

**PENGARUH PERILAKU KONSUMEN TERHADAP MINAT BERKUNJUNG  
WISATAWAN DI OBYEK WISATA KEBUN BUAH MANGUNAN YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**



Disusun Oleh:

Anggun Filia Crisdianti

NIM : 11130035

Program studi : Manajemen

**FAKULTAS BISNIS  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA  
YOGYAKARTA  
2016 / 2017**

**PENGARUH PERILAKU KONSUMEN TERHADAP MINAT BERKUNJUNG  
WISATAWAN DI OBYEK WISATA KEBUN BUAH MANGUNAN YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

untuk Memenuhi Sebagian Syarat – syarat

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Ekonomi (S1)

**Disusun Oleh:**

**Anggun Filia Crisdianti**

**NIM : 11130035**

**Program Studi : Manajemen**



**FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

**YOGYAKARTA**

**2016 / 2017**

**HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul

**PENGARUH PERILAKU KONSUMEN TERHADAP MINAT BERKUNJUNG  
WISATAWAN DI KEBUN BUAH MANGUNAN YOGYAKARTA**

Telah diajukan dan dipertahankan oleh :

**ANGGUN FILIA CRISDIANTI**

**11130035**

Dalam Ujian Skripsi Program Studi S1 Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

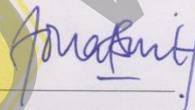
dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana

Ekonomi pada tanggal **28 APR 2017**

**Nama Dosen**

**Tanda Tangan**

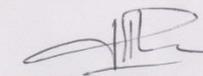
1. Jonathan Herdioko S.E, M.M  
(Ketua Tim)



2. Dr. Singgih Santoso, MM  
(Dosen Penguji)



3. Ambar Kusuma Astuti, SE., MSI  
(Dosen Penguji)



Yogyakarta, **19 MAY 2017**

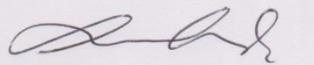
**Disahkan Oleh :**

**Dekan,**

**Wakil Dekan 1 Manajemen**



**Dr. Singgih Santoso, MM**



**Drs. Sisnuhadi, MBA, Ph.D**

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul: "PENGARUH PERILAKU KONSUMEN TERHADAP MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN KE OBYEK WISATA KEBUN BUAH MANGUNAN YOGYAKARTA".

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau Instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika dikemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya bersedia kenai sanksi yakni pencabutan gelar saya.

Yogyakarta, 18 April 2017



Anggun Filia Crisianti

## HALAMAN MOTTO

Tangan-Mu telah menjadikan aku  
dan membentuk aku,berilah aku pengertian,  
supaya aku dapat belajar perintah-perintahMu.

-Mazmur 119:73-

Jangan lakukan apa yang kamu sukai,  
tetapi sukai apa yang kamu lakukan

- Anggun Filia Crisdianti-

Kesempatan untuk menemukan  
kekuatan yang lebih baik dalam diri kita  
muncul ketika hidup terlihat sangat menantang.

- Joseph Campbell -

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Puji dan Syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang menjadi sumber pertolongan dan pemberi hikmat dalam hidup. Karena atas berkat, karunia, dan penyertaannya segala macam kesulitan dan hambatan yang sempat dialami pada saat proses pembuatan skripsi dapat dilalui dan diatasi, sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir (skripsi) dengan tepat waktu.

Untuk kedua orang tua di mata saya adalah sosok yang sangat penting dan paling berjasa dalam kehidupan. Segala macam upaya dilakukan agar tetap bisa memberikan kesempatan kepada saya untuk menimba ilmu setinggi mungkin, termasuk segala fasilitas yang sudah diberikan kepada saya pada saat menyelesaikan masa studi di bangku kuliah sampai dengan terselesaikannya skripsi ini. Saya berterima kasih kepada saudara kandung yaitu adik saya yang selama ini sudah sangat banyak membantu dalam hal moral. Terima kasih juga untuk kekasih saya yang selama ini selalu setia mendampingi saya baik dalam memberikan motivasi, semangat dan arahan.

Untuk semua teman – teman atau sahabat yang selama 4 tahun sudah sama – sama berjuang selama masa kuliah, memberi semangat dan motivasi.

## KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa kasih dan karunia-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul ***“PENGARUH PERILAKU KONSUMEN TERHADAP MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN KE OBYEK WISATA KEBUN BUAH MANGUNAN YOGYAKARTA”***.

Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi syarat dalam memperoleh gelar sarjana ekonomi pada Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen Konsentrasi Pemasaran Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta. Dengan selesainya skripsi ini, saya ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu selama proses penelitian dan penulisan skripsi. Ucapan terima kasih disampaikan dengan hormat kepada:

1. Dr. Singgih Santoso, M.M. selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana.
2. Drs. Sisnuhadi, MBA. PH selaku Wakil Dekan I Bidang Akademik Manajemen.
3. Jonathan Herdioko, SE, M.M selaku Wakil Dekan III Fakultas Bisnis yang selama ini sudah memberikan arahan dan bimbingan dalam segala bentuk proses dalam kegiatan organisasi kemahasiswaan selama masa kuliah.
4. Dra. Ambar Kusuma Astuti, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan sejak penentuan judul hingga selesainya penulisan skripsi.
5. Dra. Agustini Dyah Respati M.BA yang telah membimbing dan memberikan kesempatan dalam berorganisasi dan menjadi pemimpin yang baik selama masa kuliah.
6. Bapak Edi Nugroho yang telah memberikan masukan dan arahan untuk mengolah data.
7. Segenap dosen dan civitas akademik Fakultas Bisnis Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana yang telah banyak membantu dan membimbing saya dalam menuntut ilmu di UKDW.
8. Kedua Orang Tua (Andoko Ari Wibowo dan Veronica Hesti Widyastuti) yang selalu memberikan nasihat, kasih sayang, dan semangat kepada penulis selama masa studi.
9. Saudara Kandung (Barvrey Katon Krisnawan) yang selama ini sudah memberikan dukungan selama penulis menyelesaikan masa studi sebagai Sarjana Ekonomi.
10. Untuk pacar saya Dionisius Angger Pradhana Widjanarka yang selalu menemani, mendampingi, menyemangati, memotivasi dalam keadaan suka maupun duka.

11. Sahabat- sahabat “KEMEHEM” (Shierly, Jenita,Deo, Richard, Ivan Kurniawan, Yosi, dan Ogy) yang sudah selalu bersama hingga akhir penyelesaian masa studi penulis.
12. REAL FRIEND ( Alexander Christian, Ivan Jonadie, Cissi Fallery)
13. Sahabat seperjuangan (Stefayin Veronica).
14. Teman curhat (Felya Eunike)
15. Saudara Blok M yang selalu membantu dalam analisis data (Irene Enggar dan Antonia Eka Sari W).
16. Teman-teman GKJ Sukorejo Kendal (Ninis, Noni, Fella, Icha, Yose, Andi, Tofe, Lukas, Mas Andry, Mas Kris, Mbak Hanna, Mbak Ditha).
17. Teman-teman PMK Soli Deo Gloria Fakultas Bisnis ( Wahyu, Dery, Charis, Ego, Elvin, Robert, Dea, Dena, Vico, dkk)
18. Genk Cina ( Vivi, Lila, Ghea, Fredy, Malvin )
19. Teman-teman Lembaga Kemahasiswaan Fakultas Bisnis ( BPM, BEM, HMPSA, dan HMPSM).
20. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu-persatu, yang telah mendukung, membimbing, memotivasi dan mendoakan saya dalam menyelesaikan skripsi.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	.....	iii
HALAMAN MOTO	.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	.....	vi
KATA PENGANTAR	.....	vii
DAFTAR ISI	.....	ix
DAFTAR TABEL	.....	xii
DAFTAR GAMBAR	.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	.....	xiv
ABSTRAK	.....	xv
ABSTRACT	.....	xvi
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>		
1.1 Latar Belakang Masalah	.....	1
1.2 Rumusan Masalah	.....	3
1.3 Tujuan Penelitian	.....	4
1.4 Manfaat penelitian	.....	5
1.5 Batasan Penelitian	.....	5
<b>BAB II : TINJAUAN PUSTAKA</b>		
2.1 Landasan Teori	.....	8
2.1.1 Perilaku Konsumen	.....	8
2.1.2 Minat Berkunjung	.....	11
2.1.3 Preferensi Konsumen	.....	12
2.1.4 Pariwisata	.....	13
2.1.5 Hubungan Factor Budaya terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Obyek Wisata Kebun Buah Mangunan Yogyakarta. . . . .	.....	13
2.1.6 Hubungan Faktor Sosial terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Obyek Wisata Kebun Buah Mangunan Yogyakarta	.....	14

