

BAB III. METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan mulai dari bulan Januari sampai dengan Juli 2025. Penelitian dilakukan di Arjuna Farm yang berlokasi di Kecamatan Tamansari, Kota Tasikmalaya, Provinsi Jawa Barat. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja dengan pertimbangan bahwa Arjuna Farm merupakan agrowisata yang mulai berkembang dan dikenal oleh masyarakat dengan konsep *smart farming* di Tasikmalaya.

Tabel 3. Tahapan dan Waktu Penelitian

Tahapan Penelitian	Waktu Pelaksanaan						
	Jan 2025	Feb 2025	Mar 2025	Apr 2025	Mei 2025	Juni 2025	Juli 2025
Perencanaan Penelitian							
Survei							
Penulisan Usulan Penelitian							
Seminar Usulan Penelitian							
Revisi Proposal Usulan Penelitian							
Pengumpulan data							
Pengolahan dan Analisis Data							
Penulisan Hasil Penelitian							
Seminar Kolokium							
Revisi Hasil Kolokium							
Sidang Skripsi							

3.2 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode survei, yaitu pendekatan kuantitatif yang dirancang untuk mengumpulkan data mengenai kejadian di masa lalu maupun masa kini. Metode ini berfokus pada aspek keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku, hubungan antar variabel, serta pengujian hipotesis yang berkaitan dengan variabel sosiologis dan psikologis pada sampel yang dipilih dari populasi tertentu. Data akan

diperoleh melalui teknik observasi, seperti wawancara atau kuesioner, yang bersifat tidak mendalam, dan hasilnya bertujuan untuk dapat digeneralisasikan (Sugiyono, 2019). Survei akan dilakukan pada wisatawan Arjuna Farm yang berlokasi di Kecamatan Tamansari, Kota Tasikmalaya.

3.3 Jenis dan Teknik Pengambilan Data

Berdasarkan sumbernya, jenis dan teknik pengambilan data yang diambil dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui observasi langsung di lokasi penelitian serta wawancara dengan pihak penanggung jawab agrowisata Arjuna Farm dan responden. Wawancara dilakukan menggunakan kuesioner tertutup yang disusun sebelumnya dan disebarluaskan secara langsung kepada responden di tempat penelitian.
2. Data sekunder dikumpulkan secara tidak langsung melalui berbagai sumber, termasuk instansi terkait, literatur seperti jurnal, buku, situs web, serta referensi lain yang relevan. Sumber-sumber ini dipilih untuk mendukung pencapaian tujuan penelitian yang telah ditetapkan.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi (kelompok) yang memiliki karakteristik dan keunikan tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Pada penelitian ini, populasi yang dimaksud adalah seluruh pengunjung wisata dari agrowisata Arjuna Farm yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti (Sugiyono, 2019).

3.4.2 Sampel

Sampel merupakan sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi. Sampel yang dipilih dari populasi tersebut harus benar-benar representatif atau mampu mewakili keseluruhan populasi yang diteliti agar hasil penelitian dapat menggambarkan kondisi sebenarnya (Sugiyono, 2019).

Pada penelitian ini akan menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan metode *accidental sampling*. Menurut Umar (2002) *accidental sampling* adalah metode penentuan sampel yang didasarkan pada kebetulan, yaitu responden

yang secara tidak sengaja atau insidental bertemu dengan peneliti dan dapat dijadikan sampel jika dianggap sesuai sebagai sumber data. Alasan penggunaan metode ini karena jumlah responden yang tidak diketahui, sehingga dianggap sesuai untuk digunakan dalam penelitian ini. Proses penelitian dilakukan dengan menyampaikan pertanyaan dan pernyataan dengan skala *likert* untuk memperoleh data ordinal baik secara langsung maupun tidak langsung, berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan diantaranya.

1. Responden merupakan wisatawan yang pertama kali atau pernah berkunjung di Agrowisata Arjuna Farm.
2. Responden minimal berusia 17 tahun, karena usia tersebut dianggap responden akan lebih memahami terhadap maksud yang akan diberikan.

