

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Lokasi Dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana peneliti melakukan penelitian untuk memperoleh Data-data yang diperlukan. Adapun lokasi penelitian ini didesa kuta jungak Wisata sabah julu Kabupaten Pakpak Bharat Sumatera Utara. penelitian ini dilakukan pada bulan November 2021 sampai selesai.

3.2. Metode Penelitian

Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Data kuantitatif adalah penelitian ilmiah yang sistematis menelaah bagian-bagian fenomena serta Hubungan-hubungannya. Tujuan penelitian kuantitatif adalah mengembangkan menggunakan metode-metode matematis, teori-teori dan Hipotesis-hipotesis yang berkaitan dengan fenomena alam, penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif. Di mana dalam penelitian ini akan membahas pengaruh *word of mouth* (X1), Daya tarik wisata (X2), Minat kunjungan ulang (Y).

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Menurut Sugiyono (2017:117) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik

kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat kecamatan pergetteng-getteng sengkut yang berjumlah 4.952 orang.

3.3.2. Sampel

Menurut Sugiyono (2017:118) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel pada penelitian ini adalah masyarakat kecamatan pergetteng-getteng sengkut yang merupakan pengunjung wisata sabah julu di kabupaten Pakpak Bharat. Peneliti mengolah populasi tersebut dengan menggunakan rumus Slovin. Untuk menentukan ukuran sampel dari populasi diperlukan perhitungan dengan menggunakan rumus Slovin.

Rumus nya adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana:

n=Ukuran sampel

N=Ukuran populasi

e=Batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

$$n = \frac{4.952}{1 + 4.952 \times 10\% ^2}$$
$$= 98$$

Dengan populasi sebanyak 4.952 dan nilai kritis sebesar 10%, maka jumlah sampel yang dibutuhkan sebesar 98 orang. Pemilihan sampel tersebut dilakukan dengan cara menggunakan purpose sampling yaitu dengan

menentukan karakteristik sampel. Maka dari itu karakteristik dari sampel ini adalah:

- a. pengunjung yang sudah pernah berkunjung ke wisata sabah julu
- b. Pengunjung yang berusia dari 18 tahun sampai 50 tahun.
- c. Minimal pengunjung yang akan melakukan kunjungan ke dua kali

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Kuesioner (Angket)

Angket adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Dengan demikian dapat dipahami bahwa angket merupakan daftar pertanyaan yang harus dikerjakan oleh responden.

Peneliti menggunakan angket tertutup, angket tertutup akan membantu responden untuk menjawab dengan cepat, dan juga memudahkan peneliti dalam melakukan analisis data terhadap seluruh angket yang telah terkumpul. Peneliti memberikan pertanyaan atau pernyataan dengan sejumlah jawaban tertentu sebagai pilihan sedangkan responden hanya mengecek jawaban yang paling sesuai dengan pendiriannya. Angket didalam penelitian ini digunakan untuk memperoleh data tentang pengaruh *word of mouth* terhadap minat dan keputusan berkunjung di wisata Sabah Julu.

Dalam penelitian ini, angket menggunakan pengukuran *skala likert*. Skala likert adalah pengukuran yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tertentu sebagai fenomena sosial. Angket disebarakan kepada responden dengan setiap soal terdapat alternatif pilihan. Adapun alternatif pilihan untuk menjawab soal ada pada tabel dibawah:

Tabel 3.2

Penentuan Jawaban Kuesioner

No	Jenis Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.5. Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan dua sumber data yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer adalah sumber data yang didapatkan langsung kepada pengumpul data, (Sugiyono, 2018:213). Data diperoleh dari angket yang dibagikan kepada responden, kemudian responden akan menjawab pertanyaan sistematis. Pilihan jawaban yang telah tersedia, responden memilah jawaban yang sesuai dan dianggap benar setiap individu.

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2018:213) data yang tidak diberikan secara langsung kepada pengumpul data disebut data sekunder, biasanya dalam bentuk file dokumen akan melalui orang lain. Peneliti mendapatkan tambahan data melalui berbagai sumber, mulai dari buku, jurnal, online, artikel, berita dan penelitian terdahulu sebagai penunjang data maupun pelengkap data.

3.6. Definisi Operasi Variabel

Tabel 3.1

Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator
<i>Word Of Mouth</i> (X ₁)	<i>Word of mouth</i> adalah tindakan konsumen memberikan informasi kepada konsumen lain dari seseorang kepada orang lain (antarpribadi) nonkomersial baik merek, produk, maupun jasa. <i>Word of mouth</i> marketing adalah upaya memberikan alasan agar orang berbicara tentang merek, produk maupun jasa dan membuat berlangsungnya pembicaraan itu lebih mudah.	Sumardy (2011:72) 1.Membicarakan 2.Merekomendasikan 3.Mendorong
Daya Tarik Wisata (X ₂)	(undang-undang republik indonesia nomor 10 tahun 2009) daya tarik wisata adalah sebagai salah satu yang mempunyai keunikan, kemudahan, dan nilai yang berwujud keanekaragaman, kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan wisatawan.	Cooper et al.(1993) dalam suwena (2010) 1. <i>Attraction</i> /Atraksi 2. <i>Amenities</i> /Fasilitas 3. <i>Ancillary service</i> /pelayanan tambahan
Minat Kunjungan Ulang (Y)	Minat beli ulang merupakan perilaku pelanggan dimana pelanggan merespon secara positif terhadap kualitas pelayanan suatu perusahaan dan akhirnya memunculkan minat kunjung ulang pad perusahaan tersebut.	(Cronin dan Taylor, 1992) 1.Rencana mengunjungi kembali 2.Minat referensi kunjungan 3.Minat preferensi kunjungan

3.7. Instrumen Penelitian

Sebuah angket atau kuesioner harus diuji terlebih dahulu sebelum digunakan untuk penelitian. Hal ini bertujuan untuk mengetahui data yang diperoleh dengan kuesioner dapat valid atau reliabel, maka perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas kuesioner terhadap butir-butir pertanyaan. Di sinilah akan mengetahui layak atau tidaknya untuk pengumpulan data. Instrumen yang peneliti gunakan dalam pengumpulan data adalah uji validitas dan uji reliabilitas.

