

Analisis Dampak Harga Tiket Terjangkau terhadap Pengeluaran Konsumen di Taman Margasatwa Ragunan

Febri Rahmat Abdullah¹, Eman Sulaeman²

^{1,2} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Singaperbangsa Karawang

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak dari persepsi harga tiket yang terjangkau terhadap pengeluaran konsumen di dalam area Taman Margasatwa Ragunan. Sebagai salah satu destinasi rekreasi favorit di Jakarta, popularitas Ragunan sangat erat kaitannya dengan kebijakan harga tiketnya yang terjangkau. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Sampel penelitian terdiri dari 150 responden yang merupakan pengunjung Taman Margasatwa Ragunan, yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data yang dikumpulkan melalui kuesioner dianalisis menggunakan analisis regresi sederhana dengan bantuan software SPSS. Sebelum analisis regresi, dilakukan uji validitas, reliabilitas, dan serangkaian uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, linearitas, dan autokorelasi) yang menunjukkan bahwa instrumen penelitian valid dan reliabel serta model regresi layak digunakan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi harga tiket yang terjangkau memiliki pengaruh positif dan signifikan secara statistik terhadap pengeluaran konsumen di dalam area Ragunan. Nilai koefisien regresi positif sebesar 0,923 mengindikasikan bahwa semakin terjangkau persepsi harga tiket, semakin tinggi kecenderungan konsumen untuk berbelanja. Nilai koefisien determinasi (R-Square) sebesar 0,742, yang berarti bahwa 74,2% variasi pengeluaran konsumen dapat dijelaskan oleh variabel persepsi harga tiket. Kesimpulannya, kebijakan harga tiket yang terjangkau secara efektif mendorong peningkatan pendapatan dari pengeluaran internal konsumen. Penelitian ini menyarankan agar manajemen Ragunan mempertahankan strategi harga tiketnya sambil berfokus pada optimalisasi pendapatan dari produk dan layanan tambahan (ancillary spending).

Kata Kunci: Perilaku Konsumen, Harga Tiket, Pengeluaran Konsumen, Taman Margasatwa Ragunan, Strategi Harga.

Abstract

This study aims to analyze the impact of the perceived affordability of ticket prices on consumer spending within the Ragunan Zoo area. As one of the favorite recreational destinations in Jakarta, Ragunan's popularity is closely linked to its affordable ticket pricing policy. This research employed a quantitative method with a survey approach. The research sample consisted of 150 respondents who were visitors to Ragunan Zoo, selected using a purposive sampling technique. Data collected through questionnaires were analyzed using simple linear regression with the aid of SPSS software. Prior to the regression analysis, validity, reliability, and a series of classical assumption tests (normality, multicollinearity, heteroskedasticity, linearity, and autocorrelation) were conducted, all of which indicated that the research instrument was valid and reliable, and the regression model was feasible for use. The results show that the perceived affordability of ticket prices has a positive and statistically significant influence on consumer spending within the Ragunan area. A positive regression coefficient of 0.923 indicates that the more affordable the ticket price is perceived to be, the higher the consumer's tendency to spend. The coefficient of determination (R-Square) was 0.742, meaning that 74.2% of the variation in consumer spending can be explained by the ticket price perception variable. In conclusion, the affordable ticket

price policy effectively encourages an increase in revenue from internal consumer spending. This study suggests that Ragunan's management should maintain its ticket pricing strategy while focusing on optimizing revenue from additional products and services (ancillary spending).

Keywords: *Consumer Behavior, Ticket Price, Consumer Spending, Ancillary Spending, Ragunan Zoo, Pricing Strategy.*

Copyright (c) 2026 Febri Rahmat Abdullah

✉ Corresponding author :

Email Address : 2210631020116@student.unsika.ac.id

PENDAHULUAN

Sektor pariwisata dan rekreasi merupakan salah satu pilar penting dalam perekonomian suatu wilayah, khususnya di kota-kota besar yang padat penduduk. Jakarta, sebagai ibu kota Indonesia, memiliki berbagai destinasi rekreasi yang menjadi pilihan masyarakat untuk melepas penat dan menghabiskan waktu luang. Di antara beragam pilihan tersebut, Taman Margasatwa Ragunan menonjol sebagai salah satu destinasi favorit yang secara konsisten menarik jumlah pengunjung yang sangat besar, terutama selama periode liburan panjang. Fenomena keramaian ini mengindikasikan adanya daya tarik kuat yang dimiliki Ragunan di mata konsumen.

