

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Guna menyelesaikan penelitian ini dengan benar, perlu untuk menganalisis data yang dikumpulkan untuk menguji hipotesis dan menjawab pertanyaan penelitian. Seperti yang sudah ditunjukkan pada bab sebelumnya, data diinterpretasikan dalam bentuk deskriptif. Bab ini terdiri dari analisis, penyajian, dan interpretasi temuan yang dihasilkan dari penelitian ini.

Sampel untuk penelitian ini adalah *followers* akun Instagram @infowaykanan. Sebagaimana jumlah sampel minimal yang harus digunakan untuk penelitian praktis yaitu sebanyak 100 orang, selanjutnya peneliti telah mendistribusi kuesioner hingga mendapatkan sebanyak 100 responden untuk mendapatkan data penelitian sebagai dasar pembuktian hipotesis yang diajukan.

Sebelum membahas pada pembuktian dan pembahasan hasil penelitian, untuk menghindari bias penelitian yang muncul dari pengumpulan data kuesioner, terlebih dahulu akan dibahas dan ditunjukkan mengenai deskripsi jawaban responden, validitas dan reliabilitas dari item-item kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini.

4.1 Deskripsi Hasil Jawaban Responden

Penulis menggunakan analisis data dengan langkah-langkah : analisis deskriptif dan analisis deduktif. Dalam analisis deskriptif, meringkas data dan

memiliki visi gambaran untuk hasil dipertimbangkan sedangkan dalam analisis deduktif, data akan dimiliki untuk menguji data awal, reliabilitas, pengujian hipotesis dan temuan hubungan dan kekuatan hubungan antar variabel. Dalam analisis deskriptif pertama akan dijadikan dalam ukuran rata-rata dan maksimal-minimal dari masing-masing jawaban pernyataan kuesioner.

Tabel 4.1 Deskripsi Statistik Tanggapan Responden

Kode	Pertanyaan	Obs	Min	Max	Mean	Std. Deviation
Promotion Mix						
X.1	Unggahan di instagram @infowaykanan memberikan informasi yang jelas mengenai objek wisata di Kabupaten Way Kanan.	100	1	4	3.16	0.59
X.2	Unggahan di instagram @infowaykanan berisi ajakan untuk mengunjungi objek wisata di Kabupaten Way Kanan.	100	1	4	3.25	0.72
X.3	Unggahan di instagram @infowaykanan mendorong minat untuk berkunjung kembali ke objek wisata di Kabupaten Way Kanan.	100	1	4	3.29	0.70
X.4	Unggahan di instagram @infowaykanan menjadi pengingat untuk mengunjungi pariwisata Kabupaten Way Kanan.	100	1	4	3.28	0.70

X.5	Unggahan di instagram @infowaykanan menampilkan promo wisata di Kabupaten Way Kanan.	100	1	4	3.00	0.83
X.6	Unggahan di instagram @infowaykanan menampilkan promo wisata di Kabupaten Way Kanan.	100	1	4	3.17	0.77
X.7	Instagram @infowaykanan mengarahkan informasi dengan unggahan foto dan video?	100	1	4	3.28	0.81
X.8	Instagram @infowaykanan melakukan komunikasi yang interaktif secara langsung untuk mendapatkan respon?	100	1	4	3.02	0.67
	Rata-Rata				3.18	
	Minat Mengunjungi					
Y.1	Apakah unggahan yang ada di instagram @infowaykanan menjadi solusi terbaik untuk destinasi wisata Kabupaten Way Kanan ?	100	1	4	3.20	0.73
Y.2	Postingan di instagram @infowaykanan menampilkan informasi mengenai biaya dan waktu yang diperlukan untuk berkunjung ke objek wisata di Kabupaten Way Kanan.	100	1	4	3.10	0.79

Y.3	Postingan di instagram @infowaykanan menampilkan informasi mengenai infrastruktur dan pelayanan yang didapat dari berkunjung ke objek wisata di Kabupaten Way Kanan.	100	1	4	3.09	0.66
Y.4	Informasi yang diberikan di instagram @infowaykanan dapat menjadi sarana pembandingan yang relevan dibanding sumber informasi lainnya.	100	1	4	3.26	0.71
	Rata-Rata				3.12	