Jika responden memenuhi seluruh kriteria tersebut, maka mereka dapat dijadikan sebagai peserta penelitian. Penentuan besarnya sampel yang dihitung berdasarkan *linear time function* dengan menggunakan rumus berikut:

$$n = \frac{T - t_0}{t_1}$$

Keterangan :

- n = Jumlah sampel yang dipilih
- T = Waktu yang tersedia untuk penelitian (12 hari x 24 jam/hari = 288 jam)
- t_0 = Waktu tetap pengambilan sampel (4 jam/hari x 12 hari = 48 jam)
- t_1 = Waktu pengisian kuesioner setiap sampel unit (0,5 jam/kuesioner x 12 hari = 6 jam)

$$n = \frac{228 - 48}{6}$$

$$n = \frac{240}{6}$$

$$n = 40$$

Maka sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini berjumlah 40 responden.

3.5 Definisi dan Operasional Variabel

Untuk memastikan kejelasan pemahaman dan mencapai keseragaman dalam menafsirkan variabel yang digunakan dalam penelitian ini, maka dilakukan pengukuran berdasarkan istilah-istilah berikut:

1. Agrowisata adalah kegiatan dengan konsep yang memadukan antara sektor pertanian dengan dunia pariwisata melalui pemanfaatan usaha agribisnis

sebagai objek wisata. Salah satu contoh dari konsep ini adalah Agrowisata Arjuna Farm di Kota Tasikmalaya, yang menggabungkan teknologi pertanian modern dan wisata edukatif dalam satu tempat wisata.

2. Wisata adalah aktivitas perjalanan ke suatu tempat tertentu dengan tujuan rekreasi, pengembangan diri, atau memahami keunikan daya tarik Agrowisata Arjuna Farm yang dikunjungi dalam kurun waktu tertentu.
3. Wisatawan adalah individu yang secara sukarela melakukan perjalanan atau kunjungan sementara ke suatu lokasi di luar lingkungan tempat tinggalnya sehari-hari dengan tujuan wisata di tempat yang dikunjungi. Dalam penelitian ini kunjungan wisatawan ke agrowisata Arjuna Farm
4. Keputusan berkunjung adalah proses penintegrasi dalam menggabungkan pengetahuan untuk melakukan evaluasi dua atau lebih pilihan dan memilih satu objek agrowisata yaitu Arjuna Farm.
5. Daya Tarik adalah segala hal yang memiliki keunikan, keindahan, serta keanekaragaman kekayaan alam, maupun hasil karya manusia yang menjadi alasan utama wisatawan untuk berkunjung ke Agrowisata Arjuna Farm.
6. Fasilitas adalah penyediaan sarana fisik yang bertujuan untuk memudahkan wisatawan dalam menjalankan berbagai aktivitas atau kegiatannya, mencakup segala hal yang mendukung kemudahan dalam menikmati manfaat dari layanan di lokasi agrowisata Arjuna Farm.
7. Aksesibilitas merupakan proses pergerakan dari satu area ke area lainnya, yang umumnya berkaitan dengan kemudahan perpindahan menuju destinasi agrowisata Arjuna Farm.
8. Tarif adalah satuan atau ukuran yang digunakan dalam menukar barang atau jasa. Hal ini menunjukan bahwa tarif atau harga dibayarkan oleh wisatawan sehingga memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan produk atau layanan di agrowisata Arjuna Farm.
9. Promosi merupakan bentuk kegiatan komunikasi yang bertujuan untuk mempengaruhi perilaku konsumen agar tertarik untuk berkunjung ke agrowisata Arjuna Farm
10. *Smart farming* merupakan metode pertanian berbasis teknologi yang dirancang untuk mempermudah petani dalam menjalankan tugasnya. Dengan kecerdasan

buatan, berbagai pekerjaan di sektor pertanian dapat dilakukan lebih cepat dan dengan tingkat presisi yang tinggi.

11. Wisata edukasi adalah kegiatan wisata dengan tujuan utama memperoleh pengalaman belajar langsung terkait dengan tempat yang dikunjungi.
12. Produk wisata adalah segala sesuatu yang dibutuhkan oleh wisatawan sejak berangkat dari tempat tinggalnya hingga kembali ke tempat asalnya.
13. Skala *likert* adalah skala yang digunakan dalam mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok terhadap keadaan sosial.

