengaruhi minat kunjungan baik secara langsung maupun tidak langsung melalui daya tarik wisata (Syahadat, 2005), Yuliasuty (2009) dan Koestanto (2010).

Pengaruh Lingkungan Eksternal, Daya Tarik Wisata dan Minat Kunjungan

Pada kasus lingkungan eksternal tidak terjadi hubungan langsung terhadap daya tarik wisata maupun minat kunjungan hal ini ditunjukkan dengan nilai probabilitas jauh diatas 0,05 yakni 0,926 dan 0,521. Adapun gambar pengaruh hubungannya, sebagai berikut:



Gambar 10.

Model Pengaruh Variabel Lingkungan Eksternal terhadap Minat Kunjungan melalui Daya Tarik Wisata.

Adapun analisis jalur pengaruh hubungan lingkungan eksternal terhadap minat kunjungan melalui daya tarik wisata, sebagai berikut;

1. Pada tabel *standardized direct effect* besarnya pengaruh langsung lingkungan eksternal ke minat kunjungan -0,052, daya tarik wisata ke minat kunjungan 0,205 dan lingkungan eksternal ke daya tarik wisata sebesar -0,009, Pengaruh langsung lingkungan internal ke minat kunjungan = -0,052
2. Pengaruh tidak langsung lingkungan internal ke minat kunjungan melalui daya tarik wisata = (pengaruh langsung lingkungan eksternal ke daya tarik wisata) (pengaruh langsung daya tarik wisata ke minat kunjungan) = (-0,009) (0,205) = -0,001845 = -0,002 (pembulatan). Bandingkan dengan output tabel *standardized indirect effect* dari kolom lingkungan eksternal ke minat kunjungan sebesar -0,002.
3. Jadi total effect = langsung + tidak langsung = -0,052 + (-0,002) = -0,254. Bandingkan dengan tabel *standardized total effect* dari kolom lingkungan internal ke minat kunjungan sebesar -0,254.

Dari hasil analisis jalur, diketahui bahwa variabel eksternal tidak berpengaruh terhadap minat kunjungan baik secara langsung maupun tidak langsung melalui daya tarik wisata, maupun terhadap daya tarik wisata itu sendiri. Hasil penelitian ini memberikan justifikasi terhadap hasil penelitian Syahadat (2005), yang menyatakan faktor pembentuk lingkungan eksternal, diantaranya keamanan tidak mempengaruhi minat kunjungan baik secara langsung maupun melalui daya tarik wisata

Pembahasan

1. Variabel lingkungan internal, Menurut Peter, *et al* (1996), lingkungan internal perusahaan merupakan sumberdaya perusahaan (*the firm's resources*) yang akan menentukan kekuatan dan kelemahan perusahaan, yang meliputi sumberdaya manusia, sumber daya fisik dan sumber daya perusahaan. Kondisi kekuatan daya tarik taman wisata Tirtha Artha dipengaruhi oleh lingkungan internal yang meliputi pengetahuan dan kompetensi karyawan sebagai sumber daya manusia, lokasi yang strategis dan kemudahan akses fasilitas umum sebagai sumber daya fisik serta atraksi wisata dan upaya pemasaran sebagai sumber daya perusahaan. Hasil penelitian ini memberikan justifikasi terhadap penelitian terdahulu, yang menyimpulkan faktor pembentuk lingkungan internal diantaranya sumber daya fisik, faktor sarana-prasarana, dan objek wisata (Syahadat, 2005), Yuliasuty (2009) dan Koestanto (2010).
2. Variabel lingkungan eksternal
Dari kesembilan indikator pembentuk lingkungan eksternal, faktor wisata pengganti merupakan faktor yang paling kuat mempengaruhi atau membentuk lingkungan eksternal. Dewasa ini banyak bermunculan berbagai wahana hiburan yang merupakan pesaing bagi taman Tirtha Artha. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian, bahwa sebanyak 64% pengunjung menyatakan banyak bermunculan wisata pengganti yang tidak bernuansa Tirtha dan menjadi pesaing, diantaranya agrowisata, pegunungan, arena bermain

anak yang banyak terdapat di pusat-pusat perbelanjaan. Kondisi ini, diharapkan mampu mendorong bagi pengelola taman Tirtha Artha untuk mempunyai ide-ide kreatif dan inovatif sehingga keberadaannya tidak tergeser oleh kemunculan berbagai wahana hiburan baru. Hasil penelitian ini memberikan justifikasi terhadap penelitian sebelumnya yang menyatakan lingkungan eksternal diantaranya dibentuk oleh persaingan harga Koestanto (2010). Dalam perkembangan tamahm Tirtha Artha, faktor lingkungan eksternal ternyata tidak berpengaruh terhadap minat kunjungan baik secara langsung maupun tidak langsung melalui daya tarik wisata. Hal ini membuktikan bahwa penurunan daya tarik wisata taman Tirtha Artha disebabkan oleh faktor internal dalam manajemen itu sendiri, diantaranya: rendahnya kompetensi karyawan, kesulitan akses fasilitas umum, atraksi wisata kurang menarik serta upaya pemasaran yang kurang optimal.