Salah satu faktor kunci yang sering dikaitkan dengan popularitas Taman Margasatwa Ragunan adalah kebijakan penetapan harga tiket masuk yang relatif terjangkau. Dalam konteks perilaku konsumen, harga tidak hanya berfungsi sebagai nilai moneter yang harus dibayarkan, tetapi juga sebagai sinyal kualitas, nilai, dan aksesibilitas suatu produk atau layanan (Kotler & Armstrong, 2020). Harga yang terjangkau dapat secara signifikan memengaruhi keputusan pembelian konsumen, frekuensi kunjungan, dan bahkan pola pengeluaran mereka di dalam destinasi wisata.

Perilaku konsumen dalam memilih destinasi rekreasi dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk motivasi pribadi, faktor sosial, budaya, dan tentu saja, faktor ekonomi seperti harga (Schiffman & Kanuk, 2010). Kebijakan harga tiket yang rendah di Taman Margasatwa Ragunan menimbulkan pertanyaan menarik mengenai bagaimana hal tersebut memengaruhi aspek penting dari perilaku konsumen yang salah satunya adalah, bagaimana harga tiket yang terjangkau ini memengaruhi kecenderungan mereka untuk mengeluarkan uang lebih banyak di dalam area kebun binatang, seperti untuk makanan, minuman, souvenir, atau wahana berbayar lainnya.

Harga merupakan salah satu elemen krusial dalam bauran pemasaran (Kotler & Armstrong, 2020). Dalam konteks pariwisata dan rekreasi, harga tiket masuk tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk menghasilkan pendapatan, tetapi juga sebagai sinyal nilai, kualitas, dan aksesibilitas destinasi (Kotler & Armstrong, 2020). Konsumen sering kali menggunakan harga sebagai indikator awal untuk menilai apakah suatu produk atau layanan layak untuk didapatkan.

Strategi penetapan harga dalam industri pariwisata sangat beragam, mulai dari harga premium untuk destinasi eksklusif hingga harga diskon atau terjangkau untuk menarik volume pengunjung yang lebih besar (Dwyer & Kim, 2018). Kebijakan harga terjangkau dapat menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan daya saing, terutama bagi destinasi yang menargetkan pasar massal atau memiliki misi edukasi dan sosial, seperti kebun binatang (Schwartz & Miller, 2021). Pendekatan ini dapat membantu mengurangi hambatan finansial dan mendorong masyarakat dari berbagai latar belakang ekonomi untuk berkunjung.

Perilaku kunjungan konsumen merujuk pada serangkaian tindakan dan keputusan yang dilakukan individu dalam memilih, merencanakan, mengunjungi, dan mengevaluasi destinasi rekreasi (Schiffman & Kanuk, 2010). Faktor-faktor yang memengaruhi perilaku ini sangat kompleks, meliputi motivasi pribadi (misalnya, mencari hiburan, edukasi, relaksasi), faktor sosial (pengaruh keluarga dan teman), faktor budaya, faktor psikologis (persepsi, sikap), dan faktor ekonomi (pendapatan, harga) (Schiffman & Kanuk, 2010).

Penelitian terdahulu secara konsisten menunjukkan bahwa harga memiliki dampak signifikan terhadap keputusan untuk berkunjung. Konsumen cenderung lebih memilih destinasi yang menawarkan nilai yang dirasakan sepadan dengan harga yang dibayarkan (Lim & Tan, 2019). Dalam kasus harga tiket yang terjangkau, hal ini dapat meningkatkan niat kunjungan, mendorong kunjungan berulang, dan memperluas basis pengunjung ke segmen pasar yang lebih luas (Chen et al., 2021).

Selain harga tiket masuk, pengeluaran konsumen di dalam destinasi wisata (sering disebut sebagai ancillary spending atau pengeluaran tambahan) merupakan komponen pendapatan yang penting bagi pengelola (Lee & Kim, 2019). Pengeluaran ini mencakup pembelian makanan dan minuman, souvenir, penggunaan wahana berbayar, penyewaan fasilitas, atau layanan lainnya di dalam area destinasi.

