HYβRIDA
ISSN : 3031-1314
Jurnal Pertanian, Peternakan, Perikanan
Vol 9 No 1 Tahun 2026

Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pengunjung Pada Agrowisata Arjuna *Farm* Berbasis *Smart Farming* Di Kecamatan Tamansari Kota Tasikmalaya

Sinta Siti Nursaidah [1],D Yadi Heryadi [2], Budhi Wahyu Fitriadi [3]
Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian,
Universitas Perjuangan Tasikmalaya
sintasitinursaidah57@gmail.com , heryadiday63@yahoo.co.id ,budhiwahyu@unper.ac.id

Abstrak. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fluktuasi jumlah pengunjung Agrowisata Arjuna *Farm* yang menunjukkan bahwa minat pengunjung masih perlu diperhatikan dan ditingkatkan. Arjuna *Farm* merupakan destinasi wisata berbasis pertanian yang menggabungkan edukasi, rekreasi, dan penerapan teknologi *Smart Farming*. Minat berkunjung diduga tidak hanya dipengaruhi oleh daya tarik wisata, tetapi juga faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh keempat faktor tersebut terhadap minat pengunjung, baik secara parsial maupun simultan, serta mengidentifikasi faktor yang paling dominan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Responden ditentukan melalui teknik non-probability sampling dengan metode accidental sampling. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada pengunjung dengan pengukuran menggunakan skala Likert. Analisis data dilakukan secara deskriptif dan menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan aplikasi Statistical Package for the Social Sciences (SPSS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pengunjung. Secara simultan, keempat faktor tersebut juga berpengaruh signifikan. Faktor psikologis menjadi faktor paling dominan dalam memengaruhi minat pengunjung. Hal ini menunjukkan bahwa motivasi, persepsi, pengalaman, dan keyakinan terhadap manfaat wisata berperan penting dalam membentuk minat berkunjung. Oleh karena itu, pengelola diharapkan meningkatkan kualitas pengalaman pengunjung melalui kegiatan edukasi dan rekreasi yang interaktif, praktik pertanian secara langsung, serta optimalisasi penerapan teknologi *Smart Farming* agar minat pengunjung dapat dipertahankan dan ditingkatkan secara berkelanjutan.

Kata kunci: Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, Faktor Psikologis, Minat Pengunjung, Agrowisata Arjuna *Farm*.

Articleii History
Received: November 2026
Reviewed: November 2026
Published:November 2026
Plagirism Checker No 234.83473

Copyright : Author
Publishii by : Hibrida

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

HYβRIDA
ISSN : 3031-1314
Jurnal Pertanian, Peternakan, Perikanan
Vol 9 No 1 Tahun 2026

Abstract. *This research was motivated by fluctuations in the number of visitors to Arjuna Farm Agrotourism, indicating that visitor interest needs to be maintained and improved. Arjuna Farm is an agricultural tourism destination that combines education, recreation, and the application of Smart Farming technology. Visiting interest is assumed to be influenced not only by tourist attractions but also by cultural, social, personal, and psychological factors. This study aims to examine the effects of these four factors on visitor interest, both partially and simultaneously, and to identify the most dominant factor. This research employed a quantitative approach using a survey method. Respondents were selected through a non-probability sampling technique using the accidental sampling method. Primary data were collected through questionnaires distributed to visitors, with responses measured using a Likert scale. Data were analyzed descriptively and using multiple linear regression with the assistance of the Statistical Package for the Social Sciences (SPSS). The results show that cultural, social, personal, and psychological factors have positive and significant effects on visitor interest individually. Simultaneously, these four factors also have a significant effect on visitor interest. Psychological factors are the most dominant in influencing visitor interest. This indicates that visitors' motivation, perceptions, experiences, and beliefs regarding the benefits of tourism play an important role in shaping their interest in visiting. Therefore, the management is expected to improve visitor experiences through interactive educational and recreational activities, direct participation*

Keywords: Cultural Factors, Social Factors, Personal Factors, Psychological Factors, Visitor Interest, Arjuna *Farm* Agrotourism

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang memiliki kekayaan sumber daya pariwisata, baik dari potensi alam, sosial, maupun budaya. Keanekaragaman tersebut menjadikan setiap daerah memiliki karakteristik dan daya tarik wisata yang berbeda serta berpotensi memberikan kontribusi terhadap perekonomian daerah maupun nasional (Mahmudah et al., 2023). Salah satu bentuk pariwisata yang berkembang adalah agrowisata, yaitu kegiatan wisata yang memanfaatkan sektor pertanian sebagai daya tarik melalui keindahan alam, aktivitas budidaya, teknologi pertanian, dan budaya masyarakat petani. Selain memberikan pengalaman rekreatif dan edukatif, agrowisata juga berpotensi meningkatkan pendapatan serta kesejahteraan masyarakat sekitar (Sariwati et al., 2017; Mukson et al., 2022).

