

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI PENGUNJUNG PADA WISATA PASIR PUTIH PORSEA

Masdiani siagian ¹, Ester Mawar Siagian ², Nurlinawati Simanjuntak ³

¹Fakultas Ekonomi, Universitas Sisingamangaraja XII Tapanuli
email: 082213558968siagian@gmail.com

²Fakultas Ekonomi, Universitas Sisingamangaraja XII Tapanuli
email: estermawarsiagian@gmail.com

³Fakultas Ekonomi, Universitas Sisingamangaraja XII Tapanuli
email: linajuntak451@gmail.com

Abstract - In line with the growing number of public visits to tourism activities, an in-depth understanding of the factors influencing visitor preferences has become an essential consideration in the development of tourism destinations. This study aims to examine the extent to which internal and external factors affect visitor preferences at the Pasir Putih Porsea tourist attraction. The research employed a quantitative approach, with the population consisting of all visitors to Pasir Putih Porsea. A total of 100 respondents were selected as the sample using the Slovin formula. Data were collected through questionnaires and analyzed using multiple linear regression with the assistance of SPSS version 25.00. The analysis was conducted to identify the relationship between the independent and dependent variables. The correlation coefficients obtained for Internal Factors (X_1) and External Factors (X_2) were 0.092 and 0.177, respectively. The multiple linear regression equation derived was: $Y = 14.846 + 0.092X_1 + 0.177X_2$. The coefficient of determination (R Square) was 0.535, indicating that the two independent variables jointly explained 53.5% of the variance in visitor preferences, while the remaining 46.5% was influenced by other factors not examined in this study. The results of the partial hypothesis testing revealed that the t -value for Internal Factors was 3.299 and for External Factors was 7.425. Given the critical t -value of 1.984, it can be concluded that both Internal Factors and External Factors exert a positive and statistically significant effect on visitor preferences ($t_{count} > t_{table}$). Furthermore, the results of the simultaneous test (F -test) demonstrated that the two independent variables collectively exerted a significant influence on visitor preferences, as evidenced by an F -value of 55.876, which exceeded the critical F -value of 3.09.

Keywords: Internal Factors, External Factors, Visitor Preferences

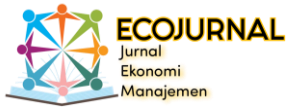
PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pariwisata merupakan sektor penting dalam pembangunan ekonomi daerah maupun nasional, tidak hanya melalui penciptaan lapangan kerja tetapi juga dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar destinasi. Wisata alam, seperti pantai dan danau, menjadi salah satu daya tarik utama bagi wisatawan domestik maupun mancanegara. Danau Toba di Provinsi Sumatera Utara adalah salah satu destinasi unggulan Indonesia yang memiliki keindahan alam dan kekayaan

budaya. Salah satu objek wisata yang menonjol di kawasan ini adalah Pantai Pasir Putih Porsea, dengan karakteristik unik berupa hamparan pasir putih di tepi Danau Toba yang jarang ditemukan pada destinasi sejenis.

Meskipun memiliki potensi besar, Wisata Pasir Putih Porsea menghadapi tantangan dalam mempertahankan jumlah kunjungan wisatawan. Data Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Toba menunjukkan bahwa jumlah kunjungan wisatawan mencapai puncaknya pada tahun 2019 sebanyak 49.901



orang, menurun drastis pada 2020 akibat pandemi COVID-19, kemudian berfluktuasi pada tahun-tahun berikutnya, dengan penurunan menjadi 34.415 orang pada tahun 2024 (data ini diambil dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Toba). Tren ini mengindikasikan perlunya strategi penguatan daya saing destinasi agar mampu bersaing dengan objek wisata lain di sekitar Danau Toba, seperti Parapat, Pulau Samosir, dan Balige.

Preferensi pengunjung merupakan salah satu faktor kunci dalam keberlanjutan pariwisata. Menurut Solomon (2020), preferensi mencerminkan pilihan individu yang dipengaruhi oleh nilai, pengalaman, dan gaya hidup. Dalam konteks pariwisata, Schiffman dan Wisenblit (2015) membedakan faktor internal seperti motivasi, persepsi, kepribadian, dan gaya hidup serta faktor eksternal seperti daya tarik destinasi, fasilitas, aksesibilitas, kebersihan, keamanan, dan promosi. Pemahaman mendalam terhadap faktor-faktor ini sangat penting agar pengelola destinasi dapat merancang strategi yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan wisatawan.

Kondisi Pasir Putih Porsea saat ini menunjukkan adanya kendala, seperti keterbatasan promosi, infrastruktur yang belum optimal, serta aksesibilitas yang kurang memadai. Faktor-faktor tersebut tidak hanya berdampak pada kepuasan wisatawan, tetapi juga memengaruhi keputusan mereka dalam memilih destinasi. Di sisi lain, perubahan tren wisata yang lebih menekankan pada pengalaman personal, keberlanjutan, dan pemanfaatan teknologi digital semakin menuntut pengelola untuk berinovasi. Tanpa adaptasi yang tepat, destinasi ini berisiko mengalami stagnasi dan penurunan daya tarik.

Oleh karena itu, analisis terhadap faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi preferensi pengunjung Pasir Putih Porsea menjadi penting dilakukan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baik secara teoritis maupun praktis, khususnya dalam perumusan strategi pengembangan pariwisata yang lebih efektif dan berkelanjutan di kawasan Danau Toba.

Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka

rumusan masalah dalam penelitian ini, Yaitu: “Bagaimana Faktor-faktor yang Mempengaruhi Preferensi Pengunjung pada Wisata Pasir Putih Porsea?”