3.7.1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya penelitian. Uji validitas menggunakan analisis korelasi pearson, keputusan mengetahui valid tidaknya butir instrumen. Jika pada tingkat signifikan 5 % nilai r hitung $> r$ variabel maka dapat disimpulkan bahwa butir instrumen tersebut valid.

3.7.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas untuk mengetahui apakah instrumen memiliki indeks kepercayaan yang baik jika diujikan berulang. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *alpha cronbach*, untuk mengetahui tingkat reliabilitas instrumen dari kedua variabel penelitian jika dari hasil uji reliabilitas instrumen dari kedua variabel penelitian jika dari hasil uji reliabilitas memberikan nilai $\alpha > 0,6$ (Ghozali, 2001).

3.8. Teknik Analisis Data

3.8.1. Analisis Statistik Deskriptif

Menurut Sugiyono (2010) analisis deskriptif adalah analisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk

umum atau di generalisasi yang meliputi analisis mengenai karakteristik yang terdiri dari usia, jenis kelamin, dan tingkat pendidikan terakhir

3.8.2. Analisis Uji Prasyarat

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian tentang kenormalan distribusi data. Uji ini merupakan pengujian yang paling banyak dilakukan untuk analisis statistik parametrik. Pengujian ini normalitas karena pada statistik parametrik, asumsi yang dimiliki oleh data tersebut adalah normal. Maksud data berdistribusi secara normal adalah bahwa data akan mengikuti bentuk distribusi normal. Distribusi normal data dengan bentuk distribusi normal dimana data memusat pada nilai rata-rata dan median. Untuk mengetahui bentuk distribusi data kita bisa menggunakan grafik distribusi dan analisis statistik. Penggunaan grafik distribusi merupakan cara yang paling gampang dan paling sederhana cara ini dilakukan karena bentuk data yang terdistribusi secara normal akan mengikuti pola distribusi normal, dimana bentuk grafiknya mengikuti bentuk lonceng. Sedangkan analisis statistik menggunakan analisis keruncingan dan kemencengan kurva dengan indikator keruncingan dan kemencengan juga bisa menggunakan grafik PP plot.

b. Uji Multikolinearitas

Ghozali (2011) mengatakan bahwa uji multikolinearitas digunakan untuk menguji ada atau tidaknya korelasi antara variabel bebas (independen). Model regresi yang baik sebaiknya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas

sama dengan nol. Deteksi untuk mengetahui ada tidaknya gejala multikolinearitas dalam model regresi penelitian ini dapat dilakukan dengan cara melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan nilai tolerance. Gejala multikolinearitas tidak terjadi apabila nilai VIF tidak lebih besar dari 0,10.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedstisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, hal tersebut dinamakan heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi hesterokedastisitas.

Untuk mengetahui ada tidaknya hesterokedastisitas pada suatu model regresi, maka dapat dilihat pada scatterplot model tersebut. Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Titik-titik (data) menyebar di atas dan disekitar angka 0
2. Titik-titik (data) tidak mengumpul hanya di bawah saja
3. Penyebaran titik-titik (data) tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit kemudian melebar kembali
4. Penyebaran titik-titik (data) sebaiknya tidak berpola

d. Analisis regresi linier berganda

Untuk melihat pengaruh dua variabel terikat secara bersama-sama yang ditunjukkan oleh koefisien regresi (b). Adapun bentuk umum persamaan regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah $Y=a +b_1X_1+b_2X_2+e$

Keterangan :

Y =Minat Kunjungan Ulang

a =Konstanta

e =Tingkat kesalahan (*Standart error*)

X₁ =*Word Of Mouth*

X₂ =Daya Tarik Wisata

b₁ =Koefisien regresi variabel *Word Of Mouth*

b₂ =Koefisien regresi variabel Daya Tarik Wisata

3.8.4.Uji Hipotesis

Uji hipotesis bertujuan untuk mengetahui apakah ada tidaknya pengaruh yang signifikan antara variabel independen (*word of mouth* dan daya tarik wisata) terhadap variabel dependen (minat kunjungan ulang). Untuk membuktikan hipotesis penelitian maka dilakukan uji statistik sebagai berikut:

a. Uji T

Uji t digunakan untuk menguji keberartian koefisien regresi linier berganda. Pengujian melalui uji t adalah membandingkan (t-hitung) dengan (t-tabel) pada derajat signifikan 0.05. Apabila nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas berpengaruh signifikan pada variabel terikat dan bila statistik t-hitung lebih tinggi dibanding t-tabel maka variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen (Mudrajat, 2003).

b. Uji F (Uji Simultan)

Uji f digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh secara bersama-sama (Sugiyono, 2005:250) yaitu dengan membandingkan antara F hitung dengan F tabel pada tingkat kepercayaan 0,05 apabila F hitung > F tabel maka semua variabel bebas berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

c. Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Koefisien determinasi (*Adjusted R²*) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dinyatakan dalam persentase yang nilainya berkisar antara $0 < R^2 < 1$. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang (cross section) relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu (time series) mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran umum tentang lokasi penelitian

