



**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR MINAT WISATAWAN DALAM
PENGUNAAN BRIZZI DI OBJEK WISATA BUKITTINGGI (STUDI
KASUS PANORAMA LOBANG JEPANG)**

SKRIPSI

*Ditulis Sebagai Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Pariwisata Syariah*

Oleh:

**LARAS
NIM. 1830406015**

**JURUSAN PARIWISATA SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGRI MAHMUD YUNUS
BATUSANGKAR
1444 H / 2022 M**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : LARAS
NIM : 1830406015
Tempat/Tanggal Lahir : Pangkalan, 03 Oktober 1999
Jurusan : Pariwisata Syariah
Fakultas : EkonomidanBisnis Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa SKRIPSI saya yang berjudul “**Analisis Faktor-faktor Minat Wisatawan Dalam Penggunaan Brizzi Di Objek Wisata Bukittinggi (Studi Kasus Panorama Lobang Jepang)**” adalah hasil karya saya sendiri bukan plagiat. Apabila dikemudian hari terbukti sebagai plagiat, maka bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Batusangkar, 12 Juli 2022

Yang membuat pernyataan



LARAS
NIM. 1830406015

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing Proposal Skripsi atas nama **Rifaaldo**, NIM 1830406025, dengan judul :
"Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan Front Office Di Emersia Hotel Dan Resort
Batusangkar" memandang bahwa proposal skripsi yang bersangkutan telah memenuhi
persyaratan ilmiah dan dapat disetujui untuk diajukan ke seminar.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

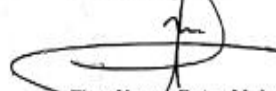
Batusangkar, 20 Juli 2022

Pembimbing



Rini Anita, M. Pd
NIP. 19840723 201101 2 012

Ketua Jurusan,
Pariwisata Syariah



Fitri Kasma Putra M. kom
NIP. 19850207 201503 1 004

Mengetahui,
Dekan fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar

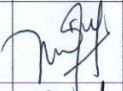




Dr. H. Rizal, M.Ag., CRP
NIP. 197310072002121001

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi atas nama Laras, NIM 1830406015, dengan judul “Analisis Faktor-faktor Minat Wisatawan Dalam Penggunaan Brizzi Di Objek Wisata Bukittinggi (Studi Kasus Panorama Lobang Jepang)” telah diuji dalam Ujian *Munaqasyah* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar yang dilaksanakan pada tanggal 19 Juli 2022.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat digunakan seperlunya.

No	Nama/NIPPenguji	Jabatan dalam Tim	Tanda Tangan	Tanggal Persetujuan
1.	Pepy Afrilian, M.Par NIP. 19910425 201903 2 010	Ketua Sidang/ Pembimbing		12/8/2022
2	Febria Rahim, S.Pd., SE., ME. NIP. 201801012025	Penguji I		11/8/2022
3	Siska Mandalia., S.S., M.BA NIP. 199002012020122010	Penguji II		2/8/2022

Batusangkar, 03 Agustus 2022

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. H. Rizal, M.Ag., CBR
NIP.19731007 2002121 001



Nama : Laras

Tempat, Tanggal Lahir : Pangkalan, 3 Oktober 1999

Jurusan : Pariwisata Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jenis Kelamin : Perempuan

Agama : Islam

Alamat : Tanjung Balik Kecamatan Pangkalan Koto Baru
Kab. Lima Puluh Kota

No Hp/WA : 085365968720

Email : laras031099@gmail.com

Motto : “Saya tidak akan berhenti ketika saya lelah tapi
saya akan berhenti ketika saya selesai”

Pendidikan : 1. TK Harapan Ibu
2. SDN 01 Tanjung Balik
3. SMPN 04 Pangkalan
4. SMAN 01 Pangkalan
5. UIN Mahmud Yunus Batusangkar

KATA PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, Segala Puji bagi Allah SWT dan atas dukungan orangtua tercinta, akhirnya Skripsi ini dapat di selesaikan dengan baik dan tepat waktu. Oleh karena itu, dengan rasa bangga dan bahagia penulis ucapkan rasa syukur dan terima kasih kepada:

- ❖ Allah SWT, karena hanya atas izin dan karunialah maka skripsi ini dapat di buat dan selesai pada waktunya.
- ❖ Ayah dan Ama, Masri dan Rajunawati yang telah memberikan dukungan moril maupun material serta doa yang tiada henti untuk kesuksesan penulis, karena tiada kata seindah lanjutan doa dan tiada doa yang paling khusuk selain doa yang tercapai dari orang tua
- ❖ Abang, Abang Ipar dan Kakak yang selalu memberi semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
- ❖ Keluarga besar dari saudara Ayah dan saudara Ama, yang tidak bisa disebutkan satu persatu, yang telah memberikan doa dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
- ❖ Sahabat-sahabatku Yola Anggrai Yeni, S.E ,Ari Saputra, S.Par, Habibullah Adriz, S. Par, Husein Syifarandi,S.Par, Ferzi Hartawan, S.Par, Rifnaldo yang selalu ada disaat suka maupun duka yang telah memberikan doa dan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
- ❖ Teman kos yang tidak bisa disebutkan satu persatu, yang telah memberikan semangat dan dukungan dalam mengerjakan skripsi ini.
- ❖ Seluruh teman-teman seperjuangan keluarga besar khususnya Parsya dan yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan semangat dan motivasi kepada penulis selama diperkuliahan.
- ❖ Untuk diri sendiri, terima kasih sudah bertahan dari awal hingga tahap ini selama di perkuliahan ini.

ABSTRAK

LARAS. NIM 1830406015 (2022). **Judul Skripsi: “Analisis Faktor-faktor Minat Wisatawan Dalam Menggunakan Brizzi Di Objek Wisata Bukittinggi (Studi Kasus Panorama Lobang Jepang)”**. Program studi Pariwisata Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis faktor apa saja yang mempengaruhi minat wisatawan dalam penggunaan kartu Brizzi di objek wisata Bukittinggi (studi kasus Panorama Lobang Jepang).

Jenis penelitian ini adalah *kuantitatif* yaitu dengan melakukan penelitian langsung untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi minat wisatawan terhadap *e-money* Brizzi. Teknik pengumpulan data melalui kuesioner, dokumentasi dan literatur. Teknik analisis data yaitu menggunakan tahapan analisis faktor konfirmatori yaitu merumuskan masalah, menyusun matrik korelasi, menentukan jumlah faktor *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *attitude toward use* dan *behavioral intention*.

Hasil penelitian menunjukkan faktor yang berpengaruh dalam penggunaan Brizzi di objek wisata Bukittinggi (studi kasus Panorama Lobang Jepang) secara keseluruhan faktor *perceived usefulness* memiliki koefisien regresi sebesar 0,83 dan t-value sebesar 9,79 berarti berpengaruh signifikan terhadap minat wisatawan dalam penggunaan Brizzi di objek wisata Bukittinggi (studi kasus Panorama Lobang Jepang). Faktor *perceived ease of use* memiliki koefisien sebesar 0,90 dan t-value sebesar 11,07 berarti berpengaruh signifikan terhadap minat wisatawan dalam penggunaan Brizzi di objek wisata Bukittinggi (studi kasus Panorama Lobang Jepang). Faktor *attitude toward use* memiliki koefisien regresi sebesar 0,80 dan t-value sebesar 9,24 berarti berpengaruh signifikan terhadap minat wisatawan dalam penggunaan Brizzi di objek wisata Bukittinggi (studi kasus Panorama Lobang Jepang). Faktor *behavioral intention* memiliki koefisien regresi sebesar 0,92 dan t-value sebesar 11,56 berarti berpengaruh signifikan terhadap minat wisatawan dalam penggunaan Brizzi di objek wisata Bukittinggi (studi kasus Panorama Lobang Jepang).

Kata Kunci : Pariwisata Syariah, Panorama Lobang Jepang, Minat Wisatawan

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah segenap puji syukur penulis ucapkan kepada Allah Swt, karena atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“Analisi Faktor-faktor Minat Wisatawan Dalam Penggunaan Brizzi Di Objek Wisata Bukittinggi (Studi Kasus Panorama Lobang Jepang)”**. Shalawat beserta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarganya, semoga kita tergolong kepada umat yang akan diberikan syafaat di akhirat nanti.

Skripsi ini penulis susun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada jurusan Pariwisata Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Mahmud Yunus Batusangkar.

Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak, baik secara moril maupun materil. Kepada kedua orang tua penulis yang tak pernah henti-hentinya memberikan dukungan dan doa untuk dapat menyelesaikan skripsi ini. Selanjutnya ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan baik materil maupun non-materil, maka dari itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Rektor Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar Dr. Marjoni Imamora, M. Sc
2. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar Dr.H.Rizal,M.Ag., CRP[®]
3. Bapak ketua Jurusan Pariwisata Syariah Fitra Kasma Putra, M.Kom
4. Pembimbing yang telah meluangkan waktu dalam membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyelesaian skripsi ini Ibu Pepy Afrilian, S.ST.Par.,M.Par
5. Ibu Pembimbing akademik Rini Anita.M.Pd

6. Ibu Dewi selaku pengurus spot selfi Panorama Lobang Jepang Bukittinggi yang telah bersedia memberikan informasi kepada penulis sebagai bahan penyelesaian penulisan skripsi ini.
7. Dan Ibnu Maulana selaku *crew* Panorama Lobang Jepang Bukittinggi yang telah bersedia memberikan informasi kepada penulis sebagai bahan penyelesaian penulisan skripsi ini.
8. Sahabat-sahabatku Yola Anggrai Yeni, S.E , Ari Saputra, S.Par, Habibullah Adriz, S. Par, Husein Syifarandi,S.Par, Ferzi Hartawan, S.Par, Rifnaldo yang selalu ada disaat suka maupun duka yang telah memberikan doa dan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman-teman Pariwisata Syariah Angkatanyang namanya tidak bisa penulis sebutkan satu per satu, yang telah membantu penulis menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman-teman kos buk Tam yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu, yang telah memberikan inspirasi kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Penulis mohon maaf jika dalam skripsi ini masih terdapat khilaf dan kekeliruan baik secara teknis maupun isinya.Kritik dan saran sangat penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini.

Batusangkar, 11 Juli2022

LARAS
NIM. 18 3040 6015

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	
PERSETUJUAN PEMBIMBING	
PENGESAHAN TIM PENGUJI	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Batasan Masalah	6
D. Rumusan Masalah.....	7
E. Tujuan Penelitian.....	7
F. Manfaat dan Luaran Penelitian.....	8
G. Definisi Operasional	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	11
A. Landasan Teori	11
1. Objek wisata	11
2. Jenis-jenis objek wisata	12
3. Faktor-faktor penggunaan <i>E-Money</i>	13
4. Taman Panorama Lobang Jepang	16
5. Unsur-unsur objek wisata	18
B. Kajian Penelitian Yang Relevan.....	20
C. Kerangka Berfikir	28
D. Hipotesis	28
BAB III METODE PENELITIAN	31
A. Jenis Penelitian	31
B. Waktu dan Tempat Penelitian.....	32

C. Populasi dan Sampel.....	32
D. Sumber Data	34
E. Teknik Pengumpulan Data	34
F. Pengembangan instrument.....	37
G. Teknik Analisis Data	42
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	46
A. Deskripsi Data	46
B. Pengujian Persyaratan Analisis	48
C. Pengujian Hipotesis	49
D. Pembahasan	54
BAB V PENUTUP	62
A. Kesimpulan.....	62
B. Implikasi	62
C. Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Kajian Relevan.....	20
Tabel 3. 2 Rencana Waktu Berlangsungnya Penelitian penulis.....	32
Tabel 3. 3 Kategori Poin Skla Likert	35
Tabel 3. 4 Kisi-kisi Instrumen Variabel.....	38
Tabel 4. 1 Analisis Deskriptif Responden.....	46
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas.....	48
Tabel 4. 3 Hasil Uji Hipotesis	50
Tabel 4. 4 Uji Hipotesis Faktor <i>Perceived Usefullnes</i>	50
Tabel 4. 5 Uji Hipotesis Faktor <i>Perceived Ease of Use</i>	52
Tabel 4. 6 Uji Hipotesis Faktor <i>Ettirude Towaard Use</i>	53
Tabel 4. 7 Uji Hipotesis Faktor <i>Behavioural Itention</i>	54
Tabel 4. 8 Hasil Uji Hipotesis	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka berfikir	28
Gambar 3. 1 Tahapan-tahapan analisis faktor konfirmatori.....	43
Gambar 4. 1 Grafik Lingkaran Deskriptif Responden	47

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Teknologi berkembang dengan cepat dan mempengaruhi kehidupan, dan memudahkan kehidupan manusia. Perkembangan teknologi tidak luput dari pola pikir manusia yang semakin luas, hal tersebut tidak hanya berpengaruh pada pola kerja saja tetapi industri pariwisata juga ikut menyesuaikan dengan perkembangan teknologi. Saat ini untuk proses masuk ke sebuah destinasi wisata telah menerapkan penggunaan teknologi seperti proses pembayaran tiket yang mana biasanya harus antri dengan uang cash sekarang bisa menggunakan teknologi yaitu kartu *E-Money* (Jogiyanto Hartono M, 2018)

Uang elektronik (*E-Money*) adalah alat pembayaran berbentuk elektronik yang diterbitkan berdasarkan nilai uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit yang kemudian menyimpannya dalam media seperti *chip*. Pada saat dipergunakan untuk pembayaran dalam transaksi maka nilai uang elektronik yang tersimpan tersebut akan menjadi berkurang sesuai dengan jumlah nilai saat transaksi dilakukan. Sehingga seseorang yang memiliki harus menambahkan saldo pada “simpanan”nya (*Top-up*) secara berkala (Sumadi, 2019).

E-money menurut Bank Indonesia (2004) adalah alat kartu pembayaran. Peraturan Bank Indonesia yang mengatur penerapan system operasional *e-money* yaitu Bank Indonesia No.6/30/PBI/2004. Disusun pada tanggal 28 Desember 2004 tentang penyelenggaraan kegiatan alat pembayaran dengan menggunakan kartu. Lalu peraturan tersebut diperbarui lagi pada tanggal 28 Desember 2005 tentang penyelenggaraan kegiatan alat pembayaran dengan menggunakan kartu (PBI APMK) (Pradana, 2019).

E-money yaitu kartu prabayar multifungsi yang diterbitkan oleh beberapa lembaga keuangan sebagai pengganti uang tunai untuk transaksi

pembayaran, sehingga hal tersebut membuat banyak bank tertarik untuk memunculkan dengan beragam jenis elektronik seperti Go-Pay, OVO, Dana, Go-Jek dan bank juga mengeluarkan produk *E-Money*. Penerbit atau penyedia dari uang elektronik beragam contohnya *e-money* yang merupakan produk dari Bank Mandiri, Brizzi yang merupakan produk dari BRI, Tapcash yang merupakan produk dari BNI, Flazz yang merupakan produk dari BCA, Go-Pay yang merupakan produk dari Go-Jek, Dana, OVO dan sebagainya (Adhi Prasetyo dkk, 2021).

Keluarnya pilihan *E-Money* selaras dengan kondisi belakangan ini yaitu kondisi Covid-19, dimana pemerintah menganjurkan untuk tidak melakukan aktivitas bersentuhan sehingga *E-Money* menjadi alat pembayaran yang efektif dilakukan pada saat pandemi, dan itu sudah diterapkan oleh objek wisata Taman Panorama Lobang Jepang seperti saat sekarang ini menggunakan pembayaran dengan kartu sangat memudahkan dan aman, karena dengan menggunakan kartu tidak perlu lagi antri berdesak-desakan dengan pembeli atau pengunjung yang lain sehingga akan menimbulkan kerumunan. Dalam surat edaran bank Indonesia Nomor 16/11/DKSP tentang uang elektronik, lebih lanjut diatur penyelenggaraan penerapan manajemen resiko operasional para penyelenggaraan kegiatan uang elektronik wajib meningkatkan keamanan teknologi uang elektronik untuk mengurangi tingkat kejahatan dan penyalahgunaan uang elektronik sekaligus untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap uang elektronik sebagai alat pembayaran (Aminah, 2016).

