

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian

##### 1. Gambaran Umum Objek

Objek dalam penelitian ini adalah Hutan Pinus Mangunan. Hutan Pinus Mangunan merupakan tempat wisata terbuka dengan pohon-pohon pinus yang menjulang tinggi dan berjejer. Objek wisata ini berada di wilayah Desa Mangunan, Kecamatan Dlingo, Kabupaten Bantul, dimana lokasi tersebut berdekatan dengan Wisata Seribu Batu Songgo langit dan Kebun Buah Mangunan. Jarak dari pusat kota sekitar 23km atau dapat ditempuh dengan waktu kurang lebih 60 menit. Tempat wisata ini termasuk hutan lindung dimana RPH Mangunan adalah pemilik lahan hutan. Masyarakat sekitar diberikan hak untuk mengelola Hutan Pinus Mangunan ini menjadi tempat wisata atas izin RPH Mangunan. Para wisatawan yang berkunjung dikenakan biaya masuk sebesar Rp.2000 per orang dan biaya parkir per kendaraan. Untuk sepeda motor dikenakan biaya Rp. 2000, mobil Rp. 5000, dan bus Rp. 20.000. Hutan Pinus Mangunan sendiri seringkali digunakan untuk foto *session* dan *prewedding* dengan biaya yang sudah ditentukan oleh pengelola. Tempat tersebut juga menyediakan panggung sekolah hutan terbuka yang dapat digunakan untuk teater, sastra hingga pertunjukan musik. Untuk memberi

kenyamanan saat ini juga sudah memiliki fasilitas-fasilitas umum seperti toilet dan mushola.

## 2. Profil Responden

Subjek dalam penelitian ini adalah wisatawan yang sedang berkunjung di Hutan Pinus Mangunan. Dalam penelitian ini sebanyak 100 kuisisioner disebar ke wisatawan dan kuisisioner yang kembali adalah 100. Jumlah tersebut terjawab dengan lengkap dan baik sehingga semua kuisisioner yang tersebar dapat dianalisis.

## 3. Karakteristik Responden

Responden dibedakan berdasarkan beberapa karakteristik yaitu lama bergabung di Instagram, usia dan jenis pekerjaan. Berdasarkan karakteristik tersebut dapat disimpulkan dalam Tabel 4.1 berikut:

**Tabel 4.1**  
Karakteristik Responden

Karakteristik	Keterangan	Jumlah	Prsentase
Lama Bergabung di Instagram	< 1 Tahun	8	8%
	1-2 Tahun	35	35%
	> 2 Tahun	57	57%
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>
Usia	17 Tahun	10	10%
	> 17 tahun	90	90%
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>
Jenis Pekerjaan	Pelajar/ Mahasiswa	54	54%
	Pegawai Negeri	4	4%

Lanjutan Tabel 4.1

	Pegawai Swasta	25	25%
	Wiraswasta	6	6%
	Lain-lain	11	11%
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil olah data primer, 2018

Berdasarkan Tabel 4.1 jumlah terbesar untuk lama bergabung di Instagram adalah > 2 tahun dengan jumlah 57 responden atau sebesar 57%. Sedangkan untuk usia responden, jumlah terbesar adalah > 17 tahun dengan jumlah responden yaitu 90 atau sebesar 90%. Dan yang terakhir jumlah terbesar untuk karakteristik jenis pekerjaan responden adalah pelajar/mahasiswa yaitu sebanyak 54 responden atau sebesar 54%.

## B. Uji Kualitas Instrumen

Dalam menguji kualitas instrumen peneliti melakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap kuisioner yang disebarkan. Pengujian kualitas instrumen tersebut menggunakan IBM SPSS statistik 21.

### 1. Uji Validitas

Dalam penelitian ini uji validitas dilakukan dengan cara melakukan korelasi bivariate dengan bantuan *software* IBM SPSS statistik 21. Instrumen dianggap valid apabila  $\text{Sig} < 0,05$ . Hasil pengujian validitas dapat dilihat dari table 4.2 berikut:

**Tabel 4.2**  
Uji Validitas

No.	Variabel	Item	Sig.	Keterangan
1.	<i>Concern for Others</i> (X1)	1	0,000	Valid
		2	0,000	Valid
		3	0,000	Valid
		4	0,000	Valid
2.	<i>Expressing Positive Feelings</i> (X2)	1	0,000	Valid
		2	0,000	Valid
		3	0,000	Valid
		4	0,000	Valid
3.	<i>Economic Incentives</i> (X3)	1	0,000	Valid
		2	0,000	Valid
		3	0,000	Valid
		4	0,000	Valid
4.	<i>Helping the Company</i> (X4)	1	0,000	Valid
		2	0,000	Valid
		3	0,000	Valid
		4	0,000	Valid
5.	<i>Platform Assistance</i> (X5)	1	0,000	Valid
		2	0,000	Valid
		3	0,000	Valid
		4	0,000	Valid
6.	Keputusan Berkunjung Wisatawan (Y)	1	0,000	Valid
		2	0,000	Valid
		3	0,000	Valid
		4	0,000	Valid
		5	0,000	Valid

Sumber: Hasil olah data primer, 2018

Berdasarkan table 4.2 diatas dapat diketahui bahwa masing-masing item pertanyaan dari variabel *Concern for Others*, *Expressing Positive Feelings*, *Economic Incentives*, *Helping the Company*, *Platform Assistance*, dan Keputusan Berkunjung Wisatawan dalam penelitian ini mempunyai nilai sig < 0,05. Sehingga seluruh item pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid dan sah untuk digunakan.

## 2. Uji Reliabilitas

Dalam penelitian ini uji reliabilitas menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) yang menggunakan *software IBM SPSS statistik 21*. Data dapat dikatakan reliabel jika nilai  $\alpha > 0,7$  (Nunnally, dalam Ghozali 2016). Berdasarkan perhitungan diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.3**  
Uji Reliabilitas

No.	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
1.	<i>Concern for Others</i> (X1)	0,758	Reliabel
2.	<i>Expressing Positive Feelings</i> (X2)	0,758	Reliabel
3.	<i>Economic Incentives</i> (X3)	0,811	Reliabel
4.	<i>Helping the Company</i> (X4)	0,736	Reliabel
5.	<i>Platform Assistance</i> (X5)	0,788	Reliabel
6.	Keputusan Berkunjung Wisatawan (Y)	0,787	Reliabel

Sumber: Hasil olah data primer, 2018

Hasil uji reliabilitas pada table 4.3 diatas menunjukkan bahwa nilai *cronbach's alpha* ( $\alpha$ ) pada variabel *concern for others* (X1) sebesar 0,758, variabel *expressing positive feelings* (X2) sebesar 0,758, variabel *economic incentives* (X3) sebesar 0,811, variabel *helping the company*

(X4) sebesar 0,736, variabel *platform assistance* (X5) sebesar 0,788 dan terakhir variabel keputusan berkunjung wisatawan (Y) sebesar 0,787, dimana semua variabel memiliki nilai *cronbach's alpha* ( $\alpha$ ) lebih besar dari 0,07. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen dalam penelitian ini reliabel sehingga dapat digunakan.

### C. Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen yaitu *concern for others* (X1), *expressing positive feelings* (X2), *economic incentives* (X3), *helping the company* (X4) dan *platform assistance* (X5) terhadap keputusan berkunjung wisatawan (Y) sebagai variabel dependen. Alat analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan program IBM SPSS statistik 21.

#### 1. Hasil Analisis Data

Hasil analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan program IBM SPSS statistik 21 dapat dilihat pada table 4.4 sebagai berikut:

**Tabel 4.4**  
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,743	1,676		,443	,658
X1	,204	,092	,174	2,214	,029
X2	,271	,101	,215	2,689	,008
X3	,218	,073	,232	2,977	,004
X4	,217	,106	,189	2,059	,042
X5	,288	,099	,239	2,902	,005

Sumber: Hasil olah data primer, 2018

Berdasarkan Tabel 4.4. maka dapat dirumuskan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,174X_1 + 0,215X_2 + 0,232X_3 + 0,189X_4 + 0,239X_5$$

Dari persamaan tersebut, dapat diketahui bahwa:

- a. Variabel *concern for others* memiliki koefisien regresi positif sebesar 0,174, sehingga semakin tinggi *concern for others* maka keputusan berkunjung wisatawan juga akan semakin tinggi.
- b. Variabel *expressing positive feelings* dan memiliki koefisien regresi positif sebesar 0,215, sehingga semakin tinggi *expressing positive feelings* maka keputusan berkunjung wisatawan juga akan semakin tinggi.
- c. Variabel *economic incentives* memiliki koefisien regresi positif sebesar 0,232, sehingga semakin tinggi *economic incentives* maka keputusan berkunjung wisatawan juga akan semakin tinggi.
- d. Variabel *helping the company* memiliki koefisien regresi positif sebesar 0,189, sehingga semakin tinggi *helping the company* maka keputusan berkunjung wisatawan juga akan semakin tinggi.
- e. Variabel *platform assistance* memiliki koefisien regresi positif sebesar 0,239, sehingga semakin tinggi *platform assistance* maka keputusan berkunjung wisatawan juga akan semakin tinggi.