4.1.1. Sejarah singkat Wisata Sabah Julu

Wisata Sabah Julu merupakan destinasi wisata alam dan kuliner yang baru hadir di kabupaten Pakpak Bharat, Destinasi wisata baru yang menawarkan berbagai kuliner dan keindahan alam yang masih asri dengan nuansa khas pedesaan yang terletak di kabupaten Pakpak Bharat tepatnya di kecamatan Siempat Rube. Digarap dan dibangun dua orang pengusaha muda yang juga merupakan putra asli Siempat Rube yaitu Mersin Padang dan Marolop Banurea menjadi founder sekaligus pengelola WSJ, mereka mampu menyulap sebuah kawasan yang tadinya hanya berupa area tanah kosong dan persawahan menjadi sebuah kafe, tempat bersantai, spot selvie dan sebagainya dengan desain yang menarik, ditopang sajian kuliner khas yang memanjakan lidah pengunjung. Hampanan tanaman padi, suara nyanyian aneka binatang serta lembutnya hembusan angin seolah ungkapan selamat datang bagi para pengunjung. Tidak sulit untuk menjangkau tempat ini, mengingat lokasinya yang terletak di tepi jalan besar dan mulus. Hanya butuh waktu tempuh 15 menit dari pusat kota Salak. Akhir pekan merupakan waktu tepat bagi anda dan keluarga untuk mengunjungi tempat ini, kafe ini biasanya buka sekitar pukul 07.00-17.00 WIB.

4.1.2. Visi, Misi, dan Logo Wisata

Wisata Sabah Julu memiliki visi dan misi sebagai berikut

- a. *Visi:* mengembangkan kawasan wisata sehingga menjadi sebuah alternatif tujuan wisata dan rekreasi khususnya bagi warga Pakpak Bharat maupun secara umum menjadi salah satu tujuan wisata yang mampu mendongkrak pendapatan masyarakat setempat
- b. *Misi:* menciptakan kualitas pelayanan untuk memenuhi kepuasan pengunjung sehingga mencapai jumlah pengunjung yang meningkat.
- c. Logo Wisata



Gambar 4.1 Logo Wisata Sabah Julu

Sumber : Tempat Wisata Sabah Julu

4.2. Deskripsi Data Penelitian

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu dengan melakukan penyebaran angket secara langsung kepada pengunjung yang sudah pernah berkunjung ke wisata Sabah Julu. Proses pengumpulan data dilakukan dari Tanggal 20 Oktober 2021 sampai November 2021 dengan jumlah sebanyak 98 responden.

4.3. Gambaran Umum Responden

Responden pada penelitian ini yaitu sebanyak 98 responden. Berikut data yang diperoleh dari 98 responden yang dikelompokkan berdasarkan usia dan status.

- a. Berdasarkan jenis kelamin

Tabel 4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Laki-laki	43	43,8%
2	Perempuan	55	56,2%
Jumlah		98	100

Sumber : Data diolah penulis, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa responden terbanyak adalah wanita sebanyak 55 (56,2%), dan responden pria paling sedikit sebanyak 43 (43,8%)

b. Berdasarkan Usia

Tabel 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi	Persentase(%)
1	18-30	58	50,2%
2	31-40	22	29,4%
3	41-50	18	18,3 %
Jumlah		98	100

Sumber: Data diolah penulis,2021

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa responden terbanyak terdapat pada usia 18-30 tahun sebanyak 58 orang (50,5%), responden pada usia 31-40 tahun sebanyak 22 orang (29,3%), sedangkan responden paling sedikit terdapat pada usia 41-50 tahun sebanyak (20,2%).

c. Berdasarkan Status

Tabel 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Status

No	Status	Frekuensi	Persentase
1	Mahasiswa	23	23,4%
2	Wiraswasta	28	28,5%
3	Petani	30	30,6%
4	Karyawan	9	9,2%
5	Pegawai Negeri (PNS)	8	8,2%

Sumber : Data diolah penulis, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat responden terbanyak dapat status petani sebanyak 30 orang (30,6%), wiraswasta sebanyak 28 orang (28,5%), mahasiswa sebanyak 23 orang (23,4%), karyawan sebanyak 9 orang (9,2%), dan yang paling sedikit terdapat pada pegawai negeri (PNS) sebanyak 8 orang (8,2%).

4.4. Uji Validitas dan Reliabilitas

4.4.1. Uji Validitas

Suatu instrumen dikatakan valid jika pertanyaan pada instrumen mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh instrumen melalui r hitung $>$ r tabel. Dibawah ini adalah hasil uji validitas data kuesioner *pre-test* dari 30 responden yang diolah dengan menggunakan *IMB SPSS Statistic*.

Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Pre-Test

No	Variabel	Indikator	No Butir	r Hitung	r Tabel	Keterangan			
1	<i>Word Of Mouth</i> (X1)	Membicarakan	X1.1.	0,805	0,361	Valid			
			X1.2	0,578	0,361	Valid			
			X1.3	0,852	0,361	Valid			
		Mempromosikan	X1.2.1	0,599	0,361	Valid			
			X1.2.2	0,628	0,361	Valid			
			Merekomendasikan	X1.3.1	0,683	0,361	Valid		
X1.3.2	0,462	0,361		Valid					
2	Daya Tarik Wisata (X2)	<i>Attractions</i>	X2.1.1	0,879	0,361	Valid			
			X2.1.2	0,825	0,361	Valid			
			X2.1.3	0,836	0,361	Valid			
			X2.1.4	0,714	0,361	Valid			
		<i>Amenities</i>	X2.2.1	0,780	0,361	Valid			
			X2.2.2	0,769	0,361	Valid			
			X2.2.3	0,820	0,361	Valid			
		<i>Ancillary</i>	X2.3.1	0,703	0,361	Valid			
			X2.3.2	0,818	0,361	Valid			
			X2.3.3	0,760	0,361	Valid			
			3	Minat Kunjungan Ulang (Y)	Rencana mengunjungi kembali	Y1.1	0,879	0,361	Valid
						Y1.2	0,905	0,361	Valid
Minat referensi kunjungan	Y1.3	0,858			0,361	Valid			
	Y1.4	0,883			0,361	Valid			

Sumber: Data diolah penulis, 2021

Berdasarkan tabel data hasil uji validitas *pre-test* diatas menunjukkan bahwa r hitung bernilai positif dan lebih besar dari r tabel yaitu 0,361. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa :

1. Variabel *Word of mouth*

Butir pernyataan pada indikator *word of mouth* yaitu membicarakan, mempromosikan, mendorong dinyatakan valid karena bernilai positif dan r hitung lebih besar dari r tabel yaitu 0,361.

