

Preferensi Wisatawan Terhadap Tempat Rekreasi Pantai Air Manis di Kota Padang dengan Menggunakan Analisis Konjoin

Julian Heru Saputra^{#1}, DewiMurni^{*2}

[#]*Student of Mathematics Department Universitas Negeri Padang, Indonesia*

^{*}*Lecturer of Mathematics Department Universitas Negeri Padang, Indonesia*

¹julianheru8084@gmail.com

²dewimurni_mat@fmipa.unp.ac.id

Abstract—Tourism sector is one sector that can be developed so that can bring benefits to the surrounding area. The development of tourism has economic impact as expanding businesses and opportunities for employment. One of the attractions in West Sumatra is Air Manis Beach. The purpose of this research is to find out how the combination of attribute from the level of visitor preferences with Air Manis Beach. The type of research used is survey research. Population in this research was visitors Air Manis Beach and used sample as much 100 visitors. The sampling is accidental sampling method. Instrument in this research is questionnaire. Data analysis used is conjoint analysis. Research result from the most popular combination of visitors is beach, amiable and attractive, and mosque. Combinations that less liked by visitors are food and beverages, broadminded and ATV(*All Terrain Vehicle*).

Keywords—Conjoint Analysis, Attributes, Preferences, Tourism.

Abstrak—Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang dapat dikembangkan sehingga bisa membawa keuntungan bagi daerah yang bersangkutan. Pembangunan pariwisata memberi dampak dalam aspek ekonomi seperti perluasan lapangan usaha dan kesempatan kerja. Salah satu objek wisata di Sumatera Barat adalah Pantai Air Manis. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kombinasi level atribut dari Tingkat Kesukaan Pengunjung terhadap Pantai Air Manis. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian survei. Populasi dalam penelitian adalah pengunjung Pantai Air Manis dan sampel yang digunakan sebanyak 100 pengunjung. Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah metode *accidental sampling*. Instrumen pada penelitian ini dengan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis konjoin. Hasil penelitian dari kombinasi atribut yang paling disukai pengunjung adalah: pantai, ramah dan menarik, dan mushola. Kombinasi yang kurang disukai pengunjung adalah: makanan dan minuman, berwawasan luas, dan ATV(*All Terrain Vehicle*).

Kata kunci—Analisis Konjoin, Atribut, Preferensi, Pariwisata.

PENDAHULUAN

Sektor pariwisata dapat membawa keuntungan bagi daerah yang memiliki aset berupa objek wisata yang diminati masyarakat. Pengembangan atau pembangunan pariwisata telah terbukti mampu member dampak positif dengan adanya perubahan yang besar dalam kehidupan masyarakat. Dalam aspek ekonomi pembangunan pariwisata member dampak dalam perluasan lapangan usaha dan kesempatan kerja. Secara otomatis pendapatan atau kas daerah dapat mengalami peningkatan seiring berkembangnya berbagai objek wisata di daerah tersebut.

Salah satu daerah di Sumatera Barat yang memiliki objek wisata adalah Kota Padang. Ada dua pantai di Kota Padang yang terkenal dan sering dikunjungi oleh wisatawan, Pantai Padang dan Pantai Air Manis. Pantai Air Manis adalah pantai yang terkenal dengan cerita rakyatnya “Malin Kundang Anak Durhaka”, karena disini kita bisa menemukan batu malin kundang. Malin Kundang merupakan salah satu cerita rakyat paling populer dari Sumatera Barat. Bahkan popularitasnya menyebar ke

berbagai penjuru Indonesia hingga pernah berkali-kali diangkat ke layar kaca dalam berbagai versi. Pantai air manis terletak 10 km ke selatan dari pusat kota, kurang lebih 30 menit perjalanan untuk mencapainya. Terlepas dari kebenaran legenda ini, adanya batu Malin Kundang menjadi daya tarik utama dari pantai ini.

Setelah dilakukan wawancara tanggal 30 April 2019 pada beberapa orang pengunjung, peneliti menemukan masih ada ketidakpuasan pengunjung pada wisata Pantai Air Manis seperti tata letak parkirnya yang tidak teratur, pelayanan yang kurang ramah, dan pantainya yang kurang bersih. Hasil observasi pada Pantai Air Manis diketahui ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pengunjung Pantai Air Manis yaitu: makanan dan minuman, souvenir, karyawan, tempat parkir yang kurang nyaman dan aman, Mushola, penyewaan ATV (*All Terrain Vehicle*) dan pantainya.

