

ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN OBYEK AGROWISATA

by Novi Itsna

Submission date: 11-Nov-2022 05:56AM (UTC-0500)

Submission ID: 1951053948

File name: Jurnal_3.pdf (100.53K)

Word count: 3369

Character count: 20534

ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN OBYEK AGROWISATA (STUDI KASUS DI KUSUMA AGROWISATA KOTA BATU, MALANG)

Novi Itsna Hidayati¹, Maulidlotul Dwi Kurniawati²

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Yudharta Pasuruan
Jl. Yudharta No. 07, Sengonagung Purwosari Pasuruan Jawa Timur
Noviit'sna@gmail.com

ABSTRACT

Agrotourism is defined as a form of tourism activity that utilizes agribusiness as a tourism object with the aim of expanding knowledge, experience, recreation, and business relationship in agriculture. One of the agro tourism destinations in East Java is Kusuma Agrowisata with a unique commodity that is cultivated is a typical commodity of Malang City that is Malang Apples. Kusuma Agrowisata has tried to offer tour packages, but the tour package does not contain elements that are in accordance with the wishes of visitors.

The purpose of this study is to identify the characteristics of visitors related to the consumer decision-making process in choosing the object Kusuma Agrowisata and analyze the factors that influence consumer decisions in Kusuma Agro tourism object. The data used are primary data and secondary data. Primary data derived from interviews with visitors agro-tourism and answers questionnaires from respondents. The secondary data comes from several libraries relevant to the research topic. Sampling was done by using convenience sampling method as many as 100 people. The analytical tool used is descriptive analysis and multiple linear regression analysis using SPSS 15.0 software help. By using multiple linear regression method, it can be concluded that the most influential variable on consumer decision variables is the price variable with regression coefficient value of 0.375, while the distance variables have positive but not significant influence with regression coefficient value of 0.148, and income variable has no positive effect and also not significant with regression value of -0,385.

Keywords: *Consumer behavior decision, agro, price, distance, revenue.*

PENDAHULUAN

Tutupnya sejumlah gerai milik perusahaan ritel ternama membuat banyak yang beranggapan jika daya beli dan ekonomi Indonesia tengah berada dalam kondisi lesu. Yang terbaru adalah perusahaan ritel besar yakni Matahari Departement Store yang telah menutup gerainya di

pasaraya Blok M dan Mangarai pada akhir bulan September 2017 lalu yang diulas oleh berita okezone.com. Menanggapi hal tersebut, Pengamat *Institute for Development of Economic and Finance* (indef) Berly Martawardaya mengakui jika konsumsi Indonesia saat ini menurun, khususnya konsumsi

produk-produk yang dipakai sehari-hari seperti pakaian. Sedangkan untuk konsumsi yang bersifat hiburan atau senang-senang justru semakin meningkat. Hal tersebut terlihat dari banyaknya masyarakat yang membeli tiket liburan baik didalam maupun diluar negeri. Selain itu tempat-tempat liburan yang diminati para masyarakat juga tidak hanya mencari hiburan saja, melainkan juga ingin menambah pengetahuan serta beraktifitas di dalamnya, seperti halnya tempat-tempat agrowisata.

Perkembangan agrowisata di Indonesia sampai kini masih memiliki peluang dan tantangan. Indonesia sebagai negara yang beriklim tropis memiliki wilayah geografis dataran tinggi dan dataran rendah yang didalamnya mencakup keragaman iklim, yang terdiri dari wilayah basah dan kering (Marpaung, 2002). Dengan kondisi tersebut, Indonesia mempunyai peluang untuk mengembangkan berbagai komoditi pertanian dengan penerapan sistem pengelolaan lahan yang sesuai.

Masyarakat saat ini tidak lagi terfokus hanya ingin santai dan menikmati pemandangan alam ketika melakukan wisata, tetapi mereka menginginkan jenis wisata yang lebih berkualitas. Wisata yang berkualitas adalah wisata yang tetap santai tetapi dengan selera yang lebih meningkat yakni menikmati produk atau kreasi budaya (*culture*) dan peninggalan sejarah (*heritage*) serta

nature atau ekowisata dari suatu daerah atau negara (Santoso, 2002).