2. Variabel Daya tarik wisata

Butir pernyataan pada indikator daya tarik wisata yaitu *attractions*, *amenities*, dan *ancillary* dinyatakan valid karena bernilai positif dan r hitung lebih besar dari r tabel yaitu 0,361.

3. Variabel Minat kunjungan ulang

Butir pernyataan pada indikator minat kunjungan ulang yaitu Rencana mengunjungi kembali dan minat referensi kunjungan dinyatakan valid karena bernilai positif dan r hitung lebih besar dari r tabel yaitu 0,361.

Dari penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa variabel *word of mouth*, daya tarik wisata dan minat kunjungan ulang menunjukkan bahwa dari seluruh butir pernyataan semuanya valid, karena nilai r hitung (korelasi) lebih besar dari r tabel.

Setelah dilakukan hasil uji validitas *pre-test*, maka selanjutnya dilakukan pengujian validitas data akhir. Uji validitas akhir dilakukan oleh 98 responden sesuai dengan sampel penelitian ini, yang diolah menggunakan IMB SPSS Statistis pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Data Akhir

No	Variabel	Indikator	No Butir	r Hitung	r tabel	KET		
1	<i>Word Of Mouth</i> (X1)	Membicarakan	X1.1	0,713	0,199	Valid		
			X1.2	0,694	0,199	Valid		
			X1.3	0,820	0,199	Valid		
				Mempromosikan	X1.2.1	0,631	0,199	Valid
					X1.2.2	0,771	0,199	Valid
				Mendorong	X1.3.1	0,797	0,199	Valid
					X1.3.2	0,878	0,199	Valid
2	Daya Tarik Wisata	<i>Attractions</i>	X2.1.1	0,802	0,199	Valid		
			X2.1.2	0,729	0,199	Valid		
			X2.1.3	0,623	0,199	Valid		
			X2.1.4	0,575	0,199	Valid		
				<i>Amenities</i>	X2.2.1	0,730	0,199	Valid
					X2.2.2	0,663	0,199	Valid
					X2.2.3	0,586	0,199	Valid
				<i>Ancillary</i>	X2.3.1	0,609	0,199	Valid
					X2.3.2	0,642	0,199	Valid
					X2.3.3	0,495	0,199	Valid
3	Minat Kunjungan Ulang	Rencana kunjungan ulang	Y1.1	0,889	0,199	Valid		
			Y1.2	0,808	0,199	Valid		
		Minat referensi kunjungan	Y1.3	0,777	0,199	Valid		
			Y1.4	0,855	0,199	Valid		

Sumber : Data diolah penulis, 2021

Berdasarkan data hasil uji validitas pada tabel diatas menyatakan bahwa r hitung bernilai positif dan lebih besar dari r tabel yaitu 0,199. Maka dari itu dapat dinyatakan bahwa:

1. Variabel *Word of mouth*

Butir pernyataan pada indikator *word of mouth* yaitu membicarakan, mempromosikan, mendorong dinyatakan valid karena bernilai positif dan r hitung lebih besar dari r tabel yaitu 0,199

2. Variabel Daya tarik wisata

Butir pernyataan pada indikator daya tarik wisata yaitu *attractions*, *amenities*, dan *ancillary* dinyatakan valid karena bernilai positif dan r hitung lebih besar dari r tabel yaitu 0,199.

3. Variabel Minat kunjungan ulang

Butir pernyataan pada indikator minat kunjungan ulang yaitu Rencana mengunjungi kembali dan minat referensi kunjungan dinyatakan valid karena bernilai positif dan r hitung lebih besar dari r tabel yaitu 0,199.

Dari penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa variabel *word of mouth*, daya tarik wisata dan minat kunjungan ulang menunjukkan bahwa dari seluruh butir pernyataan semuanya valid, karena nilai r hitung (korelasi) lebih besar dari r tabel berarti setiap pernyataan dalam kuesioner mampu mengukur variabel.

4.4.2. Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner reliabel dan handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu, apabila nilai *Alpha Cronbach* $>0,7$, sebaliknya jika nilai *Alpha Cronbach* $< 0,7$ maka instrument tidak reliabel. Uji reliabilitas data *pre-test* dilakukan oleh 30 responden dan diolah menggunakan *IBM SPSS Statistic*.

Tabel 4.6 Hasil Uji Relibilitas Pre-Test

No	Variabel	Indikator	No Butir	Cronbach's Alpha if item Deleted	Cronbach's Alpha	Nilai Kritis	Keterangan	
1	Word Of Mouth (X1)	Membicarakan	X1.1	0,725	0,789	0,7	Reliabel	
			X1.2	0,778			Reliabel	
			X1.3	0,708			Reliabel	
		Mempromosikan	X1.2.1	0,776			0,7	Reliabel
			X1.2.2	0,784			0,7	Reliabel
		Mendorong	X1.3.1	0,756			0,7	Reliabel
			X1.3.2	0,793				Reliabel
2	Daya Tarik Wisata (X2)	<i>Attractions</i>	X2.1.1	0,917	0,930	0,7	Reliabel	
			X2.1.2	0,921			0,7	Reliabel
			X2.1.3	0,920			0,7	Reliabel
			X2.1.4	0,931			0,7	Reliabel
		<i>Amenities</i>	X2.2.1	0,924			0,7	Reliabel
			X2.2.2	0,924			0,7	Reliabel
			X2.2.3	0,921			0,7	Reliabel
		<i>Ancillary</i>	X2.3.1	0,927			0,7	Reliabel
			X2.3.2	0,921			0,7	Reliabel
			X2.3.3	0,924			0,7	Reliabel
3	Minat Kunjungan Ulang (Y)	Rencana kunjungan ulang	Y1.1	0,769	0,844	0,7	Reliabel	
			Y1.2	0,787			0,7	Reliabel
		Minat refrensi kunjungan	Y1.3	0,792			0,7	Reliabel
			Y1.4	0,760			0,7	Reliabel

Sumber : Data diolah penulis, 2021

Setelah dilakukan hasil uji reliabilitas *pre-test*, pada tabel 4.5 diatas maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Variabel *word of mouth*

Variabel *word of mouth* dinyatakan reliabel karena *Cronbac's Alpha* variabel *word of mouth* lebih besar dari nilai kritis $0,70 > 0,789$ dengan 7 butir pernyataan.

