

**PENGARUH SUMBER DAYA MANUSIA, INFRASTRUKTUR
DAN PROMOSI TERHADAP KUNJUNGAN PARIWISATA DI
KOTA LANGSA**

Oleh:

Ayu Syinan Royani Nst

NIM.4022016033



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
LANGSA**

2022

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul:

**Pengaruh Sumber Daya Manusia, Infrastruktur Dan Promosi Terhadap
Kunjungan Pariwisata Di Kota Langsa**

Oleh:

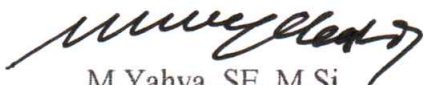
Ayu Syinan Royani Nst

Nim. 4022016033

Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Program Studi Ekonomi Syariah

Langsa, 23 Mei 2022

Pembimbing I



M. Yahya, SE, M.Si
NIP. 19651231199905 1 001

Pembimbing II

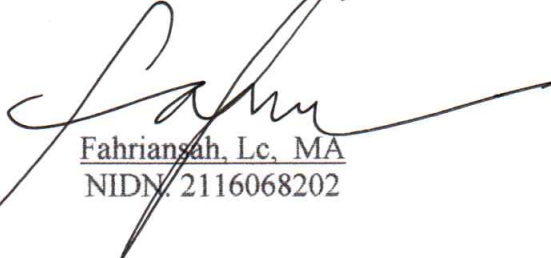


Mastura, M.E.I
NIDN. 2007078805

ACC STS/da/19/2021
15/12/2021

Mengetahui

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



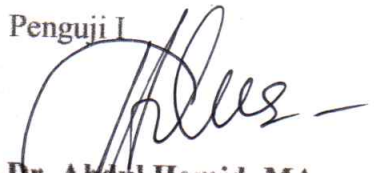
Fahriansah, Lc, MA
NIDN. 2116068202

LEMBAR PENGESAHAN

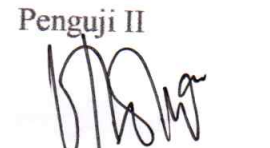
Skripsi yang berjudul “Pengaruh Sumber Daya Manusia, Infrastuktur Dan Promosi Terhadap Kunjungan Pariwisata Di Kota Langsa” Atas Nama Ayu Syinan Royani Nst, Nim 4022016033 Program Studi Ekonomi Syariah telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Langsa pada tanggal 03 Agustus 2022 skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Ekonomi Syariah.

Langsa, 03 Agustus 2022
Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Langsa


Penguji I


Dr. Abdul Hamid, MA
NIP. 19730731200801 1 007

Penguji II


Mastura, M.E.I
NIDN. 2013078701


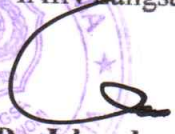
Penguji III


Dr. Fahriansah, Lc., M.A
NIDN.2116068202

Penguji IV


Alfian, M.E
NIP.19920616202012 1 009

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
IAIN Langsa



Prof. Dr. Iskandar, M.C.L
NIP.19650616199503 1 002

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ayu Syinan Royani Nasution

Nim : 4022016033

Tempat/tgl. Lahir : Aceh Utara, 17-Oktober-1998

Pekerjaan : Mahasiswi

Alamat : Jl. Medan-Banda Aceh, Dusun Makmur Indag, Gang Sadar, Desa Alue Dua Bakaran Batee, Kec. Langsa Baro, Kota Langsa

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul **“PENGARUH SUMBER DAYA MANUSIA, INFRASTRUKTUR DAN PROMOSI TERHADAP KUNJUNGAN PARIWISATA DI KOTA LANGSA”** benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggungjawab saya. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Langsa, 23 Mei 2022

Yang membuat pernyataan



Ayu Syinan Royani Nst

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Kegagalan hanya terjadi bila kita menyerah “

“berusaha, berdoa dan tawakal adalah label kesuksesan”

“temukanlah yang terbaik bukan yang termewah”

Puji dan syukur atas segala rahmat dan hidayah-Nya yang telah memberikan kekuatan, kesehatan, pemahaman serta kesabaran dalam menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya yang selalu memberikan motivasi dan doa yang tiada henti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Terima kasih atas cinta, kasih sayang dan kesabaran yang tidak akan pernah tergantikan.

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana sumber daya manusia infrastruktur dan promosi berpengaruh terhadap kunjungan pariwisata di Kota Langsa jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kuantitatif. teknik pengumpulan data melalui observasi, studi pustaka, dokumentasi, dan kuesioner. Hasil penelitian uji t menunjukkan bahwa variabel independen sumber daya manusia secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kunjungan pariwisata di Kota Langsa dengan nilai $t_{hitung} 4,753 >$ dari $t_{tabel} 0,198$ dan $sig 0,000 <$ dari $0,05$ variabel infrastruktur secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kunjungan $<$ dari $0,05$ variabel promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kunjungan pariwisata di Kota Langsa dengan nilai $t_{hitung} 2,035 >$ dari $t_{tabel} 0,198$ dan $0,471 >$ dari $0,05$. penelitian uji f menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama antara variabel sumber daya manusia, infrastruktur dan promosi terhadap kunjungan pariwisata di Kota Langsa dengan nilai $f_{hitung} 14,478 >$ dari $f_{tabel} 2,70$. kesimpulan dari penelitian ini berdasarkan analisis koefisien determinasi (*adjusted R²*) bahwa 40,1% variabel nilai kunjungan sumber daya manusia, infrastruktur dan promosi sedangkan sisanya 59,9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam persamaan tersebut

Kata Kunci: *Sumber Daya Manusia, Infrastruktur, Promosi, Pariwisata*

ABSTRACT

The purpose of this study was to find out how infrastructure and promotion human resources affect tourism visits in Langsa City. The type of research used is quantitative research. data collection techniques through observation, literature study, documentation, and questionnaires. The results of the t-test study show that the independent variable human resources partially has a positive and significant effect on tourism visits in Langsa City with a t-value of 4.753 > t-table 0.198 and sig 0.000 < 0.05 infrastructure variables partially have a positive and significant effect on visits < of 0.05 the promotion variable partially has a positive and significant effect on tourism visits in Langsa City with a tcount of 2.035 > of ttable of 0.198 and 0.471 > of 0.05. the f test research shows that there is a positive and significant influence simultaneously between the variables of human resources, infrastructure and promotion on tourism visits in Langsa City with an fcount value of 14.478 > from a ftable of 2.70. the conclusion of this study is based on the analysis of the coefficient of determination (adjusted R2) that 40.1% of the variable value visits to human resources, infrastructure and promotions while the remaining 59.9% is explained by other variables not included in the equation

Keywords: *Human Resources, Infrastructure, Promotion, Tourism*

KATA PENGANTAR

Assalamualaikumwarahmatullahwabarakatuh

Puji dan syukur yang tak terhingga saya sebagai penyusun panjatkan atas berkah dari Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penyusun dapat menyelesaikan skripsi ini. Salawat dan salam tidak lupa penyusun ucapkan kepada junjungan Nabi besar Muhammad SAW yang telah memperjuangkan kehidupan umatnya sehingga umat nya saat ini dapat merasakan indahnya Islam sebagai agama untuk membawa kebahagiaan dunia dan akhirat.

Sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada program studi Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Langsa, maka dengan itu penulis menulis skripsi yang berjudul **“Pengaruh Sumber Daya Manusia, Infrastruktur dan Promosi Terhadap Kunjungan Pariwisata di Kota Langsa”**.

Upaya penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak baik moral maupun materil. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan banyak terima kasih kepada :

1. Allah SWT Yang Maha Esa yang selalu memberikan kesehatan, kemudahan dan kelancaran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Untuk kedua orang tua saya yang tidak henti-hentinya memberikan doa dan semangat sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Dr. H. Basri Ibrahim, MA selaku rektor Institut Agama Islam Negeri Langsa.
4. Bapak Dr. Iskandar, MCL selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Langsa.
5. Bapak Fahriansah, Lc. MA, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Langsa
6. Bapak M.Yahya, SE, M.Si sebagai Pembimbing I yang telah dengan tulus membantu dan membimbing penulis hingga skripsi ini dapat diselesaikan.
7. Ibu Mastura, M.E.I sebagai Pembimbing II yang telah dengan tulus membantu dan membimbing penulis hingga skripsi ini dapat diselesaikan.
8. Seluruh Dosen dan Staf IAIN Langsa.
9. Untuk teman-teman sebong seventeen, terima kasih kalian ada sebagai teman sekaligus sahabat yang selalu mensupport dan memberi semangat sampai selesai.
10. Teman-teman seperjuangan dan seangkatan Mahasiswa Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa yang ikut membantu dan memberikan dukungan serta masukan demi selesainya skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung.

Semoga bantuan dan dukungan yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan ganjaran yang terbaik dari Allah SWT. Selain itu, penulis menyadari

bahwa masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, kritik yang membangun serta saran-saran yang bermanfaat sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi khasanah ilmu ekonomi islam untuk kita yang membaca.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Langsa, 22 Mei 2022

Ayu Syinan Royani Nasution
4022016033

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab, yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda secara bersama-sama. Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasinya.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak ilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṣ	Ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	H	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syim	Sy	es dan ye
ص	Sad	S	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	D	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	D	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	Z	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal.

Vokal bahasa Arab adalah seperti vokal dalam bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangka atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
—	Fathah	A	A
—	Kasrah	I	L
˘	Dammah	U	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu;

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf	Nama
ي' —	Fathah dan ya	Ai	a dan i
و —	Fathah dan waw	Au	a dan u

c. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan tanda	Nama
—	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
ي —	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
و----	Dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

d. Ta marbutah.

Transliterasi untuk ta marbūtah ada dua:

- 1) ta marbutah hidup

Ta marbūtah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah /t/.

- 2) ta marbūtah mati

Ta marbūtah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

- 3) Kalau pada kata yang terakhir dengan ta marbūtah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta marbūtah itu di transliterasikan dengan ha (h).

e. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydīd yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydīd dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut di lambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

f. Kata Sandang.

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu: ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata

sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dan kata sandang yang diikuti oleh huruf] qamariah.

1) Kata sandang di ikuti oleh huruf syamsiah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyi nya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2) Kata sandang di ikuti oleh huruf qamariah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan bunyi nya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu..

Contoh:

- Ar-rajulu: الرجل
- As-sayyidatu: السيدة
- Al-qalamu: القلم

g. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak ditengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif

Contoh :

- Ta'khuzuna: تاخذن
- An-nau': النوء
- Syai'un: شئى

h. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il (kata kerja), isim (kata benda) maupun harf, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya:

Contoh :

- Wainnallāhalahuakhairar-rāziqīn : وان الله اهو خير الر ازقين
- Wainnallāhalahuakhairurrāziqīn : وان الله اهو خير الر ازقين
- Faaufū al-kailawa al-mīzāna : فاوفو الكيل والميزان
- Faaufū al-kailawal-mīzāna : فاوفو الكيل والميزان
- Ibrāhīm al-Khalīl : ابراهيم الخليل
- Ibrāhīm al-Khalīl : ابراهيم الخليل
- Bismillāhimajrehāwamursāhā : بسم الله مجر اها ومر سها
- Walillāhi 'alan-nāsihijju al-baiti : والله على الناس حخ البيت

i. Huruf Kapital

Meskipun dalam system tulisan Arab huruf capital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf capital sepertiapa yang berlakudalam EYD, diantaranya: Huruf capital digunakan untuk menuliskan huruf oleh kata sandang, maka yang ditulis

dengan huruf capital tetap huruf awal nama diri sendiri, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- WamāMuhammadunillārasūl
- Walaqadra'āhubil-ufuqil-mubin

Penggunaan huruf awal capital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf capital tidak dipergunakan.

Contoh:

- Nasrunminallāhiwafathunqarib
- Lillāhi al-amrujami'an

j. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu, peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan ilmu tajwid.

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	
PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
TRANSLITERASI	x
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	10
1.3 Batasan Masalah	11
1.4 Rumusan Masalah.....	11
1.5 Tujuan Dan Manfaat Penelitian	11
1.6 Penjelasan Istilah	13
1.7 Sistematika Pembahasan	14
BAB II KAJIAN TEORITIS	16
2.1 Pariwisata	16
2.1.1 Pengertian Pariwisata	16
2.1.2 Ciri-Ciri Pariwisata.....	17
2.1.3 Tujuan Pariwisata	18
2.1.4 Kunjungan Pariwisata.....	18
2.2 Sumber Daya Manusia.....	20
2.2.1 Pengertian Sumber Daya Manusia	20
2.2.2 Indikator Sumber Daya Manusia Dalam Pariwisata.....	21
2.3 Infrastruktur	25
2.3.1 Pengertian Infrastruktur.....	25
2.3.2 Indikator Infrastruktur	26
2.4 Promosi	29
2.4.1 Pengertian Promosi.....	29
2.4.2 Bauran Promosi	31
2.5 Penelitian Sebelumnya.....	34
2.6 Kerangka Teoritis.....	40
2.7 Hipotesis.....	40
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	42
3.1 Pendekatan Dan Jenis Penelitian.....	42
3.2 Lokasi Dan Waktu Penelitian	42
3.3 Populasi Dan Sampel	42
3.3.1 Populasi	42
3.3.2 Sampel	43
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	48

3.5 Jenis Dan Sumber Data Penelitian	48
3.6 Variabel Operasional.....	48
3.7 Uji Validitas Dan Uji Realibilitas	50
3.7.1 Uji Validitas.....	50
3.7.2 Uji Realibilitas	51
3.8 Uji AsumsiKlasik.....	51
3.8.1 Uji Normalitas	51
3.8.2 Uji Linearitas	52
3.8.3 Multikolinearitas.....	53
3.8.4 Uji Heteroskedastisitas	53
3.8.5 Uji Autokorelasi	54
3.9 Regresi Linear Berganda.....	54
3.10 Uji Hipotesis	55
3.10.1 Uji T (Uji Parsial)	55
3.10.2 Uji F (Uji Simultan).....	56
3.10.3 Uji Koefisien Determinasi	57
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	58
4.1 Gambaran Umum Kota Langsa.....	58
4.1.1 Sejarah Kota Langsa	58
4.1.2 Letak Geografis.....	59
4.1.3 Karakteristik Responden	60
4.1.4 Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas	67
4.1.4.1 Uji Validitas.....	67
4.1.4.2 Uji Reliabilitas.....	70
4.1.5 Uji Asumsi Klasik	71
4.1.5.1 Uji Normalitas	71
4.1.5.2 Uji Multikoneilitas	73
4.1.5.3 Uji Autokorelasi	75
4.1.5.4 Uji Heterokedastisitas.....	76
4.1.5.5 Uji Linearitas	77
4.1.6 Analisis Regresi Berganda.....	78
4.1.7 Uji Hipotesis	79
4.1.7.1 Uji T	79
4.1.7.2 Uji F.....	82
4.1.7.3 Ana;Isis Koefisien Determinasi	83
4.2 Interpretasi Hasil Penelitian	83
BAB IV PENUTUP	87
5.1 Kesimpulan	87
5.2 Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN	93

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Nusantara Dan Mancanegara Ke Objek Wisata Di Kota Langsa Pada Tahun 2018-2020.....	5
Tabel 2.1 Kriteria Dan Standar Minimal Infrastruktur Daerah Wisata.....	28
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	34
Tabel 3.1 Skala Pengukuran Kusioner	46
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel	49
Tabel 4.1 karakteristik responden berdasarkan Jenis Kelamin	60
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	61
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	62
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	63
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Kota Asal.....	64
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pariwisata Yang Dikunjungi.....	65
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Sumber Daya Manusia.....	67
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Infrastruktur	68
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Promosi.....	68
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Kunjungan Pariwisata	69
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas	70
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinieritas.....	74
Tabel 4.13 Hasil Uji Autokorelasi.....	75
Tabel 4.14 Hasil Uji Linearitas	77
Tabel 4.15 Hasil Regresi Linear Berganda.....	78
Tabel 4.16 Hasil Uji T.....	80
Tabel 4.17 Hasil Uji F.....	82
Tabel 4.18 Hasil Uji Determinasi.....	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Teoritis	40
Gambar 4.1 Hasil Uji Kurva Histogram	72
Gambar 4.2 Hasil Uji Normal P-Plot	73
Gambar 4.3 Hasil Uji Heterokedasitas	76

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kusioner Penelitian	93
Lampiran 2 Hasil Uji Validitas	96
Lampiran 3 Hasil Uji Relibilitas	99
Lampiran 4 Hasil Uji Asumsi Klasik	100
Lampiran 5 Hasil Uji Hipotesis.....	103
Lampiran 6 Tabel Uji Parsial (Uji T).....	105
Lampiran 7 Tabel Uji Simultan (Uji F)	108
Lampiran 8 Hasil Data Tabulasi	111
Lampiran 9 Dokumentasi Kegiatan	113

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pariwisata dalam kurun waktu terakhir ini semakin banyak mendapatkan perhatian khusus dari negara-negara sedang berkembang. Pariwisata telah berkembang menjadi sebuah industri yang mampu untuk memberikan kontribusi yang tinggi bagi penerima devisa Negara. Dalam visi pariwisata Aceh, Aceh yang bermartabat, sejahtera, berkeadilan dan mandiri berlandaskan Undang-undang pemerintahan Aceh (UUPA) sebagai wujud MoU Helsinki”, terdapat 3 (tiga) program prioritas pembangunan Aceh dibidang kebudayaan dan pariwisata menuju masyarakat Aceh yang bermartabat, sejahtera, berkeadilan dan mandiri, yaitu Dinul Islam adat dan budaya, ketahanan pangan dan nilai tambah produk dan penanggulangan kemiskinan.¹

Pembangunan kebudayaan dan kepariwisataan adalah bagian dari proses pembangunan daerah dan pembangunan karakteristik masyarakat (*Character building*) menuju masyarakat yang mandiri, maju, adil, makmur dan beradab. Masing-masing Kota/Kabupaten saling berlomba-lomba dan berusaha meningkatkan kualitas industri pariwisatanya dalam upaya menarik perhatian para wisatawan. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan Pemerintah Daerah.² Industri Pariwisata adalah kumpulan usaha

¹Diakses melalui <https://disbudpar.acehprov.go.id/profil-dinas-kebudayaan-dan-pariwisata-aceh/> pada tanggal 21 Agustus 2021, pada pukul 09:38 WIB.

²Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2011 *Tentang rencana Induk Pengembangan Kepariwisata Nasional 2010-2025*.

pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata.³

Pariwisata merupakan kegiatan perjalanan yang dilakukan untuk berlibur, pariwisata merupakan salah satu jenis industri yang mampu menghasilkan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam penyediaan lapangan kerja peningkatan penghasilan, standar hidup serta menstimulasi sektor-sektor produktivitas lainnya. Dari kegiatan pariwisata negara-negara yang mendapatkan keuntungan ekonomi dengan bertambahnya devisa negara.⁴

Di dalam al-quran diperoleh banyak isyarat untuk melakukan aktivitas pariwisata. Islam melihat pariwisata itu penting dan perlu dilakukan bagi setiap mukmin untuk mengambil pelajaran darinya. Allah SWT berfirman dalam QS.

Al-Mulk : 15

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمْ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِنْ رِزْقِهِ
وَإِلَيْهِ النُّشُورُ

“Dialah Yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebahagian dari rezeki-Nya. Dan hanya kepada-Nyalah kamu (kembali setelah) dibangkitkan”⁵

Dari ayat di atas, sangatlah jelas bahwa Allah SWT memerintahkan kita selaku khalifah di muka bumi untuk melakukan pariwisata dan mengambil hikmah dari setiap perjalanan yang kita lalui.

³Undang-Undang No 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan.

⁴Iqbal Arisa, Mahdi Syahbandir “Kebijakan Pemerintah Aceh Tengah Dalam Mengembangkan Pariwisata” dalam Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah, Vol.4 Nomor 1, Februari 2019 Hal. 3

⁵Departemen Agama Republik Indonesia. *Alquran Terjemahan*. Bandung: CV Darus Sunnah. 2015. Hal. 433

Indonesia merupakan negara kepulauan yang terbentang dari Sabang sampai Marauke serta memiliki sumber daya alam yang melimpah serta sangat potensial untuk dijadikan sektor pengembangan dalam bidang pariwisata. Masyarakat multikultural Indonesia menjadi salah satu pemicu banyaknya wisatawan asing yang berwisata ke Indonesia.⁶

Salah satunya yang terdapat di provinsi Aceh. Memiliki potensi yang cukup besar untuk dapat dikembangkan lebih baik, terutama wisata alam, wisata bahari, wisata religi, dan wisata sejarah.⁷ Pada hal banyak objek wisata yang terdapat pada Kabupaten dan Kota di Provinsi Aceh yang memiliki potensi yang sangat baik jika dikembangkan, Salah satunya terdapat di Kota Langsa.

Kota Langsa memiliki beberapa tempat wisata yang memiliki potensi yang sangat baik. Pemerintah Kota Langsa saat ini sedang menggali dan mengembangkan obyek wisata yang berada di Kota Langsa Provinsi Aceh untuk menarik wisatawan domestik maupun mancanegara. Obyek wisata yang berada di Kota langsa terkait tujuan pemerintah untuk menjadikan wisata religi yang sesuai dengan daerah Aceh Serambi Mekah pada umumnya untuk meningkatkan prospek budaya ekonomi kreatif masyarakat Aceh, khususnya Kota Langsa.⁸ Misalnya, Gedung Balee Juang, Hutan Mangrove, Hutan Lindung, Taman Bambu Runcing, Kebun Villa Indah, Pusong, Taman Stasiun adalah beberapa contoh tempat wisata di Kota Langsa yang perlu mendapatkan perhatian untuk dikelola menjadi sumber

⁶Iqbal Arisa, Mahdi Syahbandir "Kebijakan Pemerintah Aceh Tengah Dalam Mengembangkan Pariwisata" Dalam Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah, Vol.4 Nomor 1, Februari 2019 . Hal. 9

⁷Ibid. Hal. 4

⁸Iqbal Arisa, Mahdi Syahbandir "Kebijakan Pemerintah Aceh Tengah Dalam Mengembangkan Pariwisata" Dalam Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah, Vol.4 Nomor 1, Februari 2019. Hal.3

Pendapatan Asli Daerah.⁹Keberadaan pariwisata di Kota Langsa, telah memberikan dampak yang signifikan pada pertumbuhan dan perkembangan ekonomi masyarakat Kota Langsa. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik, jumlah wisatawan yang datang berkunjung ketempat wisata yang ada di Kota Langsa tahun 2018 sebanyak 742.089, dan pada tahun 2019 sebanyak 726.388 dan pada tahun 2020 sebanyak 261.070. hal ini dibuktikan dalam trend jumlah kunjungan wisatawan nusantara dan mancanegara ke objek wisata di Kota Langsa dapat dilihat tabel 1.

Tabel.1.1

**Jumlah Kunjungan Wisatawan Nusantara Dan Mancanegara Ke Objek
Wisata Di Kota Langsa Pada Tahun 2018-2020**

No	Nama Objek	Banyaknya Pengunjung		
		2018	2019	2020
1	Hutan Mangrove Kuala Langsa	156.031	109.222	-
2	Hutan Kota Langsa	405.189	380.503	208.432
3	Mutiara Water Park	53.228	72.558	-
4	Taman Bambu Runcing	17.566	19.170	-
5	Vitra Tirta Raya Swimming Pool	42.027	55.932	28.339
6	Pusat Jajanan Kuliner	48.125	38.186	-
7	Royal Water Boom	19.923	50.817	24.299
8	Museum Kota Langsa	-	-	-
	Jumlah	742.089	726.388	261.070

Sumber: Dinas Pemuda, Olahraga, Dan Pariwisata Kota Langsa

⁹*Ibid.* Hal. 5

Tahun 2020 mengalami penurunan jumlah kunjungan yang sangat jauh dari tahun sebelumnya, yaitu sebanyak 261.070 disebabkan di awal tahun 2020 dunia tengah dilanda wabah virus corona atau Covid-19. Virus ini bagai meneror seluruh dunia baik negara maju maupun negara berkembang. Covid-19 yang terjadi menimbulkan kekawatiran bagi masyarakat dunia, pasalnya virus yang menyebar memberikan dampak yang tidak sedikit diberbagai sektor, bukan hanya dari segi kesehatan dan medis, perekonomian yang memiliki potensi besar dalam pasar ekonomi ikut terpukul dan tidak dapat menghindari ancaman krisis ekonomi nasional akibat covid-19, terjadinya penurunan pendapatan, penutupan tempat wisata di Kota Langsa juga adanya pemberlakuan PSBB (pembatasan sosial berskala besar) oleh pemerintah yang berjalan selama kurang lebih tiga bulan, dan pembatasan ini juga mengharuskan fasilitas umum di kota langsa ditutup, salah satunya pariwisata di Kota Langsa meskipun wisata di Kota Langsa sudah dibuka secara umum namun jumlah pengunjung yang datang tidak sebanyak sebelum adanya pandemi Covid-19.

Terwujudnya pariwisata merupakan interaksi dari manusia yang melakukan wisata yang berperan sebagai konsumen yaitu pihak-pihak yang melakukan perjalanan wisata/wisatawan dan manusia sebagai produsen yaitu pihak-pihak yang menawarkan produk dan jasa wisata. sehingga aspek manusia salah satunya aspek penggerak bagi kelangsungan industri pariwisata di suatu negara. Maka peran sumber daya manusia (SDM) dalam pengembangan meningkatkan jumlah kunjungan pariwisata budaya di Kota Langsa sangat penting karena sumber daya manusia (SDM) tersebut merupakan sebagai motor penggerak industri pariwisata, pencipta produk industri pariwisata dan sebagai penentu daya saing industri

pariwisata. Kota Langsa untuk saat ini masih memerlukan keterbukaan sumber daya manusia (SDM) dalam pelayanan kegiatan kepariwisataan yang benar efektif seringkali mendapatkan perhatian yang rendah. Pengembangan sumber daya manusia di Kota Langsa tidak hanya dari pemerintahan kota saja, semestinya masyarakat lokal di libatkan dalam perencanaan, pembangunan, pengawasan dan pengevaluasian pariwisata, namun keterlibatan masyarakat dalam pengembangan pariwisata yang ada di Kota Langsa masih mengalami kendala dalam penerapannya seperti, sumber daya manusia (SDM) lokal kurang dan bahkan tidak mengetahui visi pembangunan pariwisata, rendahnya minat dan kesadaran sumber daya manusia (SDM) lokal terhadap pentingnya pariwisata, rendahnya kemampuan sumber daya manusia (SDM) lokal, kesenjangan budaya antara sumber daya manusia (SDM) lokal dengan wisatawan dan sumber daya manusia (SDM) yang tidak memiliki kemampuan ekonomi dan investasi. Faktor-faktor inilah menjadikan masyarakat sebagai penonton saja, sehingga keterlibatan pemerintah tidak hanya dikalangan pemerintah saja, pemerintah juga perlu memberikan pelatihan, pendidikan, kegiatan sadar wisata, dan pengetahuan yang lebih luas kepada masyarakat Kota Langsa akan pentingnya pariwisata.

Selain sumber daya manusia (SDM) Pariwisata juga tidak luput dari infrastrukturnya, Kota Langsa berusaha mendongkrak perekonomian masyarakatnya. Infrastruktur merupakan bagian penting dalam pembangunan ekonomi suatu wilayah. Perekonomian yang baik harus didukung infrastruktur yang baik pula infrastruktur pendukung pariwisata hal ini berkaitan dengan ketersediaan dan kondisi infrastruktur seperti sarana sebagai pendukung pariwisata berupa ketersediaan restoran, penginapan, sarana

perdagangan, ketersediaan atraksi wisata dan transportasi yang tersedia, sedangkan prasarana sebagai pendukung pariwisata seperti aksesibilitas jalan (kondisi jalan, lebar jalan, jaringan jalan) pengelolaan sampah, ketersediaan listrik, air bersih, jaringan telekomunikasi, drainase dan sanitasi. Keseluruhan infrastruktur ini wajib diperhatikan terkait pemenuhan kebutuhan untuk kenyamanan tinggal warga pengelola obyek wisata maupun wisatawannya.¹⁰ Namun untuk infrastruktur wisata di Kota Langsa belum sepenuhnya berjalan dengan baik, dengan hal seperti kurangnya air bersih, jaringan telekomunikasi, perawatan pariwisata di Kota Langsa yang masih kurang, kurangnya tempat sampah, sempitnya area parkir, fasilitas lain yang kurang memadai dan juga keluhan mengenai harga masuk. Infrastruktur menuju objek wisata masih belum memadai, padahal untuk mencapai kualitas pariwisata dibutuhkan mutu manajemen yang baik, hal ini dilakukan agar wisatawan yang punya keinginan untuk kembali dan merekomendasikannya ke pengunjung yang lainnya.

Di era sekarang ini dengan kemajuan teknologi informasi maka perkembangan semua bidang dapat berjalan dengan baik dan lancar, di era sekarang ini juga bidang kepariwisataan dapat dikembangkan dengan cepat dan kekinian. Pengembangan kepariwisataan dibutuhkan teknologi dan informasi dimana melalui teknologi informasi mengenai promosi pariwisata dapat dikenal dengan cepat dan kekinian.¹¹ Dinas Pemuda, Olahraga Dan Pariwisata Kota Langsa harus dapat mengelola pariwisata di Kota Langsa dengan baik, pelaksanaan promosi pariwisata pada Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata (DISPORA) masih berada dalam tanggungjawab pemasaran pariwisata, seperti

¹⁰Sukadijo. "Anatomi Pariwisata". Erlangga:Jakarta. 2000. Hal.5

¹¹Ferni Fera. *Peranan Promosi Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Kabupaten Poso*. E-Jurnal "Actor Diurna" Volume V. No 2. Tahun 2016. Hal. 1

penggunaan media cetak sebagai promosi dan penggunaan media promosi dan pameran wisata sebagai promosi, dan promosi yang sudah terlaksana yaitu promosi hanya pada media elektronik. agar pelaksanaan promosi terlaksana dengan baik dalam meningkatkan jumlah kunjungan, maka diperlukan promosi yang baik dalam membangun kerjasama dan mendukung promosi pariwisata pada DISPORA.

Namun demikian, di Kota Langsa potensi pariwisata tidak seperti di daerah-daerah lain, objek pariwisata di daerah ini tidak terjadi dengan sendirinya dan masyarakat harus menciptakan terlebih dahulu destinasi wisata tersebut. Dengan pembangunan dan pengembangan objek wisata di harapkan nantinya Kota Langsa menjadi salah satu tujuan wisata di pesisir timur provinsi Aceh.

Sumber daya manusia, infrastruktur atau sarana dan prasarana juga promosi mempunyai andil yang sangat besar dalam proses pariwisata di Kota Langsa, untuk itu masyarakat atau pun Sumber daya manusia di tempatkan di posisi memiliki, mengelola, merencanakan dan memutuskan program yang melibatkan kesejahteraannya. Sedangkan infrastruktur dan promosi merupakan penunjang peningkatan wisatawan untuk melakukan pariwisata.

Berdasarkan uraian diatas, maka penelitian merasa penting untuk di lakukan penelitian tentang **“Pengaruh Sumber Daya Manusia, Infrastruktur, dan Promosi Terhadap Kunjungan Pariwisata di Kota Langsa”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, terdapat masalah-masalah yang berkaitan dengan penelitian ini. Masalah tersebut diidentifikasi sebagai berikut:

1. Keterbatasan dukungan sarana dan prasarana penunjang merupakan juga salah satu permasalahan yang perlu mendapatkan perhatian. Dimana dukungan sarana dan prasarana merupakan faktor penting untuk keberlanjutan penyelenggaraan kegiatan pariwisata, seperti penyediaan akses, akomodasi, angkutan wisata, dan sarana prasarana pendukung lainnya.
2. Terbatasnya biaya atau anggaran untuk pengembangan sektor wisata.
3. Belum tersedianya sumber daya manusia (SDM) yang betul-betul mampu melihat peluang maupun tantangan dari sektor pariwisata.
4. Belum terbinanya koordinasi antara lembaga-lembaga pemerintah daerah setempat dengan stakeholder bidang pariwisata. Misalnya keterkaitan dalam kerjasama antar pemerintah daerah dengan pengusaha pengelola objek wisata, hotel, restoran, transportasi, telekomunikasi, pemandu wisata atau pramuwisata dan lain sebagainya.
5. Belum ada program pemasaran dan promosi pariwisata yang efektif, yang menggunakan pendekatan profesional, kemitraan antar swasta, pemerintah, dan masyarakat dan memperkuat jaringan kelembagaan, untuk meningkatkan kunjungan wisatawan baik daerah maupun luar daerah.

1.3 Batasan Masalah

Penelitian ini dilakukan pada pariwisata di Kota Langsa, yang akan dibahas dalam penelitian ini tentang sumber daya manusia, infrastruktur, promosi dan kunjungan pariwisata di Kota Langsa

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, permasalahan yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh sumber daya manusia terhadap kunjungan pariwisata di Kota Langsa?
2. Bagaimana pengaruh infrastruktur terhadap kunjungan pariwisata di Kota Langsa?
3. Bagaimana pengaruh promosi terhadap kunjungan Pariwisata di Kota Langsa?
4. Bagaimana pengaruh sumber daya manusia, infrastruktur, dan promosi terhadap kunjungan pariwisata di Kota Langsa ?

1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.5.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh Sumber Daya Manusia terhadap kunjungan pariwisata di Kota Langsa.
2. Untuk mengetahui pengaruh Infrastruktur terhadap kunjungan pariwisata di Kota Langsa.
3. Untuk mengetahui pengaruh Promosi terhadap kunjungan pariwisata di Kota Langsa.
4. untuk mengetahui pengaruh sumber daya manusia, infrastruktur, dan promosi terhadap kunjungan pariwisata di Kota Langsa.

1.5.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

- a. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan sebagai bahan pertimbangan dalam mengembangkan ilmu pengetahuan dan informasi di bidang perekonomian dan pariwisata di Kota Langsa.

b. Manfaat praktis

1. Bagi penulis

Menambah ilmu pengetahuan dan wawasan penulis mengenai SumberDayaManusia, Infrastruktur dan Promosidalam kunjungan pariwisata di Kota Langsa.

2. Akademik

Adanya penelitian ini diharapkan terjalin kerjasama yang baik antara pihak akademik dengan pemerintah Kota Langsa sebagai obyek penelitian dalam mengembangkan ilmu ekonomi pembangunan dan ekonomi syariah di bidang pariwisata.

3. Bagi pemerintah

Agar pemerintah bisa menarik investor dalam rangka upaya pengembangan wisata halal dan melihat peluang untuk membuka lapangan pekerjaan, meningkatkan kualitas sumber daya manusia melalui pelatihan dan pembinaan, menambah pendapatan asli daerah dan meningkatkan kinerja

1.6 Penjelasan Istilah

1. Pariwisata

Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan Pemerintah Daerah.¹²

2. Sumber Daya Manusia

Sumber Daya Manusia adalah salah satu faktor yang sangat penting bahkan tidak dapat dilepaskan dari sebuah organisasi, baik institusi maupun perusahaan. Sumber daya manusia juga merupakan kunci yang menentukan perkembangan suatu perusahaan. Pada hakikatnya, sumber daya manusia berupa manusia yang dipekerjakan disebuah organisasi sebagai penggerak, pemikir dan perencana untuk mencapai tujuan organisasi.¹³

3. Infrastruktur

Infrastruktur adalah jasa atau layanan mendasar yang memberikan kenyamanan dan kemudahan dalam kegiatan industri, pertanian serta pembangunan ekonomi lainnya.¹⁴

4. Promosi

Promosi adalah tindakan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempengaruhi pengunjung secara langsung maupun tidak langsung untuk meningkatkan jumlah pengunjung.¹⁵

¹²Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2011 *Tentang rencana Induk Pengembangan Kepariwisata Nasional 2010-2025*.

