

ANALYZING THE FEASIBILITY STUDY OF A TOURIST OBJECT (Case Study : Pulau Umang)

*Indah Dwi Murti A¹, Parlagutan Silitonga²
Mahasiswa STEIN, Jakarta¹, Dosen STEIN, Jakarta²*

Abstract

This research analyzes the potential and development of Pulau Umang tourist resort which is an interesting tourist object in Banten, located in Sumur Village, Pandeglang Residence. This research aims to answer the question of research to know the potential that can be developed, the problem to be overcome by local authorities in developing Pulau Umang and the attempt of the government to improve the promotion of Pulau Umang. The writing of this thesis uses descriptive qualitative method to get the picture of information that is related to the feasibility study of the development of Pulau Umang tourist resort. The method is used to collect the data is by distributing questionnaire and doing observations. The data obtained are then analyzed in a qualitative manner and presented in descriptive way. The result of this research found that people both man and woman prefer to recommend Pulau Umang and Ujung Kulon National Park as an interesting destination for as marine tour product. However length of stay not more than 3 days and prefer the most convenient transportation tour by air, which also has been arranged land recommended by researcher here in. This product preferred by the range of age from 25 up and level of education from Diploma 3, bachelor up.

Keyword : Pulau Umang, feasibility study, Tourist object, potential

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Banten adalah sebuah provinsi di Pulau Jawa, Indonesia. Provinsi ini dulunya merupakan bagian dari Provinsi Jawa Barat, namun dipisahkan sejak tahun 2000, dengan keputusan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2000. Pusat pemerintahannya berada di Kota Serang. Propinsi Banten memiliki 204 objek wisata yang tersebar di seluruh wilayah Propinsi Banten. Sebanyak 71 ODTW (34,8 %) merupakan kawasan wisata yang telah berkembang baik dalam skala nasional maupun internasional. Sementara itu sekitar 100 ODTW (49,0%) merupakan objek wisata yang potensial untuk dikembangkan. (Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Propinsi Banten, 2010). Pulau Umang Resort and Spa merupakan tempat wisata istimewa yang memadukan wisata pantai dan wisata bahari ini diapit oleh beberapa destinasi wisata terkenal di Propinsi Banten. Berjarak 183 km dari Tol

Kebon Jeruk, Jakarta ± 4 jam dengan rute masuknya yaitu ke Pintu Tol Serang Timur-Pandeglang_labuan, Panimbang-Tanjung Lesung dan 45 menit kemudian akan sampai di Kecamatan Sumur, di *Arrival Hall* (bukit legon) para wisatawan dapat melihat langsung keindahan pulau.

Sejak tahun 2004, PT Griya Sukses Mandiri (GSM) menyulap pulau ini menjadi resort berkonsep alam dengan fasilitas bintang empat. Kini sudah berdiri 60 bangunan cottage tahan gempa dan air pasang. Pulau umang ini juga memiliki bentuk bangunan rumah panggung seperti di Kalimantan, dihiasi dengan interior unik dan alami, kayu, kaca tanah liat, dan berbatuan menjadi bahan utama. Sebagai sebuah resort, tempat ini tidak untuk wisata semata. Pulau Umang Resort and Spa juga sering digunakan untuk acara rapat, *Company Gathering*, *Outbond team building*, pelatihan, foto *prewedding*, *wedding party*, *honeymoon*, maupun kegiatan lain.

1.2 Tujuan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hal-hal sebagai berikut :

1. Mengembangkan solusi pemasaran Pulau Umang
2. Merancang paket wisata yang menyertakan obyek wisata Pulau Umang

LANDASAN TEORI

2.1 Product, Price, Place and Promotion (4P)

2.1.1 Produk (product)

Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2001) pengertian Product adalah :

“Product is anything that can be offered to a market for attention, acquisition, use or consumption that might satisfy a want or need. It includes physical objects, services person, place, organization and ideas”.

Yang mana artinya produk adalah setiap apa saja yang dapat ditawarkan pasar untuk mendapat perhatian, pembeli, pemakaian atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan. Hal tersebut meliputi benda fisik, jasa, orang, tempat organisasi atau gagasan.

Setiap perusahaan yang ingin mengeluarkan sebuah produk, haruslah memikirkan apakah produk yang mereka keluarkan ini sudah sesuai dengan pangsa pasar atau dengan setiap permintaan yang ada. Apabila bergerak dibidang jasa maka perusahaan tersebut harus bisa memenuhi kebutuhan konsumen dalam bidang tersebut, dan tidak mencampur adukan/ tidak ikut campur dalam memenuhi kebutuhan konsumen di bidang yang lain.

2.1.2 Tingkatan Produk.

Pada dasarnya tingkatan produk adalah sebagai berikut:

a. Produk Inti (Core Product)

Produk inti terdiri dari manfaat inti untuk pemecahan masalah yang dicari konsumen ketika mereka membeli produk atau jasa.

b. Produk Aktual (Actual Product)

Seorang perencana produk harus menciptakan produk aktual (actual product) disekitar produk inti. Karakteristik dari produk aktual diantaranya, tingkat kualitas, nama merek, kemasan yang dikombinasikan dengan cermat untuk menyampaikan manfaat inti (Kotler & Armstrong, 2001).

c. Produk Tambahan

Produk tambahan harus diwujudkan dengan menawarkan jasa pelayanan tambahan untuk memuaskan konsumen, misalnya dengan menanggapi dengan baik claim dari konsumen dan melayani konsumen lewat telepon jika konsumen mempunyai masalah atau pertanyaan. (Kotler & Armstrong, 2001).

2.1.3 Strategi Diversifikasi Produk

Diversifikasi Produk adalah upaya yang dilakukan pengusaha / produsen / perusahaan untuk mengusahakan atau memasarkan beberapa produk yang sejenis dengan produk yang sudah dipasarkan sebelumnya.

Kotler (2001) menyatakan konsep diversifikasi produk merupakan salah satu cara untuk meningkatkan kinerja bisnis yang ada dengan jalan mengidentifikasi peluang untuk menambah bisnis menarik yang tidak berkaitan dengan bisnis perusahaan saat ini.

Effendy (1996) mengemukakan bahwa diversifikasi produk didefinisikan sebagai suatu perluasan pemilihan barang dan jasa yang dijual oleh perusahaan dengan jalan menambah produk baru atau jasa ataupun memperbaiki tipe, warna, mode, ukuran, jenis dari produk yang sudah ada dalam rangka memperoleh laba maksimal.

Sedangkan Tjiptono (2001) mengemukakan definisi dari diversifikasi produk yaitu upaya mencari dan mengembangkan produk atau pasar yang baru, atau keduanya, dalam rangka

mengejar pertumbuhan, peningkatan penjualan, profitabilitas dan fleksibilitas. Dari definisi di atas terlihat kesamaan pendapat mengenai tujuan diversifikasi yaitu perluasan atau penambahan terhadap barang dan jasa untuk meningkatkan profitabilitas perusahaan.

Beberapa pendapat yang berbeda menyatakan diversifikasi sebagai perluasan barang dan jasa dengan jalan penganekaragaman namun pendapat lain menyebutkan bahwa diversifikasi adalah menambah atau memperbaiki produk atau jasa sehingga dapat disimpulkan bahwa diversifikasi produk merupakan jalan atau strategi dalam perusahaan yang berkaitan dengan produknya dengan cara menambahkan jenis produknya atau melakukan penganekaragaman untuk memperluas pangsa pasar sehingga memberikan keuntungan bagi perusahaan.

2.1.4 Harga

Menurut Philip Kotler dan John Bowen (2000) pengertian harga adalah sebagai berikut:

“Price is the amount of money charged for a good or service. More broadly, price is the sum of the values consumers exchange for the benefits or having or using the product or service”.

Dalam pengertian di atas harga adalah sejumlah uang yang akan dikenakan atas barang dan jasa. Lebih luasnya, harga adalah sejumlah nilai yang diberikan kepada konsumen sebagai timbal balik atas keuntungan telah memiliki atau menggunakan produk atau jasa.

Adapun beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan dalam menentukan harga terdiri dari :

a. Faktor Internal yang mempengaruhi keputusan penetapan harga yaitu *marketing objectives (survival, current profit maximization, dan market share leadership), market-mix strategy* dimana hal ini merupakan perangkat dalam mencapai marketing objectives dan biaya dimana suatu perusahaan dalam menetapkan harga harus

memperhitungkan biaya yang meliputi produk, distribusi dan promosi.

b. Faktor eksternal: pasar dan permintaan, harga di pasar yang berbeda, dan analisa harga.

2.1.5 Tempat

Place atau tempat menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2001) adalah: *“Place includes company activities that make the product available to target consumers”.* Yang berarti setiap barang yang dikeluarkan sebuah perusahaan itu haruslah disesuaikan dengan daerah yang akan menjadi sasaran untuk sistem distribusi dari orang tersebut.

2.1.6 Promosi

Promosi atau promotion menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2001) : *“Promotion means activities that communicate the merits of the product and persuade target costumers to buy it”.* Artinya promosi adalah suatu kegiatan atau aktivitas dalam memberikan informasi tentang suatu produk atau jasa sehingga dapat membujuk seseorang untuk membeli barang atau jasa tersebut.

Setiap perusahaan yang mengeluarkan produk baru harus dengan cepat melakukan promosi-promosi yang akan meningkatkan performa barang itu sendiri serta meyakinkan konsumen untuk membeli produk tersebut, promosi dapat berupa brosur, contoh dikoran, di televisi atau di majalah-majalah. Promosi juga bertujuan untuk memperkenalkan spesifikasi dengan barang / produk yang dikeluarkan.

2.2 Tinjauan Wisata Paket

Menurut Gamal Suwanto (1997) dalam bukunya Dasar-dasar pariwisata bahwa package tour (wisata paket atau paket wisata) yaitu produk perjalanan yang dijual oleh suatu perusahaan biro perjalanan atau perusahaan transport yang bekerja sama dengannya dimana harga paket wisata tersebut telah mencakup biaya perjalanan, hotel ataupun fasilitas lainnya. Sedangkan menurut Yoeti, 1997 paket wisata merupakan suatu perjalanan

wisata yang direncanakan dan diselenggarakan oleh suatu travel agent atau biro perjalanan atas resiko dan tanggung jawab sendiri baik acara, lama waktu wisata dan tempat yang akan dikunjungi, akomodasi, transportasi, serta makanan dan minuman telah ditentukan oleh biro perjalanan dalam suatu harga yang telah ditentukan jumlahnya.

RM. Darmadjadi mengertikan package tour sebagai suatu rencana perjalanan wisata yang telah tersusun secara tetap, dengan harga tertentu yang telah termasuk pula biaya-biaya untuk pengangkutan, fasilitas akomodasi/ hotel, serta darmawisata di kota-kota, objek-objek wisata dan atraksi yang telah tercantum dalam acara itu seperti yang telah dijelaskan oleh Suyitno (1999). Package tour biasanya memiliki masa berlaku.

Berdasarkan uraian diatas, maka secara umum paket wisata dapat dirumuskan sebagai suatu bentuk wisata yang diselenggarakan dalam jangka waktu lebih dari 24 jam, disusun dengan program dan harga tertentu yang didalamnya sudah termasuk seluruh komponen yang terlibat didalam paket tersebut.

2.3 Komponen wisata dalam penyusunan paket wisata

Komponen wisata meliputi fasilitas-fasilitas yang terlibat dalam penyelenggaraan wisata, dimana wisata terjadi karena adanya keterpaduan antara berbagai fasilitas yang saling mendukung dan berkesinambungan. Setiap fasilitas memiliki peranan yang sama pentingnya dalam mewujudkan wisata dan fasilitas-fasilitas tersebut diperlukan dalam penyusunan paket wisata. Adapun penjabaran dari tiap komponen wisata yang meliputi hal-hal berikut :

1. Sarana transportasi

Sarana transportasi terkait dengan mobilisasi wisatawan, dalam perkembangan pariwisata dewasa ini alat transportasi tidak hanya dipakai sebagai

sarana untuk membawa wisatawan dari satu tempat ke tempat lain saja, namun juga dipakai sebagai atraksi wisata yang menarik. Sebagai komponen wisata beberapa hal yang perlu diperhatikan sehubungan dengan sarana transportasi yaitu model transportasi, jenis fasilitas, biaya dan lokasi.

