



FACTORS INFLUENCING TOURISTS' PERCEPTIONS AT MILKINDO AGROTOURISM, KEPANJEN, MALANG REGENCY

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PERSEPSI WISATAWAN DI AGROWISATA MILKINDO KEPANJEN KABUPATEN MALANG

Kemal Akshaliano Hadi^{1*}, Siti Azizah²

¹⁾ Student at the Faculty of Animal Science, Universitas Brawijaya, Email: kemalaksha@student.ub.ac.id

²⁾ Lecturer at the Faculty of Animal Science, Universitas Brawijaya, Email: siti.azizah@ub.ac.id

*email Koresponden: kemalaksha@student.ub.ac.id

DOI: <https://doi.org/10.62567/micjo.v2i4.980>

Abstract

Milkindo Agrotourism, located in Malang Regency, was an educational tourism destination that combined modern livestock and agricultural activities. This study examined the influence of attraction, accessibility, amenity, and ancillary factors on visitor perceptions. Data were collected in February 2025 through questionnaires distributed to 100 visitors. The research instruments were tested for validity and reliability, and classical assumption tests were performed to ensure the appropriateness of multiple linear regression analysis. The results revealed that visitors rated the clarity of registration information and memorable experiences the highest. Regression analysis showed that attraction significantly negatively affected visitor perception, while accessibility, amenity, and ancillary factors had significant positive effects. This indicated that enhancing accessibility, amenity, and ancillary improved visitor satisfaction, whereas increasing attraction elements unexpectedly lowered visitor perception. In conclusion, effective management of attraction, accessibility, amenity, and ancillary was essential to foster positive visitor perceptions and enhance the competitiveness of Milkindo Agrotourism as a leading educational tourism destination. The study recommended continuous innovation and improvement to support sustainable development in education-based agrotourism.

Keywords: Accessibility, amenity, ancillary, attraction, tourist perception

Abstrak

Milkindo Agrotourism, yang terletak di Kabupaten Malang, merupakan destinasi wisata edukasi yang menggabungkan kegiatan peternakan modern dan pertanian. Penelitian ini menganalisis pengaruh faktor daya tarik, aksesibilitas, fasilitas, dan faktor pendukung terhadap persepsi pengunjung. Data dikumpulkan pada Februari 2025 melalui kuesioner yang dibagikan kepada 100 pengunjung. Alat penelitian diuji validitas dan reliabilitasnya, serta uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan kesesuaian analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengunjung memberikan penilaian tertinggi pada kejelasan informasi



pendaftaran dan pengalaman yang berkesan. Analisis regresi menunjukkan bahwa daya tarik secara signifikan berdampak negatif terhadap persepsi pengunjung, sementara aksesibilitas, fasilitas, dan faktor pendukung memiliki dampak positif yang signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan aksesibilitas, fasilitas, dan faktor pendukung dapat meningkatkan kepuasan pengunjung, sedangkan peningkatan unsur daya tarik secara tak terduga menurunkan persepsi pengunjung. Kesimpulannya, pengelolaan yang efektif terhadap daya tarik, aksesibilitas, fasilitas, dan faktor pendukung sangat penting untuk meningkatkan persepsi pengunjung dan daya saing Milkindo Agrotourism sebagai destinasi wisata pendidikan terkemuka. Studi ini merekomendasikan inovasi dan perbaikan berkelanjutan untuk mendukung pengembangan berkelanjutan dalam agrotourisme berbasis pendidikan.

Kata kunci: Aksesibilitas, fasilitas pendukung, layanan pendukung, daya tarik, persepsi wisatawan

1. PENDAHULUAN

Agrowisata adalah salah satu dari banyak konsep wisata. Menurut pernyataan Parapostel dan Menteri Pertanian Nomor KM.47/PW.004/MPPT/89 dan Nomor 204/KPTS/HK050/4/1989, agrowisata adalah jenis pariwisata yang menggunakan usaha agro sebagai objek wisata untuk meningkatkan pengetahuan, pengalaman rekreasi, dan hubungan usaha di bidang agro atau pertanian dalam arti luas, yaitu tanaman pangan, perkebunan, peternakan, dan perikanan. Agrowisata memiliki beberapa tujuan, termasuk meningkatkan pengetahuan, pengalaman rekreasi, dan koneksi bisnis di sektor pertanian, yang meliputi perikanan, peternakan, tanaman pangan, perkebunan, dan hortikultura (Ulya dkk., 2023). Menurut Maulida (2019), dengan perencanaan dan pengelolaan yang baik, sektor agrowisata dapat sangat membantu perekonomian lokal.