Hubungan antara harga tiket dan pengeluaran tambahan dapat bersifat paradoks. Beberapa studi menunjukkan bahwa harga tiket yang lebih rendah dapat mendorong konsumen untuk mengalokasikan lebih banyak dana untuk pengeluaran di dalam area (Chen et al., 2021). Argumennya adalah bahwa jika biaya masuk awal tidak terlalu membebani anggaran, konsumen memiliki "sisa" anggaran yang lebih besar untuk dibelanjakan pada produk dan layanan tambahan di dalam lokasi. Sebaliknya, harga tiket yang tinggi mungkin membuat konsumen lebih berhati-hati dalam pengeluaran internal mereka (Davis & Brown, 2020). Oleh karena itu, pemahaman tentang dinamika ini sangat krusial untuk mengoptimalkan total pendapatan per pengunjung.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak persepsi harga tiket yang terjangkau terhadap pengeluaran konsumen di internal Taman Margasatwa Ragunan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, antara lain bagi manajemen Taman Margasatwa Ragunan sebagai bahan pertimbangan dalam memahami pengaruh kebijakan harga tiket terhadap potensi pendapatan dari pengeluaran internal sehingga dapat digunakan dalam pengambilan keputusan strategis terkait penetapan harga, pengembangan fasilitas, dan strategi pemasaran. Selain itu, penelitian ini juga bermanfaat bagi pengembangan ilmu perilaku konsumen dengan menambah khazanah penelitian, khususnya dalam konteks destinasi rekreasi dengan harga terjangkau serta memperkaya pemahaman mengenai hubungan antara harga, persepsi nilai, dan perilaku pembelian. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan dasar dalam mengkaji faktor-faktor lain yang memengaruhi perilaku konsumen di destinasi wisata serupa.

METODOLOGI

Penelitian ini mengadopsi metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan survei (survey research) untuk mengkaji dampak harga tiket terjangkau terhadap pengeluaran konsumen di Taman Margasatwa Ragunan. Pendekatan kuantitatif

dipilih karena memungkinkan pengukuran hubungan antarvariabel secara statistik dan generalisasi temuan kepada populasi yang lebih luas.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung Taman Margasatwa Ragunan. Mengingat besarnya populasi dan keterbatasan sumber daya, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Kriteria sampel yang ditentukan meliputi: pengunjung berusia minimal 16 tahun yang telah berkunjung ke Taman Margasatwa Ragunan setidaknya satu kali dalam 12 bulan terakhir, dan bersedia menjadi responden dalam penelitian ini.

Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 150 responden. Penentuan jumlah sampel ini didasarkan pada pertimbangan keterwakilan populasi serta untuk memastikan kecukupan data yang diperlukan bagi analisis statistik inferensial, guna mencapai tingkat kepercayaan dan ketepatan yang memadai dalam hasil penelitian.

Data dikumpulkan menggunakan instrumen berupa kuesioner yang disebarakan secara langsung kepada para responden di area Taman Margasatwa Ragunan. Kuesioner ini terdiri dari beberapa bagian yang dirancang untuk mengukur variabel-variabel penelitian. Variabel independen, yaitu persepsi harga tiket terjangkau, diukur menggunakan skala Likert. Sementara itu, variabel dependen, yaitu pengeluaran konsumen di dalam area Ragunan, diukur dengan pertanyaan terstruktur yang meminta data numerik spesifik (misalnya, jumlah kunjungan dalam setahun dan estimasi pengeluaran dalam rupiah). Setiap item pertanyaan dirancang untuk mendapatkan informasi yang relevan dan dapat diukur secara kuantitatif.

Prosedur Penelitian

Proses pengumpulan data dilakukan dengan tahapan sebagai berikut:

1. Penyusunan Kuesioner: Kuesioner dirancang berdasarkan indikator-indikator yang relevan dengan variabel penelitian, yaitu persepsi harga tiket terjangkau, frekuensi kunjungan, dan pengeluaran konsumen di Taman Margasatwa Ragunan.
2. Uji Validitas dan Reliabilitas: Sebelum disebarakan secara luas, kuesioner diuji validitas dan reliabilitasnya melalui uji coba pendahuluan pada sejumlah kecil responden. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan mampu mengukur variabel secara akurat dan konsisten.
3. Distribusi Kuesioner: Kuesioner didistribusikan secara langsung kepada 150 responden pengunjung Taman Margasatwa Ragunan yang telah memenuhi kriteria sampel yang ditentukan.
4. Pengumpulan dan Pengolahan Data: Data yang terkumpul kemudian dikumpulkan dan diolah menggunakan software SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) versi 26 untuk analisis kuantitatif.

