

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data

Deskripsi responden dalam penelitian ini mendeskripsikan jawaban 100 responden dengan sampel Pengunjung objek wisata Teropong Kota Bandar Lampung dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS. Berikut deskripsi data responden dalam penelitian ini:

4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden

Hasil deskripsi responden dalam penelitian ini menjelaskan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, informasi dan banyaknya mengunjungi, berikut hasil deskripsi responden masing-masing karakteristik responden :

4.1.1.1 Hasil Uji Frekuensi Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi (Orang)	Presentase (%)
Pria	31 orang	31 %
Wanita	69 orang	69 %
Jumlah	100 orang	100 %

Sumber data : Data diolah tahun 2020

Hasil karakteristik responden berdasarkan kelamin pada table 4.1 diatas dari hasil uji frekuensi data bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, pria dengan frekuensi sebanyak 31 orang responden dan berdasarkan jenis kelamin wanita sebanyak 69 orang responden. Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa karakteristik berdasarkan jenis kelamin, pengunjung objek wisata Teropong Kota Bandar Lampung dalam penelitian ini didominasi responden berjenis kelamin wanita.

4.1.1.2 Hasil Frekuensi Karakteristik Berdasarkan Usia

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
17-23	90 orang	90 %
24-30	9 orang	9 %
31-37	1	1 %
38-45	0	0%
Jumlah	100 orang	100%

Sumber data : Data diolah tahun 2020

Hasil karakteristik responden berdasarkan usia pada table 4.2 diatas dari hasil uji frekuensi data bahwa karakteristik responden berdasarkan usia, didominasi dengan responden berusia 17-23 tahun dengan frekuensi sebanyak 90 responden atau dengan persentase 90%.

4.1.1.3 Hasil Uji Frekuensi Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.3

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
Pelajar	9 orang	9 %
Mahasiswa	69 orang	69 %
Karyawan	17 orang	17 %
Ibu Rumah Tangga	4 orang	4 %
Lainnya	0 orang	0 %
Jumlah	100 orang	100 %

Sumber : data diolah 2020

Hasil karakteristik responden berdasarkan pekerjaan pada table 4.3 diatas dari hasil uji frekuensi data bahwa karakteristik responden berdasarkan pekerjaan didominasi dengan pekerjaan Mahasiswa dengan frekuensi terbanyak yaitu 69 responden Atau dengan persentase 69 %.

4.1.1.4 Hasil Uji Frekuensi Karakteristik Berdasarkan Informasi

Tabel 4.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Informasi

Informasi Responden	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
Instagram	70 orang	82 %
Google	6 orang	4 %
Youtube	3 orang	3 %
Teman	21 orang	21 %
Jumlah	100 orang	100 %

Sumber : Data diolah 2020

Hasil karakteristik responden berdasarkan informasi pada table 4.5 diatas dari hasil uji Frekuensi data bahwa karakteristik responden berdasarkan informasi dinominasi berdasarkan rekomendasi Instagram dengan frekuensi terbanyak yaitu 70 orang Responden atau dengan persentase 70 %.

4.1.1.5 Hasil Uji Frekuensi Karakteristik Berdasarkan Banyaknya Mengunjungi

Tabel 4.5

Karakteristik Responden Berdasarkan Banyaknya Mengunjungi

Banyaknya	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1 kali	37 orang	37 %
2 kali	25 orang	25 %
> dari 2 kali	38 orang	38 %
Jumlah	100 orang	100 %

Sumber : Data diolah tahun 2020

Hasil karakteristik responden berdasarkan informasi pada table 4.6 diatas dari hasil uji frekuensi data bahwa karakteristik respoden berdasarkan banyaknya mengunjungi sebanyak lebih dari 2 kali dengan Frekuensi terbanyak yaitu 38 orang responden atau dengan persentase 38 %.

4.1.2 Deskripsi Jawaban Responden

Hasil dari jawaban data variable independent yaitu *Customer Experience (X)*, dan variabel dependen Minat Berkunjung Kembali (Y) pada pengunjung Objek Wisata Teropong Kota Bandar Lampung yang diperoleh dari penyebaran kuisisioner kepada 100 responden atau sampel sebagai berikut :