Penelitian ini menggunakan analisis konjoin karena analisis ini biasa diterapkan pada market riset dan studi pengembangan produk. Analisis konjoin adalah sebuah

teknik guna mengukur preferensi konsumen terhadap produk atau jasa. Analisis Konjoin (*Conjoint analysis*) merupakan suatu metode analisis dalam analisis multivariat, analisis ini mulai dikembangkan sejak tahun 1970[1]. Analisis ini digunakan untuk membantu mendapatkan kombinasi atau komposisi atribut-atribut suatu produk atau jasa baik baru maupun lama yang paling disukai konsumen[2].

Analisis Konjoin (*Conjoint Analysis*) digunakan untuk membantu mendapatkan kombinasi atau komposisi atribut-atribut suatu produk atau jasa baik baru maupun lama yang paling disukai konsumen, dan juga digunakan untuk mengetahui bagaimana persepsi konsumen terhadap suatu produk atau jasa yang terdiri atas satu atau banyak bagian. Analisis konjoin sangat tepat digunakan untuk menentukan tingkat kepentingan relatif, karena dengan analisis konjoin dapat melihat penting atau tidaknya suatu atribut beserta levelnya dalam suatu produk atau jasa[2].

Analisis konjoin berbeda dengan analisis multivariat lainnya, pada analisis konjoin tidak membutuhkan uji asumsi seperti normalitas, homoskedastisitas, dan lainnya. Dalam melakukan suatu riset dengan menggunakan analisis konjoin, peneliti harus melalui beberapa tahapan.

Berikut adalah penjelasan dari masing-masing langkah:

1. Merumuskan Masalah

Merumuskan masalah pada analisis konjoin, peneliti harus mengidentifikasi atribut dengan level yang paling penting bagi konsumen. Karena dari sudut pandang teoritis atribut yang paling penting itu dapat mempengaruhi preferensi konsumen dan pilihannya terhadap atribut tersebut. Setelah atribut diidentifikasi, level yang sesuai harus dipilih.

2. Menyusun Stimuli

Ada dua pendekatan umum yang digunakan dalam menyusun stimuli, yaitu pendekatan berpasangan (*the pairwise approach*) dan prosedur profil lengkap (*full-profile procedure*). Pada penelitian ini menggunakan prosedur profil lengkap (*full-profile procedure*). Setiap level dari atribut telah dikombinasikan oleh peneliti, sehingga pendekatan ini memberikan kemudahan bagi responden dalam menentukan pilihan. Pada tahap ini peneliti merumuskan kombinasi level masing-masing atribut yang mungkin.

3. Tentukan Bentuk Data Input

Bentuk data input dalam analisis konjoin bisa kualitatif (*non-metric*) dan kuantitatif (*metric*). Untuk data non-metrik, responden diminta untuk memberikan penilaian dalam bentuk ranking atau peringkat (data dengan skala ordinal) terhadap stimuli. Di dalam bentuk metrik, responden diminta memberi penilaian dalam bentuk data *rating* (bukan ranking, misalnya data dengan skala rasio atau interval). *rating* dapat dilakukan dengan

menggunakan skala likert dengan 5 kriteria penilaian, yaitu: 1 = tidak suka, 2 = kurang suka, 3 = cukup suka, 4 = suka, 5 = sangat suka. *Rating* merupakan data mentah yang diperoleh berupa angka, kemudian ditafsirkan dalam pengertian kualitatif. Responden menjawab, suka atau tidak suka, setuju atau tidak setuju, pernah atau tidak pernah adalah merupakan data kualitatif[2].

4. Pilih Prosedur Analisis Konjoin

Analisis konjoin termasuk dalam metode dependensi multivariat, yaitu hubungan antar variabelnya dependensi. Hubungan dependensi yaitu jika variabel-variabel yang diteliti secara teoritis dapat dipisahkan kedalam variabel respon dan variabel penjelas. Variabel penjelas (X) pada konjoin adalah atribut dan datanya berupa non metrik. Termasuk disini adalah bagian dari atribut (level), sedangkan variabel respon (Y) adalah pendapat keseluruhan dari responden terhadap sekian atribut dan level pada sebuah produk[1].

