

RESPONSI WISATAWAN PADA PETIK BUAH NAGA GUNA MENDUKUNG OBJEK WISATAWAN DI DESA WRINGINPITU KABUPATEN BANYUWANGI**M Iqbal Izzul Haq^{1*}, Bambang Siswadi²**¹⁾ Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam MalangEmail: 22001032040@unisma.ac.id²⁾ Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam MalangE-mail: bsdidek171@unisma.ac.id**Abstract**

Picking dragon fruit is increasing public interest in tourism. Tourism is that which utilizes the natural and cultural potential of agriculture. Dragon fruit picking tourism is one type of tourism that is currently popular in Indonesia. Dragon fruit picking offers tourists a hands-on experience of picking dragon fruit directly from the tree. Visitors can experience the sensation of picking their own dragon fruit and feel its freshness. Apart from that, visitors can also learn about how to plant and care for dragon fruit plants. This research aims to analyze the factors that influence tourist consumer responses to dragon fruit picking tourism. The research method used was by distributing questionnaires to 126 respondents visiting dragon fruit picking tours. Sampling used accidental sampling technique. The research results show that the hospitality and income variables have a statistically significant relationship with tourist responses, both directly and indirectly through the mediating variable Attraction 3 (Z). The variables access, facilities, infrastructure and location do not have a statistically significant relationship. with tourist responses, both directly and indirectly through the mediating variable Attraction 3 (Z).

Keywords: *Tourism, Dragon fruit picking, Tourist response, Banyuwangi.*

Abstrak

Petik buah naga adalah meningkatnya minat masyarakat terhadap wisata. Wisata adalah yang memanfaatkan potensi alam dan budaya pertanian. Wisata petik buah naga merupakan salah satu jenis wisata yang sedang populer di Indonesia. Petik buah naga menawarkan pengalaman langsung kepada wisatawan untuk memetik buah naga langsung dari pohonnya. Pengunjung dapat merasakan sensasi memetik buah naga sendiri dan merasakan kesegarannya. Selain itu, pengunjung juga dapat belajar tentang cara menanam dan merawat tanaman buah naga. Penelitian ini bertujuan untuk Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi tanggapan konsumen wisatawan terhadap wisata petik buah naga. Metode penelitian yang digunakan dengan menyebarkan kuesioner kepada 126 responden pengunjung wisata petik buah naga. Pengambilan sampel menggunakan teknik accidental sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Variabel hospitality dan pendapatan memiliki hubungan yang signifikan secara statistik dengan respons wisatawan, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui variabel mediasi Daya Tarik 3 (Z). Variabel akses, fasilitas, infrastruktur, dan lokasi tidak memiliki hubungan yang signifikan secara statistik dengan respons wisatawan, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui variabel mediasi Daya Tarik 3 (Z).

Kata Kunci: Pariwisata, Petik buah naga, Respon wisatawan, Banyuwangi.

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan industri besar yang berkembang pesat di bumi pertiwi sebab di dukung oleh daya Tarik Masyarakat dan wisata yang bersifat alami maupun buatan. Indonesia memiliki banyak potensi wisata seperti alam yang indah, hutan, gunung, laut, Sungai, sawah, Pantai dan lain sebagainya, serta kaya akan kebudayaan yang masih di lestarikan hingga kini.

Petik buah naga adalah meningkatnya minat masyarakat terhadap wisata. Wisata adalah yang memanfaatkan potensi alam dan budaya pertanian. Wisata petik buah naga merupakan salah satu jenis wisata yang sedang populer di Indonesia. Petik buah naga menawarkan pengalaman langsung kepada wisatawan untuk memetik buah naga langsung dari pohonnya. Pengunjung dapat

merasakan sensasi memetik buah naga sendiri dan merasakan kesegarannya. Selain itu, pengunjung juga dapat belajar tentang cara menanam dan merawat tanaman buah naga. Petik buah naga umumnya tersedia di daerah-daerah yang menjadi sentra penghasil buah naga. Di Indonesia, terdapat beberapa daerah yang menjadi sentra penghasil buah naga, seperti Banyuwangi, Klaten, Malang, dan Mojokerto.

Respon berasal dari kata *response* yang berarti jawaban, balasan, atau tanggapan. Dalam kamus besar Bahasa Indonesia disebutkan bahwa respon adalah tanggapan, reaksi, dan jawaban terhadap suatu gejala atau peristiwa yang terjadi. Menurut Rafika Yuni dkk (2017:3) dalam penelitiannya mengatakan respon merupakan suatu rangsangan yang terjadi dan dapat menyebabkan terjadinya perubahan sikap. Sedangkan Menurut Khairiyah (2019):199) respon merupakan kesan atau tanggapan setelah seseorang mengamati melalui aktifitas penginderaan sehingga terbentuknya sikap positif dan negative.

