



Jurnal Pengembangan Wiraswasta

VOLUME 15 NOMOR 03 ■ DESEMBER 2013

Pengaruh Kepemimpinan, Budaya Organisasi Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Kantor Kecamatan Bekasi Barat Kota Bekasi

Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Muamalat Indonesia Studi Kasus Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Bumi Serpong Damai (BSD)

Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Motivasi, Dan Disiplin Kerjaterhadap Kinerja Karyawan CV Alido Di Kuningan

Pengaruh Media Komunikasi, Kualitas Layanan Dan Pencitraan Agrowisata Terhadap Minat Kunjungan Pelajar Di Taman Wisata Mekarsari

Pengaruh Kecerdasan Emosional, Kompetensi Kewirausahaan Dan Karakteristik Individu Terhadap Kinerja Kewirausahaan Ukm Di Pusat Industri Kecil PulogadungDKI Jakarta

Makna Progressivisme Dalam Manajemen Strategik

Analisis Perbedaan Gender Dalam Pencapaian Prestasi Akademis Murid SMP Negeri 12 Jakarta Selatan

Studi Kelayakan Pembangunan Hotel Budget Oleh Pt Wem Di Kawasan Mangga Besar Jakarta Pusat

Pengaruh Earning Per Share, Debt to Equity Ratio, Suku Bunga dan Inflasi Terhadap Price to Book Value (Studi Empiris pada Perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2007-2012)

Kebersamaan Keterbukaan Kesyinambungan



Jurnal Pengembangan Wiraswasta

VOLUME 15 NOMOR 03 ■ DESEMBER 2013

DARI REDAKSI

SUSUNAN DEWAN REDAKSI

DAFTAR ISI

- *Pengaruh Kepemimpinan, Budaya Organisasi Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Kantor Kecamatan Bekasi Barat Kota Bekasi*
Anik Ariyanti 289-314
- *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Muamalat Indonesia Studi Kasus Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Bumi Serpong Damai (BSD)*
Susilowati Budiningsih Dan Sudarso 315-324
- *Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Motivasi, Dan Disiplin Kerjaterhadap Kinerja Karyawan CV Alido Di Kuningan*
Reza Hamzah Dan Setiyadi 325-338
- *Pengaruh Media Komunikasi, Kualitas Layanan Dan Pencitraan Agrowisata Terhadap Minat Kunjungan Pelajar Di Taman Wisata Mekarsari*
A. Irhamni Habibi Setiyadi dan Slamet Ahmadi 339-350
- *Pengaruh Kecerdasan Emosional, Kompetensi Kewirausahaan Dan Karakteristik Individu Terhadap Kinerja Kewirausahaan UKM Di Pusat Industri Kecil Pulogadung DKI Jakarta*
Siti Mahmudah 351-362
- *Makna Progressivisme Dalam Manajemen Stratejik*
Parulian Tanjung 363-375
- *Analisis Perbedaan Gender Dalam Pencapaian Prestasi Akademis Murid Smp Negeri 12 Jakarta Selatan*
Juniarto Royo Prasetyo 376-396
- *Studi Kelayakan Pembangunan Hotel Budget Oleh PT Wem Di Kawasan Mangga Besar Jakarta Pusat*
Besar Agung Martono 397-417
- *Pengaruh Earning Per Share, Debt to Equity Ratio, Suku Bunga dan Inflasi Terhadap Price to Book Value (Studi Empiris pada Perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2007-2012)*
Suyanto dan Silvi Reni Cusyana 418-430

Redaksi menerima sumbangan tulisan/artikel yang ada hubungannya dengan ekonomi bisnis dan manajemen dari para pembaca. Tulisan harap diketik 2 spasi pada kertas ukuran A4 maksimal 30 halaman. Setiap tulisan disertai abstraksi dan referensi. Redaksi berhak merubah/menyempurnakan isi tulisan. Pendapat yang dinyatakan dalam majalah ini adalah pendapat pribadi penulis, meskipun redaksi bertanggung jawab atas pemilihan tulisan yang hendak dimuat.

PENGARUH MEDIA KOMUNIKASI, KUALITAS LAYANAN DAN PENCITRAAN AGROWISATA TERHADAP MINAT KUNJUNGAN PELAJAR DI TAMAN WISATA MEKARSARI

Oleh:

**A. Irhamni Habibi Setiyadi
Slamet Ahmadi**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh baik secara parsial maupun secara simultan antara Media Komunikasi, Kualitas Layanan dan Pencitraan Agrowisata Terhadap Minat Kunjungan Pelajar Di Taman Wisata Mekarsari.