Secara umum model dasar analisis konjoin adalah sebagai berikut yang terdapat pada no [2] yang digunakan untuk mencari tingkat kepentingan atribut.

Untuk menyelesaikan model dari analisis konjoin digunakan metode regresi linier berganda dengan variabel dummy. Persamaan regresi linier berganda pada [2] digunakan untuk memperkirakan nilai *utility* yang terkait dengan atribut ke- i level ke- j atau memperoleh nilai α_{ij} . Maka dugaan persamaan regresi linier bergandanya.

Setelah didapatkan model dasar analisis konjoin langkah selanjutnya adalah sebagai berikut:

a. Regresi Linier Berganda

Dalam menganalisis pengaruh, selalu digunakan variabel bebas dengan variabel terikat. Variabel yang mempengaruhi variabel lain disebut dengan variabel bebas X (*independent variable*), Sedangkan variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain disebut dengan variabel terikat Y (*dependent variable*). Teknik statistika untuk menyelidiki dan memodelkan hubungan antara satu variabel terikat dengan lebih dari satu variabel bebas dinamakan sebagai analisis regresi linier berganda. Variabel bebas X bersifat kategorik, kontinu ataupun gabungan keduanya, Sedangkan variabel terikat Y bersifat kontinu. Persamaan regresi berganda dirumuskan pada [4] yang digunakan untuk melihat nilai *utility* dari masing-masing atribut.

b. Variabel Dummy

Peubah bebas pada regresi linier berganda dapat berupa variabel boneka atau disebut variabel *dummy*. Variabel *dummy* bernilai 1 atau 0, suatu variabel *dummy* diberi nilai 1 bila kategori yang bersangkutan ada dan bernilai 0 bila tidak ada. Didalam penelitian ini, variabel

bebas/prediktor terdiri dari variabel *dummy* untuk level dari atribut. Jika atribut mempunyai level sebanyak k_i , maka variabel *dummy*-nya adalah $k_i - 1$, atau banyak variabel *dummy* adalah banyak level dikurangi satu [6].

c. Uji Kelayakan Model

Uji kelayakan model merupakan uji untuk mengidentifikasi model regresi yang diestimasi layak atau tidak dimana uji kelayakan model tersebut dapat diperoleh dengan uji F pada tabel ANOVA yang terdapat pada no [4]. Layak disini maksudnya adalah model yang diestimasi layak digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Adapun hipotesis statistik uji adalah

$$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \dots = \beta_k = 0$$

Artinya tidak terdapat hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat atau model regresi yang diestimasi tidak layak.

$$H_1 : \beta_j \neq 0 \text{ (untuk paling kurang satu } j, \text{ dengan } j = 1, 2, 3)$$

Artinya terdapat minimal satu hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat atau model regresi yang diestimasi layak.

Statistik uji yang digunakan adalah uji F [6].

Kriteria pengujianya yaitu:

Terima H_0 jika $F_{hit} \leq F_{\alpha, k, n-k-1}$ atau p-value $> \alpha$

Tolak H_0 jika $F_{hit} > F_{\alpha, k, n-k-1}$ atau p-value $< \alpha$

d. Estimasi nilai Utility

Untuk mengestimasi nilai *utility*, dapat diselesaikan dengan menggunakan koefisien regresi parsial dari variabel *dummy*-nya. Koefisien dari variabel *dummy* mewakili perbedaan *utility* dari level yang bersangkutan dengan *utility* level yang menjadi kategori dasar.

