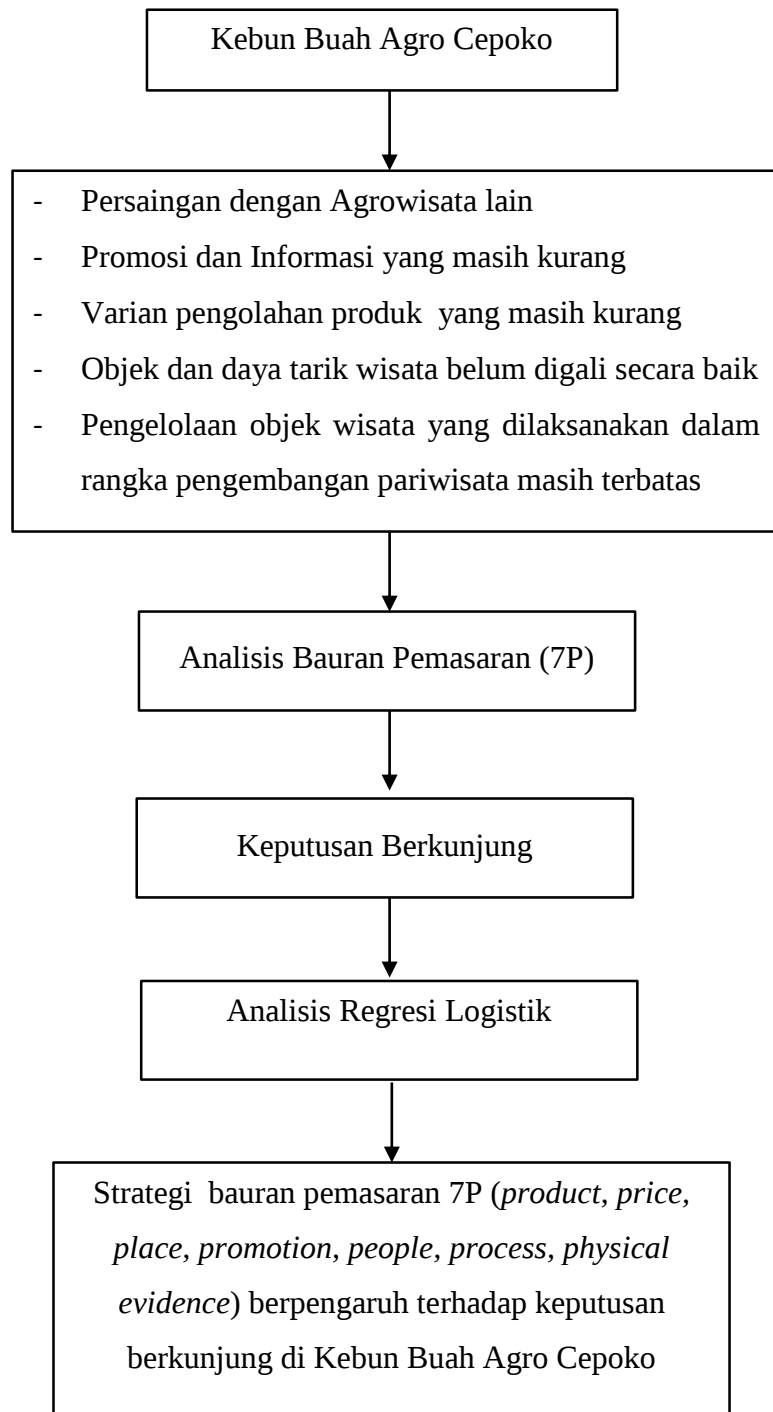


BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Kerangka Pemikiran

Agrowisata merupakan rangkaian kegiatan wisata yang memanfaatkan potensi pertanian sebagai obyek wisata, baik potensial berupa pemandangan alam kawasan pertaniannya maupun kekhasan dan keanekaragaman aktivitas produksi dan teknologi pertanian serta budaya masyarakat petaninya. Kebun Buah Agro Cepoko merupakan salah satu agrowisata yang terletak di daerah Gunungpati. Persaingan antara Kebun Buah Agro Cepoko dengan agrowisata lain yang terletak di Gunungpati merupakan salah satu masalah yang dimiliki Kebun Buah Agro Cepoko. Analisis bauran pemasaran yang mempengaruhi keputusan berkunjung di Kebun Buah Agro Cepoko menggunakan metode pengambilan sampel secara non probabilitas berupa *Purposive sampling* untuk mengetahui apakah bauran pemasaran mempengaruhi keputusan berkunjung kembali di Kebun Buah Agro Cepoko. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi logistik. Analisis regresi logistik digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (independent) terhadap variabel terikat (dependent) yang bersifat kategorik, serta untuk memprediksi probabilitas terjadinya suatu kejadian.. Penelitian ini akan mengidentifikasi strategi bauran pemasaran 7P yang dapat mempengaruhi keputusan berkunjung di Kebun Buah Agro Cepoko. Kerangka pemikiran digambarkan pada Ilustrasi 1.