Tabel 4. Operasionalisasi Variabel

No.	Variabel	Indikator	Skala
1.	Daya Tarik (Utama, 2018)	<ul style="list-style-type: none"> - Daya tarik yang dapat disaksikan (<i>what to see</i>) - Aktivitas wisata pertanian yang dapat dilakukan (<i>what to do</i>) - Sesuatu yang dapat dibeli (<i>what to buy</i>) 	Skala ordinal dengan skor 1-4
2.	Fasilitas (Rifansyah & Sihombing, 2022)	<ul style="list-style-type: none"> - Fasilitas penunjang kenyamanan di Agrowisata - Keterpaduan fungsi fasilitas di agrowisata - Ketersediaan fasilitas hiburan - Kelengkapan fasilitas di agrowisata - Pencayaan di lokasi agrowisata 	Skala ordinal dengan skor 1-4
3.	Aksesibilitas (Wahyuni, et al., 2022)	<ul style="list-style-type: none"> - Jarak tempuh terjangkau menuju lokasi agrowisata - Kemudahan akses kondisi jalan ke tempat lokasi agrowisata - Kemudahan transportasi umum menuju lokasi agrowisata - Kelancaran lalu lintas menuju lokasi agrowisata 	Skala ordinal dengan skor 1-4
4.	Tarif (Tjiptono, 2015)	<ul style="list-style-type: none"> - Tarif yang terjangkau pada agrowisata - Tarif sesuai dengan kualitas pelayanan agrowisata - Tarif sesuai dengan manfaat kunjungan di agrowisata - Tarif mampu bersaing dengan agrowisata lain. 	Skala ordinal dengan skor 1-4
5.	Promosi (Dewi, et al., 2023)	<ul style="list-style-type: none"> - Informasi yang menarik dalam iklan - Promosi diskon penjualan pada agrowisata - Variasi produk paket wisata - Hubungan masyarakat (<i>public relations</i>) 	Skala ordinal dengan skor 1-4
6.	Keputusan Berkunjung (Kotler & Keller, 2016)	<ul style="list-style-type: none"> - Kesadaran akan kebutuhan rekreasi - Pencarian informasi agrowisata - Evaluasi pilihan agrowisata - Keputusan memilih agrowisata - Perilaku pasca kunjungan 	Skala ordinal dengan skor 1-4

3.6 Kerangka Analisis

3.6.1 Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan cara analisis data untuk mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul tanpa adanya maksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau general, pada penelitian yang menggunakan data sampel dapat berupa informasi yang dikumpulkan dari lapangan kemudian disusun dalam bentuk tabel dan dijelaskan secara rinci (Sugiyono, 2019). Pada penelitian ini analisis deskriptif digunakan sebagai berikut:

1. Analisis Deskriptif Responden

Analisis deskriptif responden adalah metode untuk menggambarkan karakteristik responden dalam sebuah penelitian, biasanya menggunakan kuesioner. Tujuannya adalah untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai siapa saja yang menjadi sampel dalam penelitian tersebut. Pada penelitian ini karakteristik responden akan dikelompokan menjadi berdasarkan usia, jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan dan penghasilan menggunakan perhitungan persentase (Fitri, et al., 2023).

2. Analisis Deskriptif Faktor Daya Tarik, Fasilitas, Aksesibilitas, Tarif dan Promosi

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi minat kunjungan wisata atau disebut produk wisata diantaranya daya tarik wisata (atraksi), aksesibilitas, fasilitas, tarif dan promosi merupakan satu paket semuanya harus sesuai dengan permintaan pasar (Middleton & Clarke, 2012). Tingkat kesesuaian produk wisata mempengaruhi keputusan berkunjung. Melalui analisis deskriptif, dapat diketahui sejauh mana produk wisata Arjuna Farm sesuai dengan harapan wisatawan terhadap keputusan mereka untuk berkunjung (Wahyuni, et al., 2022).

3. Analisis Deskriptif Tingkat Keputusan Berkunjung

Menurut Kotler & Keller (2016) Keputusan pembelian suatu produk, dianalogikan sebagai keputusan berkunjung oleh wisatawan merupakan proses yang dimulai dari munculnya kebutuhan, hingga perilaku setelah kunjungan. Dalam penelitian ini, analisis deskriptif akan dilakukan untuk memahami sejauh mana wisatawan memutuskan untuk mengunjungi agrowisata Arjuna Farm. Analisis ini bertujuan untuk menggambarkan tanggapan responden terhadap setiap variabel

yang diteliti, sehingga dapat diketahui pola, kecenderungan, dan persepsi wisatawan terhadap promosi yang dilakukan oleh Arjuna Farm (Fitri, et al., 2023).