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk Menganalisis “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Preferensi Pengunjung pada Wisata Pasir Putih Porsea”

URAIAN TEORITIS

Pengertian Wisata

Wisata adalah perjalanan yang dilakukan sementara dari tempat tinggal semula menuju ke tempat lain dengan tujuan tertentu tanpa bermaksud mencari nafkah di tempat yang dikunjungi atau kegiatan perjalanan atau aktivitas yang dilakukan seseorang atau kelompok ke suatu tempat untuk tujuan rekreasi, pendidikan, spiritual, atau pemenuhan kebutuhan tertentu.

Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun (2009) tentang Kepariwisataan mengatakan bahwa Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.

Istilah wisata, yang didefinisikan sebagai perubahan lokasi sementara bagi seseorang karena alasan apa pun selain melakukan kegiatan yang menghasilkan upah, terkait erat dengan istilah pariwisata. Oleh karena itu, perjalanan yang dilakukan oleh satu orang atau lebih dengan tujuan antara lain untuk bersenang-senang dan memuaskan rasa ingin tahu dapat dianggap sebagai perjalanan wisata.

Menurut Rayogo (2018) wisata adalah perjalanan seseorang atau sekelompok orang dari satu tempat ke tempat lain dalam jangka waktu tertentu yang dilakukan secara sukarela sebagai upaya untuk mencari keseimbangan, keserasian, dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam, dan ilmu.

Jenis-jenis Wisata

Menurut Leiper (2004:30) jenis-jenis wisata



dapat dikategorikan ke dalam beberapa jenis berdasarkan motivasi dan tujuan wisatawan. Leiper mengembangkan model pariwisata dengan tiga komponen utama: wisatawan, destinasi, dan perjalanan yang menghubungkan keduanya. Berdasarkan hal ini, berikut adalah jenis wisata menurut Leiper:

- a. Wisata Rekreasi Jenis wisata ini bertujuan untuk mendapatkan relaksasi, hiburan, dan kesenangan.
- b. Wisata Pendidikan Wisata pendidikan berkaitan dengan kegiatan yang bertujuan untuk menambah pengetahuan atau keterampilan.
- c. Wisata Petualangan Jenis wisata ini berfokus pada pengalaman yang penuh tantangan dan adrenalin, seperti hiking, arung jeram, atau olahraga ekstrem lainnya.
- d. Wisata Budaya berfokus pada kunjungan ke tempat-tempat yang memiliki nilai budaya, sejarah, atau seni.
- e. Wisata religi melibatkan perjalanan ke tempat-tempat ibadah atau situs keagamaan yang memiliki nilai spiritual.
- f. Wisata Alam Jenis wisata ini berkaitan dengan eksplorasi alam dan keindahan alam, seperti berkunjung ke taman nasional, pegunungan, pantai, atau hutan.

Indikator Wisata

Menurut McKercher (2010:88) berikut beberapa indikator penting yang dapat digunakan untuk mengukur keberhasilan destinasi wisata, antara lain:

- a. Kunjungan Wisatawan: Jumlah wisatawan yang datang ke suatu destinasi merupakan indikator utama dalam mengukur popularitas dan daya tarik suatu tempat.
- b. Pengeluaran Wisatawan: Besaran pengeluaran wisatawan dapat mencerminkan dampak ekonomi yang ditimbulkan oleh pariwisata pada suatu wilayah atau negara.

- c. Penciptaan Lapangan Kerja: Banyaknya lapangan kerja yang tercipta dalam industri pariwisata, baik secara langsung maupun tidak langsung, juga menjadi indikator penting dalam menilai kontribusi pariwisata terhadap perekonomian lokal.
- d. Dampak Lingkungan: Pengaruh aktivitas pariwisata terhadap lingkungan, seperti kerusakan ekosistem atau polusi, menjadi indikator penting dalam mengevaluasi keberlanjutan destinasi wisata.
- e. Kepuasan Wisatawan: Tingkat kepuasan wisatawan terhadap fasilitas, layanan, dan pengalaman yang mereka dapatkan selama berkunjung menjadi indikator kualitas layanan dan daya tarik destinasi.

Pengertian Preferensi Pengunjung

Preferensi pengunjung adalah suatu pilihan atau kecenderungan seseorang terhadap suatu hal berdasarkan penilaian subjektif yang dipengaruhi oleh kebutuhan, keinginan, dan pengalaman. Dalam konteks penelitian, preferensi merujuk pada pola atau kecenderungan individu dalam membuat keputusan, seperti memilih produk, jasa, atau destinasi tertentu. Preferensi terbentuk melalui proses internalisasi yang melibatkan berbagai faktor, seperti latar belakang budaya, nilai pribadi, persepsi terhadap manfaat, dan informasi yang diterima.

Menurut Schiffman dan Wisenblit (2015) preferensi Pengunjung, termasuk dalam memilih destinasi wisata, dipengaruhi oleh dua faktor utama: faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal meliputi motivasi, persepsi, kepribadian, sikap, dan gaya hidup yang berasal dari dalam diri individu. Sementara itu, faktor eksternal melibatkan elemen dari luar individu.