4.1.2.1 Hasil Uji Frekuensi Jawaban Variabel *Customer Experience (X)*

Tabel 4.6

Hasil Jawaban Responden Variabel *Customer Experience (X)*

Item Persyaratan- Persyaratan	Jawaban									
	SS		S		N		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1. Saya merasa nyaman saat mengunjungi Teropong Kota Bandar Lampung.	38	38 %	47	47%	14	14 %	1	1 %	0	0 %
2. Teropong Kota menyuguhkan pemandangan kota Bandar Lampung dari atas bukit yang sangat indah.	48	48 %	44	44 %	8	8%	0	0 %	0	0 %
3. Teropong Kota menampilkan <i>live music</i> sehingga menambah hiburan bagi pengunjung.	44	44%	47	47 %	8	8 %	1	1 %	0	0 %
4. Teropong Kota merupakan destinasi wisata yang merogoh kocek dengan harga	35	35%	46	46 %	17	17 %	2	2 %	0	0 %

standar.										
5. Teropong Kota merupakan tempat destinasi wisata yang strategis karena lokasinya berada ditengah-tengah kota.	36	36%	51	51%	11	11 %	2	2%	0	0 %
6. Teropong Kota menciptakan kesan menyejukan karena exterior yang didesain sangat bernuansa alam.	39	39 %	46	46 %	12	12 %	3	3 %	0	0 %
7. Pelayanan pada Cafe di Teropong Kota sangatlah mempengaruhi minat pengunjung untuk memesan menu.	35	35 %	48	48 %	15	15 %	2	2 %	0 %	0
8. Spot-spot foto didesain kekinian dengan ketinggian yang dilengkapi pagar pengaman agar menjamin keselamatan pengunjung.	35	35 %	45	45 %	16	16 %	4	4 %	0 %	0
9. Teropong Kota menampilkan keindahan kota	46	46 %	43	43 %	11	11 %	0	0 %	0	0 %

Bandar Lampung dari atas bukit secara jelas pada malam hari.										
10. Teropong Kota menjadi pilihan destinasi wisata yang murah dikantong setiap kalangan.	37	37 %	42	42 %	21	21 %	0	0 %	0	0 %
11. Teropong Kota menjadi pilihan destinasi wisata yang memiliki nilai estetik tersendiri.	37	37 %	51	51 %	8	8 %	4	4 %	0	0 %
12. Teropong Kota sering mengadakan "sharing session" yang sangat menarik untuk dihadiri oleh kalangan millennial.	35	35 %	39	39 %	22	22 %	3	3 %	1	1 %
13. Teropong Kota menghadirkan suasana yang berbeda kepada pengunjung.	35	35 %	48	48 %	15	15 %	1	1 %	1	1 %
14. Teropong Kota menciptakan kenangan bagi pengunjung untuk berkumpul dan menikmati hal baru.	33	33 %	47	47 %	17	17 %	2	2 %	1	1 %

15. Tidak ada rasa takut saat berada di atas ketinggian Teropong Kota pada malam hari, karena suasana yang ramai dan kondusif	42	42%	45	45 %	12	12 %	1	1 %	0	0 %
---	----	-----	----	------	----	------	---	-----	---	-----

Sumber data : Data diolah tahun 2019

Hasil deskripsi responden tabel 4.7 jawaban responden diatas pernyataan yang terbesar pada jawaban setuju (S) terdapat pada pernyataan ke 5 dengan jumlah responden sebanyak 51 atau 51% dan yang terkecil pada jawaban sangat tidak setuju (STS) dengan jumlah 0 responden atau 0 %

4.1.2.6 Hasil Uji Frekuensi Jawaban Variabel Minat Berkunjung Kembali (Y) Tabel 4.7

Hasil Jawaban Responden Minat Berkunjung Kembali (Y)

Item Persyaratan-persyaratan	Jawaban									
	SS		S		N		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1. Saya akan mengunjungi kembali Teropong Kota pada setiap akhir pekan untuk sekedar melepas penat.	27	27%	32	32%	31	31%	9	9%	1	1 %
2. Saya akan mengunjungi kembali Teropong Kota karena letaknya yang strategis dan harga yang relatif murah dikantong.	31	31%	48	48 %	19	19 %	2	2 %	0	0 %
3. Saya akan mengunjungi kembali Teropong Kota dan merekomendasikan kepada teman dan keluarga yang belum pernah berkunjung.	39	39%	49	49 %	10	10 %	2	2 %	0	0 %

Sumber data : Data diolah tahun 2020

Hasil deskripsi responden pada tabel 4.7 jawaban responden diatas pernyataan yang terbesar pada jawaban sangat setuju (SS) terdapat pada pernyataan dengan jumlah responden sebanyak 49 responden atau 49 % dan yang terkecil pada pernyataan yaitu dengan jumlah responden sebanyak 0 responden atau 0 %.

