

## BAB V

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Analisis Data

##### 1. Analisis Statistik Deskriptif

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti terkait *willingness to pay* (WTP) perbaikan dan pengembangan objek wisata Goa Seplawan. Berikut ini adalah hasil analisis deskriptif yang telah dilakukan secara rinci dapat dilihat pada Table 5.1 di bawah :

**Tabel 5. 1**  
**Deskriptif Statistik Variabel**

|                     | N   | Min  | Max  | Mean    | Std. Deviation |
|---------------------|-----|------|------|---------|----------------|
| Usia                | 270 | 15   | 58   | 29,11   | 10,545         |
| Pendapatan          | 270 | 1000 | 2500 | 1515,74 | 289,729        |
| tingkat pendidikan  | 270 | 6    | 16   | 12,32   | 2,116          |
| jarak               | 270 | 7    | 75   | 37,62   | 13,575         |
| frekuensi kunjungan | 270 | 1    | 4    | 1,65    | 0,725          |
| kepuasan pengunjung | 270 | 0    | 1    | 0,82    | 0,383          |
| biaya rekreasi      | 270 | 10   | 150  | 54,30   | 26,339         |
| waktu kunjungan     | 270 | 1    | 4    | 2,05    | 0,567          |
| WTP                 | 270 | 0    | 1    | 0,74    | 0,441          |
| Valid N (listwise)  | 270 |      |      |         |                |

Sumber: data primer diolah

Jika dilihat dari Tabel 5.1 nilai terendah untuk *willingness to pay* adalah 0 dan nilai tertinggi untuk variabel *willingness to pay* adalah 1. Nilai rata-rata untuk variabel *willingnes to pay* adalah 0,74 yang menandakan bahwa variabel *willingnes to pay* didominasi oleh responden yang bersedia membayar lebih untuk registrasi masuk yang digunakan untuk perbaikan dan pengembangan objek wisata Goa Seplawan sebesar

Rp 9.000. Selanjutnya adalah standar deviasi *willingness to pay* sebesar 0,441 yang mana lebih kecil dari besarnya nilai rata-rata variabel *willingness to pay* maka dapat dikatakan bahwa sebaran kuisioner sebanyak 270 responden terhadap variabel *willingness to pay* terindikasi baik.

Berdasarkan Tabel 5.1 diatas nilai terendah untuk usia adalah 15 tahun dan nilai terbesar untuk usia adalah 58 tahun. Nilai rata-rata untuk usia 29,11 yang menandakan bahwa usia didominasi 20 tahun sampai dengan 29 tahun. Selanjutnya adalah standar deviasi dari variabel usia adalah 10,545 yang mana nilai ini lebih kecil dari besarnya rata-rata variabel usia maka dapat dikatakan bahwa data terindikasi baik.

Berdasarkan Tabel 5.1 dari penelitian ini didapat bahwa dari 270 responden nilai terendah pendapatan responden sebesar adalah Rp 1.000.000 dan pendapatan terbesar sebesar adalah 2.500.000. Nilai rata-rata untuk variabel pendapatan adalah 1515,74 yang menandakan bahwa variabel pendapatan didominasi oleh responden yang memiliki pendapatan antara Rp 1.000.000 sampai dengan Rp 1.500.000. selanjutnya standar deviasi pendapatan sebesar 289,729 yang mana nilai ini lebih kecil dari besarnya nilai rata-rata variabel pendapatan, maka dapat dikatakan bahwa sebaran kuisioner terhadap variabel pendapatan terindikasi baik.

Berdasarkan Tabel 5.1 dari penelitian ini tingkat pendidikan terendah adalah 6 dan nilai tertinggi tingkat pendidikan sebesar 16. Nilai rata-rata untuk variabel tingkat pendidikan 12,32 yang menandakan bahwa variabel

tingkat pendidikan didominasi oleh responden yang tingkat pendidikannya antara 12 sampai 16. Selanjutnya standar deviasi tingkat pendidikan sebesar 2,116 yang mana nilai ini lebih kecil dari besaran nilai rata-rata variabel tingkat pendidikan maka dapat dikatakan bahwa sebaran kuisioner terhadap variabel tingkat pendidikan terindikasi baik.