HYβRIDA
ISSN : 3031-1314
Jurnal Pertanian, Peternakan, Perikanan
Vol 9 No 1 Tahun 2026

Salah satu destinasi agrowisata di Kota Tasikmalaya adalah Agrowisata Arjuna *Farm* yang berlokasi di Kecamatan Tamansari. Destinasi ini mengembangkan wisata edukasi pertanian dengan mengintegrasikan teknologi Internet of Things (IoT) dan konsep smart *Farm*ing. Berbagai kegiatan yang ditawarkan meliputi eksplorasi kebun pintar, pengenalan sistem irigasi presisi, penggunaan sensor greenhouse, kegiatan menanam, budidaya ikan sistem bioflok, serta aktivitas rekreasi seperti outbound, ngobeng ikan, dan flying fox. Perpaduan edukasi, teknologi, dan rekreasi tersebut menjadi daya tarik dalam memberikan pengalaman wisata yang interaktif kepada pengunjung (Hanifa et al., 2025; Hikmatunnisa et al., 2024). Minat pengunjung merupakan aspek penting dalam pengembangan destinasi wisata karena berkaitan dengan ketertarikan dan keinginan seseorang untuk mengunjungi suatu tempat, menjadikannya pilihan wisata, mencari informasi, serta merekomendasikannya kepada orang lain (Sita & Yuliani, 2023). Berdasarkan data Agrowisata Arjuna *Farm* periode Oktober 2024 hingga Maret 2026, jumlah pengunjung edukasi mencapai 7.334 orang. Namun, jumlah tersebut mengalami fluktuasi setiap bulannya. Kunjungan tertinggi terjadi pada Februari 2025 sebanyak 1.004 orang, sedangkan pada Februari 2026 menurun menjadi 50 orang. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa jumlah kunjungan belum stabil sehingga diperlukan kajian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat pengunjung.

Menurut Kotler dan Keller (2016), perilaku konsumen dipengaruhi oleh empat faktor utama, yaitu budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Faktor budaya berkaitan dengan nilai dan kebiasaan masyarakat, faktor sosial mencakup pengaruh keluarga dan lingkungan pergaulan, faktor pribadi berkaitan dengan usia, pekerjaan, kondisi ekonomi, dan gaya hidup, sedangkan faktor psikologis meliputi motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan, dan sikap. Keempat faktor tersebut relevan untuk menganalisis minat pengunjung dalam memilih Agrowisata Arjuna *Farm* sebagai destinasi wisata edukasi berbasis smart *Farm*ing. Penelitian terdahulu oleh Deli dan Fruit (2025) mengkaji faktor fasilitas, aksesibilitas, kebersihan, dan keamanan terhadap keputusan pengunjung. Hasilnya menunjukkan bahwa variabel tersebut berpengaruh secara simultan, tetapi secara parsial hanya fasilitas yang berpengaruh signifikan. Perbedaan karakteristik destinasi wisata menunjukkan perlunya penelitian dengan pendekatan faktor perilaku konsumen yang berbeda, khususnya pada agrowisata berbasis teknologi pertanian. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis terhadap minat pengunjung Agrowisata Arjuna *Farm* di Kecamatan Tamansari, Kota Tasikmalaya, baik secara parsial maupun simultan, serta mengidentifikasi faktor yang paling dominan. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pengelola dalam meningkatkan daya tarik dan mengembangkan Agrowisata Arjuna *Farm* secara berkelanjutan.