4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen

4.2.1 Hasil Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidak validnya suatu alat ukur yang digunakan dalam sebuah penelitian. Hasil uji validitas yang dilakukan dari data yang berkaitan dengan variabel independen yaitu *Customer Experince* (X) serta variabel dependen yaitu Minat Berkunjung Kembali (Y) dapat dilihat pada table dibawah ini :

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Data Kuisisioner Jawaban Responden
Variabel *Customer Experience* (X)

Item Pernyataan	R hitung	R tabel	Kondisi	Simpulan
Pernyataan 1	0,654	0,361	R hitung > R tabel	Valid
Pernyataan 2	0,711	0,361	R hitung > R tabel	Valid
pernyataan 3	0,508	0,361	R hitung > R tabel	Valid
pernyataan 4	0,627	0,361	R hitung > R tabel	Valid
pernyataan 5	0,741	0,361	R hitung > R tabel	Valid
Pernyataan 6	0,758	0,361	R hitung > R tabel	Valid
Pernyataan 7	0,576	0,361	R hitung > R tabel	Valid
Pernyataan 8	0,786	0,361	R hitung > R tabel	Valid
Pernyataan 9	0,619	0,361	R hitung > R tabel	Valid
Pernyataan 10	0,794	0,361	R hitung > R tabel	Valid
Pernyataan 11	0,462	0,361	R hitung > R tabel	Valid
Pernyataan 12	0,744	0,361	R hitung > R tabel	Valid
Pernyataan 13	0,834	0,361	R hitung > R tabel	Valid
Pernyataan 14	0,739	0,361	R hitung > R tabel	Valid
pernyataan 15	0,840	0,361	R hitung > R tabel	Valid

Sumber data : Data diolah tahun 2020

Hasil jawaban responden pada table 4.13 diatas adalah hasil uji validitas data yang berkaitan dengan variabel *Customer Experience* (X) dengan menampilkan 15 pernyataan yang telah diisi atau dijawab oleh responden pengunjung objek Wisata Teropong Kota Bandar Lampung dengan hasil yang didapatkan yaitu nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} (0,361), dimana nilai r_{hitung} paling tinggi yaitu 0,840 dan paling rendah 0,462. Dan dapat disimpulkan bahwa data pada kuisisioner yang diperoleh dari 15 pernyataan yang berkaitan dengan variabel *Customer Experience* (X) dalam penelitian ini dinyatakan Valid Dan layak untuk digunakan.

Tabel 4.9

**Hasil Uji Validitas Data Kuisisioner Jawaban Responden
Variabel Minat Berkunjung Kembali (Y)**

Item Pernyataan	R hitung	R tabel	Kondisi	Simpulan
Pernyataan 1	0,824	0,361	R hitung > R tabel	Valid
Pernyataan 2	0,632	0,361	R hitung > R tabel	Valid
Pernyataan 3	0,786	0,361	R hitung > R tabel	Valid

Sumber data : Data diolah tahun 2020

Hasil jawaban responden pada table 4.9 diatas adalah hasil uji validitas data yang berkaitan dengan variabel Minat Berkunjung Kembali (Y) dengan menampilkan 3 pernyataan yang telah diisi atau dijawab oleh responden pengunjung objek Wisata Teropong Kota Bandar Lampung dengan Hasil yang didapatkan yaitu nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} (0.361), dimana nilai r_{hitung} paling tinggi yaitu 0,824 dan paling rendah 0,632. Dan dapat disimpulkan bahwa data pada kuisisioner yang diperoleh dari 3 item pernyataan yang berkaitan dengan variabel Minat Berkunjung Kembali (Y) dalam penelitian ini dinyatakan Valid dan layak untuk digunakan.

4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk instrument digunakan sebagai alat pengumpulan data, karena instrument tersebut sudah baik maka pengujian reliabilitas digunakan rumus *Alpha Cronbach* dengan mengkonsultasikan nilai alpha atau nilai interpretasi nilai R seperti yang terdapat pada table sebagai berikut:

Tabel 4.10
Koefisien Product Moment

Koefisien <i>r</i>	Realibilitas
0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang / Cukup
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,1999	Sangat Rendah

Sumber data : Sugiyono (2016)

Berikut hasil pengelolaan dan uji reabilitas pada penelitian ini :

Tabel 4.11
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien <i>alpha chronbach</i>	Koefisien r	Simpulan
<i>Customer Experience</i>	0,924	0,8000 – 1,0000	Reliabel Sangat Tinggi
Minat Berkunjung Kembali	0,605	0,6000 – 0,7999	Reliabel Tinggi

Sumber data : Data diolah tahun 2020

Berdasarkan dari data pada table 4.20 diatas adalah nilai cronbach's alpha sebesar 0,924 untuk *Customer Experience* (X) dengan tingkat

reliabel Sangat Tinggi. dan 0,605 untuk variabel Minat Berkunjung Kembali (Y) yang artinya tingkat reliabel Tinggi.

