

PENGARUH HARGA TERHADAP MINAT BELI TIKET OBJEK WISATA AQUALAND KOTA SERANG

Oleh :

Mahmud Ali¹⁾, Arif²⁾, Miftah Faiz A.R³⁾

faizmiftah412@gmail.com

Ilmu Administrasi Niaga, Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Banten^{1,2,3)}

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui harga tiket objek wisata Aqualand Kota Serang, untuk mengetahui minat beli tiket pada objek wisata Aqualand Kota Serang, dan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Harga terhadap Minat Beli Tiket Objek Wisata Aqualand. Penelitian menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif, menggunakan sampel 100 responden dengan teknik probability sampling. Hasil Analisis Korelasi diperoleh nilai r sebesar 0,747, berdasarkan interval koefisien korelasi (0,600 – 0,799) menyatakan adanya tingkat hubungan yang kuat. Sedangkan nilai koefisien determinasi sebesar 55,8% dapat diartikan bahwa variabel harga memberikan kontribusi sebesar 55,8%. Kemudian hasil uji signifikansi korelasi dengan menggunakan uji t hipotesis, diketahui t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $11,119 > 1,661$. Hal ini membuktikan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Pada dasarnya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga terhadap minat beli tiket objek wisata Aqualand Kota Serang. Saran kepada pihak Aqualand agar mempertimbangkan ulang dalam penentuan harga tiket masuk, dengan perbandingan wisata air di sekitar kota Serang atau yang berada di Provinsi Banten, dan lebih mempertimbangkan antara harga dan fasilitas yang ada serta pelayanan yang maksimal, supaya pengunjung dapat lebih merasa puas dan dapat dengan mudah mempromosikan Aqualand kepada orang lain.

Kata kunci : Harga, Minat Beli, Aqualand Kota Serang

ABSTRACT

The objectives of this study are to ascertain the cost of tickets for the Aqualand tourist attraction in Serang City, gauge consumer interest in purchasing tickets there, and ascertain the degree to which pricing affects consumer interest in purchasing tickets. Using probability sampling procedures to select a sample of 100 respondents, the study employs descriptive quantitative research methods. Based on the correlation coefficient interval (0.600 – 0.799), the Correlation Analysis results showed a r value of 0.747, indicating the presence of a substantial level of association. In the meantime, the price variable contributes 55.8%, according to the coefficient of determination value of 55.8%. Next, based on the correlation significance test findings utilizing the hypothesis t test, it is established that the estimated t value, or $11.119 > 1.661$, is more than the t table. This demonstrates that H_a is approved and H_0 is refused. Price essentially has a favorable and considerable impact on interest in purchasing tickets for Serang City's Aqualand tourist attraction. Recommendations to Aqualand regarding the price of the entrance ticket should

be reevaluated in light of the water tourism in the Banten Province and around the city of Serang. The emphasis should be on price, current amenities, and optimal service to ensure that guests are satisfied and can readily recommend Aqualand to others.

Keywords: Aqualand Serang City, Price, and Purchase Interest

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan kegiatan atau perjalanan yang dilakukan untuk liburan atau rekreasi ke suatu tempat dan perlu persiapan untuk kegiatan ini. Kegiatan wisata merupakan suatu kegiatan perjalanan baik individu maupun grup dari tempat tinggal menuju suatu tempat tertentu untuk mendapatkan pengalaman di luar aktivitas kesehariannya.

Wisata Aqualand Serang menawarkan produk pada pengunjung berupa fasilitas dan lainnya bertujuan untuk menarik minat pengunjung, seperti tersedianya berbagai jenis kolam mulai dari kolam balita, anak-anak sampai orang dewasa dan juga tersedia kolam arus. Peningkatan atau penambahan fasilitas ini bertujuan untuk menarik banyak konsumen kedepannya, menurut hasil wawancara penulis dengan beberapa wisatawan di lokasi mereka menceritakan hal positif dan sesekali merekomendasikan Wisata Aqualand Serang sebagai tujuan wisata, selain dekat dengan pusat kota Serang fasilitas juga memadai, namun mereka selalu meragukan kesediaan membayar para konsumen karena harga yang kerap dinilai terlalu mahal.