Kegiatan agrowisata bertujuan untuk memperluas wawasan pengetahuan, pengalaman rekreasi dan hubungan usaha dibidang pertanian yang meliputi tanaman pangan, hortikultura, perkebunan, perikanan, dan peternakan. Disamping itu perhutanan dan sumberdaya pertanian juga termasuk dalam kategori agrowisata. Dengan keragaman dan keunikannya yang bernilai tinggi serta diperkuat oleh kekayaan kultural yang sangat beragam memberikan daya tarik sendiri bagi agrowisata. Melalui pengembangan agrowisata yang menonjolkan budaya lokal dalam memanfaatkan lahan, diharapkan dapat meningkatkan pendapatan petani dan melestarikan sumberdaya lahan, serta memelihara budaya maupun teknologi lokal yang umumnya telah sesuai dengan kondisi lingkungan alamnya.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik tahun 2018, jumlah wisatawan di Provinsi Jawa Barat pada tahun 2015, 2016 dan 2017 adalah sebanyak 1204 jiwa, 1288 jiwa dan 1760 jiwa. Sedangkan di provinsi Jawa tengah adalah sebanyak 716 jiwa, 1064 jiwa dan 1119 jiwa. Dan untuk provinsi Jawa Timur jumlahnya adalah 1606 jiwa, 1716 jiwa dan 1946 jiwa.

Dari data di atas dapat dilihat bahwa jumlah wisatawan di Indonesia yang paling tinggi terdapat di provinsi Jawa Timur. Oleh karena

Hidayati : Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan

itu, pemilihan lokasi penelitian ditujukan pada Provinsi Jawa Timur. Menurut Rahmawati (2010), Provinsi Jawa Timur memiliki berbagai macam destinasi agrowisata, khususnya yang terbilang besar dan memiliki komoditas khas yaitu Apel Malang. Agrowisata tersebut adalah Kusuma Agrowisata. Kusuma Agrowisata berlokasi di Kota Batu yang berjarak 19 kilometer dari Kota Malang. Selain buah apel, Kusuma Agrowisata juga mengusahakan beberapa komoditas antara lain jeruk, stroberi, serta berbagai jenis bunga dan sayuran. Komoditas tersebut diproduksi sesuai dengan kondisi iklim dan lingkungan di Kota Batu.

Agrowisata merupakan obyek wisata yang memiliki unsur pengetahuan dan pendidikan. Kunjungan wisatawan ke agrowisata diduga memiliki tujuan tertentu misalnya untuk melakukan penelitian, mengetahui ilmu tentang pertanian, memperoleh informasi pengelolaan alam, dan hal lain yang berkaitan dengan keilmuan tertentu. Oleh karena itu, perlu untuk melakukan penelitian pada konsumen yang berkunjung ke destinasi agrowisata kusuma dengan tujuan untuk mendapatkan informasi tentang “ Analisis Keputusan Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Objek Agrowisata (Studi Kasus di Kusuma Agrowisata Kota Batu, Malang).

METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan di Kusuma Agrowisata yang terletak di Jalan Abdul Gani Atas Batu, Malang, Jawa Timur. Penelitian ini dilaksanakan selama 2 bulan, yaitu pada bulan Juni – Juli tahun 2018.

Variabel Penelitian dan Pengukurannya

1. Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini antara lain :

a. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah pengambilan keputusan (Y)

b. Variabel bebas dalam penelitian ini merupakan faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan objek agrowisata yaitu antara lain) Harga (X1), Jarak (X2) dan Pendapatan (X3)

Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi yang menjadi target penelitian ini adalah konsumen yang mengunjungi destinasi Kusuma Agrowisata di Kota Batu, Malang.