Dalam penelitian ini, Jenis penelitian yang digunakan adalah explanatory research tipe kausal yang berupaya menguji pengaruh variable independen terhadap variable dependen.. Lingkup penelitian ini adalah menguji pengaruh Media Komunikasi, Kualitas Layanan dan Pencitraan Agrowisata Terhadap Minat Kunjungan Pelajar di Taman Wisata Mekarsari. instrumen yang digunakan sebagai alat pengumpul data penelitian adalah kuesioner. Populasi adalah pelajar yang berkunjung ke Taman Wisata Mekarsari yang terdiri dari pelajar SMP, SMA dan Mahasiswa. Sampel yang diambil sebanyak 120 pengunjung.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Media Komunikasi berpengaruh positif ($b_1 = 0.156$) dan signifikan, Kualitas Layanan berpengaruh positif ($b_2 = 0.318$) dan signifikan, Pencitraan Agrowisata berpengaruh positif ($b_3 = 0.432$) dan signifikan terhadap Minat Kunjungan Pelajar dengan Nilai konstanta sebesar 6.823. Media Komunikasi, Kualitas Layanan dan Pencitraan Agrowisata berpengaruh signifikan terhadap Minat Kunjungan Pelajar di Taman Wisata Mekarsari, 96.1% variasi pada Minat Kunjungan Pelajar ditentukan oleh Media Komunikasi, Kualitas Layanan dan Pencitraan Agrowisata, sedangkan sisanya sebesar 3.9% ditentukan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Media Komunikasi, Kualitas Layanan, Pencitraan Agrowisata, Minat Kunjungan Pelajar

PENDAHULUAN

Kepariwisata adalah suatu fenomena menarik yang berkaitan erat dengan kegiatan perjalanan manusia. Dampak sosial-ekonomi kepariwisataan serta prospeknya yang baik di masa mendatang telah mendorong pemerintah Indonesia mengandalkan

A. Irhamni Habibi adalah
Alumni STIE IPWIJA
Slamet Ahmadi adalah
Dosen tetap STIE IPWIJA

sektor ini sebagai penghasil devisa. Sektor pertanian salah satu alternatif bagi dunia pariwisata yang kemudian populer dengan sebutan agrowisata. Perkembangan agrowisata di Indonesia sampai kini masih memiliki peluang dan tantangan.

Kebutuhan masyarakat akan sarana rekreasi dan kecenderungan masyarakat untuk mengunjungi objek-objek wisata akan membuka peluang bagi pengembangan produk-produk agribisnis yang spesifik. Hal ini berkaitan dengan kawasan pertanian yang mempunyai daya tarik spesifik untuk dikembangkan sebagai objek wisata berbasis budidaya hortikultura. Seperti halnya Taman Buah Mekarsari di Cileungsi, Keinginan pengunjung terhadap agrowisata Taman Wisata Mekarsari terus mengalami peningkatan, tentu hal ini menjadi peluang yang sangat prospektif bagi pihak pengelola untuk terus mengembangkan usahanya. Pada umumnya, trend peningkatan pengunjung agrowisata Taman Wisata Mekarsari dipengaruhi oleh faktor keindahan alam agrowisata Taman Wisata Mekarsari dan pemberian layanan jasa yang baik yang membuat para pengunjung merasakan kenikmatan tersendiri karena dapat melihat pemandangan yang indah dan menghirup udara segar serta penggunaan fasilitas yang tersedia. Keunggulan lain dari agrowisata ini adalah adanya program pendidikan dan wisata berkebun yang menitikberatkan kepada pengalaman lapangan di alam terbuka/berkebun bagi masyarakat khususnya pelajar.

Berdasarkan hal itu maka penulis tertarik untuk memilih judul penelitian "Pengaruh Media Komunikasi, Kualitas Layanan dan Pencitraan Agrowisata Terhadap Minat Kunjungan Pelajar Di Taman Wisata Mekarsari".

Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan antara Media Komunikasi, Kualitas Layanan dan Pencitraan Agrowisata Terhadap Minat Kunjungan Pelajar Di Taman Wisata Mekarsari.
- b. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial antara Media Komunikasi, Kualitas Layanan dan Pencitraan Agrowisata Terhadap Minat Kunjungan Pelajar Di Taman Wisata Mekarsari.

Kajian Teori

Teori Media Baru

Dalam teori media baru ini ada dua pandangan mengenai era media pertama dan kedua. Pertama, pandangan interaksi social : membedakan media menurut seberapa dekat media dengan model interaksi tatap muka. Kedua, pandangan integritas social : pendekatan ini menggambarkan media bukan dalam bentuk informasi, interaksi, atau penyebarannya, tetapi dalam bentuk ritual atau bagaimana manusia menggunakan media sebagai cara menciptakan masyarakat dengan menyatukan masyarakat dalam bentuk rasa saling memiliki

1. Media Komunikasi

a. Pengertian Media

Ditinjau dari segi bahasa, media diartikan sebagai perantara (informasi), penengah, wadah, atau wahana. (Pius dan M. Dahlan, 2001 : 448)

