

PENGARUH DAYA TARIK WISATA DAN FASILITAS WISATA TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN NEGERI BARU HOTEL DAN RESORT KALIANDA

Saodin^{1*}, Jeny Triani Putri², Nasyi'atun Inayati Utami³, Edison Ginting⁴

¹²Prodi Manajemen STIE Muhammadiyah Kalianda, Indonesia

³Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pringsewu,

⁴Prodi Mekanik Industri dan Desain Politeknik TEDC, Indonesia
Indonesia

E-mail : saodin53@gmail.com

ABSTRACT: *This study aims to determine the influence of tourist attractions and facilities on the decision to visit Negeri Baru Hotel and Resort Kalianda. The population in this study were all respondents who came to Negeri Baru Hotel and Resort Kalianda, with a sample of 100 respondents who had visited the Negeri Baru Hotel and Resort Kalianda Tourism Object. The sampling technique used was Accidental Sampling. The data analysis technique used is Spearman's rank correlation, Spearman's rank correlation significance test, multiple correlation analysis, significance test of multiple correlation, and analysis of the coefficient of determination. Research result; Attractiveness has a significant influence on the decision to visit, the tcount value is greater than the ttable value, namely tcount 2.933 > ttable 1.687, with a significance level of 0.05 > 0.006 which means there is a significant influence. Facilities have a significant influence on visiting decisions, the tcount value is greater than the ttable value, namely tcount 3.703 > ttable 1.687, with a significance level of 0.05 > 0.001 which means there is a significant influence. Attractiveness and Facilities simultaneously influence the decision to visit, the value of Fcount is greater than the value of Ftable, Fcount is 10.456 > Ftable 3.26 which means there is a positive and significant influence. The coefficient of determination based on the results analysis is 30.4%, which means that the model of simultaneous influence of attraction and facilities on visiting decisions is 30.4% acceptable, while the remaining 69.6% is caused by other factors that cannot be explained in this research.*

Keywords: *Attraction, Facilities, Visiting Decision*

ABSTRAK: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh daya tarik dan fasilitas wisata terhadap keputusan berkunjung Negeri Baru Hotel and Resort Kalianda. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh responden yang datang ke Negeri Baru Hotel and Resort Kalianda, dengan sampel sebanyak 100 responden yang pernah mengunjungi Obyek Wisata Negeri Baru Hotel and Resort Kalianda. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah Accidental Sampling. Teknik analisis data yang digunakan adalah korelasi rank spearman, uji signifikansi korelasi rank spearman, analisis korelasi berganda, uji signifikansi korelasi berganda, dan analisis koefisien determinasi. Hasil penelitian; Daya Tarik mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berkunjung, nilai thitung lebih besar dari nilai ttabel yaitu thitung 2,933 > ttabel 1,687, dengan tingkat signifikansi 0,05 > 0,006 yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan. Fasilitas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berkunjung, nilai thitung lebih besar dari nilai ttabel yaitu thitung 3,703 > ttabel 1,687, dengan tingkat signifikansi 0,05 > 0,001 yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan. Daya Tarik dan Fasilitas berpengaruh secara simultan terhadap keputusan berkunjung, nilai Fhitung lebih besar dari nilai Ftabel, Fhitung 10,456 > Ftabel 3,26 yang berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan. Koefisien determinasi berdasarkan hasil analisis sebesar 30,4% yang berarti bahwa model pengaruh daya tarik dan fasilitas secara simultan terhadap keputusan berkunjung sebesar 30,4% dapat diterima, sedangkan sisanya sebesar 69,6% disebabkan oleh faktor lain yang tidak dapat dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Daya Tarik, Fasilitas, Keputusan Berkunjung

PENDAHULUAN

Pariwisata adalah sebuah kegiatan yang memanfaatkan tempat hiburan atau industri hiburan yang didukung dengan fasilitas layanan yang disediakan oleh masyarakat setempat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah.

Menurut Theobald (1998) dalam Judisseno (2017) pariwisata adalah suatu proses perilaku orang yang melakukan perjalanan dari satu titik ke titik lainnya dan kembali ke titik semula. Wisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan individu atau kelompok keberbagai tempat atau daerah untuk tujuan rekreasi, untuk menambah pengetahuan tentang kebudayaan baru di setiap tempat yang dikunjungi. Kepariwisataan adalah kegiatan jasa yang dilakukan disuatu wilayah dengan memanfaatkan alam yang ada disekitar daerah tersebut baik berupa sejarah atau hasil khas dari daerah itu sendiri. Objek wisata adalah suatu tempat, lokasi atau segala sesuatu yang bisa dikunjungi untuk agenda wisata.

Kegiatan pariwisata bisa memajukan suatu daerah dengan berbagai sektor industrinya, menambah lapangan pekerjaan dan meningkatkan pendapatan disuatu daerah. Ditinjau dari segi budaya atau daerah industri, pariwisata ini secara tidak langsung memperkenalkan perkembangan budaya karena adanya objek wisata maka dapat memperkenalkan keragaman budaya yang dimiliki suatu wilayah tersebut. Pengembangan pariwisata layaknya pengembangan usaha lain, membutuhkan tuntutan untuk mempertimbangkan selera pasar.

Oleh karena itu dalam pengembangan pariwisata sangat penting untuk memperhatikan dan meningkatkan kualitas. Kecocokan dari tujuan, kualitas dan nilai untuk uang dari produk atau jasa yang bersangkutan menjadi tanggung jawab manajemen dalam membujuk pengunjung.