2.1.7 Hubungan Faktor Individu terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Obyek Wisata Kebun Buah Mangunan Yogyakarta .....	15
2.1.8 Hubungan Faktor Psikologi terhadap Minat Berkunjung wisatawan di Obyek Wisata Kebun Buah Mangunan .....	16
2.1.1 Penelitian Terdahulu .....	17
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	19
2.4 Hipotesis .....	19

### BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian .....	20
3.1.1 Populasi Dan Sampel Penelitian .....	20
3.1.2 Metode Pengumpulan Data .....	21
3.1.3 Data Primer .....	21
3.1.4 Kuesioner .....	22
3.2 Metode Pengujian Instrument Penelitian .....	22
3.2.1 Uji Validitas .....	22
3.2.2 Uji Reabilitas .....	23
3.3 Metode Analisis Data .....	24
3.3.1 Metode analisis deskriptif .....	24
3.3.2 Metode Analisis Regresi Berganda .....	25
a. Uji t ( Parsial ) .....	26
b. Uji F ( Simultan ) .....	26
c. Uji R ( Koefisien Determinasi ) .....	28

### BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	29
4.1.1 Uji Reliabilitas .....	30
4.1.2 Statistik Deskriptif .....	31
a. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ....	32
b. Profil Responden Berdasarkan Usia .....	32
c. Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan ....	33
d. Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran perbulan	34

4.1.3 Analisis Data .....	34
i. Analisis Regresi Linier Berganda .....	35
ii. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	37
iii. Uji Signifikan Secara Simultan (Uji F) .....	38
iv. Uji Signifikan Secara Parsial (Uji T) .....	39
4.2 Pembahasan .....	41
1. Pengaruh Variabel Budaya Terhadap Minat Berkunjung	41
2. Pengaruh Variabel Sosial Terhadap Minat Berkunjung	42
3. Pengaruh Variabel Individu Terhadap Minat Berkunjung	42
4. Pengaruh variabel Psikolog Terhadap Minat Berkunjung	43
<b>BAB V : SIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Simpulan .....	44
5.2 Keterbatasan Penelitian .....	46
5.3 Saran .....	46
5.3.1 Saran untuk peneliti selanjutnya .....	46
5.3.2 Saran untuk pengelola .....	47
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	48
<b>LAMPIRAN</b> .....	50

## Daftar Tabel

Tabel 4.1 Hasil Pengujian Validitas.....	30
Tabel 4.2 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	31
Tabel 4.3 Jumlah Responden Menurut Jenis Kelamin .....	32
Tabel 4.4 Jumlah Responden Menurut Usia.....	32
Tabel 4.5 Jumlah Responden Menurut Pekerjaan.....	33
Tabel 4.6 Jumlah Responden Menurut Biaya Pengeluaran .....	34
Tabel 4.7 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	35
Tabel 4.8 Hasil Uji R .....	37
Tabel 4.9 Hasil Uji F.....	38
Tabel 4.10 Hasil Uji T.....	39

Daftar Gambar

Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Teotitis.....

32

©UKDW

## Daftar Lampiran

Lampiran Kuesioner .....	50
Lampiran Analisis Regresi Linier Berganda.....	53
Lampiran Uji F.....	53
Lampiran Uji t.....	53
Lampiran Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	53
Lampiran Uji Reliabilitas.....	53
Surat Ijin Penelitian.....	54

©UKDW

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku konsumen yang terdiri dari faktor budaya, sosial, individu, dan psikologi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan ke obyek wisata Kebun Buah Mangunanh Yogyakarta. Populasi pada penelitian ini adalah orang yang tau dan mengenal Kebun Buah Mangunan Yogyakarta. Sampel yang digunakan pada penelitian berjumlah 100 orang dan metode yang digunakan adalah purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan dengan mendistribusikan kuesioner kepada responden. Analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda, dimana Y menunjuk pada variabel minat berkunjung, X1 variabel budaya, X2 variabel sosial, X3 variabel individu, dan X4 variabel psikolog.

Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa hanya pada variabel budaya dan psikolog yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung. Sedangkan pada variabel social dan individu berpengaruh positif namun tidak signifikan. Angka Adjusted R<sup>2</sup> sebesar 0,499 menunjukkan bahwa 49,9% minat berkunjung dapat dijelaskan oleh variabel budaya, sosial, individu, dan psikolog. Sedangkan 50,1% minat berkunjung dijelaskan dari variabel lain selain keempat variabel tersebut yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci :** *Budaya, Sosial, Individu, Psikolog, Minat Berkunjung.*

## Abstract

This study aims to determine the behavior of consumers of cultural, social, individual, and psychology has a significant influence on the interest of tourists to visit tourist attraction Kebun Buah Mangunan at Yogyakarta. The population in this study are those who know and recognize the Kebun Buah Mangunan at Yogyakarta. The sample used in the study of 100 people and the method used is purposive sampling. Data was collected by distributing questionnaires to the respondents. The analysis used is multiple linear regression, where Y refers to variable interest in traveling, cultural variables X1, X2 social variables, individual variables X3, and X4 variable psychologist.

Hypothesis testing using t test showed that only the cultural variables and psychologists were positive and significant effect on the interest to visit. While the social and individual variables is positive but not significant effect. Figures adjusted R2 of 0.499 indicates that 49.9% interest in visiting can be explained by cultural, social, individual, and psychologists. While 50.1% interest been described of other variables in addition to the four variables that are not investigated in this study.

**Keywords :** *Cultural, Social, Individual, Psychologists, Interests Bee*

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku konsumen yang terdiri dari faktor budaya, sosial, individu, dan psikologi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan ke obyek wisata Kebun Buah Mangunanh Yogyakarta. Populasi pada penelitian ini adalah orang yang tau dan mengenal Kebun Buah Mangunan Yogyakarta. Sampel yang digunakan pada penelitian berjumlah 100 orang dan metode yang digunakan adalah purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan dengan mendistribusikan kuesioner kepada responden. Analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda, dimana Y menunjuk pada variabel minat berkunjung, X1 variabel budaya, X2 variabel sosial, X3 variabel individu, dan X4 variabel psikolog.

Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa hanya pada variabel budaya dan psikolog yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung. Sedangkan pada variabel social dan individu berpengaruh positif namun tidak signifikan. Angka Adjusted R<sup>2</sup> sebesar 0,499 menunjukkan bahwa 49,9% minat berkunjung dapat dijelaskan oleh variabel budaya, sosial, individu, dan psikolog. Sedangkan 50,1% minat berkunjung dijelaskan dari variabel lain selain keempat variabel tersebut yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci :** *Budaya, Sosial, Individu, Psikolog, Minat Berkunjung.*

## Abstract

This study aims to determine the behavior of consumers of cultural, social, individual, and psychology has a significant influence on the interest of tourists to visit tourist attraction Kebun Buah Mangunan at Yogyakarta. The population in this study are those who know and recognize the Kebun Buah Mangunan at Yogyakarta. The sample used in the study of 100 people and the method used is purposive sampling. Data was collected by distributing questionnaires to the respondents. The analysis used is multiple linear regression, where Y refers to variable interest in traveling, cultural variables X1, X2 social variables, individual variables X3, and X4 variable psychologist.

Hypothesis testing using t test showed that only the cultural variables and psychologists were positive and significant effect on the interest to visit. While the social and individual variables is positive but not significant effect. Figures adjusted R2 of 0.499 indicates that 49.9% interest in visiting can be explained by cultural, social, individual, and psychologists. While 50.1% interest been described of other variables in addition to the four variables that are not investigated in this study.

**Keywords :** *Cultural, Social, Individual, Psychologists, Interests Bee*

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dunia pariwisata adalah dunia yang *universal*, artinya siapapun akan menyatakan sama bahwa pariwisata itu adalah kebutuhan umat manusia di seluruh dunia, sebagaimana yang dikemukakan oleh Murti & Soeprihantono, (2003:134). Seiring dengan meningkatnya kesejahteraan dan kemakmuran suatu bangsa dalam bidang ekonomi, maka muncullah sifat dasar dari manusia yaitu keinginan untuk melihat sisi lain dari dunia ini yang berbeda dengan keadaan sehari-hari, baik dari segi budaya, adat istiadat, kebiasaan hidup sehari-hari dan penciptaan alam yang dibeda-bedakan oleh Tuhan Yang Maha Esa yang menyebabkan suatu rasa ingin tahu seseorang untuk melihat serta menikmatinya.

Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai Propinsi yang memiliki potensi wisata yang diharapkan dengan pengembangannya dapat berperan menjadi penggerak perekonomian dalam pengembangan Provinsi D.I.Y khususnya dan Indonesia umumnya. Upaya perekonomian dalam pengembangan objek yang ada melalui peningkatan daya tarik wisata dan sarana prasarana pendukungnya serta dengan penggalian objek dan daya tarik potensial.