Berikut adalah rentang skala penilaian yang digunakan dari mulai sangat tidak sesuai, tidak sesuai, untuk mengukur tingkat nilai pada variabel faktor daya tarik, fasilitas, aksesibilitas, kemudahan dan tarif serta variabel dependen, yaitu keputusan berkunjung:

$$\text{interval kelas} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Kategori}}$$

Keterangan

Nilai Tertinggi = Jumlah pertanyaan x Jumlah Responden x Skor Tertinggi

Nilai Terendah = Jumlah pertanyaan x Jumlah Responden x Skor terendah

Berikut merupakan perhitungan serta pengukuran skala dan kategori dari setiap variabel.

1. Rentang skala penilaian faktor daya Tarik, Aksesibilitas dan Promosi

$$\text{interval kelas} = \frac{(3x40x4) - (3x40x1)}{4} = \frac{480 - 120}{4} = 90$$



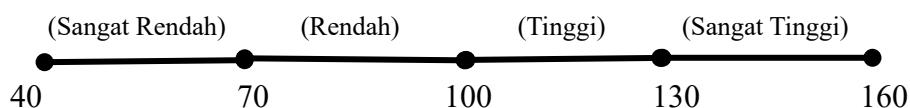
2. Rentang skala penilaian faktor fasilitas, tarif dan Keputusan Berkunjung

$$\text{interval kelas} = \frac{(4x40x4) - (4x40x1)}{4} = \frac{640 - 160}{4} = 120$$



3. Rentang skala penilaian per indikator pertanyaan

$$\text{interval kelas} = \frac{(1x40x4) - (1x40x1)}{4} = \frac{160 - 40}{4} = 30$$



Setelah data berhasil dikumpulkan, tahap selanjutnya adalah melakukan analisis menggunakan metode nilai tertimbang (NT). Nilai tertimbang merupakan persentase yang diperoleh dari hasil pengukuran setiap indikator atau variabel, yang kemudian dihitung sebagai berikut:

$$\text{Nilai Tertimbang} = \frac{\text{skor aktual}}{\text{skor ideal}} \times 100 \%$$

3.6.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menilai sejauh mana suatu kuesioner dapat mengukur dengan tepat dan akurat variabel yang diteliti. Menurut Sugiyono (2019), validitas adalah tingkat ketepatan antara data yang dikumpulkan dalam penelitian dengan data yang sebenarnya terjadi pada objek penelitian. Dengan kata lain, data yang valid adalah data yang tidak mengalami perbedaan antara yang dilaporkan oleh peneliti dan kondisi sebenarnya di lapangan. Validitas instrumen diukur dengan membandingkan hasil korelasi dengan nilai kritis pada taraf signifikansi 0,05. Semakin tinggi validitas suatu instrumen, semakin kecil kemungkinan data yang dikumpulkan menyimpang dari variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan menggunakan metode *Product Moment Correlation* untuk menentukan suatu item pertanyaan layak digunakan untuk mengukur variabel penelitian

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur tingkat kepercayaan atau konsistensi hasil pengukuran. Instrumen yang memiliki reliabilitas tinggi akan menghasilkan data yang dapat diandalkan dan stabil dari waktu ke waktu. Dalam beberapa literatur, reliabilitas juga disebut sebagai keterpercayaan, kestabilan, atau konsistensi suatu alat ukur. Ghazali (2016) mendefinisikan reliabilitas sebagai kemampuan suatu instrumen penelitian, khususnya kuesioner, dalam mengukur suatu variabel atau konstruk secara konsisten. Untuk menguji reliabilitas, digunakan metode *Cronbach's Alpha*. Adapun kriteria uji reliabilitas:

- Jika *Cronbach's Alpha* $\geq 0,60$, maka instrumen dinyatakan *reliable*.
- Jika *Cronbach's Alpha* $< 0,60$, maka instrumen dinyatakan tidak *reliable*.