2. Variabel daya tarik wisata

Variabel daya tarik wisata dinyatakan reliabel karena *Cronbach's Alpha* variaabel daya tarik lebih besar dari nilai kritis $0,70 > 0,930$ dengan 10 butir pernyataan.

3. Variabel minat kunjungan ulang

Variabel minat kunjungan ulang dinyatakan reliabel karena *Cronbach's Alpha* minat kunjungan ulang lebih besar dari nilia kritis $0,70 > 0,844$ dengan 4 butir pernyataan.

Dari penjelasan diatas maka uji reliabel *pre-test* pada tabel 4.5 diatas reliabel. Hal ini menunjukkan bahwa semua pernyataan yang berhubungan dengan variabel *word of mouth*, daya tarik wisata, dan minat kunjungan ulang dapat dinyatakan reliabel, yang berarti bahwa setiap pernyataan dalam kuesioner memiliki konsistensi untuk mengukur variabel penelitian.

Maka selanjutnya dilakukan pengujian reliabilitas data akhir. Uji reliabilitas data akhir dilakukan oleh 98 responden sesuai dengan sampel pada penelitian ini, yang diolah dengan menggunakan *IBM SPSS Statistic* pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Data Akhir

No	Variabel	Indikator	No Butir	Cronbach's Alpha	if	Cronb ach's	Nilai Kritis	Keterangan
----	----------	-----------	----------	------------------	----	-------------	--------------	------------

				Item Deleted	Alpha		
1	Word Of Mouth (X1)	Membicarakan	X1.1	0,866	0,877	0,7	Reliabel
			X1.2	0,869		0,7	Reliabel
			X1.3	0,848		0,7	Reliabel
		Mempromosikan	X1.2.1	0,880		0,7	Reliabel
			X1.2.2	0,858		0,7	Reliabel
		Mendorong	X1.3.1	0,853		0,7	Reliabel
			X1.3.2	0,837		0,7	Reliabel
2	Daya Tarik Wisata (X2)	Attractions	X2.1	0,816	0,849	0,7	Reliabel
			X2.2	0,825		0,7	Reliabel
			X2.3	0,835		0,7	Reliabel
			X2.4	0,841		0,7	Reliabel
		Amenities	X2.3.1	0,826		0,7	Reliabel
			X2.3.2	0,833		0,7	Reliabel
			X2.3.3	0,841		0,7	Reliabel
		Ancillary	X2.4.1	0,838		0,7	Reliabel
			X2.4.2	0,838		0,7	Reliabel
			X2.4.3	0,852		0,7	Reliabel
3	Minat Kunjungan Ulang (Y)	Rencana minat kunjungan ulang	Y1.1	0,775	0,853	0,7	Reliabel
			Y1.2	0,827		0,7	Reliabel
		Minat referensi kunjungan	Y1.3	0,845		0,7	Reliabel
			Y1.4	0,801		0,7	Reliabel

Sumber: Data diolah Penulis, 2021

Berdasarkan hasil uji reliabilitas data akhir pada tabel diatas, bahwa semua variabel memiliki *Alpha Cronbach* 0,7 dapat disimpulkan bahwa:

1. Variabel *word of mouth*

Variabel *word of mouth* dinyatakan reliabel karena *Cronbac's Alpha* variabel *word of mouth* lebih besar dari nilai kritis $0,70 > 0,877$ dengan 7 butir pernyataan.

2. Variabel daya tarik wisata

Variabel daya tarik wisata dinyatakan reliabel karena *Cronbach's Alpha* variabel daya tarik lebih besar dari nilai kritis $0,70 > 0,849$ dengan 10 butir pernyataan.

3. Variabel minat kunjungan ulang

Variabel minat kunjungan ulang dinyatakan reliabel karena *Cronbach's Alpha* minat kunjungan ulang lebih besar dari nilai kritis $0,70 > 0,853$ dengan 4 butir pernyataan.

Dari penjelasan diatas maka uji reliabel pada tabel 4.6 diatas reliabel. Hal ini menunjukkan bahwa semua pernyataan yang berhubungan dengan variabel *word of mouth*, daya tarik wisata, dan minat kunjungan ulang dapat dinyatakan reliabel, yang berarti bahwa setiap pernyataan dalam kuesioner memiliki konsistensi untuk mengukur variabel penelitian.