2. Sarana akomodasi

Sarana akomodasi dibutuhkan apabila wisata diselenggarakan dalam waktu lebih dari 24 jam dan direncanakan untuk menggunakan sarana akomodasi tertentu sebagai tempat menginap. Akomodasi sebagai komponen wisata memiliki beberapa jenis mulai dari home stay, losmen, motel, hotel melati hingga hotel berbintang. Untuk menempatkan sebagai bagian dari wisata maka perlu diperhatikan beberapa hal yaitu lokasi, jenis fasilitas, harga dan lain-lain.

3. Sarana makan dan minum (restoran)

Dilihat dari lokasi ada restoran yang berada di hotel dan menjadi bagian atau fasilitas hotel yang bersangkutan, ada pula restoran yang berdiri sendiri secara independen. Dimanapun restoran itu berada ada beberapa hal yang harus diperhatikan yaitu jenis atau kelas, menu, fasilitas, harga, lokasi dan lain-lain.

4. Objek dan atraksi wisata

Objek dan atraksi wisata dapat dibedakan atas dasar asal-usul yang menjadi karakteristik objek atau atraksi tersebut, yaitu : objek atau atraksi wisata yang bersifat alami, buatan manusia serta perpaduan antara buatan manusia dan alami. Objek dan atraksi wisata hal yang harus diperhatikan yaitu daya tarik, lokasi, fasilitas, biaya dan kemudahan-kemudahan lainnya.

5. Sarana hiburan

Hiburan pada hakikatnya adalah salah satu atraksi wisata. Hiburan bersifat massal, digelar untuk masyarakat umum dan bahkan melibatkan masyarakat secara langsung serta tidak ada pemungutan biaya yang menikmati, dimana hiburan semacam ini disebut amusement. Tetapi hiburan yang digelar secara khusus dan

ada pemungutan biaya untuk menikmatinya, dimana hiburan semacam ini disebut entertainment. Entertainment dapat terjadi di hotel, restoran atau tempat-tempat yang khusus dipersiapkan untuk penyelenggaraan hiburan tersebut. Hal-hal yang perlu diperhatikan dari sarana hiburan yaitu daya tarik, kapasitas, fasilitas, lokasi dan biaya.

6. Toko cenderamata

Toko cenderamata erat kaitannya dengan oleh-oleh atau kenang-kenangan dalam bentuk barang tertentu. Barang-barang yang dijual biasanya memiliki ciri khusus sesuai dengan kondisi daerah tempat toko cenderamata tersebut berada. Beberapa hal yang perlu diperhatikan antara lain yaitu jenis barang, lokasi, harga dan kualitas barang.

7. Pramuwisata dan pengatur wisata (*guide* dan *tour manager*)

Pramuwisata dan pengatur wisata adalah petugas purna jual yang bertindak sebagai wakil perusahaan yang mengelola wisata untuk membawa, memimpin, memberi informasi dan layanan lain kepada wisatawan sesuai dengan acara yang disepakati.

2.3.1 Prinsip-prinsip penyusunan paket wisata

Dalam penyusunan paket wisata yang sempurna diperlukan pengalaman, pengetahuan serta pengenalan tentang objek wisata yang akan dikunjungi oleh para calon peserta paket wisata dan pelaksanaannya di lapangan. Adapun berdasarkan buku panduan milik balai pendidikan dan latihan Pariwisata Bandung (1985) yang berjudul *Tour Conducting* bahwa dalam penyusunan dan perencanaan sebuah paket wisata diperlukan pemahaman terhadap prinsip-prinsip yang melatarbelakangi yaitu :

A. Perencanaan

Perencanaan merupakan tugas utama seorang tour planning dimana sebagai seorang perencana yang baik harus menguasai dan mengetahui dalam hal :

a) Objek wisata

- b) Even yang sedang atau akan berlangsung ditempat tujuan wisata
- c) Fasilitas
- d) Kalkulasi biaya
- e) Biro perjalanan wisata lain yang menjadi saingan
- f) Cara mempromosikan paket wisata dengan melakukan kerjasama dengan bagian marketing.

Adapun konsep yang digunakan oleh tour planner untuk menyusun paket wisata adalah:

- a. *Where to go* : menentukan daerah tujuan wisata yang akan dikunjungi
- b. *What to see* : menentukan objek wisata apa saja
- c. *Where to stay* : menentukan dan memilih hotel apa yang akan digunakan beserta dengan lokasinya
- d. *Where to eat* : menentukan dimana peserta tour akan makan dan memilihkan jenis makanan yang sesuai untuk para peserta.
- e. *How to see it* : mencari tahu bagaimana peserta tour dapat menikmati objek wisata yang dikunjungi
- f. *How long* : berapa lama perjalanan wisata itu akan dilakukan
- g. *How to go* : memilih dan menentukan sarana transportasi yang akan digunakan
- h. Menentukan tanggal keberangkatan
- i. Harga

B. Pengorganisasian

Tour planning memiliki peran dari awal pembuatan paket wisata hingga setelah paket wisata tersebut dijalankan, dimana tour planner memiliki peranan untuk :

- a) Memilih sarana transportasi yang akan digunakan
- b) Melakukan reservasi pesawat dan hotel
- c) Melakukan koordinasi dengan tour operator di daerah tujuan wisata guna menentukan jadwal yang pasti
- d) Menentukan dan memilih tour leader yang siap dan sesuai untuk memimpin perjalanan wisata yang akan dilakukan
- e) Mengurus dan memastikan semua dokumen perjalanan telah siap.

C. Pelaksanaan

Pelaksanaan paket wisata merupakan tugas dari tour leader sebagai orang yang memimpin pada saat acara berlangsung dimana seorang tour leader memegang peranan kunci yang menentukan berhasil atau tidaknya sebuah paket perjalanan wisata.

D. Pengawasan

Pelaksanaan perjalanan wisata juga menjadi tugas tour planner untuk mengawasi pelaksanaan tour dimana tour planner harus memantau acara paket wisata melalui tour leader untuk mengetahui bagaimana jalannya acara paket wisata dan memonitor apakah ada masalah selama acara paket berlangsung.

2.3.2 Jenis-jenis wisata paket

Ditinjau dari paket penyusunannya, wisata paket dapat dibedakan menjadi dua, yaitu Ready Made Tour dan Tailored Made Tour.

1. Ready Made Tour

Ready Made Tour adalah wisata paket yang disusun oleh tour operator tanpa menunggu permintaan calon peserta. Dengan kata lain, penyusunan produk sepenuhnya atas inisiatif tour operator. Jumlah peserta yang akan mengikuti faktor pendukung tour.

2. Tailored Made Tour

Tailored Made Tour adalah wisata paket yang penyusunannya setelah ada

permintaan dari calon peserta. Dengan kata lain, inisiatif muncul dari calon peserta. Wisata paket jenis ini memiliki tiga jenis kemungkinan, yaitu:

- Disusun dari beberapa komponen wisata menjadi satu produk
- Merupakan penggabungan Ready Made Tour
- Kombinasi harga dengan fasilitas lainnya

2.4 Target Pasar

Jumlah penduduk regional ASEAN sudah melebihi setengah miliar. Yang setengahnya adalah kelas menengah baru. Dari situ bisa ditarik makna potensi yang sedang marak dalam arus wisatawan outbound, sehubungan dengan terjadinya penambahan jumlah kelas menengah, yang tentu saja kian berkemampuan mengadakan perjalanan ke luar negeri.

Pertumbuhan jumlah inbound tourist sebesar 11% tahun 2010 dari tahun 2009 telah menunjukkan gejala itu, terlebih lagi 47% dari visitors arrival tersebut berasal dari negara-negara ASEAN sendiri, sehingga jumlah inbound tourist dari tahun ke tahun menunjukkan peningkatan yang sangat signifikan hal tersebut dapat dilihat pada grafik dibawah ini :



Gambar 2.4 Grafik Total International Visitor Arrival to ASEAN Members States

Sumber : ASEAN

Berdasarkan Informasi bahwa pada tahun 2015 inbound tourist yang berkunjung ke ASEAN akan tumbuh hingga 86.700.000 hal tersebut mewakili laju pertumbuhan 25%. (Perkiraan ini disusun oleh Profesor Turner dan Witt untuk Asia Pasifik Asosiasi Travel dan ASEAN.)

METODE PENELITIAN

3.1. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *survey*.

3.2. Penentuan Sampel dan Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh wisatawan lokal yang berkunjung ke wisata Pulau Umang di Desa Sumur, Kabupaten Pandeglang, Propinsi Banten, dimana dari populasi tersebut diambil sampel sebanyak 35 orang. Penentuan responden yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling*. Metode *purposive sampling* adalah sampel yang dipilih dengan cermat sehingga relevan dengan desain penelitian. Dalam penelitian ini peneliti akan berusaha agar sampel tersebut terdapat wakil-wakil dari semua lapisan populasi.

3.3. Prosedur Analisis Data.

Dalam penelitian ini, analisis kelayakan obyek wisata Pulau Umang di kabupaten Pandeglang Propinsi Banten menggunakan metode kausal komparatif (*Ex Post Facto*) yang meliputi pencarian data empirik yang sistematis tentang dampak pengembangan wisata bahari terhadap kondisi masyarakat setempat dengan membandingkan kondisi sebelum dan sesudah berkembangnya wisata bahari tersebut. Untuk menggabungkan data kuantitatif dengan kualitatif mengetahui nilai kelayakan di wisata bahari Pulau Umang dengan biaya perjalanan

digunakan dasar uji metode Pearson Chi-Square. Metode Pearson Chi-Square adalah membandingkan frekuensi yang diamati (Observed = O) dengan frekuensi yang diharapkan (Expected = E), perbedaan antara pengamatan dengan diharapkan (O-E) dianalisa apakah perbedaan itu cukup berarti (bermakna) atau hanya karena faktor variasi sampel saja. Metode Pearson Chi-Square termasuk uji kenormalan yang berbasis statistik uji X^2 . Statistik X^2 diberikan oleh persamaan :

$$X^2 = \sum_{i=1}^n \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i}$$

Dimana E_i adalah frekuensi pengamatan sampel yang diharapkan berada dalam kelas i bila frekuensi sampel dalam setiap kelas interval mengikuti distribusi yang diduga. Sementara, O_i frekuensi pengamatan yang terjadi dalam kelas i . Bila H_0 benar, distribusi yang membatasi statistik uji X^2 adalah distribusi χ^2 dengan derajat kebebasan ($k-c-1$), dimana k adalah jumlah kelas interval yang tidak kosong dan c adalah jumlah parameter yang akan diestimasi. Untuk menguji secara hipotesis H_0 yang menyatakan bahwa hasil penelitian yang telah dilakukan memiliki dampak yang positif atau negatif dengan kata lain bahwa H_0 diterima atau ditolak pada tingkat $\alpha = 5\%$.