Analisis Data

Data yang terkumpul akan dianalisis secara kuantitatif menggunakan software SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) versi 26. Proses analisis data ini akan dibagi menjadi dua tahapan utama:

A. Statistik Deskriptif

Tahap awal analisis ini bertujuan untuk mendeskripsikan karakteristik dasar dari data penelitian. Pada bagian ini, akan dilakukan perhitungan:

- Frekuensi dan Persentase: Untuk variabel kategorikal seperti jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan persepsi keterjangkauan harga tiket (misalnya, sangat terjangkau, terjangkau, sedang, mahal, sangat mahal). Ini akan memberikan gambaran distribusi responden berdasarkan karakteristik tersebut.
- Rata-rata (Mean), Standar Deviasi, Minimum, dan Maksimum: Untuk variabel numerik seperti usia, pendapatan, frekuensi kunjungan (berapa kali dalam setahun), dan jumlah pengeluaran konsumen di dalam area Taman Margasatwa Ragunan per kunjungan. Ini akan memberikan gambaran mengenai tendensi sentral dan sebaran data dari variabel-variabel tersebut.

Hasil dari statistik deskriptif akan digunakan untuk menyajikan profil responden dan gambaran umum tentang perilaku kunjungan serta pola pengeluaran di Taman Margasatwa Ragunan.

B. Statistik Inferensial

Setelah data dideskripsikan, selanjutnya akan dilakukan analisis statistik inferensial untuk menguji hipotesis penelitian dan menentukan dampak harga tiket terjangkau terhadap perilaku kunjungan dan pengeluaran konsumen. Sebelum pengujian hipotesis utama, akan dilakukan uji asumsi klasik:

- Uji Normalitas: Untuk memeriksa apakah data berdistribusi normal, yang merupakan salah satu asumsi penting untuk analisis regresi parametrik. Uji Kolmogorov-Smirnov atau Shapiro-Wilk dapat digunakan.
- Uji Multikolinearitas: Untuk memastikan tidak terjadi korelasi berlebihan antar variabel independen yang dapat mempengaruhi keakuratan estimasi model regresi. Hal ini dapat diuji melalui Variance Inflation Factor (VIF) dan Tolerance.
- Uji Heteroskedastisitas: Untuk memastikan varian residual bersifat konstan (homoskedastisitas) di seluruh rentang nilai variabel prediktor. Uji Glejser atau melihat scatterplot residual dapat digunakan.
- Uji Linearitas: Untuk memastikan bahwa hubungan antara variabel independen dan dependen adalah linier, hal ini merupakan prasyarat untuk analisis regresi linier. Ini dapat diperiksa melalui scatterplot atau uji tertentu.

Setelah asumsi klasik terpenuhi, Analisis Regresi Sederhana akan digunakan untuk menguji hipotesis yaitu dampak persepsi harga tiket terjangkau terhadap Pengeluaran Konsumen.

Output kunci dari analisis regresi yang akan diinterpretasikan meliputi:

- Koefisien Determinasi (R-squared): Menunjukkan proporsi variasi dalam variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen.
- Uji t (Parsial): Untuk mengetahui signifikansi pengaruh masing-masing variabel independen secara terpisah terhadap variabel dependen.

Melalui tahapan analisis ini, penelitian ini akan dapat memberikan bukti empiris yang kuat mengenai bagaimana harga tiket yang terjangkau memengaruhi perilaku kunjungan dan pola pengeluaran konsumen di Taman Margasatwa Ragunan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengukur sejauh mana ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam menjalankan fungsi ukurnya, yaitu apakah instrumen tersebut benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas instrumen menjadi penting karena instrumen yang tidak valid akan menghasilkan data yang tidak relevan dengan tujuan penelitian, sehingga kesimpulan yang ditarik pun menjadi tidak sah.

Berdasarkan hasil analisis uji validitas yang dilakukan terhadap 14 item pernyataan (X1 hingga Y7) dengan melibatkan 150 responden, diperoleh nilai korelasi Pearson (r-hitung) untuk setiap item dengan skor totalnya.

Tabel 1. Hasil uji validitas

		Correlations														
		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Total
X1	Pearson Correlation	1														
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
X2	Pearson Correlation		1													
	Sig. (2-tailed)			<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
X3	Pearson Correlation			1												
	Sig. (2-tailed)				<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
X4	Pearson Correlation				1											
	Sig. (2-tailed)					<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
X5	Pearson Correlation					1										
	Sig. (2-tailed)						<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
X6	Pearson Correlation						1									
	Sig. (2-tailed)							<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
X7	Pearson Correlation							1								
	Sig. (2-tailed)								<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
Y1	Pearson Correlation								1							
	Sig. (2-tailed)									<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
Y2	Pearson Correlation									1						
	Sig. (2-tailed)										<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
Y3	Pearson Correlation										1					
	Sig. (2-tailed)											<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
Y4	Pearson Correlation											1				
	Sig. (2-tailed)												<.001	<.001	<.001	<.001
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
Y5	Pearson Correlation												1			
	Sig. (2-tailed)													<.001	<.001	<.001
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
Y6	Pearson Correlation													1		
	Sig. (2-tailed)														<.001	<.001
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
Y7	Pearson Correlation														1	
	Sig. (2-tailed)															<.001
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
Total	Pearson Correlation															1
	Sig. (2-tailed)															<.001
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tabel 1 korelasi menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan memiliki nilai koefisien korelasi (r-hitung) yang signifikan pada taraf signifikansi 0.01 (2-tailed). Secara spesifik, nilai r-hitung untuk masing-masing item adalah sebagai berikut:

X1 (0,831), X2 (0,858), X3 (0,770), X4 (0,788) X5 (0,853), X6 (0,811), X7 (0,860)

Y1 (0,878), Y2 (0,906), Y3 (0,876), Y4 (0,903), Y5 (0,845), Y6 (0,892), dan Y7 (0,881).

Semua nilai r-hitung tersebut lebih besar dari nilai r-tabel untuk N=150 pada taraf signifikansi 5% (df=N-2=148), yaitu sekitar 0,1603. Oleh karena nilai r-hitung untuk setiap item pernyataan secara konsisten menunjukkan korelasi yang kuat dan signifikan dengan skor total, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item dalam instrumen penelitian ini adalah valid dan mampu mengukur konstruk yang dituju.

B. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas, di sisi lain, bertujuan untuk menilai sejauh mana konsistensi atau kestabilan suatu alat ukur apabila digunakan berulang kali pada subjek dan kondisi yang sama. Instrumen yang reliabel akan menghasilkan data yang relatif sama meskipun pengukuran dilakukan pada waktu yang berbeda atau oleh orang yang berbeda, selama aspek yang diukur dalam diri subjek memang belum berubah. Fungsi utama uji reliabilitas adalah untuk memastikan bahwa instrumen dapat dipercaya dan hasil pengukurannya stabil.

Tabel 2. Hasil uji reliabilitas
Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,971	14

Hasil pengujian pada Tabel 2 reliabilitas instrumen penelitian ini menggunakan metode Cronbach's Alpha. Berdasarkan analisis data, diperoleh nilai koefisien Cronbach's Alpha sebesar 0,971 untuk ke-14 item instrumen. Nilai ini jauh di atas batas minimal yang umumnya diterima dalam penelitian sosial (biasanya 0,60 atau 0,70). Tingginya nilai Cronbach's Alpha ini mengindikasikan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat konsistensi internal yang sangat baik. Artinya, item-item dalam instrumen ini secara konsisten mengukur konstruk yang sama dan dapat diandalkan.

UJI ASUMSI KLASIK

C. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data penelitian yang diperoleh berdistribusi normal atau tidak. Distribusi normal adalah salah satu asumsi penting dalam banyak teknik analisis statistik parametrik. Jika data tidak berdistribusi normal, maka penggunaan teknik statistik parametrik dapat menghasilkan kesimpulan yang kurang tepat.

**Tabel 3. Hasil uji normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual	
N		150	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000	
	Std. Deviation	2,66253698	
Most Extreme Differences	Absolute	,065	
	Positive	,065	
	Negative	-,037	
Test Statistic		,065	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		,200 ^d	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	,118	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,109
		Upper Bound	,126

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 1314643744.

Berdasarkan hasil Tabel 3 uji normalitas menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test terhadap unstandardized residual dengan jumlah sampel (N) sebanyak 150, diperoleh beberapa informasi penting. Nilai Mean residu adalah ,0000000 dan Std. Deviation adalah 2,66253698. Nilai Test Statistic Kolmogorov-Smirnov adalah 0,065. Interpretasi utama dari uji normalitas ini didasarkan pada nilai signifikansi (Sig.). Dari hasil yang ditampilkan, terdapat dua nilai signifikansi:

- Asymp. Sig. (2-tailed): 0,200 (dengan catatan bahwa ini adalah batas bawah dari signifikansi sebenarnya dan menggunakan koreksi signifikansi Lilliefors).
- Monte Carlo Sig. (2-tailed): 0,118, dengan interval kepercayaan 99% antara 0,109 dan 0,126 (berdasarkan 10000 sampel Monte Carlo).

Kriteria keputusan untuk uji normalitas adalah sebagai berikut:

- Jika nilai signifikansi > 0,05, maka data berdistribusi normal.
- Jika nilai signifikansi < 0,05, maka data tidak berdistribusi normal.