Namun kenyataannya, ada juga beberapa tanggapan negatif dari wisatawan terhadap destinasi petik buah naga, yaitu ketersediaan buah naga di objek wisata petik buah naga di Banyuwangi ini bervariasi tergantung pada musim. Pada musim panen, buah naga tersedia dalam jumlah 20%. Namun, pada musim tidak panen buah naga tersedia dalam jumlah yang terbatas. Hal ini dapat membuat wisatawan kecewa jika berkunjung pada saat musim tidak panen. Selain itu pengelolaan objek wisata petik buah naga di Banyuwangi ini perlu ditingkatkan agar dapat memberikan pelayanan yang baik kepada wisatawan. Hal ini meliputi penyediaan fasilitas yang memadai, pengelolaan sampah yang baik, dan pemberian edukasi yang menarik kepada wisatawan." Jumlah wisatawan yang berkunjung ke objek wisata petik buah naga di Banyuwangi: Agrowisata petik Naga di Banyuwangi, Jawa Timur, dikunjungi oleh sekitar 500 wisatawan per hari. Tujuan dalam penelitian ini adalah juga Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi tanggapan konsumen wisatawan terhadap wisata petik buah naga.

METODE PENELITIAN

Data

Data pada penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer dilakukan dengan metode wawancara dengan bantuan kuesioner yang telah disiapkan kepada responden (wisatawan petik buah naga) dan menggunakan metode observasi dilakukan dengan melakukan pengamatan langsung ke tempat penelitian. Data sekunder diperoleh dari buku dan jurnal.

Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan petik buah naga, populasi penelitian yang digunakan sebanyak 126 responden. Pada penelitian ini menggunakan Teknik acidental sampling. Menurut Sugiyono (2019) Teknik accidental sampling merupakan Teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui dengan kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti.

METODE ANALISIS DATA

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis Deskriptif. Analisis deskriptif menurut moleong (2010) merupakan pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat, dan analisis SEM Smart PLS. Structural Equations modelling (SEM) merupakan suatu metode yang untuk menutup kelemahan yang terdapat pada metode regresi. Langkah-Langkah Analisis Smart PLS Untuk melakukan pemodelan struktural dengan pendekatan *smartPLS*, perludilakukan langkah-langkah yang dijelaskan berikut (1) Merancang Model Struktural (*Inner model*), (2) Merancang Model Pengukuran (*Outer Model*), (3) Mengkonstruksi Diagram Jalur, (4) Konversi

Diagram Jalur ke Sistem Persamaan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Menganalisis karakteristik Responden dalam Penelitian ini respondenya adalah wisatawan yang berkunjung ke tempat wisata atau wisatawan yang pernah berkunjung ke tempat buah naga tersebut. Dalam penelitian ini karakteristik responden yang didata mencakup umur, Tingkat Pendidikan, status, pekerjaan, jenis kelamin dan pendapatan. Hal ini dipilih karna di anggap berpengaruh terhadap Keputusan wisatawan dalam memilih tempat wisata petik buah naga di desa wringinpitu kecamatan tegaldlimo kabupaten Banyuwangi jawa timur.

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.

No	Umur (tahun)	Jumlah	Persentase (%)
1	< 20	2	2%
2	20 - 40	69	55%
3	>40	55	44%

Sumber : Data Primer Diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 1 Karakteristik Responden dapat dilihat dari beberapa umur yang dimiliki responden. Umur dapat menjadi factor keberhasilan dalam mengusahakan bidang pertanian. Menurut Ruka dan Wahab (2013) bahwasanya umur Masyarakat yang terlalu tua dan tidak produktif dapat mengurangi dalam segi kemampuan fisik Ketika mengusahakan pertanian. Berdasarkan table diatas diketahui bahwa yang berumur < 20 sebanyak 2 orang, yang berumur 20-40 tahun sebanyak 69 orang, yang berumur lebih dari 40 tahun sebanyak 55 orang table tersebut menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasarkan umur yang paling dominan pada umur 20 – 40 tahun yang menjadi kelompok paling dominan sampel penelitian ini Menurut Ruka dan Wahab (2013) bahwasanya Masyarakat yang memiliki umur diantara 20 – 40 tahun adalah masyarakat yang produktif karakteristik umur Masyarakat yang dijadikan responden penelitian ini adalah kebanyakan usia produktif untuk melakukan pekerjaan sehingga pada umur tersebut Masyarakat dapat dikatakan lebih memiliki kemampuan fisik yang lebih baik dari usia tidak produktif serta mudahnya beradaptasi terhadap kondisi dan teknologi untuk pengembangan objek wisata.

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Status

No	Status	Jumlah	Persentase (%)
1	Menikah	84	67%
2	Belum Menikah	42	33%
	Total	126	100%

Sumber : Data Primer Diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 2 status karakteristik responden yang sudah menikah sebanyak 84 orang, sedangkan yang belum menikah sebanyak 42 orang. Table menunjukkan bahwa karakteristik responden yang sudah menikah menjadi kelompok yang paling dominan pada sampel penelitian ini.