Jika dilihat dari Tabel 5.1 nilai terendah untuk variabel jarak adalah 7 km dan nilai tertinggi adalah 75 km. Nilai rata-rata untuk variabel jarak adalah 37,62 yang menandakan bahwa variabel jarak di dominasi sebesar 20km sampai dengan 37 km. Selanjutnya standar deviasi jarak sebesar 13,575 yang mana nilai ini lebih kecil dari besarnya nilai rata-rata variabel jarak. maka dapat dikatakan sebaran kuisioner terhadap variabel jarak terindikasi baik.

Jika dilihat dari Tabel 5.1 nilai terendah untuk variabel frekuensi kunjungan adalah 1 dan nilai tertinggi adalah 4. Nilai rata-rata untuk variabel frekuensi kunjungan adalah 1,65 yang menandakan bahwa variabel frekuensi kunjungan didominasi oleh responden sebanyak 1 sampai dengan 2 kali kunjungan. Selanjutnya standar deviasi frekuensi kunjungan sebesar 0,725 yang mana nilai ini lebih kecil dari besarnya nilai rata-rata variabel frekuensi kunjungan. Maka dapat dikatakan sebaran kuisioner terhadap variabel frekuensi kunjungan terindikasi baik.

Jika dilihat dari Tabel 5.1 nilai terendah untuk variabel kepuasan pengunjung sebesar 0 dan nilai tertinggi sebesar 1. Nilai rata-rata variabel kepuasan pengunjung adalah 0,82 yang menandakan bahwa variabel

kepuasan pengunjung didominasi oleh responden yang merasa puas. Selanjutnya standar deviasi kepuasan pengunjung sebesar 0,383 yang mana nilai ini lebih kecil dari besarnya nilai rata-rata variabel kepuasan pengunjung. Maka dapat dikatakan sebaran kuisioner terhadap variabel kepuasan pengunjung terindikasi baik.

Pada Tabel 5.1 dapat dilihat nilai terkecil dari variabel biaya rekreasi sebesar Rp 10.000 dan nilai terbesar adalah Rp 150.000. Untuk nilai rata-rata dari variabel biaya rekreasi sebesar 54,30 yang menandakan bahwa variabel biaya rekreasi di dominasi oleh responden yang mengeluarkan biaya rekreasi sebesar Rp 50.000 sampai dengan Rp 60.000. Untuk standar deviasi biaya rekreasi sebesar 26,33 yang mana nilai ini lebih kecil dari besarnya rata-rata variabel biaya rekreasi, maka dapat dikatakan bahwa sebaran kuisioner terhadap variabel biaya rekreasi terindikasi baik.

Pada tabel 5.1 dapat dilihat nilai terkecil dari variabel waktu kunjungan selama 1 jam dan terbesar selama 4 jam. Untuk rata-rata dari variabel waktu kunjungan sebesar 2,05 yang menandakan bahwa variabel waktu kunjungan didominasi oleh responden yang berkunjung selama 2 jam sampai dengan 3 jam. Untuk standar deviasi sebesar 26,339 yang mana nilai ini lebih kecil dari besarnya rata-rata variabel waktu kunjungan, maka dapat dikatakan sebaran kuisioner terhadap variabel waktu kunjungan terindikasi baik.

## 2. Hasil Regresi Uji Binary Logistik

Pada penelitian ini peneliti menggunakan alat analisis binary logistik, yang mana ketika menggunakan alat analisis variabel dependennya merupakan variabel *dummy*. Sedangkan variabel independen bias dalam bentuk *dummy* atau skala. Dalam regresi logistik biner ini merupakan alat analisis yang memiliki hubungan antara variabel independen dengan dependennya. Berikut adalah hasil penelitian dengan alat analisis binary logistik :

### a. Uji Ketepatan Klasifikasi

Uji ketepatan klasifikasi adalah uji yang bertujuan untuk menentukan ketepatan dari suatu model regresi dalam prediksi pilihan responden terhadap *Willingness To Pay* (WTP) untuk perbaikan dan pengembangan objek wisata Goa Seplawan.