Dasar pengambilan keputusan :

Dengan membandingkan Chi-Square hitung dengan chi-square tabel :

Jika Chi-Square hitung < Chi-Square tabel, H_0 diterima

Jika Chi-Square hitung > Chi-Square tabel, H_0 ditolak

Dengan melihat angka probabilitas, dengan ketentuan $\alpha = 5\%$:

Probabilitas > α , maka H_0 diterima

Probabilitas < α , maka H_0 ditolak.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Tabel 4.1 Rekapitulasi Uji Chi Square

No	Pernyataan	Chi Squares	Sig. (0,1)	Kesimpulan
1	Persepsi wisatawan pria dan wanita tentang lokasi Pulau Umang sebagai Objek wisata	.432 ^a	0.806	Tidak ada perbedaan
2	Persepsi wisatawan berdasarkan usia tentang lokasi Pulau Umang sebagai Objek wisata.	6.734 ^a	0.566	Tidak ada perbedaan
3	Persepsi wisatawan berdasarkan pendidikan tentang lokasi Pulau Umang sebagai Objek wisata.	6.292 ^a	0.391	Tidak ada perbedaan
4	Persepsi wisatawan pria dan wanita tentang keberadaan Pulau Umang sebagai objek wisata dapat diterima masyarakat secara adat oleh masyarakat setempat.	2.614 ^a	0.455	Tidak ada perbedaan
5	Persepsi wisatawan usia tentang keberadaan Pulau Umang sebagai objek wisata dapat diterima masyarakat secara adat oleh masyarakat setempat.	8.134 ^a	0.775	Tidak ada perbedaan
6	Persepsi wisatawan pendidikan tentang keberadaan Pulau Umang sebagai objek wisata dapat diterima masyarakat secara adat oleh masyarakat setempat.	11.435 ^a	0.247	Tidak ada perbedaan
7	Persepsi wisatawan pria dan wanita tentang objek pariwisata Pulau Umang sangat strategis untuk dikembangkan.	3.182 ^a	0.364	Tidak ada perbedaan
8	Persepsi wisatawan berdasarkan Usia tentang objek pariwisata Pulau Umang sangat strategis untuk dikembangkan.	8.955 ^a	0.707	Tidak ada perbedaan
9	Persepsi wisatawan berdasarkan pendidikan tentang objek pariwisata Pulau Umang sangat strategis untuk dikembangkan.	16.500 ^a	0.057	Tidak ada perbedaan
10	Persepsi wisatawan pria dan wanita tentang Pulau Umang menarik dikunjungi karena wisata alamnya.	2.309 ^a	0.511	Tidak ada perbedaan
11	Persepsi wisatawan berdasarkan usia tentang Pulau Umang menarik dikunjungi karena wisata alamnya.	8.572 ^a	0.739	Tidak ada perbedaan
12	Persepsi wisatawan berdasarkan pendidikan tentang Pulau Umang menarik dikunjungi karena wisata alamnya.	9.649 ^a	0.38	Tidak ada perbedaan
13	Persepsi wisatawan berdasarkan Jenis kelamin tentang Pulau Umang memiliki pemandangan yang indah.	2.628 ^a	0.453	Tidak ada perbedaan
14	Persepsi wisatawan berdasarkan usia tentang Pulau Umang memiliki pemandangan yang indah.	7.717 ^a	0.807	Tidak ada perbedaan
15	Persepsi wisatawan berdasarkan pendidikan tentang Pulau Umang memiliki pemandangan yang indah.	4.438 ^a	0.88	Tidak ada perbedaan
16	Persepsi wisatawan berdasarkan jenis kelamin tentang kegiatan (Pulau Umang dan Pulau Oar) sangat menarik.	.919 ^a	0.821	Tidak ada perbedaan
17	Persepsi wisatawan berdasarkan usia tentang kegiatan (Pulau Umang dan Pulau Oar) sangat menarik.	5.536 ^a	0.938	Tidak ada perbedaan
18	Persepsi wisatawan berdasarkan pendidikan tentang kegiatan (Pulau Umang dan Pulau Oar) sangat menarik.	7.058 ^a	0.631	Tidak ada perbedaan
19	Persepsi wisatawan berdasarkan jenis kelamin tentang penjelajahan (tracking) ke objek wisata alam diatas sangat menarik.	6.647 ^a	0.084	Tidak ada perbedaan
20	Persepsi wisatawan berdasarkan usia tentang penjelajahan (tracking) ke objek wisata alam diatas sangat menarik.	7.918 ^a	0.792	Tidak ada perbedaan
21	Persepsi wisatawan berdasarkan pendidikan tentang penjelajahan (tracking) ke objek wisata alam diatas sangat menarik.	2.370 ^a	0.984	Tidak ada perbedaan
22	Persepsi wisatawan berdasarkan jenis kelamin tentang akomodasi (bangunan atau rumah) yang digunakan untuk menginap menciptakan suasana nyaman dan berbeda.	.755 ^a	0.686	Tidak ada perbedaan
23	Persepsi wisatawan berdasarkan jenis kelamin tentang akomodasi (bangunan atau rumah) yang digunakan untuk menginap menciptakan suasana nyaman dan berbeda.	3.149 ^a	0.925	Tidak ada perbedaan

No	Pernyataan	Chi Squares	Sig. (0,1)	Kesimpulan
24	Persepsi wisatawan berdasarkan jenis kelamin tentang akomodasi (bangunan atau rumah) yang digunakan untuk menginap menciptakan suasana nyaman dan berbeda.	2.641 ^a	0.852	Tidak ada perbedaan
25	Persepsi wisatawan berdasarkan jenis kelamin tentang fasilitas umum yang disediakan terjamin kebersihannya.	4.048 ^a	0.256	Tidak ada perbedaan
26	Persepsi wisatawan berdasarkan jenis kelamin tentang fasilitas umum yang disediakan terjamin kebersihannya	14.571 ^a	0.266	Tidak ada perbedaan
27	Persepsi wisatawan berdasarkan jenis kelamin tentang fasilitas umum yang disediakan terjamin kebersihannya	13.196 ^a	0.154	Tidak ada perbedaan
28	Persepsi wisatawan berdasarkan jenis kelamin tentang makanan yang disajikan beragam serta terjamin cita rasa dan kebersihannya.	4.048 ^a	0.132	Tidak ada perbedaan
29	Persepsi wisatawan berdasarkan usia tentang makanan yang disajikan beragam serta terjamin cita rasa dan kebersihannya.	13.409 ^a	0.099	Tidak ada perbedaan
30	Persepsi wisatawan berdasarkan pendidikan tentang makanan yang disajikan beragam serta terjamin cita rasa dan kebersihannya.	3.881 ^a	0.693	Tidak ada perbedaan
31	Persepsi wisatawan berdasarkan jenis kelamin tentang tempat ibadah (masjid atau musholla) yang disediakan sangat bersih dan nyaman.	5.432 ^a	0.066	Tidak ada perbedaan
32	Persepsi wisatawan berdasarkan usia tentang tempat ibadah (masjid atau musholla) yang disediakan sangat bersih dan nyaman.	8.904 ^a	0.35	Tidak ada perbedaan
33	Persepsi wisatawan berdasarkan pendidikan tentang tempat ibadah (masjid atau musholla) yang disediakan sangat bersih dan nyaman.	11.504 ^a	0.074	Tidak ada perbedaan
34	Persepsi wisatawan berdasarkan jenis kelamin tentang fasilitas penunjang di objek wisata sangat lengkap dan baik.	1.667 ^a	0.435	Tidak ada perbedaan
35	Persepsi wisatawan berdasarkan usia tentang fasilitas penunjang di objek wisata sangat lengkap dan baik.	10.298 ^a	0.245	Tidak ada perbedaan
36	Persepsi wisatawan berdasarkan pendidikan tentang fasilitas penunjang di objek wisata sangat lengkap dan baik.	5.718 ^a	0.456	Tidak ada perbedaan
37	Persepsi wisatawan berdasarkan jenis kelamin tentang aksesibilitas (kondisi jalan) menuju ke Pulau Umang sangat baik.	1.111 ^a	0.774	Tidak ada perbedaan
38	Persepsi wisatawan berdasarkan usia tentang aksesibilitas (kondisi jalan) menuju ke Pulau Umang sangat baik.	18.623 ^a	0.098	Tidak ada perbedaan
39	Persepsi wisatawan berdasarkan pendidikan tentang aksesibilitas (kondisi jalan) menuju ke Pulau Umang sangat baik.	9.533 ^a	0.39	Tidak ada perbedaan
40	Persepsi wisatawan berdasarkan jenis kelamin tentang lokasi Pulau Umang mudah dicapai.	4.375 ^a	0.112	Tidak ada perbedaan
41	Persepsi wisatawan berdasarkan usia tentang lokasi Pulau Umang mudah dicapai.	12.295 ^a	0.139	Tidak ada perbedaan
42	Persepsi wisatawan berdasarkan pendidikan tentang lokasi Pulau Umang mudah dicapai.	8.975 ^a	0.175	Tidak ada perbedaan
43	Persepsi wisatawan berdasarkan jenis kelamin tentang peta lokasi yang terdapat di webside mempermudah pengunjung menuju Pulau Umang.	3.813 ^a	0.432	Tidak ada perbedaan
44	Persepsi wisatawan berdasarkan usia tentang peta lokasi yang terdapat di webside mempermudah pengunjung menuju Pulau Umang.	18.223 ^a	0.311	Tidak ada perbedaan
45	Persepsi wisatawan berdasarkan pendidikan tentang peta lokasi yang terdapat di webside mempermudah pengunjung menuju Pulau Umang.	13.840 ^a	0.311	Tidak ada perbedaan
46	Persepsi wisatawan berdasarkan jenis kelamin tentang jaringan listrik yang disediakan sangat baik.	2.912 ^a	0.405	Tidak ada perbedaan

No	Pernyataan	Chi Squares	Sig. (0,1)	Kesimpulan
47	Persepsi wisatawan berdasarkan usia tentang jaringan listrik yang disediakan sangat baik.	6.039 ^a	0.914	Tidak ada perbedaan
48	Persepsi wisatawan berdasarkan pendidikan tentang jaringan listrik yang disediakan sangat baik.	10.341 ^a	0.324	Tidak ada perbedaan
49	Persepsi wisatawan berdasarkan jenis kelamin tentang pengairan yang terdapat di Pulau Umang sangat bersih.	1.581 ^a	0.664	Tidak ada perbedaan
50	Persepsi wisatawan berdasarkan usia tentang pengairan yang terdapat di Pulau Umang sangat bersih.	8.978 ^a	0.705	Tidak ada perbedaan
51	Persepsi wisatawan berdasarkan pendidikan tentang pengairan yang terdapat di Pulau Umang sangat bersih.	11.373 ^a	0.251	Tidak ada perbedaan
52	Persepsi wisatawan berdasarkan jenis kelamin tentang keamanan dan kenyamanan Pulau Umang.	.433 ^a	0.805	Tidak ada perbedaan
53	Persepsi wisatawan berdasarkan usia tentang keamanan dan kenyamanan Pulau Umang.	11.115 ^a	0.195	Tidak ada perbedaan
54	Persepsi wisatawan berdasarkan pendidikan tentang keamanan dan kenyamanan Pulau Umang.	5.591 ^a	0.47	Tidak ada perbedaan
55	Persepsi wisatawan berdasarkan jenis kelamin tentang angkutan umum menuju Pulau Umang tersedia setiap saat.	1.872 ^a	0.599	Tidak ada perbedaan
56	Persepsi wisatawan berdasarkan usia tentang angkutan umum menuju Pulau Umang tersedia setiap saat.	19.776 ^a	0.071	Tidak ada perbedaan
57	Persepsi wisatawan berdasarkan pendidikan tentang angkutan umum menuju Pulau Umang tersedia setiap saat.	6.766 ^a	0.661	Tidak ada perbedaan
58	Persepsi wisatawan berdasarkan jenis kelamin tentang tersedianya beberapa angkutan umum menuju Pulau Umang.	1.458 ^a	0.692	Tidak ada perbedaan
59	Persepsi wisatawan berdasarkan usia tentang tersedianya beberapa angkutan umum menuju Pulau Umang.	7.634 ^a	0.813	Tidak ada perbedaan
60	Persepsi wisatawan berdasarkan pendidikan tentang tersedianya beberapa angkutan umum menuju Pulau Umang.	12.509 ^a	0.186	Tidak ada perbedaan
61	Persepsi wisatawan berdasarkan jenis kelamin tentang kondisi angkutan umum sangat baik.	3.790 ^a	0.285	Tidak ada perbedaan
62	Persepsi wisatawan berdasarkan usia tentang kondisi angkutan umum sangat baik.	13.329 ^a	0.346	Tidak ada perbedaan
63	Persepsi wisatawan berdasarkan pendidikan tentang kondisi angkutan umum sangat baik.	8.197 ^a	0.514	Tidak ada perbedaan
64	Persepsi wisatawan berdasarkan jenis kelamin tentang para pengelola atau staff (pemandu wisatawan) Pulau Umang sangat ramah dan hangat.	1.617 ^a	0.446	Tidak ada perbedaan
65	Persepsi wisatawan berdasarkan usia tentang para pengelola atau staff (pemandu wisatawan) Pulau Umang sangat ramah dan hangat.	7.236 ^a	0.511	Tidak ada perbedaan
66	Persepsi wisatawan berdasarkan pendidikan tentang para pengelola atau staff (pemandu wisatawan) Pulau Umang sangat ramah dan hangat.	4.830 ^a	0.566	Tidak ada perbedaan
67	Persepsi wisatawan berdasarkan jenis kelamin tentang pelayanann dari semua staff (wisata Pulau Umang) sangat baik.	1.220 ^a	0.748	Tidak ada perbedaan
68	Persepsi wisatawan berdasarkan usia tentang pelayanann dari semua staff (wisata Pulau Umang) sangat baik	40.369 ^a	0	Tidak ada perbedaan
69	Persepsi wisatawan berdasarkan pendidikan tentang pelayanan dari semua staff (wisata Pulau Umang) sangat baik	11.545 ^a	0.24	Tidak ada perbedaan
70	Persepsi wisatawan berdasarkan jenis kelamin tentang objek pariwisata Pulau Umang ikut di perkenalkan oleh masyarakat setempat.	5.244 ^a	0.155	Tidak ada perbedaan
71	Persepsi wisatawan berdasarkan usia tentang objek pariwisata Pulau Umang ikut di perkenalkan oleh masyarakat setempat.	10.159 ^a	0.602	Tidak ada perbedaan