Tabel.1

Harga Tiket Aqualand Tahun 2016- 2022

No	Tahun	Harga
1	2016 – 2017	Rp.15.000,-
2	2018 – 2019	Rp.25.000,-

3	2020 – 2021	Rp.35.000
4	2021 – 2022	Rp.40.000,-

Sumber Aqualand, 2022

Tabel di atas menunjukkan kenaikan harga tiket tiap tahunnya pada Wisata Air Aqualand Serang, menurut ibu Elmi sebagai manajer operasional, kenaikan harga tiket ini dipengaruhi oleh penambahan fasilitas dan memperbanyak kolam renang, berbagai fasilitas penunjang dan lainnya demi meningkatkan kenyamanan para pengunjung dan kepuasan serta kepercayaan pengunjung. Berikut dalam tabel perbandingan harga tiket masuk dengan wisata yang lain.

Tabel.2

Perbandingan Harga Tiket Masuk dengan Wisata Lain 2022

No	Nama Wisata	Harga Tiket Masuk
1	Kolam Renang Tembong	Rp.20.000
2	Cirahab	Rp.5000
3	Batu Kuwung	Rp.15.000

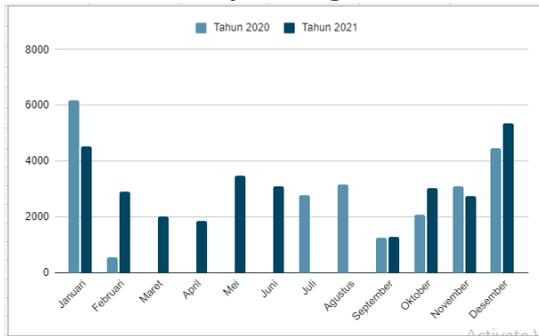
Sumber: Hasil Kunjungan tahun 2022.

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan perbandingan harga tiket masuk pada objek wisata di Kota Serang :

kolam renang Tembong, Cirahab, Batu Kuwung.

Dalam Gambar dibawah ini dipaparkan jumlah pengunjung wisata Aqualand Serang pada tahun 2020 sampai dengan 2021.

Gambar.1 jumlah pengunjung tahun 2020 sampai dengan 2021



Dalam Grafik diatas dijelaskan jumlah pengunjung wisata Aqualand Serang pada tahun 2020 - 2021 terjadi fluktuasi. Pada tahun 2020 Aqualand sempat tutup selama 4 (empat) bulan akibat dari pandemi Covid-19 dan pada tahun 2021 sempat tutup 2 (dua) bulan atas himbauan pemerintah terkait Covid-19, walaupun sempat tutup beberapa bulan namun di bulan desember yang cukup meningkat signifikan terhadap jumlah pengunjung, namun tidak menutup kenyataan, bahwa jumlah pengunjung wisata Aqualand Serang pada tahun 2020 sampai dengan 2021 mengalami fluktuasi yang diduga diakibatkan kenaikan harga tiket masuk yang dinilai relatif mahal oleh para konsumen.

Dari hal tersebut maka peneliti ingin mengetahui seberapa besar pengaruh harga terhadap minat beli tiket objek wisata Aqualand Kota Serang?

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian pariwisata menurut Herman V.Schulalard dalam (Wati, 2019)

bahwa : “Pariwisata adalah sejumlah kegiatan, terutama berkaitan dengan kegiatan perekonomian yang secara langsung berhubungan dengan maksud adanya pendiaman dan Bergeraknya orang-orang asing keluar masuk suatu kota, suatu daerah atau suatu negara”.

Pada dasarnya, setiap orang dapat dikatakan telah atau akan melakukan perjalanan yang termasuk dalam kategori pariwisata apabila seorang tersebut bertujuan untuk bersenang-senang dalam perjalanannya dan telah melewati batas kota atau tempat dimana ia tinggal.