Jenis-jenis Preferensi Pengunjung

Menurut Kim (2020) menjelaskan bahwa preferensi pengunjung terbagi menjadi dua yaitu, preferensi individu dan sosial. Preferensi individu berkaitan dengan pilihan yang didorong oleh kebutuhan pribadi atau pengalaman unik seseorang, sedangkan preferensi sosial dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti interaksi dengan teman atau kelompok, serta nilai-nilai budaya yang berlaku dalam masyarakat. Dia



mengemukakan bahwa pembagian preferensi pengunjung menjadi dua kategori, yaitu:

- a. Preferensi individu, merujuk pada pilihan atau kecenderungan seseorang yang didasarkan pada kebutuhan, keinginan, nilai, atau persepsi pribadinya. Preferensi ini sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor internal, seperti pengalaman, motivasi, karakteristik pribadi, dan sikap. Berikut Ciri-ciri preferensi individu yaitu:
 1. Subjektif: Dipengaruhi oleh kebutuhan, keinginan, dan harapan masing-masing individu.
 2. pengalaman: Keputusan seseorang sering kali dipengaruhi oleh pengalaman positif atau negatif di masa lalu.
 3. Unik: Setiap individu memiliki preferensi yang berbeda, meskipun berada dalam situasi yang sama.
- b. Preferensi sosial, adalah pilihan atau kecenderungan yang dipengaruhi oleh interaksi sosial dan norma-norma yang berlaku di masyarakat. Dalam konteks ini, individu sering mempertimbangkan opini, kebiasaan, atau harapan dari lingkungan sosialnya saat membuat keputusan. Berikut Ciri-ciri Preferensi Sosial adalah:
 1. Dipengaruhi oleh lingkungan: Norma sosial, tradisi, dan harapan kelompok memengaruhi keputusan seseorang.
 2. Cenderung kolektif: Keputusan sering kali sejalan dengan tren atau perilaku kelompok sosial.
 3. Berdasarkan interaksi sosial: Pilihan dipengaruhi oleh rekomendasi, ulasan, atau pengalaman orang lain.

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Preferensi Pengunjung

Preferensi pengunjung dalam memilih destinasi wisata sangat dipengaruhi oleh motivasi pribadi, kebutuhan fasilitas, biaya, pengalaman sebelumnya, pengaruh sosial, informasi yang diperoleh, dan citra destinasi.

Menurut Kotler dan Keller (2016) preferensi pengunjung dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal mencakup motivasi, kebutuhan, persepsi, dan

pengalaman pribadi pengunjung. Misalnya, seseorang yang membutuhkan relaksasi setelah rutinitas kerja akan lebih cenderung memilih destinasi wisata alam seperti pantai atau pegunungan. Persepsi juga berperan penting. Jika pengunjung memiliki pengalaman positif sebelumnya, mereka akan lebih tertarik untuk kembali atau merekomendasikan tempat tersebut kepada orang lain. Menurut Kotler dan Keller juga, keputusan pengunjung dalam memilih destinasi wisata juga dapat dipengaruhi oleh dorongan (*push*) dan daya tarik (*pull*).

Indikator Preferensi Pengunjung

Menurut Ritchie (2019) ada beberapa indikator preferensi pengunjung, indikator tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Kebutuhan Pengunjung: Motivasi pengunjung untuk berwisata (rekreasi, edukasi, budaya).
- b. Minat Pengunjung: Jenis kegiatan wisata yang lebih menarik bagi pengunjung (wisata alam, hiburan, budaya).
- c. Tujuan Pribadi: Tujuan perjalanan seperti mencari relaksasi atau petualangan.

Pengertian Faktor Internal

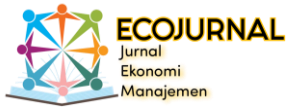
Faktor Internal adalah elemen-elemen yang berasal dari dalam diri individu yang memengaruhi preferensi seseorang dalam memilih suatu destinasi wisata. Faktor-faktor ini bersifat subjektif dan berhubungan erat dengan kebutuhan, motivasi, kepribadian, minat, dan pengalaman hidup seseorang.

Menurut Swarbrooke dan Horner (2007) Faktor internal juga mencakup gaya hidup, nilai-nilai pribadi, dan kepribadian yang mempengaruhi preferensi dalam memilih aktivitas wisata yang sesuai dengan diri mereka.

Komponen-komponen Faktor Internal

Faktor internal merupakan elemen penting yang memengaruhi perilaku dan preferensi konsumen dalam mengambil keputusan, termasuk dalam memilih destinasi wisata.

Menurut Kotler dan Keller (2016) faktor internal terdiri atas motivasi, persepsi, pembelajaran, dan sikap. Motivasi adalah dorongan internal yang mengarahkan



seseorang untuk memenuhi kebutuhannya, misalnya kebutuhan akan relaksasi atau petualangan. Persepsi adalah proses seseorang dalam menangkap dan menafsirkan informasi, seperti menilai kenyamanan dan kebersihan destinasi. Sikap menggambarkan kecenderungan seseorang untuk menyukai atau tidak menyukai suatu objek wisata berdasarkan pengalaman dan keyakinan yang dimilikinya.

Schiffman dan Wisenblit (2015) menambahkan bahwa kepribadian dan gaya hidup juga merupakan bagian dari faktor internal yang turut memengaruhi kecenderungan seseorang dalam berperilaku sebagai konsumen. Kepribadian mencerminkan karakteristik individu yang unik, seperti keberanian, kesenangan terhadap keramaian, atau ketertarikan pada alam. Sementara gaya hidup mengacu pada pola hidup seseorang yang tercermin dalam aktivitas, minat, dan opininya. Misalnya, seseorang dengan gaya hidup aktif lebih cenderung memilih wisata petualangan.

Hubungan Faktor Internal dengan Preferensi Pengunjung

Faktor internal berperan besar dalam membentuk preferensi pengunjung karena berasal dari dalam diri individu dan mencerminkan kebutuhan serta keinginannya. Hubungan antara faktor internal dan preferensi pengunjung terletak pada bagaimana faktor-faktor dalam diri seseorang seperti motivasi, persepsi, kebutuhan psikologis, pengalaman sebelumnya, kepribadian, dan sikap mempengaruhi keputusan mereka dalam memilih destinasi wisata.