## 2. Hasil Uji Kualitas Model

Hasil uji kualitas model dalam penelitian ini dapat dijelaskan dengan Uji Koefisien Determinasi dan Uji F sebagai berikut:

a. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) dalam penelitian ini dapat dilihat dalam tabel 4.5 sebagai berikut:

**Tabel 4.5**  
Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,775 <sup>a</sup>	,600	,579	1,631

Sumber: Hasil olah data primer, 2018

Nilai *adjusted R square* adalah sebesar 0,579 hal ini berarti bahwa variabel independen yaitu *concern for others, expressing positive feelings, economic incentives, helping the company* dan *platform assistance* mampu menjelaskan variabel dependen yaitu keputusan berkunjung wisatawan sebesar 57,9 %. Sedangkan sisanya sebesar 42,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

b. Uji F

Uji F bertujuan untuk menguji apakah model regresi yang digunakan dalam penelitian dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen atau tidak. Hasil dari Uji F dengan program IBM SPSS statistik 21 dapat dilihat dalam tabel 4.6 sebagai berikut:



**Tabel 4.6**  
Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	375,033	5	75,007	28,206	,000
Residual	249,967	94	2,659		
Total	625,000	99			

Sumber: Hasil olah data primer, 2018

Hasil pengujian pada tabel 4.6 menunjukan bahwa diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh *concern for others*, *expressing positive feelings*, *economic incentives*, *helping the company* dan *platform assistance* terhadap keputusan berkunjung wisatawan.

### 3. Hasil Uji Hipotesis

Uji hipotesis penelitian ini menggunakan uji t. Uji t bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara individu atau parsial terhadap variabel dependen. Hasil uji t dengan program IBM SPSS statistik 21 dapat dilihat dalam tabel 4.7 sebagai berikut:

**Tabel 4.7**  
Hasil Uji t

Variabel Penjelas	Sig.	Keterangan
<i>Concern for Others</i>	0,029	Signifikan
<i>Expressing Positive Feelings</i>	0,008	Signifikan
<i>Economic Incentives</i>	0,004	Signifikan
<i>Helping the Company</i>	0,042	Signifikan
<i>Platform Assistance</i>	0,005	Signifikan

Sumber: Olah data primer, 2018

a. Pengujian terhadap variabel *Concern for Others* (X1)

Hasil pengujian pada Tabel 4.7 diperoleh nilai Sig. 0,029 < 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa *Concern for Others* berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Hutan Pinus Mangunan.

b. Pengujian terhadap variabel *Expressing Positive Feelings* (X2)

Hasil pengujian pada Tabel 4.7 diperoleh nilai Sig. 0,008 < 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa *Expressing Positive Feelings* berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Hutan Pinus Mangunan.

c. Pengujian terhadap variabel *Economic Incentives* (X3)

Hasil pengujian pada Tabel 4.7 diperoleh nilai Sig. 0,004 < 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa *Economic Incentives* berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Hutan Pinus Mangunan.

d. Pengujian terhadap variabel *Helping the Company* (X4)

Hasil pengujian pada Tabel 4.7 diperoleh nilai Sig. 0,042 < 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa *Helping the Company* berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Hutan Pinus Mangunan.

e. Pengujian terhadap variabel *Platform Assistance* (X5)

Hasil pengujian pada Tabel 4.7 diperoleh nilai Sig. 0,005 < 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa *Platform Assistance*

berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Hutan Pinus Mangunan.