¹³Sedarmayanti. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Grasindo. 2008. Hal. 23

¹⁴Hapsari, Tunjung. 2011, *Pengaruh Infrastruktur Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah. Hal.134

5. Kunjungan Pariwisata

Kunjungan pariwisata adalah dorongan seseorang untuk melakukan kegiatan berkunjung ke tujuan yang didatangi.¹⁶

1.7 Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan yang digunakan penulis dalam penyusunan ini adalah sebagai berikut:

- BAB I** Pendahuluan. Pada bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, perumusan masalah, penjeasan istilah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika pembahasan.
- BAB II** Kajian Teoritis. Pada bab ini dibahas tentang landasan teori yang digunakan untuk membantu memecahkan masalah penelitian. Pembahasan ini meliputi pengertian pariwisata, pengertian sumber daya manusia serta indikator-indikatornya, pengertian Infrastruktur serta indikator-indikatornya, pengertian promosi serta indikator-indikatornya terhadap kunjungan pariwisata di Kota langsa.
- BAB III** Metode penelitian. Pada bab ini menjelaskan mengenai pendekatan dan metode penelitian yang digunakan. Uraian yang disajikan meliputi pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, data penelitian, teknik pengumpulan data, definisi operasional dan teknik analisa data yang digunakan.

¹⁵Arif Yusuf Hamali, *Pemahaman Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*,...Hal.206

¹⁶Nuraeni, Bellinda Sofia. “*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Kunjung Ulang Wisatawan Museum Ranggawarsita Semarang*”. *Jurnal Bisnis Strategi*, Vol .23 No. 1. Semarang: Universitas Diponegoro. 2014. Hal.4

BAB IV Temuan Penelitian, bab ini menguraikan penyajian data, analisa data dan pembahasan data.

BAB V Penutup, bab ini menjelaskan kesimpulan dan saran.

BAB II

KAJIAN TEORITIS

2.1 Pariwisata

2.1.1 Pengertian Pariwisata

Pariwisata adalah perjalanan dari suatu tempat ke tempat yang lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan dalam dimensi sosial, budaya, alam, dan ilmu.¹⁷

Pariwisata menurut Meyers adalah aktivitas perjalanan yang dilakukan sementara waktu dari tempat tinggal semula ke daerah tujuan dengan alasan bukan untuk menetap atau mencari nafkah melainkan hanya untuk memenuhi rasa ingin tahu, menghabiskan waktu senggang atau libur dan tujuan-tujuan lainnya. Sedangkan menurut Undang-Undang (UU) No. 10 tahun 2009, Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. Menurut Yoeti jenis-jenis pariwisata dibedakan menurut alasan atau tujuan perjalanannya yaitu;¹⁸

- a. *Business Tourism* yaitu, jenis pariwisata yang pengunjungnya datang untuk tujuan dinas, usaha, atau yang berhubungan dengan pekerjaan.
- b. *Vocational Tourism* yaitu, jenis pariwisata yang pengunjungnya datang untuk tujuan berlibur, menikmati akhir pekan, atau sedang cuti.

¹⁷A.J. Muljadi. Andri Warman, *Kepariwisata dan Perjalanan*, Jakarta: Rajawali Pers, 2016. Hal.39

¹⁸Oka A Yoeti. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa, 2009. Hal. 113

- c. *Educational Tourism* yaitu, jenis pariwisata yang pengunjungnya melakukan perjalanan untuk studi atau mempelajari sesuatu di bidang ilmu pengetahuan, seperti *study tour*.

2.1.2. Ciri Ciri Pariwisata

Melakukan perjalanan ditentukan oleh keinginan yang mendorong seseorang untuk berpergian ke daerah yang akan dituju. Melakukan perjalanan wisata adalah hal yang menyenangkan dan disukai oleh semua orang. Ada beberapa hal yang harus dilakukan, sehingga bisa disebut pariwisata, antara lain:¹⁹

- a. Harus bersifat sementara.
- b. Harus bersifat sukarela (*voluntary*) dalam arti tidak terjadi karena dipaksa.
- c. Tidak bekerja yang sifatnya menghasilkan upah atau bayaran.

Selain itu ada beberapa ciri-ciri wisata, antara lain:²⁰

- Berupa perjalanan keliling yang kembali lagi ke tempat asal.
- Pelaku perjalanan hanyatinggal untuk sementara waktu.
- Ada organisasi atau orang yang mengatur perjalanan tersebut.
- Terdapat unsur-unsur produk wisata.
- Ada tujuan yang ingin dicapai dari perjalanan wisata tersebut.
- Biaya perjalanan diperoleh dari negara asal.
- Dilakukan dengan santai.

2.1.3. Tujuan Pariwisata

Menentukan tujuan adalah langkah awal dari perencanaan agar ketika kegiatan dilaksanakan bisa sesuai dengan apa yang diinginkan. Seseorang dalam

¹⁹*Ibid.* Hal. 22

²⁰*Ibid.* Hal. 9

melakukan perjalanan pasti memiliki tujuan yang diinginkan. Ada beberapa tujuan pariwisata, antara lain:²¹

- a. Keinginan bersantai
- b. Keinginan mencari suasana lain
- c. Memenuhi rasa ingin tahu
- d. Keinginan petualangan
- e. Keinginan mencari kepuasan

2.1.4. Kunjungan Pariwisata

Kunjungan pariwisata memiliki makna dorongan untuk bertingkah laku terarah terhadap objek kegiatan atau pengalaman tertentu, sehingga kunjungan pariwisata adalah dorongan seseorang untuk melakukan kegiatan berkunjung ke suatu wisata.²²

Bebe

rapa indikator kunjungan pariwisata ialah;²³

- a. Faktor budaya

Faktor budaya memiliki pengaruh yang luas dan mendalam terhadap perilaku. Peran budaya, sub budaya (bangsa, agama, kelompok ras, dan daerah geografis) dan kelas sosial (pekerjaan, pendidikan, dan tempat tinggal,) sangat lah penting.

- b. Faktor sosial

Faktor sosial merupakan perilaku pengunjung di pengaruhi oleh faktor-faktor kelompok acuan seseorang terdiri dari semua yang memiliki pengaruh langsung (tatap muka) atau tidak langsung terhadap sikap atau

²¹*Ibid.* Hal. 8

²²Suyitno. "*Perencanaan Wisata*". Yogyakarta: Penerbit Kanisius. 2001. Hal. 2

²³*Ibid.* Hal. 6

perilaku seseorang seperti keluarga,teman,tetangga dan rekan kerja yang berinteraksi dengan seseorang secara terus-menerus dan informal.

c. Faktor pribadi

Karakteristik pribadi misalnya usia dan tahap siklus hidup dimana orang membeli barang dan jasa yang berbeda sepanjang hidupnya, selera orang terhadap pakaian, makanan, perabot bahkan rekreasi atau wisata juga berhubungan dengan usia dan keadaan ekonomi juga pilihan produk sangat dipengaruhi oleh keadaan ekonomi seseorang.

d. Faktor psikologis

Pilihan pengunjung di pengaruhi oleh motivasi sebagai kebutuhan yang cukup mendorong seseorang untuk berkunjung.

2.2. Sumber Daya Manusia

2.2.1. Pengertian Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia menurut M.T.E. Hariandja berpendapat sumber daya manusia adalah salah satu faktor yang paling utama pada suatu perusahaan dilihat dari faktor-faktor lainnya selain modal usaha. Oleh karenanya, SDM sangat diperlukan untuk dikelola dengan baik dan efektivitas dan efesiensi perusahaan semakin meningkat.²⁴ Sedangkan menurut Hasibuan sumber daya manusia memiliki arti keahlian terpadu yang berasal dari daya pikir serta daya fisik yang di miliki oleh setiap orang. Yang melakukan serta sifatnya dilakukan masih memiliki hubungan yang serta seperti keturunan dan lingkungannya, sedangkan

²⁴M.T.E Hariandja. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Grasindo. 2002. Hal. 2

untuk prestasi kerjanya dimotivasi oleh sebuah keinginan dalam memenuhi keinginannya.²⁵

Sumber Daya Manusia adalah salah satu faktor yang sangat penting bahkan tidak dapat dilepaskan dari sebuah organisasi, baik institusi maupun perusahaan. Sumber daya manusia juga merupakan kunci yang menentukan perkembangan suatu perusahaan. Pada hakikatnya, sumber daya manusia berupa manusia yang dipekerjakan disebuah organisasi sebagai penggerak, pemikir dan perencana untuk mencapai tujuan organisasi.²⁶

Keberadaan sumber daya manusia berperan penting juga dalam pengembangan pariwisata. Sumber daya manusia pariwisata mencakup wisatawan/pelaku wisata (*tourist*) atau sebagai pekerja (*employment*). Peran sumber daya manusia sebagai pekerja dapat berupa sumber daya manusia di lembaga pemerintah, sumber daya manusia yang bertindak sebagai pengusaha (wirausaha) yang berperan dalam menentukan kepuasan dan kualitas para pekerja, para pakar dan profesional yang turut berperan dalam mengamati, mengendalikan dan meningkatkan kualitas kepariwisataan serta yang tidak kalah pentingnya masyarakat di sekitar kawasan wisata yang bukan termasuk kedalam kategori diatas, namun turut menentukan kenyamanan, kepuasan para wisatawan yang berkunjung kekawasan tersebut.²⁷

2.2.2 Indikator Sumber Daya Manusia Dalam Pariwisata

²⁵Hasibuan. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Bumi Aksara. 2003. Hal 244

²⁶Sedarmayanti. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Grasindo. 2008. Hal. 23

²⁷Ibid. Hal. 58

Perspektif ini sangat penting bagi perkembangan suatu definisi kompeherensif, beberapa indikator sumber daya manusia dalam pariwisata yaitu:²⁸

1. Wisatawan

Wisatawan adalah setiap pengunjung seperti tinggal paling sedikit 24 jam, akan tetapi tidak lebih dari 1 (satu) tahun di tempat yang dimaksud antara lain: berlibur, rekreasi, olahraga, bisnis, menghadiri pertemuan, studi, dan kunjungan dengan alasan kesehatan.²⁹

Jenis dan macam wisatawan yang terlihat dari sifat perjalanan dan ruang lingkup dimana wisata itu dilakukan. Wisatawan dapat digolongkan sebagai berikut:³⁰

1. Wisatawan asing (*foreign tourist*) yaitu orang asing yang melakukan perjalanan wisata, yang datang ke suatu negara lain bukan merupakan negara dimana wisatawan tersebut menetap. Wisatawan asing bagi suatu negara dapat ditandai dari status kewarganegaraannya. Dokumen perjalanan yang dimiliki serta dari jenis mata uang yang dibelanjakannya, karena pada umumnya golongan wisatawan ini hampir selalu menukarkan uangnya terlebih dahulu pada bank atau *money Charger* sebelum berbelanja.
2. *Domestic tourist* yaitu seseorang warga negara yang berwisata dalam batas wilayah negaranya sendiri.

²⁸I Gade Pitana. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Jakarta: Pradnya Paramita. 2009. Hal. 45

²⁹Kota Langsa Dalam Angka Tahun 2020. Hal. 361

³⁰Oka A Yoeti. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa, 2009. Hal. 9

3. *Domestic foreign tourist* yaitu wisatawan asing yang menetap pada suatu negara untuk berwisata di wilayah negara tempat tinggalnya. Wisatawan tersebut bukan warga negara dimana ia berada, melainkan adalah warga negara asing yang karena tugasnya hingga kedudukannya menetap dan tinggal pada suatu negara serta memperoleh penghasilan dengan mata uang negara asalnya.
4. *Indigenous foreign tourist* yaitu warga negara suatu negara tertentu yang bertugas atau menjabat di luar negeri, kembali ke negara asalnya dan melakukan perjalanan wisata di wilayah negaranya sendiri.
5. *Transit tourist* yaitu wisatawan yang berwisata ke suatu negara yang menggunakan transportasi dan terpaksa singgah pada suatu pemberhentian seperti stasiun, bandar udara, dan stasiun bukan atas dasar keinginannya sendiri.
6. *Business Tourist* yaitu wisatawan yang melakukan perjalanan untuk tujuan lain bukan untuk berwisata, akan tetapi perjalanan wisata akan dilakukan setelah tujuan utamanya telah terselesaikan.

2. Industri Pariwisata

Industri pariwisata adalah semua usaha wisata yang menghasilkan barang dan jasa bagi pariwisata. Industri pariwisata dapat dibedakan menjadi dua yaitu:

- a. Pelaku langsung yaitu: usaha-usaha wisata yang menawarkan jasa secara langsung kepada wisatawan. Contoh hotel, restoran, biro perjalanan, pusat informasi wisata dan atraksi hiburan.
- b. Pelaku tidak langsung yaitu: usaha yang mengkhususkan diri pada produk-produk yang secara tidak langsung mendukung pariwisata. Contoh usaha kerajinan tangan, lembar panduan wisata dan sebagainya.

3. Masyarakat Lokal

Masyarakat lokal adalah kelompok masyarakat yang menjalankan tata kehidupan sehari-hari berdasarkan kebiasaan yang sudah diterima sebagai nilai-nilai yang berlaku umum, tetapi tidak sepenuhnya bergantung pada sumber daya pesisir dan pulau-pulau kecil tertentu.

4. Lembaga Pemerintah/Pemerintah Daerah

Lembaga Pemerintah/Pemerintah Daerah adalah penyelenggara pemerintahan daerah menurut asas otonomi dan tugas pembantuan dengan prinsip-prinsip otonomi seluas-luasnya dalam sistem dan prinsip negara kesatuan republik indonesia sebagaimana maksud dalam undang-undang dasar 1945, pemerintah daerah adalah gubernur, bupati, atau walikota dan perangkat daerah sebagai unsur penyelenggara pemerintahan daerah.

2.3 Infrastruktur

2.3.1. Pengertian Infrastruktur

Infrastruktur menurut N. Gregory Mankiw adalah wujud modal public “*public capital*” yang terdiri dari jalan umum, jembatan, sistem saluran pembuangan lainnya, sebagai investasi yang dilakukan oleh pemerintah.

Infrastruktur pariwisata adalah sumber daya alam dan sumber daya buatan manusia mutlak dibutuhkan wisatawan perjalanannya di daerah tujuan wisata, seperti jalan, listrik, air, telekomunikasi, terminal, jembatan dan lain sebagainya. Untuk kesiapan objek-objek wisata yang akan dikunjungi oleh wisatawan di daerah tujuan wisata, infrastruktur atau prasarana tersebut perlu dibangun dengan disesuaikan lokasi dan kondisi objek wisata yang bersangkutan.³¹

Pembangunan prasarana wisata yang mempertimbangkan kondisi dan lokasi akan meningkatkan aksesibilitas suatu objek wisata yang pada gilirannya akan meningkatkan daya tarik objek wisata itu sendiri. Disamping berbagai kebutuhan yang telah disebutkan diatas, kebutuhan wisatawan yang lain perlu disediakan didaerah tujuan wisata seperti bank, apotik, rumah sakit, pom bensin, pusat-pusat pembelanjaan dan sebagainya.³²

Dalam melaksanakan pembangunan infrastruktur wisata diperlukan koordinasi yang matang dengan instansi pariwisata diberbagai tingkatan. Dukungan instansi terkait dalam membangun infrastruktur wisata sangat diperlukan bagi pengembangan pariwisata didaerah. Koordinasi ditingkat perencanaan yang dilanjutkan merupakan modal utama suksesnya pembangunan pariwisata. dalam pembangunan infrastruktur pariwisata pemerintah lebih dominan karena pemerintah dapat mengambil manfaat ganda dari pembangunan tersebut, seperti untuk meningkatkan arus informasi, arus lalu lintas ekonomi, arus mobilitas manusia antara daerah dan sebagainya yang tentu saja dapat meningkatkan kesempatan berusaha dan bekerja yang dimaksud dengan infrastruktur adalah semua fasilitas yang memungkinkan proses perekonomian,

³¹Uwantoro Gamal. *Dasar-Dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi. 2008. Hal.20

³²*Ibid.* Hal.21

dalam hal ini adalah sektor pariwisata dapat berjalan dengan lancar sedemikian rupa, sehingga dapat memudahkan manusia untuk memenuhi kebutuhannya. Jadi fungsinya adalah melengkapi sarana infrastruktur kepariwisataan sehingga dapat memberikan pelayanan sebagai mana mestinya.³³

Dalam infrastruktur pariwisata hal-hal keberadaannya adalah berhubungan dengan usaha untuk membuat wisatawan lebih banyak datang, lebih banyak mengeluarkan uang ditempat yang dikunjunginya.

2.3.2. Indikator Infrastruktur

Dalam kepariwisataan dikenal ada tiga macam indikator infrastruktur, yakni:³⁴

a. Infrastruktur Pokok Kepariwisataan (*Main Tourism Superstructure*)

Yakni perusahaan-perusahaan yang fungsinya adalah menyediakan fasilitas pokok kepariwisataan. Sarana ini juga dibagi dalam dua bagian, yaitu:

- a) *Receptive tourist plan* adalah perusahaan yang mempersiapkan perjalanan dan penyelenggaraan *tour, sightseeing* bagi wisatawan seperti *travel agent, tour operator, tourist transportation*, dan lain-lain.
- b) *Residential tourist plan* adalah perusahaan yang memberikan pelayanan untuk menginap, contoh: hotel, motel, dan jenis akomodasi lainnya seperti perusahaan angkutan transportasi wisata baik darat, laut maupun udara dan restoran/tempat makan.

³³*Ibid.* Hal 22

³⁴Suwantoro Gamal. *Dasar-Dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi. 2008. Hal.27

b. Infrastruktur Pelengkap (*Supplementing Tourism Superstructure*)

Sarana pelengkap kepariwisataan adalah perusahaan atau tempat yang menyediakan fasilitas yang fungsinya melengkapi sarana pokok dan membuat wisatawan dapat lebih lama tinggal, seperti sarana ketangkasan dan perlengkapan wisata atau fasilitas rekreasi dan olahraga air.

c. Infrastruktur Penunjang Kepariwisataaan (*Supporting Tourism Superstructure*)

Sarana penunjang kepariwisataan adalah perusahaan yang menunjang sarana pelengkap dan sarana pokok. Berfungsi tidak hanya membuat wisatawan bertahan lebih lama tetapi berfungsi agar wisatawan lebih banyak mengeluarkan uang didaerah yang dikunjunginya seperti karaoke/entertaint dan ruang atraksi wisata.