Pengembangan peternakan sapi perah sebagai objek wisata edukasi merupakan langkah strategis dalam upaya mengoptimalkan potensi sektor pariwisata dan peternakan. Agrowisata sapi perah tidak hanya berfungsi sebagai sarana rekreasi, tetapi juga sebagai media edukasi bagi masyarakat untuk belajar tentang peternakan sapi perah. Wisatawan dapat memperoleh pengetahuan tentang proses peternakan mulai dari pemeliharaan sapi, produksi susu, hingga pengolahan produk susu dari hulu ke hilir.

Agrowisata Milkindo adalah salah satu destinasi agrowisata di Kabupaten Malang atau tepatnya di Kecamatan Kepanjen yang menawarkan pengalaman wisata edukatif berbasis peternakan sapi perah yang dipadukan dengan wisata interaktif lainnya sebagai tempat berwisata. Sebagai destinasi yang menawarkan wisata edukasi, Agrowisata Milkindo menarik wisatawan dengan berbagai kegiatan yang berkaitan dengan dunia peternakan sapi perah, termasuk tur edukasi, pengalaman memberi makan sapi, serta melihat langsung proses pemerasan susu. Selain itu, wisatawan juga dapat membeli produk olahan susu yang dihasilkan langsung dari peternakan tersebut. Konsep wisata edukasi yang dimiliki oleh Agrowisata Milkindo berpotensi menjadi tujuan wisata yang tidak hanya menawarkan hiburan, tetapi juga memberikan pengalaman belajar bagi wisatawan. Namun, untuk terus berkembang dan meningkatkan daya tariknya, pengelola perlu memahami persepsi wisatawan terhadap kunjungan mereka. Menurut Anggianita dkk. (2020) dijelaskan bahwa persepsi adalah proses pengamatan yang sangat kompleks di mana panca indera digunakan untuk menerima dan memahami informasi lingkungan. Sehingga, persepsi ini penting karena mencerminkan bagaimana wisatawan menilai pengalaman mereka selama berada di destinasi tersebut. Jika



persepsi wisatawan terhadap Agrowisata Milkindo Kepanjen positif, hal ini dapat mendorong mereka untuk kembali berkunjung atau merekomendasikan kepada orang lain secara langsung maupun melalui media digital.

Urgensi penelitian ini didasari oleh tren peningkatan jumlah pengunjung Agrowisata Milkindo Kepanjen dari tahun 2023 ke tahun 2024 yaitu sebanyak 18.406 wisatawan pada tahun 2023 dan 31.297 wisatawan pada tahun 2024 (Humas Agrowisata Milkindo, 2025). Fenomena ini menunjukkan bahwa minat masyarakat terhadap wisata edukasi berbasis peternakan dan pertanian semakin tinggi, sejalan dengan berkembangnya sektor pariwisata yang menyesuaikan kebutuhan dan preferensi wisatawan masa kini. Lonjakan jumlah pengunjung tidak hanya berdampak pada meningkatnya aktivitas ekonomi lokal dan penciptaan peluang kerja bagi masyarakat sekitar, tetapi juga menuntut pengelola untuk terus meningkatkan kualitas fasilitas dan pelayanan agar mampu memenuhi ekspektasi pengunjung yang semakin beragam. Semakin banyaknya wisatawan yang datang setiap tahunnya, menandakan bahwa penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan agar dapat memahami faktor-faktor apa saja yang memengaruhi persepsi pengunjung, sehingga Agrowisata Milkindo dapat terus berkembang secara berkelanjutan dan memberikan manfaat optimal bagi masyarakat maupun sektor pariwisata daerah.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi bagi pengelola untuk meningkatkan kualitas layanan dan fasilitas, sehingga Agrowisata Milkindo Kepanjen dapat terus bersaing sebagai destinasi agrowisata unggulan.

2. MATERI DAN METODE

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Agrowisata Milkindo Kepanjen, Kabupaten Malang. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara *purposive* di Agrowisata Milkindo Kepanjen, Kabupaten Malang, dengan pertimbangan bahwa tempat ini menawarkan pengalaman wisata edukatif yang unik, memadukan peternakan dengan interaksi langsung bagi wisatawan, sehingga menciptakan daya tarik tersendiri. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Februari 2025.