Ilustrasi 1. Kerangka Pemikiran

3.2. Hipotesis

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dijelaskan, maka hipotesis dari penelitian ini adalah diduga produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan bukti fisik berpengaruh terhadap keputusan berkunjung di Kebun Buah Agro Cepoko.

3.3. Waktu dan Lokasi

Penelitian ini telah dilaksanakan pada bulan Oktober - Desember 2024. Pelaksanaan penelitian ini berlokasi di Kecamatan Gunungpati Kota Semarang tepatnya akan dilakukan di Agrowisata Kebun Buah Agro Cepoko. Lokasi penelitian dipilih secara *purposive* dengan pertimbangan bahwa Kebun Buah Agro Cepoko merupakan salah satu tempat wisata petik buah yang berada di Kecamatan Gunungpati dan telah berdiri selama 7 tahun namun tetap mampu bertahan disamping banyaknya tempat agrowisata yang baru di Gunungpati.

3.4. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Penelitian survei merupakan salah satu metode penelitian yang bertujuan untuk memperoleh gambaran umum tentang karakteristik populasi yang digambarkan oleh sampel (Maidiana, 2021). Metode survei dilakukan untuk mencari sebuah informasi faktual yang mendetail, mengidentifikasi suatu permasalahan untuk mendapatkan justifikasi, dan mengetahui hal-hal yang dilakukan oleh subjek penelitian untuk memecahkan masalah (Hardani *et al.*, 2020). Metode tersebut dipilih untuk menggambarkan secara nyata mengenai karakteristik konsumen, proses

pengambilan keputusan untuk berkunjung kembali, dan bauran pemasaran 7P yang paling berpengaruh terhadap konsumen untuk berkunjung kembali.

3.5. Metode Penentuan dan Pengambilan Sampel

Metode penentuan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah non probabilitas karena populasi tidak diketahui dengan penentuan sampel menggunakan *purposive sampling*. Penggunaan *purposive sampling* dalam penelitian digunakan untuk memilih sampel yang secara sengaja dipilih berdasarkan pertimbangan tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2019). Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini akan dilakukan dengan teknik *accidental sampling*. *Accidental sampling* merupakan proses pengambilan responden sebagai sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel apabila orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2016).

Sampel dalam penelitian ini adalah pengunjung yang berkunjung ke Kebun Buah Agro Cepoko dengan batas usia minimal 17 tahun. Kriteria pada sampel ditentukan karena usia 17 tahun ke atas dianggap sudah dewasa dan dapat menilai produk, jasa, dan fasilitas yang diberikan oleh perusahaan. Populasi tidak diketahui secara pasti sehingga menggunakan rumus Lemeshow. Hal ini sesuai dengan pendapat (Caniago dan Rustanto, 2022) bahwa jika peneliti tidak mengetahui jumlah dari populasi yang akan diteliti, maka untuk itu rumus yang dibutuhkan untuk mengetahui ukuran sampel dalam penelitian ialah menggunakan rumus *Lemeshow*. Penentuan jumlah sampel pada penelitian ini menggunakan rumus

Lemeshow dengan tingkat kepercayaan 95% (Gunawan *et al.* 2022) sebagai berikut:

$$n = \frac{Z\alpha^2 \cdot P (1 - P)}{d^2}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 \cdot 0,5 (1 - 0,5)}{(0,1)^2}$$

$$n = 96,4 \dots \dots \dots (1)$$

Keterangan:

- n = jumlah sampel
 Z_{α} = skor Z pada tingkat kepercayaan 95% = 1,96
 P = proporsi maksimal estimasi = 0,5
 d = tingkat ketelitian 10%

Berdasarkan perhitungan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini minimal sebanyak 96 orang. Namun, untuk meningkatkan akurasi dan kelancaran proses analisis data maka peneliti memutuskan untuk menggunakan 100 responden. Pengambilan sampel dilakukan dengan responden yang memiliki beberapa kriteria dalam penelitian, antara lain pengunjung Kebun Buah Agro Cepoko dan berusia lebih dari 17 tahun. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung Kebun Buah Agro Cepoko.