Hal tersebut juga merupakan peraturan dari pemerintah seputar covid-19 agar selalu menjaga jarak dan menghindari kerumunan. Surat edaran Menpan RB Nomor 38 Tahun 2020, tentang pembatasan kegiatan bepergian keluar daerah dan atau kegiatan mudik bagi aparatur sipil Negara dalam upaya pencegahan penyebaran covid-19 serta aparatur sipil Negara mengajak masyarakat disekitar tempat tinggal untuk tidak bepergian, menjaga jarak fisik individu, membantu meringankan masyarakat dan menerapkan perilaku hidup sehat. Dan bagi wisatawan hal tersebut atau dengan metode

pembayaran menggunakan kartu cukup memudahkan, bagi wisatawan untuk masuk ketempat wisata tanpa antri berdesak-desakan apa lagi dalam keadaan Covid-19 seperti saat ini hal pembayaran dengan teknologi sangat membantu dan memudahkan dan wisatawan juga tidak perlu menunggu uang kembalian dan hal tersebut juga salah satu pemutus Covid-19.

Salah satu yang mengadopsi sistem pembayaran menggunakan uang elektronik adalah industri pariwisata, dimana sekarang industri pariwisata sudah bergerak dengan ekosistem digital. Salah satu sistem digital yaitu pelayanan pembayaran dan tiket. Jadi *E-Money* juga bisa menjadi pengganti tiket bukan hanya sebagai alat pembayaran saja dan hal tersebut terasa lebih efektif dan efisien dan hal tersebut sehingga dapat menghindari kebocoran anggaran.

Taman Panorama Lobang Jepang telah melakukan kerja sama dengan Bank Rakyat Indonesia dari tahun 2018 sampai saat sekarang 2021. Pada awal mulanya memang banyak wisatawan yang tidak mempunyai kartu Brizzi tetapi objek wisata Taman Panorama Lobang Jepang telah menyediakan bagi siapa saja yang ingin meminjamkan kartu Brizzi lalu bayar dengan tunai Rp. 25.000 per orang dan bagi wisatawan yang telah mempunyai kartu Brizzi tetapi tidak memiliki saldo, bisa mengisi saldonya langsung ditempat pembayaran tiket. Sebelum masuk objek Taman Panorama Lobang Jepang juga telah tersedia langkah-langkah pembayaran menggunakan kartu Brizzi bagi wisatawan yang belum tau cara mengaplikasikannya.

Taman Panorama Lobang Jepang sudah mewajibkan para wisatawan yang ingin masuk untuk sistem pembayarannya menggunakan kartu Brizzi dan hal tersebut memang sudah mulai diterapkan dari tahun 2018. Taman Panorama Lobang Jepang masih komitmen dan konsisten untuk menggunakan *ticketing* menggunakan kartu Brizzi sehingga untuk masuk memang harus melalui suatu proses yaitu menggunakan kartu Brizzi. Hal tersebut bertujuan agar wisatawan lebih mudah dalam bertransaksi dan tanpa berdiri lama-lama didepan loket. Tetapi pada tahun 2022 kerjasama pihak Panorama Lobang Jepang belum ada lanjutan kontrak dengan pihak bank

BRI, namun pihak pengelola dan pemerintah sudah melakukan peninjauan dengan bank Nagari dan Gopay, sehingga pada saat sekarang ini untuk wisatawan yang masuk bisa menggunakan Gopay atau juga bisa pembayaran menggunakan uang *cash*.

Menurut penelitian terdahulu Albertus (2019) kerjasama antar pihak Bank Rakyat Indonesia dengan objek wisata bertujuan agar wisatawan lebih gampang dalam melakukan transaksi pembayaran tiket untuk masuk objek wisata tanpa perlu mengantri lama. Kegiatan ini juga bertujuan untuk memperlihatkan kepada masyarakat berapa canggihnya teknologi dan dapat memudahkan dalam bertransaksi. Dari awal dibuka sampai tahun 2017 Taman Panorama Lobang Jepang masih menggunakan sistem pembayaran tiket dengan menggunakan uang tunai, tetapi pada saat sekarang wisatawan sudah bisa memilih dengan cara apa transaksi pembayaran untuk tiket masuk dibeli, apakah dengan Gopay atau uang *cash*.

Setelah melakukan survey langsung kelapangan penulis berhasil mewawancarai beberapa wisatawan yang berasal dari Sumatera Barat dan wisatawan luar provinsi, seperti wisatawan dari Kepulauan Riau. Pada umumnya wisatawan yang berkunjung ke objek wisata Taman Panorama Lobang Jepang lebih menyukai pembayaran menggunakan kartu Brizzi, selain penggunaannya yang aman mereka juga bisa menggunakannya ditempat perbelanjaan. (wawancara, 2 Oktober 2021).

Dalam penggunaan *E-Money* atau Brizzi dalam penelitian ini ada beberapa faktor yang dirasakan oleh wisatawan ketika melakukan pembayaran digital. Hasil penelitian Albertus mengambil teori dari Jogiyanto (2017) faktor-faktor yang dirasakan dalam penggunaan *E-Money* itu adalah faktor *Perceived Usefulness*, diartikan sebagai suatu tindakan dimana individu mempercayai dengan menggunakan suatu sistem akan dapat membantu meningkatkan kinerja dan prestasi kerja individu tersebut. Jadi dapat disimpulkan, dengan adanya teknologi informasi komputer dapat meningkatkan kinerja dan prestasi individu yang mengaplikasikannya. Di objek wisata Taman Panorama sendiri *Perceived Usefulness* sangat

dibutuhkan, karena hal tersebut bisa membantu kinerja karyawannya yang berada dibagian tiket. Karena dengan menggunakan teknologi akan dapat meningkatkan produktifitas serta meningkatkan efektifitas untuk pembayaran masuk Taman Panorama Lobang Jepang.

Faktor yang kedua menurut Jogiyanto (2017) yaitu faktor *Perceived Ease of Use*, yaitu sebuah teknologi yang dimaknai sebagai suatu tolak ukur untuk seseorang yang percaya bahwa computer dapat dipahami dan digunakan dengan mudah. Karena belajar menggunakan komputer tidak terlalu sulit dan pada saat sekarang ini keahlian dalam menggunakan komputer sangat dibutuhkan. Di Taman Panorama Lobang Jepang sudah dioperasikan dibagian tiket dan hal tersebut cukup mudah untuk dioperasikan karena menggunakan teknologi tidak terlalu sulit sehingga dapat mudah untuk dilakukan pada saat pembayaran tiket masuk.

Faktor yang ketiga menurut Jogiyanto (2017) adalah faktor *Attitude Toward Use*, yaitu suatu sikap terhadap penggunaan dikonsepsikan sebagai bentuk penerimaan atau penolakan sebagai dampak dari seseorang yang menggunakan suatu teknologi dalam melakukan pekerjaannya (Tyas & Darma, 2017). Penggunaan teknologi saat ini sangat dibutuhkan, terlebih lagi dalam dunia kerja. Dari hasil wawancara yang penulis lakukan dengan wisatawan di Taman Panorama Lobang Jepang pada tanggal 2 Oktober 2021, dari 100% wisatawan terdapat 80% rata-rata wisatawan menyukai pembayaran menggunakan kartu Brizzi dan 20% wisatawan kurang menyukai.

Dan faktor keempat menurut Yogiarto adalah *Behavioural Intention To Use*, yaitu suatu keinginan seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Seseorang akan melakukan suatu tindakan jika mempunyai keinginan atau minat untuk melakukannya.

Maka dari beberapa faktor tersebut peneliti ingin meneliti faktor apa yang menjadi dominan orang ketika menggunakan *E-Money*. Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut lagi serta mengangkatnya sebagai judul skripsi dengan judul: “Analisis Faktor-Faktor

Minat Wisatawan Dalam Penggunaan Brizzi Di Objek Wisata Bukittinggi (Studi Kasus Panorama Lobang Jepang)''.

B. Identifikasi Masalah

Dengan uraian masalah yang sudah dipaparkan, maka penulis mengidentifikasi masalah yaitu:

1. Pengunjung wajib menggunakan kartu Bizzi jika ingin masuk ke Objek Wisata Taman Panorama Lobang Jepang
2. Faktor *Perceived Usefulness* terhadap penggunaan kartu Brizzi dalam proses pembayaran
3. Faktor *Perceived Ease Of Use* terhadap penggunaan kartu Brizzi dalam proses pembayaran
4. Faktor *Attitude Toward Use* terhadap penggunaan kartu Brizzi dalam proses pembayaran
5. Faktor *Behavioral Intention To Use* terhadap penggunaan kartu Brizzi dalam proses pembayaran

C. Batasan Masalah

Berdasarkan uraian diatas dan identifikasi masalah yang telah penulis paparkan maka penulis membatasi masalah yang akan diteliti adalah

1. Pengaruhfaktor *Perceived Usefulness* terhadap minat wisatawan dalam penggunaan kartu Brizzi.
2. Pengaruhfaktor *Perceived Ease Of Use* terhadap minat wisatawan dalam penggunaan kartu Brizzi.
3. Pengaruhfaktor *Attitude Toward Use* terhadap minat wisatawan dalam penggunaan kartu Brizzi.
4. Pengaruhfaktor *Behavioral Intention To Use* terhadap minat wisatawan dalam penggunaan kartu Brizzi.

D. Rumusan Masalah

1. Apakah faktor *Perceived Usefulness* mempengaruhi wisatawan dalam proses pembayaran tiket masuk berkunjung ke Taman Panorama Lobang Jepang?
2. Apakah faktor *Perceived Ease Of Use* mempengaruhi wisatawan dalam proses pembayaran tiket masuk berkunjung ke Taman Panorama Lobang Jepang?
3. Apakah faktor *Attitude Toward Use* mempengaruhi wisatawan dalam proses pembayaran tiket masuk berkunjung ke Taman Panorama Lobang Jepang?
4. Apakah faktor *Behavioral Intention To Use* mempengaruhi wisatawan dalam proses pembayaran tiket masuk berkunjung ke Taman Panorama Lobang Jepang?
5. Faktor mana saja yang mendominasi secara signifikan yang mempengaruhi minat wisatawan dalam menggunakan menggunakan kartu Brizzi?

E. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui faktor *Perceived Usefulness* dalam mempengaruhi wisatawan dalam proses pembayaran tiket masuk berkunjung ke Taman Panorama Lobang Jepang
2. Untuk mengetahui faktor *Perceived Ease Of Us* dalam mempengaruhi wisatawan dalam proses pembayaran tiket masuk berkunjung ke Taman Panorama Lobang Jepang
3. Untuk mengetahui faktor *Attitude Toward Use* dalam mempengaruhi wisatawan dalam proses pembayaran tiket masuk berkunjung ke Taman Panorama Lobang Jepang
4. Untuk mengetahui faktor *Behavioral Intention To Use* dalam mempengaruhi wisatawan dalam proses pembayaran tiket masuk berkunjung ke Taman Panorama Lobang Jepang
5. Untuk mengetahui faktor mana saja yang mendominasi secara signifikan yang mempengaruhi minat wisatawan dalam menggunakan kartu Brizzi

F. Manfaat dan Luaran Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini berguna menambah wawasan bagi wisatawan tentang alat pembayaran non-tunaidalam hal ini tentang uang elektronik (*e-money*).
- b. Hasil Penelitian ini diharapkan berguna sebagai bahan pertimbangan dalam menerapkan sistem pemebayaran tiket penggunaan kartu Brizzi apakah sudah sesuai dengan yang diinginkan untuk memper kemudahandan memberikan kenyamanan bagi wisatawan.
- c. Penelitian ini berguna untuk mengambil kepuasan untuk memperbaiki sistem pemasaran karena terdapat faktor-faktor yang bisa mempengaruhi penggunaan *e-money*.

2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi, kajian dan rujukan akademis serta menambah wawasan bagi penulis khususnya dan masyarakat yang membutuhkan informasi mengenai *e-money*.
- b. Sebagai masukan untuk jurusan Pariwisata Syariah UIN Batusangkar dalam memberikan arahan kepada mahasiswa untuk memanfaatkan perpustakaan sebagai pusat sumber belajar dan menjadikan mahasiswa dapat mengembangkan dan membuat inovasi terbaru terutama di perpustakaan.
- c. Selanjutnya bagi penulis, penulis mengharapkan penelitian ini bisa menjadi salah satu bahan referensi tambahan bagi peneliti dengan tema yang sama. Sehingga ilmu pengetahuan tentang kualitas pelayanan, kepercayaan dan fasilitas bisa terus diikuti.
- d. Menjadikan pedoman dan sumber informasi bagi praktisi pariwisata

3. Luaran penelitian

Adapun luaran penelitian yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah diterbitkan pada jurnal ilmiah, diseminasikan pada forum seminar nasional, diproyeksikan untuk memperoleh hak atas Kekayaan Intelektual (HAKI) dan lainnya.

G. Definisi Operasional

Untuk menghindari kesalah pahaman dalam memahami masalah yang penulis maksud mengenai faktor-faktor minat wisatawan dalam menggunakan *e-money* sebagai alat pembayaran objek wisata, maka dapat penulis jelaskan istilah-istilah yang terdapat dalam penulisan skripsi ini sebagai berikut:

Perceived Usefulness, merupakan kepercayaan yang dimiliki oleh seseorang saat menggunakan teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaan (menurut Jogiyanto, 2017).

Perceived Ease Of Use, merupakan kemudahan yang dirasakan oleh seseorang saat menggunakan teknologi (Jogiyanto, 2017). Dalam penelitian ini yang dimaksud oleh penulis dari *Perceived Ease Of Use* adalah kemudahan yang diterima oleh masyarakat.

Attitude Toward Use, merupakan sikap positif atau negative dari seseorang saat seseorang menggunakan teknologi (Davis et al, 1989). Dalam penelitian ini yang dimaksud oleh penulis dari *Attitude Toward Use* adalah sikap seseorang saat menggunakan teknologi.

Behavioural Intention To Use, merupakan suatu keinginan (minat) seseorang menggunakan teknologi. Seseorang akan melakukan suatu perilaku jika mempunyai keinginan atau minat untuk melakukannya (menurut Jogiyanto, 2007). Dalam penelitian ini yang dimaksud oleh penulis dari *Behavioural Intention To Use* minat seseorang dalam menggunakan teknologi.

Objek wisata, merupakan tempat atau keadaan alam yang memiliki sumber daya wisata yang dibangun dan dikembangkan sehingga memiliki daya tarik dan diusahakan sebagai tempat yang dikunjungi wisatawan (Laksana, 2020). Dalam penelitian ini yang dimaksud oleh penulis dari objek wisata adalah suatu tempat tujuan wisata yang memiliki daya tarik tersendiri yang tidak dimiliki oleh tempat lainnya.