Menurut Kotler dan Armstrong dalam (Sihaloho & Purnawati, 2020) bauran pemasaran merupakan kumpulan alat pemasaran aktif terkendali yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkannya di pasar sasaran.

Menurut Sedjati dalam (Noviastuti & Nurhayati, 2022) mendefinisikan bahwa “pemasaran mengandung arti segala usaha atau aktivitas dalam penyampaian barang atau jasa para Produsen kepada calon konsumen, dengan tujuan memuaskan kebutuhan dan keinginan dalam cara tertentu yang disebut pertukaran.

Menurut Krismiaji dan Anni dalam (Slat, 2013) menyatakan bahwa : “Harga jual adalah upaya menyeimbangkan keinginan untuk memperoleh manfaat sebesar-besarnya dari perolehan pendapat yang tinggi dan penurunan volume penjualan jika harga jual yang dibebankan ke konsumen terlalu mahal.”

Menurut Husein Umar dalam (Sepang, 2016), Harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui proses tawar menawar, atau

ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama untuk semua pembeli.”

Menurut Kotler dan Amstrong terjemah (Sabran, 2008) ada empat indikator harga yaitu : Keterjangkauan Harga, Kesesuaian harga dengan kualitas produk, Daya saing, Kesesuaian harga dengan manfaat.

Minat beli merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap dalam mengkonsumsi (Sumarwan, 2011). Menurut menurut Abzari, et al. dalam (Kemala et al., 2023) menyatakan bahwa : “Minat beli adalah proses yang ada diantara keputusan pembelian dan evaluasi alternatif. Setelah konsumen melakukan evaluasi terhadap alternatif yang ada, konsumen memiliki minat untuk membeli suatu produk atau jasa yang ditawarkan.”.

Menurut Ferdinand dalam (Purbohastut & Hidayah, n.d.), minat beli dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator yaitu: Minat transaksional, Minat referensial, Minat preferensial, Minat eksploratif.

Menurut (Sugiyono, 2014) skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Skala pengukuran yang digunakan pada penelitian ini yaitu skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan Skala Likert

yang digunakan sebagai pedoman yaitu sebagai berikut :

Tabel.3
Skala Likert

Pilihan Jawaban	Bobot Nilai
Sangat Setuju (SS)	4
Setuju (S)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono (2019:147)

Pada review penelitian terdahulu untuk memperoleh inspirasi dan memperkaya wawasan sehingga penelitian yang dilakukan menghasilkan sebuah penelitian yang memiliki kualitas baik dan terhindar dari duplikasi dan memiliki kebaruan. Review dibuat dalam bentuk narasi kemudian diperbandingkan.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Humairoh Binti Muhammad Husni Maimun dengan judul Pengaruh Harga, Desain Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Sepatu All Star Original (Studi Kasus Sport Station Cambridge Medan) yang dilakukan pada tahun 2018. Terdapat perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan penulis yaitu pada hasil akhir yang dihasilkan. Jika penelitian terdahulu bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Harga, Desain Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen. Sedangkan penelitian saat ini hanya untuk mengetahui pengaruh harga terhadap minat beli tiket.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Mudhita Elviani dengan judul Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Produk Selasar Space Cafe

Balaraja yang dilakukan pada tahun 2022. Terdapat perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, lokasi terhadap minat beli produk. Sedangkan penelitian saat ini hanya untuk mengetahui pengaruh harga terhadap minat beli tiket.