4.3 Hasil Persyaratan Analisis Data

4.3.1 Hasil Uji Normalitas

Untuk mengetahui data normal atau mendekati normal bisa dilakukan Uji Non Parametik *One-Sampel Kolmogorov – Smirnov Test*, dirumuskan dengan hipotesis :

Rumus Hipotesis :

Ho : Data berasal dari populasi berdistribusi normal

Ha : Data berasal dari populasi yang tidak berdistribusi normal

Kriteria Pengambilan Keputusan :

Apabila $Sig < 0,05$ maka Ho ditolak (distribusi sampel tidak normal)

Apabila $Sig > 0,05$ maka Ho diterima (distribusi sampel normal)

Dari rumus hipotesis dan kriteria pengambilan keputusan maka dibawah ini:

Tabel 4.12

Hasil Uji Normalitas

Variabel	Sig	Alpha	Kondisi	Kesimpulan
Total <i>Customer Experience</i> (X),	0,258	0,05	Sig > 0,05	Normal
Minat Berkunjung Kembali (Y)	0,092	0,05	Sig > 0,05	Normal

Sumber data : Data diolah tahun 2020

Berdasarkan tabel 4.12 diatas menunjukkan bahwa *Customer Experience* (X) One-Sample Kolmogorov Test-Smirnov dengan tingkat signifikan diperoleh $0,258 > 0,05$ maka data berasal dari populasi berdistribusi normal. Nilai untuk Minat Berkunjung Kembali (Y) dengan tingkat signifikan diperoleh data $0,092 > 0,05$ maka data berasal dari populasi berdistribusi normal.

4.3.2 Hasil Uji Linieritas

Uji linieritas dalam penelitian ini digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Dari hasil pengolahan data dalam penelitian ini diperoleh hasil uji linieritas sebagai berikut :

Tabel 4.13
Hasil Uji Linieritas

Variabel	Sig	Alpha	Kondisi	Keterangan
<i>Customer Experience</i> (X1) terhadap Minat Berkunjung Kembali (Y)	0,597	0,05	Sig > 0,05	Linier

Sumber data : Data diolah tahun 2020

1. Rumusan Hipotesis:

Ho: model regresi berbentuk linier

Ha: model regresi tidak berbentuk linier

2. Kriteria pengambilan keputusan:

Jika probabilitas (Sig) < 0,05 (Alpha) maka Ho ditolak

Jika probabilitas (Sig) > 0,05 (Alpha) maka Ho diterima

Berdasarkan hasil pada tabel 4.13 Dari hasil perhitungan ANOVA table didapat nilai Sig pada baris *Deviantion from linierity* 0,597 > dari alpha (0,05). Dengan demikian Sig > alpha, maka Ho diterima yang menyatakan model regresi berbentuk linier.

4.3.3 Hasil Uji Homogenitas

Uji homogenitas sampel dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui apakah data sampel yang diambil dari populasi bervariasi homogen atau tidak homogen. Uji homogenitas pada penelitian ini menggunakan program SPSS 20.

Rumus Hipotesis :

Ho : Varians populasi adalah homogen

Ha : Varians populasi adalah tidak homogen

Kriteria Pengambilan Keputusan :

Jika probabilitas (Sig) > 0,05 (Alpha) maka Ho diterima

Jika probabilitas (Sig) < 0,05 (Alpha) maka Ho ditolak

Tabel 4.14
Hasil Uji Homogenitas

Variabel	Sig	Alpha	Kondisi	Keterangan
<i>Customer Experience</i> (X) terhadap Minat Berkunjung Kembali (Y)	0,416	0,05	Sig > 0,05	Homogen

Sumber data : Data diolah tahun 2020

Berdasarkan pada tabel 4.14 hasil perhitungan *test of homogeneity of variances* didapat nilai Sig 0,416 *Customer Experience* yang menunjukkan nilai sig 0,416 > dari 0,05 yang berarti Ho diterima yang menyatakan varians populasi bersifat homogenitas.