Tabel 3. karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan

No	Pendidikan terakhir	Jumlah	Persentase (%)
1	Sd	14	11%
2	SMP	8	6%
3	SMK	93	74%
4	S1	11	9%
	TOTAL	126	100%

Sumber : Data Primer Diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 3 Tingkat Pendidikan merupakan pendidikan terakhir yang ditempuh oleh seorang responden. Menurut Ruka dan Wahab (2013) Pendidikan merupakan suatu hal yang mempengaruhi Masyarakat dalam menerima dan mengadopsi teknologi atau inovasi baru dalam pengembangan objek wisata. Semakin lama Pendidikan yang ditempuh, maka semakin mudah masyarakat dalam menerima teknologi atau inovasi baru dan pola pikirnya makin rasional. Berdasarkan table diatas dapat diketahui bahwa karakteristik responden yang memiliki Tingkat Pendidikan jenjang SD sebanyak 14 orang, Tingkat Pendidikan jenjang SMP sebanyak 8 orang, Tingkat Pendidikan jenjang SMK sebanyak 93 orang, dan Tingkat jenjang Pendidikan S1 sebanyak 9 orang. Table tersebut menunjukka bahwa Tingkat Pendidikan yang menjadi kelompok paling dominan dalam sampel penelitian ini adalah Tingkat Pendidikan SMK.

Tabel 4. Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
1	Wiraswasta	117	93%
2	ASN	9	7%
	TOTAL	126	100%

Sumber : Data Primer Diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 4 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dapat diketahui bahwa yang bekerja sebagai wiraswasta sebanyak 117 orang sedangkan yang bekerja sebagai ASN 9 orang tabel tersebut menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasarkan pekerjaan yang tertinggi adalah wiraswasta yang menjadi kelompok paling dominan dalam sampel penelitian ini.

Tabel 5. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

No	Jenis kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1	Perempuan	72	57%
2	Laki Laki	54	43%
	TOTAL	126	100%

Sumber : Data Primer Diolah (2024)

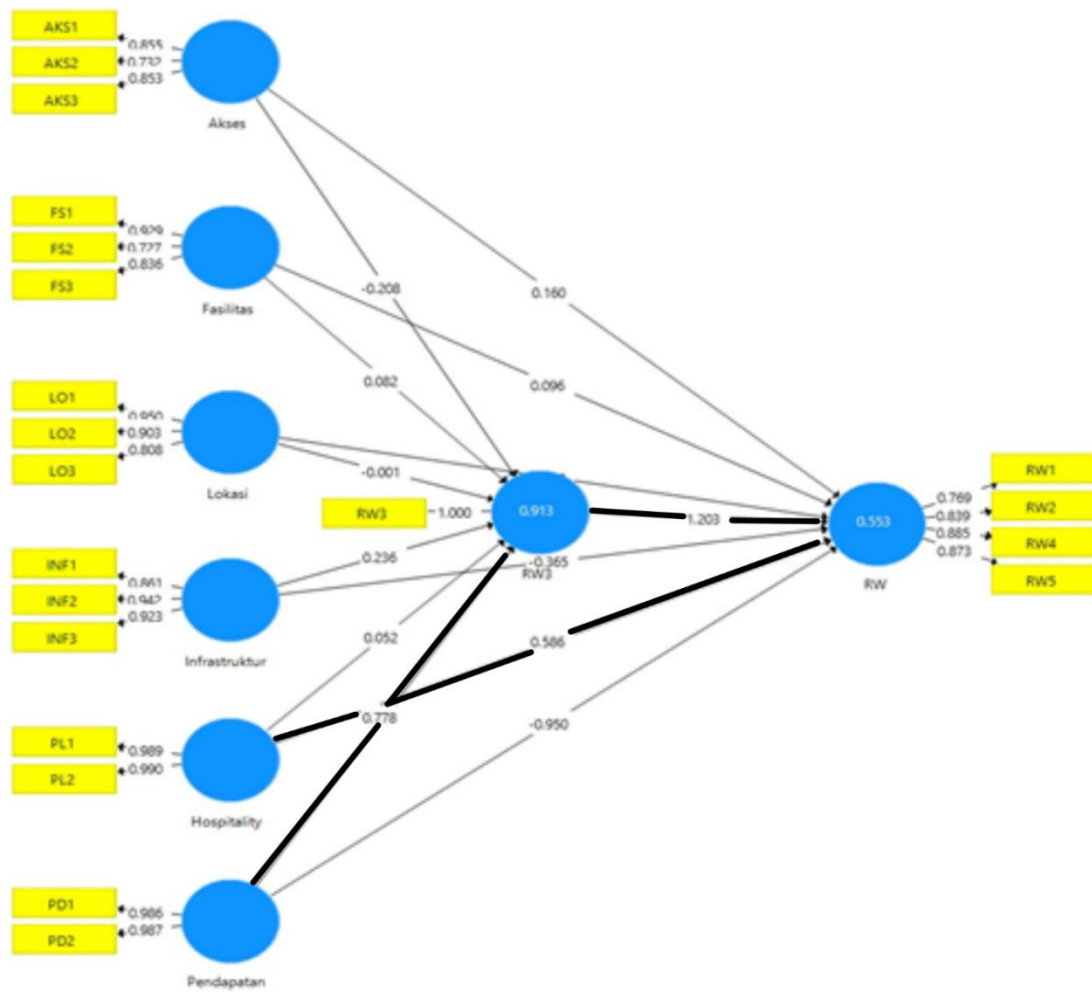
Berdasarkan tabel 5 diatas dapat disimpulkan bahwa responden yang digunakan pada penelitian ini Sebagian besar berjenis kelamin Perempuan yaitu sebanyak 72 orang dengan persentase 57% dari total responden sebanyak 126. Hal ini disebabkan karena pada penelitian ini responden yang digunakan menitik beratkan pada seorang kepala keluarga yang selalu memperhatikan kebutuhan rumah tangga, namun pada saat penelitian banyak ditemui bahwa responden laki laki tidak berada dirumah sehingga responden Perempuan yang dijadikan sebagai alternatif sebagai kepala keluarga berdasarkan tersebut hal ini menunjukkan bahwa jenis kelamin Perempuan yang paling dominan dalam sampel penelitian ini.

Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

No	Pendapatan	Jumlah	Persentase (%)
1	>500.000	28	22%
2	>1000.000	19	15%
3	<1000.000	79	63%
	TOTAL	126	100%

Sumber : Data Primer Diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 6 Karakteristik responden berdasarkan Tingkat pendapatan diketahui bahwa responden yang berpenghasilan antara < Rp. 500.000 sebanyak 28 orang, sedangkan yang berpenghasilan < Rp. 1.000.000 sebanyak 19 orang, sedangkan yang berpenghasilan lebih dari >Rp. 1.000.000 sebanyak 79 orang. tabel tersebut menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasarkan Tingkat pendapatan yang menjadi kelompok paling dominan dalam sampel penelitian ini adalah Tingkat pendapatan lebih dari > Rp. 1.000.000 sebanyak 79 orang.



Gambar 1. Hasil Algoritma smartPLS 3.0
Sumber: Output Pengolahan dengan smartPLS 3.0

Tabel 1. Hasil Pengujian Convergent Validity

	Akses	Fasilitas	Hospitality	Infrastruktur	Lokasi	Pendapatan	RW	RW3
Akseabilitas 1	0,855							
Akseabilitas 2	0,732							
Akseabilitas 3	0,853							
Fasilitas 1		0,929						
Fasilitas 2		0,727						
Fasilitas 3		0,836						
Infrastuktur 1				0,861				
Infrastuktur 2				0,942				
Infrastuktur 3				0,923				
Lokasi 1					0,950			
Lokasi 2					0,903			
Lokasi 3					0,808			
Pendapatan 1						0,986		
Pendapatan 2						0,987		
Pelayanan 1			0,989					
Pelayanan 2			0,990					
Resnponsi W1							0,769	
Resnponsi W 2							0,839	
Daya Tarik 3 (Z)								1,000
Resnponsi W 4							0,885	
Resnponsi W 5							0,873	

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

Berdasarkan tabel 1 dapat dilihat bahwa semua indikator variabel penelitian ini valid, karena nilai *Outer Loadings* masing-masing indikator $>0,7$. Menurut Chin seperti yang dikutip oleh Imam Ghozali, nilai outer loading antara 0,5 – 0,6 sudah dianggap cukup untuk memenuhi syarat convergent validity. Data diatas menunjukkan tidak ada indikator variabel yang nilai outer loading-nya di bawah 0,5 sehingga semua indikator dinyatakan layak atau valid untuk digunakan penelitian dan dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Tabel 2. Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE)

	Average Variance Extracted (AVE)
Aksebilitas	0,665
Fasilitas	0,697
Hospitality	0,979
Infrastruktur	0,826
Lokasi	0,790
Pendapatan	0,974
Resnpon wisatawan (Y)	0,710

Sumber: Output Pengolahan dengan smartPLS 3.0

Berdasarkan tabel 2 dapat dilihat bahwa nilai AVE telah lebih besar dari 0,50 yang berarti semua indikator tersebut telah memenuhi kriteria yang sudah ditetapkan dan mempunyai reliabilitas yang potensial untuk dilakukan pengujian lebih lanjut.

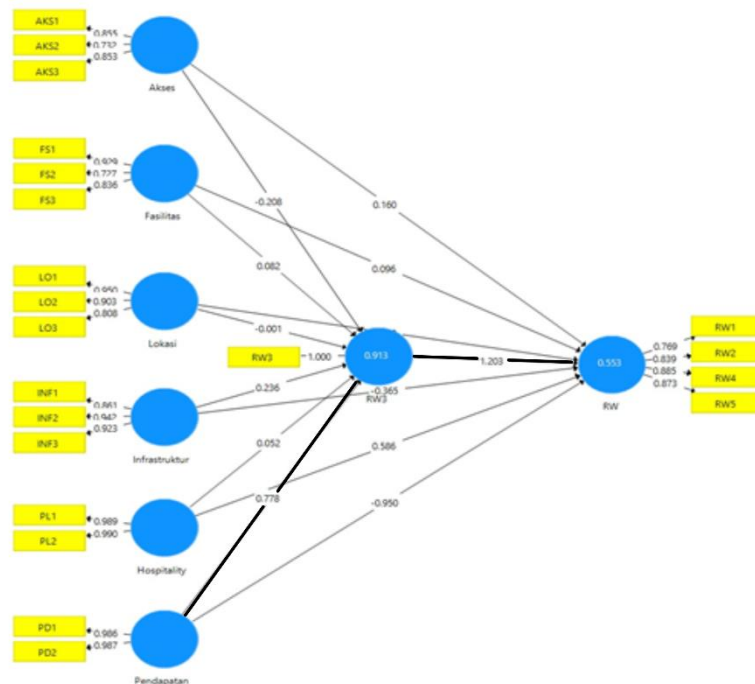
Tabel 3. Hasil Uji Composite Reliability dan Cronbach's Alpha