2. Sampel

Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu berdasarkan metode *convenience sampling* sedangkan untuk mempermudah penelitian maka penentuan jumlah sampel ditentukan dengan sengaja oleh peneliti berjumlah 100 responden.

⁸ Pengambilan sampel ini dilakukan dengan teknik *insidental*, seperti yang dikemukakan Sugiono (2011), bahwa *sampling insidental* adalah penentuan sampel berdasarkan kebetulan siapa saja yang bertemu dengan peneliti maka dapat digunakan sebagai sampel.

Pengumpulan Data

a. Data Primer

Prosedur pengambilan dan pengumpulan data primer dilakukan dengan kuisisioner.

b. Data Sekunder

Dalam penelitian ini data sekunder didapat dari literatur-literatur, buku, journal, dokumentasi, dan lain sebagainya yang bermanfaat bagi penelitian ini.

²²**Analisis Data**

Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, analisis regresi berganda, koefisien determinasi, uji validitas, uji koefisien regresi linier berganda, uji t (uji parsial) dan uji f (uji simultan)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden Kusuma Agrowisata

1. Umur

Umur menjadi karakteristik yang penting untuk dipahami oleh pemasar (Suwarwan, 2003). Para pemasar harus mengetahui dengan jelas komposisi dan distribusi penduduk jika umur menjadi dasar dari segmentasi produk atau jasanya. Responden yang berkunjung ke Kusuma Agrowisata didominasi

oleh kelompok umur antara 15 sampai 25 tahun yaitu sebesar 33,00 persen dan menduduki responden terbesar kedua. Hal ini disebabkan oleh kelompok usia tersebut masih memiliki rasa keingintahuan yang tinggi dan semangat untuk berekreasi. Responden terbesar pertama adalah kelompok umur antara 36 sampai 35 tahun yaitu sebesar 35,00 persen. Dua kelompok terbesar tersebut didominasi antara keluarga muda sesuai dengan hasil sebaran responden berdasarkan status pernikahan. Responden terbesar ketiga adalah kelompok umur antara 36 sampai 45 tahun yaitu sebesar 17,00 persen. Kelompok umur ini biasanya berkunjung ke Kusuma Agrowisata bersama rombongan studi kampus atau kantor. Responden terbesar keempat adalah kelompok umur antara 46 sampai 55 tahun yaitu sebesar 13,00 persen. Kelompok umur ini biasanya berkunjung ke Kusuma Agrowisata bersama dengan keluarganya. Responden dengan persentase terkecil adalah kelompok umur antara 55 sampai 65 tahun yaitu sebesar 02,00 persen. Kelompok umur ini biasanya datang ke Kusuma Agrowisata bersama rombongan keluarga besar beserta anak dan cucunya. Sebaran responden berdasarkan kelompok umur dapat dilihat pada Tabel 3.

2. Jenis Kelamin

Berdasarkan pengamatan peneliti di tempat destinasi bahwa kebanyakan pengunjung yang berkunjung ke Kusuma Agrowisata

Hidayati : Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan

didominasi oleh kalangan perempuan. Karena dari hasil penyebaran kuesioner yang ada tidak dapat memberi kesimpulan yang signifikan bahwa yang berkunjung ke Kusuma Agrowisata kebanyakan berjenis kelamin perempuan ataupun laki-laki dan metode purposive sampling tidaklah menjadi alasan terhadap banyaknya pengunjung Kusuma Agrowisata. Hal ini

disebabkan oleh kebanyakan responden yang berperan penting dalam pengambilan keputusan pembelian tiket wisata adalah perempuan atau para kaum ibu-ibu. Jadi, untuk jumlah jenis kelamin hanya bisa dilihat dari pengamatan peneliti pada saat berkunjung ke destinasi bukan dari hasil persentase kuesioner yang disebarkan.