E-Money, yaitu kartu Prabayar multifungsi yang diterbitkan oleh beberapa lembaga keuangan sebagai pengganti uang tunai untuk transaksi pembayaran. *E-money* telah telah menjadi alat untuk pembayaran yang telah diresmikan pemerintah untuk beberapa jasa yang digunakan masyarakat,

contohnya seperti pembayaran Tol, pembayaran parkir dan TPE, pembayaran kereta, pembayaran Transjakarta, Transjogja, Batik Solo Trans, pembayaran di SPBU, Pertamina berlogo *e-money*, belanja ditoko retail, pembayaran ditoko, wahana hiburan dan restoran berlogo *e-money* dan lain-lain (Baits). *E-money* yang dimaksud oleh penulis didalam skripsi ini adalah alat pembayaran masuk objek wisata Taman Panorama Lobang Jepang berupa kartu Brizzi yang dapat memudahkan wisatawan dalam bertransaksi pembelian tiket masuk.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Objek wisata

Objek wisata merupakan salah satu komponen penting dalam dunia pariwisata dan salah satu alasan wisatawan melakukan perjalanan (*something to see*). Diluar Negeri objek wisata disebut *tourist attraction* (atraksi wisata), sedangkan di Indonesia lebih dikenal dengan objek wisata. Berikut pengertian objek wisata menurut beberapa sumber:

a. Peraturan Pemerintah No. 24/1979

Objek wisata ialah perwujudan dari ciptaan manusia, tata hidup, seni budaya serta sejarah bangsa dan tempat keadaan alam yang mempunyai daya tarik untuk dikunjungi.

b. Surat Keputusan Departemen Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi No. KM 98/PW:102/MPPT-87

Objek wisata merupakan tempat atau keadaan alam yang memiliki sumber daya wisata yang dibangun dan dikembangkan sehingga memiliki daya tarik dan diusahakan sebagai tempat yang dikunjungi wisatawan (Laksana, 2020).

Objek wisata ialah segala sesuatu yang didalamnya terdapat keunikan, keindahan dan nilai berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya serta hasil buatan manusia yang menjadi sasaran kunjungan wisatawan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009. Menurut Muljadi (2012:89) bahwa destinasi wisata harus mempunyai daya tarik tersendiri untuk menarik wisatawan. Dengan adanya daya tarik tersebut maka akan menjadi magnet bagi para wisatawan untuk berkunjung.

Menurut Ridwan pengertian objek wisata merupakan semua yang memiliki keunikan, keindahan dan nilai keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi tujuan kunjungan wisatawan. Objek wisata adalah sesuatu yang dapat dinikmati, dirasakan

dan dilihat oleh manusia sehingga menimbulkan perasaan puas dan kesenangan jasmani maupun rohani sebagai suatu hiburan (Supriadi, 2017).

Dari paparan diatas penulis menarik kesimpulan objek wisata adalah suatu tempat yang akan dituju oleh wisatawan dari tempat tinggalnya dan tempat tersebut memiliki daya tarik yang sangat besar, sehingga membuat wisatawan ingin mengunjunginya hanya dengan jangka waktu tertentu tanpa menetap diobjek wisata tersebut.

2. Jenis-jenis objek wisata

Menurut Ismayanti (2010), berdasarkan jenis-jenis objek wisatanya, pariwisata dibagi menjadi beberapa jenis, yaitu :

- a. Wisata pantai (*Marine Tourism*) adalah kegiatan wisata yang diperlihatkan oleh sarana dan prasarana untuk berenang, memancing, menyelam dan olahraga air lainnya, termasuk sarana dan prasarana akomodasi, makan dan minum.
- b. Wisata etnik (*Etnik Tourism*) adalah perjalanan untuk mengamati perwujudan kebudayaan dan gaya hidup masyarakat yang dianggap menarik.
- c. Wisata cagar alam (*Ecotourism*) adalah wisata yang banyak dikaitkan dengan kegemaran akan keindahan alam, kesegaran hawa dipegunungan, keajaiban hidup binatang (margasatwa) yang langka, serta tumbuh-tumbuhan yang jarang terdapat ditempat-tempat lain.
- d. Wisata buru adalah wisata yang dilakukan dinegeri-negeri yang memang memiliki daerah atau hutan tempat berburu yang dibenarkan oleh pemerintah dan digalakkan oleh berbagai agen atau biro perjalanan.
- e. Wisata olahraga adalah wisata yang memadukan kegiatan olahraga dengan kegiatan wisata. Kegiatan dalam wisata ini seperti kegiatan olahraga aktif yang mengharuskan wisatawan melakukan gerak olah tubuh secara langsung. Kegiatan lainnya seperti kegiatan olahraga pasif.
- f. Wisata kuliner motivasi dalam jenis wisata ini tidak hanya untuk mengenyangkan dan memanjakan perut dengan aneka ragam masakan

khas dari daerah tujuan wisata, melaikan pengalaman yang menarik juga menjadi motivasinya. Pengalaman yang didapat dari aneka ragam makanan khas tiap daerah membuat pengalaman yang dapat menjadi lebih istimewa.

- g. Wisata religious merupakan kegiatan wisata yang bersifat religi, keagamaan dan ketuhanan.
- h. Wisata agro wisata yang memanfaatkan usaha agro sebagai objek wisata dengan tujuan untuk memperluas pengetahuan, pengalaman dan rekreasi. Usaha agro yang biasa dimanfaatkan bisa berupa usaha dibidang pertanian, perternakan, perkebunan, perhutanan maupun perikanan.
- i. Wisata gua yaitu kegiatan melakukan eksplorasi kedalam gua dan menikmati pemandangan yang ada didalam gua.
- j. Wisata belanja yaitu menjadikan belanja sebagai daya tarik utamanya.
- k. Wisata ekologi yaitu bentuk wisata yang menarik wisatawan untuk peduli kepada ekologi alam dan social.
- l. Wisata budaya merupakan peninggalan sejarah kepurbakalaan dan monument, wisata ini termasuk golongan budaya, monument nasional, gedung bersejarah, kota, desa, bangunan-bangunan serta tempat-tempat bersejarah lainnya.

Untuk Panorama Lobang Jepang sendiri dikenalsebagai jenis objek wisata sejarah sejak tahun 1984. Yang mengisahkan bagaimana jahatnya penjajahan pada masa Jepang terhadap rakyat Indonesia yang menerapkan sistem kerja paksa atau *Romusha* yang banyak menelan korban jiwa.

3. Faktor-faktor penggunaan *E-Money*

Faktor-faktor minat wisatawan menurut para ahli:

a. Perceived Usefulness

- 1) *Perceived Usefulness* merupakan kepercayaan yang dimiliki oleh seseorang saat menggunakan teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaan (Jogiyanto, 2017).

- 2) *Perceived Usefulness* yaitu, tingkat kepercayaan seseorang bahwa penggunaan sebuah sistem khusus untuk meningkatkan kinerja pekerjaan. Diartikan sebagai daya guna teknologi sehingga apabila gunanya diragukan, tidakkan muncul intense seseorang untuk menggunakannya (Ricky Aditya, 2016).
- 3) *Perceived Usefulness* yaitu sebagai probabilitas subjektif menerapkan sistem aplikasi tertentu yang dapat meningkatkan harapannya (Siti Kurnia Rahayu dkk).

Jadi dari definisi diatas dapat disimpulkan *Perceived Usefulness* adalah rasa percaya seseorang terhadap penggunaan teknologi bisa meningkatkan kinerja dan dapat meningkatkan harapan.

b. *Perceived Ease Of Use*

- 1) *Perceived Ease Of Use* merupakan kemudahan yang dirasakan oleh seseorang saat menggunakan teknologi (Jogiyanto, 2017).
- 2) Menurut Davis (1989) *Perceived Ease Of Use* merupakan kepercayaan atau keyakinan seseorang bahwa dengan menggunakan teknologi dapat terbebas dari usaha.
Keyakinan beberapa wisatawan Taman Panorama Lobang Jepang dalam menggunakan kartu Brizzi sudah cukup meningkat, hal tersebut dikarenakan dengan menggunakan kartu Brizzi wisatawan tidak perlu lagi antri lama-lama dan berdesak-desakan.
- 3) Menurut pendapat Ndubisi *et al.* (2003) *Perceived Ease Of Use* lebih mengacu pada bagaimana interaksi yang jelas dan dapat dipahami pada sistem informasi, kemudahan mendapatkan sistem informasi untuk melakukan apa yang diperlukan, usaha mental yang diperlukan untuk berinteraksi dengan sistem informasi dan kemudahan dalam penggunaan sistem informasi.
- 4) Menurut pendapat Rogers (1995) *Perceived Ease Of Use* adalah menunjukkan sejauh mana sebuah penemuan dipandang tidak terlalu sulit untuk dimengerti dan diterapkan dan dipelajari.

c. *Attitude Toward Use*

- 1) *Attitude Toward Use* merupakan sikap positif atau negative dari seseorang saat seseorang menggunakan teknologi
- 2) Menurut Davis *Attitude Toward Use* adalah evaluasi dari penggunaan tentang keterkaitannya dalam menerapkan teknologi di kehidupan.
- 3) Wibowo (2006) berpendapat mengenai *Attitude Toward Use* dalam TAM diartikan sebagai sikap terhadap penggunaan system yang berbentuk penerimaan atau sikap penolakan sebagai dampak jika seseorang menggunakan suatu teknologi dalam pekerjaannya (Arif Rifan Hidayat, 2017).
- 4) Menurut pendapat Aakes dan Myers (1997) mengenai *Attitude Toward Use* ialah sikap suka atau tidak sukanya terhadap penggunaan suatu produk, hal ini dapat dimanfaatkan untuk memprediksi perilaku seseorang dalam menggunakan produk atau tidak menggunakannya.

d. *Behavioural Intention To Use*

- 1) *Behavioural Intention To Use* merupakan suatu keinginan (minat) seseorang menggunakan teknologi. Seseorang akan melakukan suatu perilaku jika mempunyai keinginan atau minat untuk melakukannya (menurut Jogiyanto, 2007).
- 2) Menurut Davis (1989) *Behavioural Intention To Use* adalah sikap atau perilaku ketertarikan seseorang untuk menggunakan teknologi.
- 3) Menurut pendapat Arief Hermawan (2008) dalam Suseno (2009) menyimpulkan bahwa *Behavioural Intention To Use* sebagai minat atau keinginan seseorang untuk melakukan perilaku tertentu (Aditya Arie Hanggono dkk, 2015).

Dengan adanya penjelasan diatas, penulis menarik kesimpulan faktor-faktor minat wisatawan untuk menggunakan kartu Brizzi sebagai alat pembayaran untuk masuk objek wisata Taman Panorama Lobang Jepang ada 4 faktor yang dapat mempengaruhi, yaitu *Perceived*

Usefulness, Perceived Ease Of Use, Attitude Toward Use dan Behavioural Intention To Use.

4. Taman Panorama Lobang Jepang

Terowongan bunker yang sudah ada dari tahun 1942 ini digunakan sebagai pertahanan dan tempat penyimpanan perlengkapan dan peralatan perang tentara Jepang. Panjangnya 1400 meter dan berkelok-kelok serta lebarnya sekitar 2 meter.

Lubang Jepang dikota Bukittinggi sudah mulai digunakan sebagai objek wisata sejarah sejak tahun 1984. Tanah yang menjadi dinding terowongan ini yaitu jenis tanah yang jika dicampur air akan semakin kokoh. Bahkan gempa yang mengguncang Sumatera Barat tahun 2009 lalu tidak banyak yang merusak terowongan ini. Tetapi saat ini dinding telah disemen. Bagian atas ditutupi batu konblok dan diberi pencahayaan lampu listrik.

Terowongan ini diperkirakan tembus hingga Jam Gadang. Terowongan ini mempunyai beberapa pintu masuk. Diantaranya kawasan Ngarai Sianok, Taman Panorama, disamping Istana Bung Hattadan di Kebun Binatang.

Lubang Jepang yang dibuka saat sekarang ini untuk umum sebagai tempat wisata, panjangnya 1,5 km, sisanya ditutup untuk keamanan karena jika dibuka semua dikhawatirkan oksigennya tidak cukup dan banyak wisatawan yang nyasar karena desainnya yang mirip labirin. Diterowongan ini juga terdapat beberapa ruangan pengintaian seperti ruangan penyergapan, penjara dan gudang penjara.

Lubang Jepang lebih terkenal dengan cerita mistisnya, walaupun secara penampilannya sudah tidak seram lagi. Ada penambahan fasilitas berupa lampu yang menerangi sepanjang lorong. Untuk masuk kedalam Lubang Jepang terlebih dahulu kita harus menuruni 123 anak tangga yang mempunyai kemiringan vertical. Tangga semen ini dibagi menjadi dua jalur yang dibatasi dengan pagar kecil agar lebih nyaman saat turun. Satu sisi untuk pengunjung yang masuk ke dalam, dan satu sisinya lagi untuk

pengunjung yang keluar dari terowongan. Kedalaman Lubang Jepang diperkirakan 40 m dari permukaan tanah.

Karena alasan keamanan lorong yang mengarah persis kesisi jurang Ngarai Sianok ditutup menggunakan trail besi. Mulut lorong hanya berjarak beberapa meter dari sisi jurang. Ada juga lorong yang menuju kepintu darurat (*Emergency Exit*). Sepanjang kiri dan kanan dalam lorong-lorong tersebut terdapat 21 ruangan.

Lubang Jepang memiliki 21 ruangan yang saling terhubung seperti labirin. Ada ruangan amunisi, ruang tidur, ruang pengintaian, ruang pelarian, ruang penyiksaan, ruang siding, ruang rapat, penjara dan dapur. Semua ruangan tersebut saling terhubung satu sama lain seperti labirin.

Terowongan yang tidak jauh dari bawah Kota Bukittinggi ini sekitar 60 m dibawah kota permukaan kota Bukittinggi ini dibangun dengan tenaga kerja *Romusha*. Diperkirakan pembangunan ini banyak memakan korban. Tidak hanya puluhan bahkan sampai ratusan ribu tenaga kerja paksa atau *Romusha* yang dikerahkan dari pulau Jawa Sulawesi dan Kalimantan untuk menggali terowongan ini. Pemilihan tenaga kerja dari luar daerah ini yaitu strategi colonial Jepang untuk menjaga kerahasiaan proyek ini. Sedangkan tenaga kerja dari Bukittinggi dikirim untuk mengerjakan terowongan pertahanan di Bandung dan Pulau Biak.

Terowongan Jepang disebut sebagai terowongan terpanjang di Asia dengan total panjang 8 km. Secara teknis terowongan di Lubang Jepang sudah diperluas oleh pemerintah daerah. Beberapa ruangan yang dulu menjadi tempat amunisi sudah diberi papan penanda hingga trail untuk mencegah *vandalisme*.

Setelah melewati ruangan amunisi, disitu ada ruangan penjara masa lalu. Di ruangan ini para tahanan disiksa tanpa diberi makan dan minum. Penjara itu berbentuk *letter L*, dahulu pintunya menggunakan rotan belum besi seperti saat sekarang ini. Tepat disamping ruangan penjara terdapat satu ruangan kecil yang menjadi dapur. Walaupun disebut dapur ruangan ini menjadi satu bagian paling kelam di Lubang Jepang.

Didalamnya ada dua lubang kecil, diatas dan dibawah.Lubang atas digunakan untuk mengintai, yang kecil dibawah untuk membuang jenazah.Dibawah mengalir sungai yang menghanyutkan jenazah.Entah berapa orang yang dibawa ke Lobang Jepang ini, dan entah berapa banyak orang yang gugur disana.

Ada dua misteri yang belum terpecahkan, yang pertama kemana Jepang membuang bekas galian tanah dan berapa jumlah *Romusha* yang mati disana. Lubang Jepang menjadi saksi sejarah akan kependudukan Jepang di Bukittinggi. Walau penuh dengan kisah kelam, Lubang Jepang tetap jadi objek wisata edukasi yang perlu diketahui generasi muda (Yolanda, 2022).

Pembangunan trowongan ini atas perintah jendral Watanabe pada tahun 1943 karena melihat topografi kota Bukittinggi yang berbukit-bukit dan berlembah. Terlebih lagi struktur tanah berupa tanah cadas, sangat cocok untuk dijadikan bunker pertahanan.

Beberapa pintu yang ada berada dipinggir jalan ini tertutup jeruji besi, jadi pintu tersebut hanya berfungsi sebagai ventilasi udara.Selain itu, ada juga pintu yang langsung ke jurang Ngarai Sianok.Jadi dulu katanya, kalau ada pekerja yang meninggal didalam Lobang Jepang tinggal dibuang kedalam jurang (Afriyanti, 2016).