Dalam ilmu komunikasi, media merupakan unsur yang sangat penting yaitu sebagai saluran komunikasi tempat berlalunya pesan dari komunikator kepada komunikan. (Onong Uchjana, 2000 : 18)

b. Pengertian Komunikasi

Komunikasi adalah proses di mana pemikiran dan pemahaman disampaikan antar individu, atau antara organisasi dengan individu. (Terence A. Simp, 2003 : 4)

Menurut Benard Berelson dan Garry A. Stainer dalam Rosadi Roslan (2005:17) mengartikan komunikasi sebagai penyampaian informasi, gagasan, emosi, ketrampilan dan sebagainya dengan menggunakan lambang-lambang atau kata-kata, gambar, bilangan, grafik dan lain-lain. Kegiatan atau proses penyampaiannya biasanya dinamakan komunikasi. Berdasarkan paradigma Laswell dalam Onong Uchjana (2000:10), komunikasi meliputi lima unsur yaitu:

- a. Komunikator (communicator, source, sender)
- b. Pesan (message)
- c. Media (channel)
- d. Komunikan (receiver)

e. Efek (effect, influence)

c. Proses Komunikasi

Menurut Onong Uchjana (2000) proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap yaitu

- a. Proses komunikasi primer
- b. Proses komunikasi sekunder

2. Kualitas Layanan

Trigono (2007 : 76,78) mengemukakan bahwa pelayanan yang terbaik yaitu "melayani setiap saat, secara cepat dan memuaskan, berlaku sopan, ramah dan menolong serta profesional dan mampu

Gaspersz dalam Lukman (2009:9) mengemukakan bahwa kualitas adalah segala sesuatu yang mampu memenuhi keinginan atau kebutuhan pelanggan (*meeting the needs of customers*).

Goets dan davis dalam Tjiptono, (2009:51), mengemukakan kualitas merupakan "suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi, atau melebihi harapan". Wyckoy dalam Tjiptono (2009:59) mengemukakan kualitas jasa atau layanan sebagai "tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan"

3. Pencitraan Agrowisata

a. Pengertian Pencitraan

Kotler (2007:84), mendefinisikan citra sebagai "Seperangkat keyakinan, ide dan kesan yang dimiliki seseorang terhadap

suatu objek", selanjutnya beliau mengatakan "Sikap dan tindakan seseorang

terhadap suatu objek sangat dikondisikan oleh citra objek tersebut", ini memberi arti bahwa kepercayaan, ide serta impresi seseorang sangat besar pengaruhnya terhadap sikap dan perilaku serta respon yang mungkin akan dilakukannya. Suatu perusahaan akan dilihat melalui citranya baik citra itu negatif atau positif.

Kesimpulan yang dapat diambil dari telaah pustaka tentang pencitraan dapat ditarik suatu benang merah bahwa definisi dari pencitraan adalah penilaian yang diberikan masyarakat atau konsumen kepada perusahaan, sehingga timbul adanya suatu persepsi tentang kegiatan yang dilakukan perusahaan selama ini Tjiptono (2009:65),

b. Pengertian Agrowisata

Alikodra dalam Harahap (2000:56) menyatakan Agrotourism merupakan istilah Bahasa Inggris yang lazimnya diterjemahkan sebagai agrowisata. Kalau dilihat dari asal katanya, agro adalah pertanian sedangkan tourism adalah kepariwisataan.

Haeruman dalam Harahap (2000:63) menyatakan bahwa agrowisata merupakan suatu kegiatan pengembangan wisata yang berkaitan dengan kegiatan pedesaan dan pertanian yang

mampu meningkatkan nilai tambah kegiatan pertanian dan kesejahteraan pedesaan.

c. Macam-Macam Agrowisata

Menurut Alikodra dalam Harahap (2000:59) menyatakan bahwa lingkungan agrowisata yang dapat dikembangkan di Indonesia adalah :

- a. Wisata di daerah perkebunan
- b. Wisata di daerah pertanian tanaman pangan dan hias
- c. Wisata di daerah perikanan
- d. Wisata di daerah peternakan

4. Minat Kunjungan Pelajar

a. Pengertian Minat

Dharmmesta dalam Ferrinadewi dan Pantja (2004:58) menjelaskan, minat terkait dengan sikap dan perilaku. Minat dianggap sebagai suatu "penangkap" atau perantara antara faktor-faktor motivasional yang mempengaruhi perilaku, minat juga mengindikasikan seberapa keras seseorang mempunyai kemauan untuk mencoba. Minat menunjukkan seberapa banyak upaya yang direncanakan seseorang untuk melakukan sesuatu dan minat berhubungan dengan perilaku

b. Karakteristik Pengunjung

Keragaan pengunjung suatu kawasan wisata dapat dilihat dari karakteristik yang dimiliki oleh pengunjungnya. Menurut Siregar dan Pasaribu dalam Haryanti (2001:89) ada tiga pendekatan yang digunakan untuk

mengidentifikasi karakteristik khalayak (umum), yaitu pendekatan geografis, sosiografis dan psikografis