HYβRIDA
Jurnal Pertanian, Peternakan, Perikanan
Vol 9 No 1 Tahun 2026
ISSN : 3031-1314

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei yang dilaksanakan di Agrowisata Arjuna *Farm*, Kecamatan Tamansari, Kota Tasikmalaya. Pemilihan lokasi didasarkan pada karakteristik Arjuna *Farm* sebagai destinasi agrowisata berbasis smart *Farm*ing. Populasi penelitian adalah seluruh pengunjung edukasi Agrowisata Arjuna *Farm* periode Oktober 2024 hingga Maret 2026 sebanyak 7.334 orang. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, sehingga diperoleh jumlah minimum 99 responden. Untuk mengantisipasi kuesioner yang tidak lengkap, jumlah sampel ditetapkan sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan non-probability sampling dengan metode accidental sampling, yaitu pemilihan responden berdasarkan pengunjung yang secara kebetulan ditemui di lokasi penelitian dan memenuhi kriteria, yaitu berusia minimal 17 tahun serta pernah atau sedang berkunjung ke Agrowisata Arjuna *Farm*. Data penelitian terdiri atas data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden dan data sekunder yang diperoleh dari dokumen serta informasi pendukung terkait objek penelitian. Data dianalisis menggunakan analisis kuantitatif dengan regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh faktor budaya (X1), sosial (X2), pribadi (X3), dan psikologis (X4) terhadap minat pengunjung (Y). Sebelum pengujian hipotesis, dilakukan uji validitas dan reliabilitas instrumen. Selanjutnya, pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t untuk mengetahui pengaruh secara parsial, uji F untuk mengetahui pengaruh secara simultan, serta koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana setiap item pernyataan dalam kuesioner mampu mengukur variabel yang diteliti. Pengujian validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel**.** Suatu item pernyataan dinyatakan valid apabila nilai r hitung > r tabel**.** Dalam penelitian ini, dengan jumlah responden sebanyak 100 orang, diperoleh nilai r tabel sebesar 0,196 pada taraf signifikansi 5%. Oleh karena itu, setiap item pernyataan yang memiliki nilai r hitung lebih besar dari 0,196 dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian.

HYβRIDA
ISSN : 3031-1314
Jurnal Pertanian, Peternakan, Perikanan
Vol 9 No 1 Tahun 2026

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Faktor budaya (X1)	X1.1	0,492	0,196	Valid
	X1.2	0,506	0,196	Valid
	X1.3	0,447	0,196	Valid
	X1.4	0,587	0,196	Valid
	X1.5	0,431	0,196	Valid
Faktor sosial (X2)	X2.1	0,611	0,196	Valid
	X2.2	0,629	0,196	Valid
	X2.3	0,253	0,196	Valid
	X2.4	0,384	0,196	Valid
Faktor pribadi (X3)	X3.1	0,448	0,196	Valid
	X3.2	0,720	0,196	Valid
	X3.3	0,671	0,196	Valid
	X3.4	0,765	0,196	Valid
Faktor psikologis (X4)	X4.1	0,648	0,196	Valid
	X4.2	0,621	0,196	Valid
	X4.3	0,707	0,196	Valid
	X4.4	0,719	0,196	Valid
Minat pengunjung (Y)	Y1.1	0,553	0,196	Valid
	Y1.2	0,575	0,196	Valid
	Y1.3	0,567	0,196	Valid
	Y1.4	0,599	0,196	Valid

Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2026

Hasil analisis menunjukan bahwa nilai signifikansi setiap item pertanyaan dari seluruh variabel bernilai > 0,196 . Sehingga dapat dibuktikan bahwa setiap item pertanyaan pada kuesioener terkait faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis, dan minat pengunjung merupakan data valid. Sehingga data ini dapat dijadikan sebagai acuan terhadap peneliti selanjutnya.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui tingkat konsistensi instrumen penelitian dalam mengukur suatu variabel. Kuesioner dinyatakan reliabel apabila jawaban responden terhadap setiap pernyataan menunjukkan hasil yang konsisten dari waktu ke waktu. Dengan melalui program SPSS pada analisis skala, perhitungan reliabilitas dilakukan dengan menggunakan pengukuran satu kali atau disebut dengan *one shot*. Dimana pedoman pengambilan keputusan uji reliabilitas dilakukan dengan uji faktual *Cronbach's alpha* (α). Jika *cronbach's alpha* > 0,60 maka kuesioner dinyatakan reliabel atau konsisten. Jika nilai cronbachs alpha < 0,60 maka kuesioner dinyatakan tidak reliabel atau tidak konsisten.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	*Alpha cronbach*	Keterangan
Faktor budaya	0,647	Reliabel
Faktor sosial	0,607	Reliabel
Faktor pribadi	0,757	Reliabel
Faktor psikologis	0,764	Reliabel
Minat pengunjung	0,695	Reliabel