5. Unsur-unsur objek wisata

Menurut Sugiarti (2016) pengembangan aktivitas atau kegiatan wisata memiliki peran penting dalam memperpanjang lama tinggal wisatawan disuatu desa wisata.Kegiatan wisata tersebut dilakukan berdasarkan keunikan desa wisata sehingga pengembangannya sejalan dengan desa wisata. Dampak pengembangan kegiatan wisatawan tersebut akan memperpanjang lama tinggal wisatawan didesa wisata yang kemudian secara ekonomi juga meningkatkan pendapatan penduduk setempat. Hal ini dapat menjadi peluang bagi penduduk untuk mendirikan usaha disekitar tempat wisata.

Kepuasan pengunjung dapat dilihat dari *something to see*, *something to do*, *something to buy*

- a. *Something to see* terkait dengan atraksi atau pemandangan di daerah tujuan wisata.

Contohnya: pertunjukan kesenian tradisional, pesona keindahan alam dan bangunan-bangunan sejarah.

Untuk *something to see* di Panorama Lobang Jepang terdapat pemandangan alam yang sangat indah, dari Panorama Lobang Jepang bisa dilihat ngarai-ngarai yang sangat indah dan pemandangan alam yang sangat sejuk. Dan jika kita masuk ke Lobang Jepang, kita akan dibuat heran dengan keadaan dan proses pembuatan Lobang Jepang tersebut karena sangat luasnya dan sangat dalam. Dan di Taman Panorama Lobang Jepang kita juga akan dihibur oleh pertunjukan music anak muda mudi di *Medan nan Bapaneh*.

- b. *Something to do* terkait dengan aktivitas wisatawan di daerah wisata.

Contoh: arung jeram, *snorkelling* dan terjun payung.

Untuk *something to do* di Panorama Lobang Jepang menuruni anak tangga yang berjumlah 123 anak tangga yang mempunyai kemiringan vertical. Tangga semen ini dibagi menjadi dua jalur yang dibatasi dengan pagar kecil agar lebih nyaman saat turun. Satu sisi untuk pengunjung yang masuk kedalam, dan satu sisinya lagi untuk pengunjung yang keluar dari terowongan. Kedalaman Lubang Jepang diperkirakan 40 m dari permukaan tanah.

- c. *Something to buy* terkait dengan *souvenir* khas yang dibeli di daerah wisata.

Contoh: cendramata gantungan kunci, kain batik dan makanan khas daerah wisata (Erika Revinda, Sukarman Purba dkk, 2021).

Dan untuk *something to buy* di Panorama Lobang Jepang wisatawan bisa membeli *souvenir* berupa mainan kunci, lukisan, kain rajut dan masih banyak lagi. Karena di dalam kawasan Taman Panorama Lobang Jepang terdapat masyarakat sekitar yang berjualan

alat-alat yang memiliki cirri khas dari Lobang Jepang dan kota Bukittinggi.

B. Kajian Penelitian Yang Relevan

Berdasarkan penelusuran kajian kepustakaan yang penulis lakukan, berikut ada beberapa penelitian yang terkait dengan permasalahan yang ada dalam penelitian ini. Tujuan kajian ini adalah untuk menghindari plagiasi dan tidak ada kesamaan pembahasan dengan penelitian lain. Maka dari itu diperlukannya penjelasan mengenai topik penelitian yang penulis teliti berkaitan dengan penelitian yang dahulu adalah:

Tabel 2. 1
Kajian Relevan

N	NAMA	HASIL PENELITIAN	PERSAMAAN	PERBEDAAN
o	JUDUL SKRIPSI			
1	Albertus Brian Pradana Dengan judul skripsi “Analisis Penggunaan Kartu Brizzi Sebagai Alat Pembayaran Untuk Menonton Pertandingan PSS Sleman Di Stadion Maguwoharjo”	Dari hasil penelitian skripsi tersebut penulis dapat menyimpulkan dengan pemikiran penulis sendiri yaitu: 1. Presepsi pembayaran menggunakan kartu Brizzi mempengaruhi penonton PSS Sleman untuk memiliki sikap positif dalam menggunakan kartu Brizzi dan akan memiliki keyakinan diri serta senang dalam menggunakannya	Pembahasan yang penulis angkat dan peneliti terdahulu ambil yaitu sama-sama tentang pembayaran menggunakan kartu Brizzi	perbedaan skripsi ini dengan penelitian terdahulu adalah, penelitian terdahulu membahas tentang analisis penggunaan system pembayaran menggunakan kartu Brizzi terhadap niat supporter PPS Sleman sedangkan skripsi ini tentang faktorminat wisatawan dalam

		<p>karena mudah dan bermanfaat.</p> <p>2. Manfaat sikap positif, senang dan memiliki keyakinan diri terhadap penggunaan kartu Brizzi akan mempengaruhi penonton pertandingan PSS Sleman di stadion Mugowoharjo.</p> <p>3. Dengan menggunakan kartu Brizzi akan memudahkan dan memberikan kenyamanan bagi penonton serta akan menghilangkan penggunaan tiket biasa untuk masuk menonton pertandingan PSS Sleman.</p> <p>4. Penggunaan kartu Brizzi juga dapat mengurangi calo dan menghilangkan kecurangan yang selama</p> <p>5. ini sering terjadi di</p>		<p>menggunakan kartu Brizzi sebagai alat pembayaran masuk objek wisata.</p>
--	--	---	--	---

		<i>gate</i> masuk stadion.		
2	Muksalmini Dengan judul skripsi: Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Produk <i>E-Money</i> di Kalangan Mahasiswa Febi UIN Ar-Raniry Banda Aceh	Dari hasil penelitian skripsi tersebut penulis dapat menyimpulkan dengan pemikiran penulis sendiri yaitu: 1. hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kegunaan, kemudahan, dan keamanan simultan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan <i>e-money</i> secara persial 2. hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh secara signifikansi terhadap minat menggunakan <i>e-money</i> secara persial 3. hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh secara signifikansi terhadap	Pembahasan yang penulis angkat dan peneliti terdahulu ambil yaitu sama-sama tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan <i>e-money</i> .	Perbedaan skripsi ini dengan penelitian terdahulu adalah, penelitian terdahulu membahas tentang faktor minat penggunaan <i>e-money</i> dikalangan mahasiswa sedangkan penulis minat terhadap wisatawan.

		<p>minat menggunakan <i>e-money</i> secara persial</p> <p>4. hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi keamanan berpengaruh secara signifikansi terhadap minat menggunakan <i>e-money</i> secara persial.</p>		
3	<p>Aliyyah La Aba Wastakbaru</p> <p>Dengan judul skripsi: “Analisis Pandangan Penggunaan Uang Elektronik (E-Money) T-Cash Sebagai Alat Transaksi Pada Pelanggan Telkomsel (Tinjauan Ekonomi Keuangan Islam)”</p>	<p>Dari hasil penelitian skripsi tersebut penulis dapat menyimpulkan dengan pemikiran penulis sendiri yaitu:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. penggunaan elektronik <i>t-cash</i> sebagai alat transaksi oleh pelanggan telkomsel 2. uang elektronik dapat diterbitkan oleh penerbit dengan menggunakan akad <i>sharf</i> sebagai akad utama dan dalam implementasinya dikehidupan bermuamalah <i>e-money</i> dapat 	<p>Pembahasan yang penulis angkat dan peneliti terdahulu ambil yaitu sama-sama tentang penggunaan uang elektronik (<i>e-money</i>) sebagai alat transaksi.</p>	<p>Perbedaan skripsi ini dengan penelitian terdahulu adalah, penelitian terdahulu membahas tentang pandangan penggunaan uang elektronik <i>t-cash</i> sebagai alat transaksi pada pelanggan telkomsel sedangkan penulis tentang minat wisatawan untuk menggunakan kartu Brizzi sebagai alat pembayaran tiket</p>

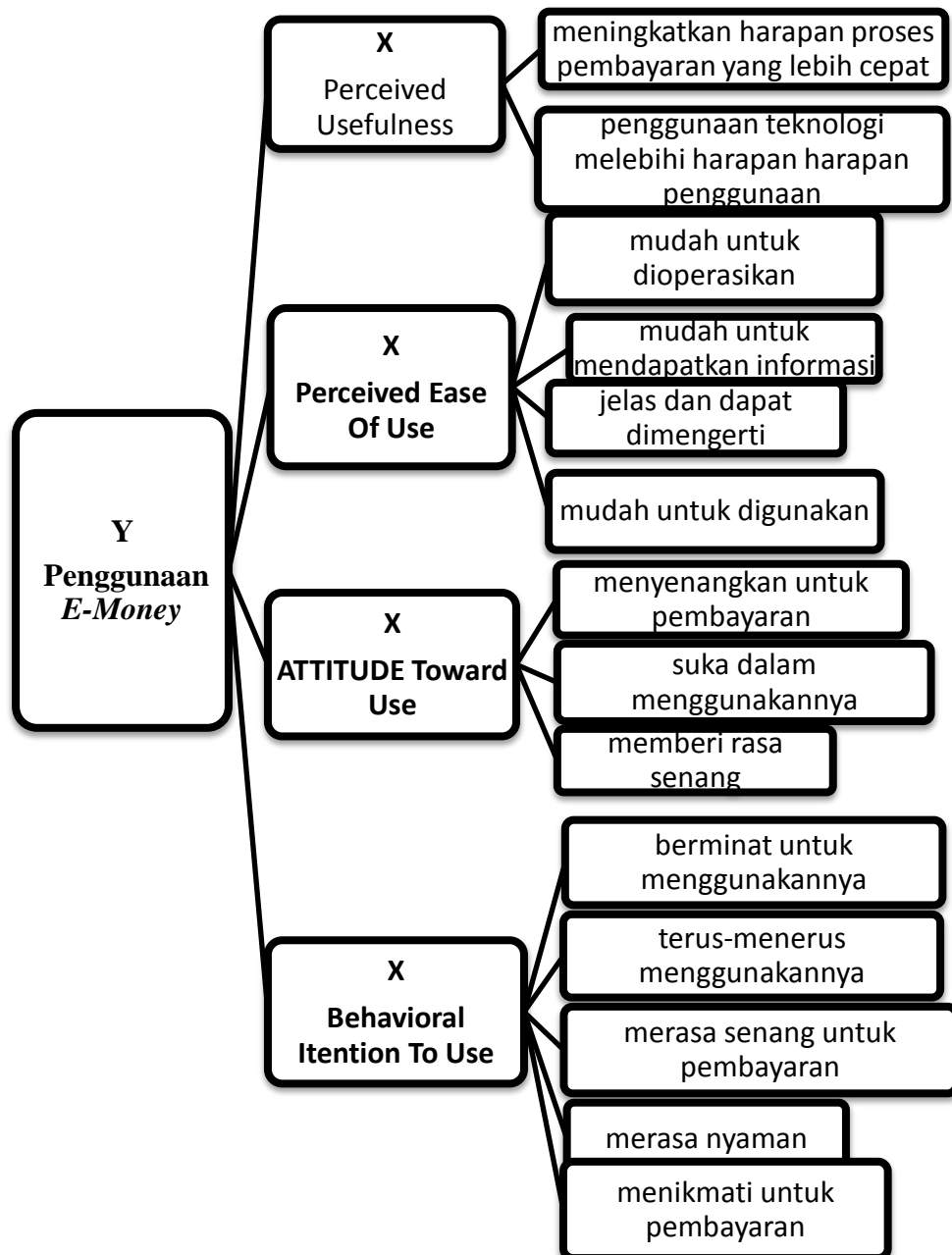
		<p>dilengkapi dengan akad <i>ijarah</i> dan <i>wakalah</i></p> <p>3. <i>t-cash</i> bisa digunakan dengan melihat harus adanya uang dalam bentuk <i>real</i> yang harus disetorkan terlebih dahulu kedalam akun yang dimiliki oleh penggunaan dan <i>e-money</i> boleh digunakan melihat akan kebutuhan manusia dalam melakukan transaksi untuk kelancaran segala urusan kehidupan tanpa melupakan keberkahan diakhirat</p> <p>4. jaringan internet yang tidak stabil juga sering dirasakan oleh pelaku usaha yang menyediakan layanan pembayaran melalui <i>e-money t-cash</i> sehingga dapat mengganggu</p>		<p>masuk objek wisata.</p>
--	--	--	--	----------------------------

		<p>pelanggan ketika hendak melakukan pembayaran</p> <p>5. solusi untuk kendala yang terjadi dalam penggunaan <i>e-money</i> sebagai alat transaksi adalah dengan memperhatikan hal keamanan dalam penggunaan <i>e-money</i></p> <p>6. hal yang harus diperhatikan oleh penerbit uang elektronik agar dapat meminimalisir terjadi masalah dengan jenis <i>e-money</i> yang dikeluarkan.</p>		
4	<p>Hafidh Aditiyawarnan</p> <p>Dengan judul skripsi: “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Mobile</p>	<p>Dari hasil penelitian skripsi tersebut penulis dapat menyimpulkan dengan pemikiran penulis sendiri yaitu:</p> <p>1. persepsi kemudahan berhubungan positif dengan minat menggunakan <i>mobile banking</i> jenius</p> <p>2. persepsi kemudahan berhubungan positif</p>	<p>Pembahasan yang penulis angkat dan peneliti terdahulu ambil yaitu sama-sama tentang analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat</p>	<p>Perbedaan skripsi ini dengan penelitian terdahulu adalah, penelitian terdahulu membahas tentang faktor minat pengguna mobile banking sedangkan penulis tentang faktor minat</p>

	Banking (Studi Kasus pada Penggunaan Jenius di Daerah Istimewa Yogyakarta)”. dengan minat menggunakan dalam <i>mobile banking</i> 3. ketersediaan fitur berhubungan positif dengan minat menggunakan <i>mobile banking</i> jenius		wisatawan menggunakan kartu Brizzi sebagai alat pembayaran tiket masuk objek wisata.
5	Ade Nanda Rahmat Badarudin Dengan judul skripsi: “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa di Yogyakarta Dalam Menggunakan Uang Elektronik (<i>E-Money</i>). Dari hasil penelitian skripsi tersebut penulis dapat menyimpulkan dengan pemikiran penulis sendiri yaitu: 1. terdapat pengaruh positif dan signifikan tingkat pemahaman mengenai uang elektronik terhadap minat menggunakan uang elektronik. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai signifikansi hasil penelitian sebesar 0,020. 2. terdapat pengaruh positif dan signifikan manfaat mengenai uang elektronik terhadap minat menggunakan uang	Pembahasan yang penulis angkat dan peneliti terdahulu ambil yaitu sama-sama membahas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan <i>e-money</i>	Perbedaan skripsi ini dengan penelitian terdahulu adalah, penelitian terdahulu membahas tentang faktor minat penggunaan <i>e-money</i> dikalangan mahasiswa sedangkan penulis faktor minat penggunaan <i>e-money</i> pada wisatawan

		<p>elektronik. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai signifikansi hasil penelitian sebesar 0,000.</p> <p>3. terdapat pengaruh positif dan signifikan pengaruh sosial terhadap minat menggunakan uang elektronik. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai signifikansi hasil penelitian sebesar 0,000.</p>		
--	--	---	--	--

C. Kerangka Berfikir



Gambar 2. 1
Kerangka berfikir

D. Hipotesis

Menurut (Prof. Dr.S.Nasution, 2000) definisi hipotesis adalah pernyataan tentatif yang merupakan dugaan mengenai apa saja yang sedang kita amati dalam usaha untuk memahaminya. Zigmund (1997:112) mengartikan hipotesis sebagai proposisi atau dugaan yang belum terbukti

yang secara tentative menerangkan fakta-fakta atau fenomena tertentu dan juga merupakan jawaban yang memungkinkan terhadap suatu pertanyaan riset (Rahim, 2020). Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

Signifikan

Loading faktor=0 atau

Loading faktor<0

H₀₁ = Faktor *Perceived Usefulness* berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-money* sebagai alat pembayaran objek Panorama Lobang Jepang

H_{a1} = Faktor *Perceived Usefulness* tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-money* sebagai alat pembayaran objek Panorama Lobang Jepang