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan data primer yang diperoleh oleh penulis hasil perhitungan dengan hasil yang ditampilkan pada tabel 4.1, dengan objek 100. Pada tabel 4.1 menunjukkan bahwa *promotion mix, sales, public relation, direct marketing* yang dilakukan oleh akun Instagram @infowaykanan sudah melakukan upaya promosi yang intensif. Hal ini diperoleh berdasarkan penilaian dari 8 aspek *promotion mix* yang mencakup dari *advertising, sales, publik relation dan direct marketing* secara keseluruhan mendapatkan penilaian dengan nilai rata-rata 3.18 dari rata-rata 8 pertanyaan yang ada pada *promotion mix*. Dari data tabel 4.1 dijelaskan terdapat indeks skor terendah untuk pertanyaan pada bagian *sales* “Unggahan di Instagram @infowaykanan menampilkan promo wisata di kabupaten Way Kanan” yaitu dengan nilai sebesar 3.00. Dengan terdapatnya skor terendah pada pertanyaan pada nomor X5, penulis menarik kesimpulan untuk adanya perubahan atau upaya

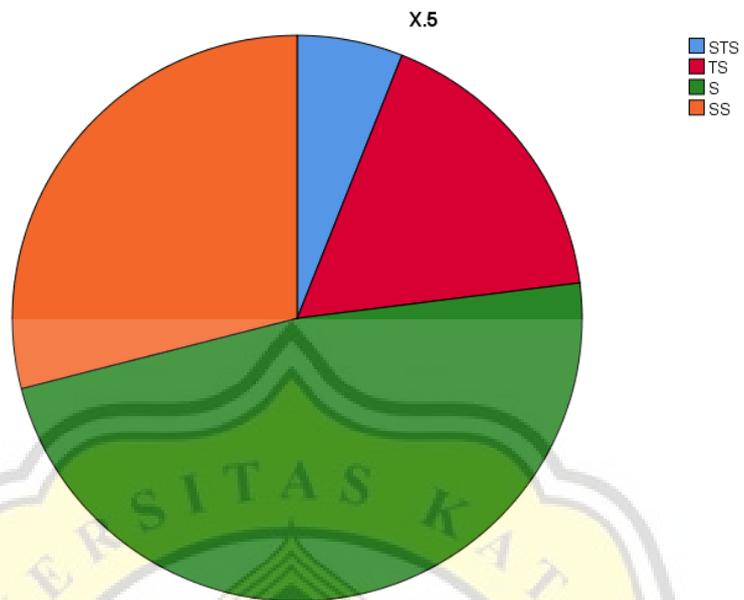
perbaikan terutama dalam segi promo wisata agar dapat menarik lebih banyak lagi wisatawan. Upaya yang dilakukan dapat dengan pemberian promo pada kunjungan wisata atau diskon untuk pengunjung lebih dari 5 orang.

Penilaian tertinggi diperoleh dari pertanyaan *Advertising* yaitu “Ungghsn di Instagram @infowaykanan mendorong minat untuk berkunjung kembali ke objek wisata kabupaten Way Kanan” yaitu dengan nilai sebesar 3.29. Dapat ditarik kesimpulan pada Pernyataan pada nomor X3 dengan memperoleh skor tertinggi, dengan adanya mengarahkan informasi dari foto dan video yang dilakukan oleh Instagram @infowaykanan untuk dapat dipertahankan, untuk saran penyajian informasi dalam bentuk foto dan video agar kedepannya dapat lebih menarik lagi agar dapat menjadi dorongan minat berkunjung Kembali.