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Aksebilitas	0,753	0,855
Fasilitas	0,778	0,872
Hospitality	0,979	0,989
Infrastruktur	0,895	0,934
Lokasi	0,869	0,918
Pendapatan	0,973	0,987
Resnponsi wisatawan (Y)	0,864	0,907

Sumber: Output Pengolahan dengan smartPLS 3.0

Berdasarkan tabel 3 dapat dilihat bahwa hasil pengujian *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha* menunjukkan nilai yang memuaskan, yaitu semua variabel laten telah reliabel karena seluruh nilai variabel laten memiliki nilai *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha* $\geq$ 0,70. Jadi dapat disimpulkan bahwa, kuesioner yang digunakan sebagai alat penelitian ini telah andal atau konsisten.

Pengujian Uji Model Struktural (Inner Model)



Gambar 2. Hasil Uji Bootstrapping
Sumber: Output Pengolahan dengan smartPLS 3

Nilai R-Square (R²)

Melihat nilai R-Square yang merupakan uji *Goodness of Fit* model.

Tabel 4. Hasil Uji Nilai R-Square (R²)

	R Square	R Square Adjusted
Responsi wisatawan (Y)	0,553	0,527
Daya Tarik 3 (Z)	0,913	0,909

Sumber: Output Pengolahan dengan smartPLS 3.0

Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa nilai Adjusted R-Square sebesar 0,527 yang berarti variabel Y (Respon Wisatawan) yang dapat dijelaskan oleh semua variabel-variabel independennya sebesar 52,7% dan sisanya 47,3% dijelaskan diluar model penelitian ini. Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa nilai Adjusted R-Square sebesar 0,909 yang berarti variabel Y (Respon Wisatawan) yang dapat dijelaskan oleh semua variabel-variabel independennya sebesar 90,9% dan sisanya yaitu 9,1% dijelaskan diluar model penelitian ini.

Hasil Pengujian Direct Effect**Tabel 6. hasil pengujian Direct Effect (Pengaruh secara langsung dari variabel X terhadap variabel Y)**

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values	Keterangan
Lokasi -> Responsi W (Y)	0,000	0,042	0,294	0,001	1,000	Tidak signifikan
Lokasi -> Daya Tarik 3 (Z)	-0,001	-0,020	0,129	0,012	0,991	Tidak signifikan
Fasilitas -> Responsi W (Y)	0,096	0,033	0,234	0,410	0,682	Tidak signifikan
Fasilitas -> Daya Tarik 3 (Z)	0,082	0,080	0,125	0,657	0,512	Tidak signifikan
Infrastruktur -> Responsi W (Y)	-0,365	-0,330	0,367	0,995	0,320	Tidak signifikan
Infrastruktur -> Daya Tarik 3 (Z)	0,236	0,261	0,182	1,299	0,194	Tidak signifikan
Aksebilitas -> Responsi W (Y)	0,160	0,114	0,301	0,533	0,594	Tidak signifikan
Aksebilitas -> Daya Tarik 3 (Z)	-0,208	-0,167	0,123	1,692	0,091	Tidak signifikan
Hospitality -> Responsi W (Y)	0,586	0,608	0,220	2,661	0,008	Signifikan
Hospitality -> Daya Tarik 3 (Z)	0,052	0,024	0,158	0,327	0,744	Tidak signifikan
Pendapatan -> Responsi W (Y)	-0,950	-0,970	0,420	2,261	0,024	Tidak signifikan
Pendapatan -> Daya Tarik 3 (Z)	0,778	0,760	0,135	5,761	0,000	Signifikan
Daya Tarik 3 (Z) -> Responsi W (Y)	1,203	1,235	0,321	3,749	0,000	Signifikan

Sumber: Output Pengolahan dengan smartPLS 3.0

1. Hubungan antara variable Lokasi dan respon wisatawan ($X_1 \rightarrow Y$)

Dapat dilihat dari tabel 24 menunjukkan bahwa hubungan antara variabel Lokasi dan variabel (Y) respon wisatawan tidak signifikan karena memiliki nilai t-statistik sebesar 0,001 yang berarti lebih besar dari 0,05 dengan nilai p-value sebesar 1,000, ($p > 0,05$). Artinya perubahan dalam lokasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap respon wisatawan atau kecenderungan pengunjung untuk kembali.

2. Hubungan antara variabel Lokasi dan daya tarik wisatawan ($X1 \rightarrow Z$)

Dapat dilihat dari tabel 24 menunjukkan bahwa hubungan antara variabel Lokasi dan variabel (Z) daya tarik wisatawan tidak signifikan memiliki nilai t-statistik sebesar 0,012 yang berarti lebih besar dari 0,05 dengan nilai p-value sebesar 0,991, ($p > 0,05$). Artinya perubahan dalam lokasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap daya tarik wisatawan atau kecenderungan pengunjung untuk kembali.