No	Pernyataan	Chi Squares	Sig. (0,1)	Kesimpulan
72	Persepsi wisatawan berdasarkan pendidikan tentang objek pariwisata Pulau Umang ikut di perkenalkan oleh masyarakat setempat.	14.634 ^a	0.101	Tidak ada perbedaan
73	Persepsi wisatawan berdasarkan jenis kelamin tentang objek pariwisata Pulau Umang diperkenalkan pada saat kegiatan yang berhubungan dengan promosi, seperti pameran.	4.306 ^a	0.23	Tidak ada perbedaan
74	Persepsi wisatawan berdasarkan usia tentang objek pariwisata Pulau Umang diperkenalkan pada saat kegiatan yang berhubungan dengan promosi, seperti pameran.	21.854 ^a	0.039	Tidak ada perbedaan
75	Persepsi wisatawan berdasarkan pendidikan tentang objek pariwisata Pulau Umang diperkenalkan pada saat kegiatan yang berhubungan dengan promosi, seperti pameran.	11.000 ^a	0.276	Tidak ada perbedaan
76	Persepsi wisatawan berdasarkan jenis kelamin tentang dalam melakukan promosi objek pariwisata Pulau Umang kerja sama antara pemerintah dengan masyarakat.	1.270 ^a	0.53	Tidak ada perbedaan
77	Persepsi wisatawan berdasarkan usia tentang dalam melakukan promosi objek pariwisata Pulau Umang kerja sama antara pemerintah dengan masyarakat.	10.025 ^a	0.263	Tidak ada perbedaan
78	Persepsi wisatawan berdasarkan pendidikan tentang dalam melakukan promosi objek pariwisata Pulau Umang kerja sama antara pemerintah dengan masyarakat.	12.810 ^a	0.046	Tidak ada perbedaan
79	Persepsi wisatawan berdasarkan jenis kelamin tentang promosi objek pariwisata Pulau Umang dapat dilakukan dengan memanfaatkan pertemuan, seperti pertemuan keluarga atau pertemuan lainnya, dengan cara menceritakan tentang objek wisata Pulau Umang.	.833 ^a	0.659	Tidak ada perbedaan
80	Persepsi wisatawan berdasarkan usia tentang promosi objek pariwisata Pulau Umang dapat dilakukan dengan memanfaatkan pertemuan, seperti pertemuan keluarga atau pertemuan lainnya, dengan cara menceritakan tentang objek wisata Pulau Umang.	10.253 ^a	0.248	Tidak ada perbedaan
81	Persepsi wisatawan berdasarkan pendidikan tentang promosi objek pariwisata Pulau Umang dapat dilakukan dengan memanfaatkan pertemuan, seperti pertemuan keluarga atau pertemuan lainnya, dengan cara menceritakan tentang objek wisata Pulau Umang.	5.771 ^a	0.449	Tidak ada perbedaan
82	Persepsi wisatawan berdasarkan jenis kelamin tentang promosi pulau umang dimasukkan dalam program even kepariwisataan Kabupaten Pandeglang.	1.595 ^a	0.207	Tidak ada perbedaan
83	Persepsi wisatawan berdasarkan usia tentang promosi pulau umang dimasukkan dalam program even kepariwisataan Kabupaten Pandeglang	6.115 ^a	0.191	Tidak ada perbedaan
84	Persepsi wisatawan berdasarkan pendidikan tentang promosi pulau umang dimasukkan dalam program even kepariwisataan Kabupaten Pandeglang.	1.384 ^a	0.709	Tidak ada perbedaan

Pendapat wisatawan pria dan wanita tentang kelayakan lokasi Pulau Umang sebagai objek wisata, dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0.05) dengan bantuan SPSS versi 17 ditemukan bahwa nilai $\chi^2 = 0.432$ dengan derajat kebebasan 2 diperoleh nilai signifikansi 0.806. Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak dengan demikian tidak ada

perbedaan signifikan pendapat antara wisatawan pria dan wanita tentang kelayakan lokasi Pulau Umang sebagai objek wisata.

Pendapat wisatawan berdasarkan usia, tentang kelayakan lokasi Pulau Umang sebagai objek wisata, dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0.05) dengan bantuan SPSS versi 17 ditemukan

bahwa nilai $\chi^2 = 6.734$ dengan derajat kebebasan 2 diperoleh nilai signifikansi 0.566. Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak dengan demikian tidak ada perbedaan signifikan pendapat antara wisatawan yang berusia 20 tahun, 21-24 tahun, 25-29 tahun, 31-34 tahun dan 35 tahun keatas tentang kelayakan lokasi Pulau Umang sebagai Objek Wisata.

Pendapat wisatawan berdasarkan pendidikan tentang kelayakan lokasi Pulau Umang sebagai objek wisata, dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0.05) dengan bantuan SPSS versi 17 ditemukan bahwa nilai $\chi^2 = 6.292$ dengan derajat kebebasan 2 diperoleh nilai signifikansi 0.391. Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak dengan demikian tidak ada perbedaan signifikan pendapat antara wisatawan yang berpendidikan SLTA, D3, S1 dan S2 tentang kelayakan lokasi Pulau Umang sebagai Objek Wisata.

Pendapat wisatawan pria dan wanita tentang kelayakan lokasi Pulau Umang sebagai objek wisata, dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0.05) dengan bantuan SPSS versi 17 ditemukan bahwa nilai $\chi^2 = 2.614$ dengan derajat kebebasan 2 diperoleh nilai signifikansi 0.455. Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak dengan demikian tidak ada perbedaan signifikan pendapat antara wisatawan pria dan wanita tentang keberadaan Pulau Umang sebagai objek wisata dapat diterima masyarakat secara adat istiadat oleh masyarakat setempat.

Pendapat wisatawan pria dan wanita tentang kelayakan lokasi Pulau Umang sebagai objek wisata, dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0.05) dengan bantuan SPSS versi 17 ditemukan bahwa nilai $\chi^2 = 8.134$ dengan derajat kebebasan 2 diperoleh nilai signifikansi 0.775. Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak dengan demikian tidak ada perbedaan pendapat antara wisatawan berusia 20 tahun, 21-24 tahun, 25-29 tahun, 30-34 tahun dan 35 tahun keatas, tentang keberadaan Pulau Umang sebagai

objek wisata dapat diterima masyarakat secara adat istiadat oleh masyarakat setempat.

Pendapat wisatawan yang berpendidikan SLTA, D3, S1 dan S2 tentang kelayakan lokasi Pulau Umang sebagai objek wisata, dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0.05) dengan bantuan SPSS versi 17 ditemukan bahwa nilai $\chi^2 = 11.435$ dengan derajat kebebasan 2 diperoleh nilai signifikansi 0.247. Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak dengan demikian tidak ada perbedaan pendapat yang signifikan antara wisatawan yang berpendidikan SLTA, D3, S1 dan S2 tentang keberadaan Pulau Umang sebagai objek wisata dapat diterima masyarakat secara adat istiadat oleh masyarakat setempat.

Pendapat wisatawan pria dan wanita tentang kelayakan lokasi Pulau Umang sebagai objek wisata, dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0.05) dengan bantuan SPSS versi 17 ditemukan bahwa nilai $\chi^2 = 3.182$ dengan derajat kebebasan 2 diperoleh nilai signifikansi 0.364. Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak dengan demikian tidak ada perbedaan pendapat antara wisatawan pria dan wanita tentang objek pariwisata Pulau Umang sangat strategis untuk dikembangkan.

Pendapat wisatawan pria dan wanita tentang kelayakan lokasi Pulau Umang sebagai objek wisata, dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0.05) dengan bantuan SPSS versi 17 ditemukan bahwa nilai $\chi^2 = 8.955$ dengan derajat kebebasan 2 diperoleh nilai signifikansi 0.707. Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak dengan demikian tidak ada perbedaan pendapat yang signifikan antara wisatawan berusia 20 tahun, 21-24 tahun, 25-29 tahun, 30-34 tahun dan 35 tahun keatas, tentang objek pariwisata Pulau Umang sangat strategis untuk dikembangkan.

Pendapat wisatawan yang berpendidikan SLTA, D3, S1 dan S2

tentang kelayakan objek pariwisata Pulau Umang sangat strategis untuk dikembangkan, dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0.05) dengan bantuan SPSS versi 17 ditemukan bahwa nilai $\chi^2 = 16.500$ dengan derajat kebebasan 2 diperoleh nilai signifikansi 0.057. Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak dengan demikian tidak ada perbedaan pendapat yang signifikan antara wisatawan yang berpendidikan SLTA, D3, S1 dan S2 tentang Objek pariwisata Pulau Umang sangat strategis untuk dikembangkan.

Pendapat wisatawan pria dan wanita tentang Pulau Umang sangat menarik untuk dikunjungi karena wisata alamnya, dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0.05) dengan bantuan SPSS versi 17 ditemukan bahwa nilai $\chi^2 = 2.309$ dengan derajat kebebasan 2 diperoleh nilai signifikansi 0.511. Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak dengan demikian tidak ada perbedaan pendapat yang signifikan antara wisatawan pria dan wanita tentang Pulau Umang sangat menarik dikunjungi karena wisata alamnya.

Pendapat wisatawan berusia 20 tahun, 21-24 tahun, 25-29 tahun, 30-39 tahun dan 35 tahun keatas tentang Pulau Umang sangat menarik dikunjungi karena wisata alamnya, dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0.05) dengan bantuan SPSS versi 17 ditemukan bahwa nilai $\chi^2 = 8.572$ dengan derajat kebebasan 2 diperoleh nilai signifikansi 0.739. Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak dengan demikian tidak ada perbedaan pendapat yang signifikan antara wisatawan pria dan wanita tentang Pulau Umang sangat menarik dikunjungi karena wisata alamnya.

Jika dikaji lebih jauh dengan analisis inferensi Pearson Chi Square untuk melihat asosiasi apakah ada perbedaan pendapat wisatawan berpendidikan SLTA, D3, S1 dan S2 tentang Pulau Umang sangat menarik untuk dikunjungi karena wisata alamnya, dengan menggunakan

taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0.05) dengan bantuan SPSS versi 17 ditemukan bahwa nilai $\chi^2 = 9.649$ dengan derajat kebebasan 2 diperoleh nilai signifikansi 0.380. Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak dengan demikian tidak ada perbedaan pendapat antara wisatawan pria dan wanita tentang Pulau Umang sangat menarik dikunjungi karena wisata alamnya.

Pendapat wisatawan pria dan wanita tentang Pulau Umang memiliki pemandangan yang indah, dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0.05) dengan bantuan SPSS versi 17 ditemukan bahwa nilai $\chi^2 = 2.628$ dengan derajat kebebasan 2 diperoleh nilai signifikansi 0.453. Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak dengan demikian tidak ada perbedaan pendapat yang signifikan antara wisatawan pria dan wanita tentang Pulau Umang memiliki pemandangan yang indah.

Pendapat wisatawan berdasarkan usia tentang Pulau Umang memiliki pemandangan yang indah, dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0.05) dengan bantuan SPSS versi 17 ditemukan bahwa nilai $\chi^2 = 7.717$ dengan derajat kebebasan 2 diperoleh nilai signifikansi 0.807. Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak dengan demikian tidak ada perbedaan pendapat antara wisatawan berusia 20 tahun, 21-24 tahun, 25-29 tahun, 30-34 tahun dan 35 tahun keatas tentang Pulau Umang memiliki pemandangan yang indah.