**Tabel 5. 2**  
**Uji Ketepatan Klasifikasi**

| Observed           |              | WTP          |        | persentase |
|--------------------|--------------|--------------|--------|------------|
|                    |              | Tidak setuju | Setuju |            |
| WTP                | Tidak setuju | 3            | 68     | 26,29      |
|                    | setuju       | 4            | 195    | 73,71      |
| Overall Percentage |              |              |        | 100        |

Sumber: data primer diolah

Berdasarkan Tabel 5.2 di atas menunjukkan bahwa pada kolom prediksi diketahui yang bersedia membayar adalah sebanyak 199 orang responden, sedangkan pada hasil observasi yang sesungguhnya

responden yang bersedia membayar adalah sebanyak 195 orang responden. Adapun responden yang tidak bersedia membayar sebanyak 71 orang responden sedangkan pada hasil observasi yang sesungguhnya responden yang tidak bersedia membayar sebanyak 68 orang. Dalam penelitian ini diperoleh presentase ketepatan model yang diambil oleh peneliti mengklasifikasikan obesrvasinya atau tingkat tepatnya adalah sebesar 26,29 persen untuk yang tidak bersedia dan 73,71 persen untuk yang bersedia.

#### b. Uji Kesesuaian Model

##### 1) Uji Negelkerker R Square

Uji Negelkerke R Square digunakan untuk mengetahui berapa besar presentase kecocokan model dengan nilai berkisar antara 0 sampai 1. Nilai Negelkerke R Square 1 menunjukkan ada kecocokan sempurna antara variabel terikat dengan variabel bebas, sedangkan Nilai Negelkerke R Square 0 menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan antara variabel terikat dengan variabel bebas. Hasil uji Negelkerke R Square di tunjukan pada Tabel 5.3 berikut :

**Tabel 5. 3**  
**Hasil Uji Negelkerke R Square**

| Step | -2 Log likelihood    | Cox & Snell R Square | Nagelkerke R Square |
|------|----------------------|----------------------|---------------------|
| 1    | 288,961 <sup>a</sup> | 0,079                | 0,115               |

Sumber: data primer diolah

Dari hasil Nagelkerke R Square pada Tabel 5.3 diperoleh nilai Nagelkerke R Square sebesar 0,079 atau 0,115 persen yang

menunjukkan bahwa variabel terikat dapat dijelaskan oleh variabel usia, pendapatan, tingkat pendidikan, jarak, frekuensi kunjungan, kepuasan pengunjung, biaya rekreasi, dan waktu kunjungan dalam model penelitian ini. Sedangkan sisanya, yaitu sebesar 0.921 atau 92 persen dijelaskan diluar model lain seperti status perkawinan, jenis pekerjaan, waktu tempuh dan lain-lain.

## 2) Uji Hosmer dan Lemeshow

Uji Hosmer dan Lemeshow adalah uji yang digunakan untuk menguji apakah data empiris sesuai dengan model yang nantinya akan menunjukkan kelayakan model regresi. Jika nilai statistik Hosmer dan Lemeshow lebih besar dari  $\alpha = 0,10$  (10%) menunjukkan bahwa model tersebut mampu untuk memprediksi nilai observasinya, artinya model tersebut dapat diterima karena sesuai dengan data observasi.

**Tabel 5. 4**  
**Hasil Uji Hosmer dan Lemeshow**

| Step | Chi-square | Df | Sig.  |
|------|------------|----|-------|
| 1    | 6,194      | 8  | 0,626 |

Sumber : data primer diolah

Berdasarkan uji Hosmer dan Lemeshow yang ditunjukkan pada table 5.4 di atas dapat diketahui bahwa nilai *Chi-square* sebesar 6,194 dengan nilai probabilitas sebesar  $0,626 > 0,10$  maka model dapat dikatakan fit dan mampu memprediksi nilai observasinya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi yang

digunakan dalam penelitian ini layak dipakai untuk analisis selanjutnya.

**c. Uji Signifikasi**

1) Uji Signifikasi Simultan

Uji signifikansi simultan digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat. Kriteria pengujiannya yaitu jika nilai signifikansi  $> 0,05$ , maka semua variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat. Sebaliknya, jika nilai signifikansi  $< 0,05$ , maka semua variabel bebas secara bersama-sama dinyatakan berpengaruh terhadap variabel terikat atau setidaknya terdapat satu variabel bebas yang mempengaruhi variabel terikat.