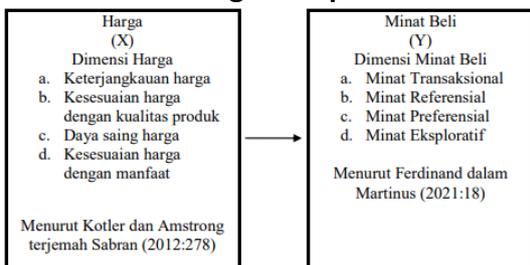
Kedua penelitian tersebut memiliki persamaan terletak pada metode penelitian yang digunakan yaitu metode Kuantitatif, serta memiliki persamaan pada salah satu variabel yaitu terkait dengan harga.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat sekitar yang merupakan calon pengunjung Aqualand, yang jumlahnya tidak diketahui dan dapat dikatakan dalam kategori tidak terbatas (infinite population). Sampel menggunakan Rumus Lemeshow karena jumlah populasi yang tidak diketahui. dari perhitungan dengan rumus Lemeshow yaitu 100 responden.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan dua variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas yaitu harga (X) dan variabel terikat yaitu minat beli (Y). Adapun kerangka pemikiran dari penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :

Gambar. 2
Kerangka Berpikir



Sumber : Diolah Peneliti, 2022

Hipotesis Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2014), hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.

Adapun hipotesis penelitian ini adalah :

“Diduga terdapat pengaruh antara harga terhadap minat beli tiket objek wisata Aqualand Kota Serang”

Hipotesis Statistik

$H_0: \rho = 0$ tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan.

$H_a: \rho \neq 0$ terdapat pengaruh yang positif dan signifikan

PEMBAHASAN

Uji Validitas

Menurut (Sugiyono, 2014), uji validitas adalah suatu ketetapan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah setiap butir dalam instrumen itu valid atau tidak, dapat diketahui dengan mengkorelasikan antara skor butir dengan skor total.

Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah setiap butir dalam instrumen itu valid atau tidak, dapat diketahui dengan mengkorelasikan antara skor butir dengan skor total. Jika korelasi antara skor butir dengan skor total sama dengan atau melebihi 0,5 maka dinyatakan “valid”, tetapi bila korelasinya kurang dari 0,5 maka dinyatakan “tidak valid”. Untuk mencari nilai korelasinya, penulis menggunakan rumus korelasi pearson product moment.

Dasar pengambilan keputusan juga dapat diperoleh :

- Jika r hitung $>$ r tabel, maka instrument atau item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
- Jika r hitung $<$ r tabel, maka instrument atau item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

Perhitungan uji validitas dengan menggunakan program SPSS V.22. Dalam pengujian ini dilakukan dengan menggunakan data 30 responden di luar sampel.

Tabel.4
Hasil Uji Validitas Variabel X (Harga)

No	Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1	Item 1	0.612	0.361	Valid
2	Item 2	0.520	0.361	Valid
3	Item 3	0.544	0.361	Valid
4	Item 4	0.669	0.361	Valid
5	Item 5	0.570	0.361	Valid
6	Item 6	0.695	0.361	Valid
7	Item 7	0.697	0.361	Valid
8	Item 8	0.711	0.361	Valid
9	Item 9	0.511	0.361	Valid
10	Item 10	0.695	0.361	Valid

Sumber : Pengolahan Data SPSS V22, 2022

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa seluruh item pernyataan untuk variabel X (harga) adalah valid atau lolos uji validitas, karena nilai thitung lebih besar dari pada 0.361 (rtabel)

Tabel.5
Hasil Uji Validitas Variabel Y (Minat Beli)

No	Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1	Item 1	0.578	0.361	Valid
2	Item 2	0.673	0.361	Valid
3	Item 3	0.681	0.361	Valid
4	Item 4	0.663	0.361	Valid
5	Item 5	0.748	0.361	Valid
6	Item 6	0.550	0.361	Valid
7	Item 7	0.376	0.361	Valid
8	Item 8	0.578	0.361	Valid
9	Item 9	0.782	0.361	Valid
10	Item 10	0.514	0.361	Valid

Sumber : Pengolahan Data SPSS V.22, 2022

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa seluruh item pernyataan untuk variabel Y (minat beli) adalah valid atau lolos uji validitas karena nilai r hitung lebih besar dari 0,361 (rtabel).