Pendapat wisatawan berdasarkan usia tentang Pulau Umang memiliki pemandangan yang indah, dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0.05) dengan bantuan SPSS versi 17 ditemukan bahwa nilai $\chi^2 = 4.438$ dengan derajat kebebasan 2 diperoleh nilai signifikansi 0.880. Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak dengan demikian tidak ada perbedaan pendapat yang signifikan antara wisatawan yang berpendidikan SLTA, D3, S1 dan S2 tentang Pulau Umang memiliki pemandangan yang indah.

Pendapat wisatawan berdasarkan jenis kelamin tentang kegiatan (Pulau Umang dan Pulau Oar) sangat menarik, dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0.05) dengan bantuan SPSS versi 17 ditemukan bahwa nilai $\chi^2 = 0.919$ dengan derajat kebebasan 2 diperoleh nilai signifikansi 0.821. Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak dengan demikian tidak ada perbedaan pendapat yang signifikan antara wisatawan pria dan wanita tentang kegiatan (Pulau Umang dan Pulau Oar) sangat menarik.

Pendapat wisatawan berdasarkan usia tentang kegiatan (Pulau Umang dan Pulau Oar) sangat menarik, dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0.05) dengan bantuan SPSS versi 17 ditemukan bahwa nilai $\chi^2 = 5.536$ dengan derajat kebebasan 2 diperoleh nilai signifikansi 0.938. Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak dengan demikian tidak ada perbedaan pendapat yang signifikan antara wisatawan berusia 20 tahun, 21-24 tahun, 25-29 tahun, 30-34 tahun dan 35 tahun keatas tentang kegiatan (Pulau Umang dan Pulau Oar) sangat menarik.

Pendapat wisatawan berdasarkan pendidikan tentang kegiatan (Pulau Umang dan Pulau Oar) sangat menarik, dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0.05) dengan bantuan SPSS versi 17 ditemukan bahwa nilai $\chi^2 = 7.058$ dengan derajat kebebasan 2 diperoleh nilai signifikansi 0.631. Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak dengan demikian tidak ada perbedaan pendapat yang signifikan antara wisatawan SLTA, D3, S1 dan S2 tentang kegiatan (Pulau Umang dan Pulau Oar) sangat menarik.

pendapat wisatawan jenis kelamin tentang penjelajahan (tracking) ke objek wisata alam diatas sangat menarik, dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0.05) dengan bantuan SPSS versi 17 ditemukan bahwa nilai $\chi^2 = 6.647$ dengan derajat kebebasan 2 diperoleh nilai signifikansi 0.084. Dengan demikian H_0 diterima dan

H_1 ditolak dengan demikian tidak ada perbedaan pendapat yang signifikan antara wisatawan pria dan wanita tentang penjelajahan (tracking) ke objek wisata alam diatas sangat menarik.

Pendapat wisatawan berdasarkan usia tentang penjelajahan (tracking) ke objek wisata alam diatas sangat menarik, dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0.05) dengan bantuan SPSS versi 17 ditemukan bahwa nilai $\chi^2 = 7.918$ dengan derajat kebebasan 2 diperoleh nilai signifikansi 0.792. Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak dengan demikian tidak ada perbedaan pendapat yang signifikan antara wisatawan berusia 20 tahun, 21-24 tahun, 25-29 tahun, 30-34 tahun dan 35 tahun keatas tentang penjelajahan (tracking) ke objek wisata alam diatas sangat menarik.

Pendapat wisatawan berdasarkan pendidikan tentang penjelajahan (tracking) ke objek wisata alam diatas sangat menarik, dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0.05) dengan bantuan SPSS versi 17 ditemukan bahwa nilai $\chi^2 = 2.370$ dengan derajat kebebasan 2 diperoleh nilai signifikansi 0.984. Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak dengan demikian tidak ada perbedaan pendapat yang signifikan antara wisatawan berpendidikan SLTA, D3, S1 dan S2 tentang penjelajahan (tracking) ke objek wisata alam diatas sangat menarik.

Pendapat wisatawan berdasarkan jenis kelamin tentang akomodasi yang digunakan menciptakan suasana yang nyaman dan berbeda, dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0.05) dengan bantuan SPSS ditemukan bahwa nilai $\chi^2 = 0.755$ dengan derajat kebebasan 2 diperoleh nilai signifikansi 0.686. Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak dengan demikian tidak ada perbedaan pendapat yang signifikan antara wisatawan pria dan wanita tentang akomodasi (bangunan atau rumah) menciptakan suasana nyaman dan berbeda.

Pendapat wisatawan berdasarkan usia tentang akomodasi yang digunakan menciptakan suasana yang nyaman dan berbeda, dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0.05) dengan bantuan SPSS versi 17 ditemukan bahwa nilai $\chi^2 = 3.149$ dengan derajat kebebasan 2 diperoleh nilai signifikansi 0.925. Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak dengan demikian tidak ada perbedaan pendapat yang signifikan antara wisatawan yang berusia 20 tahun, 21-24 tahun, 25-29 tahun, 30-34 tahun dan 35 tahun keatas tentang akomodasi (bangunan atau rumah) menciptakan suasana nyaman dan berbeda.

Pendapat wisatawan berdasarkan pendidikan tentang akomodasi yang digunakan menciptakan suasana yang nyaman dan berbeda, dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0.05) dengan bantuan SPSS versi 17 ditemukan bahwa nilai $\chi^2 = 2.641$ dengan derajat kebebasan 2 diperoleh nilai signifikansi 0.852. Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak dengan demikian tidak ada perbedaan pendapat yang signifikan antara wisatawan yang berpendidikan SLTA, D3, S1 dan S2 tentang akomodasi (bangunan atau rumah) menciptakan suasana nyaman dan berbeda

Pendapat wisatawan berdasarkan jenis kelamin tentang fasilitas umum yang disediakan terjamin kebersihannya, dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0.05) dengan bantuan SPSS versi 17 ditemukan bahwa nilai $\chi^2 = 4.048$ dengan derajat kebebasan 2 diperoleh nilai signifikansi 0.256. Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak dengan demikian tidak ada perbedaan pendapat yang signifikan antara wisatawan yang berkunjung tentang tentang fasilitas umum yang disediakan terjamin kebersihannya menciptakan suasana nyaman dan berbeda

Pendapat wisatawan berdasarkan usia tentang fasilitas umum yang digunakan terjamin kebersihannya, dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0.05) dengan bantuan SPSS versi 17 ditemukan

bahwa nilai $\chi^2 = 14.571$ dengan derajat kebebasan 2 diperoleh nilai signifikansi 0.266. Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak dengan demikian tidak ada perbedaan pendapat yang signifikan antara wisatawan yang berkunjung tentang tentang fasilitas umum yang disediakan terjamin kebersihannya.

Pendapat wisatawan berdasarkan pendidikan tentang fasilitas yang digunakan terjamin kebersihannya, dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0.05) dengan bantuan SPSS versi 17 ditemukan bahwa nilai $\chi^2 = 13.196$ dengan derajat kebebasan 2 diperoleh nilai signifikansi 0.154. Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak dengan demikian tidak ada perbedaan pendapat yang signifikan antara wisatawan yang berkunjung tentang tentang fasilitas umum yang disediakan terjamin kebersihannya.

Pendapat wisatawan berdasarkan jenis kelamin tentang makanan yang disajikan beragam serta terjamin cita rasa dan kebersihannya, dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0.05) dengan bantuan SPSS versi 17 ditemukan bahwa nilai $\chi^2 = 4.048$ dengan derajat kebebasan 2 diperoleh nilai signifikansi 0.132. Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak dengan demikian tidak ada perbedaan pendapat yang signifikan antara wisatawan pria dan wanita tentang tentang makanan yang disajikan beragam serta terjamin cita rasa dan kebersihannya.

Pendapat wisatawan berdasarkan usia tentang makanan yang disajikan beragam serta terjamin cita rasa dan kebersihannya, dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0.05) dengan bantuan SPSS versi 17 ditemukan bahwa nilai $\chi^2 = 13.409$ dengan derajat kebebasan 2 diperoleh nilai signifikansi 0.099. Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak dengan demikian tidak ada perbedaan pendapat yang signifikan antara wisatawan berusia 20 tahun, 21-24 tahun, 25-29 tahun, 30-34 tahun dan 35 tahun keatas tentang

makanan yang disajikan beragam serta terjamin cita rasa dan kebersihannya.

Pendapat wisatawan berdasarkan pendidikan tentang makanan yang disajikan beragam serta terjamin cita rasa dan kebersihannya, dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0.05) dengan bantuan SPSS versi 17 ditemukan bahwa nilai $\chi^2 = 3.881$ dengan derajat kebebasan 2 diperoleh nilai signifikansi 0.693. Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak dengan demikian tidak ada perbedaan pendapat yang signifikan antara wisatawan berpendidikan SLTA, D3, S1 dan S2 tentang makanan yang disajikan beragam serta terjamin cita rasa dan kebersihannya.

Pendapat wisatawan berdasarkan jenis kelamin tentang tempat ibadah (masjid atau musholla) yang disajikan sangat bersih dan nyaman, dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0.05) dengan bantuan SPSS versi 17 ditemukan bahwa nilai $\chi^2 = 5.432$ dengan derajat kebebasan 2 diperoleh nilai signifikansi 0.066. Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak dengan demikian tidak ada perbedaan pendapat antara wisatawan pria dan wanita tentang tempat ibadah (masjid atau musholla) yang disajikan sangat bersih dan nyaman.

Pendapat wisatawan berdasarkan usia tentang tempat ibadah (masjid atau musholla) yang disajikan sangat bersih dan nyaman, dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0.05) dengan bantuan SPSS versi 17 ditemukan bahwa nilai $\chi^2 = 8.904$ dengan derajat kebebasan 2 diperoleh nilai signifikansi 0.350. Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak dengan demikian tidak ada perbedaan pendapat yang signifikan antara wisatawan berusia 20 tahun, 21-24 tahun, 25-29 tahun, 30-34 tahun dan 35 tahun keatas tentang tempat ibadah (masjid atau musholla) yang disajikan sangat bersih dan nyaman.

Pendapat wisatawan berdasarkan pendidikan tentang tempat ibadah (masjid atau musholla) yang disajikan sangat

bersih dan nyaman, dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0.05) dengan bantuan SPSS versi 17 ditemukan bahwa nilai $\chi^2 = 11.504$ dengan derajat kebebasan 2 diperoleh nilai signifikansi 0.074. Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak dengan demikian tidak ada perbedaan pendapat antara wisatawan berpendidikan SLTA, D3, S1 dan S2 tentang tempat ibadah (masjid atau musholla) yang disajikan sangat bersih dan nyaman.

Pendapat wisatawan berdasarkan jenis kelamin tentang fasilitas penunjang di objek wisata sangat lengkap dan baik, dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0.05) dengan bantuan SPSS versi 17 ditemukan bahwa nilai $\chi^2 = 1.667$ dengan derajat kebebasan 2 diperoleh nilai signifikansi 0.435. Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak dengan demikian tidak ada perbedaan pendapat yang signifikan antara wisatawan pria dan wanita tentang fasilitas penunjang di objek wisata sangat lengkap dan baik.

Pendapat wisatawan berdasarkan usia tentang fasilitas penunjang di objek wisata sangat lengkap dan baik, dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0.05) dengan bantuan SPSS versi 17 ditemukan bahwa nilai $\chi^2 = 10.298$ dengan derajat kebebasan 2 diperoleh nilai signifikansi 0.245. Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak dengan demikian tidak ada perbedaan pendapat yang signifikan antara wisatawan berusia 20 tahun, 21-24 tahun, 25-29 tahun, 30-34 tahun dan 35 tahun ke atas tentang fasilitas penunjang di objek wisata sangat lengkap dan baik.

Pendapat wisatawan berdasarkan pendidikan tentang fasilitas penunjang di objek wisata sangat lengkap dan baik, dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0.05) dengan bantuan SPSS versi 17 ditemukan bahwa nilai $\chi^2 = 5.718$ dengan derajat kebebasan 2 diperoleh nilai signifikansi 0.456. Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak dengan demikian tidak ada perbedaan pendapat yang signifikan antara wisatawan berpendidikan

SLTA, D3, S1 dan S2 tentang fasilitas penunjang di objek wisata sangat lengkap dan baik.