**Tabel 5. 5**  
**Hasil Uji Signifikasi Simulta**

|        |       | Chi-square | Sig.  |
|--------|-------|------------|-------|
| Step 1 | Step  | 22,151     | 0,005 |
|        | Block | 22,151     | 0,005 |
|        | Model | 22,151     | 0,005 |

Sumber : data primer diolah

Dapat dilihat pada Tabel 5.5. di atas menunjukkan bahwa nilai Chi-square Model sebesar 22,151 dengan nilai probabilitas signifikansi model sebesar  $0,005 < 0,05$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua variabel bebas secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat atau setidaknya terdapat satu variabel bebas yang mempengaruhi variabel terikat.



## 2) Uji Signifikasi Parsial

Uji parsial dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Kriteria pengujiannya yaitu jika nilai signifikansi  $> 0,05$ , maka variabel bebas tidak mempengaruhi variabel terikat. Sebaliknya, jika nilai signifikansi  $< 0,05$ , maka variabel bebas mempengaruhi variabel terikat.

**Tabel 5. 6**  
**Signifikasi dan Koefisien Regresi**

|                     |                       | B                 | Wald  | Exp(B)  |
|---------------------|-----------------------|-------------------|-------|---------|
| Step 1 <sup>a</sup> | Usia                  | (0,015)<br>-0,025 | 2,704 | 0,975*  |
|                     | Pendapatan            | (0,001)<br>0,001  | 3,482 | 1,001*  |
|                     | Tingkatpendidikan     | (0,075)<br>0,069  | 0,842 | 1,071   |
|                     | Jarak                 | (0,013)<br>-0,022 | 2,824 | 0,978*  |
|                     | Frekuensikunjungan    | (0,229)<br>-0,398 | 3,009 | 0,672*  |
|                     | kepuasanpengunjung(1) | (0,396)<br>-0,863 | 4,753 | 0,422** |
|                     | Biayarekreasi         | (0,009)<br>0,017  | 4,127 | 1,017** |
|                     | Waktukunjungan        | (0,278)<br>0,214  | 0,591 | 1,238   |
|                     | Constant              | (1,436)<br>-0,576 | 0,161 | 0,562   |

Keterangan: Variabel dependen: *dummy* WTP; () menunjukkan koefisien standar Error; \* Signifikasi pada level 10% ( $\alpha = 0,10$ ); \*\*Signifikasi pada level 5% ( $\alpha = 0,05$ ); \*\*\* Signifikasi pada level 1% ( $\alpha = 0,01$ ).

Nilai *willingness to pay* (WTP) dalam penelitian ini menggunakan metode *Dichotomous Choice* yang dihasilkan dari wawancara 20 orang wisatawan dalam *Focus Group Discussion*

(FGD) dengan nilai rata-rata *willingness to pay* (EWTP) responden yaitu sebesar Rp. 8.730,00 dan agar mudah maka dibulatkan menjadi Rp 9.000. Nilai variabel terikat *dummy* WTP adalah 1 jika WTP = Rp. 9.000 dan 0 jika WTP  $\neq$  Rp. 9.000. Maka hasil uji signifikansi parsial ditunjukkan pada Tabel 5.6.

Berdasarkan hasil uji signifikansi parsial pada Tabel 5.6 dapat diperoleh bahwa dari 8 variabel bebas, terdapat 6 variabel yang berpengaruh terhadap *willingness to pay* untuk perbaikan kualitas dan pengembangan objek wisata Goa Seplawan di Purworejo. Pada variabel usia menunjukkan tingkat signifikan 0.1, dimana  $0.1 = 0.1$  sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel usia memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Willingness To Pay* pengunjung Goa Seplawan. Pada variabel pendapatan menunjukkan tingkat signifikan sebesar 0.062 dimana  $0.062 < 0.1$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Dengan begitu maka terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel pendapatan terhadap *Willingness To Pay* pengunjung Goa Seplawan. Pada variabel jarak menunjukkan tingkat signifikan sebesar 0.0923 dimana  $0.093 < 0.1$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, Dengan begitu terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel jarak terhadap *Willingness To Pay* pengunjung Goa Seplawan. Pada variabel frekuensi kunjungan menunjukkan tingkat signifikan sebesar 0.083 dimana  $0.083 < 0.1$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$

diterima. Dengan begitu terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel frekuensi kunjungan terhadap *Willingness To Pay* pengunjung Goa Seplawan. Pada variabel kepuasan pengunjung menunjukkan tingkat signifikansi sebesar 0.029 dimana  $0.029 < 0.1$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Dengan begitu terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kepuasan pengunjung terhadap *Willingness To Pay* pengunjung Goa Seplawan. Pada variabel biaya rekreasi menunjukkan tingkat signifikan sebesar 0.042 dimana  $0.042 < 0.1$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, Dengan begitu terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel biaya rekreasi terhadap *Willingness To Pay* pengunjung Goa Seplawan.