3.6. Metode Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung oleh pengumpul data, sedangkan data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung oleh pengumpul data (Sugiyono, 2019). Metode pengumpulan data

primer dalam penelitian ini dilakukan dengan wawancara langsung kepada pengunjung Kebun Buah Agro Cepoko dengan alat bantu kuesioner yang telah dipersiapkan. Data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti bukan langsung dari sumbernya, melainkan melalui pihak lain seperti dari dokumen dan media lainnya (Sugiyono, 2016). Sumber data sekunder berupa buku, skripsi, jurnal yang berkenaan dengan penelitian yang sedang dilakukan.

Kuesioner dibuat berdasarkan indikator dari variabel-variabel produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*), orang (*people*), proses (*process*) dan bukti fisik (*physical evidence*) terhadap keputusan berkunjung kembali. Hasil jawaban kuesioner dari 100 responden diukur dengan menggunakan skala likert yang telah disusun kemudian akan dilakukan pengujian secara kuantitatif. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang (Sugiono, 2018). Skala Likert umumnya menggunakan poin skala dan derajat persetujuan sangat tidak penting sampai sangat penting. Skor jawaban responden dalam penelitian ini terdiri atas lima alternatif jawaban yang mengandung variasi nilai yang bertingkat dari objek penelitian melalui jawaban pertanyaan yang di beri nilai 1-5 yaitu.

Skala Likert memiliki lima kategori respon dari setiap butir pernyataan yaitu sangat setuju (SS) dengan skor 5 memiliki indikator yaitu kesepakatan yang sangat kuat terhadap pernyataan, responden merasa bahwa pernyataan tersebut sepenuhnya atau hampir sepenuhnya sesuai dengan pengalaman mereka. Setuju (S) dengan skor 4 memiliki indikator yaitu kesepakatan yang kuat terhadap pernyataan, tetapi tidak sekuat “sangat setuju.” responden merasa bahwa pernyataan tersebut

sebagian besar sesuai dengan pandangan atau pengalaman mereka. Netral (N) dengan skor 3 memiliki indikator yaitu ketiadaan opini yang jelas atau tidak memiliki pendapat yang kuat terhadap pernyataan, dan responden merasa tidak terpengaruh atau tidak memiliki cukup informasi untuk membuat penilaian, Tidak setuju (TS) dengan skor 2 memiliki indikator yaitu pernyataan tidak sesuai dengan pengalaman responden, dan ketidaksetujuan terhadap pernyataan yang diberikan. Sangat tidak setuju (STS) dengan skor 1 memiliki indikator yaitu tingkat ketidaksetujuan yang sangat kuat terhadap pernyataan, dan responden merasa sangat tidak sejalan dengan pernyataan tersebut.

Untuk mengukur secara pasti nilai skor dari setiap variable menurut (Umar, 2019) rentang skor dicari dengan rumus sebagai berikut:

$$RS = \frac{n(m-1)}{m} = \frac{100(5-1)}{5} = 80 \dots\dots\dots(2)$$

Keterangan :

RS = Panjang Interval

m = Jumlah Sampel

n = Alternatif Jawaban

Skor item tertinggi = $5 \times 100 = 500$

Skor terendah = $1 \times 100 = 100$

Rentang skor = 80

Tabel 2. Kategori Skor dalam Skala Likert

No	Keterangan	Skor
1.	Sangat Tidak Setuju	100 – 179
2.	Tidak Setuju	180 – 259
3.	Netral	260 – 339
4.	Setuju	340 – 419
5.	Sangat Tidak Setuju	420 – 500

Umar 2019

3.7. Metode Analisis Data

Metode analisis dan pengolahan data menggunakan analisis deskriptif dan statistik dengan bantuan software SPSS (*Statistic Package for Social Science*) dan *Microsoft Excel* untuk mentabulasi data. Analisis deskriptif bertujuan untuk menentukan jenis karakteristik suatu informasi yang akan digunakan untuk penelitian. Tujuan penelitian pertama dijawab dengan menggunakan analisis deskriptif untuk menganalisis keputusan konsumen berkunjung ke Kebun Buah Agro Cepoko. Sedangkan tujuan penelitian kedua menggunakan analisis regresi logistik dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel dependen yang bersifat kategorik.