Tabel 3. Sebaran Jumlah dan Persentase Responden menurut Umur

Kelompok Umur (tahun)	Responden	
	Jumlah (orang)	Persentase (%)
15-25	33	33,00
26-35	35	35,00
36-45	17	17,00
46-55	13	13,00
56-65	2	02,00
Total	100	100,00

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

3. Tempat Tinggal Responden

Pengunjung Kusuma Agrowisata berasal dari berbagai daerah di Indonesia maupun diluar negeri. Responden yang dipilih dalam penelitian ini adalah pengunjung yang berasal dari daerah di Indonesia khususnya di daerah Jawa Timur, karena letak destinasi Kusuma Agrowisata berada di daerah Jawa Timur. Sebagian besar responden Kusuma Agrowisata berasal dari luar Kota Batu yaitu sebesar 87,00 persen. Sedangkan responden yang berasal dari Kota Batu sendiri sebesar 13,00 persen. Data tersebut

menunjukkan bahwa masyarakat cenderung akan memilih objek wisata luar daerahnya tinimbang obyek wisata di tempat daerahnya tinggal. Oleh karena itu, para pengusaha objek wisata dapat lebih meningkatkan lagi fasilitas-fasilitas di dalam obyek agrowisata agar bisa memuaskan para pengunjung dan promosi juga harus ditingkatkan agar lebih di kenal oleh masyarakat dari berbagai daerah di dalam maupun diluar Indonesia. Sebaran responden berdasarkan alamat asalnya dapat dilihat pada Tabel 4.

11
Tabel 4. Sebaran Jumlah dan Persentase Responden menurut Alamat Asal Responden

Daerah	Responden	
	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Kota Batu	13	13,00
Luar Kota Batu	87	87,00
Total	100	100,00

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

4. Jarak tempuh responden dengan destinasi kusuma agrowisata

Jarak tempuh yang dimaksud adalah jarak dari rumah pengunjung/konsumen menuju ke tempat destinasi Kusuma Agrowisata. Responden Kusuma Agrowisata sebagian besar berada pada kelompok jarak tempuh antara

60 sampai 70 km yaitu sebesar 51,00 persen. Responden terbesar kedua adalah kelompok jarak tempuh >70 km yaitu sebesar 36,00 persen. Dan responden dengan persentase terkecil adalah kelompok jarak tempuh <60 km yaitu sebesar 13,00 persen. Sebaran jumlah responden berdasarkan jarak tempuh dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Sebaran Jumlah dan Persentase Responden menurut Jarak Tempuh Responden

Kelompok Jarak(km)	Responden	
	Jumlah (orang)	Persentase (%)
<60 km	13	13,00
60-70 km	51	51,00
>70 km	36	36,00
Total	100	100,00

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

5. Pendapatan Responden / bulan

Pendapatan merupakan penghasilan yang diperoleh responden dari pekerjaannya. Pendapatan responden Kusuma Agrowisata sebagian besar berada pada kelompok dengan interval lebih dari Rp 2.000.000 dengan jumlah persentase sebesar 63,00 persen. Kemudian responden terbesar kedua dengan persentase sebesar 23,00 persen berada pada kelompok gaji dengan interval Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000. hal tersebut dapat

dikaitkan dengan jenis pekerjaan responden yang sebagian besar adalah pegawai swasta dan wiraswasta sehingga rata-rata pendapatan mereka berada pada interval tersebut.sebaran jumlah responden berdasarkan pendapatan / bulan dapat dilihat pada Tabel 6.

Hidayati : Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan

Tabel 6. Sebaran Jumlah dan Persentase Responden menurut Pendapatan / Bulan

Pendapatan (Rupiah)	Responden	
	Jumlah (orang)	Persentase (%)
<Rp 1.000.000	14	14,00
Rp 1.000.000 –Rp 2.000.000	23	23,00
>Rp 2.000.000	63	63,00
Total	100	100,00

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Analisis Keputusan Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Obyek Agrowisata (Studi Kasus di Kusuma Agrowisata Kota Batu, Malang)

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan bantuan program SPSS 15.0 dapat dilihat rangkuman hasil empiris penelitian pada Tabel 8 :