Dalam penelitian Sugiarto dan Kusmayadi (2000:89), terhadap wisatawan, baik dari dalam maupun dari luar negeri dapat didasarkan karakteristik umur, daerah asal, pekerjaan, pendidikan dan lain-lain menurut Noerhadi (2008:62), permintaan wisata dipengaruhi oleh karakteristik individu mencakup umur, penghasilan, motivasi dan watak. Lebih jauh dinyatakan bahwa ciri khas tempat tujuan wisata juga ikut mempengaruhi keputusan individu untuk berpergian, mencakup daya tarik, harga dan kemampuan untuk mengkomunikasikan kepada masyarakat

PENELITIAN TERDAHULU

Rini Budi Astuti (2011) dengan judul: Strategi Promosi Agrowisata Amanah Karangpandan Melalui Media Komunikasi Visual. Hasil analisis menyimpulkan bahwa Agrowisata Amanah merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang pariwisata yang menyediakan tempat bagi wisatawan untuk menikmati berbagai kegiatan pertanian.

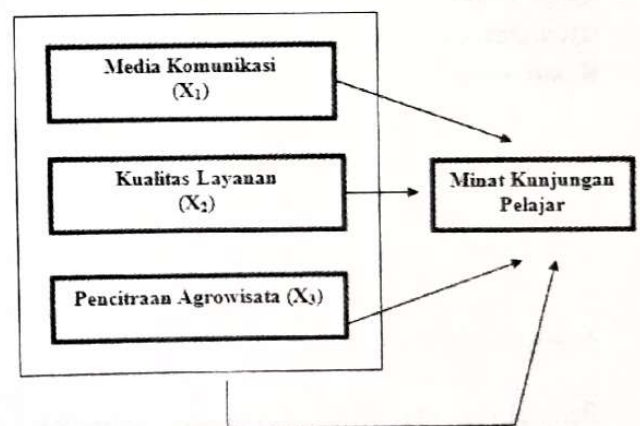
Penelitian kedua dilakukan oleh Yulia Fitriani (2008) dengan judul Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengunjung

Agrowisata Taman Wisata Mekarsari Dengan Menggunakan Metode Kontingensi. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa Karakteristik pengunjung Taman Wisata Mekarsari tahun 2006 yang diperoleh dari 120 responden menunjukkan sebanyak 61,67 persen perempuan dan 38,33 persen responden laki-laki, sebagian besar lulusan SMU dengan jenis pekerjaan dari mahasiswa, ibu rumah tangga, buruh pabrik, pegawai swasta, wiraswasta sampai PNS.

KERANGKA PEMIKIRAN

Adapun kerangka pemikiran dari kegiatan penelitian ini dapat digambarkan pada gambar 1.

Gambar 1
Kerangka Berpikir



METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *explanatory research* tipe kausal yang berupaya menguji pengaruh variable

Tabel 1

Statistics

		Media Komunikasi	Kualitas Layanan	Pencitraan Agrowisata	Minat Kunjungan
N	Valid	120	120	120	120
	Missing	0	0	0	0
Mean		40.4250	41.7417	41.5250	44.3333
Median		42.0000	42.0000	43.0000	45.0000
Mode		44.00	47.00	49.00	50.00
Std. Deviation		5.56499	5.22035	7.36214	5.46084
Variance		30.969	27.252	54.201	29.821
Range		27.00	25.00	31.00	25.00
Minimum		23.00	24.00	18.00	25.00
Maximum		50.00	49.00	49.00	50.00
Sum		4851.00	5009.00	4983.00	5320.00

independen terhadap variable dependen. Lingkup penelitian ini adalah menguji pengaruh Media Komunikasi, Kualitas Layanan dan Pencitraan Agrowisata Terhadap Minat Kunjungan Pelajar di Taman Wisata Mekarsari. Terdapat 4 variabel penelitian yaitu, 3 variabel independen dan satu variabel dependen. Variabel independen yang pertama yaitu Media Komunikasi dengan simbol X_1 , variabel independen kedua yaitu Kualitas Layanan dengan simbol X_2 , dan variabel independen ketiga yaitu Pencitraan Agrowisata dengan simbol X_3 . Satu variabel dependen yaitu Minat Kunjungan Pelajar dengan simbol Y .