Variabel bebas (*independent*) adalah bauran pemasaran (*Marketing Mix*) yaitu produk (*product*) yang terdiri dari indikator kualitas produk, keanekaragaman produk, edukasi dan pengetahuan, serta ketersediaan produk. Harga (*price*) yang terdiri dari indikator keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas, kesesuaian dengan manfaat, dan daya saing harga. Tempat (*place*) yang terdiri dari indikator akses lokasi, visibilitas lokasi, ekspansi atau tempat yang cukup luas, dan lingkungan yang mendukung. Promosi (*promotion*) yang terdiri dari indikator periklanan produk, promosi langsung, pameran produk, pemberian promo produk, dan media promosi. Orang (*people*) yang terdiri dari indikator sikap pekerja, kualitas pekerja, penampilan pekerja, dan pelayanan pekerja. Proses (*process*) yang terdiri dari indikator alur aktivitas, system pelayanan, pemberian informasi, dan perencanaan kegiatan. Bukti fisik (*physical evidence*) yang terdiri dari indikator

kebersihan dan kenyamanan, fasilitas lengkap, kerapian petugas pelayanan, dan tata letak tempat rapih serta mudah ditemukan.

Variabel terikat (*dependent*) adalah keputusan berkunjung pengunjung yaitu citra produk yang terdiri dari indikator lingkungan, wisata alam, insfrastruktur, dan aksesibilitas. Daya Tarik yang terdiri dari indikator keunikan objek wisata, pemandangan, keamanan yang diberikan, tingkat pelayanan. Sumber informasi yang terdiri dari indikator ketersediaan informasi, kelengkapan informasi, dan keakuratan informasi. Waktu berkunjung yang terdiri dari indikator waktu operasional, durasi kunjungan, dan jadwal aktivitas.

Metode analisis data meliputi uji validitas dan reliabilitas. Uji Analisis Regresi Logistik terdiri dari uji keseluruhan model (overall model fit), uji hosmer and lemehow's goodness of fit test, uji koefisien determinas (negelkerke r^2), uji omnibus tests of model coefficients (uji simultan f), dan uji wald (uji parsial t).

3.7.1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Sebuah instrumen atau kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada instrumen atau kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2018). Uji validitas dilakukan dengan cara membandingkan angka r hitung dan r tabel. Jika r hitung lebih besar dari r tabel maka item dikatakan valid dan sebaliknya jika r hitung lebih kecil dari r tabel maka item dikatakan tidak valid. R hitung dicari dengan menggunakan program SPSS,

sedangkan r tabel dicari dengan cara melihat tabel r dengan ketentuan r minimal 0.3.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas (keandalan) merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner, pengujian dilakukan dengan software SPSS versi 23 (Sujarweni, 2014). Uji reliabilitas membandingkan angka cronbach alpha dengan ketentuan nilai cronbach alpha minimal adalah 0,6. Artinya jika cronbach alpha yang didapat dari hasil perhitungan SPSS lebih besar dari 0,6 maka disimpulkan kuesioner tersebut reliabel, sebaliknya jika cronbach alpha lebih kecil dari 0,6 maka disimpulkan tidak reliabel. Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi hasil pengukuran dari kuesioner dalam penggunaan yang berulang (Ghozali, 2018). Jawaban responden terhadap pertanyaan dikatakan reliabel jika masing-masing pertanyaan dijawab secara konsisten.

3.7.2. Analisis Regresi Logistik

Analisis regresi logistik merupakan metode statistik yang digunakan untuk memprediksi probabilitas terjadinya suatu kejadian yang bersifat kategorikal. Analisis regresi logistik bertujuan untuk memprediksi probabilitas terjadinya suatu kejadian kategorikal serta mengetahui pengaruh dan kekuatan hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen yang bersifat biner atau kategorikal. Analisis regresi logistik tidak memerlukan distribusi normal dalam

variabel independen. Oleh karena itu, analisis regresi logistik tidak memerlukan uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji asumsi klasik pada variabel independennya (Ghozali, 2018).

$$\text{Log}\left(\frac{p}{1-p}\right) = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + \beta_7 X_7 + e$$

Keterangan :