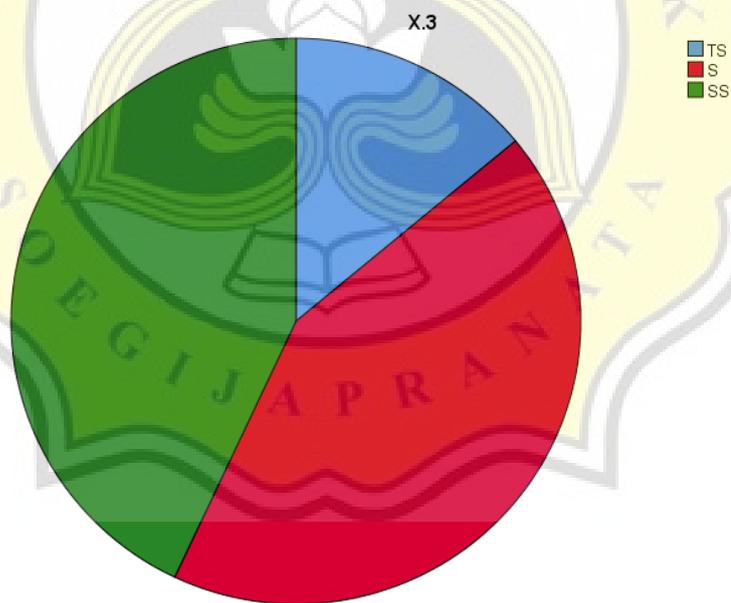
Pada tabel 4.1 dapat dijelaskan untuk pertanyaan tentang minat berkunjung dengan nomor yang tertera Y1 sampai Y4, dari responden 100 *followers*, atas minat berkunjung ke objek wisata kabupaten Way Kanan. Berdasarkan penilaian 3 aspek pada teori minat berkunjung yaitu *problem recognition, information gathering dan evaluation*. dari semua pertanyaan yang terdapat pada kuesioner mendapatkan penilaian dari responden dengan nilai rata-rata 3.12 dari skala penilaian tertinggi yaitu 4, dengan ini setidaknya diperoleh nilai sebesar 78.00% dari nilai skor maksimal yang diperoleh yaitu 100%. terdapat indeks skor terendah pada pernyataan Y3

“information gathering” unggahan di instagram @infowaykanan menampilkan informasi mengenai infrastruktur dan pelayanan yang didapat dari berkunjung ke objek wisata di kabupaten Way Kanan” yaitu dengan nilai skor 3.09 dari jawaban 100 sampel responden pada kuesioner yang penulis sebar. Dapat ditarik Untuk Instagram @infowaykanan agar dapat menampilkan bentuk foto atau, Video untuk bagian ifrastruktur seperti fasilitas yang ada pada Tempat Pariwisata. untuk Dinas Pemuda olahraga dan Pariwisata Kabupaten Way Kanan infrastruktur dan pelayan agar dapat lebih ditingkatkan untuk dapat memenuhi kepuasan dari setiap wisatawan yang berkunjung di setiap pariwisata yang ada di Kabupaten Way Kanan. Untuk infrastruktur yang ditambahkan tempat duduk, tempat sampah, tempat untuk berfoto, tempat untuk beristirahat, dan toilet umum. Hal ini sangat penting karena dengan adanya fasilitas yang tersedia pada tempat pariwisata membuat para wisatawan menjadi lebih nyaman dalam melakukan kunjungan.

penilaian tertinggi pada pertanyaan Y4 *Evaluation* “Informasi yang diberikan di Instagram @infowaykanan dapat menjadi saran pembandingan yang relevan di banding informasi yang lainnya” yaitu dengan nilai sebesar 3.26. dapat ditarik kesimpulan untuk unggahan berupa foto dan video pada Instagram @infowaykanan sudah menjadi solusi terbaik untuk destinasi wisata yang ada di Kabupaten Way Kanan, hal ini agar dapat dipertahankan dalam unggahannya dan kedepannya agar dapat lebih berinovasi dalam penyajian informasinya dalam unggahan foto dan video.