Metode Penelitian

Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu dengan metode deskriptif kuantitatif.

Penilaian dari variabel akan diukur menggunakan skala likert dengan keterangan seperti pada Tabel 1 sebagai berikut:

Tabel 1. Skala Likert

Keterangan	Simbol	Skor
Sangat Setuju	SS	4
Setuju	S	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Metode Pengambilan Sampel Penentuan Penarikan Sampel



Metode untuk pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Accidental Sampling*. Penelitian ini menggunakan responden dengan rentang usia 15–64 tahun karena kelompok usia tersebut dikategorikan sebagai usia produktif menurut Badan Pusat Statistik Indonesia.

Penentuan Jumlah Sampel

Penulis melakukan wawancara dengan membacakan kuisioner kepada responden saat mereka berada di Agrowisata Milkindo Kepanjen. Dikarenakan jumlah populasi sampel tidak diketahui, maka jumlah sampel dicari menggunakan rumus cochran (Sugiyono, 2019):

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

Keterangan:

n = sampel

z = harga dari kurva normal untuk simpangan 5% dengan nilai 1,96

p = peluang benar = 0,5

q = peluang salah = 0,5

e = *margin error* 10%

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)}{(0,10)^2}$$

$$n = 96,04$$

Telah ditentukan perhitungan diatas maka diperlukan sampel atau responden sebanyak 96 orang dan akan dibulatkan menjadi 100 orang agar memenuhi jumlah responden dan sisanya sebagai data tambahan untuk mengantisipasi data yang *error*.

Jenis dan Sumber Data

- Data Primer

Dapat diperoleh secara langsung melalui hasil penyebaran kuisioner kepada wisatawan yang berkunjung di Agrowisata Milkindo Kepanjen.

- Data Sekunder

Dapat diperoleh melalui berbagai sumber seperti studi literatur dari jurnal, buku, artikel, maupun penelitian-penelitian terdahulu.

Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat variabel independen dan variabel dependen.

1. Variabel Independen

- X1: *Attraction* (daya tarik)
- X2: *Accessibility* (aksesibilitas)
- X3: *Amenity* (fasilitas pendukung)
- X4: *Ancillary* (layanan pendukung)

2. Variabel Dependental

- Y: Persepsi wisatawan

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden



Penelitian ini melibatkan sebanyak 100 orang wisatawan Agrowisata Milkindo yang berusia 15 tahun keatas sebagai responden. Pemaparan karakteristik wisatawan Agrowisata Milkindo dapat dilihat pada Tabel 2 sebagai berikut.

Tabel 2. Karakteristik Wisatawan Milkindo Kepanjen

Karakteristik Wisatawan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Jenis Kelamin		
Laki-laki	38	38
Perempuan	62	62
Usia		
15-23	13	13
24-30	29	29
31-40	35	35
41-64	23	23
Pekerjaan		
Pegawai negeri	11	11
Pegawai swasta	49	49
Wirausaha	15	15
Ibu rumah tangga	12	12
Pelajar/Mahasiswa	13	13
Pendidikan Terakhir		
SD/Sederajat	4	4
SMP/Sederajat	17	17
SMA/Sederajat	49	49
Diploma	5	5
S1/D4	25	25
Pendapatan Per Bulan		
Rp.500.000-1.500.000	8	8
Rp.1.500.000-2.500.000	14	14
Rp.2.500.000-3.500.000	30	30
Rp.3.500.000-4.500.000	23	23
>Rp.4.500.000	25	25
Teman Perjalanan Wisata		
Sendiri/Berdua	13	13
Rombongan kecil (Keluarga)	36	36



Rombongan besar (Sekolah, Perusahaan)	51	51
---	----	----

Sumber Informasi Wisata

Teman/Komunitas	48	48
Keluarga	26	26
Sosial media	19	19
Lainnya (Pameran wisata, Rekomendasi sekolah/Institusi)	7	7

Analisis Deskriptif Varibel *Attraction* (daya tarik) (X1)

Analisis deskriptif variabel *Attraction* (daya tarik) pada 100 responden di Agrowisata Milkindo Kepanjen bahwa varibel *attraction* (daya tarik) memiliki interval skor rataan sebesar 3,45. Berdasarkan interval skor tersebut maka dapat diketahui bahwa wistawan sangat setuju terhadap pernyataam mengenai variabel *attraction* (daya tarik) di Agrowisata Milkindo Kepanjen. Hal ini menunjukkan bahwa faktor daya tarik wisata memberikan dukungan dalam persepsi wisatawan terhadap Agrowisata Milkindo Kepanjen.