3. Hubungan antara variabel Fasilitas dan Respon Wisatawan ($X2 \rightarrow Y$)

Dapat dilihat dari tabel 24 menunjukkan bahwa hubungan antara variabel Fasilitas dengan variabel Y (Respon wisatawan) tidak signifikan karena memiliki nilai t-statistik sebesar 0,410 yang berarti lebih dari 0,05 dengan nilai p-value sebesar 0,682 ($p > 0,05$). Artinya perubahan dalam Fasilitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Respon wisatawan, jadi dalam setiap perubahan Fasilitas tidak berdampak pada respon wisatawan atau kecenderungan pengunjung untuk kembali.

4. Hubungan antara variabel Fasilitas dan Daya tarik wisatawan ($X2 \rightarrow Z$)

Dapat dilihat dari tabel 24 menunjukkan bahwa hubungan antara variabel Fasilitas terhadap variabel Z (Daya tarik wisatawan) tidak signifikan karena memiliki nilai t-statistik sebesar 0,657 yang berarti lebih dari 0,05 dengan nilai p-value sebesar 0,512 ($p > 0,05$), artinya perubahan dalam Fasilitas tidak berpengaruh dalam Daya tarik wisatawan, jadi setiap perubahan Fasilitas tidak terlalu berdampak pada Daya tarik wisatawan atau kecenderungan pengunjung untuk kembali.

5. Hubungan antara variabel infrastruktur dan respon wisatawan ($X3 \rightarrow Y$)

Dapat dilihat dari tabel 24 menunjukkan bahwa hubungan antara variabel Infrastruktur dan variabel (respon wisatawan) (Y) tidak signifikan karena memiliki nilai t-statistik sebesar 0,995 yang berarti lebih dari 0,05 dengan nilai p-value sebesar ($p > 0,05$). Artinya perubahan dalam infrastruktur tidak berpengaruh secara signifikan terhadap respon wisatawan, jadi dalam setiap perubahan infrastruktur tidak terlalu berdampak pada respon wisatawan atau kecenderungan pengunjung untuk kembali.

6. Hubungan antara variabel infrastruktur dan daya tarik wisatawan ($X3 \rightarrow Z$)

Dapat dilihat dari tabel 24 menunjukkan bahwa hubungan antara variabel Infrastruktur dan variabel (Z) daya tarik wisatawan tidak signifikan karena memiliki nilai t-statistik sebesar 1,299 yang berarti lebih dari 0,05 dengan nilai p-value sebesar 0,194, ($p > 0,05$). Artinya perubahan dalam infrastruktur tidak berpengaruh secara signifikan terhadap daya tarik wisatawan, jadi dalam setiap perubahan infrastruktur tidak terlalu berdampak pada daya tarik wisatawan atau kecenderungan pengunjung untuk kembali.

7. Hubungan antara Aksesibilitas dan Respon Wisatawan ($X4 \rightarrow Y$)

Dapat dilihat hasil dari tabel 24 menunjukkan bahwa Hubungan antara variabel Aksesibilitas dan Respon Wisatawan (Y) tidak signifikan karena memiliki nilai t-statistik sebesar 0,533 yang berarti lebih dari 0,05 dengan p-value sebesar 0,594 ($p > 0,05$). Artinya perubahan dalam aksesibilitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Respon wisatawan, jadi dalam setiap perubahan aksesibilitas tidak terlalu berdampak pada Respon wisatawan atau kecenderungan pengunjung untuk kembali.

8. Hubungan antara variabel Aksesibilitas dan Daya Tarik wisatawan ($X4 \rightarrow Z$)

Dapat dilihat hasil dari tabel 24 menunjukkan bahwa Hubungan antara variabel Aksesibilitas dan Daya Tarik wisatawan (Z) tidak signifikan karena memiliki nilai t-statistik sebesar 1,692 yang berarti lebih dari 0,05 dengan p-value sebesar 0,091 ($p > 0,05$). Artinya perubahan dalam

aksebilitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Daya Tarik wisatawan, jadi dalam setiap perubahan aksebilitas tidak terlalu berdampak pada Daya Tarik wisatawan atau kecenderungan pengunjung untuk kembali.

9. Hubungan antara variable Hospitality dan Respon Wisatawan ($X5 \rightarrow Y$)

Dapat dilihat dari tabel 24 menunjukkan bahwa hubungan antara variabel Hospitality dan variable Y (Respon Wisatawan) signifikan karena memiliki nilai t-statistik sebesar 2,661 yang berarti lebih dari 0,05 dengan nilai p-value sebesar 0,008 ($p < 0,05$). Artinya pada setiap perubahan Hospitality berpengaruh dalam Respon Wisatawan. variabel indikator yang berpengaruh signifikan terhadap hospitality adalah X5.2

10. Hubungan antara variable Hospitality dan Daya tarik wisatawan ($X5 \rightarrow Z$)

Dapat dilihat dari tabel 24 menunjukkan bahwa hubungan antara variabel Hospitality dan variable Z (Daya tarik wisatawan) tidak signifikan karena memiliki nilai t-statistik sebesar 0,327 yang berarti lebih besar dari 0,05 dengan nilai p-value sebesar 0,744 ($p > 0,05$). Artinya perubahan dalam Hospitality tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Daya tarik wisatawan, jadi dalam setiap perubahan Hospitality tidak terlalu berdampak pada Daya tarik wisatawan atau kecenderungan pengunjung untuk kembali.