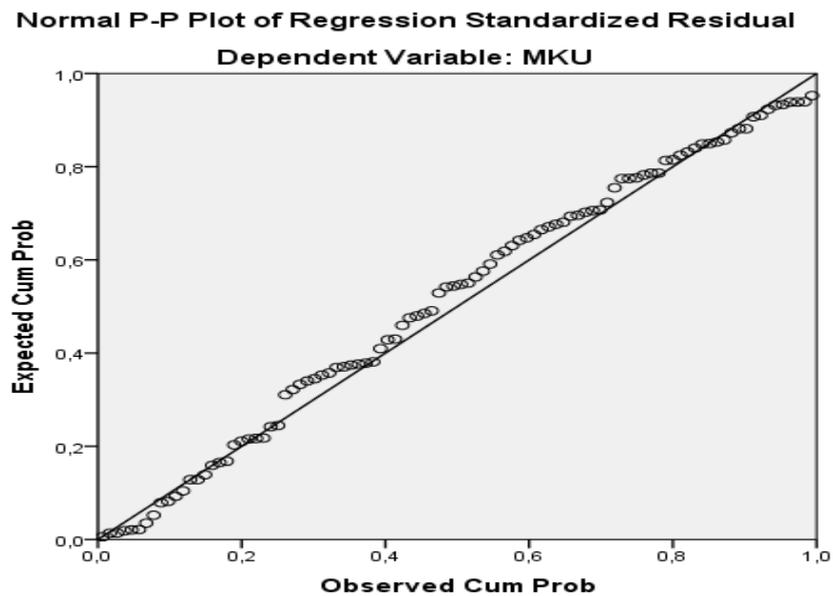
4.5. Uji Asumsi Klasik

Untuk dapat melakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan analisis linear berganda , diperlukan uji asumsi klasik terlebih dahulu agar kesimpulan yang didapat tidak bias. Adapun uji asumsi klasik yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu uji normalitas, uji multikoloneritas, dan uji hesterokedastisitas.

4.5.1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian untuk mengkaji kenormalan suatu variabel yang diteliti apakah data tersebut berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas ditunjukkan dengan penggunaan P-P Plot, yang berarti sebuah teknik

regresi dinyatakan normal apabila titik-titik sebaran data membentuk atau mengikuti garis diagonal.



Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas

Sumber : Data diolah penulis, 2021

Hasil olah data diatas menunjukkan bahwa data sesungguhnya mengikuti arah garis diagonal. Dengan hasil olah data ini maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel dependen maupun variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini memiliki distribusi yang normal.

4.5.2. Uji Multikolinearitas

Uji multikoleniaritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel (independen). Untuk mengetahui ada tidaknya gejala multikolinearitas dengan melihat nilai VIF <10 dan *tolerance* lebih daro 0,1 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 4.8

Hasil Uji Multikolinearitas

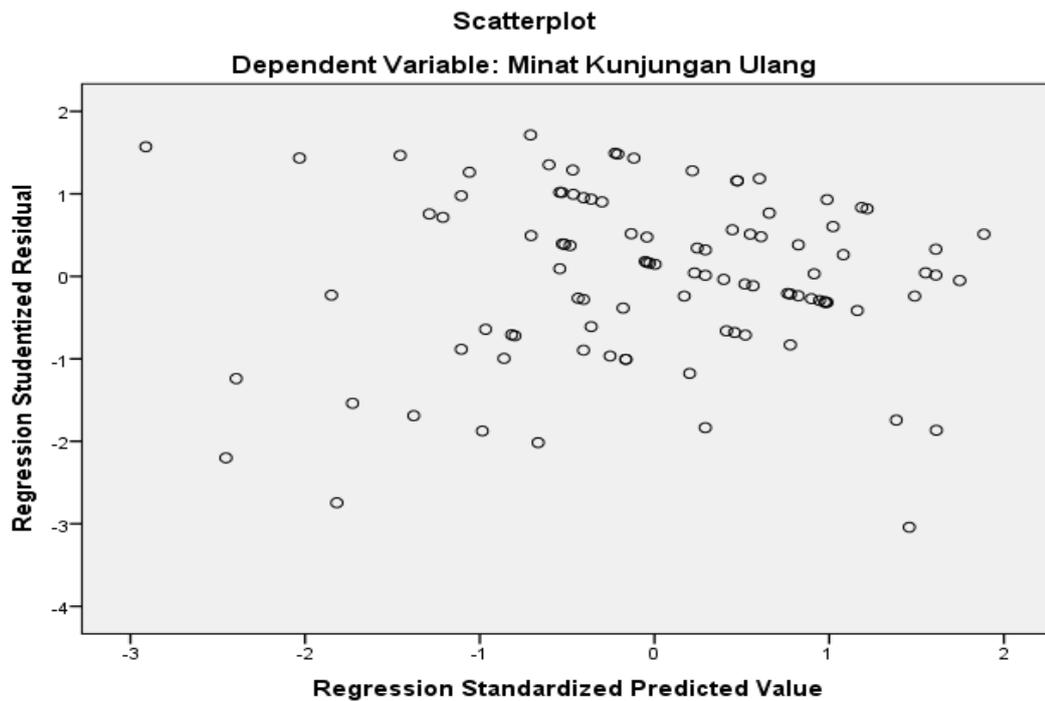
Variabel	Tolerance	VIF	Kesimpulan
<i>Word of mouth</i>	0,999	1,001	Tidak terjadi multikolinearitas
Daya tarik wisata	0,999	1,001	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber : Data diolah penulis, 2021

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai VIF variabel *word of mouth* (X1) dan daya tarik wisata (X2) adalah $1,001 < 10$ dan nilai tolerance value $0,999 > 0,1$ maka data tersebut tidak terjadi multikolinearitas.

4.5.3. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan menguji model regresi apakah terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dikatakan model regresi layak atau baik hanya jika titik-titik menyebar disekitaran atas dan bawah angka 0. Berikut adalah hasil scatterplot uji heterokedastisitas pada penelitian ini:



Gambar 4.4 Hasil Uji Heterokedastisitas

Sumber : Data diolah penulis, 2021

Gambar diatas menunjukkan penyebaran data menggunakan media scatterplot. Hasil scatterplot diatas menunjukkan bahwa data menyebar acak diatas dan dibawah 0 serta tidak berpola, sehingga dapat disimpulkan varian residual konsisten, sehingga data tergolong homokedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas, dan data tergolong data yang baik.

4.6. Analisis Regresi Linear Berganda

Dalam penelitian ini, penelitian menggunakan model analisis regresi linear berganda bertujuan untuk membuktikan hipotesis penelitian, dimana untuk menguji pengaruh *Word Of Mouth* (X1), Daya Tarik Wisata (X2), terhadap Minat Kunjungan Ulang (Y).