Misalnya atribut ke- i dengan k buah variabel *dummy* dan variabel *dummy* ke- k sebagai kategori dasar, dengan persamaan sebagai berikut [2]

$$a_{i1} - a_{ik} = b_1 \tag{5}$$

$$a_{i2} - a_{ik} = b_2 \tag{6}$$

$$a_{i(k-1)} - a_{ik} = b_{k-1} \tag{7}$$

Nilai *utility* diestimasi pada suatu skala interval yang memiliki suatu titik asal (*origin*) sebarang, sehingga diperlukan suatu persamaan tambahan sebagai berikut [2]

$$a_{i1} + a_{i2} + \dots + a_{ik} = 0. \tag{8}$$

Nilai *utility* dapat bernilai positif dan negatif, jika nilai *utility* pada level bernilai negatif, maka dapat dikatakan bahwa level tersebut tidak atau kurang disukai oleh konsumen. Apabila nilai *utility* bernilai positif, maka dapat dikatakan bahwa level tersebut disukai oleh konsumen. Nilai *utility* tertinggi dari masing-masing level

setiap atribut merupakan kombinasi yang diinginkan pelanggan. Setelah diperoleh nilai *utility* setiap level masing-masing atribut, langkah selanjutnya adalah menghitung tingkat kepentingan setiap atribut. Prinsipnya, tingkat kepentingan atribut adalah selisih utilitas tertinggi dengan utilitas terendah. Seperti pada persamaan:

$$I_i = (\max(a_{ij}) - \min(a_{ij})) \text{ untuk setiap } i. \tag{9}$$

Pada dasarnya, dengan tingkat kepentingan tersebut sudah bisa mengurutkan setiap atribut berdasarkan tingkat kepentingannya. Namun, kalau diubah menjadi tingkat kepentingan relatif (bobot) dengan persamaan (10), informasi yang diperoleh akan lebih lengkap.

$$W_i = \frac{I_i}{\sum_{i=1}^m I_i} \times 100 \% \tag{10}$$

e. Uji Keandalan dan Kesahihan

salah satu cara untuk menilai keandalan dan kesahihan dari analisis konjoin adalah dengan melihat nilai koefisien determinasi berganda (R^2). Nilai koefisien determinasi berganda (R^2) digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh model regresi cocok/tepat untuk data yang dianalisis. Semakin dekat nilai R^2 dengan 1 maka semakin baik kecocokan data dengan model, dan sebaliknya semakin dekat R^2 dengan 0 maka buruk kecocokan tersebut. Nilai R^2 biasanya dinyatakan dalam persen. Rumus yang digunakan adalah.

$$R^2 = \frac{\sum(\hat{y}_i - \bar{y})^2}{\sum(y_i - \bar{y})^2} = \frac{JKR}{JKT} \tag{11}$$

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian survei dan menggunakan data primer. Pengambilan data dilakukan menggunakan metode survei dengan populasinya yaitu seluruh pengunjung Pantai Air Manis dan sebanyak 100 responden sebagai sampel yang diperoleh dari hasil perhitungan menggunakan rumus populasi tak terbatas [7]. Dalam penelitian ini, variabel yang diberikan dalam bentuk atribut dan levelnya, yang disajikan pada Tabel I berikut.

TABEL I
ATRIBUT DAN LEVEL

Atribut	Level
Produk	Makanan dan minuman
	Souvenir
	Pantai
Karyawan	Ramah dan Menarik
	Berwawasan Luas
Fasilitas	Parkir
	Patung Malin Kundang
	Mushola
	Atv

Teknik yang digunakan dalam analisis konjoin ini adalah analisis regresi linier berganda, sehingga untuk atribut dan levelnya yang masih berupa kata-kata perlu

dilakukan pengkodean menjadi variabel *dummy*, maka level dari atribut dikodekan sebagai berikut:

1. Atribut produk

TABEL II
ATRIBUT PRODUK

Level	X ₁	X ₂
Makanan dan minuman	1	0
Souvenir	0	1
Pantai	0	0

X₁, X₂ = Variabel dummy mewakili atribut produk

2. Atribut Karyawan

TABEL III
ATRIBUT KARYAWAN

Level	X ₃
Ramah dan Menarik	1
Berwawasan luas	0

X₃ = Variabel dummy mewakili atribut karyawan

3. Atribut Fasilitas

TABEL IV
ATRIBUT FASILITAS

Level	X ₄	X ₅	X ₆
Parkir	1	0	0
Patung Malin Kundang	0	1	0
Mushola	0	0	1
ATV	0	0	0

X₁, X₂, X₃ = Variabel dummy mewakili atribut fasilitas

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah survei dengan menggunakan daftar pertanyaan atau kuesioner. Pertanyaan yang digunakan pada kuesioner adalah pertanyaan tertutup yaitu pertanyaan yang variasi jawabannya sudah ditentukan dan disusun terlebih dahulu, sehingga responden tidak mempunyai kebebasan untuk memilih jawaban kecuali yang sudah diberikan. Selanjutnya kuesioner diberikan kepada responden dan responden memberikan penilaian pada kombinasi yang tersedia dengan memberikan rating pada kombinasi tersebut. Responden mengisi kolom rating yang tersedia dengan kriteria penilaian 1 adalah sama tidak suka sampai dengan 5 adalah sangat suka [8].