Menurut Utama (2011) preferensi wisatawan berkembang sesuai dengan motivasi dan kebutuhan psikologis mereka. Misalnya, wisatawan yang mencari udara segar dan pemandangan indah cenderung memilih destinasi alam dibandingkan wisata perkotaan. Ini menunjukkan bahwa motivasi dan kebutuhan psikologis membentuk preferensi pengunjung berdasarkan apa yang mereka anggap menarik dan dibutuhkan.

Indikator Faktor Internal Preferensi Pengunjung

Menurut Schiffman dan Wisenblit (2015) Berikut adalah indikator-indikator faktor internal yang memengaruhi preferensi pengunjung wisata:

1. Motivasi seperti Keinginan untuk relaksasi atau hiburan dan dorongan untuk mencari pengalaman baru.
2. Persepsi seperti Penilaian terhadap kenyamanan destinasi, Persepsi terhadap fasilitas dan pelayanan, Persepsi terhadap harga (murah/mahal) dan juga Persepsi terhadap kebersihan dan keamanan
3. Kepribadian seperti Suka mencoba tempat baru, Lebih nyaman di tempat tenang atau ramai, Sifat petualang dan suka tantangan dan Lebih menyukai wisata alam/budaya daripada wisata modern
4. Sikap seperti Suka terhadap suasana destinasi dan Merasa puas saat berkunjung
5. Gaya Hidup seperti Sering bepergian di waktu luang, Wisata sebagai bagian dari rutinitas dan Memilih wisata sesuai dengan hobi (alam, kuliner, budaya).

Pengertian Faktor Eksternal

Faktor eksternal adalah elemen-elemen yang berasal dari luar individu atau organisasi yang dapat memengaruhi perilaku, kinerja, atau hasil tertentu. Dalam konteks pendidikan, faktor eksternal mencakup lingkungan keluarga, lingkungan sekolah, lingkungan masyarakat, dan lingkungan sekitar tempat tinggal.

Menurut Dalyono (2007:55) Faktor eksternal adalah elemen-elemen di luar diri individu yang memengaruhi pilihan atau preferensi seseorang dalam memilih destinasi wisata. Faktor ini berkaitan dengan kondisi destinasi, daya tarik yang ditawarkan, serta berbagai elemen lain yang dapat memengaruhi persepsi dan keputusan wisatawan. Faktor eksternal bersifat objektif dan sering kali menjadi aspek utama dalam pemasaran dan pengelolaan destinasi wisata.

Komponen-komponen Faktor Eksternal

Komponen adalah suatu bagian atau unsur dari suatu sistem, struktur, atau konsep yang memiliki fungsi tertentu dan berkontribusi terhadap keseluruhan fungsi atau kinerja dari sesuatu yang lebih besar. Setiap komponen dapat berdiri sendiri, tetapi biasanya saling berinteraksi dengan komponen lainnya untuk mencapai tujuan atau hasil yang diinginkan dalam suatu sistem atau konteks tertentu.

Menurut Kotler dan Keller (2016) pengaruh sosial

seperti kelompok referensi, keluarga, dan peran sosial dapat memengaruhi sikap dan keputusan konsumen, termasuk dalam konteks pariwisata. Misalnya, seseorang yang melihat teman-temannya sering berkunjung ke tempat tertentu akan cenderung memiliki minat yang sama.

Hubungan Faktor Eksternal dengan Preferensi Pengunjung

Hubungan antara faktor eksternal dan preferensi pengunjung terletak pada bagaimana elemen-elemen di luar individu mempengaruhi keputusan mereka dalam memilih suatu destinasi wisata. Faktor eksternal berasal dari lingkungan luar yang dapat mendorong atau menghambat keputusan seseorang dalam memilih destinasi wisata. Faktor-faktor seperti fasilitas, aksesibilitas, promosi, kondisi lingkungan, dan pengaruh sosial sangat mempengaruhi preferensi pengunjung. Fasilitas wisata yang lengkap dan berkualitas, seperti toilet bersih, tempat parkir luas, serta tempat makan yang nyaman, akan meningkatkan kenyamanan pengunjung dan membuat mereka lebih tertarik untuk datang.

Misalnya, kondisi ekonomi berperan dalam menentukan daya beli pengunjung, sehingga wisatawan dengan anggaran terbatas cenderung memilih destinasi yang lebih terjangkau. Promosi juga berpengaruh besar, karena informasi yang disajikan melalui media sosial, iklan, atau testimoni dari wisatawan lain dapat membentuk persepsi dan ketertarikan seseorang terhadap suatu tempat wisata.

Menurut Middleton (2018) menyatakan bahwa faktor eksternal seperti aksesibilitas, fasilitas pendukung, dan promosi memainkan peran penting dalam membentuk preferensi wisatawan. Pengaruh sosial seperti saran dari teman atau keluarga juga bisa menentukan preferensi. Jika seseorang mendapatkan rekomendasi dari orang yang dipercaya, kemungkinan besar mereka akan mengikuti saran tersebut.