#### **D. Pembahasan**

Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa *Concern for Others* berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Hutan Pinus Mangunan dengan nilai Sig.  $0,029 < 0,05$ . Dengan adanya kepedulian terhadap orang lain untuk berbagi pengalaman melalui media sosial Instagram maka akan mempermudah seseorang untuk memperoleh informasi mengenai Hutan Pinus Mangunan sehingga dapat mempengaruhi orang tersebut untuk melakukan keputusan berkunjung. Semakin tinggi kepedulian terhadap orang lain maka akan semakin banyak informasi yang diperoleh, sehingga keputusan berkunjung wisatawan juga akan semakin tinggi. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Cahyono dkk. (2016) yang menunjukkan bahwa *Concern for Others* berpengaruh signifikan terhadap minat beli.

Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa *Expressing Positive Feelings* berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Hutan Pinus Mangunan dengan nilai Sig.  $0,008 < 0,05$ . Mengekspresikan perasaan positif dipicu oleh pengalaman konsumsi yang positif. Dari pengalaman positif tersebut secara psikologis akan mendorong seseorang untuk saling berbagi suka cita melalui eWOM. Selain itu seseorang juga akan merasakan kesenangan orang lain saat berkunjung ke Hutan Pinus

Mangunan. Semakin tinggi seorang wisatawan mengekspresikan perasaan positifnya melalui media sosial Instagram maka akan semakin tinggi juga keputusan berkunjung wisatawan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Hasan dan Setyaningtiyas (2015) yang menunjukkan bahwa *Expressing Positive Feelings* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung ke Desa Wisata Nglanggeran Gunung Kidul dan penelitian Cahyono dkk. (2016) juga menunjukkan hasil bahwa *Expressing Positive Feelings* berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli.

Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa *Economic Incentives* berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Hutan Pinus Mangunan dengan nilai Sig.  $0,004 < 0,05$ . Manfaat ekonomi adalah pendorong penting dan dianggap oleh penerima sebagai tanda penghargaan. Penerimaan penghargaan ekonomi untuk komunikasi eWOM dari operator platform adalah bentuk lain dari utilitas penerimaan. Semakin tinggi manfaat ekonomi yang didapat maka akan semakin tinggi pula keputusan berkunjung wisatawan ke Hutan Pinus Mangunan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Hasan dan Setyaningtiyas (2015) yang menunjukkan hasil bahwa *Economic Incentives* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung ke Desa Wisata Nglanggeran Gunung Kidul.

Hasil pengujian hipotesis keempat menunjukkan bahwa *Helping the Company* berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Hutan Pinus Mangunan dengan nilai Sig.  $0,042 < 0,05$ . *Helping the Company* adalah hasil dari kepuasan wisatawan dari pengalaman kunjungan

yang telah didapat sehingga termotivasi untuk membantu objek wisata untuk lebih berkembang dan merekomendasikannya melalui eWOM. Semakin banyak wisatawan yang merekomendasikan dan menginginkan Wisata Hutan Pinus Mangunan lebih berkembang melalui eWOM maka akan meningkatkan keputusan berkunjung wisatawan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Hasan dan Setiyaningtiyas (2015) yang menunjukkan hasil bahwa *Helping the Company* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung ke Desa Wisata Nglanggeran Gunung Kidul.

Hasil pengujian hipotesis kelima menunjukkan bahwa *Platform Assistance* berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Hutan Pinus Mangunan dengan nilai Sig.  $0,005 < 0,05$ . Perilaku eWOM dapat dilihat dari frekuensi kunjungan dan banyaknya komentar pada *opinion platform*. Dalam penelitian ini media sosial Instagram menjadi *platform* yang efektif dalam mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan karena mempermudah eWOM, menjadi alat bertukar informasi antar pengguna maupun dengan pengelola, selain itu juga dapat menjadi media promosi Hutan Pinus Mangunan. Penelitian ini sesuai dengan Cahyono dkk. (2016) yang menunjukkan bahwa *Platform Assistance* berpengaruh signifikan terhadap minat beli.

Hasil uji kelayakan model (Uji F) diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh *concern*

*for others, expressing positive feelings, economic incentives, helping the company* dan *platform assistance* terhadap keputusan berkunjung wisatawan.

Hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) diperoleh hasil dari melihat nilai *adjusted R square* sebesar 0,579. Hal ini berarti bahwa variabel independen yaitu *concern for others, expressing positive feelings, economic incentives, helping the company* dan *platform assistance* mampu menjelaskan variabel dependen yaitu keputusan berkunjung wisatawan sebesar 57,9%. Sedangkan sisanya sebesar 42,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.