H₀₂ = Faktor *Perceived Ease of Use* berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-money* sebagai alat pembayaran objek Panorama Lobang Jepang

H_{a2} = Faktor *Perceived Ease of Use* tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-money* sebagai alat pembayaran objek Panorama Lobang Jepang

H₀₃ = Faktor *Attitude Toward Use* berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-money* sebagai alat pembayaran objek Panorama Lobang Jepang

H_{a3} = Faktor *Attitude Toward Use* tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-money* sebagai alat pembayaran objek Panorama Lobang Jepang

H₀₄ = Faktor *Behavioral Intention To Use* berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-money* sebagai alat pembayaran objek Panorama Lobang Jepang

H_{a4} = Faktor *Attitude Toward Use* tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-money* sebagai alat pembayaran objek Panorama Lobang Jepang

H₀₅ = Faktor *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Attitude Toward Use, Behavioral Intention To Use* berpengaruh terhadap minat

penggunaan *e-money* sebagai alat pembayaran objek Panorama Lobang
Jepang

H_{a5} = Faktor *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Attitude Toward Use, Behavioral Intention To Use* tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-money* sebagai alat pembayaran objek Panorama Lobang
Jepang

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian *kuantitatif* yaitu dengan melakukan penelitian langsung untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi minat wisatawan terhadap *e-money* Brizzi. Penelitian *kuantitatif* merupakan istilah yang digunakan untuk menggambarkan pendekatan-pendekatan yang dikembangkan dalam ilmu pengetahuan alam, dan kini digunakan secara luas dalam penelitian ilmu sosial. Metode-metode kuantitatif yaitu metode-metode yang didasarkan pada *informasi numerik* atau *kuantitas-kuantitas* dan biasanya diasosiasikan dengan analisis-*analisis statistik* (Stokes, 2006). Sedangkan pengertian penelitian *kuantitatif* menurut Arikunto (2006) yaitu pendekatan penelitian yang banyak menggunakan angka-angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data yang telah diperoleh dan pemaparan hasil

Analisis faktor yaitu kajian saling ketergantungan antara *variable-variabel*, dengan tujuan untuk menemukan himpunan *variable-variabel* baru, yang lebih sedikit jumlahnya dari pada *variable* awal, dan menunjukkan yang mana diantara *variable-variabel* itu yang merupakan faktor-faktor persekutuan (Wiratmanto, 2014). Karena indikator berasal dari landasan teori yang sudah ada, maka analisis faktor ini merupakan analisis faktor *konfirmasi*, ialah analisis yang bertujuan untuk menguji teori secara empiris atau melakukan *konfirmasi* mengenai struktur faktor yang sudah ada (Wiratmanto, 2014). Jadi dalam tahapan analisis faktor itu ada langkah-langkahnya, salah satunya yaitu menentukan jumlah faktor dan hal tersebut memerlukan metode kuantitatif yang berhubungan dengan angka karena metode kualitatif merupakan metode yang menggunakan angka-angka seperti yang dikatakan oleh Arikunto (2006).

B. Waktu dan Tempat Penelitian

Lokasi penelitian yang penulis lakukan adalah di Kota Bukittinggi tepatnya disalah satu objek wisata yaitu Taman Panorama Lobang Jepang. Peneliti ingin meneliti faktor minat wisatawan yang datang ke Taman Panorama Lobang Jepang dalam menggunakan kartu Brizzi sebagai alat pembayaran untuk tiket masuk. Penulis melakukan kegiatan penelitian terhitung dari

Tabel 3. 1
Rencana Waktu Berlangsungnya Penelitian penulis

No.	Uraian Kegiatan	2021										2022						
		Mar	Apr	Mei	Juni	Juli	Agt	Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul
1.	Pengajuan proposal	■	■															
2.	Bimbingan Proposal			■	■	■	■	■	■	■	■							
3.	Seminar proposal										■							
4.	Bimbingan setelah seminar											■						
5.	Penelitian Skripsi											■	■					
6.	Bimbingan Skripsi													■	■	■	■	
7.	Sidang Munaqosah																	■

(Sumber: Berdasarkan hasil pengelolaan penulis sendiri)

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kuantitas serta karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan dikemukakan dan dapat ditarik kesimpulannya. Jadi populasi tersebut bukan hanya makhluk hidup tetapi juga semua objek penelitian yang dapat diteliti. Populasi tidak hanya mencakup jumlah objek yang diteliti, tetapi juga meliputi semua

karakteristik serta sifat-sifat yang dimiliki objek tersebut (Sandu Siyoto, 2015).

Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung ke Taman Panorama Lobang Jepang pada tahun 2022 dengan jumlah populasi 1623 wisatawan (pengurus Panorama Lobang Jepang).

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang didapatkan dengan cara menggunakan metode tertentu untuk kemudian dianggap menjadi wakil dari populasi yang menjadi focus dalam penelitian (Masayu Rosyidah, 2021). Sampel penulis adalah sebagian wisatawan yang berkunjung ke Taman Panorama Lobang Jepang pada tahun 2022.

Sampel adalah bagian yang diambil dari populasi. Dari jumlah populasi yang ada maka diambil sebagian sebagai sampel untuk mewakili keseluruhan populasi. Penulis menyebarkan kuesioner pada wisatawan yang dijadikan sampel. Untuk bisa menentukan sampel yang akan digunakan, penulis menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditoleransi, misalnya 10%

$$n = \frac{1623}{1 + 1623 \cdot (10\%)^2}$$

$$n = \frac{1623}{1 + 1623 \cdot 0,01^2}$$

$$n = \frac{1623}{17,23}$$

$$n = 94,19$$

Berdasarkan hasil diatas maka penulis mengambil sampel untuk penelitian ini adalah 95 orang. Pengumpulan sampel digunakan dengan

metode *convenience sampling*, merupakan sampel diambil secara acak menurut kebijakan peneliti sendiri, misalnya hanya membatasi sampel berdasarkan usia dari 21 tahun sampai dengan 40 tahun dan hasil dari penelitian terhadap wisatawan yang mengunjungi objek wisata Taman Panorama Lobang Jepang tersebut dapat diketahui dengan menggunakan skala likert.

D. Sumber Data

Sumber data yang penulis pakai dalam pembahasan karya tulis ini yaitu:

1. Sumber data primer

Sumber data primer adalah sumber data yang langsung. Dalam penelitian ini sumber data primer adalah data yang bersumber dari wisatawan yang datang langsung ke objek wisata Taman Panorama Lobang Jepang melalui wawancara.

2. Sumber data sekunder

Sumber data sekunder yaitu sumber data yang dapat dijadikan tambahan atau sumber data pelengkap yang dapat mengungkapkan masalah penelitian ini seperti papan informasi yang ada di Taman Panorama Lobang Jepang

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Kuesioner (Angket)

Dalam penelitian ini penulis menggunakan angket untuk mencari data langsung dari wisatawan yang diambil sebagai sampel. Teknik ini digunakan untuk memperoleh data primer berupa faktor-faktor apa saja yang menjadikan minat wisatawan dalam menggunakan kartu Brizzi sebagai alat pembayaran untuk tiket masuk Taman Panorama Lobang Jepang. Dalam penyebaran angket penulis akan memberikan angket tersebut kepada setiap wisatawan dan pengelola Taman Panorama Loabang Jepang.

2. Dokumentasi

Penulis mengumpulkan data yang relevan faktor-faktor minat wisatawan menggunakan kartu Brizzi sebagai alat pembayaran tiket masuk Panorama Lobang Jepang. Data yang dikumpulkan berupa laporan.

3. Literatur

Dalam penelitian ini penulis juga menggunakan literatur untuk menambah referensi, rujukan dan informasi dalam penelitian ini seperti papan informasi.

Setelah dilakukan penyebaran kuesioner selanjutnya digunakan skala likert untuk menghitung kuesioner. Dibawah ini dijelaskan poin dari skala likert, sebagai berikut:

Tabel 3. 2
Kategori Poin Skala Likert

No	Kategori	Poin
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2	Tidak Setuju (ST))	2
3	Netral (N)	3
4	Setuju (S)	4
5	Sangat Setuju (SS)	5

Menurut Sugiono skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Pada tabel diatas, merupakan contoh kuesioner (angket) model skala likert lima skala.

Menurut Hadi modifikasi terhadap skala likert bertujuan untuk menghilangkan kelemahan yang terkandung oleh skala lima tingkat, dengan alasan tersedianya jawaban yang dibawah itu menimbulkan jawaban ketengah (*central tendency effect*), terutama bagi mereka yang ragu-ragu atas arah kecendrungan pendapat responden, kearah setuju atau kearah tidak setuju. Jika disediakan kategori jawaban tersebut akan menghilangkan banyak data penelitian sehingga mengurangi banyaknya

informasi yang dapat dijangkau para responden. Tabel dibawah ini merupakan contoh kuesioner (angket) model modifikasi skala likert empat skala.

- a. Kategori tersebut memiliki arti ganda, biasanya diartikan belum dapat memutuskan atau memberikan jawaban, dapat diartikan netral, setuju tidak, tidak setujupun tidak atau bahkan ragu-ragu.
- b. Tersedianya jawaban ditengah itu menimbulkan kecenderungan menjawab ketengah.
- c. Maksud kategori SS-S-TS-STs adalah terutama untuk melihat kecenderungan pendapat responden, kearah setuju atau kearah tidak setuju.

Karena penelitian ini akan konfirmasi butiran maka penulis menggunakan modifikasi skala likert. Maka dalam penelitian ini dengan menggunakan empat alternative jawaban yaitu: sangat setuju (ss), setuju (s), tidak setuju (ts) dan sangat tidak setuju (sts). Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2009: 93).

Tabel 3.3
Kategori Poin Skala Likert

No	Kategori	Poin
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2	Tidak Setuju (TS)	2
3	Setuju (S)	3
4	Tidak Setuju (ST)	4

Penggunaan instrument kuesioner yang menggunakan empat skala cukup banyak juga digunakan dalam penelitian. Penggunaan instrument kuesioner yang menggunakan skala likert dengan empat skala mempunyai kelebihan dapat menjangkau data penelitian lebih akurat dikarenakan kategori jawaban *Undeciden* yang memiliki arti ganda, atau bisa juga diartikan responden belum dapat memutuskan atau memberi jawaban,

tidak digunakan didalam kuesioner karena dapat menimbulkan (*central tendency effect*) yang dapat menghilangkan banyak data penelitian sehingga mengurangi banyaknya informasi yang dapat dijangkau dari para responden (Hertanto).

Modifikasi skalalikerit dimaksud untuk menghilangkan kelemahan yang dikandung oleh skala lima tingkat, modifikasi skala likert meniadakan kategori jawaban yang ditengah berdasarkan tiga alasan yaitu:

1. Kategori tersebut memiliki arti ganda, biasanya diartikan sebelum dapat memutuskan atau memberikan jawaban, dapat diartikan netral, setuju tidak, tidak setujupun tidak, atau bahkan ragu-ragu.
2. Tersedianya jawaban ditengah itu menimbulkan kecenderungan menjawab ketengah
3. Maksud kategori SS-S-TS-STTS adalah terutama untuk melihat kecenderungan pendapatan responden, kearah setuju atau kearah tidak setuju.

F. Pengembangan instrument

Dalam penelitian ini penulis menggunakan kuesioner (angket), instrument penelitian ini berisi pertanyaan mengenai variable faktor yang mempengaruhi minat wisatawan untuk menggunakan kartu Brizzi sebagai alat pembayaran untuk tiket masuk Taman Panorama Lobang Jepang. Sebelum instrument digunakan lebih lanjut, maka diperlukan uji validitas dan reliabilitas terlebih dahulu pada instrument penelitian. Hal tersebut bertujuan agar kuesioner yang disebarkan ke responden memiliki instrument yang valid dan reliabilitas.

1. Uji Validitas

Uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini merupakan uji validitas item dengan menggunakan metode analisis faktor KMO. Dalam uji validitas, suatu variable dinyatakan valid dan dapat dianalisis lebih dalam lagi apa bila memenuhi criteria yang menyatakan bahwa angka KMO (*Kuesioner-Mayer-Olkin*) MSA (*Measure Of Sampling Adequance*)

pada kolom KMO and *Bartlett's Test* harus lebih besar atau sama dengan 0,500 sedangkan tingkat probabilitas (*sig*) harus melebihi diatas 5% (5,05). Lalu untuk mengetahui setiap aitem valid atau tidaknya dapat dilihat dari nilai MSA pada kolom *anti image correlation's* nilai MSA diatas 0,5 menunjukkan bahwa aitem *valid* dan dapat diteliti lebih lanjut (Priyatno, 2014).

Holmes-Smith (2001) mengatakan bahwa berdasarkan tingkat $\alpha = 0,05$, parameter yang mempunyai nilai $t \geq 1,96$ dianggap signifikan. Parameter dikatakan tidak signifikan, apabila nilai $t < 1,96$, sehingga dapat dihapus dari model. Dikatakan juga bahwa variabel terobservasi bersifat valid ketika mempunyai $R^2 \geq 0,50$.

Tabel 3. 4
Kisi-kisi Instrumen Variabel

N o	Varia ble	Definisi	Indikator	Alat ukur dan metode pengamatan	Skala	Sumber teori
1	<i>Perceived Usefulness</i>	<i>Perceived Usefulness</i> merupakan kepercayaan yang dimiliki oleh seseorang saat menggunakan teknologi	Beberapa faktor yang dapat dilihat pada fasilitas yang biasanya dikategorikan antara lain: - Meningkatkan harapan proses pembayaran yang lebih cepat	Questioner/ angket Pengamatan terlibat (observasi terus terang atau tersamat). Peneliti menyatakan terus terang kepada sumber data bahwa ia sedang	Likert Skala 5 Point	Jogiyanto, 2017

		akan meningkatkan kinerja pekerjaan	- Pengguna an teknologi melebihi harapan penggunaannya	melakukan penelitian dengan menggunakan setiap wisatawan yang menggunakan kartu Brizzi sebagai alat pembayaran masuk		
2	<i>Perceived Ease Of Use</i>	<i>Perceived Ease Of Use</i> merupakan kemudahan yang dirasakan oleh seseorang saat menggunakan teknologi	Beberapa faktor yang dapat dilihat pada fasilitas yang biasanya dikategorikan antara lain: - Mudah untuk dioperasikan - Mudah untuk mendapat informasi - Jelas dan dapat dimengert	Questioner/ angket Pengamatan terlibat (observasi terus terang atau tersamat). Peneliti menyatakan terus terang kepada sumber data bahwa ia sedang melakukan penelitian dengan menggunakan	Likert Skala 5 Point	Jogiyanto, 2017

			<p>i pengguna anya</p> <ul style="list-style-type: none"> - Terasa mudah untuk digunakan 	<p>n setiap wisatawan yang menggunakan kartu Brizzi sebagai alat pembayaran masuk</p>		
3	<i>Attitude Toward Use</i>	<i>Attitude Toward Use</i> merupakan sikap positif atau negative dari seseorang saat seseorang menggunakan teknologi	<p>Beberapa faktor yang dapat dilihat pada fasilitas yang biasanya dikategorikan antara lain:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Menyenangkan untuk pembayaran - Menyukai untuk pembayaran - Memberi rasa senang 	<p>Questioner/ angket Pengamatan terlibat (observasi terus terang atau tersamat). Peneliti menyatakan terus terang kepada sumber data bahwa ia sedang melakukan penelitian dengan menggunakan setiap wisatawan yang menggunakan</p>	Likert Skala 5 Point	Davis et al, 1989

				n kartu Brizzi sebagai alat pembayaran masuk		
4	<i>Behavioral Intention To Use</i>	<i>Behavioural Intention To Use</i> merupakan keinginan (minat) seseorang menggunakan teknologi . Seseorang akan melakukan suatu perilaku jika mempunyai keinginan atau minat untuk melakuk	Beberapa faktor yang dapat dilihat pada fasilitas yang biasanya dikategorikan antara lain: - Berminat untuk menggunakannya - Terus-menerus menggunakannya - Merasa senang untuk membayar - Merasa nyaman - Menikmati untuk membayar	Quesioner/ angket Pengamatan terlibat (obserfasi terus terang atau tersamat). Peneliti menyatakan terus terang kepada sumber data bahwa ia sedang melakukan penelitian dengan menggunakan setiap wisatawan yang menggunakan kartu Brizzi sebagai alat pembayaran masuk	Likert Skala 5 Point	Jogiyanto, 2017

		annya				
--	--	-------	--	--	--	--

G. Teknik Analisis Data

1. Pengertian Analisis Data

Pengertian analisis data menurut Patton (1980:268) merupakan proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya kedalam suatu pola, kategori dan satuan urutan dasar. Sedangkan Bogdan dan Taylor (1975:79) mengartikan analisis data sebagai proses yang merinci usaha secara formal untuk menemukan tema dan merumuskan hipotesis kerja (ide) seperti yang disarankan oleh data dan sebagai usaha untuk memberikan bantuan pada tema dan hipotesis kerja itu (Majid, 2017).