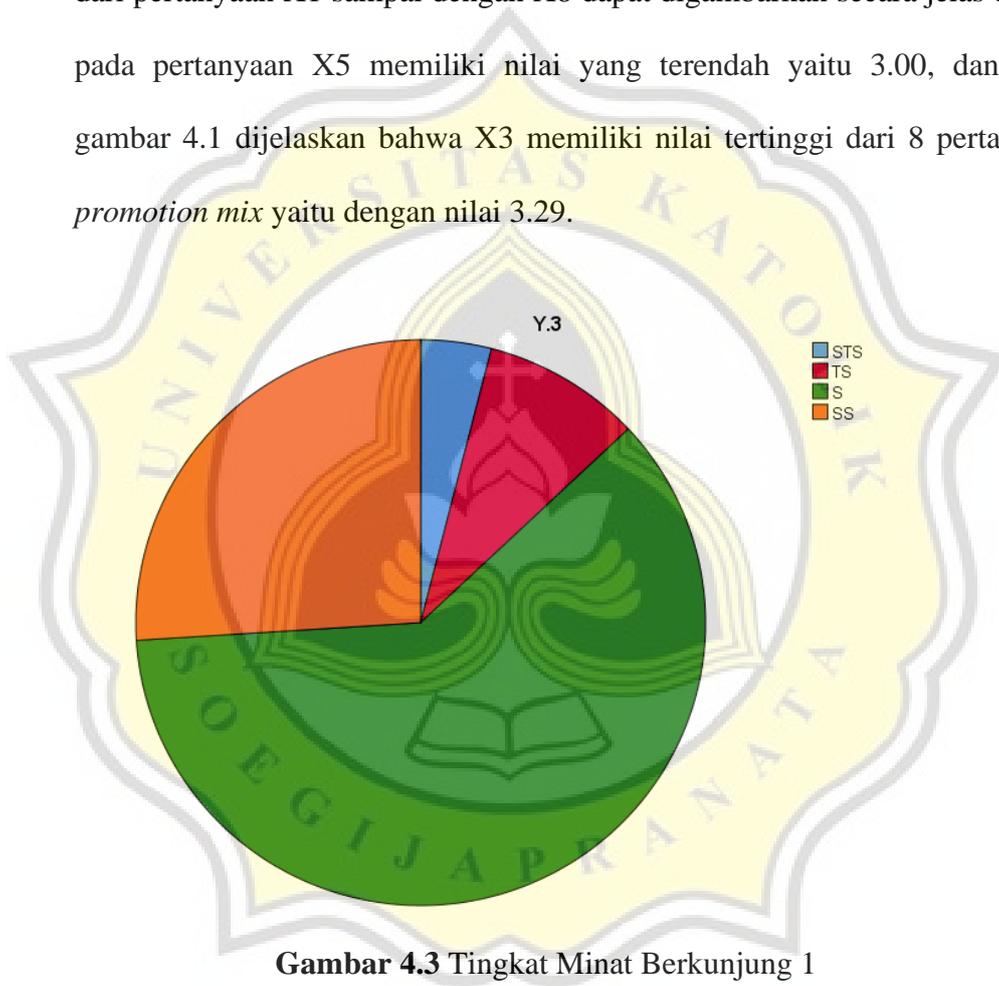
Gambar 4.1 Tingkat Promotional Mix 1



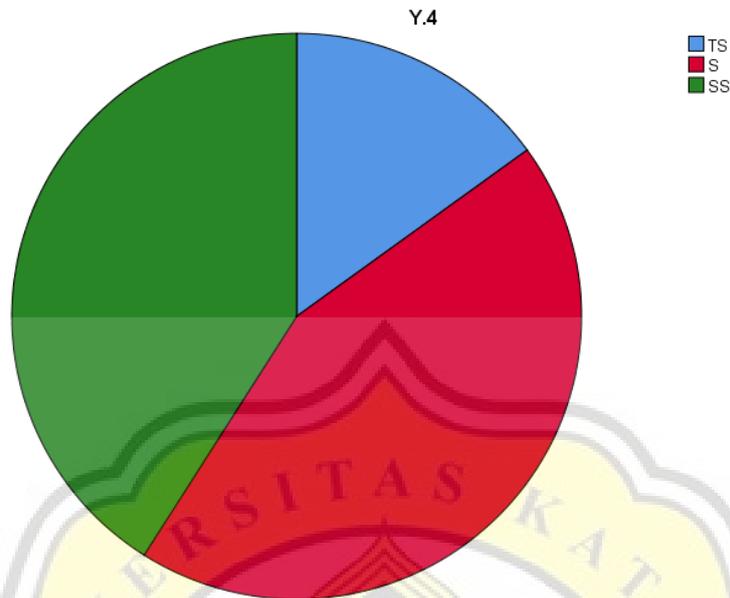
Gambar 4.2 Tingkat Promotional Mix 2

Sumber : Data Primer diolah 2022

penulis menggambarkan bagaimana tingkatan dari 8 pertanyaan yang terdapat pada *promotion mix*, penulis menggambarkan skor tertinggi dan skor terendah. digambarkan secara jelas skor jawaban yang ada pada jawaban responden sejumlah 100 orang pada teori *promotion mix*. Pada gambar 4.1 dari pertanyaan X1 sampai dengan X8 dapat digambarkan secara jelas bahwa pada pertanyaan X5 memiliki nilai yang terendah yaitu 3.00, dan pada gambar 4.1 dijelaskan bahwa X3 memiliki nilai tertinggi dari 8 pertanyaan *promotion mix* yaitu dengan nilai 3.29.



Gambar 4.3 Tingkat Minat Berkunjung 1



Gambar 4.4 Tingkat Minat Berkunjung 2

Sumber : Data Primer diolah 2022

penulis menggambarkan bagaimana tingkatan dari 4 pertanyaan yang terdapat pada Minat berkunjung, penulis menggambarkan skor tertinggi dan skor terendah. digambarkan secara jelas skor jawaban yang ada pada jawaban responden sejumlah 100 orang pada teori minat berkunjung. Pada gambar 4.2 dari pertanyaan Y1 sampai dengan Y4 dapat digambarkan secara jelas bahwa pada pertanyaan Y3 memiliki nilai yang terendah yaitu 3.09, dan pada gambar 4.1 dijelaskan bahwa Y4 memiliki nilai tertinggi dari 4 pertanyaan Minat Berkunjung yaitu dengan nilai 3.26.

4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Sebagai bagian dari metode penelitian, analisis data merupakan salah satu tahapan dalam mengukur, menganalisis dan menguji pertanyaan penelitian dan hipotesis, yang memungkinkan untuk menyimpulkan beberapa

hasil melalui masalah penelitian. instrumen yang akan diuji adalah instrumen *promotion mix* dan minat berkunjung. Oleh karena itu telah di uji cobakan 100 responden dan hasilnya ditunjukkan pada tabel 4.3 dibawah ini.