$\text{Log}\left(\frac{p}{1-p}\right)$ = Variabel prediktor dimana p merupakan kemungkinan bahwa nilai Y adalah 1 (Y = keputusan pembelian)

$\beta_1, \beta_2, \dots, \beta_7$ = Koefisien regresi masing-masing

variabel X1 = Variabel produk

X2 = Variabel harga

X3 = Variabel tempat

X4 = Variabel promosi

X5 = Variabel people

X6 = Variabel proses

X7 = Variabel bukti fisik

e = error item (variabel lain yang tidak dijelaskan)

1. Uji Keseluruhan Model (Overall Model Fit)

Overall model fit digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Statistik yang digunakan

berdasarkan fungsi *Likelihood*. *Likelihood* L merupakan probabilitas bahwa model yang dihipotesiskan menggambarkan data input (Ghozali, 2016). Untuk menguji hipotesis nol dan alternatif, L ditransformasikan menjadi $-2\log \text{ likelihood}$. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai $-2LL$ awal dengan $-2LL$ pada langkah berikutnya. Jika nilai $-2LL$ block number = 0 lebih besar dari nilai $-2LL$ block number = 1. Maka penurunan ($-2\text{Log}L$) menunjukkan bahwa model regresi yang lebih baik (Ghozali, 2016). Hipotesis yang digunakan untuk uji keseluruhan model sebagai berikut:

H_0 : Model yang dihipotesiskan dengan fit data.

H_1 : Model yang dihipotesiskan tidak dengan fit data.

2. Uji Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test.

Test Uji Hosmer and Lemeshow digunakan untuk mengetahui kelayakan model yang digunakan pada penelitian. Hal tersebut menjelaskan bahwa model layak untuk digunakan pada analisis selanjutnya. Uji ini dapat diukur dengan nilai chisquare. Jika nilai Hosmer and Lemeshow's goodness of fit bernilai sama dengan atau kurang dari 0,10 maka terdapat perbedaan yang signifikan antara model dengan nilai observasi sedangkan jika nilai Hosmer and Lemeshow's goodness of fit lebih besar maka model tersebut mampu memprediksi nilai observasi atau dapat diterima karena sesuai dengan data observasi.

3. Uji Koefisien determinas (Nagelkerke R^2)

Uji Nagelkerke R Square adalah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui seberapa besar variabel independen mampu menjelaskan dan mempengaruhi

variabel dependen. Nilai Nagelkerke R Square bervariasi antara 1 sampai 0. Jika nilai semakin mendekati angka 1, maka model dianggap semakin goodness of fit. Sebaliknya jika nilai semakin mendekati 0, maka model dianggap tidak goodness of fit (Ghozali, 2016).

4. Uji Omnibus Tests of Model Coefficients (Uji Simultan f)

Uji hipotesis secara simultan dalam analisis regresi logistik menggunakan Omnibus Test of Model Coefficients (Ghozali, 2018). Variabel independen dalam penelitian ini akan diuji bersama guna mengetahui apakah semua variabel independen secara simultan mampu mempengaruhi variabel dependen. Adapun tingkat signifikasinya sebesar 5% atau 0,05 yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Jika nilai $f_{hitung} < f_{tabel}$ dan $p\text{-value} > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen secara simultan tidak mempengaruhi variabel dependen.

2. Jika nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ dan $p\text{-value} < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen.

5. Uji Wald (Uji Parsial t)

Pengujian terhadap koefisien regresi logistik secara parsial dapat dilakukan dengan menggunakan uji Wald (Ghozali, 2018). Uji wald digunakan untuk menguji apakah masing-masing variabel independen mampu mempengaruhi variabel dependen dalam sebuah penelitian. Adapun tingkat signifikasinya sebesar 5% atau 0,05 yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan $p\text{-value} > 0,05$ (tingkat signifikansi) maka hipotesis (H_0) diterima (koefisien regresi tidak signifikan). Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen secara individual (parsial) tidak mempengaruhi variabel dependen.
2. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan $p\text{-value} < 0,05$ (tingkat signifikansi) maka hipotesis (H_0) ditolak (koefisien regresi signifikan). Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen secara individual (parsial) mempengaruhi variabel dependen.