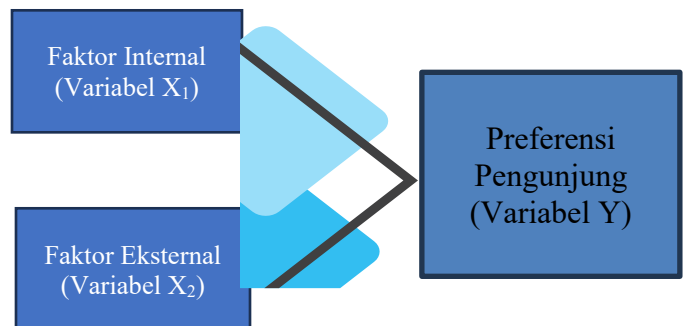
Indikator Faktor Eksternal Preferensi Pengunjung

Menurut Middleton (2001) berikut beberapa Indikator Faktor Eksternal yang mempengaruhi preferensi pengunjung:

- a. Daya Tarik Alam seperti Keunikan budaya dan sejarah, Lanskap alam dan atraksi wisata, Event atau festival yang diadakan
- b. Ketersediaan Fasilitas dan Infrastruktur
- c. Kemudahan transportasi
- d. Biaya seperti Harga tiket masuk destinasi, Biaya perjalanan dan transportasi dan Harga makanan dan layanan wisata lainnya
- e. Informasi atau Iklan seperti Pengaruh media sosial dan iklan dan Keberadaan situs web atau brosur informasi wisata
- f. Rekomendasi dari keluarga dan teman

Kerangka Berpikir

Menurut Sugiyono (2020) kerangka berpikir merupakan sebuah konsep yang menggambarkan alur logis antara variabel-variabel dalam penelitian. Kerangka berpikir berfungsi sebagai panduan dalam memahami hubungan antarvariabel yang akan diteliti.



Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran

Hipotesis

Hipotesis adalah perumusan jawaban sementara terhadap suatu masalah yang dimaksudkan dengan tuntutan sementara dalam penyelidikan untuk mencari jawaban yang sebenarnya. Adapun hipotesis dari penelitian ini adalah Faktor Internal dan Faktor Eksternal berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap preferensi pengunjung dalam memilih wisata Pasir Putih Porsea.



METODOLOGI PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Parparean II, Kecamatan Porsea, Kabupaten Toba Samosir, Provinsi Sumatera Utara, Waktu penelitian dilaksanakan mulai bulan April sampai Juni 2025.

Jenis dan Sumber Data

Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang menggunakan data numerik dan analisis statistik untuk menguji hipotesis, mengukur variabel, dan menarik kesimpulan. Jenis dan sumber data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah:

Menurut Sugiyono (2012) berdasarkan sumbernya, data dibagi menjadi dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder.

- Data Primer, adalah data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti untuk tujuan penelitian tertentu. Data primer diperoleh langsung dari responden penelitian, yaitu para pengunjung atau wisatawan yang termasuk dalam kelompok sasaran penelitian. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, pengisian kuesioner, dan observasi lapangan.
- Data Sekunder, adalah data yang mencakup informasi yang telah dipublikasikan, seperti artikel, buku, dan laporan, yang dapat digunakan untuk mendukung analisis dan memberikan konteks. Data sekunder diperoleh dari berbagai sumber, seperti dokumen resmi, laporan pemerintah, data statistik, dan literatur yang mendukung penelitian.

Populasi dan Sampel

Yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah jumlah pengunjung Wisata Pasir Putih Porsea yaitu sebanyak 34.415 pengunjung (Data jumlah pengunjung dari bulan Januari tahun 2024 sampai dengan Desember tahun 2024).

Untuk menentukan sampel pada penelitian ini maka digunakan rumus slovin yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2} = n = \frac{34.415}{1 + 34.415 (0,1)^2} = n = 99,57 \text{ (dibulatkan menjadi 100)}$$

Maka sampel dalam penelitian ini berdasarkan rumus slovin adalah sebanyak 100 pengunjung. Dengan Karakteristik sampel dalam teknik ini adalah bahwa individu yang dipilih merupakan orang-orang yang secara kebetulan berada di lokasi penelitian pada saat data dikumpulkan.

Karakteristik dalam penarikan sampel ini yaitu:

- Usia 20 tahun keatas
- Frekuensi Kunjungan (lebih dari satu kali)

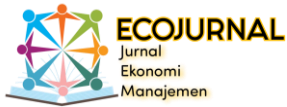
Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

- Pengamatan (*Observation*), yaitu alat pengumpulan data pada objek yang ada hubungannya dengan penelitian, dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematis gejala-gejala yang diselidiki.
- Angket (*Quisioner*), yaitu daftar pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden mengenai permasalahan yang sedang dihadapi. Kuisoner adalah alat untuk mengumpulkan data atau informasi yang dioperasikan dalam bentuk item atau pertanyaan.

Instrumen Penelitian

- Uji validitas adalah proses evaluasi untuk menentukan apakah suatu instrumen pengukuran (seperti kuesioner, tes, atau skala) benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur.
- Uji Reliabel Menurut Sugiyono (2008:329) Uji reliabel diukur dengan menggunakan teknik pengukuran reliabel yaitu *Alpha Cronbach* (α). Uji reliabel pada penelitian ini dengan menggunakan uji *statistic Cronbach Alpha* dengan menggunakan alat bantu program komputer SPSS versi 25.00.



Uji Asumsi Klasik

- a. Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel (variabel terikat dan bebas) berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah mempunyai distribusi data normal atau mendekati normal. "Terdapat 2 cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik Ghozali, (2016:154)".
- b. Uji multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF), dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut: Jika nilai *tolerance* mendekati angka 1 dan nilai VIF di bawah 10, maka tidak terjadi masalah multikolinearitas. Jika nilai *tolerance* tidak mendekati angka 1 dan nilai VIF di atas 10, maka terjadi masalah multikolinearitas, maka dapat dikatakan bahwa variabel independen yang digunakan dalam model adalah dapat dipercaya dan objektif (tidak ada multikolinearitas).
- c. Uji Heteroskedastisitas berarti varian variabel gangguan yang tidak konstan. "Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain" (Ghozali, (2016:134)).