Tabel 4.2 Data Tanggapan Responden

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X.1	100	1	4	3.16	.598
X.2	100	1	4	3.25	.672
X.3	100	2	4	3.29	.701
X.4	100	2	4	3.28	.637
X.5	100	1	4	3.00	.841
X.6	100	1	4	3.17	.753
X.7	100	1	4	3.28	.817
X.8	100	1	4	3.02	.696
Y.1	100	1	4	3.20	.711
Y.2	100	1	4	3.10	.835
Y.3	100	1	4	3.09	.712
Y.4	100	2	4	3.26	.705
Valid N (listwise)	100				

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis deskriptif untuk mengidentifikasi jawaban dengan mencari nilai *mean* dari jawaban responden untuk masing-masing pernyataan dengan menggunakan skala likert dalam kuesioner penelitian. Analisis deskriptif juga dapat membantu penelitian dalam mengetahui respon dari pertanyaan-pertanyaan yang diajukan kepada responden dalam kuesioner yang disebarakan. Dalam menentukan rentang skala, digunakan rumus sebagai berikut.

$$\text{range} = \frac{\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{range skor}}$$

$$\text{range} = 4-3$$

$$\text{range} = 1$$

Berdasarkan dari hasil perhitungan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa interval kelas adalah 1 sehingga kriteria penelitian rata-rata atau *mean* jawaban responden terbagi dalam tabel sebagai berikut

Tabel 4.3 Kategori Mean dari Skor Interval

Rentan Skala	Kategori
1,00- 2,00	Rendah
2,01- 3,00	Sedang
3,01- 4,00	Tinggi

Berikut ini adalah tabel yang menunjukkan hasil tanggapan responden tentang variabel *promotion mix* dan minat berkunjung, dengan adanya tabel ini penulis dapat menentukan tanggapan responden terhadap kuesioner yang penulis sebarakan, dibawah ini penulis menjelaskan dan memberikan penilaian terhadap data kuesioner yang penulis.