Kriteria dan standar minimal yang harus ada didaerah tujuan wisata terdiri dari:³⁵

Tabel 2.1 Kriteria dan Standar Minimal Infrastruktur Daerah Wisata

No	Kriteria	Standar Minimal
1.	Obyek	Salah satu dari unsur alam, sosial, dan budaya
2.	Akses	Jalan, kemudahan rute,tempat parkir,dan harga ParkirTerjangkau

³⁵Yoeti, Oka, A. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung:Angkasa. 2014.Hal.22

3.	Akomodasi	Pelayanan penginapan (hotel, wisma, losmen)
4.	Fasilitas	Agen perjalanan, pusat informasi, fasilitas kesehatan, pemada kebakaran, hydrant, TIC (<i>Tourism information center</i>), <i>Guiding</i> (pemandu wisata), plang informasi, petugas <i>entry</i> dan <i>exit</i>
5.	Transportasi	Adanya akomodasi transportasi yang nyaman sebagai akses Masuk
6.	Catering Service	Pelayanan makanan dan minuman (restoran, kantin, dan rumah makan)
7.	Aktifitas rekreasi	Aktifitas dilokasi wisata seperti berenang, jalan-jalan, dan lain-lain
8.	Pembelanjaan	Tempat pembelian barang-barang umum
9.	Komunikasi	Adanya TV, Sinyal Telepon, akses Internet, Penjual Voucher Pulsa
10.	Sistem Perbankan	Adanya bank dan ATM
11.	Kesehatan	Pelayanan kesehatan
12.	Keamanan	Adanya jaminan keamanan
13.	Kebersihan	Adanya tempat sampah dan rambu-rambu peringatan t kebersihan
14.	Sarana Ibadah	Fasilitas sarana ibadah
15.	Promosi	

2.4 Promosi

2.4.1 Pengertian Promosi

Promosi menurut Kotler adalah berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan yang menonjolkan keistimewaan produknya yang membujuk

konsumen agar membelinya.³⁶ Sedangkan menurut Suryana promosi adalah cara mengkomunikasikan barang dan jasa yang ditawarkan supaya konsumen mengenal dan membeli.³⁷

Promosi adalah tindakan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempengaruhi pengunjung secara langsung maupun tidak langsung untuk meningkatkan jumlah pengunjung.³⁸

Tujuan utama dari promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi, dan membujuk serta mengingatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasarannya. secara rinci ketiga tujuan promosi tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:³⁹

- a. Menginformasikan (*informing*) dapat berupa:
 - Menginformasikan pasar mengenai keberadaan suatu produk baru,
 - Memperkenalkan cara pemakaian yang baru dari suatu produk,
 - Menyampaikan perubahan harga kepada pasar, menjelaskan cara kerja suatu produk, menginformasikan jasa-jasa yang disediakan oleh perusahaan dan mengurangi ketakutan atau kekhawatiran pembeli dan membangun citra perusahaan.
- b. Membujuk pelanggan sasaran (*persuading*) untuk:
 - Membentuk pilihan mereka dan mengalihkan pilihan ke merek tertentu

³⁶Kotler, Philip. “*Manajemen Pemasaran Edisi Milenium Jilid 1*”. Jakarta:Prebalindo. 2002. Hal. 41.

³⁷Suryana. “*Kewirausahaan*”. Jakarta:Salemba Empat. 2001. Hal. 374.

³⁸Arif Yusuf Hamali, *Pemahaman Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*,...Hal.206

³⁹Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen*. Hal.58

- Mengubah persepsi pelanggan terhadap atribut produk, mendorong pembeli untuk belanja saat itu juga dan mendorong pembeli untuk menerima kunjungan wiraniaga
- c. Mengingat (*reminding*) dapat terdiri atas:
- Mengingat pembeli bahwa produk yang bersangkutan dibutuhkan dalam waktu dekat dan Mengingat pembeli akan tempat-tempat yang menjual produk perusahaan
 - Membuat pembeli tetap ingat walaupun tidak ada kampanye iklan dan Menjaga agar ingatan pertama pembeli jatuh pada produk perusahaan

Sebaik apapun mutu sebuah produk, semenarik apapun bentuk rupanya atau sebesar apapun manfaatnya, jika orang tidak mengetahui tentang keberadaannya, maka mustahil produk tersebut dibeli. Produk yang sudah bagus dengan harga yang bagus itu tidak dapat dikenal oleh konsumen maka produk tersebut tidak akan berhasil dipasarkan. Sarana dan prasarana yang dibutuhkan secara efektif agar informasi mengenai hadirnya suatu produk, dapat sampai kepada masyarakat atau konsumen. Upaya untuk mengenal produk itu kepada konsumen merupakan awal dari kegiatan promosi.⁴⁰

2.4.2 Bauran Promosi

Promosi sebagian dan proses strategi pemasaran sebagai cara untuk berkomunikasi dengan pasar, dengan menggunakan komposisi bauran promosi (*promotional mix*).⁴¹ Kegiatan promosi tidak boleh berhenti hanya pada

⁴⁰Basu Swasta Dan Irawan. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty, 2003. Hal.37

⁴¹Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran Jilid 2 Edisi Kesebelas*. Jakarta: PT. Prehallindo. 2000. Hal. 119

memperkenalkan produk kepada konsumen saja, akan tetapi harus dilanjutkan dengan upaya untuk mempengaruhi agar konsumen tersebut menjadi senang dan kemudian membeli produknya. indikator promosi dikelompokkan menjadi 5 bagian yaitu:⁴²

1. *Personal Selling*

Yaitu

komunikasi langsung (tatap muka) antara penjual dan calon pelanggan untuk memperkenalkan suatu produk kepada calon pelanggan dan membentuk pemahaman pelanggan terhadap produk sehingga mereka kemudian akan mencoba membelinya.

2. *Mass Selling*

Yaitu

pendekatan yang menggunakan media komunikasi untuk menyampaikan informasi kepada banyak khalayak ramai dalam satu waktu. Ada dua bentuk utama mass selling, yaitu periklanan dan publisitas. Periklanan merupakan salah satu bentuk promosi yang paling banyak digunakan perusahaan dalam mempromosikan produknya. Iklan adalah bentuk komunikasi tidak langsung, yang didasarkan pada informasi tentang keunggulan atau keuntungan suatu produk, yang disusun sedemikian rupa sehingga menimbulkan rasa menyenangkan yang akan mengubah pikiran seseorang untuk melakukan pembelian.⁴³

3. Promosi Penjualan (*sales promotion*)

⁴²Basu Swastha Darmesta. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty. 2002. Hal 245-248

⁴³Ratih Hurriyanti. *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen*. Hal. 59

Promosi penjualan adalah merupakan kegiatan perusahaan untuk menjajakan produk yang dipasarkan sedemikian rupa sehingga akan mudah melihatnya dan bahkan dengan cara penempatan dan pengaturan tertentu maka produk tersebut akan menarik perhatian konsumen.⁴⁴

4. Hubungan Masyarakat (*Public Relation*)

Yaitu upaya komunikasi menyeluruh dari suatu perusahaan untuk mempengaruhi persepsi, opini, keyakinan dan sikap berbagai kelompok terhadap perusahaan tersebut. Kegiatan *public relations* meliputi *press relations, product publicity, corporate communication, lobbying, dan conselling.*

5. Pemasaran Langsung (*Direct marketing*)

Yaitu sistem pemasaran yang bersifat interaktif, yang memanfaatkan satu atau beberapa media iklan untuk menimbulkan respon yang terukur dan atau transaksi disembarang lokasi. Dalam direct marketing, komunikasi promosi ditujuk langsung kepada konsumen individual, dan tujuan agar pesan-pesan tersebut ditanggapi konsumen yang bersangkutan, baik melalui telepon, pos atau dengan datang langsung ketempat pemasar.⁴⁵

⁴⁴Indiyo Gitosudarmo. *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua Cetakan Keenam.* Yogyakarta: BPFE. Hal. 238

⁴⁵*Ibid.* Hal 61

2.5 Penelitian Sebelumnya

Tabel 2.2
Penelitian Sebelumnya

No	Nama dan Tahun	Judul	Metode Penelitian	Hasil
1.	Eka Andini, Dkk. 2017 ⁴⁶	Analisis Peran Pendapatan Masyarakat Dalam Perspektif Bisnis Pariwisata untuk pengembangan infrastruktur pariwisata (Studi Pada Desa Gubukglakah Kecamatan Poncosukma, Kabupaten Malang).	Kuantitatif	Hasil penelitian ini Menyimpulkan pengembangan infrastruktur pariwisata didesa gubuk glakah cukup beragam tetapi tidak disertai perencanaan yang matang dan tidak maksimal dalam bekerja kerjasama dengan pemerintah maupun swasta
2.	Mochammad	Pengaruh Citra	Kuantitatif	metode penelitian

⁴⁶Eka Andini, dkk. Analisis Peran Pendapatan Masyarakat Dalam Bisnis Pariwisata Untuk Pengembangan Infrastruktur Pariwisata (Studi Pada Desa gubuk glakah Kecamatan poncosukma, Kabupaten Malang). (Jurnal Adminstrasi Bisnis (JAB) Vol. 43. No 1 Februari 2017).

	Sodik, Nawangsih, Lukiana. 2019 ⁴⁷	Destinasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisata Alam Puncak B29 Kabupaten Lumajang.		purposive sampling dengan teknik analisis regresi linear berganda. Variabel independen dalam penelitian ini citra destinasi dan promosi, variabel dependen keputusan berkunjung. Sedangkan promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung. Sedangkan secara simultan citra destinasi dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung.
3.	Rini Apriyani. 2018 ⁴⁸	Pengaruh Promosi Terhadap Tingkat Kunjungan Wisatawan Pada Objek Wisata Goa Putri Di Kabupaten	Kuantitatif	Hasil dari penelitian ini promosi berpengaruh terhadap tingkat kunjungan wisata goa putri di kabupaten ogan

⁴⁷Mochammad Sodik, Nawangsih, Lukiana. Pengaruh Citra Destinasi Dan Promosi Terhadap Kunjungan Keputusan Berkunjung wisata Alam Puncak B29 Kabupaten Lumajang. (Jurnal, Vol 1 No 4 Juni 2019).

⁴⁸Rini Apriyani. Pengaruh Promosi Terhadap Tingkat Kunjungan Wisatawan Pada Objek Wisata Goa Putri Di Kabupaten Ogan Komering Ulu. (Jurnal Aktual, Vol 16, No 1.2018)

		Ogan Komerling Ulu.		komering ulu ini dapat dilihat dari hasil persamaan regresi $Y=1,639+0,0605X$ artinya konstanta sebesar 1 , 639, hal ini menunjukkan jika tidak ada promosi (X) maka tingkat kunjungan wisatawan (Y) juga meningkat sebesar 0,605.
4.	Munifah Suryani Harahap. 2016 ⁴⁹	Pengaruh Pengembangan Prasarana Pariwisata Terhadap Peningkatan Kunjungan Wisatawan Pada Obyek Wisata Danai Linting Kabupaten Deli Serdang	Kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pembangunan infrastruktur pariwisata mampu menjelaskan keberadaannya variabel kunjungan wisatawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kunjungan wisatawan.
5.	Rony Ka Setiawan.	Pengembangan Sumber Daya Manusia Dibidang	Kualitatif	Menunjukkan bahwa pengelolaan,

⁴⁹Munifah Suryani harahap. *Pengaruh Pengembangan Prasarana Pariwisata Terhadap Peningkatan Kunjungan Wisatawan Pada Obyek Wisata Danai Linting Kabupaten Deli Serdang.* (Jurnal. Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Program Studi Manajemen. 2016).

	2016 ⁵⁰	Pariwisata: Perspektif Potensi Wisata Daerah Berkembang.		pengembangan, dan pembiayaan kawasan wisata memerlukan daya dukung dari banyak <i>stakeholder</i> (<i>public, private, dan society</i>) sehingga prosesnya bisa berjalan dengan lancar
6.	Sri Pajriah.2018 ⁵¹	Peran Sumber Daya Manusia Dalam Pengembangan Pariwisata Di Kabupaten Ciamis	Kualitatif	Hasil penelitian ini bahwa peran SDM sebagai faktor kunci keberhasilan dalam mewujudkan pengembangan pariwisata budaya dikabupaten Ciamis

Penelitian yang berjudul Analisis Peran Pendapatan Masyarakat Dalam Perspektif Bisnis Pariwisata Untuk Pengembangan Infrastruktur Pariwisata (Studi Pada Desa Gubukglakah Kecamatan Poncosukma, Kabupaten Malang), terdapat persamaan dengan penelitian ini yaitu persamaan variabel yang akan diteliti oleh peneliti, yaitu infrastruktur pariwisata perbedaan dengan penelitian sebelumnya

⁵⁰Rony Ka Setiawan. *Pengembangan Sumber Daya Manusia Dibidang Pariwisata: Perspektif Potensi Wisata Daerah Berkembang.*(Jurnal penelitian manajemen terapan (penataran), Vol, 1 No, 1. 2016)

⁵¹Sri Pajriah. *Peran Sumber Daya Manusia Dalam Pengembangan Pariwisata Di Kabupaten Ciamis.* (Jurnal Artefak: *History And Education*, Vol. 5 No. 1 April 2018).

yaitu variabel lainnya berupa indikator dalam penelitian ini berfokus pada pengembangan infrastruktur pariwisata dan pendapatan masyarakat.

Penelitian yang berjudul Pengaruh Citra Destinasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisata Alam Puncak B29 Kabupaten Lumajang, terdapat persamaan dengan penelitian ini yaitu persamaan variabel yang akan diteliti oleh peneliti yaitu promosi terhadap kunjungan pariwisata, perbedaan dengan penelitian sebelumnya yaitu pada variabel lainnya berupa citra destinasi dan promosi terhadap keputusan berkunjung.

Penelitian yang berjudul Pengaruh Promosi Terhadap Tingkat Kunjungan Wisatawan Pada Objek Wisata Goa Putri Di Kabupaten Ogan Komering Hulu, terdapat persamaan dengan penelitian ini yaitu persamaan variabel yang akan diteliti oleh peneliti, yaitu promosi terhadap kunjungan pariwisata. Perbedaan dengan penelitian sebelumnya yaitu variabel sumber daya manusia dan infrastruktur.

Penelitian yang berjudul Pengaruh Pengembangan Prasarana Pariwisata Terhadap Peningkatan Kunjungan Wisatawan Pada Objek Wisata Danai Linting Kabupaten Deli Serdang, terdapat persamaan dengan penelitian ini yaitu persamaan variabel yang akan diteliti oleh peneliti, yaitu infrastruktur terhadap kunjungan pariwisata. Perbedaan dengan penelitian sebelumnya yaitu perkembangan pariwisata infrastruktur untuk meningkatkan kunjungan.

Penelitian yang berjudul Pengembangan Sumber Daya Manusia Di Bidang Pariwisata: Perspektif Potensi Wisata Daerah Berkembang. terdapat persamaan dengan penelitian ini yaitu persamaan variabel yang akan diteliti oleh peneliti, yaitu sumber daya manusia pada pariwisata. Perbedaan dengan penelitian

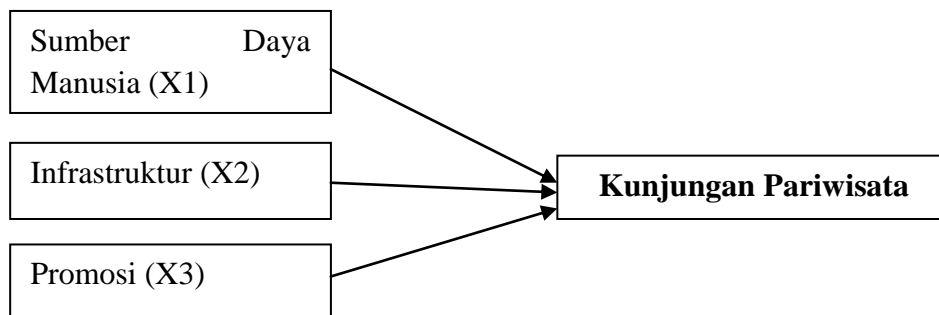
sebelumnya yaitu pada variabel lainnya berupa strategi pengembangan sumber daya manusia pada pariwisata.

Penelitian yang berjudul Peran Sumber Daya Manusia Dalam Pengembangan Pariwisata Di Kabupaten Ciamis, terdapat persamaan dengan penelitian ini yaitu persamaan variabel yang akan diteliti oleh peneliti, yaitu sumber daya manusia pada pariwisata. Perbedaan dengan penelitian sebelumnya yaitu pada variabel lainnya berupa pengembangan sumber daya manusia.

2.6. Kerangka Teoritis

Kerangka teoritis menjelaskan konstelasi hubungan antar variabel penelitian.⁵²

Gambar 2.1.



2.7. Hipotesis

Menurut Sugiyono hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan.⁵³

Dari landasan konseptual dan tinjauan pustaka yang telah diuraikan, dapat disusun beberapa hipotesis penelitian sebagai berikut:

⁵²Widodo, *Metodologi Penelitian Populer & Praktis*. Hal. 52

⁵³Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : CV Alfabeta. Hal 100.