Teknik Analisa Data

- a. Analisa Koefisien Korelasi Berganda
Menurut Riduwan (2012:238) "Korelasi berganda adalah suatu nilai yang memberikan kuatnya pengaruh atau hubungan dua variabel atau lebih secara bersama sama dengan variabel lain".
- b. Koefisien Determinasi (R^2)
Menurut Ghozali (2005:83) "koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen". Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Jika nilai R^2 berkisar antara 0 sampai dengan 1,

maka semakin kuat kemampuan variabel independen dapat menjelaskan fluktuasi variabel dependen.

- c. Analisis Regresi Linier Berganda
Menurut Ghozali (2011) "analisis yang digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen".
- d. Uji Signifikansi Parsial (Uji Statistik T)
Menurut Ghozali (2016:97) "Uji parsial pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dan menerangkan variasi variabel dependen". Dalam penelitian ini dihitung dengan menggunakan bantuan program SPSS (*Statistical Package For Social Science*) for windows versi 25.00. Kemudian nilai tersebut dibandingkan dengan $df = n-1$ tabel dengan menggunakan kesalahan 5%, dengan syarat pengujian hipotesis sebagai berikut:
 1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ terdapat variabel X_1 (Faktor Internal) dan X_2 (Faktor Eksternal) mempunyai pengaruh positif dan signifikan antara variabel Y (Preferensi Pengunjung) di Pantai Pasir Putih Porsea maka hipotesis diterima.
 2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel X_1 (Faktor Internal) dan X_2 (Faktor Eksternal) terhadap variabel Y (Preferensi Pengunjung) di Pantai Pasir Putih Porsea maka hipotesis ditolak.
- e. Uji Signifikan Simultan (Uji Statistik F)
Menurut Ghozali (2016:96) bahwa pada dasarnya "Uji statistik-F menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen". Kriteria pengujian yang digunakan dalam penelitian ini adalah:
 1. Jika tingkat signifikan $F_{hitung} > F_{tabel}$, terdapat variabel X_1 (Faktor Internal), variabel X_2 (Faktor Eksternal) terhadap variabel Y



(Preferensi Pengunjung) pada Wisata Pasir Putih Porsea diterima.

2. Jika tingkat signifikan $F_{hitung} < F_{tabel}$, terdapat variabel X_1 (Faktor Internal), variabel X_2 (Faktor Eksternal) terhadap variabel Y (Preferensi Pengunjung) pada Wisata Pasir Putih Porsea ditolak.

Indikator Penelitian

Tabel 3.1
Indikator Penelitian

| Variabel | Defenisi Operasional | Indikator | Skala |
|---------------------------|--|---|--------|
| Faktor Internal (X_1) | “Faktor internal merupakan elemen psikologis dalam diri individu yang memengaruhi proses pengambilan keputusan, termasuk dalam memilih suatu destinasi wisata. faktor internal mencakup motivasi, persepsi, kepribadian, sikap, dan gaya hidup. Faktor-faktor ini membentuk dasar perilaku konsumen yang berbeda-beda tergantung pada karakteristik personal masing-masing individu.” (Schiffman dan Wisenblit, 2015). | a. Motivasi b. Persepsi c. Kepribadian d. Sikap e. Gaya Hidup | Likert |

| | | | |
|-------------------------------|---|---|--------|
| Faktor Eksternal (X_2) | “Faktor-faktor di luar diri individu yang mempengaruhi keputusan pengunjung dalam memilih destinasi wisata seperti, daya tarik wisata, fasilitas dan infrastruktur, aksesibilitas, biaya, informasi dan iklan, serta rekomendasi dari keluarga atau teman. Faktor ini berperan penting dalam menentukan keputusan wisatawan” (Middleton, 2001). | a. Daya Tarik Alam b. Ketersediaan fasilitas dan infrastruktur c. Kemudahan transportasi d. Biaya e. Informasi atau iklan. f. Rekomendasi dari keluarga/teman. | Likert |
| Preferensi Pengunjung (Y) | “Faktor individu yang mempengaruhi pilihan pengunjung dalam memilih destinasi wisata, berdasarkan kebutuhan, minat, dan tujuan pribadi mereka” (Ritchie & Hudson, 2019). | a. Kebutuhan Pengunjung b. Minat Pengunjung c. Tujuan Pribadi | Likert |

ANALISA DAN PEMBAHASAN

Analisa Deskripsi Responden

Sebelum data dari penelitian ini diolah maka perlu disajikan terlebih dahulu deskripsi dari responden yaitu pengunjung wisata pasir putih porsea sebanyak 100 orang. Data deskripsi responden ini diperoleh dari kuisisioner yang disebar penulis.

Tabel 4.1

Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

| Jenis Kelamin | Jumlah | Persentase |
|---------------|------------------|-------------|
| Laki-laki | 31 Orang | 31% |
| Perempuan | 69 Orang | 69% |
| Jumlah | 100 Orang | 100% |

Sumber: Olahan Data 2025



Tabel 4.1 memperlihatkan bahwa dari 100 orang responden, 31 orang (31%) adalah laki-laki dan 69 orang (69%) adalah perempuan. Artinya, jumlah responden perempuan lebih banyak dibandingkan laki-laki dalam penelitian ini.

Tabel 4.2
Data Responden Berdasarkan Usia

| Usia | Jumlah | Persentase |
|---------------|------------------|-------------|
| 20-21 | 30 Orang | 30% |
| 22-23 | 28 Orang | 28% |
| 24-25 | 26 Orang | 26% |
| 28-29 | 9 Orang | 9% |
| 30-31 | 7 Orang | 7% |
| Jumlah | 100 Orang | 100% |

Sumber: Olahan Data 2025

Tabel 4.2 menunjukkan bahwa dari 100 orang responden, kelompok usia 20–21 tahun berjumlah 30 orang (30%), diikuti usia 22–23 tahun sebanyak 28 orang (28%), usia 24–25 tahun sebanyak 26 orang (26%), usia 28–29 tahun sebanyak 9 orang (9%), dan usia 30–31 tahun sebanyak 7 orang (7%). Dengan demikian, responden pada rentang usia 20–21 tahun merupakan kelompok yang paling banyak dalam penelitian ini.