Sumber : data diolah oleh peneliti, 2026

HYβRIDA
ISSN : 3031-1314
Jurnal Pertanian, Peternakan, Perikanan
Vol 9 No 1 Tahun 2026

Instrumen penelitian dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha > 0,60. Berdasarkan hasil pengujian, seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,60 sehingga dapat dinyatakan reliabel. Dengan demikian, seluruh item pernyataan dalam kuesioner layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data residual dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak, yang merupakan salah satu syarat (asumsi klasik) sebelum dilakukan analisis regresi linear. Pengujian ini menggunakan metode *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*, dengan dasar pengambilan keputusan: jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) > 0,05, maka data dinyatakan berdistribusi normal.

Tabel 3. Hasil Uji kolmogrov-smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	Unstandardized Residual
N	100
Mean	0
Std. Deviation	1,11552742
Test Statistic	,084
Asymp. Sig. (2-tailed)	,077[c]

Sumber : data diolah oleh peneliti, 2026

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai *Test Statistic* sebesar 0,084 dengan Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,077**.** Karena nilai signifikansi 0,077 lebih besar dari 0,05 (0,077 > 0,05), maka dapat disimpulkan bahwa data residual dalam penelitian ini berdistribusi normal**.**

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antarvariabel independen dalam model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak mengalami multikolinearitas. Pengujian dilakukan dengan melihat nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF), dengan kriteria sebagai berikut:

- Jika nilai Tolerance > 0,10 dan VIF < 10, maka tidak terjadi multikolinearitas.
- Jika nilai Tolerance < 0,10 dan VIF > 10, maka terjadi multikolinearitas.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
X1	0,717	1,396	Tidak terjadi multikolinearitas
X2	0,771	1,298	Tidak terjadi multikolinearitas
X3	0,734	1,362	Tidak terjadi multikolinearitas
X4	0,596	1,679	Tidak terjadi multikolinearitas

HYβRIDA
Jurnal Pertanian, Peternakan, Perikanan
Vol 9 No 1 Tahun 2026
ISSN : 3031-1314

Sumber : data diolah oleh peneliti, 2026

Berdasarkan hasil pengujian, seluruh variabel memiliki nilai Tolerance di atas 0,10 dan nilai VIF di bawah 10. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala multikolinearitas, sehingga memenuhi syarat untuk digunakan dalam analisis selanjutnya.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan varians residual antar pengamatan dalam model regresi. Model regresi yang baik tidak mengalami heteroskedastisitas. Pengujian dilakukan menggunakan uji Glejser dengan meregresikan nilai absolut residual (ABS_RES) terhadap variabel independen. Kriteria pengujiannya sebagai berikut:

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

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

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	Keterangan
X1	0,149	Tidak terjadi heteroskedastisitas
X2	0,240	Tidak terjadi heteroskedastisitas
X3	0,238	Tidak terjadi heteroskedastisitas
X4	0,295	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber : data diolah oleh peneliti, 2026

Berdasarkan hasil pengujian, seluruh variabel memiliki nilai signifikansi di atas 0,05, yaitu budaya sebesar 0,149, sosial sebesar 0,240, pribadi sebesar 0,238, dan psikologis sebesar 0,295. Dengan demikian, model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas dan memenuhi asumsi homoskedastisitas.

Uji Regresi Linier berganda faktor-faktor yang mempengaruhi minat pengunjung pada agrowisata arjuna *Farm* berbasis *Smart Farming* dikecamatan Tamansari Kota Tasikmalaya.

Analisis regresi linear berganda bertujuan untuk memprediksi seberapa besar pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linear berganda

Variabel	Koefisien Regresi (B)	t hitung	Sig.
Konstanta	0,461	0,199	0,843
X1	0,211	2,088	0,039
X2	0,189	2,478	0,015
X3	0,204	2,620	0,010
X4	0,289	3,326	0,001

Sumber : data diolah oleh peneliti, 2026

Berdasarkan tabel *Coefficients* di atas, diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

HYβRIDA
Jurnal Pertanian, Peternakan, Perikanan
Vol 9 No 1 Tahun 2026
ISSN : 3031-1314

Y =0,461 + 0,211X1+ 0,189X2 + 0,204X3 + 0,289X4+e

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa variabel faktor budaya (X_1), faktor sosial (X_2), faktor pribadi (X_3), dan faktor psikologis (X_4) memiliki arah hubungan yang positif terhadap minat pengunjung (Y) pada Agrowisata Arjuna *Farm* berbasis *Smart Farming* di Kecamatan Tamansari, Kota Tasikmalaya.