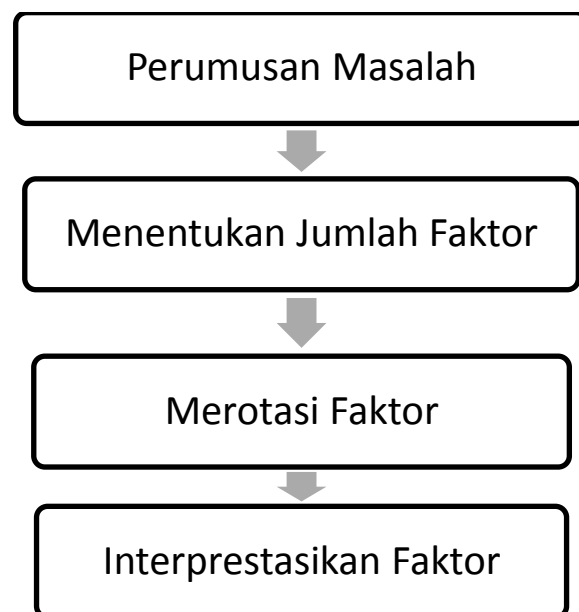
2. Tujuan Analisis Data

Meskipun telah melihat secara keseluruhan, analisis merupakan proses mengubah data menjadi informasi yang pada gilirannya dapat berfungsi untuk mengembangkan konsep, teori, penjelasan atau pemahaman, kita dapat mengembangkan gagasan tentang tujuan data lebih lanjut, selanjutnya dapat mengidentifikasi dan akhirnya memilih teknik analisis data yang paling dapat digunakan. Anggapan ini tentu saja merupakan bahwa tujuan analisis data adalah penentu utama dari teknik analisis data yang dipilih (Dyah Eko Setyowati, 2020).

3. Model analisis faktor dan Langkah-langkah

Penelitian ini menggunakan analisis faktor, analisis faktor yaitu kajian saling ketergantungan antara variable-variabel, dengan tujuan untuk menemukan himpunan variabel-variabel baru, yang lebih sedikit jumlahnya dari pada variabel awal, dan menunjukkan yang mana diantara variabel-variabel itu yang merupakan faktor-faktor persekutuan (Wiratmanto, 2014). Karena indikator berasal dari landasan teori yang sudah ada, maka analisis faktor ini merupakan analisis faktor

konfirmasi, ialah analisis yang bertujuan untuk menguji teori secara empiris atau melakukan konfirmasi mengenai struktur faktor yang sudah ada (Wiratmanto, 2014). Analisis faktor konfirmasi terdiri dari beberapa tahap dapat dilihat pada gambar 3.1 dibawah:



Gambar 3. 1
Tahapan-tahapan analisis faktor konfirmasi
Sumber: Gudono 2011:207

Langkah-langkah diatas dapat dipahami secara mendalam yaitu dengan penjelasan dibawah:

1. Merumuskan masalah

Sebelum melakukan analisis faktor konfirmasi, lebih baik mengevaluasi kembali rumusan masalah yang telah dibuat terlebih dahulu. Ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam menyusun rumusan masalah yaitu:

- a. Mengidentifikasi tujuan melakukan analisis faktor
- b. Memastikan terlebih dahulu bahwa variable-variabel yang akan dimasukkan dalam analisis faktor berdasarkan penelitian terdahulu, teori dan keputusan peneliti.
- c. Sudah selesainya instrument penelitian beserta sampel penelitian.

2. Menentukan jumlah faktor

Setelah disusunnya variable berdasarkan langkah pertama lalu menentukan jumlah faktor yang diperlukan untuk mewakili data. Pada tahap ini dapat diketahui sejumlah faktor yang dapat diterima atau layak mewakili seperangkat variable yang dianalisis dengan melihat dari besarnya nilai eigen value serta presentase varian total.

Walaupun pada awal variabel-variabel yang dianalisis telah dikelompokkan secara tidak teratur dalam beberapa faktor, tetapi untuk analisis dan interpretasi selanjutnya akan didasarkan pada hasil analisis statistik dengan teknik PCA, dimana untuk memilih faktor inti yang dapat mewakili sekelompok variabel adalah yang mempunyai nilai eigen value minimal sama dengan 100.

Hasil dari ekstraksi faktor yang masih kompleks terkadang masih cukup sulit untuk dapat diinterpretasikan, oleh sebab itu bila ada dari matriks faktor mula-mula ternyata masih sulit untuk diinterpretasikan, maka diperlukannya rotasi faktor yang dapat memperjelas dan mempertegas faktor loading dalam setiap faktor, sehingga akan lebih mudah untuk diinterpretasikan. Lalu dengan memperhatikan matriks faktor mula-mula, *eigen value*, *presentase* varian dan faktor loading minimal kita dapat menentukan suatu variable masuk kedalam faktor yang mana, sehingga akan dapat diidentifikasi nama atau sebutan lain dari variable yang bergabung tadi.

3. Interpretasikan Faktor

Tahap yang terakhir dalam analisis faktor yaitu menginterpretasikan faktor yang tepat yang sanggup menjelaskan data dengan baik. Analisis faktor yaitu kajian saling ketergantungan antara variable-variabel, dengan tujuan untuk menemukan himpunan variabel-variabel baru, yang lebih sedikit jumlahnya dari pada variabel awal, dan menunjukkan yang mana diantara variabel-variabel itu yang merupakan faktor-faktor persekutuan (Wiratmanto, 2014). Setelah didapatkan sejumlah faktor yang valid selanjutnya kita perlu menginterpretasikan nama-nama faktor dilakukan

untuk mengetahui variabel-variabel yang akan membentuknya. Melalui uji validitas, Uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini merupakan uji validitas item dengan menggunakan metode analisis faktor KMO. Dalam uji validitas, suatu variable dinyatakan valid dan dapat dianalisis lebih dalam lagi apa bila memenuhi criteria yang menyatakan bahwa angka KMO (*Kuesioner-Mayer-Olkin*) MSA (*Measure Of Sampling Adequance*) pada kolom KMO and *Bartlett's Test* harus lebih besar atau sama dengan 0,500 sedangkan tingkat probabilitas (*sig*) harus melebihi diatas 5% (0,05). Lalu untuk mengetahui setiap aitem valid atau tidaknya dapat dilihat dari nilai MSA pada kolom *anti image correlation's* nilai MSA diatas 0,05 menunjukkan bahwa aitem *valid* dan dapat diteliti lebih lanjut (Priyatno, 2014).

Holmes-Smith (2001) mengatakan bahwa berdasarkan tingkat $\alpha = 0,05$, parameter yang mempunyai nilai $t \geq 1,96$ dianggap signifikan. Parameter dikatakan tidak signifikan, apabila nilai $t < 1,96$, sehingga dapat dihapus dari model. Dikatakan juga bahwa variabel terobservasi bersifat valid ketika mempunyai $R^2 \geq 0,50$.

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Data

Berikut ini penulis akan memberikan gambaran yang lebih menyeluruh terhadap deskripsi responden yang terdiri dari jenis kelamin, usia, dan pekerjaan yang berkunjung ke Panorama Lobang Jepang Bukittinggi. Berdasarkan jawaban kuesioner yang diterima dapat diketahui deskriptif identitas responden yaitu seperti pada tabel 4.1

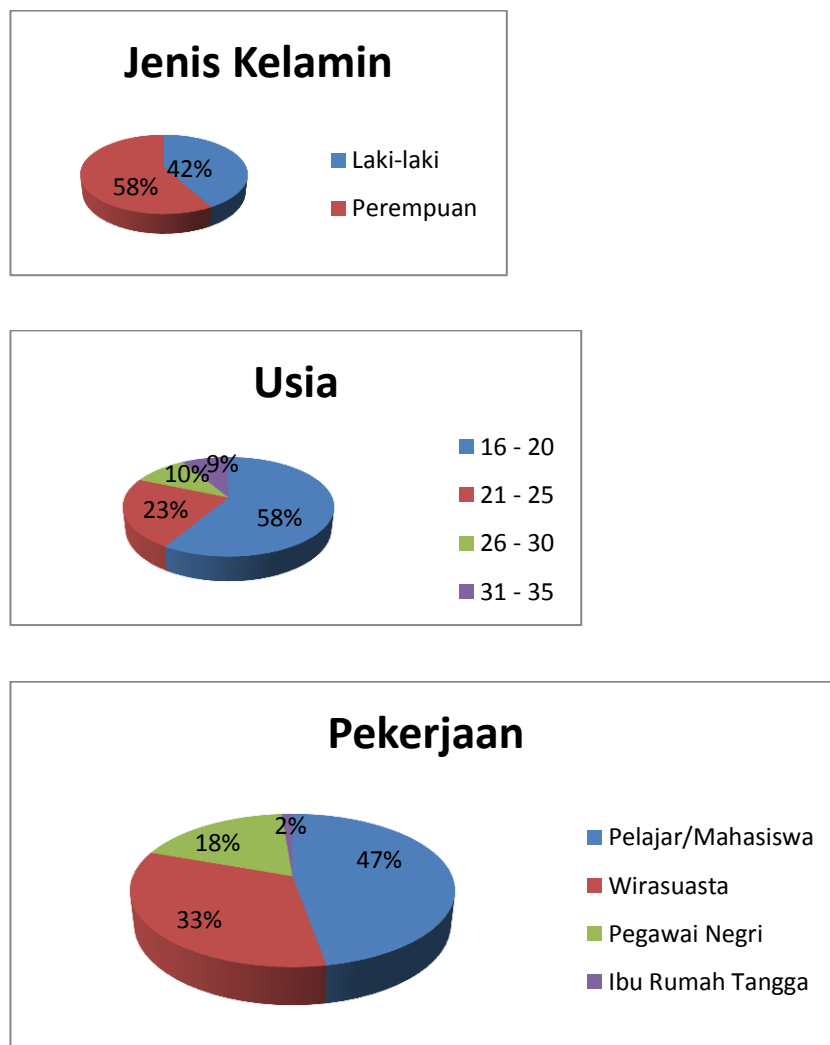
**Tabel 4. 1
Analisis Deskriptif Responden**

No	Uraian	Frekuensi (orang)	Presentase (%)
1	Jenis Kelamin		
	Laki-laki	40	42
	Perempuan	55	58
2	Usia		
	16 – 20 tahun	13	14
	21 – 25 tahun	37	39
	26 – 30 tahun	16	17
	31 – 35 tahun	10	10
	36 – 40 tahun	11	12
	>40 tahun	8	8
3	Pekerjaan		
	Pelajar/Mahasiswa	42	44
	Wiraswasta	29	31
	Pegawai Negeri	16	17
	Ibu Rumah Tangga	8	8

Sumber hasil olah data penulis, 2022

dari sisi usia didominasi oleh usia 16 – 20 tahun yakni 14 %, dilanjutkan 21 – 25 tahun 39%, lalu untuk usia 26 – 30 tahun 17%, untuk usia 31 – 35 tahun 10%, lalu dilanjutkan 36 – 40 tahun 12%, dan untuk usia lebih besar dari >40 tahun 8%. Dari sisi pekerjaan, responden yang berkujung masih banyak didominasi oleh pelajar/mahasiswa 44%, dilanjutkan wirasusta 31%, kemudian pegawai negeri 17%, dan terakhir ibu rumah tangga sebanyak 8%.

Penulis memberikan gambarandibawah ini dalam penyajian grafik lingkaran (grafik pie) sehingga memudahkan pemahaman dari gambaran grafik yang ada di gambar 4.1



Gambar 4. 1
Grafik Lingkaran Deskriptif Responden

Dimana peneliti menemukan responden adalah kebanyakan perempuan dimana usianya 16-20 tahun dan pekerjaannya pelajar/mahasiswa dan digolongkan respondennya milenial.

B. Pengujian Persyaratan Analisis

1. Uji Validitas Data

Holmes-Smith (2001) mengatakan bahwa berdasarkan tingkat $\alpha = 0,05$, parameter yang mempunyai nilai $t \geq 1,96$ dianggap signifikan. Parameter dikatakan tidak signifikan, apabila nilai $t < 1,96$, sehingga dapat dihapus dari model. Dikatakan juga bahwa variabel terobservasi bersifat valid ketika mempunyai $R^2 \geq 0,50$.

Hasil menunjukkan dari 19 butir yang telah dianalisis sebelumnya, dinyatakan valid secara keseluruhan, berikut hasil analisis validitas menggunakan pengolah data lisrel 8.80 mendapatkan hasil sebagai berikut

:

Tabel 4. 2
Hasil Uji Validitas

Butir	Koefisien	T-Value	Keterangan
1	0,58	6,95	Valid
2	0,74	7,92	Valid
3	0,65	6,73	Valid
4	0,73	7,99	Valid
5	0,70	7,54	Valid
6	0,77	8,71	Valid
7	0,70	7,66	Valid
8	0,76	7,29	Valid
9	0,71	7,60	Valid
10	0,70	7,38	Valid
11	0,84	9,50	Valid
12	0,59	6,07	Valid
13	0,57	5,89	Valid

14	0,69	7,40	Valid
15	0,64	6,78	Valid
16	0,74	8,13	Valid
17	0,72	7,86	Valid
18	0,74	8,27	Valid
19	0,66	7,07	Valid

Sumber : Hasil olahan data Lisrel 8.80, 2022

Berdasarkan hasil olah data menggunakan aplikasi Lisrel 8.80 diatas, terlihat hasil pengukuran secara keseluruhan dinyatakan valid. Dimana nilai Chi-Square 208, 48, df= 146, P-Value= 0, 00053, RMSEA= 0,067 yang megartikan bahwa semua butir sudah baik.

C. Pengujian Hipotesis

1. Hasil Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah tahapan untuk menguji kebenaran pernyataan sementara mengenai fenomena yang akan diteliti di lapangan. Uji hipotesis dilakukan dengan analisis statistik melalui data-data yang dikumpulkan untuk mengambil kesimpulan apakah menerima atau menolak pertanyaan sementara tersebut. Hasil dari analisis ialah kondisi nyata dari objek yang diteliti dan akan dapat diketahui apakah terjadi kesenjangan atau tidak antara variabel yang dijadikan tolak ukur dengan kondisi nyata di lapangan (Ghozali, 2010).

Holmes-Smith (2001) mengatakan bahwa berdasarkan tingkat $\alpha = 0,05$, parameter yang mempunyai nilai $t \geq 1,96$ dianggap signifikan. Parameter dikatakan tidak signifikan, apabila nilai $t < 1,96$, sehingga dapat dihapus dari model. Dikatakan juga bahwa variabel terobservasi bersifat valid ketika mempunyai $R^2 \geq 0,50$.