X1-X8 = Pertanyaan *promotion mix*

Y1-Y4 = Pertanyaan Minat Berkunjung

Berdasarkan tabel 4.3 telah dihitung bahwa korelasi antara jumlah faktor dari pertanyaan *promotion mix* X1 sampai dengan X8. yang terdiri dari *advertising, sales, dan direct marketing*. penulis menjelaskan hasil jawaban dari 100 responden followers @infowaykanan.

1. (X1) dengan skor (X) = 3,16
2. (X2) dengan skor (X) = 3,25
3. (X3) dengan skor (X) = 3,29
4. (X4) dengan skor (X) = 3,28
5. (X5) dengan skor (X) = 3,00
6. (X6) dengan skor (X) = 3,17
7. (X7) dengan skor (X) = 3,28
8. (X8) dengan skor (X) = 3,02

Karena koefisien korelasi dari 8 pertanyaan yang terdapat dalam pertanyaan *promotion mix* dan mendapat skor di atas 3. maka penulis simpulkan dari setiap pertanyaan promosi di Instagram @infowaykanan dalam unggahan, merupakan tinggi sesuai dengan tabel 4.2 kategori mean dari skor interval.

Berdasarkan tabel 4.3 juga dapat dijelaskan telah dihitung korelasi dengan variabel minat berkunjung Y1 sampai dengan Y4, yang terdiri dari *problem recognition, information gathering, evaluation*. Penulis menjelaskan bagaimana jawaban 100 responden terhadap pertanyaan minat berkunjung.

1. (Y1) dengan skor = 3,20
2. (Y2) dengan skor = 3,10
3. (Y3) dengan skor = 3,09
4. (Y) dengan skor = 3,26

Data di atas menunjukkan koefisien dari 4 pertanyaan yang terdapat pada variabel minat berkunjung menunjukkan hasil di atas 3 maka penulis simpulkan dari setiap pertanyaan Minat berkunjung di Instagram @infowaykanan di dalam unggahan, merupakan tinggi sesuai dengan tabel 4.2 kategori *mean* dari skor interval.

4.3 Uji Validitas

Tabel 4.4 Hasil Pengujian Validitas

No	Indikator	R	Keterangan
1	Promotion Mix		
	Pernyataan 1	0.581	Valid
	Pernyataan 2	0.538	Valid
	Pernyataan 3	0.484	Valid
	Pernyataan 4	0.469	Valid
	Pernyataan 5	0.495	Valid
	Pernyataan 6	0.483	Valid
	Pernyataan 7	0.490	Valid
	Pernyataan 8	0.627	Valid
2	Minat Berkunjung		
	Pernyataan 1	0.738	Valid
	Pernyataan 2	0.727	Valid

	Pernyataan 3	0.760	Valid
	Pernyataan 4	0.786	Valid

Sumber : Data Primer yang di olah, 2022

Dari tabel 4.4 dapat diperoleh bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur 2 variabel yaitu variabel *promotion mix* dan variabel minat berkunjung, dengan jawaban responden 100 *followers* @infowaykanan dari hasil jawaban tersebut penulis, mengolah data ini dengan pengujian validitas menggunakan rumus R tabel signifikansi. Dan didapatkan hasil dari pertanyaan *promotion mix* yang berupa *advertising, sales, public relation dan direct marketing*. memiliki koefisien korelasi yang lebih besar dari, $r = 0,195$. sehingga semua indikator pada variabel *promotion mix* adalah valid dan bisa dikatakan untuk *promotion mix* didalam unggahan Instagram @infowaykanan sudah berjalan dengan baik karena data menunjukkan jawaban valid.

Untuk variabel minat berkunjung, dengan jawaban 100 responden dan termasuk *followers* akun Instagram @infowaykanan dan hasil dari jawaban tersebut. Dan dapatkan hasil dari setiap pertanyaan minat berkunjung yang berupa *problem recognition, information gathering, evaluation*. memiliki koefisien korelasi yang lebih besar dari, $r = 0,195$. sehingga semua indikator pada variabel minat berkunjung dapat dikatakan valid berdasarkan data dari tabel 4.4. dan dapat dikatakan untuk minat berkunjung dari *followers* akun Instagram @infowaykanan memiliki minat kunjung dari adanya unggahan di

Instagram hal ini diperoleh dari data tabel 4.4 yang menunjukkan valid berdasarkan data.