3. Variabel daya tarik wisata, Dari hasil penelitian diketahui kesembilan indikator daya tarik wisata mempunyai kontribusi sebagai pembentuk variabel itu sendiri. Penelitian ini melahirkan sebuah kesamaan dan memperkuat justifikasi penelitian Suradnya (2005), yang berhasil mengidentifikasi faktor daya tarik bagi wisatawan (1) Harga-harga produk wisata yang wajar, (2) Budaya dalam berbagai bentuk manifestasinya, (3) Pantai dengan segala daya tariknya, (4) Kenyamanan berwisata, (5) Kesempatan luas untuk relaksasi, (6) Citra (image) atau nama besar Bali, (7) Keindahan alam, (8) Keramahan penduduk
Dilihat dari kesembilan indikator pembentuk daya tarik wisata, faktor kesempatan relaksasi merupakan indikator yang mempunyai pengaruh paling kuat dalam membentuk daya tarik wisata. Dari hasil analisa data diketahui bahwa hanya 21% pengunjung yang dapat menikmati kesempatan relaksasi, 25% pengunjung menyatakan cukup mendapatkan kesempatan relaksasi di taman Tirtha Artha, sedangkan sisanya 54% menyatakan kurang dapat memperoleh

kesempatan relaksasi di taman Tirtha Artha. Kondisi ini disebabkan lokasi taman Tirtha Artha yang dikelilingi oleh jalan raya yang memberikan suasana cukup bising, serta kondisi taman yang masih dalam tahap renovasi sehingga mengganggu aktivitas wisata para pengunjung.

4. Variabel minat kunjungan
Indikator yang paling kuat mempengaruhi atau membentuk variabel minat kunjungan adalah kepentingan atau *interest*, yang berhubungan erat dengan Sumber daya dan karakteristik tempat tujuan atau *destinatio resources* dan *characteristics* yang terdiri dari atraksi dan keistimewaan tempat tujuan. Hal ini sesuai motivasi dari separuh lebih pengunjung yang datang ke taman Tirtha Artha karena mempunyai kepentingan untuk menggunakan berbagai fasilitas yang ditawarkan taman Tirtha Artha, seperti makan di restoran, berenang, memancing, dayung dan aktivitas outbound lainnya. Empat faktor yang menjadi indikator minat kunjungan dalam penelitian ini sesuai dengan pendapat Mahieson dan Wall (1982), yakni:
 - a. Profil wisatawan atau *tourist profile* yang terdiri dari latar belakang, karakteristik wisatawan dan pengalaman wisata.
 - b. Keingintahuan atau *travel awareness* yang terdiri dari *image*, fasilitas dan pelayanan suatu tempat tujuan
 - c. Sumber daya dan karakteristik tempat tujuan atau *destinatio resources and characteristics* yang terdiri dari atraksi dan keistimewaan tempat tujuan.
 - d. Ciri-ciri dari sebuah perjalanan atau *trip features* yang terdiri dari jarak dan lama waktu, serta resiko yang ada pada tempat tujuan.

V. KESIMPULAN

1. Faktor sumber daya manusia, sumber daya fisik dan sumber daya perusahaan memberikan kontribusi terhadap lingkungan internal, dimana sumber daya manusia berpengaruh dominan.
2. Faktor persaingan harga, taman wisata air baru, minat wisata, persaingan tinggi, wisata pengganti, tingkat keamanan, perkembangan teknologi,

- kondisi alam, kebiasaan dan adat-istiadat memberikan kontribusi terhadap lingkungan eksternal,
3. Faktor pelayanan memuaskan, kemudahan akses fasilitas umum, tarif terjangkau, kenyamanan, kesempatan relaksasi, citra baik, keindahan alam dan keramahan penduduk memberikan kontribusi terhadap daya tarik wisata, dimana kesempatan relaksasi (Y5) berpengaruh dominan.
 4. Faktor informasi DTW, pengalaman wisatawan, penilaian obyektif dan *interest* (kepentingan) memberikan kontribusi terhadap minat kunjungan wisatawan,
 5. Faktor lingkungan internal dan lingkungan eksternal berpengaruh positif terhadap daya tarik wisata, dimana lingkungan eksternal tidak berpengaruh signifikan dan positif terhadap daya tarik wisata.
 6. Faktor daya tarik wisata berpengaruh positif terhadap minat kunjungan,
 7. Lingkungan internal berpengaruh positif terhadap minat kunjungan baik secara langsung maupun tidak langsung melalui daya tarik wisata, sedangkan lingkungan eksternal tidak berpengaruh secara langsung terhadap minat kunjungan maupun tidak langsung melalui daya tarik wisata.

DAFTAR PUSTAKA

- Ferdinand, Augusty. 2002; "Manajemen Pemasaran: Sebuah Pendekatan

Stratejik"; Research Paper Series, No. 01/Mark/01/2000

Ghozali, Imam. 2005. Model Persamaan Struktural : Konsep & Aplikasi Dengan Program AMOS 16.0. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hady, H. 2004. Manajemen Bisnis Internasional, Teori dan Kebijakan. Bogor : Ghalia Indonesia

Hitt, Michael A., R. Duane Ireland dan Robert E. Hoskisson. 1997. "Manajemen Strategis: Menyongsong Era Persaingan Bebas dan Globalisasi"(terjemahan Armand Hedyanto) Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip. 2001. Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium. Jakarta : Prenhallindo.

Pendit, S Nyoman. 2006. Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana. Jakarta : Pradnya Paramita

Pearce H. John A., and Richard B. Robinson, JR., 1986. "Strategic Management: Formulation, Implementation, and Control . International Edition. McGraw-Hill, New York.

Sammeng, Andi Mappi. 2001. Cakrawala Pariwisata. Jakarta: Balai Pustaka

Sugiyono. 2009. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D. Bandung : Alfabeta