Tabel 4.9

Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7,178	2,536		2,831	,006
WOM	-,021	,061	-,031	-,337	,737
DTW	,246	,048	,463	5,096	,000

Sumber : Diolah penulis, 2021

Dari hasil analisis regresi linear berganda pada variabel *word of mouth* dan daya tarik wisata terhadap minat kunjungan ulang diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y=7,178 + (-0,021) \text{ Word of mouth} + 0,246 \text{ daya tarik wisata} + e$$

Untuk mengetahui hasil analisis persamaan regresi, berikut ini dijelaskan hasil pada masing-masing pengujian :

- a. Nilai konstanta = 7,178

Artinya minat kunjungan ulang sebesar 7,178 jika *word of mouth* dan daya tarik wisata sama dengan kondisi yang konstan dan bernilai nol maka minat berkunjung ulang adalah 7,178.

- b. *Word of mouth* (β)= -0,021

Berdasarkan persamaan regresi pada tabel 4.8 diketahui *word of mouth* (β_1) adalah (-0,021), hal ini menunjukkan bahwa *word of mouth* memiliki pengaruh negatif terhadap minat kunjungan ulang. Tingkat signifikansi

sebesar 0,737 yaitu lebih besar daripada taraf nyata (α) sebesar 0,05 ini berarti bahwa *word of mouth* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat kunjungan ulang. Signifikansi pengaruh *word of mouth* terhadap minat kunjungan ulang, juga dapat diketahui dengan membandingkan nilai t_{tabel} dengan t_{hitung} .

c. Daya tarik wisata (β_2)= 0.246

Berdasarkan persamaan regresi pada tabel 4.8 diketahui daya tarik wisata (β_2) adalah 0,246 hal ini menunjukkan bahwa daya tarik wisata berpengaruh positif terhadap minat kunjungan ulang. Tingkat signifikansi sebesar 0,000 yaitu lebih kecil dari taraf nyata (α) sebesar 0,05 ini berarti bahwa daya tarik wisata memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat kunjungan ulang. Signifikansi pengaruh daya tarik terhadap minat kunjungan ulang, juga dapat diketahui dengan membandingkan nilai t_{tabel} dengan t_{hitung} .

4.7. Uji Hipotesis

4.7.1. Uji T

Uji t digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen (X) secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Y). Dengan syarat penerimaan dan penolakan hipotesis sebagai berikut :

- a. Jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ pada $\alpha = 0,05$ atau P value (sig) $< \alpha$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima (berpengaruh)
- b. Jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ pada $\alpha = 0,05$ atau P value (sig) $< \alpha$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima (berpengaruh)

- c. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ pada $\alpha = 0,05$ atau $value (sig) > \alpha$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak (tidak berpengaruh)

$$T_{tabel} = t(\alpha/2 : n-k-1) = t(0,025 : 94) = 0,677$$

Keterangan : α = Tingkat kepercayaan (0,05)

n = Jumlah sampel

k = Jumlah variabel bebas (X)

Tabel 4.10 Hasil uji t variabel *Word of mouth* dan Daya tarik wisata

No	Variabel	T tabel	T hitung	Nilai Signifikansi
1	<i>Word of mouth</i>	0,667	-0,462	0,645
2	Dayatarik wisata	0,667	5,135	0,000

Sumber : Data diolah penulis, 2021

Berdasarkan tabel 4.9 diatas dapat diketahui bahwa :

- Variabel *Word of mouth* memiliki statistik uji t sebesar (-0,462) dengan signifikansi sebesar 0,645. Nilai statistik uji (t_{hitung}) tersebut lebih kecil daripada t_{tabel} ($-0,462 < 0,667$) dan nilai signifikan t lebih kecil dari α (0,05). Pengujian ini menunjukkan bahwa **H_0 ditolak** dan H_a diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa *Word of mouth* tidak berpengaruh terhadap variabel minat kunjungan ulang.
- Variabel Daya tarik wisata memiliki statistik uji t sebesar 5,135 dengan signifikansi sebesar 0.000. Nilai statistik uji (t_{hitung}) tersebut lebih besar daripada t_{tabel} ($5,135 > 0,677$) dan nilai signifikan t lebih kecil dari α (0,05). Pengujian ini menunjukkan bahwa **H_0 diterima** dan H_a ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa daya tarik wisata berpengaruh secara signifikan terhadap minat kunjungan ulang.

4.7.2. Uji F

Uji f bertujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan ke dalam model secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Dengan kriteria jika nilai sig < 0,05 maka semua variabel independen secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen.

Hasil uji f sebagai berikut:

Tabel 4.11 Hasil Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	238,019	2	119,010	13,119	,000 ^b
Residual	861,828	95	9,072		
Total	1099,847	97			

a. Dependent variabelke Minat kunjungan ulang

b. Predictors (Constant),Word of Mouth,Daya Tarik Wisata

Sumber : Data diolah oleh peulis, 2021

Berdasarkan hasil uji f pada tabel di atas, diketahui F hitung sebesar 13,119 dengan nilai signifikan yaitu 0,000. Dari data diatas dapat dilihat bahwa f hitung (13,119) > f tabel (3,09) memiliki nilai positif dan p-value < 0,05 ini membuktikan bahwa variabel *word of mouth* (X1) dan daya tarik wisata (X2) berpengaruh terhadap minat kunjungan ulang (Y) secara simultan.