Setelah kriteria *goodness of fit* pada model struktural terpenuhi, tahap selanjutnya yaitu analisis struktural model hubungan antar variabel. Tujuan dalam menilai model struktural yaitu untuk memastikan apakah hubungan-hubungan yang dihipotesiskan pada model

konseptualisasi didukung oleh data empiris yang diperoleh melalui *survey* (Ghozali, Iman, Fuad, 2005). Tabel 4.3 menyajikan hasil uji hipotesis menggunakan olah data Lisrel 8.80 sebagai berikut:

Tabel 4.3
Hasil Uji Hipotesis

Faktor	Koefisien	T-Value	Keterangan
<i>Perceived Usefulness</i>	0,83	9,79	Signifikan
<i>Perceived Ease Of Use</i>	0,90	11,07	Signifikan
<i>Attitude Toward Use</i>	0,80	9,24	Signifikan
<i>Behavioral Intention Use</i>	0,92	11,56	Signifikan

Sumber : Hasil olahan data Lisrel 8.80, 2022

a. Faktor *Perceived Usefulness* terhadap penggunaan *E-Money*

Hasil penelitian Abertus mengambil teori dari Jogiyanto (2017), mengatakan bahwa *Perceived Usefulness* diartikan sebagai suatu tindakan dimana individu mempercayai dengan menggunakan suatu system akan dapat membantu meningkatkan kinerja dan prestasi kerja individu tersebut.

Berikut pada tabel 4.4 di jelaskan seberapa berpengaruhnya faktor *Perceived Usefulness* terhadap penggunaan *E-Money* untuk masuk ke Taman Panorama Lobang Jepang Bukittinggi.

Tabel 4.4
Uji Hipotesis Faktor *Perceived Usefulness*

Factor	Koefisien	T-Value	Keterangan
<i>Perceived Usefulness</i>	0,83	9,79	Signifikan

Sumber: Hasil Olah Data Lisrel 8.80

Tabel 4.5 di atas menjelaskan hasil pengujian dengan program Lisrel 8.80 menunjukkan bahwa pengaruh faktor *Perceived Usefulness* terhadap penggunaan *E-Money* sebagai alat pembayaran tiket masuk taman Panorama Lobang Jepang Bukittinggi adalah signifikan. Hal ini ditunjukkan dari tabel 4.5 di atas yang memiliki koefisien regresi sebesar 0,83 dan t-value sebesar 9,79, ini artinya bahwa hipotesis penelitian yang menyatakan dengan adanya teknologi informasi komputer dapat meningkatkan kinerja dan prestasi individu yang mengaplikasikannya. Di objek wisata Taman Panorama sendiri faktor *Perceived Usefulness* sangat dibutuhkan, karena dengan menggunakan teknologi akan dapat meningkatkan produktivitas serta meningkatkan efektifitas untuk pembayaran masuk Taman Panorama Lobang Jepang. Ini artinya bahwa hipotesis penelitian yang menyatakan semakin orang ingin menggunakan teknologi, semakin tinggi juga yang menggunakan Brizzi dan ini artinya bahwa hipotesis penelitian yang menyatakan semakin tinggi orang menggunakan teknologi, semakin tinggi harapannya menggunakan teknologi, semakin minat seseorang menggunakan Brizzi

b. Faktor *Perceived Ease Of Use* terhadap penggunaan *E-Money*

Hasil penelitian Abertus mengambil teori dari Jogiyanto (2017), mengatakan bahwa faktor *Perceived Ease Of Use* yaitu sebuah teknologi yang dimaknai sebagai suatu tolak ukur untuk seseorang yang percaya bahwa computer dapat dipahami dan digunakan dengan mudah. Karena belajar menggunakan computer tidak terlalu sulit dan pada saat sekarang ini keahlian dalam menggunakan computer sangat dibutuhkan.

Berikut pada tabel 4.5 di jelaskan seberapa berpengaruhnya faktor *Perceived Ease Of Use* terhadap penggunaan *E-Money* untuk masuk ke Taman Panorama Lobang Jepang Bukittinggi.

Tabel 4. 5
Uji Hipotesis Faktor *Perceived Ease Of Us*

Factor	Koefisien	T-Value	Keterangan
<i>Perceived Ease Of Us</i>	0,90	11,07	Signifikan

Sumber: Hasil Olah Data Lisrel 8.80

Tabel 4.6 diatas menjelaskan hasil pengujian dengan program Lisrel 8.80 menunjukkan factor *Perceived Ease Of Us* terhadap penggunaan *E-Money* untuk masuk ke Taman Panorama Lobang Jepang Bukittinggi mempunyai pengaruh signifikan. Hal itu ditunjukkan dari tabel 4.5 di atas yang memiliki koefisien regresi sebesar 0,90 dan t-value sebesar 11,07, ini artinya bahwa hipotesis penelitian yang menyatakan pembayaran dengan teknologi sangat membantu dan memudahkan wisatawan dan juga tidak perlu menunggu uang kembalian dan hal tersebut juga salah satu pemutus mata rantai covid-19.

Di Taman Panorama Lobang Jepang Bukittinggi sudah dioperasikan dibagian tiket dan hal tersebut cukup mudah untuk dioperasikan karena menggunakan teknologi tidak terlalu sulit sehingga mudah untuk dilakukan pada saat pembayaran tiket masuk Taman Panorama Lobang Jepang Bukittinggi. Ini artinya bahwa hipotesis penelitian yang menyatakan semakin orang ingin gampang saat bertemu teknologi, semakin orangpun ingin menggunakan kartu Brizzi karena orang berharap teknologi memudahkan untuk dioperasikan, mudah untuk mendapatkan informasi, mudah untuk dimengerti dan mudah untuk didapatkan.

c. Faktor *Ettitude Toward Use* terhadap penggunaan *E-Money*

Faktor yang ke tiga menurut Jogiyanto adalah *Ettitude Toward Use* merupakan suatu sikap terhadap penggunaan dikonsepsikan sebagai bentuk penerimaan atau penolakan sebagai dampak dari seseorang yang menggunakan suatu teknologi dalam melakukan pekerjaanya (Tyas & Darma, 2017).

Berikut pada tabel 4.6 di jelaskan seberapa berpengaruhnya faktor *Ettitude Toward Use* terhadap penggunaan *E-Money* sebagai alat pembayaran tiket masuk Taman Panorama Lobang Jepang Bukittinggi

Tabel 4. 6
Uji Hipotesis Faktor *Ettitude Towaard Use*

Faktor	Koefisien	T-Value	Keterangan
<i>Ettitude Toward Use</i>	0,80	9,24	Signifikan

Sumber: Hasil Olah Data Lisrel 8.80

Tabel 4.7 di atas menjelaskan hasil pengujian dengan program Lisrel 8.80 menunjukkan bahwa faktor *Ettitude Toward Use* terhadap penggunaan *E-Money* adalah berpengaruh signifikan. Hal itu ditunjukkan dari tabel 4.5 di atas yang memiliki koefisien regresi sebesar 0,80 dan t-value sebesar 9,24, ini artinya bahwa hipotesis penelitian yang menyatakan semakin tinggi penerapan faktor *Ettitude Toward Use* maka akan semakin tinggi keyakinan minat wisatawan untuk menggunakan *E-Money* sebagai alat pembayaran tiket masuk Taman Panorama Lobang Jepang Bukittinggi.

Hubungan positif ini terjadi karena Penggunaan teknologi saat ini sangat dibutuhkan, terlebih lagi dalam dunia kerja. Dari hasil wawancara yang penulis lakukan pada tanggal 2 Oktober 2021, terdapat cukup banyak wisatawan yang menyukai pembayaran tiket masuk menggunakan kartu Brizzi, karena sangat modern dan menyenangkan. Ini artinya bahwa hipotesis penelitian yang menyatakan semakin tinggi keinginan seseorang untuk menggunakan teknologi, semakin orang merasa menyenangkan untuk pembayaran, menyukai untuk pembayaran dan memberikan rasa senang.

d. Faktor *Behavioural Itention To Use* terhadap penggunaan *E-Money*

Dan faktor keempat menurut Yogiarto adalah *Behavioural Itention To Use*. Menurut pendapat Agrawal and Karahanna (2000) yaitu suatu keinginan seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu.

Seseorang akan melakukan suatu tindakan jika mempunyai keinginan atau minat untuk melakukannya.

Berikut pada tabel 4.7 di jelaskan seberapa berpengaruhnya faktor *Behavioural Intention To Use* terhadap penggunaan *E-Money* sebagai alat pembayaran tiket masuk Taman Panorama Lobang Jepang Bukittinggi.

Tabel 4. 7
Uji Hipotesis Faktor *Behavioural Intention*

Faktor	Koefisien	T-Value	Keterangan
<i>Behavioural Intention</i>	0,92	11,56	Signifikan

Sumber: Hasil Olah Data Lisrel 8.80

Tabel 4.8 di atas menjelaskan hasil pengujian dengan program Lisrel 8.80 menunjukkan bahwa faktor *Behavioural Intention To Use* juga mempengaruhi penggunaan *E-Money* sebagai alat pembayaran masuk Taman Panorama Lobang Jepang secara signifikan. Hal itu ditunjukkan dari tabel 4.8 di atas yang memiliki koefisien regresi sebesar 0,92 dan t-value sebesar 11,56. Ini artinya bahwa hipotesis penelitian yang menyatakan semakin tinggi keinginan seseorang untuk menggunakan teknologi, semakin orang ingin menggunakan kartu Brizzi karena menyenangkan untuk pembayaran, menyukai untuk pembayaran dan merasa senang untuk pembayaran.

D. Pembahasan

Faktor yang mendominasi secara signifikan penggunaan BRIZZI sebagai alat pembayaran Objek Wisata Panorama Lobang Jepang Bukittinggi

Tabel 4. 8
Hasil Uji Hipotesis

Faktor	Koefisien	T-Value	Keterangan
<i>Perceived Usefullnes</i>	0,83	9,79	Signifikan
<i>Perceived Ease</i>	0,90	11,07	Signifikan

<i>Of Us</i>			
<i>Ettitude Toward Use</i>	0,80	9,24	Signifikan
<i>Behavioural Itention</i>	0,92	11,56	Signifikan

Sumber: Hasil Olah Data Lisrel 8.80

Tabel 4.11 di atas menjelaskan hasil pengujian dengan program Lisrel 8.80 menunjukkan bahwa pengaruh seluruh faktor yang diteliti pada penelitian ini adalah signifikan dengan hubungan positif. Faktor yang mendominasi dari seluruh faktor adalah faktor *Behavioural Itention To Use* yang memiliki koefisien regresi sebesar 0,92 dan t-value sebesar 11,56.

1 Pengaruh faktor *Perceived Usefullnes* mempengaruhi wisatawan dalam proses pembayaran tiket masuk berkunjung ke Taman Panorama Lobang Jepang, sesuai dengan table 4.5 diatas faktor *Perceived Usefullnes* dinyatakan dignifikan dengan T-Value 9,75 dan koefisien 0,83. Berarti dengan adanya teknologi informasi komputer yang diterapkan di Taman Panorama Lobang Jepang dapat mempengaruhi minat wisatawan dalam proses pembayaran tiket masuk. Ini artinya bahwa hipotesis penelitian yang menyatakan semakin orang ingin menggunakan teknologi, semakin tinggi juga yang menggunakan Brizzi dan ini artinya bahwa hipotesis penelitian yang menyatakan semakin tinggi orang menggunakan teknologi, semakin tinggi harapannya menggunakan teknologi, semakin minat seseorang menggunakan Brizzi

Penelitian ini sejalan dengan teori dari Jogiyanto *Perceived Usefulness* adalah suatu tindakan dimana individu mempercayai dengan menggunakan suatu sistem akan dapat membantu meningkatkan kinerja dan prestasi kerja individu tersebut. Di Taman Panorama Lobang Jepang sendiri sangat dibutuhkan teknologi yang sangat terkini, yang dapat membantu kinerja karyawan di bagian tiket. Karena dengan diterapkannya penggunaan teknologi untuk pembayaran tiket masuk Taman Panorama Lobang Jepang, dapat meningkatkan produktifitas serta meningkatkan

efektifitas untuk pembayaran tiket masuk Taman Panorama Lobang Jepang.

Dan dengan diterapkannya pembayaran menggunakan kartu Brizzi dapat meningkatkan proses pembayaran dengan lebih cepat menjadi faktor yang positif, sehingga dapat memangkas waktu dengan syarat kartu Brizzi yang dimiliki sudah berisi saldo sehingga wisatawan yang berkunjung ingin masuk ke Taman Panorama Lobang Jepang tidak perlu lagi antri. Proses pembayaran akan terasa lebih cepat dengan menggunakan Brizzi, apabila sebelum melakukan perjalanan sudah memiliki kartu Brizzi terlebih dahulu dan dapat lebih memudahkan proses pembayaran dengan melakukan pengisian saldo terlebih dahulu atau bisa langsung top up di tempat pembelian tiket masuk Taman Panorama Lobang Jepang. Pembayaran tiket masuk menggunakan kartu Brizzi ini cukup disukai oleh wisatawan terlebih lagi wisatawan domestik, karena dengan adanya kartu Brizzi ini wisatawan yang berkunjung ke Taman Panorama Lobang Jepang tidak perlu lagi membawa uang tunai sehingga tidak perlu menunggu uang kembalian sehingga dalam proses pembayaran menjadi cepat. Kerja sama yang dilakukan oleh pihak Taman Panorama Lobang Jepang dengan pihak Bank Rakyat Indonesia (BRI) dari tahun 2018, yang mewajibkan setiap wisatawan yang berkunjung ke Taman Panorama Lobang Jepang harus memiliki kartu Brizzi membuat cukup banyak perubahan terhadap sistem pembayaran tiket masuk, salah satunya yaitu wisatawan tidak perlu antri berdesak-desakan dan berkerumunan di tempat pembelian tiket saking cepatnya proses pembayaran tiket menggunakan kartu Brizzi dan pada saat pandemi seperti saat sekarang ini pembayaran menggunakan kartu Brizzi sangat membantu karena cepat sehingga dapat memutus mata rantai Covid-19.

Dengan teknologi pembayaran menggunakan *E-Money* termasuk untuk pembayaran tiket yang bersifat digital, membuat pengguna teknologi melebihi harapan wisatawan menjadi indikator yang positif. Wisatawan yang berkunjung ke Taman Panorama Lobang Jepang dengan

diterapkannya sistem pembayaran dengan teknologi yang kekinian ini berharap dapat selalu diterapkan karena sangat memudahkan dalam proses pembayaran tiket. Penggunaan teknologi yang canggih seperti menggunakan kartu Brizzi sebagai alat pembayaran tiket masuk dianggap sangat membantu wisatawan dan para karyawan Taman Panorama Lobang Jepang.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian relevan Albertus Brian Pradana dengan judul Analisis Penggunaan Kartu Brizzi Sebagai Alat Pembayaran Untuk Menonton Pertandingan PSS Sleman di Stadion Maguwoharjo. Dengan menggunakan kartu Brizzi akan memudahkan dan memberikan kenyamanan bagi penonton serta akan menghilangkan penggunaan tiket biasa untuk masuk menonton pertandingan PSS Sleman.

- 2 Pengaruh faktor *Perceived Ease Of Us* mempengaruhi wisatawan dalam proses pembayaran tiket masuk berkunjung ke Taman Panorama Lobang Jepang. Pada table 4.6 telah dinyatakan signifikan dengan T-Value 11,07 dan koefisien 0,90 maka dinyatakan faktor *Perceived Ease Of Us* mempengaruhi wisatawan dalam proses pembayaran tiket masuk berkunjung ke Taman Panorama Lobang Jepang.