3.6.3 Metode Suksesif Interval (MSI)

Data yang digunakan dalam penelitian ini untuk variabel daya tarik, fasilitas, aksesibilitas, tarif dan promosi merupakan data primer yang diperoleh melalui kuesioner dengan skala ordinal. Namun, dalam analisis regresi linear berganda, data yang digunakan harus berskala interval. Oleh karena itu, data ordinal perlu dikonversi menjadi data interval menggunakan Metode suksesif interval (MSI). Menurut Ningsih & Dukalang (2019) *method successive interval* dilakukan melalui tahapan berikut:

- a. Menentukan frekuensi observasi untuk setiap kategori skala ordinal, yaitu jumlah responden yang memilih skala 1, 2, 3 dan 4
- b. Menghitung proporsi setiap kategori dengan membagi jumlah responden dalam kategori tertentu dengan total responden.
- c. Menentukan proporsi kumulatif dengan menjumlahkan secara berurutan proporsi dari setiap kategori.
- d. Menentukan nilai Z berdasarkan proporsi kumulatif menggunakan distribusi normal.
- e. Menghitung nilai batas Z, yaitu *probability density function* untuk setiap kategori pada titik Z yang telah diperoleh.
- f. Menghitung *scale value* (nilai interval rata-rata) menggunakan rumus berikut:

$$Scale = \frac{\text{Kepadatan batas bawah} - \text{Kepadatan batas atas}}{\text{Daerah di bawah batas atas} - \text{Daerah di bawah batas bawah}}$$

- g. Menghitung skor hasil transformasi untuk setiap kategori berdasarkan nilai yang telah diperoleh dari perhitungan sebelumnya.

3.6.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda menurut Ghozali (2018) merupakan metode statistik yang digunakan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih independen terhadap satu variabel dependen. Analisis regresi linear berganda digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh simultan dan parsial dari beberapa variabel independen terhadap variabel dependen ke agrowisata Arjuna Farm. Metode ini dipilih karena mampu mengukur seberapa besar kontribusi masing-masing faktor serta disesuaikan dengan tujuan penelitian. Pada penelitian ini terdapat variabel bebas atau independen yaitu daya tarik (X1), fasilitas

(X2), aksesibilitas (X3) dan Tarif (X5) terhadap variabel dependen atau terikat yaitu keputusan berkunjung (Y). Metode ini melibatkan model matematis yang pada penelitian ini dapat dinyatakan sebagai berikut:

$$\hat{y} = b_0 + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + b_5x_5 + e$$

Keterangan:

\hat{y}	= Keputusan Berkunjung
b_0	= Konstanta
b_1, b_2, b_3, b_4, b_5	= Koefisien Regresi
x_1	= Daya Tarik
x_2	= Fasilitas
x_3	= Aksesibilitas
x_4	= Tarif
x_5	= Promosi
e	= Tetapan error/ variabel penganggu

Data pada variabel dependen dan variabel independen diperoleh dari responden yang berasal dari data ordinal lalu dianalisis menggunakan uji asumsi klasik Hasil uji asumsi klasik, meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji korelasi menunjukkan bahwa seluruh kriteria terpenuhi sehingga analisis dapat dilanjutkan, diantaranya:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui data pada variabel dependen dan independen berdistribusi normal dalam model regresi yang dihasilkan. Distribusi normal pada residual menjadi salah satu prasyarat penting dalam analisis regresi linear. Salah satu metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah Uji Kolmogorov-Smirnov. Jika nilai signifikansi yang diperoleh lebih besar dari 0,05 maka data dianggap berdistribusi normal. Sebaliknya, jika nilai signifikansi $\leq 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal. Hasil dari uji ini penting untuk memastikan bahwa model regresi memenuhi asumsi klasik dan dapat menghasilkan estimasi yang valid dan reliabel.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji asumsi ini dilakukan untuk memeriksa ketidaksamaan *variance* dari pengamatan satu ke pengamatan lain. Model regresi yang baik tidak menunjukkan heteroskedastisitas, deteksi dilakukan dengan kriteria uji Glesjer yaitu metode yang diaplikasikan dengan cara meregresikan variabel independen terhadap nilai absolut

residual. jika nilai signifikansi variabel independennya terhadap nilai absolut residual statistik diatas $\geq 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tersebut bebas dari heteroskedastisitas. Namun Jika nilai signifikansi variabel independennya terhadap nilai absolut $< 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa terdapat indikasi masalah heteroskedastisitas.