Dalam kasus ini, kedua nilai signifikansi yang diperoleh (Asymp. Sig. = 0,200 dan Monte Carlo Sig. = 0,118) lebih besar dari 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa data penelitian (dalam hal ini, residu dari model) berdistribusi normal.

D. Uji Heteroskedastisitas (dengan Uji Spearman's Rho)

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Salah satu cara untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas adalah dengan menggunakan uji korelasi Spearman's Rho antara variabel independen dengan nilai residual yang tidak terstandarisasi (unstandardized residual).

Tabel 4. Hasil uji heteroskedasitas
Correlations

			X	Unstandardized Residual
Spearman's rho	X	Correlation Coefficient	1,000	,015
		Sig. (2-tailed)	.	,851
		N	150	150
Unstandardized Residual		Correlation Coefficient	,015	1,000
		Sig. (2-tailed)	,851	.
		N	150	150

Berdasarkan hasil Tabel 4 uji korelasi Spearman's Rho yang ditampilkan:

- Variabel yang diuji korelasinya adalah X dengan Unstandardized Residual.
- Nilai Correlation Coefficient antara X dan Unstandardized Residual adalah 0,015.
- Nilai Sig. (2-tailed) adalah 0,851.
- Jumlah sampel (N) adalah 150.

Kriteria keputusan untuk uji heteroskedastisitas menggunakan Spearman's Rho adalah:

- Jika nilai signifikansi (Sig.) > 0,05, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.
- Jika nilai signifikansi (Sig.) < 0,05, maka terjadi heteroskedastisitas.

Dalam kasus ini, nilai signifikansi (Sig. 2-tailed) sebesar 0,851 jauh lebih besar dari 0,05. Selain itu, nilai koefisien korelasi sebesar 0,015 menunjukkan hubungan yang sangat lemah antara variabel X dan residual. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah heteroskedastisitas dalam model regresi untuk variabel X. Ini berarti varians dari residual bersifat konstan (homoskedastis) antar pengamatan.

E. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang sangat tinggi atau sempurna antara variabel-variabel independen dalam suatu model regresi. Model regresi yang ideal seharusnya tidak menunjukkan korelasi yang kuat antar variabel independennya. Jika multikolinearitas terjadi, maka nilai koefisien regresi bisa menjadi tidak konsisten dan sulit untuk ditafsirkan. Deteksi multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Berdasarkan hasil analisis yang ditampilkan pada tabel "Coefficients":

Tabel 5. Hasil uji multikolinearitas
Coefficients^a

		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	X	1,000	1,000

a. Dependent Variable: Y

- Untuk variabel independen X nilai Tolerance adalah 1,000.
- Nilai VIF untuk variabel X adalah 1,000.

Kriteria keputusan untuk uji multikolinearitas adalah sebagai berikut:

- Jika nilai Tolerance < 0,10, maka mengindikasikan adanya multikolinearitas.
- Jika nilai VIF > 10, maka mengindikasikan adanya multikolinearitas.

Dalam Tabel 5 ini, nilai Tolerance sebesar 1,000 jauh lebih besar dari 0,10. Selain itu, nilai VIF sebesar 1,000 jauh lebih kecil dari 10. Oleh karena itu, dapat disimpulkan

bahwa tidak terdapat masalah multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi ini. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen X cukup independen satu sama lain dan tidak saling berkorelasi secara berlebihan.

F. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah hubungan antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y) bersifat linear atau tidak. Asumsi linearitas penting dalam analisis regresi linear, di mana model mengasumsikan adanya hubungan garis lurus antara prediktor dan variabel hasil.

Tabel 6. Hasil uji linearitas

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * X	Between Groups	(Combined)	3760,012	24	156,667	59,859	<,001
		Linearity	3688,932	1	3688,932	1409,447	<,001
		Deviation from Linearity	71,080	23	3,090	1,181	,275
	Within Groups		327,161	125	2,617		
	Total		4087,173	149			

Pengujian linearitas pada Tabel 6 dilakukan dengan melihat tabel ANOVA, khususnya pada baris "Deviation from Linearity". Berdasarkan hasil analisis yang ditampilkan pada tabel ANOVA untuk hubungan Y * X:

- Pada baris Linearity: Nilai F adalah 1409,447 dengan nilai Sig. < 0,001. Ini menunjukkan bahwa secara statistik terdapat hubungan linear yang signifikan antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y).
- Pada baris Deviation from Linearity: Nilai F adalah 1,181 dengan nilai Sig. sebesar 0,275.