Analisis Deskriptif Variabel *Accessibility* (aksesibilitas) (X2)

Analisis deskriprif variabel *Accessibility* (aksesibilitas) pada 100 responden di Agrowisata Milkindo Kepanjen bahwa variabel *Accessibility* (aksesibilitas) Agrowisata Milkindo memiliki interval skor rataan sebesar 3,24. Berdasarkan interval skor, tersebut dapat disimpulkan bahwa wistawan cenderung memberikan penilaian yang positif atau yang berarti setuju terhadap aksesibilitas Agrowisata Milkindo. Hal ini menunjukkan bahwa ada beberapa aspek terkait aksesibilitas yang perlu ditingkatkan untuk meningkatkan kenyamanan wisatawan.

Analisis Deskriptif Varibel *Amenity* (fasilitas pendukung) (X3)

Analisis deskriprif variabel *amenity* (fasilitas pendukung) pada 100 responden di Agrowisata Milkindo Kepanjen bahwa variabel *Amenity* (fasilitas pendukung) di Agrowisata Milkindo memiliki interval skor rataan sebesar 3,36. Berdasarkan interval skor tersebut, dapat disimpulkan bahwa secara umum wisatawan sangat setuju terhadap keberadaan dan kualitas fasilitas yang tersedia, meskipun terdapat beberapa aspek yang masih dapat ditingkatkan untuk meningkatkan kenyamanan.

Analisis Deskriptif Variabel Variabel *Ancillary* (layanan pendukung) (X4)

Analisis deskriprif variabel *ancillary* (layanan pendukung) pada 100 responden di Agrowisata Milkindo Kepanjen bahwa variabel *Ancillary* (layanan pendukung) mendapatkan interval skor rataan 3,32 yang menunjukkan bahwa mayoritas wisatawan sangat setuju terhadap ketersediaan dan kualitas layanan pendukung yang disediakan di Agrowisata Milkindo.



Meskipun sudah tergolong baik, beberapa aspek masih perlu ditingkatkan untuk memberikan pengalaman yang lebih optimal.

Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Wisatawan (Y)

Analisis deskriprif variabel persepsi wisatawan pada 100 responden di Agrowisata Milkindo Kepanjen bahwa variabel persepsi wisatawan memperoleh interval skor rataan 3,23. Berdasarkan interval skor tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas wisatawan memberikan penilaian positif atau yang berarti setuju terhadap pengalaman mereka saat berkunjung ke Agrowisata Milkindo. Nilai ini mencerminkan bahwa aspek suasana, penyampaian informasi, serta kegiatan edukasi berkontribusi dalam membentuk persepsi yang baik dari wisatawan.

Uji Instrumen Penelitian

Uji Validitas

Uji validitas terhadap instrumen kuesioner dilakukan menggunakan metode korelasi Pearson bivariate. Validitas data ditentukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel, apabila nilai r hitung lebih besar dari r tabel maka instrumen dapat dikatakan valid (Aulia dan Khuzaini, 2021). Dengan jumlah responden sebanyak 100 orang dan tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$, maka diperoleh nilai r tabel sebesar 0,1966. Berdasarkan hasil analisis, seluruh item kuesioner menunjukkan nilai r hitung antara 0,710 hingga 0,842, yang berarti bahwa seluruh pernyataan yang diajukan tergolong valid. Rangkuman hasil uji validitas instrumen disajikan dalam Tabel 3 sebagai berikut.