1. **Nilai konstanta sebesar 0,461** menunjukkan bahwa apabila faktor budaya, sosial,pribadi, dan psikologis dianggap bernilai nol, maka nilai minat pengunjung diperkirakan sebesar 0,461. Namun, nilai konstanta dalam penelitian ini lebih berfungsi sebagai nilai dasar model regresi karena kondisi seluruh variabel independen bernilai nol tidak secara langsung menggambarkan kondisi nyata responden.
   Koefisien regresi faktor budaya (X_1) sebesar 0,211 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada faktor budaya, dengan asumsi faktor sosial, pribadi, dan psikologis tetap, akan meningkatkan minat pengunjung sebesar 0,211 satuan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin kuat faktor budaya yang dirasakan atau dipertimbangkan pengunjung, maka semakin tinggi pula minat pengunjung terhadap Agrowisata Arjuna *Farm*.
2. **Nilai Koefisien regresi faktor sosial (X_2) sebesar 0,189** menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada faktor sosial, dengan asumsi variabel lainnya tetap, akan meningkatkan minat pengunjung sebesar 0,189 satuan. Artinya, lingkungan sosial, kelompok referensi, keluarga, maupun interaksi sosial dapat memberikan pengaruh positif terhadap peningkatan minat pengunjung.
3. **Koefisien regresi faktor pribadi (X_3) sebesar 0,204** menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada faktor pribadi, dengan asumsi variabel lainnya tetap, akan meningkatkan minat pengunjung sebesar 0,204 satuan. Hal ini menunjukkan bahwa karakteristik dan kondisi pribadi pengunjung, seperti usia, pekerjaan, gaya hidup, dan kondisi ekonomi, memiliki hubungan positif dengan minat untuk berkunjung ke Agrowisata Arjuna *Farm*.
4. **Koefisien regresi faktor psikologis (X_4) sebesar 0,289** menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada faktor psikologis, dengan asumsi variabel lainnya tetap, akan meningkatkan minat pengunjung sebesar 0,289 satuan. Dengan demikian, semakin positif persepsi, motivasi, pengalaman belajar, dan dorongan psikologis pengunjung terhadap Agrowisata Arjuna *Farm*, maka semakin tinggi pula minat pengunjung.

Dari keempat variabel independen tersebut, faktor psikologis memiliki koefisien regresi paling besar, yaitu 0,289. Hal ini menunjukkan bahwa dalam model penelitian ini faktor psikologis memiliki pengaruh relatif paling besar terhadap minat pengunjung dibandingkan faktor budaya, sosial, dan pribadi. Temuan tersebut diperkuat oleh nilai koefisien beta terstandarisasi, yaitu faktor budaya sebesar 0,189, sosial sebesar 0,197, pribadi sebesar 0,235, dan psikologis sebesar 0,319.

Hasil regresi linear berganda menunjukkan bahwa faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis memiliki hubungan positif dengan minat pengunjung. Di antara keempat variabel tersebut, faktor psikologis memberikan kontribusi paling besar. Hal ini menunjukkan bahwa motivasi, persepsi, dan dorongan psikologis perlu menjadi perhatian dalam pengembangan Agrowisata Arjuna *Farm* berbasis smart *Farm*ing.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Faisal dan Ashoer (2018) pada Malino Highland yang membuktikan bahwa faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis berpengaruh signifikan terhadap keputusan kunjungan wisatawan. Kedua penelitian juga menunjukkan bahwa faktor psikologis merupakan variabel yang paling dominan. Kesamaan tersebut mengindikasikan bahwa motivasi, persepsi, pengalaman, serta keyakinan pengunjung berperan penting dalam membentuk ketertarikan dan keputusan untuk mengunjungi destinasi wisata. Adapun

HYβRIDA
ISSN : 3031-1314
Jurnal Pertanian, Peternakan, Perikanan
Vol 9 No 1 Tahun 2026

perbedaannya terletak pada objek dan variabel terikat yang digunakan. Penelitian Faisal dan Ashoer berfokus pada keputusan kunjungan wisatawan di Malino Highland, sedangkan penelitian ini mengkaji minat pengunjung pada Agrowisata Arjuna *Farm* berbasis smart *Farm*ing.