Kriteria keputusan untuk uji linearitas berdasarkan "Deviation from Linearity" adalah:

- Jika nilai Sig. (Deviation from Linearity) > 0,05, maka model regresi memenuhi asumsi linearitas (hubungan antara X dan Y adalah linear).
- Jika nilai Sig. (Deviation from Linearity) < 0,05, maka model regresi tidak memenuhi asumsi linearitas (hubungan antara X dan Y tidak linear).

Dalam kasus ini, nilai Sig. untuk "Deviation from Linearity" adalah 0,275, yang mana lebih besar dari 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa hubungan antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y) adalah linear, dan asumsi linearitas untuk model regresi terpenuhi.

G. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mendeteksi apakah terdapat hubungan antara nilai residual pada periode t dengan residual pada periode sebelumnya (t-1) dalam model regresi linear. Suatu model regresi dianggap baik jika tidak mengandung autokorelasi. Salah satu metode yang sering digunakan untuk menguji hal ini adalah Uji Durbin-Watson (DW test).

Tabel 7. Hasil uji autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,861 ^a	,742	,740	2,672	1,936

a. Predictors: (Constant), X
b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil analisis Tabel 7 didapatkan hasil bahwa:

- Nilai Durbin-Watson (DW) adalah 1,936.

Untuk menginterpretasikan nilai DW, kita memerlukan nilai batas bawah (dL) dan batas atas (dU) dari tabel Durbin-Watson, yang bergantung pada jumlah observasi (N) dan jumlah variabel independen (k). Anda telah memberikan informasi bahwa:

- Nilai dU = 1,64
- Nilai dL = 1,61

Kriteria keputusan untuk uji Durbin-Watson adalah sebagai berikut:

- Jika $DW < dL$: terdapat autokorelasi positif.
- Jika $DW > 4 - dL$: terdapat autokorelasi negatif.
- Jika $dU < DW < 4 - dU$: tidak ada autokorelasi.
- Jika $dL \leq DW \leq dU$ atau $4 - dU \leq DW \leq 4 - dL$: pengujian tidak meyakinkan (inconclusive).

Dalam kasus ini, nilai $DW = 1,936$. Mari kita bandingkan dengan kriteria:

- $dU (1,64) < DW (1,936)$
- $DW (1,936) < 4 - dU (4 - 1,64 = 2,36)$

Karena $1,64 < 1,936 < 2,36$ (yaitu, $dU < DW < 4 - dU$), maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah autokorelasi dalam model regresi ini. Ini berarti residual dari satu observasi tidak berkorelasi secara signifikan dengan residual dari observasi sebelumnya.

Uji Regresi Sederhana

H. Analisis Koefisien Determinasi

Tabel 8. Hasil analisis koefisien determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,861 ^a	,742	,740	2,672

a. Predictors: (Constant), X

Diketahui nilai Tabel 8 r-square sebesar 0,742 yang menandakan bahwa sumbangan pengaruh variabel Independen terhadap variabel Dependen sebesar 74,2%

2. Uji T (Uji Hipotesis)

Uji t pada analisis regresi digunakan untuk menilai apakah setiap variabel independen secara terpisah berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai t-hitung terhadap t-tabel, atau dengan memperhatikan nilai signifikansi (Sig.) yang diperoleh dari hasil uji t.

Tabel 9. Hasil uji hipotesis

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.	
	B	Std. Error	Coefficients Beta			
1	(Constant)	1,985	,970	2,048	,042	
	X2	,923	,045	,861	20,608	,000

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil analisis Tabel 9 didapatkan hasil bahwa:

- Untuk Variabel Independen X:
- Nilai koefisien regresi (B) adalah 0,923. Ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu unit pada variabel X akan meningkatkan variabel dependen (Y) sebesar 0,923 unit, dengan asumsi variabel lain konstan.
- Nilai t-hitung (t) adalah 20,608.
- Nilai signifikansi (Sig.) adalah $< 0,001$.

Kriteria keputusan untuk uji t adalah sebagai berikut (dengan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$):

- Jika nilai Sig. $< 0,05$, maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- Jika nilai Sig. $> 0,05$, maka variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Atau, jika menggunakan perbandingan t-hitung dengan t-tabel:

- Jika $|t\text{-hitung}| > t\text{-tabel}$, maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- Jika $|t\text{-hitung}| < t\text{-tabel}$, maka variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. (Nilai t-tabel untuk $N=150$, $k=1$ (jumlah variabel independen X), $df = N-k-1 = 150-1-1 = 148$ pada $\alpha/2 = 0,025$ adalah sekitar 1,976).