Pendapat wisatawan berdasarkan jenis kelamin tentang aksesibilitas (kondisi jalan) menuju Pulau Umang sangat baik, dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0.05) dengan bantuan SPSS versi 17 ditemukan bahwa nilai $\chi^2 = 1.111$ dengan derajat kebebasan 2 diperoleh nilai signifikansi 0.774. Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak dengan demikian tidak ada perbedaan pendapat antara wisatawan pria dan wanita aksesibilitas (kondisi jalan) menuju Pulau Umang sangat baik.

Pendapat wisatawan berdasarkan usia tentang aksesibilitas (kondisi jalan) menuju Pulau Umang sangat baik, dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0.05) dengan bantuan SPSS versi 17 ditemukan bahwa nilai $\chi^2 = 18.623$ dengan derajat kebebasan 2 diperoleh nilai signifikansi 0.098. Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak dengan demikian tidak ada perbedaan pendapat yang signifikan antara wisatawan berusia 20 tahun, 21-24 tahun, 25-29 tahun, 30-34 tahun dan 35 tahun keatas aksesibilitas (kondisi jalan) menuju Pulau Umang sangat baik.

Pendapat wisatawan berdasarkan pendidikan tentang aksesibilitas (kondisi jalan) menuju Pulau Umang sangat baik, dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0.05) dengan bantuan SPSS versi 17 ditemukan bahwa nilai $\chi^2 = 9.533$ dengan derajat kebebasan 2 diperoleh nilai signifikansi 0.390. Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak dengan demikian tidak ada perbedaan pendapat yang signifikan antara wisatawan SLTA, D3, S1 dan S2 aksesibilitas (kondisi jalan) menuju Pulau Umang sangat baik.

Pendapat wisatawan berdasarkan jenis kelamin tentang lokasi Pulau Umang mudah dicapai, dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0.05) dengan bantuan SPSS versi 17 ditemukan bahwa nilai $\chi^2 = 4.375$ dengan derajat kebebasan 2

diperoleh nilai signifikansi 0.112. Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak dengan demikian tidak ada perbedaan pendapat yang signifikan antara wisatawan pria dan wanita lokasi Pulau Umang mudah dicapai.

Pendapat wisatawan berdasarkan usia tentang lokasi Pulau Umang mudah dicapai, dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0.05) dengan bantuan SPSS versi 17 ditemukan bahwa nilai $\chi^2 = 12.295$ dengan derajat kebebasan 2 diperoleh nilai signifikansi 0.139. Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak dengan demikian tidak ada perbedaan pendapat yang signifikan antara wisatawan berusia 20 tahun, 21-24 tahun, 25-29 tahun, 30-34 tahun dan 35 tahun keatas tentang lokasi Pulau Umang mudah dicapai.

Pendapat wisatawan berdasarkan pendidikan tentang lokasi Pulau Umang mudah dicapai, dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0.05) dengan bantuan SPSS versi 17 ditemukan bahwa nilai $\chi^2 = 8.975$ dengan derajat kebebasan 2 diperoleh nilai signifikansi 0.175. Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak dengan demikian tidak ada perbedaan pendapat yang signifikan antara wisatawan berpendidikan SLTA, D3, S1 dan S2 tentang lokasi Pulau Umang mudah dicapai.

Pendapat wisatawan berdasarkan jenis kelamin tentang peta lokasi yang terdapat di website mempermudah pengunjung menuju Pulau Umang, dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0.05) dengan bantuan SPSS versi 17 ditemukan bahwa nilai $\chi^2 = 3.813$ dengan derajat kebebasan 2 diperoleh nilai signifikansi 0.432. Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak dengan demikian tidak ada perbedaan pendapat antara wisatawan pria dan wanita tentang peta lokasi yang terdapat di website mempermudah pengunjung menuju Pulau Umang.

Pendapat wisatawan berdasarkan usia tentang peta lokasi yang terdapat di website mempermudah pengunjung

menuju Pulau Umang, dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0.05) dengan bantuan SPSS versi 17 ditemukan bahwa nilai $\chi^2 = 18.223$ dengan derajat kebebasan 2 diperoleh nilai signifikansi 0.311. Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak dengan demikian tidak ada perbedaan pendapat yang signifikan antara wisatawan berusia 20 tahun, 21-24 tahun, 25-29 tahun, 30-34 tahun dan 35 tahun keatas tentang peta lokasi yang terdapat di website mempermudah pengunjung menuju Pulau Umang.

Pendapat wisatawan berdasarkan pendidikan tentang peta lokasi yang terdapat di website mempermudah pengunjung menuju Pulau Umang, dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0.05) dengan bantuan SPSS versi 17 ditemukan bahwa nilai $\chi^2 = 13.840$ dengan derajat kebebasan 2 diperoleh nilai signifikansi 0.311. Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak dengan demikian tidak ada perbedaan pendapat yang signifikan antara wisatawan berpendidikan SLTA, D3, S1 dan S2 tentang peta lokasi yang terdapat di website mempermudah pengunjung menuju Pulau Umang.

Pendapat wisatawan berdasarkan jenis kelamin tentang jaringan listrik yang disediakan sangat baik, dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0.05) dengan bantuan SPSS versi 17 ditemukan bahwa nilai $\chi^2 = 2.912$ dengan derajat kebebasan 2 diperoleh nilai signifikansi 0.405. Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak dengan demikian tidak ada perbedaan pendapat yang signifikan antara wisatawan pria dan wanita tentang jaringan listrik yang disediakan sangat baik.

Pendapat wisatawan berdasarkan usia tentang jaringan listrik yang disediakan sangat baik, dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0.05) dengan bantuan SPSS versi 17 ditemukan bahwa nilai $\chi^2 = 6.039$ dengan derajat kebebasan 2 diperoleh nilai signifikansi 0.914. Dengan demikian H_0 diterima dan

H_1 ditolak dengan demikian tidak ada perbedaan pendapat yang signifikan antara wisatawan berusia 20 tahun, 21-24 tahun, 25-29 tahun, 30-35 tahun dan 35 tahun keatas tentang jaringan listrik yang disediakan sangat baik.

Pendapat wisatawan berdasarkan pendidikan tentang jaringan listrik yang disediakan sangat baik, dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0.05) dengan bantuan SPSS versi 17 ditemukan bahwa nilai $\chi^2 = 10.341$ dengan derajat kebebasan 2 diperoleh nilai signifikansi 0.324. Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak dengan demikian tidak ada perbedaan pendapat antara wisatawan berpendidikan SLTA, D3, S1 dan S2 tentang jaringan listrik yang disediakan sangat baik.

Pendapat wisatawan berdasarkan jenis kelamin tentang air bersih dan air minum yang terdapat di Pulau Umang sangat bersih, dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0.05) dengan bantuan SPSS versi 17 ditemukan bahwa nilai $\chi^2 = 1.581$ dengan derajat kebebasan 2 diperoleh nilai signifikansi 0.664. Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak dengan demikian tidak ada perbedaan pendapat yang signifikan antara wisatawan pria dan wanita tentang air bersih dan air minum yang terdapat di Pulau Umang sangat bersih.

Pendapat wisatawan berdasarkan usia tentang air bersih dan air minum yang terdapat di Pulau Umang sangat bersih, dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0.05) dengan bantuan SPSS versi 17 ditemukan bahwa nilai $\chi^2 = 8.978$ dengan derajat kebebasan 2 diperoleh nilai signifikansi 0.705. Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak dengan demikian tidak ada perbedaan pendapat yang signifikan antara wisatawan berusia 20 tahun, 21-24 tahun, 25-29 tahun, 30-34 tahun dan 35 tahun keatas tentang air bersih dan air minum yang terdapat di Pulau Umang sangat bersih.

Pendapat wisatawan berdasarkan pendidikan tentang air bersih dan air minum yang terdapat di Pulau Umang sangat bersih, dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0.05) dengan bantuan SPSS versi 17 ditemukan bahwa nilai $\chi^2 = 11.373$ dengan derajat kebebasan 2 diperoleh nilai signifikansi 0.251. Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak dengan demikian tidak ada perbedaan pendapat antara wisatawan berpendidikan SLTA, D3, S1 dan S2 tentang air bersih dan air minum yang terdapat di Pulau Umang sangat bersih.

Pendapat wisatawan berdasarkan jenis kelamin tentang keamanan dan kenyamanan di Pulau Umang sangat baik, dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0.05) dengan bantuan SPSS versi 17 ditemukan bahwa nilai $\chi^2 = 0.433$ dengan derajat kebebasan 2 diperoleh nilai signifikansi 0.805. Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak dengan demikian tidak ada perbedaan pendapat yang signifikan antara wisatawan pria dan wanita tentang keamanan dan kenyamanan di Pulau Umang sangat baik.

Pendapat wisatawan berdasarkan usia tentang keamanan dan kenyamanan di Pulau Umang sangat baik, dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0.05) dengan bantuan SPSS versi 17 ditemukan bahwa nilai $\chi^2 = 11.115$ dengan derajat kebebasan 2 diperoleh nilai signifikansi 0.195. Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak dengan demikian tidak ada perbedaan pendapat yang signifikan antara wisatawan berusia 20 tahun, 21-24 tahun, 25-29 tahun, 30-34 tahun dan 35 tahun ke atas tentang keamanan dan kenyamanan di Pulau Umang sangat baik.

Pendapat wisatawan berdasarkan pendidikan tentang keamanan dan kenyamanan di Pulau Umang sangat baik, dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0.05) dengan bantuan SPSS versi 17 ditemukan bahwa nilai $\chi^2 = 5.591$ dengan derajat kebebasan 2 diperoleh nilai signifikansi 0.470. Dengan demikian H_0

diterima dan H_1 ditolak dengan demikian tidak ada perbedaan pendapat yang signifikan antara wisatawan berpendidikan SLTA, D3, S1 dan S2 tentang keamanan dan kenyamanan di Pulau Umang sangat baik.

Pendapat wisatawan berdasarkan jenis kelamin tentang angkutan umum menuju Pulau Umang tersedia setiap saat, dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0.05) dengan bantuan SPSS versi 17 ditemukan bahwa nilai $\chi^2 = 1.872$ dengan derajat kebebasan 2 diperoleh nilai signifikansi 0.599. Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak dengan demikian tidak ada perbedaan pendapat yang signifikan antara wisatawan pria dan wanita tentang angkutan umum menuju Pulau Umang tersedia setiap saat.

Pendapat wisatawan berdasarkan usia tentang angkutan umum menuju Pulau Umang tersedia setiap saat, dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0.05) dengan bantuan SPSS versi 17 ditemukan bahwa nilai $\chi^2 = 19.776$ dengan derajat kebebasan 2 diperoleh nilai signifikansi 0.071. Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak dengan demikian tidak ada perbedaan pendapat yang signifikan antara wisatawan berusia 20 tahun, 21-24 tahun, 25-29 tahun, 30-34 tahun dan 35 tahun ke atas tentang angkutan umum menuju Pulau Umang tersedia setiap saat.

Pendapat wisatawan berdasarkan pendidikan tentang angkutan umum menuju Pulau Umang tersedia setiap saat, dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0.05) dengan bantuan SPSS versi 17 ditemukan bahwa nilai $\chi^2 = 6.766$ dengan derajat kebebasan 2 diperoleh nilai signifikansi 0.661. Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak dengan demikian tidak ada perbedaan pendapat yang signifikan antara wisatawan berpendidikan SLTA, D3, S1 dan S2 tentang angkutan umum menuju Pulau Umang tersedia setiap saat.

Pendapat wisatawan berdasarkan pendidikan tentang angkutan umum

menuju Pulau Umang tersedia setiap saat, dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0.05) dengan bantuan SPSS versi 17 ditemukan bahwa nilai $\chi^2 = 1.458$ dengan derajat kebebasan 2 diperoleh nilai signifikansi 0.692. Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak dengan demikian tidak ada perbedaan pendapat yang signifikan antara wisatawan pria dan wanita tentang angkutan umum menuju Pulau Umang tersedia setiap saat.