1. Pengaruh sumber daya manusia terhadap kunjungan pariwisata di Kota Langsa
 - H_{01} : Sumber daya manusia berpengaruh positif dan signifikan terhadap kunjungan pariwisata di Kota Langsa
 - H_{a1} : Sumber daya manusia berpengaruh positif dan signifikan terhadap kunjungan pariwisata di Kota Langsa
2. Pengaruh infrastruktur terhadap kunjungan pariwisata di Kota Langsa
 - H_{02} : Infrastruktur berpengaruh positif dan signifikan terhadap kunjungan pariwisata di Kota Langsa
 - H_{a2} : Infrastruktur berpengaruh positif dan signifikan terhadap kunjungan pariwisata di Kota Langsa
3. Pengaruh promosi terhadap kunjungan pariwisata di Kota Langsa
 - H_{03} : Promosi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kunjungan pariwisata di Kota Langsa
 - H_{a3} : Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kunjungan pariwisata di Kota Langsa
4. Pengaruh sumber daya manusia, infrastruktur dan promosi terhadap kunjungan pariwisata di Kota Langsa
 - H_{04} : Sumber daya manusia, infrastruktur dan promosi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kunjungan pariwisata di Kota Langsa
 - H_{a4} : Sumber daya manusia, infrastruktur dan promosi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kunjungan pariwisata di Kota Langsa

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Pendekatan Dan Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini digunakan adalah penelitian kuantitatif, penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kualitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.⁵⁴

Jenis

kuantitatif yang digunakan peneliti adalah dengan cara mengumpulkan data-data yang diperlukan. Kemudian dianalisa dan diinterpretasikan sehingga dapat memberi gambaran mengenai pengaruh sumber daya manusia, infrastruktur, dan promosi terhadap kunjungan pariwisata di Kota Langsa.

3.2. Lokasi Dan Waktu Penelitian

Adap

un waktu dan tempat penelitian ini dilakukan pada bulan januari sampai bulan Juni 2021 dan tempat penelitian yang diadakan yaitu Pariwisata di Kota Langsa.

3.3. Populasi Dan Sampel

3.3.1.

Popu

lasi

Populasi merupakan keseluruhan dari objek penelitian yang dapat berupa

⁵⁴Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2015. Hal.8

manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup dan sebagainya, sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber data penelitian.⁵⁵Populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari,tetapi seluruh karakteristik yang dimiliki oleh subjek atau objek itu.⁵⁶Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung kepariwisata Kota Langsa Tahun 2020 yaitu berjumlah 261,070.⁵⁷

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut,⁵⁸ teknik Pengambilan sampel yang digunakan melalui pendekatan non probability sampling yaitu teknik sampling yang tidak memberikan kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dijadikan sampel. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik purpose sampling, dimana sampel yang diambil berdasarkan kriteria atau pertimbangan yang ditentukan sendiri oleh peneliti.

Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung ke pariwisata Kota Langsa pada tahun terakhir 2020 yaitu berjumlah 261.070 wisatawan. Adapun Sampel dalam penelitian ini menggunakan *probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

⁵⁵Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial Dan Ekonomi*. Jakarta: Kencana, 2013, Hal. 101.

⁵⁶Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2016, Hal.80

⁵⁷ Dinas Pemudaolahraga Dan Pariwisata Kota Langsa

⁵⁸Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2015,Hal.81

Untuk menentukan sampel, slovin memberikan rumusan sebagai berikut:⁵⁹

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n= ukuran sampel

N= Ukuran populasi

e= presentase, toleransi ketidaktelitian karena kesalahan dalam pengambilan sampel

= 10%

berdasarkan rumus yang dijelaskan diatas, berikut ini adalah perhitungan sampel penelitian adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{261.070}{1 \div 261.070 (0,1)x^2} = \frac{261.070}{2.611,7} = 99,6$$

n= 99,6 dibulatkan menjadi 100

dengan demikian ukuran sampel pada penelitian ini adalah 99,6 dibulatkan menjadi 100 sampel.

3.4.Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang dilakukan peneliti untuk mengungkap atau menjanging informasi kuantitatif dari responden sesuai lingkup penelitian.⁶⁰

1. Observasi

⁵⁹*Ibid.*Hal.74

⁶⁰V.Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), Hal.93.

Obse

rvasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila, penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.⁶¹ Dalam metode ini, observasi akan ditunjukkan dengan melihat perilaku atau proses kerja Sumber daya manusia, infrastruktur, dan promosi dalam pengembangan pariwisata di Kota Langsa.

2. Wawancara

wawa

ncara adalah sebuah teknik mengumpulkan data-data berupa informasi dari seorang narasumber, dengan cara mengajukan pertanyaan-pertanyaan.wawancara dengan kata lain adalah kegiatan tanya jawab antara pewawancara dengan narasumber untuk mendapatkan informasi dan opini⁶².

3. Kusioner

Kusi

oner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.⁶³ Setelah mendapat data dari responden melalui

⁶¹Sugiono, *Op.Cit*, Hal. 144.

⁶²V. Wiratna Sujarweni, *Op.Cit.*, Hal. 157.

⁶³Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan RAD*. Bandung: Alfabeta. 2012. Hal. 199

kusioner/angket kemudian diolah dengan menggunakan metode statistik atau bantuan program SPSS (*Statistical Package For Social Science*).⁶⁴

Adapun nilai kuantitatif yang telah disusun dilakukan dengan skala likert dan untuk satu nilai pilihan dinilai (score) dengan jarak interval 1. Score dari pilihan tersebut antara lain 1,2,3,4,dan 5. Skala likert terdiri dari sangat tidak setuju (STS dengan skor 1), tidak setuju (TS dengan skor 2), kurangsetuju (KS dengan skor 3), setuju (S dengan skor 4), dan sangat setuju (SS dengan skor 5), masing-masing nilai dari pilihan tersebut dapat dilihat berikut ini:

Tabel 3.2
Skala Pengukuran Kusioner

No	Keterangan (Pilihan)	Score
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Kurang Setuju	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

4. Dokumentasi

Studi

dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan mempelajari

⁶⁴Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta. 2008. Hal. 426

catatan-catatan mengenai data pribadi responden.⁶⁵ Dokumentasi dilakukan dengan mempelajari dokumen secara tertulis, catatan, buku-buku teori yang mendukung dalam perolehan data, yang dapat memberikan pengaruh sumber daya manusia, infrastruktur dan promosi terhadap pariwisata di Kota Langsa.

3.5 Jenis Dan Sumber Data Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.⁶⁶

- a. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumber data yang pertama dilokasi penelitian atau objek penelitian.⁶⁷
- b. Data Sekunder merupakan data yang telah dikumpulkan oleh pihak yang diolah dan dipublikasikan untuk kepentingan tertentu.⁶⁸ Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari katalog-katalog, koran, data perusahaan, website.

3.6 Variabel Operasional

3.6.1 Definisi Variabel Operasional

⁶⁵Idrianto Dan Supomo. *Metodologi Penelitian Bisnis*. (Yogyakarta: BPFE UGM, 2002) Hal. 47

⁶⁶Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi (Mixed Methods)*, Bandung: ALFABETA, 2013, Hal. 11

⁶⁷Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial Dan Ekonomi*, Jakarta: Kencana, 2013, Hal. 132.

⁶⁸Lijan Poltak, Sinambela. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014, Hal. 112.

1. Sumber Daya Manusia (X1) adalah salah satu faktor yang sangat penting bahkan tidak dapat dilepaskan dari sebuah organisasi, baik institusi.⁶⁹
2. Infrastruktur (X2) adalah jasa atau layanan mendasar yang memberikan kenyamanan dan kemudahan dalam kegiatan industri, pertanian serta pembangunan ekonomi lainnya.⁷⁰
3. Promosi (X3) adalah tindakan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempengaruhi pengunjung secara langsung maupun tidak langsung untuk meningkatkan jumlah pengunjung.⁷¹
4. Kunjungan pariwisata (Y) adalah dorongan seseorang untuk melakukan kegiatan berkunjung ke tujuan yang didatangi.⁷²

Tabel 3.2

Definisi Operasional Variabel

Jenis Variabel	Definisi	Indikator
Sumber Daya Manusia (X1)	Sumber daya manusia adalah salah satu faktor yang sangat penting bahkan tidak dapat dilepaskan dari sebuah organisasi, baik institusi maupun perusahaan	a) Wisatawan b) Industri c) Masyarakat d) Lembaga pemerintah intah

⁶⁹Sedarmayanti. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Grasindo. 2008. Hal. 23

⁷⁰Hapsari, Tunjung. 2011, *Pengaruh Infrastruktur Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah. Hal.134

⁷¹Arif Yusuf Hamali, *Pemahaman Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*,...Hal.206

⁷²Nuraeni, Bellinda Sofia. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Kunjungan Ulang Wisatawan Museum Ranggawarsita Semarang". *Jurnal Bisnis Strategi*, Vol .23 No. 1. Semarang: Universitas Diponegoro. 2014. Hal.4

<p>Infrastru (X2)</p>	<p>Infrastruktur mengacu pada fasilitas kapital fisik dan terasuk pula kerangka kerja organisasional, pengetahuan dan teknologi yang penting untuk organisasi masyarakat dan pembangunan ekonomi mereka.</p>	<p>a) infrast kepari b) infrast peleng c) Infrast penun kepari</p>
<p>Promosi (X3)</p>	<p>Promosi adalah tindakan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempengaruhi pengunjung secara langsung maupun tidak langsung untuk meningkatkan jumlah pengunjung</p>	<p>a) <i>Person</i> b) <i>Mass</i> c) <i>Sales</i> d) <i>Public</i> e) <i>Direct</i></p>
<p>Kunjung Pariwisat (Y)</p>	<p>Kunjungan pariwisata adalah dorongan seseorang untuk melakukan kegiatan berkunjung ke tujuan wisata</p>	<p>a) Faktor b b) Faktor s c) Faktor p d) Faktor p</p>

3.7. Teknik Analisis Data

3.7.1 Uji Validitas Dan Uji Realibilitas

3.7.1.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan derajat antara dua yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian dengan kata yang dilaporkan oleh peneliti. Kaitan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan uji validitas untuk mengetahui sejauh mana instruent pengukur dalam menjalankan fungsi pengukurannya, karena validitas

merupakan pengujian yang menunjukkan sejauh mana instrumen yang digunakan mampu mengukur apa yang harusnya diukur. Pengukuran valid atau tidaknya instrumen penelitian dapat dilihat dari r_{hitung} dan nilai r_{tabel} .

Adapun kriteria penerimaan atau penolakan hipotesa adalah sebagai berikut:

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ (dengan sig 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ (dengan sig 0,05) atau r_{hitung} negatif, maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (tidak valid).⁷³

3.7.1.2 Uji Realibilitas

Realibilitas adalah alat untuk mengukur suatu kusioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kusioner dikatakan reliabel apabila jawaban seseorang terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk mengukur reliabel atau tidaknya suatu kusioner maka digunakan program SPSS dengan uji statistik Cronbach Alpha.⁷⁴ Hasil uji realibilitas dilihat dengan cara membandingkan antara nilai alpha (α) dengan nilai standar alpha. Jika nilai alpha (α) lebih besar dari 0,60, maka hasilnya adalah reliabel.⁷⁵

3.8 Uji Asumsi Klasik

3.8.1 Uji Normalitas

Uji

Normalitas bertujuan untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu distribusi

⁷³*Ibid.* Hal.182

⁷⁴Imam Ghozali. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. (Semarang:Badan Penerbit UNDIP, 2005) Hal. 48.

⁷⁵*Ibid.*Hal.49

data. Uji normalitas adalah membandingkan antara data yang kita miliki dan data berdistribusi normal memiliki mean dan standart deviasi yang sama dengan kita. Uji Normalitas menjadi hal penting karena salah satu syarat pengujian *parametric-test* (uji paraetik) adalah data harus memiliki distribusi normal (atau berdistribusi normal).⁷⁶ Pada penelitian ini menggunakan uji normalitas dengan rasio skewness dan rasio kontosis berada diantara -2 hingga 2 , maka dapat disimpulkan bahwa data distribusikan data adalah normal.⁷⁷

3.8.2 Uji Linearitas

Uji

ini digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Apakah fungsi yang digunakan dalam suatu studi empiris sebaiknya berbentuk linear, kuadrat atau kubik. Dalam hal ini, pengujian linearitas dilakukan dengan pendekatan atau analisis tabel ANOVA. Kriteria yang diterapkan untuk menentukan kelinearitasan garis regresi adalah nilai koefisien signifikansi. Jika koefisien signifikansi lebih besar dari *alpha* yang ditentukan, yaitu 5%, maka dapat dinyatakan bahwa regresi berbentuk linear.⁷⁸

3.8.3 Uji Multikolinearitas

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah tiap-tiap variabel saling berhubungan secara linear. Uji multikolinearitas dapat dilihat dari *Variance Inflation Factor* (VIF) dan nilai *Tolerance*. Kedua ukuran ini menunjukkan sikap

⁷⁶Haryadi Sarjono dan Winda Julianita. *SPSS vs LISREL: sebuah Aplikasi untuk riset*. Jakarta: Salemba Empat, 2011. Hal. 53.

⁷⁷Rambat Lupiyoadi, Ridho Braulya Ikhsan, *Praktikum Metode Dan Bisnis*, Jakarta: Salemba Empat, 2015. Hal. 137.

⁷⁸Imam Ghozali. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss*. (Semarang:Badan Penerbit Undip, 2005) Hal. 147.

variabel independen manakah yang dijelaskan variabel independen lainnya. Multikolinearitas terjadi jika nilai tolerance < 0.10 atau sama dengan dengan $VIF > 10$. Jika nilai VIF tidak ada yang melebihi 10, maka dapat dikatakan bahwa multikolinearitas yang terjadi tidak berbahaya (lolos uji multikolinearitas).⁷⁹

3.8.4 Uji Heteroskedastisitas

Uji

heteroskedastisitas menurut wijaya, heteroskedastisitas menunjukkan bahwa varians variabel tidak sama untuk semua pengamatan dan observasi. Jika varians dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain tetap maka disebut homoskedastisitas. Model regresi yang paling baik adalah terjadi homoskedastisitas model, atau tidak terjadi heteroskedastisitas.⁸⁰ Pada penelitian ini menggunakan alat statistik uji scatterplot dengan asumsi apabila semakin tidak signifikan variabel penjelas mengindikasikan bahwa model sudah terbebas dari gejala heteroskedastisitas atau tidak ada gejala heteroskedastisitas ($>0,05$).⁸¹

3.8.5 Uji Autokorelasi

Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah terjadi korelasi antara satu periode dengan periode sebelumnya ($t-1$). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Model regresi yang baik adalah bebas dari autokorelasi. Salah satu cara mengidentifikasinya adalah dengan melihat nilai Durbin Watson (D-W):⁸²

⁷⁹Imam Ghozali. *Aplikasi Analisis Multivariate* (Semarang:Badan Penerbit UNDIP, 2016) Hal. 103-104.

⁸⁰Haryadi Sarjono dan Winda Julianita. *Spss Vs Lisrel: Sebuah Aplikasi Untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat, 2011. Hal. 66.

⁸¹Rambat Lupiyoadi, Ridho Braulya Ikhsan. *Praktikum Metode Dan Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat, 2015. Hal. 141.

⁸²Azuar Juliandi Dan Irfan, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif Untuk Ilmu-Ilmu Bisnis*, Hal. 173.

- a. Jika nilai D-W dibawah -2 berarti ada autokorelasi positif
- b. Jika nilai D-W diantara -2 sampai +2 berarti tidak ada autokorelasi
- c. Jika nilai D-W diatas +2 berarti ada autokorelasi negatif

3.9 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda adalah regresi linear untuk menganalisis besarnya hubungan dan pengaruh variabel independen yang jumlahnya lebih dari dua.⁸³

Adapun persamaan model regresi berganda tersebut adalah;

$$Y=a+b_1X_1+b_2X_2+b_3X_3+e$$

Keterangan:

Y : Kunjungan Pariwisata

A : Bilangan Konstan

x₁ : Sumber daya manusia

x₂ : Infrastruktur

x₃ : Promosi

b₁,b₂,b₃ : Koefisien regresi untuk masing-masing variabel independen

E : Error

3.10. Uji Hipotesis

Peng

ujian hipotesis dilakukan dengan pengujian statistik sehingga relatif mendekati suatu kebenaran yang di harapkan. Dengan demikian, orang lebih mudah menerima suatu penjelasan pengujian, sampai sejauh mana hipotesis penelitian diterima atau ditolak.⁸⁴

3.10.1. Uji T (Uji Parsial)

⁸³Irianto. *Statistik: Konsep Dasar Dan Aplikasinya*. Jakarta: Kencana. 2007. Hal. 270

⁸⁴Burhan Bungin. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana. 2009. Hal. 82

Uji T pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. dalam hal ini yang perlu diperhatikan adalah tabel *coefficients* dengan kriteria penerimaan/penolakan hipotesis adalah sebagai berikut:⁸⁵

1. Jika nilai probabilitas > taraf signifikan sebesar 0,05 maka H₀ diterima.
2. Jika nilai nilai probabilitas < taraf signifikan sebesar 0,05 maka H₀ ditolak.

Adapun kriteria penerimaan/penolakan hipotesa adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai t hitung > t tabel maka hipotesa dapat diterima. artinya ada pengaruh antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).
2. Jika nilai t hitung < t tabel maka hipotesis dapat ditolak. artinya tidak ada pengaruh antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

3.10.2.

Uji F

(Uji Simultan)

Uji

signifikan simultan (Uji F) ini dilakukan untuk mengetahui tingkat signifikan pengaruh seluruh variabel independen terhadap variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama. Dalam uji ini hal yang diperhatikan adalah tabel ANOVA dengan kriteria penerimaan/penolakan yaitu sebagai berikut:⁸⁶

1. Jika nilai probabilitas yang dihitung > probabilitas yang ditetapkan sebesar 0,05 (sig>0,05) maka H₀ diterima.

⁸⁵*Ibid.* Hal.176

⁸⁶Azuar Juliandi dan Irfan. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. (Bandung: Citapustaka Medis Perinstis,2013),Hal. 175.

2. Jika nilai probabilitas yang dihitung $<$ probabilitas yang ditetapkan sebesar 0,05 (sig $<$ 0,05) maka H_0 ditolak.

Adapun kriteria penerimaan/penolakan hipotesa adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai f hitung $>$ f tabel maka ada pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat terikat (Y) atau hipotesa diterima.
2. Jika nilai f hitung $<$ f tabel aka tidak ada pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) atau hipotesa ditolak.⁸⁷

3.10.3.