Uji Reliabilitas

Menurut (Azwar, 2015), uji reliabilitas merupakan pengujian sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya, sekaligus untuk mengetahui apakah kuesioner tersebut sudah reliabel. Kriteria penilaian uji reliabilitas adalah sebagai berikut :

- Apabila hasil koefisien Alpha lebih besar daripada 0,60 maka kuesioner tersebut reliabel.
- Apabila hasil koefisien Alpha lebih kecil daripada 0,60 maka kuesioner tersebut tidak reliabel.

Uji reliabilitas menunjukkan bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data. Pengujian reliabilitas

instrumen dilakukan dengan internal consistency dengan teknik belah dua (split half), dimana butir-butir instrumen dibagi menjadi dua kelompok, yaitu kelompok ganjil dan kelompok genap.

uji reliabilitas yaitu pengujian sejauh mana hasil pengukuran data dapat dipercaya. Variabel dapat dikatakan reliabel apabila mempunyai nilai alpha di atas 0,60. Pengujian reliabilitas ini menggunakan SPSS V.22 dan didapatkan hasil Cronbach's Alpha untuk variabel X sebesar 0,822 dan untuk variabel Y sebesar 0,817 dimana nilai ini sudah lebih besar dari 0,60, maka hasil dari data memiliki tingkat reliabilitas yang baik, atau dengan kata lain data hasil angket variabel dapat dipercaya. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel.6
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
1	Harga	0.822	10	Reliabel
2	Minat Beli	0.817	10	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS, 2022

Analisis Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Tiket Objek Wisata Aqualand Metode analisis data yang digunakan untuk melihat pengaruh antara variabel dependen (harga) terhadap variabel independen (minat beli) dalam penelitian ini adalah korelasi product-moment, regresi linier sederhana, koefisien determinan dan uji hipotesis. Adapun penjabarannya dapat digunakan sebagai berikut :

Analisis Korelasi

Analisis korelasi merupakan salah satu teknik statistik yang sering digunakan untuk mencari hubungan antara dua variabel. Korelasi diartikan

sebagai hubungan. Analisis korelasi bertujuan untuk mengetahui pola dan keeratan hubungan antara dua variabel atau lebih (Sudaryono, 2021)

Untuk mengetahui kuat atau tidaknya hubungan harga terhadap minat beli tiket objek wisata Aqualand, maka langkah selanjutnya dilakukan analisis korelasi dengan pearson product moment, perhitungan analisis korelasi pada penelitian ini menggunakan spss V22, adapun perhitungannya sebagai berikut :

Tabel.7
Hasil Analisis Korelasi

		Harga	Minat Beli
Harga	Pearson Correlation	1	,747**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	100	100
Minat Beli	Pearson Correlation	,747**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	100

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

Sumber : Diolah dengan SPSS V22,2022

Dari hasil perhitungan di atas, dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh yang positif sebesar 0,747 antara harga terhadap minat beli tiket objek wisata Aqualand. Untuk dapat memberikan interpretasi kuat atau lemahnya suatu hubungan kedua variabel, maka penulis menggunakan pedoman seperti yang tertera pada tabel berikut :

Tabel.8
Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,000 – 0,199	Sangat rendah
0,200 – 0,399	Rendah
0,400 – 0,599	Sedang

0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 1,000	Sangat Kuat

Sugiyono (2019:248)

Berdasarkan perhitungan di atas terlihat bahwa koefisien korelasi yang ditemukan sebesar 0,747. Koefisien korelasi sebesar 0,747 termasuk kategori kuat karena berada pada interval 0,600 – 0,799. Jadi penulis dapat menyimpulkan bahwa pengaruh harga terhadap minat beli tiket objek wisata Aqualand mempunyai hubungan yang positif dan kuat

Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah bagian dari keragaman total variabel terikat Y yang dapat diterangkan atau diperhitungkan oleh keragaman variabel bebas (Suharyadi & Purwanto S.K., 2016).

Analisis koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen (bebas) terhadap variabel dependen (terikat) yang dinyatakan dalam persentase atau sederhananya yaitu seberapa besar kemampuan variabel X dalam menjelaskan variabel Y. Nilai Kd yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen (bebas) dalam menjelaskan variabel dependen (terikat).