Populasi dan Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pelajar yang berkunjung ke Taman Wisata Mekarsari terdiri dari pelajar SMP, SMA dan Mahasiswa. Teknik pengambilan sampel dalam skripsi ini dengan *random Sampling*, dan sampelnya adalah sebsanyak 120 responden.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam mengumpulkan data dan Informasi yang diperlukan dalam penelitian, penulis menggunakan metode riset kepustakaan dan riset lapangan (Kuesioner)

Metode Analisis Data

Analisis data menggunakan software SPSS dengan lima tahap. 1. Frekuensi Data. 2., pengujian kualitas data. 3., melakukan uji penyimpangan asumsi klasik. 4., melakukan analisis regresi berganda. 5. melakukan pengujian hipotesis.

PEMBAHASAN

Analisa Deskriptif

Tujuan statistik deskriptif adalah untuk mendeskripsikan variabel penelitian., hasil perhitungan pada tabel 1.

Rata-rata Media Komunikasi (X_1) adalah sebesar 40.4250 dengan nilai tengah 42 dan nilai yang sering muncul adalah 44. Selain itu diperoleh standar deviasi sebesar 5.56499 dengan variance sebesar 30.969. Nilai Media Komunikasi (X_1) paling rendah sebesar

23 dan tertinggi 50 sehingga variabel Media Komunikasi (X_1). Dari 120 sampel yang ada total Media Komunikasi (X_1) adalah sebanyak 4851.

Rata-rata Kualitas Layanan (X_2) adalah sebesar 41.7417 dengan nilai tengah 42 dan nilai yang sering muncul adalah 47. Selain itu diperoleh standar deviasi sebesar 5.22035 dengan variance sebesar 27.252. Nilai Kualitas Layanan (X_2) paling rendah sebesar 24 dan tertinggi 49 sehingga variabel Kualitas Layanan (X_2). Dari 120 sampel yang ada total Kualitas Layanan (X_2) adalah sebanyak 35009.

Rata-rata Pencitraan Agrowisata (X_3) adalah sebesar 41.5250 dengan nilai tengah 43 dan nilai yang sering muncul adalah 49. Selain itu diperoleh standar deviasi sebesar 7.36214 dengan variance sebesar 54.201. Nilai Pencitraan Agrowisata (X_3) paling rendah sebesar 18 dan tertinggi 49 sehingga variabel Pencitraan Agrowisata (X_3). Dari 120 sampel yang ada total Pencitraan Agrowisata (X_3) adalah sebanyak 4983.

Rata-rata Minat Kunjungan Pelajar (Y) adalah sebesar 44.3333 dengan nilai tengah 35 dan nilai yang sering muncul adalah 45. Selain itu diperoleh standar deviasi sebesar 5.46084 dengan variance sebesar 29.821. Nilai Minat Kunjungan Pelajar (Y) paling rendah sebesar 25 dan tertinggi 50 sehingga variabel Minat Kunjungan Pelajar (Y). Dari 120 sampel yang ada total Minat Kunjungan Pelajar (Y) adalah sebanyak 5320.

ANALISIS PENELITIAN

Analisis Koefisien Korelasi Berganda

Tujuan analisis koefisien korelasi dimaksud untuk mengetahui tingkat pengaruh dan signifikan antara variabel independen yakni variabel (X) terhadap variabel dependen yakni variabel (Y) secara simultan (bersama-sama) dengan menggunakan komputer program SPSS Versi 19 for Windows adapun hasilnya lihat tabel *Model Summary* sebagai berikut :

Tabel 2
Analisis Koefisien Korelasi Secara
Bersama-Sama

Model Summary ^a				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.981 ^a	.962	.961	1.07387

a. Predictors: (Constant), Pencitraan Agrowisata, Media Komunikasi, Kualitas Layanan

b. Dependent Variable: Minat Kunjungan

Dilihat dari tabel tersebut diatas yakni *model Summary* yang menghasilkan nilai R sebesar 0.981 dan sedangkan nilai Adjusted R Square sebesar 0.961 atau 96.1%, hal ini dapat dinyatakan dengan hasil analisa secara bersama-sama variabel independen Media Komunikasi (X_1), Kualitas Layanan (X_2) dan Pencitraan Agrowisata (X_3) terhadap variabel dependen Minat Kunjungan Pelajar (Y) memiliki nilai positif dan tingkat pengaruhnya sangat tinggi, jadi ketiga variabel independen tersebut dapat saling berpengaruh terhadap variabel dependen Minat Kunjungan Pelajar sebesar 93.5% dan sisanya sebesar 6.5% disebabkan oleh faktor-faktor lain.

Tabel 3
Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.823	.918		7.434	.000
	Media Komunikasi	.156	.024	.159	6.422	.000
	Kualitas Layanan	.318	.046	.304	6.985	.000
	Pencitraan Agrowisata	.432	.031	.582	13.833	.000

^a Dependent Variable: Minat Kunjungan

Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil analisis regresi linear berganda dengan menggunakan Komputer program SPSS Versi 19 for Windows yakni analisis regresi linear berganda pada tabel 3.