Kabupaten Bantul sebagai salah satu tujuan wisata di propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta memiliki potensi alam dan budaya yang cukup memadai untuk dapat dikembangkan menjadi daya tarik wisatawan. Pengembangan sector pariwisata juga merupakan salah satu upaya untuk menggali pendapatan daerah Kabupaten Bantul. Salah satu obyek wisata yang sangat diminati oleh wisatawan di Kabupaten Bantul adalah Kebun Buah Mangunan. Obyek wisata ini memiliki keunggulan antara lain adalah udaranya yang sejuk dan pemandangannya sangat indah. Kebun Buah mangunan terletak

di Desa Mangunan, Kecamatan Dlingo, Kabupaten Bantul. Lokasi ini berjarak sekitar 15 km dari ibukota Kabupaten Bantul dan 35 km dari pusat Kota Yogyakarta. Lokasi ini mulai dibangun oleh Pemerintah Kabupaten Bantul pada Tahun 2003 seluas 23,3415 hektar pada ketinggian 150-200m diatas permukaan laut. Titik ketinggian tersebut membuat kawasan ini memiliki udara yang sejuk serta pemandangan pegunungan seribu. Selain itu wisatawan dapat menikmati pemandangan yang sangat indah dari Kebun Buah Mangunan yaitu Pantai Parangritis pada bagian selatan, pemandangan Kota Bantul yang berada di bagian barat serta keelokan sungai Oya yang sangat curam, banyak populasi monyet yang juga terdapat di lokasi ini dapat menjadi salah satu potensi wisata. Potensi wisata yang bisa dilakukan

wisatawan di sini adalah mengamati berbagai macam buah-buahan yang ditata dengan apik sesuai dengan kondisi kemiringan bukit mangunan antara lain durian, mangga, rambutan, jambu air, jeruk, sawo, duku, serta manggis. Di samping itu terdapat pula buah-buahan lain yang jumlahnya relative sedikit seperti matoa, kelengkeng, jambu biji, cempedak dan belimbing. Untuk menambah kesejukan selain tanaman buah-buahan terdapat pula tanaman jati, king grass, pagar hidup berupa salak, magium dan pinus. Wisatawan juga dapat melihat proses pembibitan sapi, tujuan dari adanya pembibitan sapi ini yaitu selain untuk menambah populasi ternak sapi juga agar terjadi siklus yang berkesinambungan antara ternak sapi yang menghasilkan pupuk kandang untuk pemeliharaan tanaman buah-buahan di Kebun Buah Mangunan. Fasilitas yang disediakan sangat lengkap antara lain penginapan atau homestay, gedung pertemuan serta kolam renang.

Untuk menarik minat berkunjung konsumen maka pihak manajemen perusahaan jasa pariwisata harus melakukan strategi pemasaran yang tepat dalam memasarkan jasa pariwisata serta keunggulan-keunggulan dan kualitas yang ada pada jasa pariwisata

tersebut, sehingga para pengunjung atau para konsumen tertarik untuk berkunjung ke tempat pariwisata dan pengunjung merasa puas dengan pelayanan yang disediakan oleh manajemen pariwisata.

Factor yang mempengaruhi pilihan produk atau jasa menurut shiffman & kanuk (2004), seorang pemasar harus mampu memahami dan memprediksi perilaku konsumen tentang pentingnya hal yang berkaitan dengan apa yang dibeli. Hal tersebut ,perusahaan pariwisata saat ini berusaha untuk mengetahui bagaimana sebenarnya perilaku konsumen. Melalui penelitian ini juga diharapkan dapat diketahui pola pengambilan keputusan untuk berkunjung ke tempat pariwisata Kebun Buah Mangunan.

Sangatlah penting bagi pengelola obyek wisata Kebun Buah Mangunan untuk mengidentifikasi dan menganalisa minat berkunjung wisatawan yang menjadi sasarannya dalam menggunakan cara-cara untuk mempengaruhi keputusan konsumen. Pihak Kebun Buah Mangunan harus selalu berusaha menarik perhatian para pengunjungnya dengan cara memenuhi kebutuhan dan keinginan pengunjung.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh perilaku konsumen yang terdiri dari factor budaya, social, individu, psikologi mempunyai pengaruh simultan, parial, maupun dominan terhadap minat berkunjung ke wisata Kebun Buah Mangunan.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Wisata alam jika dilihat dari karakteristiknya dapat dikelompokkan kedalam usaha jasa, dimana konsumen hanya dapat mengkonsumsi tetapi tidak dapat memiliki produk yang dibelinya. Dengan demikian konsumen tidak dapat menilai kualitas jasa sebelum merasakan atau mengkonsumsi sendiri.