Sedangkan pada variabel tingkat pendidikan dan waktu kunjungan menunjukkan tingkat signifikan  $> 0.1$  maka  $H_0$  diterima dan menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel tingkat pendidikan dan waktu kunjungan terhadap *Willingness To Pay* pengunjung Goa Seplawan.

#### 1. Variabel Usia

Berdasarkan Tabel 5.6 variabel Usia menunjukkan probabilitas sebesar 0,10. Hal ini berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima yang artinya pada tingkat signifikan sebesar 0,10 dengan  $\alpha$  10% maka variabel usia memiliki pengaruh signifikan terhadap *willingness to pay*. Sehingga variabel usia berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *willingness to*

*pay*. Nilai *Odds ratio* variabel usia menunjukkan angka sebesar 0,975 yang artinya setiap responden yang berusia lebih tinggi akan memiliki kesediaan membayar lebih kecil 0,975 kali dibandingkan responden yang memiliki usia lebih rendah.

## 2. Variabel Pendapatan

Berdasarkan Tabel 5.6 variabel pendapatan menunjukkan nilai probabilitas sebesar 0,062. Hal ini berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, yang artinya pada tingkat signifikansi sebesar 0,062 dengan alpha 10% maka variabel pendapatan memiliki pengaruh signifikan terhadap *willingness to pay*. Sehingga variabel pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *willingness to pay*. Nilai *Odds ratio* variabel pendapatan sebesar 1,001 yang artinya setiap responden yang memiliki pendapatan tinggi akan memiliki kesediaan membayar lebih besar 1,001 kali dibandingkan responden yang memiliki pendapatan lebih rendah.

## 3. Variabel Tingkat Pendidikan

Berdasarkan Tabel 5.6 variabel tingkat pendidikan menunjukkan nilai probabilitas sebesar 0,359. Hal ini berarti  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak, yang artinya pada tingkat signifikan sebesar 0,359 dengan alpha 10 % maka variabel tingkat pendidikan memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap *willingness to pay*. Sehingga variabel tingkat pendidikan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *willingness to pay*.

#### 4. Variabel Jarak

Berdasarkan Tabel 5.6 variabel Jarak menunjukkan nilai probabilitas sebesar 0,093. Hal ini berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, yang artinya pada tingkat signifikan sebesar 0,093 dengan alpha 10% maka variabel jarak memiliki pengaruh signifikan terhadap *willingness to pay*. Sehingga variabel jarak berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *willingness to pay* pengunjung. Nilai *Odds ratio* variabel jarak sebesar 0,978 yang artinya responden yang memiliki jarak tempuh lebih jauh akan memiliki kesediaan membayar lebih kecil 0,978 kali dibandingkan responden yang memiliki jarak tempuh lebih dekat.

#### 5. Variabel Frekuensi Kunjungan

Berdasarkan Tabel 5.6 variabel frekuensi kunjungan menunjukkan nilai probabilitas sebesar 0,083, angka ini lebih kecil dari 0,10. Hal ini berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima yang artinya pada tingkat signifikan sebesar 0,083 dengan alpha 10% maka variabel frekuensi kunjungan memiliki pengaruh signifikan terhadap *willingness to pay*. Sehingga variabel frekuensi. kunjungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *willingness to pay*. Nilai *Odds ratio* variabel frekuensi kunjungan sebesar 0,672 yang artinya responden yang memiliki frekuensi lebih tinggi akan memiliki kesediaan lebih kecil 0,672 kali dibanding responden yang memiliki frekuensi lebih rendah.

#### 6. Variabel Kepuasan Pengunjung

Berdasar Tabel 5.6 variabel kepuasan pengunjung menunjukkan nilai probabilitas sebesar 0,029. Hal ini berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima yang artinya pada tingkat signifikan sebesar 0,029 dengan alpha 15% maka variabel kepuasan pengunjung memiliki pengaruh signifikan terhadap *willingness to pay*. Sehingga variabel kepuasan pengunjung berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *willingness to pay*. Nilai *Odds ratio* variabel kepuasan pengunjung sebesar 0,422 yang artinya responden yang tidak puas memiliki kesediaan lebih kecil 0,422 kali dibanding responden yang lebih puas.