3.8. Konsep Pengukuran

Variabel – variabel yang terkait dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel Bebas (*independent*)

X_1 (produk), X_2 (harga), X_3 (tempat), X_4 (promosi), X_5 (orang), X_6 (proses), dan X_7 (bukti fisik)

Tabel 3. Konsep Pengukuran Variabel Bebas (*independent*)

No	Variabel	Indikator	Pengukuran
1.	Produk (<i>Product</i>)	1. Kualitas produk 2. Variasi produk 3. Kepuasan pengalaman	• Kualitas produk menarik dan sesuai harapan. • Kemasan produk memiliki keunikan yang membedakannya dari yang lain. • Terdapat banyak pilihan produk menarik. • Cita rasa produk sesuai dengan penampilan produk. • Secara keseluruhan, saya puas dengan produk/layanan di tempat wisata ini.
2.	Harga (<i>Price</i>)	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian nilai 3. Transparansi harga	• Harga tiket masuk tempat wisata ini terjangkau bagi saya.

Tabel 3. (Lanjutan)

No	Variabel	Indikator	Pengukuran
		4. Promosi harga	• Biaya yang dikeluarkan sebanding dengan fasilitas yang diterima • Harga mencerminkan kualitas layanan dan pengalaman yang saya dapatkan. • Informasi harga disampaikan secara jelas dan terbuka. • Tempat wisata ini sering memberikan diskon atau promo yang menarik
3.	Tempat (<i>Place</i>)	1. Aksebilitas 2. Kenyamanan Lokasi 3. Penataan Lingkungan 4. Informasi Lokasi	• Tempat wisata ini mudah dijangkau dengan transportasi umum. • Lokasi wisata mudah ditemukan melalui peta atau aplikasi digital. • Tempat parkir dan fasilitas akses tersedia dengan baik. • Penataan tempat wisata ini rapi dan terorganisir. • 5. Petunjuk arah menuju tempat wisata sangat membantu.
4.	Promosi (<i>Promotion</i>)	1. Media social 2. Informasi promosi 3. Daya tarik promosi 4. Konsistensi promosi	• Saya mengetahui tempat wisata ini melalui media sosial. • Konten promosi di media sosial menarik dan informatif. • Informasi promosi mudah ditemukan melalui berbagai saluran. • Promosi yang dilakukan mendorong saya untuk berkunjung. • Tempat wisata ini aktif dalam melakukan promosi.

Tabel 3. (Lanjutan)

No	Variabel	Indikator	Pengukuran
5.	Orang (<i>People</i>)	1. Keramahan staf 2. Profesionalisme 3. Ketersediaan petugas 4. Sikap membantu	• Petugas memberikan layanan dengan sopan dan ramah. • Petugas mudah diajak berkomunikasi. • Petugas memberikan informasi yang jelas dan tepat. • Petugas tersedia di berbagai titik lokasi untuk membantu pengunjung. • Petugas siap membantu saat pengunjung mengalami kesulitan.
6.	Proses (<i>Process</i>)	1. Kemudahan layanan 2. Kecepatan layanan 3. Kejelasan prosedur 4. Efisiensi proses	• Proses masuk atau pembelian tiket sangat mudah dilakukan. • Sistem pembayaran tiket sangat praktis • Proses layanan berlangsung dengan cepat tanpa antrian panjang. • Prosedur pelayanan mudah dipahami. • Semua proses layanan berjalan lancar dan tidak rumit.
7.	Bukti Fisik (<i>physical evidence</i>)	1. Fasilitas fisik 2. Kebersihan 3. Desain dan estetika 4. Identitas visual	• Tempat wisata ini memiliki fasilitas yang lengkap dan memadai. • Toilet, tempat duduk, dan tempat ibadah tersedia dengan baik. • Lingkungan tempat wisata ini bersih dan nyaman. • Tampilan fisik tempat wisata ini menarik secara visual. • Tersedia papan nama, logo, dan informasi yang mudah dibaca dan dikenali.

2. Variabel Terikat (*dependent*)

1. Keputusan Berkunjung

Tabel 4. Konsep Pengukuran Variabel Terikat (*dependent*)

No	Variabel	Indikator	Pengukuran
1.	Keputusan Berkunjung	1. Minat kunjungan 2. Niat kunjungan 3. Perencanaan kunjungan 4. Keputusan aktual	• Saya memiliki keinginan untuk mengunjungi tempat wisata ini. • Saya berniat mengunjungi tempat wisata ini dalam waktu dekat. • Saya telah merencanakan kunjungan ke tempat wisata ini. • Saya telah memutuskan untuk mengunjungi tempat wisata ini.