4.4 Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel jika terdapat jawaban dari responden terhadap pertanyaan dapat stabil dan konsisten dari waktu ke waktu, semakin tinggi tingkat reliabilitas suatu data kuesioner jadi semakin stabil pula alat ukur tersebut. Penulis mengukur Reliabilitas dengan Koefisien Alpha untuk dapat mengukur batas bawah nilai reliabilitas suatu konstruk, sehingga penulis mengukur konsistensi internal data, dapat dikatakan bagaimana data yang penulis dapatkan dapat diandalkan, maka dari itu penulis mengukur konsistensi internal data dengan menggunakan koefisien Alpha Cronbach. Seperti yang sudah dijelaskan oleh penulis pada bab sebelumnya bahwa suatu kuesioner dapat dikatakan Reliabilitas jika memberi nilai $> 0,60$.

Untuk pengujian ini Cronbach's untuk semua data terdiri dari 9 item *promotion mix* dan 3 item minat berkunjung. penulis juga meringkas hasil pengujian reliabilitas untuk data yang didapat oleh penulis dengan bentuk tabel. Bentuk tabel tersebut hasil pengujian reliabilitas sebuah data penulis dalam bentuk ringkas.

Tabel 4.5 Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Alpha	Keterangan
<i>Promotion Mix</i>	0,605	Reliabel
Minat Berkunjung	0,743	Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Dari tabel 4.5 diatas dapat penulis jelaskan hasil tersebut menunjukkan bahwa 2 variabel yaitu *promotion mix* dan variabel minat berkunjung memiliki koefisien alpha yang cukup besar yaitu diatas 0.60 hal ini dapat penulis katakan semua konsep pengukuran dari setiap variabel yaitu variabel *promotion mix* dan variabel minat berkunjung dari jawaban 100 responden followers akun Instagram @infowaykanan adalah reliabel sehingga untuk tahap selanjutnya item-item pada masing-masing konsep 2 variabel tersebut layak digunakan sebagai alat ukur.

4.5 Analisis Regresi Linier

Untuk menguji kebenaran dugaan bahwa media promosi Instagram yang dilakukan oleh akun Instagram @infowaykanan. Apakah dapat mempengaruhi meningkatkan minat berkunjung, sesuai dengan rumusan masalah yang ada pada bab sebelumnya, yang akan diuji dengan analisis statistik regresi linier. Perhitungan statistik dalam analisis regresi linier dilakukan dengan menggunakan bantuan program komputer SPSS For Windows version 22.0. Hasil pengolahan data dengan menggunakan program

SPSS Selengkapnya ada pada lampiran dan selanjutnya dijelaskan pada tabel 4.6 berikut ini.

Tabel 4.6 Hasil Analisis Regresi Linier

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.948	1.718		1.715	.089
	Total_X	.381	.067	.497	5.667	.000

a. Dependent Variable: Total_Y

a. Dependent Variable : Minat Berkunjung Y

Model persamaan regresi yang dapat dituliskan dari hasil tersebut dalam bentuk persamaan regresi adalah sebagai berikut :

Secara umum rumus persamaan regresi linear sederhana adalah $Y = a + bX$. Sementara untuk mengetahui nilai koefisien regresi tersebut kita dapat berpedoman pada output yang berada pada table *coefficients* di atas.

$$Y = a + bX.$$

a = angka konstan dari unstandardized coefficients. Dalam kasus ini nilainya sebesar 2,948. Angka ini merupakan angka konstan yang mempunyai arti bahwa *promotion mix* (x) mempengaruhi nilai minat berkunjung (Y) adalah sebesar 2,948.

b = angka koefisien regresi nilainya sebesar 0,381. Angka ini mengandung arti bahwa setiap penambahan 1% *promotion mix* (X), maka minat berkunjung (Y), akan meningkat sebesar 0,381.