Uji Koefisien Determinasi (R^2) (faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis, terhadap minat pengunjung arjuna *Farm*).

"Koefisien determinasi (R^2) merupakan indikator yang digunakan untuk mengukur sejauh mana variabel independen mampu menerangkan perubahan atau keragaman yang terjadi pada variabel dependen dalam suatu model regresi. Nilai R^2 yang semakin tinggi menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan yang semakin baik dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Sementara itu, bagian variasi yang tidak dapat dijelaskan oleh model diasumsikan berkaitan dengan faktor-faktor lain di luar cakupan penelitian.

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien determinasi

R	R Square (R^2)	Adjusted R Square
0,646	0,417	0,393

Sumber : data diolah oleh peneliti, 2026

Berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi yang tercantum dalam tabel *Model Summary*, diperoleh nilai R sebesar 0,646. Angka tersebut mengindikasikan bahwa hubungan antara faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis dengan minat pengunjung memiliki tingkat keeratan yang cukup kuat. Adapun nilai R Square sebesar 0,417 menunjukkan bahwa kontribusi keempat variabel bebas secara bersama-sama dalam menerangkan variasi minat pengunjung Agrowisata Arjuna *Farm* mencapai 41,7%. Dengan demikian, sebesar 58,3% sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dianalisis dalam penelitian ini. Faktor-faktor tersebut dapat mencakup harga, kelengkapan fasilitas, lokasi, kegiatan promosi, mutu pelayanan, pengalaman selama berkunjung, serta aspek lainnya.

Temuan ini memiliki kesesuaian dengan hasil penelitian Faisal dan Ashoer (2018), yang mengungkapkan bahwa faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis memberikan kontribusi sebesar 52,1% terhadap keputusan wisatawan dalam melakukan kunjungan. Adanya perbedaan persentase kontribusi antara kedua penelitian tersebut kemungkinan disebabkan oleh perbedaan karakteristik objek yang diteliti serta latar belakang responden yang terlibat dalam masing-masing penelitian.

Uji Hipotesis

Faktor-faktor yang memperngaruhi minat pengunjung pada agrowisata arjuna *Farm* berbasis *Smart Farming* Di Kecamatan Tamansari Kota Tasikmalaya secara Simultan (Uji F)

Uji F merupakan metode pengujian statistik yang digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen dalam suatu model regresi secara simultan mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Selain itu, pengujian ini dilakukan untuk mengetahui kelayakan model regresi dalam menggambarkan hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Penentuan hasil pengujian didasarkan pada perbandingan nilai signifikansi (Sig.) dengan batas toleransi kesalahan sebesar 5% atau 0,05. Jika nilai signifikansi yang diperoleh kurang dari 0,05, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa seluruh variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, apabila nilai signifikansi melebihi 0,05, maka H_0 tidak dapat ditolak. Hal ini

HYβRIDA
ISSN : 3031-1314
Jurnal Pertanian, Peternakan, Perikanan
Vol 9 No 1 Tahun 2026

mengindikasikan bahwa variabel independen secara simultan belum menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 8. Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	88,164	4	22,041	16,997	,000[b]
	Residual	123,196	95			
	Total	211,360	99			

Sumber : data diolah oleh peneliti, 2026

Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh nilai F hitung sebesar 16,997 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05, maka H0 ditolak dan Ha diterima, yang berarti variabel faktor budaya (X1), faktor sosial (X2), faktor pribadi (X3), dan faktor psikologis (X4) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat pengunjung (Y). Dengan demikian, model regresi yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan layak (fit) untuk memprediksi minat pengunjung Agrowisata Arjuna *Farm*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (sri tjondro winarmo et al, 2021) yang menggunakan faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis dalam menganalisis permintaan wisatawan pada agrowisata kopi di Jawa Timur. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa faktor sosial, pribadi, dan psikologis memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan wisatawan.