Pendapat wisatawan berdasarkan usia tentang angkutan umum menuju Pulau Umang tersedia setiap saat, dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0.05) dengan bantuan SPSS versi 17 ditemukan bahwa nilai $\chi^2 = 7.634$ dengan derajat kebebasan 2 diperoleh nilai signifikansi 0.813. Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak dengan demikian tidak ada perbedaan pendapat yang signifikan antara wisatawan 20 tahun, 21-24 tahun, 25-29 tahun, 30-34 tahun dan 35 tahun ke atas tentang angkutan umum menuju Pulau Umang tersedia setiap saat.

Pendapat wisatawan berdasarkan pendidikan tentang angkutan umum menuju Pulau Umang tersedia setiap saat, dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0.05) dengan bantuan SPSS versi 17 ditemukan bahwa nilai $\chi^2 = 12.509$ dengan derajat kebebasan 2 diperoleh nilai signifikansi 0.186. Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak dengan demikian tidak ada perbedaan pendapat yang signifikan antara wisatawan berpendidikan SLTA, D3, S1 dan S2 tentang angkutan umum menuju Pulau Umang tersedia setiap saat.

Pendapat wisatawan berdasarkan jenis kelamin tentang kondisi angkutan umum sangat baik, dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0.05) dengan bantuan SPSS versi 17 ditemukan bahwa nilai $\chi^2 = 3.790$ dengan derajat kebebasan 2 diperoleh nilai signifikansi 0.285. Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak dengan demikian tidak ada perbedaan pendapat yang signifikan antara pria dan wanita

tentang kondisi angkutan umum sangat baik.

Pendapat wisatawan berdasarkan usia tentang kondisi angkutan umum sangat baik, dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0.05) dengan bantuan SPSS versi 17 ditemukan bahwa nilai $\chi^2 = 13.329$ dengan derajat kebebasan 2 diperoleh nilai signifikansi 0.346. Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak dengan demikian tidak ada perbedaan pendapat yang signifikan antara wisatawan berusia 20 tahun, 21-24 tahun, 25-29 tahun, 30-34 tahun dan 35 tahun ke atas tentang kondisi angkutan umum sangat baik.

Pendapat wisatawan berdasarkan pendidikan tentang kondisi angkutan umum sangat baik, dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0.05) dengan bantuan SPSS versi 17 ditemukan bahwa nilai $\chi^2 = 8.197$ dengan derajat kebebasan 2 diperoleh nilai signifikansi 0.514. Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak dengan demikian tidak ada perbedaan pendapat yang signifikan antara wisatawan berusia berpendidikan SLTA, D3, S1 dan S2 tentang kondisi angkutan umum sangat baik.

Pendapat wisatawan berdasarkan jenis kelamin tentang para pengelola atau staff (pemandu wisata) Pulau Umang sangat ramah dan hangat, dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0.05) dengan bantuan SPSS versi 17 ditemukan bahwa nilai $\chi^2 = 1.617$ dengan derajat kebebasan 2 diperoleh nilai signifikansi 0.446. Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak dengan demikian tidak ada perbedaan pendapat antara wisatawan pria dan wanita tentang para pengelola atau staff (pemandu wisata) Pulau Umang sangat ramah dan hangat.

Pendapat wisatawan berdasarkan usia tentang para pengelola atau staff (pemandu wisata) Pulau Umang sangat ramah dan hangat, dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0.05) dengan bantuan SPSS versi 17 ditemukan bahwa nilai $\chi^2 = 7.236$ dengan derajat kebebasan 2

diperoleh nilai signifikansi 0.511. Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak dengan demikian tidak ada perbedaan pendapat antara wisatawan berusia 20 tahun, 21-24 tahun, 25-29 tahun, 30-35 tahun dan 35 tahun ke atas tentang para pengelola atau staff (pemandu wisata) Pulau Umang sangat ramah dan hangat.

Pendapat wisatawan berdasarkan pendidikan tentang para pengelola atau staff (pemandu wisata) Pulau Umang sangat ramah dan hangat, dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0.05) dengan bantuan SPSS versi 17 ditemukan bahwa nilai $\chi^2 = 4.830$ dengan derajat kebebasan 2 diperoleh nilai signifikansi 0.566. Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak dengan demikian tidak ada perbedaan pendapat yang signifikan antara wisatawan berpendidikan SLTA, D3, S1 dan S2 tentang para pengelola atau staff (pemandu wisata) Pulau Umang sangat ramah dan hangat.

Pendapat wisatawan berdasarkan jenis kelamin tentang pelayanan dari semua staff (wisata pualu umang) sangat baik, dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0.05) dengan bantuan SPSS versi 17 ditemukan bahwa nilai $\chi^2 = 1.220$ dengan derajat kebebasan 2 diperoleh nilai signifikansi 0.748. Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak dengan demikian tidak ada perbedaan pendapat yang signifikan antara wisatawan pria dan wanita tentang pelayanan dari semua staff (wisata pualu umang) sangat baik.

Pendapat wisatawan berdasarkan usia tentang pelayanan dari semua staff (wisata pualu umang) sangat baik, dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0.05) dengan bantuan SPSS versi 17 ditemukan bahwa nilai $\chi^2 = 40.369$ dengan derajat kebebasan 2 diperoleh nilai signifikansi 0.000. Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak dengan demikian tidak ada perbedaan pendapat yang signifikan antara wisatawan usia 20 tahun, 21-24 tahun, 25-29 tahun, 30-34 tahun dan 35 tahun keatas

tentang pelayanan dari semua staff (wisata pualu umang) sangat baik.

Pendapat wisatawan berdasarkan pendidikan tentang pelayanan dari semua staff (wisata pualu umang) sangat baik, dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0.05) dengan bantuan SPSS versi 17 ditemukan bahwa nilai $\chi^2 = 11.545$ dengan derajat kebebasan 2 diperoleh nilai signifikansi 0.240. Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak dengan demikian tidak ada perbedaan pendapat yang signifikan antara wisatawan berpendidikan SLTA, D3, S1 dan S2 tentang pelayanan dari semua staff (wisata pualu umang) sangat baik.

Pendapat wisatawan berdasarkan jenis kelamin tentang pelayanan dari semua staff (wisata pualu umang) sangat baik, dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0.05) dengan bantuan SPSS versi 17 ditemukan bahwa nilai $\chi^2 = 5.244$ dengan derajat kebebasan 2 diperoleh nilai signifikansi 0.155. Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak dengan demikian tidak ada perbedaan pendapat antara wisatawan pria dan wanita tentang peran serta masyarakat memperkenalkan objek pariwisata Pulau Umang.

Pendapat wisatawan berdasarkan usia tentang objek pariwisata Pulau Umang ikut diperkenalkan oleh masyarakat, dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0.05) dengan bantuan SPSS versi 17 ditemukan bahwa nilai $\chi^2 = 10.159$ dengan derajat kebebasan 2 diperoleh nilai signifikansi 0.602. Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak dengan demikian tidak ada perbedaan pendapat yang signifikan antara wisatawan pria dan wanita tentang objek pariwisata Pulau Umang ikut diperkenalkan oleh masyarakat.

Jika dikaji lebih jauh dengan analisis inferensi Pearson Chi Square untuk melihat asosiasi apakah ada perbedaan pendapat wisatawan berdasarkan pendidikan tentang objek pariwisata Pulau Umang ikut diperkenalkan oleh

masyarakat, dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0.05) dengan bantuan SPSS versi 17 ditemukan bahwa nilai $\chi^2 = 14.634$ dengan derajat kebebasan 2 diperoleh nilai signifikansi 0.101. Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak dengan demikian tidak ada perbedaan pendapat yang signifikan antara wisatawan berpendidikan SLTA, D3, S1 dan S2 tentang peran masyarakat memperkenalkan objek pariwisata Pulau Umang.

Pendapat wisatawan berdasarkan jenis kelamin tentang objek pariwisata Pulau Umang diperkenalkan pada saat kegiatan yang berhubungan dengan promosi seperti pameran, dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0.05) dengan bantuan SPSS versi 17 ditemukan bahwa nilai $\chi^2 = 4.306$ dengan derajat kebebasan 2 diperoleh nilai signifikansi 0.230. Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak dengan demikian tidak ada perbedaan pendapat antara wisatawan pria dan wanita tentang objek pariwisata Pulau Umang diperkenalkan pada saat kegiatan yang berhubungan dengan promosi seperti pameran.

Pendapat wisatawan berdasarkan usia tentang objek pariwisata Pulau Umang diperkenalkan pada saat kegiatan yang berhubungan dengan promosi seperti pameran, dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0.05) dengan bantuan SPSS versi 17 ditemukan bahwa nilai $\chi^2 = 12.690$ dengan derajat kebebasan 2 diperoleh nilai signifikansi 0.392. Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak dengan demikian tidak ada perbedaan pendapat antara wisatawan berusia 20 tahun, 21-24 tahun, 25-29 tahun, 30-34 tahun dan 35 tahun ke atas tentang objek pariwisata Pulau Umang diperkenalkan pada saat kegiatan yang berhubungan dengan promosi seperti pameran.

Pendapat wisatawan berdasarkan pendidikan tentang objek pariwisata Pulau Umang diperkenalkan pada saat kegiatan yang berhubungan dengan promosi seperti

pameran, dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0.05) dengan bantuan SPSS versi 17 ditemukan bahwa nilai $\chi^2 = 11.000$ dengan derajat kebebasan 2 diperoleh nilai signifikansi 0.276. Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak dengan demikian tidak ada perbedaan pendapat yang signifikan antara wisatawan berpendidikan SLTA, D3, S1 dan S2 tentang objek pariwisata Pulau Umang diperkenalkan pada saat kegiatan yang berhubungan dengan promosi seperti pameran.

Pendapat wisatawan berdasarkan jenis kelamin tentang dalam melakukan promosi objek pariwisata Pulau Umang kerja sama antara pemerintah dengan masyarakat, dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0.05) dengan bantuan SPSS versi 17 ditemukan bahwa nilai $\chi^2 = 1.270$ dengan derajat kebebasan 2 diperoleh nilai signifikansi 0.530. Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak dengan demikian tidak ada perbedaan pendapat yang signifikan antara wisatawan pria dan wanita tentang dalam melakukan promosi objek pariwisata Pulau Umang kerja sama antara pemerintah dengan masyarakat.

Pendapat wisatawan berdasarkan usia tentang dalam melakukan promosi objek pariwisata Pulau Umang kerja sama antara pemerintah dengan masyarakat, dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0.05) dengan bantuan SPSS versi 17 ditemukan bahwa nilai $\chi^2 = 10.025$ dengan derajat kebebasan 2 diperoleh nilai signifikansi 0.263. Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak dengan demikian tidak ada perbedaan pendapat antara wisatawan berusia 20 tahun, 21-24 tahun, 25-29 tahun, 30-34 tahun dan 35 tahun ke atas tentang dalam melakukan promosi objek pariwisata Pulau Umang kerja sama antara pemerintah dengan masyarakat.

Pendapat wisatawan berdasarkan pendidikan tentang dalam melakukan promosi objek pariwisata Pulau Umang kerja sama antara pemerintah dengan masyarakat, dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0.05) dengan bantuan SPSS

versi 17 ditemukan bahwa nilai $\chi^2 = 12.810$ dengan derajat kebebasan 2 diperoleh nilai signifikansi 0.046. Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak dengan demikian tidak ada perbedaan pendapat antara wisatawan berpendidikan SLTA, D3, S1 dan S2 tentang dalam melakukan promosi objek pariwisata Pulau Umang kerja sama antara pemerintah dengan masyarakat.

Jika dikaji lebih jauh dengan analisis inferensi Pearson Chi Square untuk melihat asosiasi apakah ada perbedaan pendapat wisatawan berdasarkan jenis kelamin tentang promosi objek wisata Pulau Umang dapat dilakukan dengan memanfaatkan pertemuan, seperti pertemuan keluarga atau pertemuan lainnya, dengan cara menceritakan tentang objek wisata Pulau Umang, dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0.05) dengan bantuan SPSS versi 17 ditemukan bahwa nilai $\chi^2 = 0.833$ dengan derajat kebebasan 2 diperoleh nilai signifikansi 0.659. Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak dengan demikian tidak ada perbedaan pendapat yang signifikan antara wisatawan pria dan wanita tentang promosi objek wisata Pulau Umang dapat dilakukan dengan memanfaatkan pertemuan, seperti pertemuan keluarga atau pertemuan lainnya, dengan cara menceritakan tentang objek wisata Pulau Umang.