Tabel 3. Hasil Analisis Uji Validitas

Item Pernyataan	Nilai R tabel	Nilai R hitung	Keterangan
X1.1	0,1966	0,729	Valid
X1.2		0,731	Valid
X1.3		0,809	Valid
X2.1	0,1966	0,867	Valid
X2.2		0,852	Valid
X2.3		0,802	Valid
X3.1	0,1966	0,710	Valid
X3.2		0,825	Valid
X3.3		0,842	Valid
X4.1	0,1966	0,780	Valid
X4.2		0,776	Valid
Y1.1	0,1966	0,820	Valid
Y1.2		0,839	Valid
Y1.3		0,771	Valid

Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas kuesioner mengenai Persepsi Wisatawan Terhadap Agrowisata Milkindo Kepanjen Kabupaten Malang, dilakukan terhadap 14 item pernyataan yang sebelumnya telah dinyatakan reliabel. Perhitungan reliabilitas menggunakan rumus Alpha



Cronbach. Berdasarkan kriteria yang dikemukakan oleh Ghazali (2018), suatu instrumen dianggap reliabel apabila nilai koefisien reliabilitas (r_{11}) mencapai atau melebihi 0,60. Artinya, jika $r_{11} > 0,60$, maka instrumen tersebut dapat dipercaya. Hasil uji reliabilitas untuk kuesioner ini disajikan dalam Tabel 4 sebagai berikut.

Tabel 4. Hasil Analisis Uji Reliabilitas

Item Pernyataan	Nilai Alpha Cronbach	Keterangan
X1 (Attraction)	0,626	Reliabel
X2 (Accessibility)	0,790	Reliabel
X3 (Amenity)	0,708	Reliabel
X4 (Ancillary)	0,615	Reliabel
Y (Persepsi Wisatawan)	0,730	Reliabel

Berdasarkan hasil perhitungan uji reliabilitas pada Tabel 4 diatas, semua pernyataan pada kuesioner memperoleh nilai Alpha Cronbach 0,626-0,790 sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan adalah reliabel, kemudian variabel-variabel tersebut dapat digunakan untuk uji selanjutnya karena telah memenuhi syarat valid dan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan mengidentifikasi pola sebaran data untuk menentukan apakah variabel penelitian terdistribusi secara normal. Melalui metode analisis seperti uji Kolmogorov-Smirnov, peneliti dapat mengevaluasi karakteristik data penelitian, memastikan validitas analisis statistik selanjutnya, dan mengurangi risiko kesalahan interpretasi. Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang dianalisis normal atau tidak penyebarannya atau pendistribusianya. Hasil analisis dapat dilihat pada Tabel 5 sebagai berikut.

Tabel 5. Hasil Analisis Uji Normalitas

Uji	Sig	Keterangan
Kolmogorov-Smirnov	0,055	Data terdistribusi normal

Berdasarkan hasil analisis uji normalitas pada Tabel 13 menunjukkan variabel yang diuji memiliki nilai signifikansi sebesar sebesar 0,55 yang artinya dinilai dari tingkat signifikansi $> 0,05$ dapat diartikan bahwa data ini terdistribusi normal dan dapat dilanjutkan ke uji selanjutnya.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam suatu model regresi terdapat hubungan atau korelasi antara variabel independen. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi korelasi antara variabel independen dan bebas dari gejala multikolinieritas. Mengetahui ada atau tidaknya gejala multikolinieritas yaitu dengan melihat besaran dari nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan juga nilai *Tolerance*. Menurut Ghazali (2018), Nilai yang menunjukkan adanya gejala multikolinieritas yaitu apabila nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) kurang dari 10 dan nilai *Tolerance* kurang dari 0,1 Hasil analisis uji multikolinieritas dapat dilihat pada Tabel 6 sebagai berikut.

**Tabel 6. Hasil Analisis Uji Multikolinieritas**

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
X1	0,426	2,350	Tidak terjadi multikolinieritas
X2	0,602	1,661	Tidak terjadi multikolinieritas
X3	0,447	2,235	Tidak terjadi multikolinieritas
X4	0,688	1,452	Tidak terjadi multikolinieritas

Berdasarkan hasil Uji Multikolinearitas pada Tabel 6, menunjukkan bahwa nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) X1 sebesar 2,350, X2 sebesar 1,661, X3 sebesar 2,235 dan X4 sebesar 1,452. Hal ini menjelaskan dari keempat variabel bebas tersebut memiliki nilai VIF kurang dari 10. Tabel 6 juga memberikan keterangan bahwa keempat variabel tersebut memiliki nilai *Tolerance* lebih dari 0,1. Jadi, dapat disimpulkan bahwa data penelitian yang dianalisis bebas dari gejala multikolinearitas dan dapat dilanjutkan ke uji selanjutnya.

Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dalam penelitian ini bertujuan mengevaluasi konsistensi varian residual pada model regresi dengan menganalisis variabel disiplin kerja, loyalitas, dan kemampuan kerja. Melalui metode Glejser, hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel berada di atas 0,05, yang secara statistik mengindikasikan tidak terjadinya heteroskedastisitas. Temuan ini membuktikan bahwa model regresi memenuhi asumsi homogenitas varian, yang berarti sebaran data antar pengamatan bersifat konstan dan seragam. Hasil analisis uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada Tabel 7 sebagai berikut.

Tabel 7. Hasil Analisis Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig	Keterangan
X1	0,356	Tidak terjadi Heteroskedastisitas
X2	0,993	Tidak terjadi Heteroskedastisitas
X3	0,273	Tidak terjadi Heteroskedastisitas
X4	0,248	Tidak terjadi Heteroskedastisitas

Berdasarkan tabel diatas, hasil uji heteroskedastisitas pada Tabel 7 diatas dengan menggunakan metode uji glejser dapat dilihat bahwa:

1. Nilai signifikan variabel X1 sebesar $0,356 > 0,05$ maka dapat diartikan bahwa model regresi tidak memiliki gejala heteroskedastisitas.
2. Nilai signifikan variabel X2 sebesar $0,993 > 0,05$ maka dapat diartikan bahwa model regresi tidak memiliki gejala heteroskedastisitas.
3. Nilai signifikan variabel X3 sebesar $0,273 > 0,05$ maka dapat diartikan bahwa model regresi tidak memiliki gejala heteroskedastisitas.
4. Nilai signifikan variabel X4 sebesar $0,248 > 0,05$ maka dapat diartikan bahwa model regresi tidak memiliki gejala heteroskedastisitas

Uji Autokorelasi

Untuk mendeteksi adanya autokorelasi, penelitian ini menggunakan uji Durbin-Watson. Statistik ini menghasilkan nilai antara 0 hingga 4, di mana nilai mendekati 2 menunjukkan tidak adanya autokorelasi, nilai di bawah 2 mengindikasikan autokorelasi positif, dan nilai di atas 2 menunjukkan autokorelasi negatif. Menurut Sujarwani (2016) kriteria dalam pengujian



Durbin Watson yaitu jika nilai $du < d < 4-du$ maka tidak terjadi autokorelasi. Hasil analisis uji autokorelasi glejser dapat dilihat pada Tabel 8 sebagai berikut.

Tabel 8. Hasil Analisis Uji Autokorelasi

Nilai Durbin-Watson	dU	Keterangan
1,915	1,7582	Bebas autokorelasi

$$(dU < d < 4-dU) \\ (1,7582 < 1,915 < 2,241)$$

Keterangan:

1. dU = Batas atas (*upper bound*) dari tabel Durbin-Watson, juga tergantung n dan k .
2. d = Nilai Durbin-Watson hasil perhitungan dari model regresi.

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 16. uji autokorelasi dengan Durbin-Watson dapat dilihat bahwa nilai Durbin-Watson sebesar 1,915. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai tabel Durbin-Watson menggunakan rumus ($k : n$), jumlah nilai (n) sebesar 100 dan jumlah variabel independent sebanyak 4 atau " k " = 4, maka ($k : n$) = (4 : 100). Angka ini kemudian dilihat pada distribusi nilai dL sebesar 1,5922 dan dU sebesar 1,7582. Nilai Durbin-Watson dalam penelitian ini sebesar 2,013 dimana nilai tersebut akan digunakan dalam rumus ($dU < d < 4-dU$) yang menghasilkan angka ($1,7582 < 1,915 < 2,241$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa dasar pengambilan keputusan dalam uji Durbin-Watson pada penelitian ini tidak terdapat gejala autokorelasi.

Analisis Regresi Berganda

Alat yang digunakan dalam penelitian ini berupa analisis regresi linier berganda. Metode regresi linier berganda merupakan pengembangan dari regresi linier sederhana, di mana regresi sederhana hanya melibatkan satu variabel independen, sedangkan regresi linier berganda menggunakan lebih dari satu variabel bebas untuk memprediksi variabel dependen. Pada bagian berikut, akan disajikan hasil analisis regresi linier berganda yang telah dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS 29.0 dan disajikan pada Tabel 9.