Kesamaan tersebut menunjukkan bahwa perilaku wisatawan dalam menentukan pilihan kunjungan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik yang berasal dari lingkungan maupun dari dalam diri wisatawan. Hasil penelitian ini semakin memperkuat temuan tersebut karena keempat faktor yang digunakan dalam penelitian secara bersama-sama terbukti berpengaruh signifikan terhadap minat pengunjung pada Agrowisata Arjuna *Farm*.

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat pengunjung pada agrowisata arjuna *Farm* berbasis *Smart Farming* Di Kecamatan Tamansari Kota Tasikmalaya secara Parsial (Uji t)

Uji t atau pengujian secara parsial merupakan prosedur statistik yang bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh setiap variabel independen terhadap variabel dependen secara terpisah. Dalam penelitian ini, pengujian dilakukan untuk menganalisis pengaruh faktor budaya (X1), faktor sosial (X2), faktor pribadi (X3), dan faktor psikologis (X4) terhadap minat pengunjung (Y) secara individual. Dasar pengambilan keputusan dalam pengujian ini mengacu pada nilai signifikansi (Sig.) dengan menggunakan tingkat kesalahan sebesar 5% atau 0,05. Apabila nilai signifikansi suatu variabel berada di bawah 0,05, maka variabel tersebut dinyatakan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat pengunjung. Sebaliknya, jika nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05, maka pengaruh variabel tersebut secara parsial dinyatakan tidak signifikan.

HYβRIDA
Jurnal Pertanian, Peternakan, Perikanan
Vol 9 No 1 Tahun 2026
ISSN : 3031-1314

Tabel 9. Hasil Uji t

Model		Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
1	(Constant)	,461	2,319		,199	,843
	X1	,211	,101	,189	2,088	,039
	X2	,189	,076	,197	2,478	,015
	X3	,204	,078	,235	2,620	,010
	X4	,289	,087	,319	3,326	,001

Sumber : data diolah oleh peneliti, 2026

Berdasarkan Tabel 16 Uji t secara parsial dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh Faktor Budaya (X1) terhadap Minat Pengunjung (Y)

Hasil pengujian menunjukkan nilai t hitung sebesar 2,088 dengan signifikansi 0,039, lebih kecil dari 0,05. Koefisien regresi sebesar 0,211 menunjukkan arah positif. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga faktor budaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pengunjung. Hal ini menunjukkan bahwa kebiasaan berwisata alam, nilai budaya, dan ketertarikan terhadap kegiatan pertanian dapat meningkatkan minat berkunjung ke Arjuna *Farm*. Daya tarik wisata edukasi pertanian dan teknologi Smart *Farm*ing, seperti hidroponik dan bioflok, turut mendukung hasil tersebut. Temuan ini sejalan dengan penelitian Sri Tjondro Winarmo et al. (2021) yang menyatakan bahwa faktor budaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan wisatawan pada agrowisata kopi di Jawa Timur.

2. Pengaruh Faktor Sosial (X2) terhadap Minat Pengunjung (Y)

Hasil pengujian memperoleh nilai t hitung sebesar 2,478 dengan signifikansi 0,015, lebih kecil dari 0,05. Koefisien regresi sebesar 0,189 menunjukkan pengaruh positif. Oleh karena itu, H_0 ditolak dan H_2 diterima, yang berarti faktor sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pengunjung. Hal ini menunjukkan bahwa keluarga, teman, komunitas, dan rekomendasi orang lain dapat mendorong seseorang untuk berkunjung. Kondisi tersebut terlihat pada kegiatan kunjungan keluarga, rombongan sekolah, dan komunitas melalui program outing class di Arjuna *Farm*. Hasil ini sejalan dengan penelitian Andiansyah dan Zulkarnaen (2024) mengenai pengaruh lingkungan sosial terhadap keputusan mengunjungi destinasi wisata.