Uji

koefisien determinasi (R^2)

Koefisien deteminasi sering disimbolkan dengan R^2 pada prinsipnya mengukur seberapa besar kemampuan model menjelaskan variasi variabel dependen. Apabila nilai koefisien determinasi dalam model regresi semakin kecil (mendekati nol) berarti semakin kecil pengaruh semua variabel independen terhadap dependen.⁸⁸ Nilai yang mendekati satu bearti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksikan variasi variabel dependen. banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan R^2 pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik. Tidak seperti nilai Adjusted R^2 dapat naik atau turun apabila suatu variabel independen ditambahkan kedalam model.

⁸⁷*Ibid.* Hal. 90

⁸⁸Erwan Agus Purwanto Dan Dyah Ratih Sulistyastuti. *Metode Penelitian Kuantitatif Administrasi Publik Dan Masalah-Masalah Sosial*. Hal. 193-195

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Sejarah dan Gambaran Umum Kota Langsa

4.1.1 Sejarah Kota Langsa

Sebelum ditetapkan menjadi Kota Langsa, Kota Langsa adalah bagian dari Kabupaten Aceh Timur yang ibukota kabupatennya adalah Langsa dan merupakan kota administratif yang dibentuk berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 64 tahun 1991 tanggal 22 Oktober 1991 dan diresmikan oleh menteri dalam negeri Republik Indonesia pada tanggal 2 April 1992 kemudian Sesuai dengan perkembangan provinsi Nanggroe Aceh Darussalam baik dari segi budaya politik dan ekonomi provinsi ini semakin dituntut mengembangkan diri khususnya dari segi pemerintahan sehingga pada tahun 2001 terbentuklah kota Langsa yang merupakan pemekaran dari Kabupaten Aceh Timur berdasarkan undang-undang nomor 3 tahun 2001 pada tanggal 21 Juni 2001 dan peresmiannya dilaksanakan di Jakarta pada tanggal 17 Oktober 2001 oleh Menteri Dalam Negeri atas nama presiden Republik Indonesia pejabat Walikota pertama yaitu H. Azhari Aziz SH,MM yang dilantik oleh Gubernur Nanggroe Aceh Darussalam pada tanggal 17 Oktober 2001 di Banda Aceh dan sebagai Walikota Definitif hasil Pilkadaung 2006 adalah Drs. Zulkifli Zainon, MM yang dilantik oleh Gubernur Nanggroe Aceh Darussalam pada tanggal 14 Maret 2007 di Langsa pada awal terbentuknya Kota Langsa terdiri dari 3 kecamatan yaitu Kecamatan Langsa Barat Kecamatan Langsa Kota dan Kecamatan Langsa Timur dengan jumlah desa sebanyak 45 desa atau Kampung dan 6 Kelurahan kemudian dimekarkan menjadi 5 Kecamatan

berdasarkan kanon kota Langsa nomor 5 tahun 2007 tentang pembentukan Kecamatan Langsa Lama dan Langsa Baru. Kota Langsa adalah salah satu Kota yang berda di provinsi Aceh, Indonesia. Kota Langsa adalah kota yang menerapkan hukum syariat islam. Kota Langsa berada kurang lebih 400 km dari Kota Banda Aceh. Pada tahun 2021, jumlah penduduk Kota Langsa sebanyak 185.622 jiwa, dengan kepadatan 707 jiwa/km². Pada awalnya Kota Langsa berstatus Kota Administratif sesuai dengan peraturan pemerintah Nomor 64 tahun 1991 tentang pembentukan Kota Administratif Langsa. Kota Administratif Langsa diangkat statusnya menjadi Kota Langsa berdasarkan Undang-Undang Nomor 3 tanggal 21 Juni 2001. Hari jadi Kota Langsa ditetapkan pada tanggal 17 Oktober 2001. Kota Langsa terkenal sebagai kota pendidikan, kota perdagangan, kota kuliner makanan dan kota wisata.⁸⁹

4.1.2 Letak Geografis

Kota Langsa merupakan daerah dari pemekaran Aceh Timur. Terletak lebih kurang 400 km dari Kota Banda Aceh. Kota Langsa sebelumnya berstatus kota administratif sesuai dengan Peraturan Pemerintah Nomor 64 Tahun 1991 tentang pembentukan Kota administratif. Langsa kemudian ditetapkan statusnya menjadi kota dengan Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2001. Berdasarkan Undang-Undang nomor 3 tahun 2001 Kota Langsa memiliki luas 262, 41 Km² dengan letak geografis 04°24'35.68"-04°33'47.03" Lintang Utara 97°53'14.59"-98°04'42.16" Bujur Timur. Yang berbatasan sebelah Utara dengan Aceh Timur dan Selat Malaka, sebelah Timur dan Kabupaten Aceh Tamiang dan sebelah Barat dengan Kabupaten Aceh Timur.

⁸⁹Kota Langsa Dalam Angka Tahun 2020. Hal. 6

Kota Langsa juga mempunyai dataran rendah dan bergelombang serta sungai-sungai, dengan curah hujan rata-rata tiap tahunnya dengan kisaran 1.850-4.013 mm, dimana suhu udara berkisar antara 28°C-33°C serta berada pada ketinggian antara 0-29 m diatas permukaan laut, kelembaban nisbi Kota Langsa rata-rata 75%. Secara topografi Kota Langsa terletak pada dataran aluviasi pantai dengan elevasi berkisar sekitar 8 m dari permukaan laut dibagian barat daya dan selatan dibatasi oleh pegunungan lipatan bergelombang sedang, dengan elevasi sekitar 75 m, sedangkan dibagian timur merupakan endapan rawa-rawa dengan penyebaran cukup luas.⁹⁰

4.1.3 Karakteristik Responden

Karakteristik responden pada penelitian ini adalah pengunjung di pariwisata Kota Langsa. Karakteristik responden tersebut terdiri dari jenis kelamin, usia, dan pariwisata yang sering dikunjungi. Deskripsi karakteristik responden disajikan sebagai berikut:

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin disajikan pada tabel

4.1 berikut ini;

⁹⁰Ibid.Hal. 7

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Perempuan	71	71%
Laki-laki	29	29%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer Tahun 2021

Berdasarkan tabel 4.1 diatas menyatakan bahwa dari 100 responden dominasi oleh perempuan, yaitu sebanyak 71 responden atau setara 71% sedangkan jumlah responden laki-laki sebanyak 29 responden atau setara dengan 29%.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia disajikan pada tabel 4.2 berikut ini:

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia		
Keterangan	Jumlah	Persentase
13-20 tahun	35	35%
20-30 tahun	51	51%
30-42 tahun	10	10%
43> tahun	4	4%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer Tahun 2021

Berdasarkan tabel 4.2 diatas menyatakan bahwa dari 100 responden, diantaranya terdiri responden yang berusia 13-20 sebanyak 35 responden, usia 20-30 tahun sebanyak 51 responden, usia 30-42 tahun sebanyak 10 responden, usia 43> tahun sebanyak 4 responden.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir disajikan pada tabel 4.3 berikut ini:

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tingkat Pendidikan Terakhir		
Keterangan	Jumlah	Persentase
SMP	23	23%
SMA/SMK	63	63%
S1 (Strata Satu)	12	12%
S2 (Pascasarjana)	2	2%
S3 (Strata Tiga)	-	-
Total	100	100%

Sumber: Data Primer Tahun 2021

Berdasarkan tabel 4.3 diatas menyatakan bahwa dari 100 responden, diantaranya terdiri dari responden yang tingkat pendidikan SMP sebanyak 23 responden, SMA/SMK 63 responden, S1 sebanyak 12 responden, S2 sebanyak 2 responden dan S3 sebanyak Nol responden.

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan Pekerjaan disajikan pada tabel 4.4 berikut ini;

Tabel 4.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan		
Keterangan	Jumlah	Persentase
Pelajar/Mahasiswa	85	85%
Pegawai Negeri	3	3%
Pegawai Swasta	3	3%
Wiraswasta	3	3%
Lainnya	6	6%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer Tahun 2021

Berdasarkan tabel 4.4 diatas menyatakan bahwa dari 100 responden, diantaranya terdiri responden yang pekerjaannya sebagai mahasiswa/pelajarsebanyak 85 responden, pegawai negeri sebanyak 3 responden, pegawai swasta sebanyak 3 responden, wiraswasta sebanyak 3 responden dan lainnya sebanyak 6 responden.

5. Karakteristik Responden Berdasarkan Kota Asal

Karakteristik responden berdasarkan Kota Asal disajikan pada tabel 4.5 berikut ini;

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Kota Asal

Kota Asal		
Keterangan	Jumlah	Persentase
Kota Langsa	63	63%
Luar Kota Langsa	37	37%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer Tahun 2021

Berdasarkan tabel 4.5 diatas menyatakan bahwa dari 100 responden dominasi oleh Kota Langsa, yaitu sebanyak 63 responden atau setara 63% sedangkan luar Kota Langsa 37 responden atau setara dengan 37%.

6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pariwisata yang sering dikunjungi

Karakteristik responden berdasarkan pariwisata yang sering dikunjungi disajikan pada tabel 4.6 berikut ini:

Tabel 4.6
Karakteristik Responden Berdasarkan Pariwisata Yang Sering Dikunjungi

Pariwisata Yang Sering Dikunjungi		
Keterangan	Jumlah	Persentase
Hutan Mangrove Kuala Langsa	24	24%
Hutan Kota Langsa	10	10%
Mutiara Water Park	7	7%
Taman Bambu Runcing	27	27%

Vitra Tirta Raya Swimming Pool	10	10%
Pusat Jajanan Kuliner	12	12%
Royal Water Boom	9	9%
Museum Kota Langsa	1	1%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer Tahun 2021

Berdasarkan tabel 4.6 diatas menyatakan bahwa dari 100 responden, diantaranya terdiri dari 27 responden yang sering berkunjung ke Hutan Mangrove Kuala Langsa, Hutan Kota Langsa sebanyak 10 responden, Mutiara Water Park sebanyak 7 responden, Taman Bambu Runcing sebanyak 27 responden, Vitra Tirta Raya Swimming Pool sebanyak 10 responden, Pusat Jajanan Kota Langsa sebanyak 12 responden, Royal water boom sebanyak 9 responden, Museum Kota Langsa sebanyak 1 responden.

4.1.4 Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas

4.1.4.1

Hasil

Uji Validitas

Uji

validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu pernyataan dalam kusioner. Pengujian ini diuji menggunakan teknik korelasi *Product Moment*. Dimana suatu pernyataan dalam kusioner dikatakan valid apabila memiliki nilai r hitung $>$ r tabel. Uji Validitas akan menguji masing-masing variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini. Berikut adalah hasil uji validitas dari variabel

sumber daya manusia, infrastruktur, dan promosi terhadap kunjungan pariwisata di Kota Langsa.

a. Variabel Sumber Daya Manusia

Tabel 4.7

Hasil Uji Validitas Sumber Daya Manusia

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
X1.1	1,000	0,194	Valid
X1.2	0,274	0,194	Valid
X1.3	0,691	0,194	Valid
X1.4	0,225	0,194	Valid

Sumber: data diolah dengan SPSS 2.2

Tabel

4.7 diatas menunjukkan bahwa pada variabel sumber daya manusia memiliki kriteria valid pada semua pertanyaan. Hal tersebut berdasarkan nilai r hitung yang lebih besar dari nilai r tabel. Maka dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan pada variabel sumber daya manusia adalah valid.

b. Variabel Infrastruktur

Tabel 4.8

Hasil Uji Validitas Infrastruktur

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
X2.1	1,000	0,194	Valid

X2.2	0,675	0,194	Valid
X2.3	0,385	0,194	Valid

Sumber: data diolah dengan SPSS 2.2

Tabel 4.8 diatas menunjukkan bahwa pada variabel Infrastruktur memiliki kriteria valid pada semua pertanyaan. Hal tersebut berdasarkan nilai r hitung yang lebih besar dari nilai r tabel. Maka dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan pada variabel infrastruktur adalah valid.

c. Variabel Promosi

Tabel 4.9

Hasil Uji Validitas Promosi

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
X3.1	1,000	0,194	Valid
X3.2	0,417	0,194	Valid
X3.3	0,366	0,194	Valid
X3.4	0,375	0,194	Valid
X3.5	0,222	0,194	Valid

Sumber: Data Diolah Dengan SPSS 2.2

Tabel 4.9 diatas menunjukkan bahwa pada variabel promosi memiliki kriteria valid pada semua pertanyaan. Hal tersebut berdasarkan nilai r hitung yang lebih besar dari nilai r tabel. Maka dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan pada variabel promosi adalah valid.

d. Variabel Kunjungan Pariwisata

Tabel 4.10

Hasil Uji Validitas Kunjungan Pariwisata

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
Y1.1	1,000	0,194	Valid
Y2.2	0,274	0,194	Valid
Y3.3	0,691	0,194	Valid
Y4.4	0,225	0,194	Valid

Sumber: Data Diolah Dengan SPSS 2.2

Tabel 4.10 diatas menunjukkan bahwa pada variabel Kunjungan Pariwisata memiliki kriteria valid pada semua pertanyaan. Hal tersebut berdasarkan nilai r hitung yang lebih besar dari nilai r tabel. Maka dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan pada variabel promosi adalah valid.

4.1.4.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan suatu alat untuk mengukur suatu kusioner yang merupakan indikator dari variabel. Jika sebuah instrumen penelitian dapat mengukur sebuah variabel pada suatu saat dan kelak juga dapat digunakan untuk mengukur variabel yang sama diwaktu lainnya, itu disebut reliabilitas.⁹¹ SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan menggunakan uji statistik *Cronbach's Alpha* > 0,60.⁹² Perhitungan koefisien *Cronbach's Alpha* dilakukan dengan menggunakan software SPSS versi 2.2 berikut ini adalah hasil uji reliabilitas dari variabel sumber daya manusia, infrastruktur, dan promosi.

Tabel 4.11

Hasil Uji Reliabilitas

⁹¹Syahrum Dan Salim. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Citapustaka Media, 2012. Hal 133

⁹²Ibid. Hal 134

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
Sumber daya manusia	741	4	Reliabel
Infrastruktur	550	3	Reliabel
Promosi	781	5	Reliabel
Kunjungan pariwisata	328	4	Reliabel

Sumber: Data Diolah Dengan SPSS 2.2

Tabel 4.11 diatas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* ke 4 variabel tersebut menunjukkan angka yang $> 0,60$, maka dapat disimpulkan bahwa pertanyaan pada kusioner ke 4 variabel tersebut reliabel.

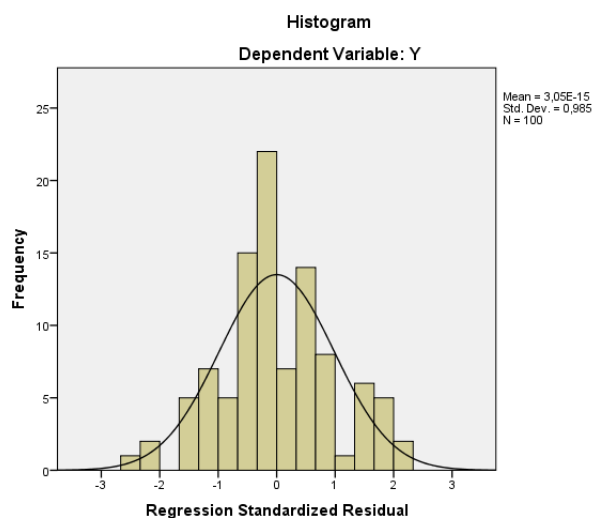
4.1.5 Uji Asumsi Klasik

4.1.5.1 Uji Normalitas

Apapun tujuan dari penggunaan uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah data berasal dari populasi berdistribusi normal atau tidak.⁹³Data yang digunakan dalam uji normalitas adalah data dari sumber daya manusia (X1), infrastruktur (X2) dan promosi (X3) terhadap kunjungan pariwisata (Y) di Kota Langsa, perhitungan data dilakukan dengan software SPSS 2.2 berikut ini hasil dari uji normalitas.

Gambar 4.1

Kurva Histogram



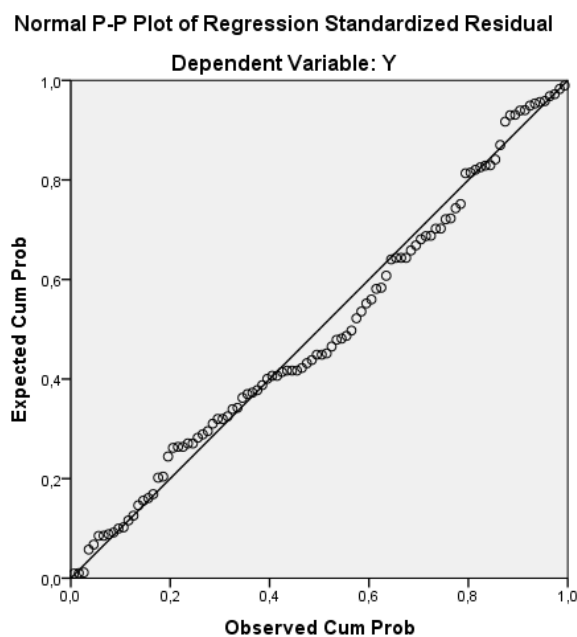
⁹³Rambat Lupi;
Empat. 2015.Hal 137

Sumber:Data Diolah Dengan SPSS 2.2

Gambar diatas menunjukkan bahwa kurva histogram *regression standarized residual* tersebut terbentuk seperti lonceng.⁹⁴ Maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual pada model regresi tersebut adalah normal.

Gambar 4.2

Normal P-Plot



Sumber:Data Diolah Dengan SPSS 2.2

Dengan melihat Gambar 4.2 *Normal P – Plot* dapat diketahui bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka data terdistribusi dengan normal dan model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

4.1.5.2 Uji Multikolinearitas

⁹⁴Suliyanto. *Ekonometrika Terapan Teori & Aplikasi Dengan SPSS*. Yogyakarta: ANDI. 2011. Hal. 69

Uji Multikolinieritas disini adalah untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas, dasar pengambilan keputusan dengan berdasarkan nilai VIF. Jika $VIF < 10,00$ maka tidak terjadi multikolinieritas dan apabila $VIF > 10,00$ maka terjadi multikolinieritas.⁹⁵

Tabel 4.12

Hasil Uji Multikolinieritas

		Coefficients ^a	
		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	SUMBER DAYA MANUSIA	,789	1,267
	INFRASTRUKTUR	,809	1,235
	PROMOSI	,659	1,516

a. Dependent Variable: KUNJUNGAN PARIWISATA
Sumber: Data Diolah Dengan SPSS 2.2

Berdasarkan tabel 4.12 diatas menunjukkan dari hasil uji *Variance Inflation Factor* (VIF) pada hasil output SPSS pada tabel *Coefficient*, variabel sumber daya manusia memiliki nilai VIF sebesar 1.267, infrastruktur sebesar 1.235, dan promosi sebesar 1.516. Maka seluruh variabel memiliki nilai VIF yang tidak lebih dari 10^{96} , maka dapat disimpulkan bahwa pada semua variabel penelitian tersebut tidak terjadi gejala multikolinieritas.