Berdasarkan hasil perhitungan analisis koefisien determinasi dengan SPSS V.22 diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel.9

Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,747 ^a	,558	,553	2,202

a. Predictors: (Constant), Harga

Sumber : Diolah dengan SPSS V22, 2022

Dari tabel diatas diperoleh nilai R square sebesar 0,558 dapat diartikan bahwa variabel harga (X) memberikan kontribusi/hubungan sebesar 55,8% terhadap minat beli (Y), sedangkan sisanya 44,2% adalah variabel lain yang tidak penulis teliti yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen.

Analisis Regresi Linier Sederhana

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh biaya pencegahan dan biaya penilaian terhadap produk maka pengujian dilakukan dengan analisis regresi. Salah satu yang khas dari analisis regresi adalah persamaan yang dihasilkannya(Sudaryono, 2021). Persamaan tersebut digunakan untuk memprediksi atau meramal seberapa jauh pengaruh satu atau beberapa variabel bebas (independent) terhadap variabel tergantung (dependent).

Berdasarkan hasil perhitungan analisis regresi linier sederhana menggunakan SPSS V.22 diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel.10

Hasil Perhitungan Analisis Regresi Linier Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8,457	2,140		3,953	,000
Harga	,759	,068	,747	11,119	,000

a. Dependent Variable: Minat Beli

Sumber : Diolah dengan SPSS V22, 2022

Pada tabel output di atas, diketahui nilai koefisien dari persamaan regresi Dalam penelitian ini, digunakan persamaan regresi sederhana berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

X = Harga Tiket

Y = Minat Pengunjung

Dari tabel output hasil persamaan regresi linier sederhana coefficientsa didapatkan persamaan regresi berikut:

$$Y = 8.457 + 0.759 X$$

Perubahan di atas merupakan pertambahan bila b bertanda positif dan penurunan bila b bertanda negatif. Dari koefisien-koefisien persamaan regresi linier sederhana di atas, diketahui konstanta sebesar 8,457 menunjukkan bahwa jika variabel Harga bernilai nol atau tetap maka akan meningkatkan Minat Pengunjung 8,457. Variabel Harga 8,457 menunjukkan bahwa jika variabel Minat Pengunjung meningkat 1 satuan maka akan meningkat minat pengunjung sebesar 0,759 satuan atau sebesar 75,9%.

Uji Hipotesis atau Uji t

Uji hipotesis atau uji t merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah, yaitu yang menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Rancangan pengujian hipotesis digunakan untuk mengetahui korelasi dari kedua variabel yang diteliti (Sugiyono, 2014).

Uji t untuk mengetahui pengaruh variabel independen dan dependen secara parsial berdasarkan signifikan 0,05. Jika signifikan < 0,05 H0:p ditolak dan jika signifikan >0,05 maka H0≠p diterima. Atau jika thitung > ttabel maka H0=p ditolak. Untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, penulis menggunakan SPSS V22, hasil perhitungan uji t sebagai berikut :

Tabel.11

Hasil Perhitungan Uji t

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1						
	(Constant)	8,457	2,140		3,953	,000
	Harga	,759	,068	,747	11,119	,000

a. Dependent Variable: Minat Beli

Sumber : Diolah SPSS V22, 2022

Dari perhitungan uji hipotesis di atas, diperoleh thitung sebesar 11,119, kemudian untuk mengetahui signifikansi koefisien korelasi, maka dikonsultasikan terhadap nilai ttabel, dengan taraf kesalahan 5% dan dk (derajat kebebasan, (df = n-k)), yaitu df = 100 – 2 = 98, sehingga diperoleh nilai ttabel sebesar 1,661. Dengan demikian thitung lebih besar dari ttabel yaitu 11,119 > 1,661. Berdasarkan hasil tersebut, berarti H0 ditolak dan Ha diterima. Jadi pada dasarnya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara harga terhadap minat beli tiket objek wisata Aqualand.