Penelitian ini sejalan dengan teori Albertus yang mengambil teori dari Jogiyanto (2017) mengatakan bahwa faktor *Perceived Ease Of Us* merupakan suatu teknologi yang diartikan sebagai tolak ukur untuk seseorang yang percaya bahwa komputer dapat dipahami dan digunakan dengan mudah, hal tersebut sudah diterapkan dalam proses pembayaran tiket masuk Taman Panorama Lobang Jepang dan mempengaruhi wisatawan dalam proses pembayaran tiket masuk karena sangat memudahkan proses pembelian tiket tanpa harus antri berdesak-desakan dan menunggu uang kembalian. Jadi dengan diterapkannya *Perceived Ease Of Us* di Taman Panorama Lobang Jepang sangat membantu wisatawan dalam bertransaksi tanpa berdiri lama-lama di depan loket dan hal tersebut juga mudah untuk dioperasikan karena terdapat petunjuk cara penggunaan kartu Brizzi di depan bagian tiket masuk.

Mudah untuk dioperasikan menjadi indikator yang positif sehingga wisatawan yang berkunjung ke Taman Panorama Lobang Jepang sudah mengerti bagaimana cara pembelian tiket menggunakan kartu Brizzi. Sistem pembayaran tiket di Taman Panorama Lobang Jepang cukup mudah dioperasikan, bukan hanya dari kalangan anak muda saja, orang tua pun bisa mengoperasikannya.

Di Taman Panorama Lobang Jepang sendiri mengapa penggunaan kartu Brizi dianggap mudah untuk mengoperasikannya, karena terdapat papan informasi tentang bagaimana cara menggunakan kartu Brizzi dan hal tersebut dapat memudahkan wisatawan sebelum melakukan transaksi pembelian tiket menggunakan kartu Brizzi. Mudah untuk mendapatkan info merupakan indikator positif sehingga wisatawan tidak perlu lagi bingung tentang bagaimana cara pembelian tiket menggunakan kartu Brizzi karena tata cara penggunaannya sudah tertera di papan informasi dekat loket masuk.

Informasi tentang tata cara penggunaan kartu Brizzi sebagai alat pembayaran tiket masuk di Taman Panorama Lobang Jepang tertulis jelas sehingga bagi wisatawan yang baru menggunakan kartu Brizzi dapat mengerti cara penggunaannya. Indikator jelas dan dapat dimengerti menjadi faktor yang positif sehingga penggunaan kartu Brizzi sendiri tidaklah sulit cukup dengan melihat tata cara yang ditulis di papan informasi wisatawan dapat mengerti cara penggunaannya.

Dan dengan adanya papan informasi tentang bagaimana cara menggunakan kartu Brizzi sebagai alat pembayaran untuk tiket masuk, wisatawan merasa menggunakan kartu Brizzi menjadi lebih gampang untuk digunakan. Indikator terasa mudah untuk digunakan menjadi faktor yang positif sehingga wisatawan senang menggunakan kartu Brizzi karena terasa mudah untuk digunakan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Muksimalmini dengan judul Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Produk *E-Money* di Kalangan Mahasiswa Febi UIN Ar-Raniry Banda Aceh. hasil

penelitian menunjukkan bahwa persepsi kegunaan, kemudahan, dan keamanan simultan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *e-money* secara persial.

- 3 Pengaruh faktor *Ettitud Toward Use* mempengaruhi wisatawan dalam proses pembayaran tiket masuk berkunjung ke Taman Panorama Lobang Jepang. Dilihat dari hasil olah data menggunakan Lisrel 8.80 pada tabel 4.7, faktor *Ettitud Toward Use* dinyatakan signifikan dengan T-Value 9,27 dan dengan koefisien 0,80. Ini artinya bahwa hipotesis penelitian yang menyatakan semakin tinggi keinginan seseorang untuk menggunakan teknologi, semakin orang merasa meenyenangkan untuk pembayaran, menyukai untuk pembayaran dan memberikan rasa senang.

Penelitian ini sejalan dengan teori Jogiyanto faktor *Ettitud Toward Use* adalah suatu sikap terhadap penggunaan dikonsepsikan sebagai bentuk penerimaan atau penolakan sebagai dampak dari seorang yang menggunakan suatu teknologi dalam melakukan pekerjaannya. Dan dari hasil wawancara yang telah penulis lakukan , terdapat cukup banyak wisatawan yang menerima atau menyukai pembayaran tiket masuk menggunakan kartu brizzi karena sangat kekinian.

Indikator menyenangkan untuk pembayaran menjadi faktor yang positif sehingga wisatawan yang berkunjung ke Taman Panorama Lobang Jepang sudah mempunyai kartu Brizzi secara pribadi. Dengan diterapkannya pembelian tiket menggunakan kartu Brizzi wisatawan menyukainya karena dianggap lebih canggih dan lebih praktis tidak perlu lagi membawa uang tunai. Indikator menyukai untuk pembayaran menjadi faktor yang positif sehingga wisatawan yang berkunjung dan menggunakan kartu Brizzi sebagai alat pembelian tiket masuk merasa lebih cepat tanpa perlu antri berlama-lama dan wisatawan sangat menyukai hal tersebut.

Indikator member rasa senang menjadi faktor yang positif karena dengan diterapkannya pembayaran tiket menggunakan kartu Brizzi wisatawan hanya perlu membawa satu kartu saja untuk masuk dan

prosesnya pun sangatlah cepat jadi wisatawan tidak perlu berlama-lama ditempat pembelian tiket dan bisa dengan cepat menikmati objek wisata Taman Panorama Lobang Jepang.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian relevan Ade Nanda Rahmat Badarudin dengan judul Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa di Yogyakarta Dalam Menggunakan Uang Elektronik (*E-Money*). Terdapat pengaruh positif dan signifikan tingkat pemahaman mengenai uang elektronik terhadap minat menggunakan uang elektronik.

- 4 Pengaruh faktor *Behavioural IttentionTo Use* mempengaruhi wisatawan dalam proses pembayaran tiket masuk berkunjung ke Taman Panorama Lobang Jepang. Pada table 4.8 menyatakan bahwa faktor *Behavioural IttentionTo Use* signifikan dengan menggunakan olah data Lisrel 8.80. Dengan T-Value 11,56 dan koefisien 0,92, maka dapat dikatakan bahwa faktor *Behavioural Ittention To Use* mempengaruhi wisatawan dalam proses pembayaran tiket masuk berkunjung ke Taman Panorama Lobang Jepang. Ini artinya bahwa hipotesis penelitian yang menyatakan semakin tinggi keinginan seseorang untuk menggunakan teknologi, semakin orang ingin menggunakan kartu Brizzi karena menyenangkan untuk pembayaran, menyukai untuk pembayaran dan merasa senang untuk pembayaran.

Penelitian ini sejalan dengan teori Jogiyanto *Behavioural IttentionTo Use* adalah suatu keinginan seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Seseorang akan melakukan suatu tindakan jika mempunyai keinginan atau minat untuk melakukannya. Di Taman Panorama Lobang Jepang terdapat cukup banyak wisatawan menikmati untuk pembayaran, bahkan ingin menggunakan kartu brizzi secara terus menerus karena merasa nyaman untuk melakukannya. Dapat dilihat dari jumlah wisatawan yang telah banyak mempunyai kartu Brizzi yang sangat kekinian dan cukup membantu.

Indikator berminat untuk menggunakannya menjadi faktor yang positif sehingga wisatawan yang berkunjung ke Taman Panorama Lobang Jepang yang belum memiliki kartu Brizzi sangat ingin memilikinya secara

pribadi karena dengan menggunakan kartu Brizzi proses pembalian tiket masuk menjadi lebih cepat. Indikator terus-menerus menggunakannya menjadi faktor yang positif sehingga wisatawan yang berkunjung ke Taman Panorama Lobang Jepang berharap sistem pembayaran menggunakan kartu Brizzi tetap diberlakukan karena wisatawan merasa aman menggunakan kartu Brizzi.

Indikator merasa aman menjadi faktor yang positif sehingga dengan diterapkannya sistem pembayaran menggunakan kartu Brizzi wisatawan tidak perlu lagi membawa uang tunai, cukup dengan satu kartu saja wisatawan bisa masuk ke Taman Panorama Lobang Jepang. Dengan menggunakan kartu Brizzi wisatawan merasa aman saat melakukan perjalanan ke tempat tujuan wisata tanpa takut kecopetan karena hanya perlu membawa satu kartu saja. Dan wisatawan sangat menikmati proses pembelian tiket menggunakan kartu Brizzi karena aman, cepat dan gampang. Indikator menikmati untuk melakukannya menjadi faktor yang positif sehingga wisatawan sangat nyaman dalam proses pembelian tiket tanpa perlu antri berdesak-desakan dengan wisatawan lain.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Muksimalmini dengan judul Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Produk *E-Money* di Kalangan Mahasiswa Febi UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan *e-money* secara persial.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis lakukan mengenai analisis faktor-faktor penggunaan brizzi sebagai alat pembayaran masuk objek wisata Panorama Lobang Jepang Bukittinggi, penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menunjukkan dimana faktor *Perceived Usefulness* diterima sebagai faktor penggunaan Brizzi sebagai tiket masuk objek wisata Panorama Lobang Jepang Bukittinggi.
2. Hasil penelitian menunjukkan dimana faktor *Perceived Ease Of Use* diterima sebagai faktor penggunaan Brizzi sebagai tiket masuk objek wisata Panorama Lobang Jepang Bukittinggi.
3. Hasil penelitian menunjukkan dimana faktor *Attitude Toward Use* diterima sebagai faktor penggunaan Brizzi sebagai tiket masuk objek wisata Panorama Lobang Jepang Bukittinggi.
4. Hasil penelitian menunjukkan dimana faktor *Behavioural Intention To Use* diterima sebagai faktor penggunaan Brizzi sebagai tiket masuk objek wisata Panorama Lobang Jepang Bukittinggi.
5. Diantara keempat faktor diatas, faktor yang mendominasi dari seluruh faktor adalah faktor *Behavioural Intention To Use* yang memiliki koefisien regresi sebesar 0,92 dan t-value sebesar 11,56. Jadi dapat dikatakan diantara keempat faktor tersebut yang paling menjadi minat wisatawan untuk menggunakan kartu Brizzi adalah *Behavioral Intention To Use* karena memiliki poin yang paling tinggi dari keempat faktor tersebut.

B. Implikasi

Hasil penelitian ini dapat diaplikasikan sebagai pembantu dalam bidang akademis dan praktis dalam pembahasan minat wisatawan dalam menggunakan kartu Brizzi. Oleh karena itu penulis menjelaskan sebagai berikut:

1. Bagi Akademis

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dan manfaat bagi perpustakaan dan mahasiswa/I lainnya.

2. Bagi Praktisi

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu untuk memberikan masukan saran yang bermanfaat bagi objek wisata Taman Panorama Lobang Jepang Bukittinggi.

C. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah penulis lakukan mengenai analisis faktor-faktor penggunaan Brizzi sebagai alat pembayaran objek wisata Taman Panorama Lobang Jepang Bukittinggi, penulis memiliki beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi pihak Taman Panorama Lobang Jepang Bukittinggi seharusnya memberikan informasi dan sosialisasi yang cukup kepada wisatawan agar pengguna dapat memahami dan menggunakan kartu Brizzi untuk membayar tiket masuk Taman Panorama Lobang Jepang.
2. Peneliti selanjutnya diharapkan lebih mempersiapkan diri dalam proses pengambilan dan mengumpulkan bahkan segala sesuatu yang berhubungan dengan penelitian, sehingga penelitian dapat dilaksanakan dengan lebih maksimal dan juga dapat memperkuat hasil penelitian dari skripsi ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhi Prasetyo dkk. (2021, Maret 1). Konsep Dasar E-Commerce. (A. Karim, Ed.) 44.
- Aditya Arie Hanggono dkk. (2015). *Analisis atas Praktek TAM (Technology Acceptance Model) Dalam Mendukung Bisnis Online Dengan Memanfaatkan Jejaringan Sosial Instagram*, 26, 3-4.
- Afriyanti, F. (2016). Don't Stop Exploring West Sumatra. 10-11.
- Albi Anggito, J. S. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. CV Jejak.
- Aminah, H. d. (2016). *Perlindungan Hukum Terhadap Pengguna Uang Elektronik Dalam Melakukan Transaksi Ditinjau Dari Peraturan Bank Indonesia Nomor 16/PBI/2014 Tentang Uang Elektronik (E-Money)* (Vol. 5).
- Arif Rifan Hidayat, E. J. (2017). *Pengaruh Gadget Terhadap Prestasi Siswa SMK Yayasan Islam Tasikmalaya Dengan Metode TAM*, 4, 165.
- Dr. Rr. Dyah Eko Setyowati, S. S. (n.d.). *Metode Penelitian Manajemen*. (F. A. Rahmawati, Ed.) 238.
- Erika Revinda, Sukarman Purba dkk. (2021). Inovasi Desa Wisata: Potensi, Strategi dan Dampak Kunjungan Wisata. (A. Karim, Ed.) 50.
- Ghozali, I. (2010). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*.
- Ghozali, Iman, Fuad. (2005). *Structural Equation Modelling Teor, Konsep & Aplikasi Dengan Program Lisrel 8.54*.
- Hanum, L. (2020). *Faktor-Fktor Yang Mempengaruhi Minat Wisatawan Dalam Pemilihan Hotel Syariah Bunda Hotel Bukittinggi Pada Masa New Normal (Periode Juli-September 2020)*, 45-46.
- Jogiyanto Hartono M, P. D. (2018). *Metode Pengumpulan Data dan Teknik Analisis*. Yogyakarta: Penerbit ANDI (Anggota IKAPI).
- Laksana, S. D. (2020). *Tumpuk Mempesona*. Unmuh Ponorogo Press.
- Maesaroh, R. (2019). Dampak Citra Destinasi, Kualitas Pelayanan Dan Harapan Wisatawan. (Guepedia, Ed.) 42-45.
- Majid, A. (2017, Juni). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. (A. H. A'yun, Ed.) 54.
- Masayu Rosyidah, S. M. (2021, Juli). *Metode Penelitian*. 130.

- Pradana, A. B. (2019). *Analisis Penggunaan Kartu Brizzi Sebagai Alat Pembayaran Untuk Menonton Pertandingan PSS Sleman Di Stadion Maguwoharjo*. Yogyakarta.
- Priyatno, D. (2014). *SPPS Pengelolaan Data Praktik* .
- Ricky Aditya, A. W. (2016). *Pengaruh Perceived Usefulness Dan Perceived Ease Of Use Terhadap Behavioral Itention Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Pada Penggunaan Instant Messaging Line Indonesia*, 20, 26-27.
- Sandu Siyoto, M. A. (2015, Juni). *Pasar Metodologi Penelitian*. (Ayup, Ed.) 64.
- Siti Kurnia Rahayu dkk. *Persepsi Kegunaan (Perceived Usefulness) Dan Persepsi Kemudahan (Perceived Ease Of Use) Atas Aplikasi Sistem Informasi Keuangan Daerah (Survey pada Pemerintah Daerah Kotawaringin Barat Kalimantan Tengah)*, 13, 5-6.
- Stokes, J. (2006, Juni). *How To Do Media And Cultural Studies*.
- Sumadi, P. S. (2019). *Hukum Dagang Intern-Nasional*. Zifatama Juwara.
- Supriadi, D. B. (2017). *Perencanaan dan Pengembangan Destinasi Pariwisata*.
- Sutrisno, M. (2021, Januari). *Meningkatkan Minat Dan Hasil Belajar TIK Materi Topologi Jaringan Dengan Media Pembelajaran*. (Y. Umaya, Ed.) 10.
- Tyas, E. I., & Darma, E. S. (2017). *Pengaruh Percaived Usefulness, Perceived Ease Of Us, Perceived Enjoyment, dan Actual Usage Terhadap Penerimaan Teknologi Informasi: Studi Empiris Pada Karyawan Bagian Akuntansi dan Keuangan Baitul Maal Wa Tamwil Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta*, 1, 27-28.
- Wiratmanto. (2014). *Analisis Faktor dan Pnerapannya dalam Mengidentifikasi Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Terhadap Penjualan Media Pembelajaran* , 1.
- Yolanda, D. D. (2022, 3). *Pesona Kota Bukittinggi*. (Gupedia/La, Ed.) 19-22.