4.1.5.3 Uji Autokorelasi

Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah terjadi korelasi antara satu periode t dengan periode sebelumnya (t-1). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan

⁹⁵Imam Ghozali. *Aplikasi Analisis Multivariate*. Semarang ; Badan Penerbit UNDP. 2016. Hal . 103

⁹⁶Ibid. Hal. 81-82.

ada problem autokorelasi. Model regresi yang baik adalah bebas dari autokorelasi. Salah satu cara mengidentifikasinya adalah dengan melihat nilai Durbin Watson (D-W):⁹⁷

- a) Jika nilai D-W dibawah -2 berarti ada autokorelasi positif
- b) Jika nilai D-W diantara -2 sampai +2 berarti tidak ada autokorelasi
- c) Jika nilai D-W diatas +2 berarti ada autokorelasi negatif

Dari perhitungan diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.8
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,558 ^a	,411	,302	1,94469	1,654

a. Predictors: (Constant), PROMOSI, INFRASTRUKTUR, SUMBER DAYA MANUSIA

b. Dependent Variable: KUNJUNGAN PARIWISATA

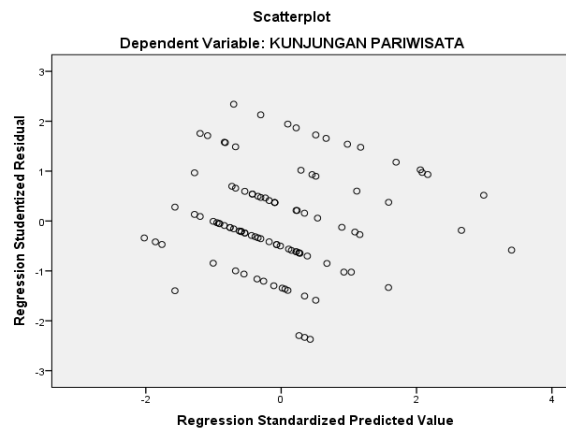
Sumber: Data Diolah Dengan SPSS 2.2

Dari hasil pengujian tersebut diperoleh nilai D-W yang dihasilkan dari model regresi adalah 1,654. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai D-W berada diantara -2 sampai +2 dengan demikian regresi dalam penelitian ini tidak ada autokorelasi. Sehingga asumsi klasik dari penelitian ini terpenuhi.

4.1.5.4 Uji Heterokedastisitas

Dari hasil pengolahan data menggunakan SPSS 2.2, maka hasil *scatterplot* dapat dilihat pada gambar berikut:

⁹⁷Azuar Juliandi dan Irfan, *Metodelogi Penelitian Kuantitati Untuk Ilmu-Ilmu Bisnis*, Hal. 173.

Gambar 4.2**Scatterplot**

Sumber: Data Diolah Dengan SPSS 2.2

Dari

grafik diatas menunjukkan bahwa *Scatterplot* yang terdapat pada gambar memperlihatkan butiran-butiran menyebar secara acak dan menyebar diatas ataupun dibawah angka nol pada sumbu Y⁹⁸. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedasitas pada model regresi.

4.1.5.5 Uji Linearitas

Uji ini digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak.⁹⁹

Tabel 4.13**Hasil Uji Linearitas**

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig
Kunjungan Pariwisata*SumberDaya Manusia	14,238	7	2,034	1,243	0.288

⁹⁸Ibid. Hal 95.

⁹⁹Azuar Juliandi Dan Irfan. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung : Citapustaka Medis Perintis. 2013. Hal 180

Kunjungan Pariwisata*Infrastruktur	23,050	5	4,610	3,319	0,018
Kunjungan Pariwisata*Promosi	17,018	11	1,547	871	0,571

Sumber: data diolah dengan SPSS 2.2

Berdasarkan tabel 4.13 diatas dinilai signifikansi pada kolom *Deviation from linearity* pada semua variabel menunjukkan angka yang lebih besar dari nilai alpha sebesar 0,05, ($X_1 0,288 > 0,05$), ($X_2 0,018 > 0,05$), ($X_3 0,571 > 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan linear antara variabel Sumber daya manusia, infrastruktur dan variabel promosi Dengan Kunjungan Pariwisata.

4.1.6 Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk melakukan pengujian hipotesis penelitian, model yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi berganda dengan menggunakan SPSS 2.2 berikut merupakan hasil output regresi linear berganda:

Tabel 4.14

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	4,693	1,889		2,484	,015
	Sumber Daya Manusia	,498	,105	,448	4,753	,000
	Infrastruktur	,417	,151	,260	2,765	,007
	Promosi	,415	,081	,087	2,035	,471

a. Dependent Variable: Kunjungan Pariwisata
Sumber: Data Diolah Dengan SPSS 2.2

Berdasarkan hasil yang di dapat dari pengolahan koefisien regresi di atas maka dapat dibuat persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 4,693 + 0,498X_1 + 0,417X_2 + 0,415X_3 + e$$

Dimana;

Y = Kunjungan Pariwisata

X1 = Sumber daya manusia

X2 = Infrastruktur

X3 = Promosi

E = residual error masing-masing variabel

Berdasarkan persamaan berikut dapat dijelaskan bahwa:

- a. Nilai konstan (Y) sebesar 4.693 menjelaskan bahwa variabel Sumber daya manusia, Infrastruktur dan Promosi adalah nol (0) maka variabel kunjungan pariwisata di Kota Langsa akan meningkat sebesar 4.693 satuan.
- b. Nilai koefisien Sumber daya manusia (X1) sebesar 0,498 memperlihatkan bahwa variabel Sumber daya manusia berpengaruh positif terhadap kunjungan pariwisata di Kota Langsa artinya jika variabel Sumber daya manusia ditingkatkan 1 satuan, maka kunjungan pariwisata akan meningkat sebesar 0,498 satuan.
- c. Nilai koefisien Infrastruktur (X2) sebesar 0,417 memperlihatkan bahwa variabel Infrastruktur berpengaruh positif terhadap kunjungan pariwisata di Kota Langsa artinya jika variabel Infrastruktur ditingkatkan 1 satuan, maka kunjungan pariwisata akan meningkat sebesar 0,417 satuan.
- d. Nilai koefisien Promosi (X3) sebesar 0,415 memperlihatkan bahwa variabel Promosi berpengaruh positif terhadap kunjungan pariwisata di

Kota Langsa artinya jika variabel Promosi ditingkatkan 1 satuan, maka kunjungan pariwisata akan meningkat sebesar 0,415 satuan.

4.1.7 Uji Hipotesis

4.1.7.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui seberapa pengaruh variabel independent secara individual terhadap variabel dependent.

Tabel 4.15

Hasil Uji Parsial (Uji t)

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,693	1,889		2,484	,015
	Sumber Daya					
	Manusia	,498	,105	,448	4,753	,000
	Infrastruktur	,417	,151	,260	2,765	,007
	Promosi	,415	,081	,087	2,035	,471

a. Dependent Variable: Kunjungan Pariwisata
Sumber: Data Diolah Dengan SPSS 2.2

Pengujian hipotesis secara parsial bertujuan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya pengaruh antara variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Berdasarkan tabel 4.15 di atas terlihat bahwa hasil uji t digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh seluruh masing-masing variabel independen secara individu (parsial) terhadap variabel terikat adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Sumber Daya Manusia (X1) Terhadap Kunjungan Pariwisata (Y)

H_1 : Sumber Daya Manusia berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kunjungan Pariwisata di Kota Langsa.

Berdasarkan Tabel 4.15 diatas menunjukkan bahwa nilai variabel Sumber Daya Manusia t_{hitung} sebesar $4,753 > 0,1984$, dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < \alpha 0,05$ maka H_0 ditolak. Artinya Sumber Daya Manusia berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kunjungan Pariwisata, dengan demikian hipotesis diterima.

2. Pengaruh Infrastruktur (X2) Terhadap Kunjungan Pariwisata (Y)

H_2 : Infrastruktur berpengaruh positif dan signifikan terhadap kunjungan pariwisata di Kota Langsa.

Berdasarkan Tabel 4.12 diatas menunjukkan bahwa nilai variabel Infrastruktur t_{hitung} sebesar $2,765 > 0,1984$, dengan nilai signifikansi sebesar $0,001 < \alpha 0,05$ maka H_0 ditolak. Artinya infrastruktur berpengaruh positif dan signifikan terhadap kunjungan pariwisata di Kota Langsa, dengan demikian hipotesis diterima

3. Pengaruh Promosi (X3) Terhadap Kunjungan Pariwisata (Y)

H_3 : Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kunjungan pariwisata di Kota Langsa.

Berdasarkan Tabel 4.12 diatas menunjukkan bahwa nilai variabel Infrastruktur t_{hitung} sebesar $2,035 > 0,1984$, dengan nilai signifikansi sebesar $0,471 > \alpha 0,05$ maka H_0 diterima. Artinya promosi berpengaruh positif

dan signifikan terhadap kunjungan pariwisata di Kota Langsa, dengan demikian hipotesis diterima

4.1.7.2

Uji

Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independent (sumber daya manusia, infrastruktur dan promosi) berpengaruh terhadap variabel dependent (kunjungan pariwisata).¹⁰⁰

Tabel 4.15

Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	164,255	3	54,752	14,478	,000 ^b
	Residual	363,055	96	3,782		
	Total	527,310	99			

a. Dependent Variable: Kunjungan Pariwisata

b. Predictors: (Constant), Promosi, Infrastruktur, Sumber Daya Manusia

Sumber: Data Diolah Dengan SPSS 2.2

Berdasarkan Tabel 4.15 pengujian hipotesis yang menyatakan ada pengaruh secara simultan (keseluruhan) sumber daya manusia, infrastruktur dan promosi terhadap kunjungan pariwisata di Kota Langsa dapat dilihat dari hasil uji F pada tabel. Nilai $F_{hitung} = 14,478 > F_{tabel} 2,70$ dengan nilai signifikan = 0,000. Dengan demikian nilai signifikan ($0,000 < 0,05$), maka terdapat pengaruh yang signifikan antara sumber daya manusia, infrastruktur dan promosi terhadap kunjungan pariwisata di Kota Langsa.

4.1.7.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

¹⁰⁰Azuar Juliandi Dan Irfan. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung : Citapustaka Medis Perintis. 2013. Hal 176

Koefisien determinasi (R square) digunakan untuk mengetahui persentase variasi dalam variabel independen yang dijelaskan oleh variabel dependent.

Tabel 4.16

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,558 ^a	,401	,390	1,94469

a. Predictors: (Constant), Promosi, Infrastruktur, Sumber Daya Manusia
Sumber: Data Diolah Dengan SPSS 2.2

Pada

Tabel 4.16 menunjukkan nilai *adjusted R*² sebesar 0,401 yang berarti bahwa 40,1% variasi nilai kunjungan pariwisata di Kota Langsa ditentukan oleh tiga variabel yang berpengaruh yaitu sumber daya manusia, infrastruktur dan promosi. Sedangkan sisanya (100% - 40,1% = 59,9%) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam persamaan tersebut diatas.

4.2 Interpretasi Hasil Penelitian

1. Pengaruh Sumber Daya Manusia Terhadap Kunjungan Pariwisata Di Kota Langsa

Berdasarkan hasil uji t diperoleh nilai t hitung sebesar 4,753 dan t tabel sebesar 1.984, maka t hitung > t tabel sedangkan nilai signifikan sebesar 0,000 < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa sumber daya manusia memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kunjungan pariwisata.

Hasil

penelitian mendukung hasil penelitian yang dilakukan sri pajriah, dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa sumber daya manusia memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kunjungan pariwisata. Berdasarkan teori sedarmayanti bahwa sumber daya manusia merupakan seluruh aspek yang mendukung kegiatan wisata baik bersifat *tangible* dan *intangible* yang bertujuan memenuhi kebutuhan dan mewujudkan terciptanya kepuasan wisatawan serta berdampak positif terhadap ekonomi, kesejahteraan, dan kelestarian lingkungan budaya disuatu kawasan daerah.¹⁰¹

2. Pengaruh Infrastruktur Terhadap Kunjungan Pariwisata Di Kota Langsa

Berd

asarkan hasil uji t diperoleh nilai t hitung sebesar 2,765 dan t tabel sebesar 1.984, maka t hitung > t tabel sedangkan nilai signifikan sebesar 0,001 < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa infrastruktur berpengaruh secara signifikan terhadap kunjungan pariwisata.

Hasil penelitian mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh munifah suryani harahap, dimana hasil penelitiannya menunjukan bahwa infrastruktur berpengaruh secara signifikan terhadap kunjungan Pariwisata.

Hal

ini sesuai dengan teori dalam *tourism planning* bahwa apabila infrastruktur

¹⁰¹Uwantoro Gamal. *Dasar-Dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi. 2013. Hal 25

dalam konteks perencanaan mengacu pada segala bentuk konstruksi diatas maupun bawah tanah yang dapat menyediakan kebutuhan dasar untuk menunjang pembangunan perkotaan, industri dan pariwisata. Setiap daerah juga memiliki daya tarik pariwisata yang berbeda-beda, namun pemerintah juga harus optimis dalam meningkatkan infrastruktur yang baik dan lengkap maka kunjungan wisatawan juga semakin meningkat.¹⁰²

3. Pengaruh Promosi Terhadap Kunjungan Pariwisata Di Kota Langsa

Berdasarkan hasil uji t diperoleh nilai t hitung sebesar 2,035 dan t tabel sebesar 1.984, maka $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ sedangkan nilai signifikan sebesar $0,471 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa Promosi berpengaruh secara signifikan terhadap kunjungan pariwisata.

Hasil penelitian ini sejalan yang dilakukan Rini Apriyani, dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa promosi berpengaruh secara signifikan terhadap kunjungan pariwisata.

Hal ini sesuai dalam teori Novalina Gromang dalam promosi wisata beranjak dari prediksi dan berkaitan dengan upaya memicu kemungkinan penjualan wisata, promosi wisata ini meliputi seluruh kegiatan yang direncanakan

¹⁰²Sedarmayanti. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Grasindo. 2016.Hal 30

termasuk dalam penyebaran informasi, iklan, film, brosur, buku panduan, poster dan lain-lain.¹⁰³

4. Pengaruh Sumber Daya Manusia, Infrastruktur dan Promosi Terhadap Kunjungan Pariwisata Di Kota Langsa.

Hasil

output uji F diatas menunjukkan nilai F hitung sebesar 14,478 sedangkan nilai F tabel sebesar 2,70 bearti nilai F hitung > F tabel dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama variabel sumber daya manusia, infrastruktur dan promosi berpengaruh secara signifikan terhadap kunjungan pariwisata.

Hasil

penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan Rini Apriyani, dimana hasil penelitiannya menunjukan bahwa promosi berpengaruh secara signifikan terhadap kunjungan pariwisata. Kemudian hasil penelitian yang dilakukan munifah suryani harahap bahwa infrastruktur berpengaruh secara signifikan terhadap kunjungan pariwisata.

¹⁰³Noalina Gromang. *Peranan Promosi Wisata*. Bandung: Universitas widyatama.2013.Hal.20

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh Sumber daya manusia, infrastruktur dan promosi secara simultan dan parsial terhadap kunjungan pariwisata di Kota Langsa. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat ditarik kesimpulan sesuai perumusan masalah yakni sebagai berikut:

1. Sumber daya manusia terhadap kunjungan pariwisata di Kota Langsa memiliki pengaruh positif dan signifikan. hal ini dibuktikan dari nilai t hitung sebesar $2,854 > t$ tabel sebesar $1,984$, sedangkan nilai signifikannya sebesar $0,005 < 0,05$. Artinya seluruh sumber daya manusia yang berperan penting dalam pariwisata di Kota Langsa sudah mewujudkan minat kunjungan sehingga terciptanya kesenangan serta kenyamanan kepada pengunjung.
2. Infrastruktur terhadap kunjungan pariwisata di Kota Langsa memiliki pengaruh positif dan signifikan. hal ini dibuktikan dari nilai t hitung sebesar $1,992 > t$ tabel sebesar $1,984$, sedangkan nilai signifikannya sebesar $0,191 > 0,05$. Artinya infrastruktur memberikan tawaran destinasi wisata yang menarik untuk berkunjung di pariwisata Kota Langsa.
3. Promosi terhadap kunjungan pariwisata di Kota Langsa memiliki pengaruh yang positif dan signifikan. hal ini dibuktikan dari nilai t hitung sebesar $2,046 > t$ tabel sebesar $1,984$, sedangkan nilai signifikannya sebesar $0,567 > 0,05$. Artinya promosi yang telah dilakukan oleh pemerintah daerah dan pengelola pariwisata di Kota Langsa memberikan promosi secara maksimal sehingga memberikan minat kunjungan terhadap pengunjung.

4. Pengaruh Sumber daya manusia, infrastruktur Dan promosi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan, hal ini dibuktikan dari output uji F sebesar $5.754 > F$ tabel sebesar 2,70, nilai signifikan sebesar $0,001 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan secara bersama-sama semua variabel berpengaruh secara signifikan terhadap kunjungan pariwisata di Kota Langsa.