SIMPULAN

Hasil analisis korelasi diperoleh nilai r sebesar 0,747, berdasarkan interval koefisien korelasi (0,600 – 0,799) menyatakan adanya tingkat hubungan yang kuat. Berarti hubungan antara harga terhadap minat beli tiket objek wisata Aqualand termasuk dalam kategori kuat dan positif. Sedangkan nilai koefisien determinasi sebesar 55,8% dapat diartikan bahwa variabel harga memberikan kontribusi/peran sebesar 55,8%, sedangkan sisanya 44,2% adalah variabel lain yang tidak penulis teliti seperti promosi, fasilitas, potongan harga dan variabel lain yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen, kemudian hasil uji signifikansi korelasi dengan menggunakan uji t hipotesis, diketahui thitung lebih besar dari ttabel yaitu 11,119 > 1,661. Hal ini membuktikan

bahwa H₀ ditolak dan H_a diterima. Jadi pada dasarnya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara harga terhadap minat beli tiket objek wisata Aqualand.

Saran kepada pihak Aqualand agar mempertimbangkan ulang dalam penentuan harga tiket masuk, dengan perbandingan wisata air di sekitar kota Serang atau yang berada di Provinsi Banten, dan lebih mempertimbangkan antara harga dan fasilitas yang ada serta pelayanan yang maksimal, supaya pengunjung dapat lebih merasa puas dan dapat dengan mudah mempromosikan Aqualand kepada orang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, S. (2015). *Reliabilitas dan validitas*. Edisi 4. Pustaka Pelajar.
- Kemala, S., Fitria, Nengsih, Y. R., Indriani, J. D., & Fauzan, R. (2023). Pengaruh Online Travel Agent dan Gaya Hidup Terhadap Minat Konsumen Membeli Tiket Secara Online di Kota Payakumbuh. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(2), Article 2. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i2.1066>
- Noviastuti, N., & Nurhayati, N. (2022). UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN MENGGUNAKAN METODE MARKETING MIX DI PT.MEGA FINANCE YOGYAKARTA. *JURNAL NUSANTARA*, 5(1), Article 1. <https://jurnal.akparada.ac.id/index.php/nusantara/article/view/43>
- Purbohastut, A. W., & Hidayah, A. A. (n.d.). *MENINGKATKAN MINAT BELI PRODUK SHOPEE MELALUI CELEBRITY ENDORSER*. Retrieved November 17, 2023, from <https://journal.ubaya.ac.id/index.php/JIBT/article/view/2480/2205>
- Sabran, B. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran. Jilid 1. Edisi ke-12 / Philip Kotler; Gary Armstrong; alih bahasa Bob Sabaran*. Erlangga.
- Sepang, D. (2016). DIVERSIVIKASI PRODUK, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA TRANSVISION MANADO. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(1), Article 1. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jbie/article/view/10632>
- Sihaloho, F. A. S., & Purnawati, S. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran (Promotion dan People) Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Memilih SMP Rakyat. *Ecodunamika*, 3(2), Article 2. <https://ejournal.uksw.edu/ecodunamika/article/view/3944>
- Slat, A. H. (2013). ANALISIS HARGA POKOK PRODUK DENGAN METODE FULL COSTING DAN PENENTUAN HARGA JUAL. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3), Article 3. <https://doi.org/10.35794/emba.1.3.2013.1638>
- Sudaryono, D. (2021). *Statistik I: Statistik Deskriptif untuk Penelitian*. Penerbit Andi.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D*. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=911046>
- Suharyadi, & Purwanto S.K. (2016). *Statistika untuk Ekonomi dan Keuangan Modern, Edisi 3 Buku 1*. Salemba Empat.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku*

- Konsumen: Teori dan penerapannya dalam pemasaran* (Cet. 1 Ed. 2). Ghalia Indonesia.
- Wati, I. (2019). *PENGARUH JUMLAH OBYEK WISATA DAN JUMLAH WISATAWAN TERHADAP PENDAPATAN SEKTOR PARIWISATA DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus Pada Kabupaten Lampung Selatan)*.