Tabel 8. Hasil Analisis Regresi Berganda

Variabel	Koefisiensi Regresi (B)	Sig
Konstanta	2,411	0,002**
X1	-0,903	<0,001***
X2	0,241	<0,001***
X3	0,981	<0,001***
X4	0,669	<0,001***

Keterangan:

- * Signifikan pada $p < 0,1$
- ** Signifikan pada $p < 0,05$
- *** Signifikan pada $p < 0,01$

Berdasarkan analisis regresi berganda, seluruh variabel independen terbukti berpengaruh signifikan terhadap persepsi wisatawan. *Attraction* (daya tarik) (X1) menunjukkan hubungan negatif, di mana peningkatan 1% justru menurunkan persepsi sebesar 0,903, mengindikasikan perlunya evaluasi strategi pengelolaan untuk menghindari efek yang berlawanan. Sementara itu, *Accessibility* (aksesibilitas) (X2), *Amenity* (fasilitas pendukung) (X3), dan *Ancillary*



(layanan pendukung) (X4) berpengaruh positif, dengan fasilitas pendukung sebagai faktor paling dominan (koefisien 0,981). Temuan ini menegaskan bahwa peningkatan kualitas infrastruktur, fasilitas, dan layanan menjadi kunci utama dalam membentuk persepsi positif wisatawan. Nilai konstanta (2,441) yang signifikan juga menunjukkan dasar persepsi wisatawan tetap positif meskipun variabel independen diabaikan, sehingga penguatan aspek fisik dan non-fisik destinasi dapat semakin mengoptimalkan kepuasan pengunjung.

Uji Hipotesis

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur persentase atau untuk mengetahui kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) pada Tabel 10 sebagai berikut.

Tabel 9. Uji Koefisien Determinasi

R	R Square
0,856	0,733

Hasil analisis pada Tabel 10 memiliki nilai R sebesar 0,856 menunjukkan bahwa terdapat hubungan linear yang sangat kuat antara variabel-variabel independen yang digunakan dalam model dengan variabel dependen. Artinya, perubahan yang terjadi pada variabel-variabel bebas secara bersama-sama sangat erat kaitannya dengan perubahan pada variabel terikat. Semakin tinggi nilai R, semakin kuat pula hubungan yang terbentuk. Dalam hal ini, nilai R yang mendekati angka 1 mengindikasikan bahwa model regresi yang digunakan mampu menggambarkan hubungan antar variabel dengan sangat baik.

Nilai R^2 sebesar 0,733 menunjukkan bahwa sebesar 73,3% variasi persepsi wisatawan di Agrowisata Milkindo Kepanjen dapat dijelaskan oleh variabel *attraction*, *accessibility*, *amenity*, dan *ancillary*. Sementara itu, sisanya yaitu 26,7% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Penelitian sosial yang bersifat subjektif seperti persepsi wisatawan, hasil nilai analisis sudah sangat baik. Hal ini karena perilaku wisatawan sangat kompleks dan dapat dipengaruhi oleh aspek-aspek lain seperti kondisi cuaca, promosi, pengalaman pribadi, serta rekomendasi dari lingkungan sosial.

Uji F

Pengujian F dilakukan untuk menilai apakah variabel-variabel independen secara kolektif memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi $p < 0,05$. Uji ini bertujuan untuk mengidentifikasi apakah terdapat pengaruh simultan antara variabel X dan variabel Y. Rincian hasil uji F ini dapat dilihat pada Tabel 11 sebagai berikut.

Tabel 10. Hasil Analisis Uji F

F-Hitung	F-Tabel (5%)	sig
65,3	2,7	<0,001*

Berdasarkan hasil analisis data, diperoleh f-hitung sebesar 65,3, yang lebih besar dibandingkan f-tabel sebesar 2,7. Selain itu, nilai signifikansi yang diperoleh adalah $< 0,001$, yang lebih kecil dari batas signifikansi 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa secara simultan, variabel X sangat berpengaruh sangat signifikan terhadap variabel Y, yang



dalam konteks ini berarti terdapat pengaruh bersama-sama terhadap persepsi wisatawan.