#### 7. Variabel Biaya Rekreasi

Berdasarkan Tabel 5.6 variabel biaya rekreasi menunjukkan nilai probabilitas sebesar 0,042. Hal ini berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima yang artinya pada tingkat signifikan sebesar 0,042 dengan alpha 15% maka variabel biaya rekreasi pengunjung memiliki pengaruh signifikan terhadap *willingness to pay*. Sehingga variabel biaya rekreasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap *willingness to pay*. Nilai *Odds ratio* variabel biaya rekreasi sebesar 1,017 yang artinya responden yang memiliki biaya rekreasi lebih tinggi akan memiliki kesediaan membayar lebih besar 1,017 kali dibanding responden yang memiliki biaya rekreasi lebih rendah.

#### 8. Variabel waktu kunjungan

Berdasarkan Tabel 5.6 variabel waktu kunjungan menunjukkan nilai probabilitas sebesar 0,441. Hal ini berarti  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak, yang artinya pada tingkat signifikan sebesar 0,441 maka variabel waktu kunjungan berpengaruh tidak signifikan terhadap *willingness to pay*. Sehingga variabel waktu kunjungan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *willingness to pay*.

### **B. Pembahasan**

#### **1. Pengaruh Usia terhadap *Willingness To pay***

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penelitian ini sejalan dengan penelitian Sari (2017); Masruroh (2017) tentang pengaruh variabel usia. Berdasarkan hasil penelitian variabel usia secara statistik berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai *willingness to pay* yang akan digunakan untuk perbaikan kualitas dan pengembangan objek wisata Goa Seplawan. Nilai koefisien variabel usia berdampak negatif dan signifikan, hal ini menandakan ketika semakin bertambah usia seseorang maka semakin kecil keinginannya membayar dikarenakan semakin tinggi usia seseorang biasanya mereka enggan berpergian untuk berwisata dikarenakan banyak kepentingan dan tanggung jawab yang harus dikerjakan.

Hasil ini berbeda dengan penelitian Sismi (2016) tentang pengaruh variabel usia. Berdasarkan hasil penelitian variabel usia secara statistik berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Willingness To Pay*.

## **2. Pengaruh Pendapatan terhadap *Willingness To Pay***

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan, penelitian ini sejalan dengan penelitian Saptutyingsih (2017); Patari (2016); El-Bekky (2013) tentang pengaruh variabel pendapatan terhadap WTP. Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan variabel pendapatan berpengaruh positif dan signifikan. Dari hasil tersebut diperoleh bahwa responden memiliki kesediaan memberikan nilai WTP lebih besar ketika pendapatannya meningkat. Tingkat pendapatan sangat mempengaruhi seseorang dalam hal melakukan liburan dengan berwisata dan bersedia untuk membayar lebih untuk perbaikan kualitas objek wisata. Hal ini disebabkan dengan tingginya pendapatan akan membuat wisatawan memiliki dana lebih untuk dibayarkan. Fenomena yang terjadi saat ini ketika pendapatan seseorang naik maka keinginan untuk berwisata itu akan semakin tinggi juga, hal tersebut juga mendorong seseorang untuk menyisihkan uang lebih untuk memperbaiki kualitas objek wisata agar ketika ingin berkunjung ke objek wisata itu kembali kualitas objek wisata tersebut sudah meningkat.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian Riahayu (2017) dimana variabel pendapatan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *Willingness To Pay*.

## **3. Pengaruh Tingkat pendidikan terhadap *Willingness To Pay***

Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan, penelitian ini sejalan dengan penelitian Fauziyah (2017) tentang pengaruh variabel



Tingkat Pendidikan terhadap WTP, berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan variabel tingkat pendidikan secara statistik berpengaruh positif dan tidak signifikan. Hal ini dikarenakan tingkat pendidikan bukanlah indikator seseorang untuk bepergian ke suatu objek wisata, dikarenakan setiap orang membutuhkan liburan untuk menenangkan pikiran setelah melakukan aktivitas sehari-hari.