Karena nilai koefisien regresi bernilai positif (+), maka dengan demikian dapat dikatakan bahwa *promotion mix* (X) berpengaruh positif terhadap minat berkunjung (Y). Sehingga persamaan regresinya adalah $Y = 2,948 + 0,381 X$ dan mendapatkan hasil positif. Hasil ini menjelaskan bahwa ada hubungan positif antara *promotion mix* dengan minat berkunjung ke objek wisata yang ada di Kabupaten Way Kanan. Dengan kata lain terdapatnya pengaruh *promotion mix* terhadap minat berkunjung *followers* akun Instagram @infowayakanan. dan adanya upaya intensif dan ekstensif yang dilakukan dalam upaya promosi obyek wisata akan dapat meningkatkan minat berkunjung yang ada di kabupaten Way Kanan.

Tingkat kemaknaan pengaruh *promotional mix* terhadap minat berkunjung disimpulkan dari nilai T statistik nilai pengujian yang diperoleh dari data SPSS, nilai T statistik pengujian dimana memperoleh nilai $t = 11,055$ dengan p-value (signifikansi) sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa terdapat peningkatan minat berkunjung ke objek wisata Kabupaten Way Kanan sebagai dampak dari dilakukannya *promotion mix* dapat terjadi secara sangat signifikan (ketepatan prediksi hampir mencapai 100%. penulis dapat katakan dari hasil data yang diperoleh dari adanya

variabel *promotion mix* mempengaruhi dari sikap minat berkunjung dengan adanya promosi seperti *advertising, publik relation dan direct marketing*, dengan adanya promosi yang dilakukan didalam unggahan seperti foto dan video di Instagram @infowaykanan memberikan pengaruh baik yang positif untuk *followers* akun Instagram @infowaykanan.

Tabel 4.7 Hasil Koefisien Determinasi

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	36.082	1	36.082	55.414	.000 ^b
	Residual	10.418	16	.651		
	Total	46.500	17			

a. Dependent Variable: Total_Y

b. Predictors: (Constant), Total_X

Koefisien Determinasi berguna untuk dapat mengetahui seberapa besar sumbangan pengaruh yang diberikan variabel bebas atau variabel independen (X) terhadap variabel terikat atau variabel dependen (Y). Atau dapat dikatakan penulis nilai koefisien determinasi atau *R square* ini berguna untuk memprediksi dan melihat seberapa besar kontribusi dari pengaruh yang diberikan variabel (X) independen terhadap variabel (Y) dependen, variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen.

Sebagai penjelasan tersebut penulis menguji nilai dari koefisien determinasi untuk dapat melihat seberapa besar (%) pengaruh yang diberikan kepada variabel independen terhadap variabel dependen adapun hasil analisis regresi linear dapat kita lihat dibawah ini.

Berdasarkan tabel output “ANOVA” tersebut diketahui bahwa nilai signifikansi (Sig.) dalam uji F sebesar 0,000, karena nilai sig. 0,000 < dari 0,05, maka sebagaimana dasar pengambilan keputusan dalam uji F dapat disimpulkan bahwa pengaruh dari *promotion mix* (X) berpengaruh terhadap variabel dependen minat berkunjung (Y) atau berarti signifikan. Maka persyaratan agar kita dapat memaknai nilai koefisien determinasi analisis regresi linear sudah terpenuhi.

Langkah berikutnya adalah melihat berapa (%) pengaruh yang diberikan variabel independen *promotion mix* terhadap variabel dependen minat berkunjung (Y). Dalam hal ini kita mengacu pada nilai R square yang terdapat dalam hasil analisis regresi linier, yakni pada tabel “model Summary” berikut ini.

Tabel 4.8 Modal Summary

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.881 ^a	.776	.762	.807

a. Predictors: (Constant), Total_X

Berdasarkan tabel output SPSS “model Summary di atas diketahui nilai nilai R square determinasi atau R square adalah sebesar 0,776. Nilai R square 0,776 ini berasal dari pengkuadratan nilai koefisien korelasi atau “R” yaitu $0.881 \times 0.881 = 0.776$. Besarnya angka koefisien determinasi (R square) adalah 0,776 atau sama dengan 77,6% angka tersebut mengandung arti

bahwa variabel *promotion mix* (x) berpengaruh terhadap variabel minat berkunjung (Y) sebesar 77,6% . sedangkan sisanya ($100\% - 77,6\% = 22,4\%$) tidak terpengaruh oleh variabel *promotion mix*.