Teknik analisis data pada penelitian ini adalah teknik analisis konjoin dengan menggunakan bantuan *software SPSS for windows*. Langkah-langkah teknik analisis data adalah sebagai berikut:

1. Menentukan atribut dan level atribut.
2. Menyusun stimuli dengan menggunakan kombinasi *full profile*.
3. Menentukan bentuk data input, dalam penelitian ini data yang diinput adalah rating dari kuesioner. Kemudian jumlahkan rating dari keseluruhan responden berdasarkan masing-masing kombinasi.
4. Melakukan pengkodean level masing-masing atribut menjadi variabel dummy.
5. Menentukan persamaan Regresi Linear Berganda.

6. Uji kelayakan model regresi dengan uji F pada tabel ANOVA.
7. Menghitung nilai *utility* setiap level dari atribut dengan menggunakan persamaan (5), persamaan (6), persamaan (7), dan persamaan (8).
8. Menghitung tingkat kepentingan relatif dari setiap atribut dengan menggunakan persamaan (9) dan (10).
9. Uji keandalan dan kesahihan hasil analisis konjoin dengan melihat tabel hasil Koefisien Determinasi Berganda (R²).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penyebaran kuisisioner kepada 100 orang pengunjung Pantai Air Manis di Kota Padang diperoleh deskripsi data sebagai berikut [9]:

TABEL V
PERSENTASE PENGUNJUNG DALAM RATING KOMBINASI ATRIBUT PANTAI AIR MANIS

Kombinasi	Persentase Pengunjung dalam Memilih Rating				
	1	2	3	4	5
1	1	8	21	52	18
2	2	11	24	46	17
3	0	2	22	43	33
4	2	10	33	43	12
5	1	10	27	53	9
6	2	7	25	52	14
7	0	3	18	48	31
8	2	8	34	51	5
9	2	8	25	54	11
10	2	8	19	51	20
11	0	2	19	48	31
12	2	9	36	43	10
13	1	12	28	50	9
14	0	4	16	51	29
15	0	4	16	51	29
16	1	12	30	47	10
17	1	7	23	53	16
18	1	10	25	43	21
19	0	4	15	46	35
20	2	6	31	48	13
21	1	10	26	53	10
22	2	8	27	51	12
23	1	1	15	49	34
24	3	8	26	45	18
Rata-rata	1.21	7.17	24.21	48.79	18.63

Tabel V menunjukkan bahwa pengunjung yang memilih rating 5 (sangat suka) terbanyak pada kombinasi 19 sebanyak 35%, rating 4 (suka) terbanyak pada kombinasi 9 sebanyak 54%, rating 3 (cukup suka) terbanyak pada kombinasi 12 sebanyak 36%, rating 2 (kurang suka) terbanyak pada kombinasi 13 dan kombinasi 16 sebanyak 12%, rating 1 (tidak suka) terbanyak pada kombinasi 24 sebanyak 3%. Berdasarkan dari masing-masing rating yang telah dijabarkan tersebut dan disesuaikan dengan pembagian skala likert terdapat dua kombinasi yang disukai oleh di Pantai Air Manis yaitu kombinasi 19 dan kombinasi 9. Demikian juga, dapat dilihat bahwa kombinasi 13, kombinasi 16, dan kombinasi 24 merupakan kombinasi yang kurang disukai pengunjung Pantai Air Manis [9].

Setelah diperoleh tabulasi data input, dilakukan pengkodean level masing-masing atribut menjadi variabel *dummy* untuk memperoleh persamaan regresi. Sehingga diperoleh pengkodean level atribut untuk regresi disajikan pada Tabel VI berikut[9].