5.2 Saran

Dari

pembahasan dan kesimpulan mengenai penelitian ini maka penulis ingin memberikan beberapa saran diantaranya:

1. Bagi Pemerintah

Pemerintah daerah terus menggali potensi wisata yang ada baik potensi alam, seni budaya, kerajinan, maupun kuliner dan tak kalah pentingnya meningkatkan kapasitas sumber daya manusia pariwisata daerah, melengkapi infrastruktur pariwisata yang baik dan memadai, tetap melakukan promosi destinasi pariwisata di Kota Langsa dengan mengadakan secara daring dan memberikan kesempatan kepada pelaku usaha untuk dapat berpartisipasi sehingga dapat melakukan penjualan paket-paket wisata.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan sebagai sumber informasi dan sebagai tambahan kepustakaan yang berhubungan dengan pengaruh kunjungan pariwisata di Kota Langsa bagi penelitian-penelitian yang akan datang, serta dapat memberikan kontribusi keilmuan bagi semua aktifitas akademik dalam bidang ekonomi.

DAFTAR PUSTAKA

- Azuar Juliandi dan Irfan. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Citapustaka Medis Perinstis, 2013
- A.J. Muljadi. Andri Warman, *Kepariwisata Dan Perjalanan*, Jakarta: Rajawali Pers, 2016.
- Alquran Karim
- Ahyak, Skripsi: “*Strategi Pengelolaan Pariwisata Halal Kota Surabaya*”, Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2018.
- Basu Swasta Dan Irawan. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty, 2003.
- Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*, Jakarta: Kencana, 2013.
- _____. *Metode Penelitian Sosial Dan Ekonomi*. Jakarta: Prenada Media Group, 2013.
- Budiman Iskandar, et. al., *Strategi Pemerintah Kota Langsa dalam Mengembangkan Obyek Wisata Halal*”. Jurnal Samudra Dan Bisnis, Vol 1, No 1, Januari 2020.
- Suyitno. “*Perencanaan Wisata*”. Yogyakarta: Penerbit Kanisius. 2001. Erwan Agus Purwanto dan Dyah Ratih Sulistyastuti. *Metode Penelitian Kuantitatif Administrasi Publik Dan masalah-Masalah Sosial*. 2012
- Hapsari, Tunjung. *Pengaruh Infrastruktur Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah. 2011.
- Heri Sudarsono. *Konsep Ekonomi Islam Edisi Pertama Cetakan Ketiga*. Yogyakarta: EKONISIA. 2004.
- Haryadi Sarjono dan Winda Julianita. *SPSS vs LISREL: sebuah Aplikasi untuk riset*. Jakarta: Salemba Empat, 2011.
- Iqbal Arisa, Mahdi Syahbandir “*Kebijakan Pemerintah Aceh Tengah Dalam Mengembangkan Pariwisata*” dalam Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah, Vol.4 Nomor 1, Februari 2019.
- Ismayanti. *Pengantar Pariwisata*. Jakarta: PT Gramedia Widisarana. 2010.

- Imam Ghozali. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang:Badan Penerbit UNDIP, 2005.
- Aplikasi Analisis Multivariate*. Semarang:Badan Penerbit UNDIP, 2016.
- I Gade Pitana. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Jakarta: Pradnya Paramita. 2009
- Lijan Poltak, Sinambela. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta:Graha Ilmu, 2014.
- Rambat Lupiyoadi, Ridho Braulya Ikhsan, *Praktikum Metode dan Bisnis*, Jakarta: Salemba Empat, 2015.
- Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen*.2010.
- Sedarmayanti.*Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Grasindo. 2008
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi (Ixed Methods)*, Bandung: ALFABETA, 2013.
- Novalina Gromang. *Peranan Promosi Wisata*.Bandung: Universitas widyatama.2013.
- Triana, Skripsi: *AnalisisPotensiPariwisataDenganMengoptimalkanIndustriKreatif Di DIY*. Yogyakarta: SunanKalijaga, 2017.
- Undang-Undang No 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan.
- V.Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015.
- Widodo, *Metodologi Penelitian Populer Dan Praktis*, Jakarta: Rajawali Pers, 2017.
- YusakAnshori, *Tourism Board Strategi Promosi Pariwisata Daerah*, Surabaya: ITS Press, 2010
- Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran Jilid 2 Edisi Kesebelas*. Jakarta: PT. Prehallindo. 2000.
- Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2011 *Tentang rencana Induk Pengembangan Kepariwisataaan Nasional 2010-2025*.
- Yoeti, Oka A. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Penerbit Angkasa.2008

Yeni Anggraini, *Peran Promosi Dan Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Wisatawan Di Objek Wisata ndayu Alam Asri*. Skripsi: Fakultas Sastra dan Seni Rupa Universitas Sebelas Maret Surakarta, 2009

Pemerintah Aceh “ *Pemko Langsa Gencar Kembangkan Sektor Pariwisata*” (Di Akses Melalui [Http://Www.Langsakota.Go.Id/](http://www.langsakota.go.id/) Pada Tanggal 29 Januari 2020 Pukul 13.15 Wib)..

Zikriatul Ulya, *Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Pembelajar Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Inovasi Produk Sebagai Variabel Intervening. Studi Kasus Pada Industri Kecil Pengelola Pisang Sale Di Kabupaten Aceh Timur-Aceh*, Tesis, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sumatera Utara. 2015.

LAMPIRAN

Lampiran 1

KUSIONER PENELITIAN

Pengaruh Sumber Daya Manusia, Infrastruktur Dan Promosi Terhadap Kunjungan Pariwisata Di Kota Langsa

Saya Ayu Syinan Royani Nst, mahasiswa IAIN Langsa. Dengan ini memohon kesediaan bapak/ibu/saudara/i untuk mengisi daftar kusioner yang telah saya berikan. Kusioner ini dibuat untuk menunjang penelitian guna menyelesaikan strata 1 (S1) Ekonomi Syariah sekaligus mendapatkan gelar sarjana di program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Langsa. Informasi yang bapak/ibu/saudara/i berikan akan saya jaga keamanan dan kerahasiaannya. Serta tidak akan digunakan untuk kepentingan lain.

Atas kesediaan dan partisipasinya bapak/ibu/saudara.i sekalian, saya ucapkan terima kasih.

Bagian I Identitas Responden (centang (√) salah satu)

Nama :

Jenis Kelamin : () Laki-laki () Perempuan

Usia : () 13-20 tahun () 20-30 tahun
() 30-42 tahun () >43 tahun

Pendidikan : () SD () SMP

Terakhir () SMA/SMK () Akademi/Perguruan Tinggi

Pekerjaan : () Pegawai Negeri () Pegawai Swasta
() Wiraswasta () Pelajar/Mahasiswa
() Lain-lain.....

Asal : () Kota Langsa () Luar Kota Langsa

Pariwisata yang sering dikunjungi : () Hutan Mangrove Kuala Langsa () Hutan Kota Langsa
() Mutiara Waterpark () Taman Bamboo Runcing
() Pusat Jajanan Kota Langsa () Vitra Tirta Raya Swimming Pool

() Royal Water Boom

() Museum Kota Langsa

Bagian II. Petunjuk Pengisian

Berilah tanda centang (√) pada salah satu jawaban yang paling sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu/Saudara/I.

Kriteria penilaian:

Sangat Setuju (SS) : Nilai 5

Setuju (S) : Nilai 4

Kurang Setuju (KS) : Nilai 3

Tidak Setuju (TS) : Nilai 2

Sangat Tidak Setuju (STS) : Nilai 1

Bagian III. Pertanyaan Variabel Penelitian**1. Variabel Sumber Daya Manusia**

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Apakah berkunjung kepariwisata Kota Langsa paling sedikit 24 jam					
2.	Apakah tersedianya usaha wisata yang menghasilkan barang atau jasa bagi pengunjung (hotel, biro perjalanan, atraksi hiburan, kerajinan tangan, lembar panduan wisata, dsb)					
3.	Apakah adanya kepedulian masyarakat terhadap pariwisata di Kota langsa					
4.	Apakah adanya Dukungan pemerintah terhadap kegiatan pengembangan obyek wisata di Kota Langsa					

2. Variabel Infrastruktur

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Apakah tersedianya sarana dan prasarana sosial publik (biro perjalanan, restoran, hotel, bank, kantor pos, pasar dan pusat infomasi)					
2.	Apakah tersedianya sarana dan prasarana sosial budaya (kesehatan, peribadatan, dan lain-lain)					
3.	Apakah tersedianya infrastruktur penunjang pariwisata (karoeke dan ruang atraksi wisata)					

3. Variabel Promosi

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Apakah adanya pengenalan obyek wisata yang dilakukan pengelola kepada pengunjung					
2.	Apakah pengunjung sering melihat iklan obyek wisata Kota Langsa diberbagai media sosial					
3.	Apakah Pengunjung sering melihat event-event menarik di obyek wisata Kota Langsa					
4.	Apakah Wisata Kota Langsa sesuai dengan iklan/berita yang disampaikan					
5.	Apakah pengunjung sering melihat promosi obyek wisata diberbagai jalan Kota Langsa					

4. Kunjungan Pariwisata

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Apakah Budaya Kota Langsa menarik perhatian pengunjung untuk berkunjung					
2.	Apakah berkunjung kepariwisata Kota Langsa karena teman, tetangga dan rekan kerja					
3.	Apakah kondisi ekonomi dapat mempengaruhi pengunjung untuk berkunjung kepariwisata Kota Langsa					
4.	Apakah ada Dorongan dari dalam diri pengunjung untuk mengunjungi pariwisata Kota Langsa akan menimbulkan semangat dikemudian hari untuk mengunjunginya lagi					

Lampiran 2

Hasil Uji Validitas

1. Sumber Daya Manusia (X1)

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4
X1.1	Pearson Correlation	1	,274**	,691**	,225*
	Sig. (2-tailed)		,006	,000	,024
	N	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	,274**	1	,416**	,411**
	Sig. (2-tailed)	,006		,000	,000
	N	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	,691**	,416**	1	,496**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000

	N	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	,225*	,411**	,496**	1
	Sig. (2-tailed)	,024	,000	,000	
	N	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

2. Infrastruktur (X2)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3
X2.1	Pearson Correlation	1	,675**	,385**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	,675**	1	,299**
	Sig. (2-tailed)	,000		,002
	N	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	,385**	,299**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,002	
	N	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

3. Promosi (X3)

		Correlations				
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5
X3.1	Pearson Correlation	1	,417**	,366**	,375**	,222*
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,027
	N	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	,417**	1	,401**	,526**	,613**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	,366**	,401**	1	,429**	,526**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	,375**	,526**	,429**	1	,512**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	,222*	,613**	,526**	,512**	1
	Sig. (2-tailed)	,027	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

4. Kunjungan Pariwisata (Y)

		Correlations			
		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4
Y1.1	Pearson Correlation	1	,263	,220	,332
	Sig. (2-tailed)		,100	,201	,219
	N	100	100	100	100
Y1.2	Pearson Correlation	,263	1	,064	,094
	Sig. (2-tailed)	,100		,530	,350
	N	100	100	100	100
Y1.3	Pearson Correlation	,220	,064	1	,106
	Sig. (2-tailed)	,201	,530		,294
	N	100	100	100	100
Y1.4	Pearson Correlation	,332	,094	,106	1
	Sig. (2-tailed)	,219	,350	,294	
	N	100	100	100	100

Lampiran 3**Hasil Uji Reliabilitas****1. Sumber Daya Manusia (X1)****Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,741	4

2. Infrastruktur (X2)**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,550	3

3. Promosi (X3)**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,781	5

4. Kunjungan Pariwisata (Y)**Reliability Statistics**

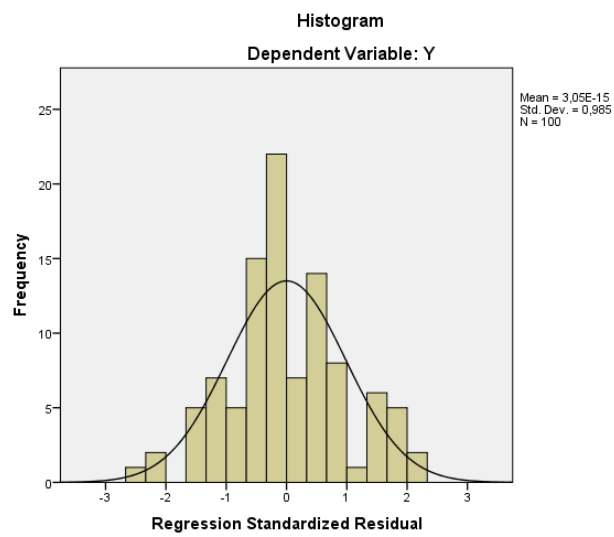
Cronbach's Alpha	N of Items
,328	4

Lampiran 4

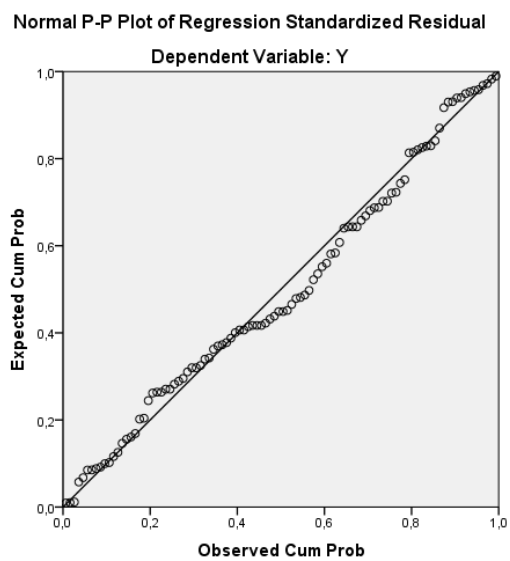
Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Hasil Uji Normalitas

Kurva Histogram



Normal P-Plot



2. Hasil Uji Linearitas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kunjungan	Between Groups	(Combined)	48,603	6	8,101	5,832	,000
Pariwisata	*	Linearity	25,554	1	25,554	18,396	,000
Infrastruktur		Deviation from Linearity	23,050	5	4,610	3,319	.,018
Within Groups			129,187	93	1,389		
Total			177,790	99			

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kunjungan	Between Groups	(Combined)	28,940	8	3,617	2,212	,034
Pariwisata	*	Linearity	14,702	1	14,702	8,988	,004
Sumber Daya		Deviation from Linearity	14,238	7	2,034	1,243	,288
Manusia	Within Groups		148,850	91	1,636		
Total			177,790	99			

ANOVA Table

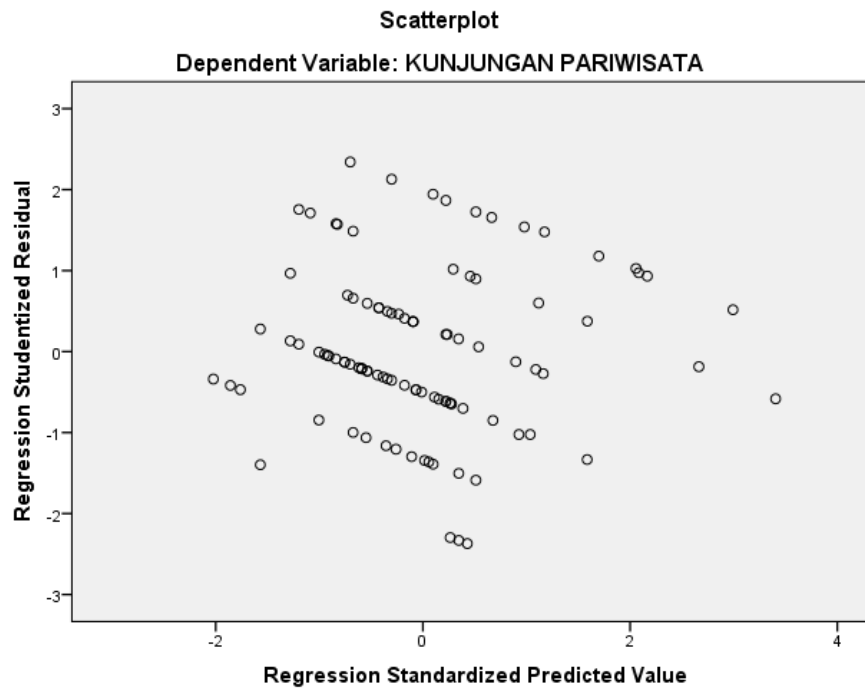
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kunjungan	Between Groups	(Combined)	23,348	12	1,946	1,096	,374
Pariwisata	*	Linearity	6,330	1	6,330	3,566	,062
Promosi		Deviation from Linearity	17,018	11	1,547	,871	,571
Within Groups			154,442	87	1,775		
Total			177,790	99			

3. Hasil Uji multikolineritas

		Coefficients ^a	
		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	SUMBER DAYA MANUSIA	,789	1,267
	INFRASTRUKTUR	,809	1,235
	PROMOSI	,659	1,516

a. Dependent Variable: KUNJUNGAN PARIWISATA

4. Hasil Uji Heteroskedosis



5. Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,558 ^a	,411	,302	1,94469	1,654

a. Predictors: (Constant), PROMOSI, INFRASTRUKTUR, SUMBER DAYA MANUSIA

b. Dependent Variable: KUNJUNGAN PARIWISATA

Lampiran 5

Hasil Uji Hipotesis

1. ANALISIS REGRESI BERGANDA

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,693	1,889		2,484	,015
	Sumber Daya Manusia	,498	,105	,448	4,753	,000
	Infrastruktur	,417	,151	,260	2,765	,007
	Promosi	,415	,081	,087	2,035	,471

a. Dependent Variable: Kunjungan Pariwisata

2. Hasil Uji Parsial (Uji T)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,693	1,889		2,484	,015
	Sumber Daya Manusia	,498	,105	,448	4,753	,000
	Infrastruktur	,417	,151	,260	2,765	,007
	Promosi	,415	,081	,087	2,035	,471

a. Dependent Variable: Kunjungan Pariwisata

3. Hasil Uji Simultan (Uji F)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	164,255	3	54,752	14,478	,000 ^b
	Residual	363,055	96	3,782		
	Total	527,310	99			

a. Dependent Variable: Kunjungan Pariwisata

b. Predictors: (Constant), Promosi, Infrastruktur, Sumber Daya Manusia

4. Hasil Uji Determinasi Koefisien (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,558 ^a	,411	,302	1,94469

a. Predictors: (Constant), Promosi, Infrastruktur, Sumber Daya Manusia