Untuk menentukan nilai persamaan regresi linear bergandanya sebagai berikut :

$$\hat{Y} = 6.823 + 0.156X_1 + 0.318X_2 + 0.432X_3$$

Dapat dijelaskan sebagai berikut :

- Nilai konstanta intersep sebesar 6.823 menyatakan bahwa jika tidak terdapat variabel Media Komunikasi, Kualitas Layanan dan Pencitraan Agrowisata maka Minat Kunjungan Pelajar yang dihasilkan sebesar 6.823 atau dapat juga dinyatakan bahwa nilai konstanta intersep sebesar 6.823 menggambarkan Minat Kunjungan Pelajar rata-rata jika Media Komunikasi, Kualitas Layanan dan Pencitraan Agrowisata nilainya nol.
- Koefisien regresi dari variabel Media Komunikasi (X_1) sebesar 0.156 menyatakan bahwa setiap adanya upaya penambahan sebesar satu satuan variable Media

Komunikasi, maka akan meningkatkan Minat Kunjungan Pelajar sebesar 0.156 dengan anggapan variabel bebas lainnya tetap.

- Koefisien regresi dari variabel Kualitas Layanan (X_2) sebesar 0.318 menyatakan bahwa setiap adanya upaya penambahan sebesar satu satuan variable Kualitas Layanan, maka akan meningkatkan Minat Kunjungan Pelajar sebesar 0.318 dengan anggapan variabel bebas lainnya tetap.
- Koefisien regresi dari variabel Pencitraan Agrowisata (X_3) sebesar 0.432 menyatakan bahwa setiap adanya upaya penambahan sebesar satu satuan variable Pencitraan Agrowisata, maka akan meningkatkan Minat Kunjungan Pelajar sebesar 0.432 dengan anggapan variabel bebas lainnya tetap.

Uji Hipotesis

1. Uji t

Untuk mengetahui apakah masing-masing variabel Media Komunikasi (X_1), Kualitas Layanan (X_2) dan Pencitraan Agrowisata (X_3)

Tabel 4
Hasil Uji t

Variabel	Nilai	t_{hitung}	t_{tabel}	Sig.
Media Komunikasi (X_1)	0.156	6.422	1.658	0.000
Kualitas Layanan (X_2)	0.318	6.985	1.658	0.000
Pencitraan Agrowisata (X_3)	0.432	13.833	1.658	0.000

secara parsial terdapat pengaruh terhadap variabel Minat Kunjungan Pelajar (Y), maka dilakukan pengujian t_{hitung} dan t_{tabel} . Untuk Uji t ini penulis melakukan dengan cara membandingkan antara hasil t_{hitung} dengan t_{tabel} yaitu memiliki nilai masing-masing sebagai tertera pada tabel 4.

Berdasarkan tabel 4 diperoleh dengan nilai t_{hitung} sebesar $= 6.422 > t_{0,05 (118)} = 1.658$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti bahwa antara variabel Media Komunikasi (X_1) terhadap variabel Minat Kunjungan Pelajar (Y) terdapat pengaruh. Dari hasil uji t tersebut di atas bahwa hipotesis yang diajukan pada bab terdahulu tinjauan pustaka poin hipotesis ternyata mempunyai cukup bukti kebenarannya.

Dari tabel 4 diperoleh yakni karena nilai $t_{hitung} = 6.985 > t_{0,05 (118)} = 1.658$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti bahwa antara variabel Kualitas Layanan (X_2) terhadap variabel Minat Kunjungan Pelajar (Y) terdapat pengaruh yang nyata dan signifikan. Dari hasil uji t tersebut di atas bahwa hipotesis yang diajukan pada bab terdahulu ternyata mempunyai cukup bukti kebenarannya.

Dari tabel 4 diperoleh yakni karena nilai $t_{hitung} = 13.833 > t_{0,05 (118)} = 1.658$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti bahwa antara variabel Pencitraan Agrowisata (X_3) terhadap variabel Minat Kunjungan Pelajar (Y) terdapat pengaruh yang nyata dan signifikan. Dari hasil uji t tersebut di atas bahwa hipotesis yang diajukan pada bab terdahulu ternyata mempunyai cukup bukti kebenarannya.