Pendapat wisatawan berdasarkan usia tentang promosi objek wisata Pulau Umang dapat dilakukan dengan memanfaatkan pertemuan, seperti pertemuan keluarga atau pertemuan lainnya, dengan cara menceritakan tentang objek wisata Pulau Umang, dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0.05) dengan bantuan SPSS versi 17 ditemukan bahwa nilai $\chi^2 = 10.253$ dengan derajat kebebasan 2 diperoleh nilai signifikansi 0.248. Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak dengan demikian tidak ada perbedaan pendapat yang signifikan antara wisatawan berusia 20 tahun, 21-24 tahun,

25-29 tahun, 30-34 tahun dan 35 tahun keatas tentang promosi objek wisata Pulau Umang dapat dilakukan dengan memanfaatkan pertemuan, seperti pertemuan keluarga atau pertemuan lainnya, dengan cara menceritakan tentang objek wisata Pulau Umang.

Pendapat wisatawan berdasarkan pendidikan tentang promosi objek wisata Pulau Umang dapat dilakukan dengan memanfaatkan pertemuan, seperti pertemuan keluarga atau pertemuan lainnya, dengan cara menceritakan tentang objek wisata Pulau Umang, dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0.05) dengan bantuan SPSS versi 17 ditemukan bahwa nilai $\chi^2 = 5.771$ dengan derajat kebebasan 2 diperoleh nilai signifikansi 0.449. Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak dengan demikian tidak ada perbedaan pendapat antara wisatawan berpendidikan SLTA, D3, S1 dan S2 tentang promosi objek wisata Pulau Umang dapat dilakukan dengan memanfaatkan pertemuan, seperti pertemuan keluarga atau pertemuan lainnya, dengan cara menceritakan tentang objek wisata Pulau Umang.

Pendapat wisatawan berdasarkan jenis kelamin tentang promosi objek pariwisata pulau umang dimasukkan dalam program kepariwisataan Kabupaten Pandeglang, dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0.05) dengan bantuan SPSS versi 17 ditemukan bahwa nilai $\chi^2 = 1.595$ dengan derajat kebebasan 2 diperoleh nilai signifikansi 0.207. Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak dengan demikian tidak ada perbedaan pendapat antara wisatawan pria dan wanita tentang promosi objek pariwisata pulau umang dimasukkan dalam program kepariwisataan Kabupaten Pandeglang.

Pendapat wisatawan berdasarkan usia tentang promosi objek pariwisata pulau umang dimasukkan dalam program kepariwisataan Kabupaten Pandeglang, dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0.05) dengan bantuan SPSS versi 17

ditemukan bahwa nilai $\chi^2 = 6.115$ dengan derajat kebebasan 2 diperoleh nilai signifikansi 0.191. Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak dengan demikian tidak ada perbedaan pendapat yang signifikan antara wisatawan berusia 20 tahun, 21-24 tahun, 25-29 tahun, 30-34 tahun dan 35 tahun keatas tentang promosi objek pariwisata pulau umang dimasukkan dalam program kepariwisataan Kabupaten Pandeglang.

Pendapat wisatawan berdasarkan pendidikan tentang promosi objek pariwisata pulau umang dimasukkan dalam program kepariwisataan Kabupaten Pandeglang, dengan menggunakan taraf nyata $\alpha = 5\%$ (0.05) dengan bantuan SPSS versi 17 ditemukan bahwa nilai $\chi^2 = 1.384$ dengan derajat kebebasan 2 diperoleh nilai signifikansi 0.709. Dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak dengan demikian tidak ada perbedaan pendapat antara wisatawan berpendidikan SLTA, D3, S1 dan S2 tentang promosi objek pariwisata pulau umang dimasukkan dalam program kepariwisataan Kabupaten Pandeglang.

4.2 Segmentasi, Targeting dan Positioning

4.2.1 Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar menurut usia dan pendidikan, wisatawan yang berpotensi mengunjungi Pulau Umang adalah :

1. Usia 25 tahun keatas.
2. Pendidikan Diploma tiga (D3) keatas
3. Sosial ekonomi

4.2.2 Target pasar

Target pasar untuk pengunjung Pulau Umang adalah sebagai berikut :

1. Pria dan wanita berusia 25 tahun keatas
2. Berpendidikan D3 keatas.

Untuk memilih lapisan pasar maka perlu di buat produk yang memungkinkan untuk dijual kepada segmen tersebut. Sesuai hasil penelitian mayoritas responden menyatakan ketersediaan kendaraan umum terbatas, kondisi jalanan

kurang mulus, jarak Pulau Umang jauh, maka produk segmen yang dipilih adalah segmen yang mampu menggunakan transportasi udara dengan konsekuensi harga tinggi, artinya segmentasi dari usia 25 tahun keatas berasal dari golongan ekonomi kuat.

Rumusan ekonomi kuat untuk pasar lokal adalah sebagai berikut ;

1. Executive muda
2. Berlibur akhir pekan, dan
3. Para diplomat, pengusaha dan wisatawan asing yang tiba di Bandara Halim Perdana Kusuma yang di lanjutkan ke Pulau Umang.

4.2.3 Positioning

Berkaitan dengan produk yang sesuai positioning untuk produk wisata Pulau Umang dengan transportasi darat dan udara adalah sebagai berikut :

1. Produk wisata Adventure Pulau Umang Dengan perkiraan harga \$ 600.*

Adventure Pulau Umang 3 Days 2 Nights by Bus

Day 1

07.00 – 12.00 Perjalanan menuju Pulau Umang

12.00 -13.30 Tiba di Pulau Umang, istirahat dan makan siang

13.30 – 14.30 Mengelilingi Pulau Umang dengan bersepeda.

14.30 – 17.00 Challenge Outbound

17.00 – 19.00 sunset sightseeing di Pulau Umang.

19.00 sd selesai makan malam

Day 2

07.00 – 08.00 sarapan pagi

08.00 – 17.00 Adventure Tour to Taman Nasional Ujung Kulon

17.00 – 19.00 Istirahat

19.00 sd selesai Barbeque Night

Day 3

07.00 – 08.00 sarapan pagi

08.00 – 10.00 Snorkeling di Pulau Oar

10:00 - 12.00 Water sport di Pulau Umang

12.00 – 13.00 Makan siang

13.00 – 15.00 Shopping / Free day

15.00 – 16.00 Packing

16.00 Kembali ke Jakarta
Adventure Pulau Umang 3 Days 2 Nights by Helikopter.

Day 1

08.00 - 09.00 Berangkat dari Bandara Halim Perdana Kusuma

09.00 – 12.00 Challenge outbound

12.00 - 13.00 makan siang dan istirahat

13.00 – 15.00 Mengelilingi Pulau Umang dengan bersepeda.

15.00 – 17.00 snorkeling dan water sport di Pulau Umang

17.00 – 19.00 sunset sightseeing di Pulau Umang

19.00 s/d selesai makan malam

Day 2

07.00 – 08.00 sarapan pagi

08.00 – 17.00 Adventure Tour to Taman Nasional Ujung Kulon

17.00 – 19.00 Istirahat

19.00 sd selesai Barbeque Night

Day 3

08.00 – 09.00 kembali ke Jakarta.

09.00 Tiba di Bandara Halim Perdana Kusuma

Keterangan (* harga masih tentatif).

2. Price

Harga hotel di Pulau Umang untuk satu malam Rp.1.500.000,- X 2 hari = Rp. 3.000.000

3 kali makan Rp.250.000,-

Snorkling dan water sport Rp. 500.000,- /pax

Challenge outbound Rp.750.000,- /pax

Trip to Taman Nasional Ujung Kulon Rp. 3500.000

3. Place

Penjualan melalui travel biro, brosur di hotel dan juga di bandara serta kerja sama dengan Tour Operator luar negeri khususnya Singapore dan Malaysia sebagai negara tetangga, yang jarak tempuhnya 1-2 jam penerbangan.

4. Promosi

Melakukan promosi dengan mengikuti pameran pariwisata, melalui media cetak dan elektronik yang didukung oleh pemerintah Provinsi Banten dan mengirimkan brosur ke kedutaan, perusahaan asing dan pada even penting

atau apabila para executive muda mengadakan kunjungan ke luar negeri atau mengadakan even-even yang bertujuan untuk mengembangkan obyek pariwisata yang ada di Indonesia atau mengikuti pameran-pameran serta memasukkan objek wisata Pulau Umang kedalam kalender even pariwisata khususnya Propinsi Banten .

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Dengan menggunakan tingkat signifikan $\alpha = 5\%$ maka dididapat H_0 diterima dan H_1 ditolak berarti tidak perbedaan pendapat antara Jenis Kelamin, Usia dan Pendidikan Pengunjung yang berkunjung ke Pulau Umang.
2. Secara keseluruhan dari sisi lokasi, akomodasi, aksesibilitas, transportasi, keramah tamahan dan pemasaran tidak ada perbedaan pendapat wisatawan berdasarkan jenis kelamin, usia dan pendidikan.
3. Semua responden menyatakan sangat setuju tentang promosi objek pariwisata Pulau Umang dimasukkan dalam program even kepariwisataan Kabupaten Pandeglang.
4. Target pasar objek wisata Pulau Umang adalah wisatawan yang berusia antara 25 tahun keatas dan berpendidikan D3 keatas.
5. Sesuai pilihan, tanggapan para responden yang menyatakan Pulau Umang layak sebagai objek wisata, atraksi memadai, keindahan alam sangat menarik, maka Pulau Umang layak di promosikan dan layak di jual.
6. Kendati layak dijual Pulau Umang memiliki kelemahan untuk dijangkau karena angkutan darat menuju lokasi durasinya lama dan kondisi jalan tidak mulus.
7. Untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan para exsecutive muda dan para diplomat yang berusia 25 tahun keatas dan berpendidikan D3 keatas, perlu dikemas paket wisata

3days2nights baik yang menggunakan transportasi darat dan udara.

5.2 Saran

Berdasarkan uraian di atas, terdapat beberapa hal yang disarankan untuk pengembangan kawasan objek Wisata Pulau Umang, yaitu :

1. Pulau Umang perlu menambah keragaman atraksi wisata dengan mengadopsi kemenarikan objek wisata sejenis lainnya yang lebih maju dan memanfaatkan berbagai potensi yang ada baik itu alam maupun budaya atau adat istiadat setempat.
2. Kenyamanan wisatawan yang ditunjang oleh sarana dan prasarana, sehingga Objek Wisata Pulau Umang harus meningkatkan ketersediaan dan pemeliharaan infrastruktur sarana dan prasarana. Dan juga akses menuju obyek wisata Pulau Umang agar ditingkatkan menjadi lebih baik, sehingga pengunjung dapat merasakan kemudahan akses menuju objek wisata Pulau Umang.
3. Meningkatkan peran serta masyarakat dalam pengembangan pariwisata sehingga masyarakat merasakan langsung manfaatnya.
4. Meningkatkan koordinasi dengan berbagai sektor dalam berbagai tahapan mulai dari perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan, baik itu sektor yang terdapat di pemerintahan, industri pariwisata, masyarakat dan pihak-pihak terkait.

5. Menurut hasil penelitian ini, saya menyarankan agar para pengusaha (tour Operator) dapat mempromosikan paket wisata udara 3days 2nights Pulau Umang dan TNUK (Taman Nasional Ujung Kulon) kepada sasaran pasar yaitu executive muda dan diploma tiga keatas, yang diuraikan pada bab 5 dengan harga, promosi, dan mitra jual didalam maupun diluar negeri.

DAFTAR PUSTAKA

- Effendy, Onong Uchjana. 1996. *Sistem Informasi Manajemen*, Bandung: CV Mandar Maju
- Fandy, Tjiptono. 2001. *Manajemen Jasa*. Edisi Kedua. Yogyakarta : Andi Offset.
- Yoeti, Oka A. 2002. *Tour and Travel Marketing*. Jakarta : PT. Pradnya Paramita.
- _____, *Pemasaran Pariwisata*, Angkasa, Bandung : PT. Pradnya Paramita.
- Kotler, Philip, 2000, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium, Jakarta, Prehallindo.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 2001, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Edisi Kedelapan, Jakarta, Erlangga.
- Suwantoro, Gamal. 1997. *Dasar-Dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Suyitno. 1999. *Perencanaan Wisata*. Yogyakarta : Kanisius.