Tabel 8. Hasil Uji Regresi (Koefisien Regresi) Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	15,505	4,264		3,636	,000		
	Harga	,375	,151	,244	2,488	,015	,994	1,006
	Jarak	,148	,180	,081	,822	,413	,992	1,008
	Pendapatan	-,385	,254	-,148	-1,515	,133	,999	1,001

a. Dependent Variable: pengambilan keputusan

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS, 2018

Berdasarkan analisis data dengan menggunakan program SPSS 15.0 for Windows, maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 15,505 + 0,375X_1 + 0,148X_2 + (-0,385)X_3 + e$$

Dari persamaan tersebut di atas berarti bahwa nilai konstanta yang dihasilkan sebesar 15,505 mengindikasikan bahwa jika nilai variabel harga, jarak, dan pendapatan dianggap konstan, maka nilai keputusan konsumen dalam pengambilan obyek agrowisata adalah sebesar 15,505.

Nilai koefisien regresi variabel harga sebesar 0,375 artinya harga mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan konsumen dalam berkunjung ke Kusuma Agrowisata, karena nilai koefisien regresi variabel harga menunjukkan arah hubungan yang positif (searah) antara persepsi harga dengan keputusan konsumen membeli tiket Kusuma Agrowisata. Hasil ini menunjukkan semakin baik persepsi konsumen atas strategi harga yang ditawarkan Kusuma Agrowisata akan diikuti semakin tinggi minat orang

untuk melakukan kunjungan ke Kusuma Agrowisata.

Nilai koefisien regresi variabel jarak sebesar 0,148 artinya jarak mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan konsumen dalam berkunjung ke Kusuma Agrowisata, karena koefisien regresi variable jarak menunjukkan arah hubungan yang positif (searah) antara persepsi jarak dengan keputusan konsumen dalam berkunjung ke Kusuma Agrowisata.

Nilai koefisien regresi variabel pendapatan sebesar -0,385 artinya pendapatan mempunyai pengaruh yang negatif terhadap keputusan konsumen dalam berkunjung ke Kusuma Agrowisata, karena koefisien regresi variabel pendapatan menunjukkan arah hubungan yang negatif antara

persepsi pendapatan dengan keputusan konsumen dalam berkunjung ke Kusuma Agrowisata.

2. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) dilakukan untuk melihat adanya hubungan yang sempurna atau tidak, yang ditunjukkan pada apakah perubahan variabel bebas (harga, jarak, pendapatan) akan diikuti oleh variabel terikat (pengambilan keputusan) pada proporsi yang sama. Pengujian ini dengan melihat nilai R Square (R^2). Nilai yang dipakai dalam penelitian ini adalah nilai Adjusted R^2 karena nilai ini dapat naik atau turun apabila satu variabel bebas ditambahkan ke dalam model yang diuji. Nilai Adjusted R^2 dapat dilihat pada Tabel 9 berikut ini :

Tabel 9. Hasil Pengujian Untuk Uji Koefisien Determinasi (R Square)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,291(a)	,085	,056	2,90880

a Predictors: (Constant), Pendapatan, Harga, Jarak

b Dependent Variable: Pengambilan Keputusan

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS, 2018

Pada tabel 10 dapat dilihat bahwa besarnya koefisien determinasi (Adjusted R^2) bernilai 0,056. Hal ini dapat diartikan bahwa dari kontribusi variabel independent (harga, jarak, pendapatan) dapat menjelaskan variabel dependent (pengambilan keputusan) sebesar 5,6%, sedangkan sisanya diterangkan

oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

3. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuisioner. Hasil penelitian dianggap valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti (Widiyanto,