4.7.3. Uji adjusted square R²

Koefisien determinan (R^2) merupakan suatu alat untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Besarnya koefisien determinasi berkisar antara 0 sampai dengan 1, besar koefisien determinasi mendekati angka 1, maka semakin besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 4.11 Hasil Ajusted R Square

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate
1	,465 a	,216	,200		3,01195

Sumber : Data diolah oleh penulis, 2021

Berdasarkan hasil uji determinasi (R^2) pada tabel diatas diperoleh angka R^2 (R Square) yaitu 0,200 atau (0,20%). Artinya persentasi pengaruh *Word of mouth* (X1) dan Daya tarik wisata (X2) terhadap Minat kunjungan ulang (Y) sebesar 0,20% dan sisanya 80% merupakan pengaruh dari faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.7. Pembahasan

1. Pengaruh *word of mouth* terhadap minat kunjungan ulang

Berdasarkan hasil analisis yang telah diuraikan di atas diperoleh hasil bahwa variabel (X1) *word of mouth* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel (Y) Minat kunjungan ulang. Hal ini dapat dilihat dalam rincian hasil persamaan analisis regresi linear berganda pada tabel 4.8 diketahui *word of mouth* (β_1) adalah -0,021, hal ini menunjukkan bahwa *word of mouth* tidak memiliki pengaruh positif terhadap minat kunjungan ulang. Tingkat signifikansi sebesar 0,645 yaitu lebih besar daripada taraf nyata (α) sebesar 0,05 ini berarti bahwa *word of mouth* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat kunjungan ulang. Signifikansi pengaruh *word of mouth* terhadap minat kunjungan ulang, juga dapat diketahui dengan membandingkan nilai t_{tabel} dengan t_{hitung} . Selain itu dapat juga dilihat dari hasil perhitungan uji T diperoleh nilai statistik uji (t_{hitung}) tersebut lebih kecil dari pada t_{tabel} ($-0,462 < 0,667$) dan nilai signifikan sebesar $0,654 > \alpha (0,05)$. Pengujian ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa *Word of mouth* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel minat kunjungan ulang. Dalam hal ini berarti elemen *word of mouth* yang digunakan oleh wisata sabah julu selama ini masih sangat rendah dan kurang efektif sehingga tidak mempengaruhi pengunjung untuk melakukan kunjungan ulang. Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian yang dilakukan oleh Sugianto, Halimatussaddiyah Marpaung, (2015) dimana dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa *word of mouth* berpengaruh positif dan

signifikan terhadap Minat berkunjung ulang. Hipotesis pertama H_0 dalam penelitian ini ditolak dan H_a diterima.

2. Pengaruh daya tarik wisata terhadap minat kunjungan ulang

Berdasarkan hasil analisis yang telah diuraikan di atas diperoleh hasil bahwa variabel (X_2) Daya tarik wisata berpengaruh secara signifikan terhadap variabel (Y) minat kunjungan ulang. Hal ini dapat dilihat dalam rincian hasil persamaan analisis regresi linear berganda pada tabel 4.8 diketahui daya tarik wisata (β_2) adalah 0,246 hal ini menunjukkan bahwa daya tarik wisata berpengaruh positif terhadap minat kunjungan ulang. Tingkat signifikansi sebesar 0,000 yaitu lebih daripada taraf nyata (α) sebesar 0,05 ini berarti bahwa daya tarik wisata memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat kunjungan ulang. Signifikansi pengaruh daya tarik terhadap minat kunjungan ulang, juga dapat diketahui dengan membandingkan nilai t_{tabel} dengan t_{hitung} . Selain itu dapat juga dilihat dari hasil perhitungan uji T diperoleh nilai statistik uji t sebesar 5,135 dengan signifikansi sebesar 0.000. Nilai statistik uji (t_{hitung}) tersebut lebih besar daripada t_{tabel} ($5,135 > 0,677$) dan nilai signifikan t lebih kecil dari α (0,05). Pengujian ini menunjukkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa daya tarik wisata berpengaruh secara signifikan terhadap minat kunjungan ulang. Dalam hal ini berarti daya tarik wisata Sabah Julu sangat menarik dan berbeda dari objek wisata yang lain yang berada di Kabupaten Pakpak Bharat, sehingga dapat mempengaruhi wisatawan untuk berkunjung pada wisata Sabah Julu dan menimbulkan efek kecenderungan untuk berkunjung ulang. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Fitri andini, Dwi

prastiwi (2015) dimana dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjungan ulang. Hipotesis kedua H0 diterima dan Ha ditolak.

3. Pengaruh *word of mouth* dan daya tarik wisata berpengaruh terhadap minat kunjungan ulang

Berdasarkan hasil uji statistik yang dilakukan menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan *word of mouth* dan daya tarik wisata terhadap minat kunjungan ulang wisata sabah julu. Hal ini dapat diperoleh dari hasil uji F diperoleh F_{hitung} sebesar $13,119 > F_{tabel}$ 3,09 dengan signifikansi sebesar 0,000. Oleh karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa H0 diterima dan Ha ditolak. Sehingga penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa **“*Word of mouth* dan daya tarik wisata secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjungan ulang pada wisata Sabah Julu.**

Berdasarkan pada pembahasan di atas bahwasanya *word of mouth* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat kunjungan ulang pada wisata Sabah Julu.. Maka dari itu penulis memberikan sedikit rancangan atau masukan tentang *word of mouth* bagaimana yang cocok untuk dilakukan oleh wisata Sabah Julu. Adapun rancangannya yaitu sebagai berikut:

1. Menjalankan strategi *wom* dengan menggunakan media sosial . Strategi ini cocok dilakukan karena di zaman sekarang orang Indonesia lebih tertarik mencari informasi melalui media sosial.
2. Memberikan pelayanan yang terbaik, dengan memberikan pelayanan yang terbaik maka pelanggan akan selalu datang untuk mengunjungi wisata tersebut, karena pelanggan yang puas dengan pelayanan suatu bisnis kita maka pelanggan juga akan bersedia merekomendasikan jenis usaha kita kepada orang-orang disekitarnya.
3. Memiliki produk/jasa yang bagus artinya wisata sabah julu harus menjaga kualitas pelayanannya jangan sampai promosi yang disampaikan tidak sesuai dengan aslinya. Jika terjadi hal ini konsumen tidak akan percaya lagi dengan apa yang ditawarkan oleh wisata sabah julu kepada pengunjung yang akan berkunjung lagi