Uji F (Anova)

Dari hasil analisis dengan menggunakan Komputer program SPSS Versi 19 for windows. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5
Hasil Uji Secara Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3414.896	3	1138.299	987.078	.000 ^b
	Residual	133.771	116	1.153		
	Total	3548.667	119			

a. Predictors: (Constant), Pencitraan Agrowisata, Media Komunikasi, Kualitas Layanan

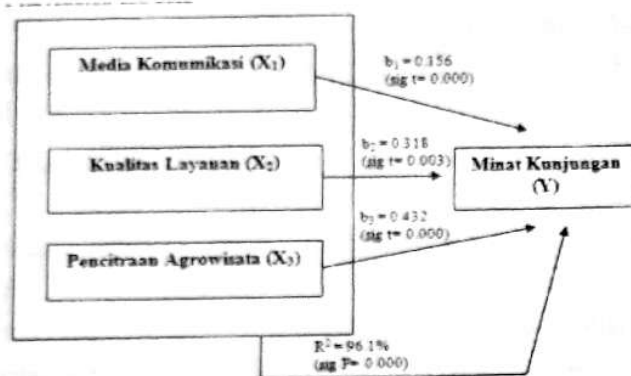
b. Dependent Variable: Minat Kunjungan

Berdasarkan pada hasil uji ANOVA atau F_{test} atau F_{hitung} di dapat nilai sebesar 987.078 dimana $>$ dari $F_{tabel (3,116)}$ sebesar 2.68 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 karena $0,000 < 0,05$, maka dapat dikatakan variabel

PEMASARAN

Media Komunikasi (X_1), variabel Kualitas Layanan (X_2) dan variabel Pencitraan Agrowisata (X_3) secara bersama-sama berpengaruh sangat signifikan dengan variabel Minat Kunjungan Pelajar (Y).

PEMBAHASAN DAN HASIL



Berdasarkan analisa di atas didapat hasil bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara

1. Media Komunikasi terhadap Minat Kunjungan Pelajar. Hal ini ditunjukkan dari besarnya nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($6.422 > t_{0,05 (118)} = 1.658$) dengan nilai signifikansi $t = 0.000$ lebih kecil 0.05.
2. Secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Layanan terhadap Minat Kunjungan Pelajar. Hal ini ditunjukkan dari besarnya nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($6.985 > t_{0,05 (118)} = 1.658$) dengan nilai signifikansi $t = 0.000$ lebih kecil dari 0.05.
3. Secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara Pencitraan Agrowisata terhadap Minat Kunjungan Pelajar. Hal ini

ditunjukkan dari besarnya nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($13.833 > t_{0,05 (118)} = 1.658$) dengan nilai signifikansi $t = 0.000$ lebih kecil dari 0.05.

4. Secara bersama-sama ada pengaruh yang sangat signifikan antara Media Komunikasi, Kualitas Layanan dan Pencitraan Agrowisata terhadap Minat Kunjungan Pelajar. Hal ini ditunjukkan dari besarnya nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($987.078 > 2.68$) dengan nilai signifikansi $F = 0.000$ lebih kecil dari 0,05, serta persentase mencapai 96.1%.

IMPLIKASI MANAJERIAL

Dari hasil diatas implikasi manajerial yang didapat dari penelitian ini adalah:

1. Pembahasan diatas membuktikan bahwa media komunikasi yang ada pada taman wisata mekarsari mempengaruhi minat kunjungan pelajar, oleh karena sebaiknya pihak Taman Wisata Mekarsari tetap menggunakan surat kabar sebagai alat promosinya.
2. Kualitas layanan yang ada pada Taman Wisata Mekarsari terbukti mempengaruhi minat kunjungan pelajar, untuk itu perlu dipertahankan dalam memberikan pelayanan yang tidak berbelit-belit.
3. Hasil di atas juga membuktikan bahwa pencitraan agrowisata yang ada pada Taman Wisata Mekarsari mempengaruhi minat kunjungan pelajar, untuk itu pihak Taman Wisata Mekarsari tetap

mempertahankan lokasi Taman Wisata Mekarsari yang mudah dijangkau masyarakat.

4. Hasil diatas membuktikan bahwa faktor media komunikasi, kualitas layanan dan pencitraan agrowisata mempengaruhi minat kunjungan pelajar. khususnya pada Taman Wisata Mekarsari, sehingga harus dipertahankan faktor biaya, karena kemudahan pembayaran sangat dibutuhkan wisatawan yang berkunjung.

KESIMPULAN

Dari penelitian dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil persamaan regresi dari penelitian ini adalah: $\hat{Y} = 6.823 + 0.156X_1 + 0.318X_2 + 0.432X_3$
2. Media Komunikasi, Kualitas Layanan dan Pencitraan Agrowisata berpengaruh signifikan (sig F= 0.000 < 0.05) terhadap Minat Kunjungan Pelajar di Taman Wisata Mekarsari. 96.1% variasi pada Minat Kunjungan Pelajar ditentukan oleh Media Komunikasi, Kualitas Layanan dan Pencitraan Agrowisata, sedangkan sisanya sebesar 3.9% ditentukan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
3. Media Komunikasi berpengaruh positif ($b_1 = 0.156$) dan signifikan (sig t = 0.000 < 0.05), Kualitas Layanan berpengaruh positif ($b_2 = 0.318$) dan signifikan (sig t = 0.000 < 0.05), Pencitraan Agrowisata berpengaruh positif ($b_3 = 0.432$)

dan signifikan (sig t = 0.000 < 0.05) terhadap Minat Kunjungan Pelajar, artinya semakin besar Pencitraan Agrowisata maka semakin meningkat pula Minat Kunjungan Pelajar di Taman Wisata Mekarsari.