Eksistensi suatu obyek wisata sangat bergantung pada pengunjung, pengelola obyek wisata harus melihat pengunjung sebagai factor yang menentukan dan menjadi prioritas utama. Pada saat mereka mengunjungi obyek wisata tentu mereka memiliki preferensi sendiri yang berbeda-beda pada obyek wisata tersebut. Dengan mengetahui preferensi konsumen terhadap jasa wisata adalah salah satu cara untuk meningkatkan kualitas dan memberikan pelayanan yang baik.

Dari latar belakang diatas, maka yang jadi perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah ada pengaruh Faktor Budaya terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Kebun Buah Mangunan ?
2. Apakah ada Pengaruh Sosial terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Kebun Buah Mangunan ?.
3. Apakah ada Pengaruh Individu terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Kebun Buah Mangunan ?.
4. Apakah ada Pengaruh Psikologi terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Kebun Buah Mangunan ?.

### **1.3 Tujuan penelitian**

Sesuai dengan permasalahan diatas maka tujuan penelitian adalah :

1. Menganalisis Pengaruh Faktor Budaya terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Kebun Buah Mangunan.
2. Menganalisis Pengaruh Sosial terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Kebun Buah Mangunan.

3. Menganalisis pengaruh Individu terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Objek wisata Kebun Buah Mangunan.
4. Menganalisis Pengaruh Psikologi terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Kebun Buah Mangunan.

#### **1.4 Manfaat penelitian**

Melalui penelitian ini penulis memberikan masukan dan kegunaan baik bagi tempat penulis melakukan penelitian, masyarakat khususnya rekan-rekan mahasiswa, maupun penulis sendiri. Adapun manfaat penelitian ini adalah:

1. Tempat wisata yang diteliti

Penulis berharap agar hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai pertimbangan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang biasanya dipertimbangkan konsumen dalam minat berkunjung.

2. Bagi masyarakat khususnya di lingkungan perguruan tinggi

Penulis berharap agar hasil penelitian ini dapat bermanfaat untuk menambah pengetahuan bagi masyarakat khususnya rekan-rekan mahasiswa

3. Bagi penulis

Hasil penelitian ini dapat menambah pengetahuan terapan disamping pengetahuan teoritis yang di dapat selama kuliah. Selain itu sebagai salah satu syarat yang harus terpenuhi untuk memperoleh derajat kesarjanaaan S1 pada fakultas bisnis UKDW.

#### **1.5 Batasan Penelitian**

Agar masalah yang diteliti tidak terlalu luas sehingga mendapat hasil yang baik serta terarah sesuai dengan pokok permasalahan yang diteliti, maka dilakukan batasan sebagai berikut:

1. Penelitian dilakukan kepada responden yang tau dan mengenal Kebun Buah Mangunan, Responden yang diambil sebanyak 100 orang karena berhubungan dengan alat analisis yang digunakan.
2. Tempat penelitian dilakukan di kota Yogyakarta.
3. Tidak membandingkan obyek wisata Kebun BuahMangunan dengan obyek wisata lainnya.
4. Variable yang digunakan dalam penelitian ini adalah :
  - a. Independen :
    - Faktor Budaya  
Budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku mendasar yang terdiri dari kumpulan nilai preferensi dan perilaku.
    - Faktor Sosial  
Menurut Anderson meliputi pendidikan dan suku bangsa Muzaham, (1995), sedangkan Gottlieb (1983, dalam Kuntjoro 2002) menyebutkan dukungan keluarga sebagai salah satu faktor sosial. Dengan mengadaposi pendapat Anderson dan Gottlieb tersebut maka faktor-faktor sosial adalah pendidikan, suku, dukungan keluarga.
    - Faktor Individu  
Usia dan Tahap Siklus hidup konsumsi juga dibentuk oleh siklus hidup keluarga. Pemasar sering memilih kelompok-kelompok berdasarkan siklus hidup sebagai pasar sasaran mereka.

- Faktor Psikologi

Motivasi, seseorang memiliki kebutuhan yang banyak dalam waktu tertentu. Beberapa kebutuhan bersifat biogenis, kebutuhan muncul dari tekanan biologis seperti lapar, haus dan tidak nyaman.