Berdasarkan pada Tabel 11, menunjukkan bahwa pengukuran uji F untuk mengetahui pengaruh kinerja karyawan, sampel yang digunakan sebanyak 100 orang sehingga menggunakan $df_1 = K-1 = 4-1 = 3$ dan $df_2 = N-K-1 = 100-4-1 = 95$ sehingga diperoleh f Tabel 2,7 dengan taraf signifikansi $p < 0,05$. Maka dari tabel diatas menunjukkan bahwa (f -hitung $>$ f -tabel) dengan hasil ($65,3 > 2,7$) maka model analisis regresi adalah sangat signifikan sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel H1 ditolak.

Uji T

Uji parsial koefisien regresi (Uji T) bertujuan mengevaluasi signifikansi statistik setiap variabel independen secara individual dalam memengaruhi variabel dependen, dengan menganalisis nilai t-statistik dan tingkat signifikansi. Kriteria signifikansi ditentukan melalui perbandingan nilai absolut t-hitung terhadap t-tabel (t -hitung $>$ t -tabel) serta nilai signifikansi 0,05, menggunakan derajat kebebasan (df) dihitung sebagai $df = n - k - 1$, di mana n adalah jumlah sampel dan k jumlah variabel independen.

Hasil analisis parsial dalam penelitian ini, yang mengukur pengaruh variabel independen terhadap persepsi wisatawan (Y), menunjukkan detail t-hitung, t-tabel, dan signifikansi yang tercantum dalam Tabel 18, memberikan dasar objektif untuk menerima atau menolak hipotesis terkait masing-masing variabel. Hasil analisis uji T/parsial dapat dilihat pada Tabel 12.

Tabel 11. Hasil Analisis Uji T

Variabel	Koefisiensi Regresi	t-hitung	Sig
Konstanta	2,411	3,185	0,002**
X1	-0,903	-8,759	<0,001***
X2	0,241	3,601	<0,001***
X3	0,981	10,152	<0,001***
X4	0,669	6,752	<0,001***

Keterangan:

- * Signifikan pada $p < 0,1$
- ** Signifikan pada $p < 0,05$
- *** Signifikan pada $p < 0,01$

Berdasarkan hasil uji T pada analisis regresi berganda, seluruh variabel bebas terbukti memiliki pengaruh sangat sangat nyata terhadap persepsi wisatawan, di mana daya tarik wisata menunjukkan hubungan negatif, sedangkan aksesibilitas, fasilitas pendukung, dan layanan pendukung berpengaruh positif; hal ini menegaskan bahwa peningkatan pada aspek *accesibility* (akses), *amenity* (fasilitas tambahan), dan *ancillary* (layanan tambahan) akan semakin memperkuat persepsi positif wisatawan, sementara pengelolaan *attraction* (daya tarik) perlu dievaluasi agar tidak menimbulkan dampak yang berlawanan.

4. KESIMPULAN

Persepsi wisatawan terhadap Agrowisata Milkindo Kepanjen melalui proses registrasi dinilai sangat baik dengan skor rata-rata 3,26 dan secara keseluruhan wisatawan memiliki persepsi positif terhadap agrowisata ini dengan skor rata-rata 3,23.

Faktor 4A terbukti berpengaruh sangat signifikan terhadap persepsi wisatawan. *accessibility* (aksesibilitas), *amenity* (fasilitas pendukung), dan *ancillary* (layanan pendukung) secara sangat signifikan meningkatkan persepsi positif wisatawan. Sementara itu, *attraction*



(daya tarik) justru memberikan pengaruh negatif terhadap persepsi wisatawan, di mana peningkatannya justru menurunkan penilaian terhadap agrowisata ini.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Anggianita, S., Yusnira, Y., Rizal, dan M. S. 2020. Persepsi Guru terhadap Pembelajaran Daring di Sekolah Dasar Negeri 013 Kumantan. *Journal of Education Research*, 1(2), 177–182.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25 edisi ke-9*. [online]. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Maulida, L. S. 2019. Peran Pengelola Agrowisata Dalam Mengentaskan Kemiskinan Masyarakat Pedesaan (Studi kasus di Desa Cihideung Kecamatan Parongpong Kabupaten Bandung Barat). *Jurnal COMM-EDU*, 2(1), 70-80.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarwени, V. W. 2016. *Kupas Tuntas Penelitian Akuntansi Dengan SPSS*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Ulya, K. M., Handayani, M. dan Setiyawan, H. 2023. Alternatif Strategi Pengembangan Produk Agrowisata. *Jurnal Litbang*, 19(1), 31–42.