SARAN

Saran-saran yang dapat diberikan melalui hasil penelitian ini maupun untuk pengembangan penelitian yang lebih lanjut adalah sebagai berikut:

1. Disarankan untuk meningkatkan media komunikasi yang digunakan merubah tampilan yang lebih menghibur lagi., Disarankan kualitas layanan dapat ditingkatkan terutama dalam memberikan pelayanan sebaiknya menggunakan seragam, Sebaiknya pihak Taman Wisata Mekar Sari meningkatkan kepercayaan masyarakat untuk datang kembali berkunjung.
2. Dalam penelitian ini, penulis hanya meneliti faktor media komunikasi, kualitas layanan dan pencitraan agrowisata yang mempengaruhi minat kunjungan pelajar. Sementara masih banyak faktor lain yang secara teoritis dapat mempengaruhi minat kunjungan pelajar. Oleh sebab itu, perlu ada penelitian lebih lanjut terhadap faktor-faktor lain yang mempengaruhi minat kunjungan pelajar yang tidak diteliti oleh penulis.

DAFTAR PUSTAKA

- Chrisdiawan Satriyo Nugroho, Analisis Pengaruh Pencitraan, Media Komunikasi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Kuliah di Diploma III Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang, Skripsi, Tidak Diterbitkan, Semarang: Universitas Diponegoro, 2010.
- Erna Ferrinadewi dan S. Pantja Djati. 2004. "Upaya Mencapai Loyalitas Konsumen Dalam Perspektif Sumber Daya Manusia" . Jurnal Manajemen & Kewirausahaan, Vol. 6, No. 1, Maret 2004: 15 – 26, 2004.
- Hadi, Sutrisno. Metodologi Research. Yogyakarta : Andi Yogyakarta. 2003.
- Harahap, Rahmat. Evaluasi Sirkulasi Pengunjung Kawasan Agrowisata Taman Buah Mekarsari Cileungsi Bogor. Skripsi. Jurusan Budidaya Pertanian. Fakultas Pertanian. IPB. Bogor, 2000.
- Haryanti (2000). Manajemen Mutu Pelayanan Kesehatan. Surabaya : Airlangga University, 2001.
- Ikhwan Susila dan Fatchurrahman. "Service Value : Sebuah Variabel Pemediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli" Empirika, Vol. 17, No.1 Juni 2004
- Kotler, Philip, dan Armstrong, Gary, Prinsip-Prinsip Pemasaran. Erlangga, Jakarta, 2007.
- Noerhadi, T.H. Anatomi Pariwisata. Yayasan Obor Indonesia. Semarang, 2008.
- Nurkholis. "Analisis Pengaruh Kepuasan dan Kualitas layanan Terhadap Kesetiaan Pelanggan serta Pengaruhnya Terhadap Minat Beli". Tesis Magister Manajemen, Undip Semarang, 2004.
- Onong Uchjana Effendy. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000.
- Parasuraman, A. A. Zeithaml, V., and L. Berry, L. "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research". Journal of Marketing, Vol. 49 (fall), 2000.
- Rendra Widyatama. Pengantar Periklanan, Jakarta : Buana Pustaka Indonesia, 2002.
- Rhenald Kasali. Manageman Periklanan Konsep Dan Aplikasinya Di Indonesia, Jakarta : Pustaka graffiti, 2002.
- Riduwan. 2002. Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian. Bandung: Alfabeta.
- Rosady Ruslan, SH. Manejemen Public Relations Dan Media Komunikasi, Jakarta:Rajawali Press, 2005.
- Sampara Lukman, Manajemen Kualitas Pelayanan, Jakarta: STIA LAN Press, 2009
- Shimp, Terence A. Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Jakarta : Erlangga, 2003
- Sudjana. Teknik Analisis Regresi Dan Korelasi. Tarsito: Bandung. 2006.
- Sugiyono. Metode Penelitian Bisnis. CV Alfabeta, Bandung. 2007.
- Sutisna dan Pawirtra. Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasar. Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2001.
- Swastha, Basu dan Irawan, Manajemen Pemasaran Moderen, Liberty, Yogyakarta, 2000.
- Tjiptono, Fandy, Strategi Pemasaran, CV Andi Omset, Yogyakarta, 2009.
- Triguno. Budaya Kerja. Jakarta: Penerbit Golden Trayon Press, 2007.