- b. Dependen :

- Minat berkunjung

Adalah Dalam hal ini minat berkunjung merupakan bentuk atau wujud dari minat berperilaku. Dalam kaitannya dengan minat berkunjung, minat merupakan pelanggan potensial yang mempunyai arti pelanggan yang pernah atau yang belum pernah dan yang sedang akan berkunjung atau menggunakan produk atau jasa yang akan digunakan.

©UKDW

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dan kajian yang telah dilakukan berkaitan dengan variabel budaya, social, individu dan psikolog terhadap minat berkunjung wisatawan di obyek wisata kebun buah mangunan Yogyakarta, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- a. Dari data profil responden, pengolahan data dilakukan dengan 100 responden. Berdasarkan Jenis Kelamin yang paling dominan adalah laki-laki, responden sebanyak 59 orang dengan presentase 59% . Sebagian besar responden berusia 15-25 tahun sebanyak 83 orang dengan presentase 83%. Reponden sebagian besar bekerja sebagai pelajar atau mahasiswa dengan jumlah 78 orang dengan presentase 78%. Dan tingkat biaya pengeluaran terbanyak adalah lebih dari Rp.1.000.000,00- Rp.5.000.000,00 sebanyak 43% atau 43 orang.
- b. Berdasarkan pada hasil analisis linear berganda yang telah dilakukan pada penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :
  1. Hasil analisis diperoleh bahwa variabel budaya (X1) berpengaruh positif terhadap minat berkunjung (Y). Variabel budaya berpengaruh dalam minat berkunjung wisatawan ke Kebun Buah Mangunan Yogyakarta karena untuk mengikuti *trend* atau jaman yang sedang berkembang saat ini dan mereka menganggap jika sudah berkunjung ke Kebun Buah Mangunan merupakan orang yang *uptodate* atau tidak ketinggalan jaman. Dengan demikian Hipotesis 1 yang menyatakan bahwa variabel budaya (X1) berpengaruh positif terhadap minat berkunjung (Y) dapat diterima.
  2. Hasil analisis diperoleh bahwa variabel sosial (X2) tidak berpengaruh terhadap minat berkunjung (Y). Minat berkunjung wisatawan dikarenakan keinginan pribadi tanpa adanya pengaruh dari orang lain. Keinginan

pribadi ini berasal dari factor budaya yang menunjukkan *trend*, karena saat ini orang cenderung lebih tertarik dengan hal-hal baru yang sedang gencar dibicarakan sehingga ini membuat seseorang ingin tau dan mengikuti hal-hal yang sedang *booming* di lingkungan sekitar. Dengan demikian Hipotesis 2 yang menyatakan bahwa variabel sosial (X2) berpengaruh positif terhadap minat berkunjung (Y) tidak dapat diterima.

3. Hasil analisis diperoleh bahwa variabel individu (X3) tidak berpengaruh terhadap minat berkunjung (Y). Hobi fotografi dan *travelling* bukan merupakan alasan konsumen minat berkunjung ke obyek wisata Kebun Buah Mangunan. Karena menurut penelitian saat ini orang cenderung lebih suka menikmati wisata alam atau disebut dengan *basic to nature*, menikmati pemandangan alam yang asri serta udara yang segar adalah tujuan wisata saat ini. Dengan demikian Hipotesis 3 yang menyatakan bahwa variabel individu (X3) berpengaruh positif terhadap minat berkunjung (Y) tidak dapat diterima.

4. Hasil analisis diperoleh bahwa variabel psikolog (X4) berpengaruh terhadap minat berkunjung (Y). Mencari pengalaman baru dan pemandangan alam yang berbeda dari wisata alam lainnya merupakan alasan wisatawan minat berkunjung ke Kebun Buah Mangunan Yogyakarta selain itu wisata ini memiliki keunikan yaitu dengan kabut tebal pada pagi hari yang menutup pemandangan arus sungai elok yang curam sehingga membuat pengunjung merasa berada di atas awan. Dengan demikian Hipotesis 4 yang menyatakan bahwa psikolog (X4) berpengaruh positif terhadap minat berkunjung (Y) dapat diterima.

## **5.2 Keterbatasan Penelitian**

Dalam Penelitian ini masih terdapat beberapa keterbatasan atau kekurangan yang dapat diperbaiki untuk penelitian selanjutnya. Beberapa keterbatasan tersebut yaitu:

1. Penelitian dilakukan tidak membandingkan obyek wisata Kebun Buah Mangunan dengan obyek wisata lainnya.
2. Penelitian dilakukan dengan waktu yang terbatas sehingga hasil kurang maksimal.