Dalam kasus ini, nilai Sig. untuk variabel X adalah $< 0,001$, yang jauh lebih kecil dari 0,05. Selain itu, nilai t-hitung (20,608) juga jauh lebih besar dari nilai t-tabel (sekitar 1,976). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel independen X secara parsial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel dependen Y. Untuk Konstanta (Constant):

- Nilai koefisien (B) adalah 1,985.
- Nilai t-hitung (t) adalah 2,048.
- Nilai signifikansi (Sig.) adalah 0,042. Karena nilai Sig. (0,042) $< 0,05$, maka konstanta juga signifikan dalam model ini.

Melalui semua uji yang sudah dilakukan, hasil menunjukkan bahwa variabel independen X memiliki pengaruh yang positif dan signifikan secara statistik terhadap variabel dependen Y. Hal ini, ditambah dengan terpenuhinya seluruh uji instrumen dan asumsi klasik, memperkuat keyakinan bahwa hubungan yang ditemukan antara X dan Y adalah valid dan dapat dipertanggungjawabkan. Secara keseluruhan, model regresi yang dihasilkan layak digunakan untuk menjelaskan variasi pada variabel dependen dan untuk membuat prediksi atau inferensi lebih lanjut terkait hubungan antar variabel yang diteliti.

SIMPULAN

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, penelitian ini menghasilkan beberapa kesimpulan utama terkait dampak harga tiket terjangkau terhadap Pengeluaran Konsumen di Taman Margasatwa Ragunan:

- A. Persepsi Harga Tiket dan Pengeluaran Konsumen: Hasil uji regresi sederhana menunjukkan bahwa persepsi harga tiket yang terjangkau (variabel X) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan secara statistik terhadap pengeluaran konsumen di dalam area Taman Margasatwa Ragunan (variabel Y). Koefisien regresi positif sebesar 0,923 mengindikasikan bahwa semakin terjangkau persepsi harga tiket masuk, semakin tinggi kecenderungan konsumen untuk mengeluarkan uang lebih banyak untuk produk dan layanan lain di dalam kebun binatang.
- B. Kontribusi Variabel Independen: Variabel persepsi harga tiket terjangkau mampu menjelaskan sebesar 74,2% variasi dalam pengeluaran konsumen di dalam Taman Margasatwa Ragunan, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai R-square sebesar 0,742. Ini menandakan bahwa keterjangkauan harga tiket merupakan faktor penting yang memengaruhi keputusan pengeluaran konsumen di lokasi.
- C. Validitas Model Penelitian: Seluruh uji instrumen (validitas dan reliabilitas) menunjukkan bahwa kuesioner yang digunakan adalah valid dan reliabel. Selain itu, model regresi yang digunakan telah memenuhi semua asumsi klasik yang diujikan (normalitas, tidak ada heteroskedastisitas, tidak ada multikolinearitas, linearitas, dan tidak ada autokorelasi), sehingga hasil analisis dapat dianggap kuat dan dapat dipertanggungjawabkan.

Secara keseluruhan, penelitian ini mengonfirmasi bahwa kebijakan harga tiket yang terjangkau di Taman Margasatwa Ragunan tidak hanya berfungsi sebagai daya tarik bagi pengunjung tetapi juga secara signifikan berpotensi mendorong peningkatan pendapatan dari pengeluaran internal konsumen.

Referensi :

- Ghozali, I. (2021). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hardina, M. S., & Sudarusman, E. (2021). Pengaruh harga, lokasi, dan fasilitas terhadap keputusan berkunjung wisata Taman Sari di Yogyakarta. *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2(1), 1-10.
- Kim, H., & Park, J. (2018). Price sensitivity and repeat visitation in theme parks. *Journal of Travel Research*, 57(2), 210-222.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Principles of marketing* (17th ed.). Pearson.
- Lee, S., & Kim, H. (2019). Beyond the ticket: Ancillary spending in tourist attractions. *International Journal of Hospitality Management*, 81, 75-83.
- Lim, W. M., & Tan, T. H. (2019). Price perception and tourist destination choice. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 24(5), 456-472.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer behavior* (10th ed.). Pearson.

Analisis Dampak Harga Tiket Terjangkau terhadap Pengeluaran Konsumen di Taman Margasatwa.....

Sugiyono. (2022). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta.

Sunyoto, D., & Saksono, Y. (2022). Perilaku konsumen. CV. Budi Utama.