Hidayati : Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan

2005). Pengujian validitas menggunakan rumus *product moment* yang dilakukan dengan menghitung korelasi antar masing-masing skor *item* pertanyaan dari tiap variabel dengan total skor variabel tersebut. Jika skor *item* tersebut berkorelasi positif dengan skor total skor *item* dan lebih tinggi dari korelasi antar *item*, menunjukkan kevalidan instrumen tersebut. Untuk penelitian ini, nilai *df* dapat dihitung sebagai berikut $df = n-2$ atau $100-2 = 98$, dengan signifikansi sebesar 0,05 maka didapat *r* tabel sebesar 0,165 (*one tail*). Hasil pengujian validitas dapat dilihat pada Tabel 10 berikut ini :

Uji t (Uji Parsial)

Tabel 18. Hasil Pengujian Validitas

Variabel / Item	r hitung	><	R tabel (<i>one tail</i>)	Valid / Tidak
Variabel Harga				
H1	0,247	>	0,165	Valid
H2	0,920	>	0,165	Valid
H3	0,868	>	0,165	Valid
H4	0,866	>	0,165	Valid
Variabel Jarak				
J1	-0,134	<	0,165	Tidak valid
J2	0,943	>	0,165	Valid
J3	0,880	>	0,165	Valid
J4	0,923	>	0,165	Valid
Variabel Pendapatan				
P1	0,936	>	0,165	Valid
P2	0,791	>	0,165	Valid
P3	-0,132	<	0,165	Tidak valid
Variabel Pengambilan Keputusan				
PK1	0,959	>	0,165	Valid
PK2	-0,057	<	0,165	Tidak valid
PK3	0,296	>	0,165	Valid
PK4	0,955	>	0,165	Valid
PK5	0,296	>	0,165	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS, 2018

Digunakan untuk menguji berarti atau tidaknya hubungan variabel-variabel independent Harga (X1), Jarak (X2), Pendapatan (X3) dengan variabel dependen pengambilan keputusan (Y). Dari hasil analisa di dapat bahwa harga sangat berpengaruh terhadap pengambilan keputusan obyek wisata Kusuma Agrowisata.

Hasil pengujian uji t dari masing – masing variabel bebas harga, jarak , dan pendapatan melalui program SPSS dapat dilihat pada Tabel 11 dibawah ini :

Tabel 11. Hasil Perolehan t_h dan Tingkat Signifikan

Variabel	t_h	Sig	Keterangan
Harga	2,488	0,015	Signifikan
Jarak	0,822	0,413	Tidak signifikan
Pendapatan	-1,515	0,133	Tidak signifikan

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS, 2018

Uji F (Uji Simultan)

Digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel *independent* dan variabel *dependent*, apakah variabel Harga (X1), Jarak (X2), dan Pendapatan (X3) benar –

benar berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen Y (Pengambilan Keputusan). Hasil analisa dengan software SPSS 15,0 sebagai berikut :

Tabel 12. Hasil Perolehan F_h dan Tingkat Signifikan ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	75,121	3	25,040	2,959	,036(a)
	Residual	812,269	96	8,461		
	Total	887,390	99			

18

a Predictors: (Constant), Pendapatan, Harga, Jarak

b Dependent Variable: Pengambilan Keputusan

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS, 2018

Dari hasil output analisa dengan software SPSS diatas didapat tingkat signifikan uji F = 0,036 < 0,050 (level of signifikan) atau uji F = 2,959 > 2,70 , maka H_0 berhasil ditolak dan H_a terdukung, yang menunjukkan pengaruh variabel harga, jarak, dan pendapatan secara bersama-sama keputusan konsumen untuk mengunjungi destinasi Kusuma Agrowisata di Kota Batu, Malang adalah signifikan.

Hasil ini mengindikasikan bahwa naik turunnya terhadap keputusan konsumen berkunjung ke destinasi Agrowisata di Kota Batu, Malang ditentukan oleh seberapa baik strategi harga yang ditawarkan, jarak destinasi Kusuma Agrowisata

tersebut, serta jumlah pendapatan konsumen per bulan.