## **5.3 Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang telah dibuat, maka penulis memberikan saran yang berkaitan dengan penelitian ini yang dapat menjadi bahan pertimbangan bagi Pengelola Obyek Wisata Kebun Buah Mangunan Yogyakarta dan bagi peneliti selanjutnya.

Adapun saran dapat diberikan penulis adalah sebagai berikut :

### **5.3.1 Saran untuk peneliti selanjutnya**

1. Untuk peneliti selanjutnya sebaiknya penelitiannya diperluas tidak hanya satu obyek wisata saja, melainkan dapat membandingkan dengan obyek wisata lain, supaya hasil penelitiannya bisa lebih akurat.
2. Untuk peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah variabel independen lainnya yang tentunya dapat mempengaruhi variabel dependen minat berkunjung, karena masih ada variabel-variabel independen lain diluar penelitian ini yang mungkin mempengaruhi minat berkunjung wisatawan.
3. Untuk peneliti selanjutnya sebaiknya variable social diubah menjadi kelompok referensi, pada variable individu pernyataan harga sebaiknya dihilangkan serta pernyataan pada variable minat berkunjung sebaiknya merupakan tujuan wisata.

### **5.3.2 Saran untuk pengelola**

1. Untuk pengelola sebaiknya lebih berkreasi yaitu dengan membuat inovasi wahana baru di Obyek Wisata Kebun Buah Mangunan Yogyakarta. Karena berdasarkan dari factor variabel budaya dan variabel psikolog yang mempengaruhi minat berkunjung wisatawan.
2. Untuk pengelola sebaiknya lebih mengelola lahan kebun buah supaya dapat tertata rapi dengan tumbuhnya buah-buahan sehingga dapat meningkatkan minat atau daya Tarik wisatawan.

©UKDW

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (1996)a, *Manajemen Penelitian*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharsimi. (2006)b. *Metodelogi penelitian*. Yogyakarta: Bina Aksara.
- Arikunto, Suharsimi. (2010)c. *Prosedur Penelitian Suatu pendekatan Praktik*. Jakarta : PT
- Arief Furchan, (2004). *Pengantar Penelitian Dalam Pendidikan. PustakaPelajar*.Rineka Cipta.Yogyakarta.
- Engel, James F., Roger D. Blackwell, dan Paul W. Miniard. (1994)a. *Perilaku Konsumen*. Edisi ke Enam Jilid 1. Jakarta : Binarupa Aksara.
- Engel, Blackwell dan Miniard. (2000)b. *Perilaku konsumen*. Edisi pertama. BPFE. Yogyakarta.
- Ghozali, I. (2007). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Gregorius Chandra. (2005). *Service Quality Satisfaction*: Penerbit Andi.Yogyakarta.
- Kartini Kartono (1990 :217), *Pengantar Metodologi Riset Sosial*,: Mandar Maju, Bandung.
- Kotler dan Armstrong. (2001). *Prinsip-prinsip pemasaran*. Jilid 1 Erlangga. Yogyakarta.
- Kuntjoro, Z. S. (2002). *Dukungan pada Lansia*.
- Muzaham, F. (1995). *Memperkenalkan Sosiologi Kesehatan*: UI Press, Jakarta.
- M.S, Dr. Basrowi. (2005). *Pengantar Sosiologi* : Ghalia Indonesia. Bogor.
- Oka A. Yoe. (1996). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Angkasa. Bandung.
- Simamora.(2002). *Panduan Riset Perilaku Konsumen, Edisi ke Satu*, Penerbit Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sugiyono. (1997). *Statistika Untuk Penelitian*: ALFABETA. Bandung.
- Schiffman, L dan L. Kanuk. (1994). *Consumer Behaviour*. Prentice Hall. New Jersey.

Sugiyono, (2006). *Statiska untuk penelitian*. Cetakan ke sembilan 2006. Penerbit ALFABETA. Bandung.

Sumarwan, U. (2003). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. PT. Ghalia. Jakarta.

Internet :

(...) [www.bimbingan.org/pengertian-pendekatan-deskriptif-analitis](http://www.bimbingan.org/pengertian-pendekatan-deskriptif-analitis)

(...) [www.scribd.com/doc/109564347](http://www.scribd.com/doc/109564347)

(. .) <http://www.e-psikologi.com/usia/160802.htm>

©UKDW