3. Pengaruh Faktor Pribadi (X3) terhadap Minat Pengunjung (Y)

Hasil pengujian menunjukkan nilai t hitung sebesar 2,620 dengan signifikansi 0,010, lebih kecil dari 0,05. Koefisien regresi sebesar 0,204 menunjukkan arah positif. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_3 diterima, sehingga faktor pribadi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pengunjung. Hasil ini menunjukkan bahwa usia, pekerjaan, kondisi ekonomi, dan gaya hidup turut memengaruhi minat seseorang untuk berwisata. Hal tersebut berkaitan dengan mayoritas responden Arjuna *Farm* yang berusia 20–25 tahun dan berstatus mahasiswa. Konsep wisata edukasi serta teknologi *Smart Farming* sesuai dengan ketertarikan mereka terhadap pengalaman dan pengetahuan baru. Temuan ini sejalan dengan penelitian Sri Tjondro Winarmo et al. (2021), Sabri et al. (2022), serta teori Kotler dan Keller (2016) mengenai pengaruh karakteristik pribadi terhadap perilaku konsumen.

HYβRIDA
ISSN : 3031-1314
Jurnal Pertanian, Peternakan, Perikanan
Vol 9 No 1 Tahun 2026

4. Pengaruh Faktor Psikologis (X4) terhadap Minat Pengunjung (Y)

Hasil pengujian menunjukkan nilai t hitung sebesar 3,326 dengan signifikansi 0,001, lebih kecil dari 0,05. Koefisien regresi sebesar 0,289 menunjukkan arah positif. Oleh karena itu, H_0 ditolak dan H_4 diterima, sehingga faktor psikologis berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pengunjung.Hal ini menunjukkan bahwa motivasi, persepsi, dan keyakinan terhadap manfaat wisata dapat mendorong minat berkunjung ke Arjuna *Farm*. Keinginan memperoleh pengetahuan pertanian sekaligus berekreasi menjadi daya tarik tersendiri. Faktor psikologis juga merupakan variabel paling dominan karena memiliki nilai Standardized Beta tertinggi sebesar 0,319. Hasil ini sejalan dengan penelitian Faisal dan Ashoer (2018) yang menunjukkan bahwa faktor psikologis menjadi salah satu faktor dominan dalam memengaruhi keputusan kunjungan wisatawan ke Malino Highland, Kabupaten Gowa.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pengunjung Agrowisata Arjuna *Farm* berbasis *Smart Farming* di Kecamatan Tamansari, Kota Tasikmalaya, baik secara parsial maupun simultan. Hal ini menunjukkan bahwa keempat faktor tersebut memiliki peran dalam membentuk ketertarikan pengunjung untuk memilih dan mengunjungi Agrowisata Arjuna *Farm*. Dari keempat faktor yang diteliti, faktor psikologis merupakan faktor yang paling dominan memengaruhi minat pengunjung. Dengan demikian, motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan, dan sikap pengunjung menjadi aspek penting yang perlu diperhatikan oleh pengelola dalam meningkatkan daya tarik serta mengembangkan Agrowisata Arjuna *Farm* secara berkelanjutan.

DAFTARi PUSTAKA

1. Alwijaya, Heatubun, F., & Rahaded, L. (2024). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat kunjungan wisatawan di Taman Wisata Maneken Prafi Manokwari. *YUME: Journal of Management, 7*(3), 1051–1059.
2. Deli, P., & Fruit, S. (2025). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat berkunjung ke Wisata Taman Buah Lubuk Pakam Deli Serdang. *9*, 317–327.
3. Dewi Astuti, S. N., & Yuliawati, Y. (2018). Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan kunjungan wisata di agrowisata Kabupaten Semarang. *Jurnal Agribisnis Terpadu, 11*(2), 241. https://doi.org/10.33512/jat.v11i2.5099
4. Faisal, A., & Ashoer, M. (2018). Pengaruh budaya, sosial, pribadi, dan psikologis terhadap keputusan pembelian konsumen ekowisata. *5*(1), 69–78.
5. Ferdiyanti, N. C., Trisnawati, J. D., & Rahayu, S. (2025). Pengaruh motivasi dan loyalitas wisatawan terhadap minat berkunjung ke agrowisata. https://doi.org/10.37641/jimkes.v13i3.3117
6. Karawang, P. S. W. T. (2024). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat pengunjung agroeduwisata di P4S Wira Tani Karawang.
7. Mukson, Setiadi, A., Prasetyo, A. S., & Karimah, M. (2022). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pengunjung di Agrowisata Omah Salak Kecamatan Turi Kabupaten Sleman. *Prosiding Seminar Nasional Hasil Penelitian Agribisnis VI, 6*(1), 152–157.
8. Sri Tjondro Winarmo, et al. (2021). Faktor penentu permintaan kopi di Jawa Timur. *18*, 42–49.