Tabel 4.3
Data Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan

| Frekuensi Kunjungan | Jumlah | Persentase |
|--------------------------------|------------------|--------------|
| 2 sampai 3 kali Berkunjung | 33 Orang | 33% |
| 4 sampai 5 kali Berkunjung | 39 Orang | 39% |
| 6 sampai 7 kali Berkunjung | 7 Orang | 7% |
| 8 sampai 9 kali Berkunjung | 5 Orang | 5% |
| 10 kali Berkunjung atau Sering | 16 Orang | 16% |
| Jumlah | 100 Orang | 100 % |

Sumber: Olahan Data 2025

Tabel 4.3 menunjukkan data responden berdasarkan frekuensi kunjungan ke Wisata Pasir Putih Porsea yang maksimal lebih dari satu kali berkunjung. Sebagian besar responden, yaitu 39% responden, telah berkunjung sebanyak 4 sampai 5 kali, diikuti oleh 33% responden yang berkunjung 2 sampai 3 kali. Sementara

itu, 16% responden sering berkunjung lebih dari 10 kali. Sisanya berkunjung antara 6-7 kali dan 8-9 kali dengan persentase yang lebih kecil yaitu 7% dan 5%. Dengan demikian, responden pada frekuensi kunjungan 4 sampai 5 kali berkunjung merupakan kelompok yang paling banyak dalam penelitian ini.

Teknik Analisa Data

Analisa Koefisien Korelasi Berganda

Tabel 4.4
Uji Koefisien Korelasi Berganda

| Model Summary | | | | |
|--|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .732 ^a | .535 | .526 | 1.139 |
| a. Predictors: (Constant), FaktorEksternal, FaktorInternal | | | | |

Sumber: Olahan Data 2025

Berdasarkan Tabel Model Summary, diperoleh nilai koefisien korelasi berganda (R) sebesar 0,732, berdasarkan Tabel 3.3 pedoman interpretasi koefisien korelasi 0,600-0,799 memiliki tingkat hubungan kuat. Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara variabel Faktor Internal dan faktor Eksternal Terhadap Preferensi Pengunjung Pada wisata Pasir Putih Porsea.

Uji Koefisien Determinasi (R Square)

Tabel 4.5
Hasil R Square

| Model Summary | | | | |
|--|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .732 ^a | .535 | .526 | 1.139 |
| a. Predictors: (Constant), FaktorEksternal, FaktorInternal | | | | |

Sumber: Olahan Data 2025

Dari tabel 4.5 diatas diperoleh nilai R square sebesar 0,535 atau sebesar 53,5 %. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh faktor Internal (X₁) dan faktor eksternal (X₂) terhadap Preferensi Pengunjung (Y) pada wisata Pasir Putih Porsea adalah sebesar 53,5 % dan sisanya 46,5 % dipengaruhi oleh variabel yang lain yang tidak

dibahas dalam penelitian ini.

Analisa Regresi Linier Berganda

Tabel 4.6
Koefisien Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|-----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | | | |
| | 1 (Constant) | 14.846 | 1.294 | | |
| FaktorInternal | .092 | .028 | .257 | 3.299 | .001 |
| FaktorEksternal | .177 | .024 | .578 | 7.425 | .000 |

a. Dependent Variable: PreferensiPengunjung

Sumber: Olahan Data 2025

Berdasarkan tabel diatas, maka persamaan regresi linier dalam penelitian ini adalah:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

$$= 14,846 + 0,092 X_1 + 0,177 X_2$$

Dari persamaan regresi linier berganda di atas dapat diuraikan sebagai berikut:

- Nilai konstanta yang diperoleh sebesar 14,846 maka bila diartikan jika variabel Faktor Internal dan Faktor Eksternal bernilai 0 (konstanta) maka variabel Preferensi Pengunjung bernilai 14,846.
- Jika Nilai koefisien regresi variabel X_1 bernilai positif (+) sebesar 0,092 artinya jika variabel X_1 meningkat maka Variabel Y akan meningkat sebesar 0,092.
- Nilai koefisien regresi variabel X_2 bernilai positif (+) sebesar 0,177 artinya jika variabel X_2 meningkat maka Variabel Y akan meningkat sebesar 0,177.

Uji Signifikansi Parsial (Uji-T)

Tabel 4.7
Hasil Uji Hipotesis (Uji-T)
Coefficients^a

| Model | Unstandardized | Standardized | T | Sig |
|-------|----------------|--------------|---|-----|
|-------|----------------|--------------|---|-----|

| | | ed Coefficients | | zed Coefficients | | |
|---|-----------------|-----------------|------------|------------------|--------|------|
| | | B | Std. Error | | | |
| 1 | (Constant) | 14.846 | 1.294 | | 11.469 | .000 |
| | FaktorInternal | .092 | .028 | .257 | 3.299 | .001 |
| | FaktorEksternal | .177 | .024 | .578 | 7.425 | .000 |

a. Dependent Variable: PreferensiPengunjung

Sumber: Olahan Data 2025

Kriteria pengujian dengan tingkat signifikan (α) = 0,05 ($df = n - 1 = 100 - 1 = 99$, $t_{tabel} = 1,984$). Ditentukan sebagai berikut:

- Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka hipotesis diterima.
- Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka hipotesis ditolak.