TABEL VI
PENGKODEAN LEVEL ATRIBUT UNTUK REGRESI

No	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	X ₆	Y
1	1	0	1	1	0	0	378
2	1	0	1	0	1	0	365
3	1	0	1	0	0	1	407
4	1	0	1	0	0	0	353
5	1	0	0	1	0	0	359
6	1	0	0	0	1	0	369
7	1	0	0	0	0	1	407
8	1	0	0	0	0	0	349
9	0	1	1	1	0	0	364
10	0	1	1	0	1	0	379
11	0	1	1	0	0	1	408
12	0	1	1	0	0	0	350
13	0	1	0	1	0	0	354
14	0	1	0	0	1	0	361
15	0	1	0	0	0	1	405
16	0	1	0	0	0	0	353
17	0	0	1	1	0	0	376
18	0	0	1	0	1	0	373
19	0	0	1	0	0	1	412
20	0	0	1	0	0	0	364
21	0	0	0	1	0	0	361
22	0	0	0	0	1	0	363
23	0	0	0	0	0	1	414
24	0	0	0	0	0	0	367

Tabel III menunjukkan bahwa kombinasi yang paling banyak dipilih oleh pengunjung Pantai Air Manis adalah kombinasi 23 dengan skor tertinggi yaitu sebesar 414, sedangkan kombinasi yang paling sedikit dipilih oleh pengunjung Pantai Air Manis adalah kombinasi 8 dengan skor terendah yaitu sebesar 349[9].

Setelah diperoleh pengkodean level atribut untuk regresi yang disajikan pada tabel III, selanjutnya dilakukan pengolahan data untuk memperoleh model regresi linier berganda, yaitu:

$$Y = 357,333 - 5,375X_1 - 7,000X_2 + 5,583X_3 + 9,333X_4 + 12,333X_5 + 52,833X_6$$

Langkah selanjutnya adalah menguji kelayakan model regresi yang diperoleh pada tabel ANOVA berikut berdasarkan uji F, yang disajikan pada tabel VII[9].

TABEL VII
HASIL UJI KELAYAKAN MODEL REGRESI LINIER BERGANDA
ANOVA^b

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	10259.917	6	1709.986	45.585	.000 ^a
Residual	637.708	17	37.512		
Total	10897.625	23			

a. Predictors: (Constant), X₆, X₃, X₂, X₅, X₁, X₄

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan Tabel VII diperoleh nilai nilai Sig.(p-value) sebesar 0,000. Karena nilai P-value < α yaitu 0,05 jadi dapat dikatakan model regresi layak digunakan. dikarenakan hasil uji kelayakan model ternyata model layak digunakan, maka dilanjutkan dengan perhitungan nilai utility dengan menggunakan persamaan regresi yang telah diperoleh. Berdasarkan persamaan regresi tersebut dilakukan perhitungan nilai *utility* setiap level dari atribut, yang disajikan pada Tabel VIII[9].

TABEL VIII
NILAI UTILITY SETIAP LEVEL DARI ATRIBUT

Atribut	Level		
	Deskripsi	Utilitas	
		Lambang	Estimate
Produk	Makanan dan Minuman	a ₁₁	-1,25
	Souvenir	a ₁₂	-2,875
	Pantai	a ₁₃	4,125
Karyawan	Ramah dan Menarik	a ₂₁	2,7915
	Berwawasan luas	a ₂₂	-2,7915
Fasilitas	Parkir	a ₃₁	-9,16675
	Patung Malin Kundang	a ₃₂	-6,16675
	Mushola	a ₃₃	34,33325
	ATV	a ₃₄	-18,49975

Berdasarkan pada Tabel VIII tersebut dapat diperoleh informasi bahwa nilai *utility* level tertinggi pada atribut Fasilitas adalah Fasilitas Mushola yaitu sebesar 34,33325. Sedangkan nilai *utility* terendah pada atribut Fasilitas adalah Fasilitas ATV yaitu sebesar -18,49975.

Selanjutnya nilai *utility* level tertinggi pada atribut Karyawan adalah Karyawan Ramah dan Menarik yaitu sebesar 2,7915. Sedangkan nilai *utility* level terendah pada atribut Karyawan adalah Karyawan berwawasan luas yaitu sebesar -2,7915.