SIMPULAN

1. Karakteristik responden Kusuma Agrowisata sebagian besar berjenis kelamin perempuan, dari daerah luar Kota Batu dengan persentase 87,00. Berdasarkan status pernikahan, responden Kusuma Agrowisata sebagian besar telah menikah, dan berumur pada 26-35 tahun dengan jumlah persentase 35,00. Jarak tempuh responden berada pada kisaran 60-70km dengan jumlah persentase 51,00. Pendapatan per bulan responden Kusuma Agrowisata paling banyak berada

Hidayati : Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan

pada rentang > Rp 2.000.000 dengan jumlah persentase 63,00 (menengah ke atas).

2. Berdasarkan Hasil penelitian dilihat bahwa yang paling berpengaruh terhadap variabel pengambilan keputusan konsumen adalah variabel harga dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,375, sedangkan variabel jarak berpengaruh positif tetapi tidak signifikan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,148, dan variabel pendapatan tidak berpengaruh positif dan juga tidak signifikan dengan nilai regresi sebesar -0,385.

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, Imam.(2000). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.Semarang.
- _____(2006). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- _____(2011). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Husein, Umar (2001). *Riset Sumberdaya Manusia dalam Organisasi*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Indriantoro, Supomo. (1999). *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. BPFE. Yogyakarta.
- Kotler, Philip., Gary Amstrong. (1995). *Dasar-dasar pemasaran*. Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Marpaung, Happy.(2002). *Pengetahuan Kepariwisata*. Alfabeta. Bandung.
- Nazir, Moh. (2005). *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Rahmawati, Rieska.(2010). *Analisis Preferensi Pengunjung terhadap Paket Wisata Kusuma Agrowisata Kota Batu Jawa Timur*. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Santoso, Singih. (2002). *SPSS Mengolah Data Statistik Secara Profesional*. PT. Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Sudjana.(2005). *Metode Statistika*. Penerbit Tarsito Bandung. Bandung.
- Sugiyono.(2010). *Metode Penelitian Bisnis*. CV Alfabeta. Bandung.
- _____(2011). *Metode Penelitian Bisnis*. CV Alfabeta. Bandung.
- Suwarwan, ujang.(2003). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Widiyanto, Ibnu. (2005). *Metode Riset Bisnis*. STIE IPWIJA. Jakarta.

ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN OBYEK AGROWISATA

ORIGINALITY REPORT

22%
SIMILARITY INDEX

24%
INTERNET SOURCES

13%
PUBLICATIONS

12%
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1 jiss.publikasiindonesia.id **2%**
Internet Source

2 Submitted to Universitas Tidar **1%**
Student Paper

3 jurnal.politeknik-kebumen.ac.id **1%**
Internet Source

4 text-id.123dok.com **1%**
Internet Source

5 ariodesign.blogspot.com **1%**
Internet Source

6 economy.okezone.com **1%**
Internet Source

7 repository.pelitabangsa.ac.id:8080 **1%**
Internet Source

8 repository.unpas.ac.id **1%**
Internet Source

9 repofeb.undip.ac.id **1%**
Internet Source

10	jepa.ub.ac.id Internet Source	1 %
11	online-journal.unja.ac.id Internet Source	1 %
12	simdos.unud.ac.id Internet Source	1 %
13	Submitted to Universitas Respati Indonesia Student Paper	1 %
14	jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id Internet Source	1 %
15	repo.unr.ac.id Internet Source	1 %
16	repository.lppm.unila.ac.id Internet Source	1 %
17	st293545.sitekno.com Internet Source	1 %
18	repository.pelitabangsa.ac.id Internet Source	1 %
19	digilib.unila.ac.id Internet Source	1 %
20	repository.unibos.ac.id Internet Source	1 %
21	repository.mahardhika-library.id Internet Source	1 %

22	ejurnal.unisri.ac.id Internet Source	1 %
23	dokumen.tips Internet Source	1 %
24	eprints.umg.ac.id Internet Source	1 %
25	www.scribd.com Internet Source	1 %
26	e-journal.uajy.ac.id Internet Source	1 %
27	kanal24.co.id Internet Source	1 %

Exclude quotes On

Exclude bibliography On

Exclude matches < 1%