3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengevaluasi hubungan korelatif antar variabel independen dalam model regresi. Untuk mendeteksi adanya gejala multikolinearitas, dapat dilakukan dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Secara umum, jika nilai *Tolerance* lebih dari 1 atau nilai VIF kurang dari 10, maka model tersebut dapat dikatakan bebas dari masalah multikolinearitas. Namun jika nilai *Tolerance* kurang dari atau sama dengan 1 atau nilai VIF lebih dari atau sama dengan 10, maka model tersebut dapat mengalami masalah multikolinearitas.

4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara kesalahan (error) pada periode saat ini (t) dengan kesalahan pada periode sebelumnya ($t-1$) dalam model regresi linear. Untuk mendeteksi keberadaan autokorelasi, penelitian ini menggunakan Uji Runs Test. Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah residual memiliki pola tertentu yang menunjukkan adanya korelasi. Jika nilai signifikansi yang diperoleh lebih besar 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi dalam data.

Setelah model yang digunakan berhasil melewati uji asumsi klasik, langkah berikutnya adalah melakukan analisis lanjutan. Analisis ini mencakup uji kecocokan model atau interpretasi data dari variabel-variabel dalam regresi linear berganda.

1. Uji F

Uji F adalah pengujian simultan untuk mengevaluasi signifikansi pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Untuk menguji pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen dalam regresi linear berganda, dengan rumus berikut.

$$F = \frac{KTR}{KTG}$$

Keterangan

KTR : Kuadrat Tengah Regresi

KTG : Kuadrat Tengah Galat (Error/Sisa)

Pengujian ini bertujuan untuk menentukan parameter variabel independen secara kolektif signifikan atau tidak, jika nilai signifikansi $F \leq 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sebaliknya, jika nilai signifikansi $F > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, rumusan hipotesis sebagai berikut;

a. $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = \beta_5 = 0$

Daya Tarik, Fasilitas, Aksesibilitas Tarif dan Promosi secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung wisatawan agrowisata Arjuna Farm.

b. $H_1: \text{setidaknya ada satu } \beta_i \neq 0, \text{ dengan } i=1,2,3,4,5$

Daya Tarik, Fasilitas, Aksesibilitas, Tarif dan Promosi secara bersama-sama berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung.

2. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) adalah nilai statistik yang diperoleh dari data sampel dan digunakan untuk menunjukkan persentase variasi pada variabel dependen (Y) yang dapat dijelaskan oleh perubahan pada variabel independen (X). Koefisien ini mengukur sejauh mana variabel independen mempengaruhi variabel dependen.

$$R^2 = \frac{JKR}{JKT}$$

Keterangan:

JKR: Jumlah kuadrat regresi

JKT: Jumlah kuadrat total

Semakin besar R^2 dan mendekati satu, maka dapat dikatakan bahwa variabel bebas mempunyai pengaruh besar terhadap variabel terikat. Sebaliknya, nilai R^2 yang rendah menunjukkan kemampuan model yang terbatas dalam menjelaskan keragaman variabel dependen.

3. Uji t

Uji t digunakan untuk mengevaluasi apakah masing-masing variabel independen secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Berikut, rumus dalam pengujian ini.

$$t = \frac{bi - Bi}{Sbi}$$

Keterangan

bi : Koefisien regresi ke-i

Bi : Nilai parameter koefisien regresi ke-i

Sbi : Standar error koefisien dari β_1

Kriteria pengujian didasarkan pada taraf signifikansi (α), yaitu jika nilai $sig. t \leq \alpha/2$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sebaliknya, jika $sig. t > \alpha/2$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Perumusan hipotesis

a. $H_0 : \beta_i = 0$

Daya Tarik, Fasilitas, Aksesibilitas, Tarif atau Promosi secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung.

b. $H_1 : \beta_i \neq 0$

Daya Tarik, Fasilitas, Aksesibilitas, Tarif atau Promosi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan berkunjung.