4.4 Hasil Analisis Data

4.4.1 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

$$Y = a + bx + e$$

Keterangan :

Y = Minat Berkunjung Kembali

a = Konstanta dari persamaan regresi

b = Koefisien regresi dari variabel X *Customer Experience*

X = *Customer Experience*

Tabel 4.15
Hasil Perhitungan Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	0.954	1.298
<i>Customer Experience</i>	.177	.020

Sumber data :Data diolah tahun 2020

Dari tabel 4.15 diatas merupakan hasil perhitungan regresi linier sederhana dengan menggunakan program IBM SPSS 20. Diperoleh hasil persamaan regresi sebagai berikut :

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa:

$$Y = 0.954 + 0.177 (X)$$

➤ Koefisien konstanta (Y)

Variabel (Y) atau dalam hal ini adalah Minat Berkunjung Kembali tetap sebesar dengan anggapan bahwa variabel lainnya konstan.

➤ Koefisien *Customer Experience* (X)

Setiap penambahan 1 satuan variabel *Customer Experience* (X) maka Minat Berkunjung Kembali (Y) akan bertambah sebesar 0,177 satuan.

➤ Berdasarkan hasil nilai beta maka diketahui seberapa besar pengaruh *Customer Experience* (X) terhadap Minat Berkunjung Kembali (Y) adalah sebesar 0,177.

Tabel 4.16
Hasil Uji Model Summary

Variabel	R	R Square
X terhadap Y	0,657	0,432

Sumber : Data sekunder diolah tahun 2020

Dari tabel 4.16, diperoleh nilai koefisien determinan R Squares sebesar 0,472 atau 43,2 % Minat Berkunjung Kembali dipengaruhi *Customer Experience* (X) dan sisanya 56,8 % dipengaruhi oleh faktor atau variabel lainnya. Sedangkan hubungan *Customer Experience* terhadap Minat Berkunjung Kembali adalah sebesar 0,657 atau 65,7 %.

4.5 Hasil Pengujian Hipotesis

4.5.1 Uji T

1. Pengaruh *Customer Experience* (X) Terhadap Minat Berkunjung Kembali (Y)

H_0 = *Customer Experience* (X) tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali (Y) pada Teropong Kota Bandar Lampung.

H_a = *Customer Experience* (X) berpengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali (Y) pada Teropong Kota Bandar Lampung.

Kriteria pengujian dilakukan dengan :

1. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak
2. Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima

Tabel 4.17

Hasil Perhitungan Coefficients^a Uji T

Variabel	t_{hitung}	Sig	t_{tabel}	Kondisi	Simpulan
<i>Customer Experience</i>	8,638	0,000	1,985	$t_{hitung} < t_{tabel}$	Berpengaruh

Sumber: Hasil data diolah tahun 2020

Berdasarkan tabel 4.27 dapat dilihat pada *Customer Experience* (X) diperoleh nilai t hitung sebesar 8,638 sedangkan nilai t tabel dengan dk (dk=100-2=98) adalah 1,985 jadi t hitung (8.638) > t tabel (1.985), dengan demikian H_0 diterima dan H_a ditolak sehingga di simpulkan bahwa

Customer Experience (X) berpengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali (Y) pada Teropong Kota Bandar Lampung.

4.6 Pembahasan

4.6.1 *Customer Experience* (X) terhadap Minat Berkunjung Kembali (Y)

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat diperoleh kesimpulan bahwa responden dari penelitian ini didominasi wanita, dimana jumlah persentase pengunjung berjenis kelamin wanita. Sedangkan dilihat dari usia dan pekerjaan didominasi oleh mahasiswa yang berusia antara 17-23 tahun dengan jumlah persentase. Dilihat dari frekuensi berkunjung serta intensitas berkunjung, dapat diambil kesimpulan bahwa pengunjung rata-rata mengetahui Teropong Kota Bandar Lampung dari Instagram dengan intensitas berkunjung lebih dari 2 kali. Penelitian ini menunjukkan bahwa pengalaman pengunjung berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali pengunjung pada suatu tempat karena beberapa faktor yang mendasari didalamnya. Minat berkunjung kembali merupakan perilaku pengunjung dimana pengunjung merespon secara positif terhadap tempat yang pernah dikunjunginya sehingga mendorong untuk kunjungan selanjutnya. Terdapat berbagai macam faktor yang mempengaruhi minat berkunjung kembali pengunjung Teropong Kota yang telah dirangkum oleh peneliti, antara lain *Customer Experience* (pengalaman pengunjung) terhadap destinasi itu sendiri. Pengunjung akan selalu mengingat hal-hal unik dan berbeda pada setiap tempat yang pernah dikunjunginya. Dan hasil positifnya adalah apakah pengunjung memutuskan untuk berkunjung kembali atau tidaklah yang menjadi hal penting untuk menciptakan rasa nyaman dan rasa ingin berkunjung kembali itu muncul.