Penelitian ini berbeda dengan Saptutyingsih (2017) dan Sari (2017) menunjukkan bahwa variabel tingkat pendidikan memiliki pengaruh signifikan dan berpengaruh positif terhadap *Willingness To Pay*, Pengaruh Jarak terhadap *Willingness To Pay*.

#### **4. Pengaruh Jarak terhadap *Willingness To Pay***

Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan, penelitian ini sejalan dengan penelitian Masruroh (2017) dan Rahmawati (2014) tentang pengaruh variabel Jarak terhadap WTP, berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan variabel jarak secara statistik berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *Willingness To Pay* pengunjung Goa Seplawan. Artinya jika jarak semakin jauh maka akan mengurangi keinginannya untuk membayar retribusi objek wisata Goa seplawan, dikarenakan semakin jauh jarak yang harus ditempuh oleh wisatawan biasanya diikuti dengan tambahan biaya rekreasi seperti tambahan untuk biaya sewa penginapan, bensin dan lain-lain.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian dengan Sari (2017) menunjukkan bahwa pengaruh variabel jarak berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *Willingness To Pay*.

#### **5. Pengaruh frekuensi kunjungan terhadap *Willingness To Pay***

Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan penelitian ini sejalan dengan penelitian Fauziyah (2017); Riahayu (2017) dan Pantari (2016) tentang pengaruh variabel frekuensi terhadap WTP. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan variabel frekuensi kunjungan secara statistik berpengaruh negatif dan signifikan, hal tersebut dikarenakan semakin sering seseorang berkunjung ke objek wisata tersebut maka akan menimbulkan rasa bosan dan ingin mencoba objek wisata yang baru.

Berbeda dengan penelitian Rahmawati (2014) dimana variabel frekuensi kunjungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Willingness To Pay*.

#### **6. Pengaruh Kepuasan Pengunjung terhadap *Willingness To Pay***

Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan, penelitian ini sejalan dengan penelitian Sari (2017) tentang pengaruh variabel Kepuasan pengunjung terhadap WTP, berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan variabel kepuasan pengunjung secara statistik menunjukkan negatif dan signifikan, dimana fenomena yang terjadi saat ini para pengunjung wisata pada umumnya lebih menilai suatu objek wisata dari fasilitas, infrastruktur, tingkat kebersihan serta keindahan yang di tawarkan objek wisata Goa Seplawan. Apalagi akses untuk menuju ke Goa Seplawan ini

cukup sulit sehingga banyak wisatawan yang kecewa dikarenakan tidak sesuai dengan ekspektasi yang diharapkan.

Berbeda dengan penelitian El-Bekkay (2013) yang mana penelitiannya menunjukkan variabel kepuasan pengunjung berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Willingness To Pay*.

#### **7. Pengaruh Biaya Rekreasi terhadap *Willingness To Pay***

Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan, penelitian ini sejalan dengan penelitian Riahayu (2017) dengan variabel yang sama. Berdasarkan penelitian variabel biaya rekreasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap WTP, hal tersebut dikarenakan jika biaya rekreasi meningkat maka WTP juga akan meningkat dengan asumsi *ceteris paribus*. Pengunjung dengan biaya rekreasi yang tinggi, cenderung rela membayar lebih tinggi dari pada pengunjung yang memiliki biaya rekreasi yang rendah. Dikarenakan wisatawan merasa memiliki banyak uang maka mereka tidak ragu lagi untuk mengeluarkan uang untuk membayar perbaikan kualitas objek wisata.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan Patari (2016); Saptutyingsih (2017) yang menunjukkan biaya rekreasi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *Willingness To Pay*.

#### **8. Pengaruh Waktu Kunjungan terhadap *Willingness To Pay***

Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan, penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh El-Bekkay (2013) akan tetapi waktu kunjungan berpengaruh positif dan tidak signifikan di

karenakan disekitar objek wisata Goa seplawan terdapat objek wisata lain yang dapat dikunjungi sehingga wisatawan yang ingin berkunjung ke objek wisata lain biasanya tidak berlama-lama di Goa Seplawan karena harus pergi ke objek wisata lain yang ada disekitar Goa Seplawan, begitu juga sebaliknya apabila pengunjung tidak ingin pergi ke objek wisata lain biasanya pengunjung menghabiskan waktunya di Goa Seplawan.

Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Nugraha (2013) dimana variabel waktu kunjungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Willingness To Pay*.