Kemudian nilai *utility* level tertinggi pada atribut Produk adalah Produk Pantai yaitu sebesar 4,125. Sedangkan nilai *utility* level terendah pada atribut Produk souvenir yaitu sebesar -2,875. Berdasarkan informasi yang diperoleh pada Tabel V dapat disimpulkan bahwa, kombinasi level atribut yang paling disukai pengunjung Pantai Air Manis adalah Produk Pantai, karyawan yang ramah dan menarik dan fasilitas mushola[9].

Setelah memperoleh nilai *utility* masing-masing level pada atribut, penghitungan tingkat kepentingan relatif atribut dilakukan dengan menggunakan persamaan W_i (14) dan (15), hasil perhitungan dapat dilihat pada Tabel VI berikut:

TABEL VI
TINGKAT KEPENTINGAN ATRIBUT

Atribut	Tingkat Kepentingan	Tingkat Kepentingan Relatif (%)
Produk	7	10,7%
Karyawan	5,583	8,5%
Fasilitas	52,833	80,7%

Berdasarkan Tabel VI dapat diperoleh informasi bahwa secara umum, pengunjung Pantai Air Manis lebih mementingkan Fasilitas, hal ini terlihat dari tingkat kepentingan relatifnya yang mencapai angka sebesar 80,7% [9].

Selanjutnya menguji valid atau sahnya suatu hasil dalam analisis conjoin, dilakukan dengan mengetahui nilai koefisien determinasi berganda. Nilai koefisien determinasi berganda (R^2) menunjukkan seberapa besar pengaruh keseluruhan atribut terhadap tingkat kesukaan pengunjung di Pantai Air Manis. Hasil analisis data R^2 dapat dilihat pada Tabel IX berikut:

TABEL IX
HASIL KOEFISIEN DETERMINASI BERGANDA

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.970 ^a	.941	.921	6.12472

a. Predictors: (Constant), X_6 , X_3 , X_2 , X_5 , X_1 , X_4

Berdasarkan pada Tabel IX tersebut, diperoleh nilai koefisien determinasi berganda (R^2) sebesar 0,941 atau 94,1%. Hal ini berarti, dapat dipercaya bahwa tingkat kesukaan pengunjung terhadap Pantai Air Manis sebesar 94,1% dipengaruhi oleh variasi atribut yaitu X_1 , X_2 (Produk), X_3 (Karyawan), dan X_4 , X_5 , X_6 (Fasilitas)[9].

SIMPULAN

Dari penelitian ini disimpulkan bahwa:

1. Nilai utilitas level tertinggi pada atribut Produk adalah Pantai, atribut Karyawan adalah Ramah dan menarik, dan atribut fasilitas adalah mushola.
2. Kombinasi level yang paling disukai pengunjung Pantai Air Manis adalah Pantai, berwawasan luas dan Mushola. Sedangkan kombinasi level yang kurang disukai pengunjung Pantai Air Manis adalah Makanan dan minuman, Berwawasan Luas, dan ATV
3. Atribut yang paling penting bagi pengunjung Pantai Air Manis adalah atribut Fasilitas, karena memiliki nilai tingkat kepentingan relatif tertinggi yaitu sebesar 80,7%.

REFERENSI

- [1] Mattjik, Ahmad Ansori dan Sumertajaya, I Made. 2011. *Sidik Peubah Ganda*. Bogor. Departemen Statistika.
- [2] Supranto, J. 2010. *Analisis Multivariate, Arti dan Interpretasi*. Jakarta : PT Rineka Cipta
- [3] Santoso, Singgih. 2015. *Menguasai Statistik Multivariate*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- [4] Montgomery, Douglas. 2006. *Introduction to Linear regression analysis*. New York: A wiley Interscience Publication.
- [5] Sembiring, R.K. 1995. *Analisis Regresi*. Bandung: ITB.
- [6] Simamora, Bilson. 2005. *Analisis Multivariat Pemasaran*. Jakarta: PT Pustaka Utama
- [7] Ariestonandri, Prima. 2006. *marketing research for Beginner*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- [8] Arikunto, Suharsimi. 1999. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- [9] Saputra, Julian Heru. 2019. *Preferensi Wisatawan terhadap Tempat Reaksi Pantai Air MANis di Kota Padang dengan menggunakan Analisis Konjoin*. Skripsi. Universitas Negeri Padang, Padang.