11. Hubungan antara variable pendapatan dan respon wisatawan ($X6 \rightarrow Y$)

Dapat dilihat dari tabel 24 menunjukkan bahwa hubungan antara variabel Pendapatan dan variabel (Y) respon wisatawan tidak signifikan karena memiliki nilai t-statistik sebesar 2,261 yang berarti lebih dari 0,05 dengan nilai p-value sebesar 0,024, ($p < 0,05$). Artinya perubahan dalam pendapatan berpengaruh tidak signifikan terhadap respon wisatawan. Perubahan dalam pendapatan tidak terlalu berdampak pada respon wisatawan atau kecenderungan pengunjung untuk kembali.

12. Hubungan antara variable pendapatan dan daya tarik wisatawan ($X6 \rightarrow Z$)

Dapat dilihat dari tabel 24 menunjukkan bahwa hubungan antara variabel Pendapatan dan variabel daya tarik (Z) berpengaruh signifikan karena memiliki nilai t-statistik sebesar 5,761 yang berarti lebih dari 0,05 dengan nilai p-value sebesar 0,000, ($p < 0,05$). Artinya perubahan dalam pendapatan berpengaruh signifikan terhadap daya tarik wisatawan. Variabel indikator yang berpengaruh signifikan terhadap daya tarik wisatawan adalah X6.2 artinya keberadaan objek wisata dapat menambahkan penghasilan keluarga dan pendapatan masyarakat sekitar.

13. Hubungan antara variable daya tarik wisatawan dan respon wisatawan ($Z \rightarrow Y$)

Dapat dilihat dari tabel 24 menunjukkan bahwa hubungan antara variabel daya tarik wisatawan (Z) dengan variabel respon wisatawan (Y) yang memiliki hubungan signifikan karena memiliki nilai t-statistik sebesar 3,749 yang berarti lebih besar dari 0,05 dengan nilai p-value sebesar 0,000, ($p < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa perubahan dalam daya tarik wisatawan berpengaruh secara signifikan terhadap respon wisatawan.

Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa variabel Hospitality, Pendapatan, dan variable (Z) Daya Tarik memiliki hubungan yang signifikan dengan variabel (Y), sedangkan variabel lainnya tidak memiliki hubungan yang signifikan.

Hasil Pengujian Indirect Effect

Adapun hasil pengujian **Indirect Effect** dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 7. hasil pengujian Indirect Effect (Pengaruh tidak langsung terhadap variabel X terhadap Y melalui Z)

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Lokasi -> Daya Tarik 3 (Z) -> Responsi W (Y)	-0,002	-0,014	0,159	0,011	0,991
Fasilitas -> Daya Tarik 3 (Z) -> Responsi W (Y)	0,099	0,099	0,158	0,623	0,533
Infrastruktur -> Daya Tarik 3 (Z) -> Responsi W (Y)	0,284	0,320	0,233	1,217	0,224
Aksebilitas -> Daya Tarik 3 (Z) -> RW (Y)	-0,250	-0,216	0,177	1,412	0,159
Hospitality -> Daya Tarik 3 (Z) -> Responsi W (Y)	0,062	0,018	0,192	0,323	0,746
Pendapatan -> Daya Tarik 3 (Z) -> Responsi W (Y)	0,936	0,951	0,340	2,755	0,006

Sumber: Output Pengolahan dengan smartPLS 3.0

Hasil pengaruh tidak langsung atau indirect effect dari variable lokasi, fasilitas, infrastruktur, aksebilitas, hospitaly dan pendapatan terhadap respon wisatawan melalui daya tarik wisatawan adalah sebagai berikut :

1. Untuk lokasi → respon wisatawan, nilai estimasi nilai coefisien jalur adalah – 0,002. Nilai T- statistiknya adalah 0,011 yang lebih kecil dari T- Signifikan secara Statistik karena nilai (P- Value) = (0,991)
Lokasi: tidak memiliki pengaruh tidak langsung yang signifikan terhadap respon wisatawan. Hal ini menunjukkan bahwa lokasi kurang strategis dan jauh dari perkotaan, perlu dilakukan peninjauan kembali terhadap lokasi tempat wisata petik buah naga untuk meningkatkan efektifitasnya.
1. Untuk Fasilitas → respon wisatawan, nilai estimasi coefisien jalur adalah 0,099. Nilai T- statistiknya adalah 0,623 yang lebih kecil dari T tabel pada alpha 0,05, sehingga pengaruh tidak langsung ini tidak signifikan secara statistic (P value 0,533)
Fasilitas: Fasilitas tidak memiliki pengaruh tidak langsung yang signifikan terhadap respon wisatawan. Hal ini menunjukkan bahwa fasilitas yang disajikan saat ini mungkin kurang efektif dalam menarik dan mempertahankan pengunjung. Perlu dilakukan peninjauan kembali terhadap fasilitas untuk meningkatkan efektifitasnya.
2. Infrastruktur → respon wisatawan, nilai estimasi coefisien jalur adalah 0,284. Nilai T statistiknya 1,217 yang lebih kecil dari T tabel pada alpha 0,05, sehingga pengaruh tidak langsung ini tidak signifikan secara statistic (P value 0,224).
Infrastruktur: Infrastruktur tidak memiliki pengaruh tidak langsung yang signifikan terhadap respon wisatawa. Hal ini menunjukkan bahwa infrastuktur yang ada di wisata

petik buah naga mungkin kurang efektif dalam mempertahankan pengunjung. Perlu dilakukan peninjauan kembali.