Uji-t dilakukan untuk membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel} . Berdasarkan tabel data yang diperoleh dari hasil pengolahan data komputerisasi dengan menggunakan SPSS 25.00, maka nilai Uji-t adalah:

- Faktor Internal (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Preferensi Pengunjung (Y) pada Wisata Pasir Putih Porsea. Hal ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} (3.299) > t_{tabel} (1,984)$. Sesuai kriteria pengujian, maka hipotesis diterima.
- Faktor Eksternal (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Preferensi Pengunjung (Y) pada Wisata Pasir Putih Porsea. Hal ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} (7.425) > t_{tabel} (1,984)$. Sesuai kriteria pengujian, maka hipotesis diterima.

Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Tabel 4.8
Uji Signifikansi Simultan (Uji F)
ANOVA^a

| Model | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
|--------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 Regression | 145.076 | 2 | 72.538 | 55.876 | .000 ^b |
| Residual | 125.924 | 97 | 1.298 | | |
| Total | 271.000 | 99 | | | |

a. Dependent Variable: PreferensiPengunjung

b. Predictors: (Constant), FaktorEksternal, FaktorInternal

Sumber: Olahan Data 2025

Berdasarkan Tabel 4.8, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 55.876. Nilai ini kemudian dibandingkan dengan F_{tabel} yang dihitung berdasarkan derajat kebebasan (dk) pembilang yaitu $k = 2$ (jumlah variabel independen, yaitu Faktor Internal dan Faktor Eksternal), dan $dk = n - k - 1 = 100 - 2 - 1 = 97$, dengan taraf signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Hasil perhitungan menunjukkan bahwa F_{hitung} sebesar 55,876 jauh lebih besar dari F_{tabel} (3,09) dan nilai signifikansi (Sig) sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara simultan antara Faktor Internal (X_1) dan Faktor Eksternal (X_2) terhadap Preferensi Pengunjung (Y) pada wisata Pasir Putih Porsea. Dengan demikian, model regresi yang digunakan dalam penelitian ini layak untuk menjelaskan hubungan antara variabel-variabel tersebut.

KESIMPULAN

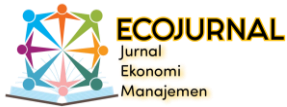
Penelitian ini berjudul "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Pengunjung pada Wisata Pasir Putih Porsea", dengan tujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh faktor internal dan faktor eksternal terhadap preferensi pengunjung. Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan terhadap 100 responden. Berdasarkan uraian dan pembahasan diatas, penelitian ini menyimpulkan bahwa:

- Nilai koefisien korelasi berganda (R) sebesar 0,732, yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara variabel-variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.
- R Square sebesar 0,535 atau sebesar 53,5 %. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh Faktor Internal (X_1) dan Faktor Eksternal (X_2) adalah sebesar 53,5 % dan sisanya sebesar 46,5 % dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dibahas pada penelitian ini.
- Hasil pengujian yang telah diperoleh persamaan regresi linier Berganda sebagai berikut: $Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 = 14,846 + 0,092 X_1 + 0,177 X_2$. Persamaan regresi diatas dapat dijelaskan bahwa jika Faktor Internal (X_1) dan Faktor Eksternal (X_2) atau $X=0$ maka nilai Preferensi Pengunjung (Y) akan naik sebesar 14,846.

- Faktor Internal (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Preferensi Pengunjung (Y) pada Wisata Pasir Putih Porsea. Hal ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} (3,299) > t_{tabel} (1,984)$. Sesuai kriteria pengujian, maka hipotesis diterima.
- Faktor Eksternal (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Preferensi Pengunjung (Y) pada Wisata Pasir Putih Porsea. Hal ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} (7,425) > t_{tabel} (1,984)$. Sesuai kriteria pengujian, maka hipotesis diterima.
- Berdasarkan hasil perhitungan data komputerisasi dengan menggunakan program SPSS versi 25.00 maka F_{hitung} sebesar 55,876. Sesuai dengan syarat pengujian bahwa $F_{hitung} 55,876 > F_{tabel} 3,09$. ini berarti kedua variabel tersebut, yaitu Faktor Internal dan Faktor Eksternal secara simultan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Preferensi Pengunjung pada Wisata Pasir Putih Porsea. Dengan demikian H_0 diterima dan menolak H_1 .

REFERENSI

- Dalyono, M. (2007). **Psikologi Pendidikan**. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ghozali, I. (2016). **Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS**. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kim, H. B. (2020). **Tipologi preferensi pengunjung wisata**. Jurnal Manajemen Pariwisata.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). **Manajemen pemasaran (Edisi ke-13)**. Jakarta: Erlangga.
- Leiper, N. (2004). **Manajemen pariwisata**. Jakarta: Prenada Media
- McKercher, B. (2010). **Perilaku wisatawan: Perspektif internasional**. Yogyakarta: Andi.
- Middleton, V. T. C. (2011). **Pemasaran dalam perjalanan dan pariwisata**. Jakarta: Kencana.
- Rayogo, Y. (2018). **Pengantar ilmu pariwisata**. Yogyakarta: Deepublish.



- [9]. Ritchie, B. J. R. (2019). **Pengukuran kepuasan dan preferensi pengunjung.** Jurnal Riset Pariwisata.
- [10]. Salomon, M. R. (2020). **Perilaku konsumen: Membeli, memiliki, dan menjadi.** Jakarta: Salemba Empat
- [11]. Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2015). **Perilaku konsumen (Edisi kesebelas).** Jakarta: Indeks.
- [12]. Sugiyono. (2020). **Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.** Bandung: Alfabeta.
- [13]. Swarbrooke, J., & Horner, S. (2007), ***Consumer Behaviour In Tourism (2nded).*** Oxford: Butterworth-Heinemam.
- [14]. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009. **Tentang Kepariwisataan.** Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 11.
- [15]. Utama. (2011). **Pemasaran Pariwisata.** Yogyakarta: Andi.