3. Aksebilitas → respon wisatawan, nilai estimasi coefisien jalur adalah $-0,250$. nilai T statistiknya adalah $1,412$ yang lebih kecil dari T tabel pada $\alpha 0,05$ sehingga pengaruh tidak langsung ini tidak signifikan secara statistik (P- value $0,159$)

Aksebilitas: aksebilitas tidak memiliki pengaruh tidak langsung yang signifikan terhadap respon wisatawan. Hal ini menunjukkan bahwa aksebilitas seperti kondisi jalan menuju objek wisata kurang baik, tidak adanya rambu rambu petunjuk yang mungkin saat ini kurang efektif dan tidak dapat mempertahankan pengunjung. Perlu dilakukan peninjauan kembali.

4. Hospitaly → respon wisatawan, nilai estimasi coefisien jalur adalah $0,062$. nilai T statistiknya adalah $0,323$ yang lebih kecil dari T tabel pada $\alpha 0,05$ sehingga pengaruh tidak langsung ini tidak signifikan secara statistik (P- value $0,746$)

Hospitaly: Hospitaly tidak memiliki pengaruh tidak langsung yang signifikan terhadap respon wisatawan. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan kurang maksimal hal ini tidak dapat mempertahankan pengunjung jadi perlu dilakukan peninjauan kembali terhadap pelayanan untuk meningkatkan efektifitasnya.

5. Pendapatan → respon wisatawan, nilai estimasi coefisien jalur adalah $0,936$ nilai T statistiknya adalah $2,755$ yang lebih kecil dari T tabel pada $\alpha 0,05$ sehingga pengaruh tidak langsung ini signifikan secara statistik (P- value $0,006$)

Pendapatan: indikator yang berpengaruh terhadap pendapatan yaitu X6.2 (keberadaan objek wisata dapat menambahkan penghasilan keluarga dan pendapatan masyarakat sekitar. Pendapatan memiliki pengaruh tidak langsung yang signifikan terhadap respon wisatawan keberadaan objek wisata dapat menambahkan penghasilan keluarga dan pendapatan masyarakat sekitar.

KESIMPULAN

Dari hasil uji hipotesis terhadap pengaruh langsung dan tidak langsung variabel terhadap respons wisatawan, dapat disimpulkan:

- a. Variabel hospitality dan pendapatan memiliki hubungan yang signifikan secara statistik dengan respons wisatawan, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui variabel mediasi Daya Tarik 3 (Z).
- b. Variabel akses, fasilitas, infrastruktur, dan lokasi tidak memiliki hubungan yang signifikan secara statistik dengan respons wisatawan, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui variabel mediasi Daya Tarik 3 (Z).

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, berikut adalah beberapa saran yang dapat diberikan:

1. Perbaikan Metode:
 - a. Penggunaan Metode Analisis yang Lebih Lanjut: Memperluas analisis menggunakan metode statistik yang lebih lanjut, seperti analisis regresi multivariat, untuk memahami lebih dalam hubungan antarvariabel dan faktor-faktor yang mempengaruhi respons wisatawan.
 - b. Pemilihan Sampel yang Representatif: Memastikan pemilihan sampel yang representatif dan lebih luas untuk memperoleh hasil yang lebih generalizable dan dapat diandalkan.
2. Peluang Tindak Lanjut (TL) untuk Dilakukan Menutupi Kelemahan dari Penelitian Ini:
 - a. Mengadakan Studi Komparatif: Melakukan studi komparatif dengan objek wisata lainnya dalam wilayah yang serupa atau dengan objek wisata petik buah naga di lokasi lain untuk membandingkan faktor-faktor yang mempengaruhi respons wisatawan.
 - b. Menyelenggarakan Penelitian Kualitatif: Melakukan penelitian kualitatif lebih mendalam, seperti studi kasus atau focus group discussions, untuk memahami perspektif wisatawan dan penduduk lokal secara lebih detail.

DAFTAR RUJUKAN

- Khairiyah, U. 2019. Respon Siswa terhadap Media Dakon Matika Materi KPK dan FPB. Al-Murabbi: *Jurnal Studi Kependidikan dan Keislaman*, 5(2), 197-204 .
- Rafikayuni, E. A., & Marlina, R. (2017, Oktober). Respon Siswa Terhadap LKS Berbasis Predict Observe Explanation (POE) Pada Submateri Keanekaragaman Hayati Kelas X. In *Seminar Nasional Pendidikan MIPA dan Teknologi IKIP PGRI Pontianak “Peningkatan Mutu Pendidikan MIPA dan Teknologi Untuk Menunjang Pembangunan Berkelanjutan” Pontianak* (Vol. 14).
- Yuliana, Megawati. (2022). Respon Wisatawan Terhadap Pelayanan Dan Pengelolaan Objek Wisata Planet Garden Di Dusun Kebun Tatar Kelurahan Kelayu Utara Kecamatan Selong Lombok Timur: *jurnal Geodika* Vol.1 No.2 Hal 15-21
- Yoeti, A. (2002). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Jakarta.