Kepuasan wisatawan adalah ditunjukkan dengan ingin kembalinya wisatawan tersebut ke destinasi yang dikunjungi. Produk wisata di suatu objek wisata memainkan peranan penting untuk memuaskan pengunjung. Jika kinerja produk (atau hasil) wisata tersebut lebih tinggi dari harapan wisatawan, maka penelitian positif dapat direalisasikan.

Namun, jika kinerja (atau hasil) produk wisata tersebut di bawah harapan wisatawan, maka penelitian negatif terjadi.

Ketika ada penilaian positif, wisatawan akan mengevaluasi pengalaman dengan cara yang positif, dan ketika ada penilaian negatif wisatawan akan mengevaluasi pengalaman dalam cara negatif. Maka kepuasan wisatawan itu dilihat dari tingkat perasaan konsumen apakah merasa senang atau tidak dalam memilih atau mengunjungi objek wisata tersebut.

Pantai merupakan salah satu destinasi terpopuler di Lampung Selatan, yang selalu menarik para wisatawan domestik maupun mancanegara untuk berkunjung. Saat berkunjung wisatawan asing atau dari luar daerah memutuhkan Hotel (sarana menginap) di sekitar lokasi wisata. Hotel resort merupakan akomodasi yang pas untuk disuguhkan kepada para wisatawan asing atau dari luar daerah. Negeri Baru Hotel dan Resort Kalianda Lampung Selatan merupakan salah satu objek wisata yang indah dan menarik yang menghadirkan pemandangan yang asri dari sudut pandang yang sangat luas sangat cocok untuk *business trip* maupun berekreasi dengan keluarga.

Pada objek wisata Negeri Baru Hotel dan Resort Kalianda menyediakan fasilitas seperti tempat untuk makan dan minum yang dapat di nikmati pengunjung di area resort. Sedangkan daya tarik wisata Negeri Baru Hotel dan Resort Kalianda yaitu dimana Taman Negeri Baru Resort memanfaatkan keasrian secara alami yaitu nuansa pesisir pantai, dan secara buatan yaitu dibuat taman buatan yang ditata dengan rapi dan indah.

Objek wisata Negeri Baru Hotel dan Resort Kalianda juga mendirikan pos penjagaan serta petugas jaga yang siap melayani 24 jam sehari untuk menjaga keamanan dan kenyamanan wisatawan.

Pada objek wisata Negeri Baru Hotel dan Resort Kalianda kebersihannya sangat terjaga dengan baik, dimana tersedianya tempat sampah, petugas kebersihan, standar pengolahan yang baik dan penampilan karyawan yang bersih dan rapi. Tersedianya berbagai fasilitas dan pengembangan kawasan pertanian dan keindahan alam tersebut menambah kunjungan wisatawan.

Sedangkan menurut Schouten (2013) dikutip dari Kalebos (2016) mengatakan bahwa wisatawan yang puas dan berkunjung kembali ke objek wisata di pengaruhi oleh kepuasan dari wisatawan yang pernah berkunjung yang memberikan pemasaran dari mulut ke mulut ke wisatawan lain.

KAJIAN PUSTAKA

a. Manajemen Pemasaran

Menurut Manaf (2016), Manajemen adalah suatu proses perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, dan pengendalian upaya dari anggota organisasi serta penggunaan semua sumber daya yang ada pada organisasi untuk mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan sebelumnya.

Sedangkan menurut Kotler dan Armstrong (2015), Manajemen pemasaran adalah proses menganalisis, merencanakan, mengatur, dan mengelola program-program yang mencakup pengkonsepan, penetapan harga, promosi dan distribusi dari produk, jasa dan gagasan yang dirancang untuk menciptakan dan memelihara pertukaran yang menguntungkan dengan pasar sasaran untuk mencapai tujuan perusahaan.

Selanjutnya Tjiptono (2016) mengemukakan pengertian manajemen

pemasaran adalah kegiatan menganalisis, merencanakan, mengimplementasikan, dan mengevaluasi segala kegiatan (program), guna memperoleh tingkat pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasi.

b. Daya Tarik

Tjiptono (2015) mengemukakan bahwa Daya Tarik merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan pedagang/penjual untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Jika karakteristik menjadi lebih menarik untuk semua pelanggan, daya tarik pada kategori produk semakin bertambah untuk mereka, meningkatkan kemungkinan bilamana pelanggan akan mengadopsi pembaharuan dan melakukan pembelian.

Menurut I Gede Pitana dan I Ketut (2009) menyatakan daya tarik wisata merupakan sektor yang terfokus pada penyediaan daya tarik atau atraksi wisata bagi wisatawan. Lokasi utamanya terutama pada daerah tertentu pada daerah tujuan wisata tetapi dalam beberapa kasus juga terletak pada daerah transit.

Daya tarik wisata yang juga disebut objek wisata merupakan potensi yang menjadi pendorong kehadiran wisatawan ke suatu daerah tujuan wisata. Menurut Gunn (1988) dikutip dari Nasution (2018) bahwa daya tarik wisata dapat dipilih berdasarkan karakter khasnya.

c. Fasilitas

Menurut Utama (2017) menyatakan bahwa fasilitas wisata merupakan semua fasilitas utama maupun dasar yang memungkinkan sarana kepariwisataan dapat hidup dan berkembang dalam rangka memberikan pelayanan kepada para wisatawan.

Moekijat (2016) menjelaskan bahwa secara sederhana yang dimaksud dengan fasilitas adalah suatu sarana fisik yang

dapat memproses suatu masukan (*input*) menuju keluaran (*output*) yang diinginkan.

Fasilitas yang digunakan bermacam-macam bentuk, jenis maupun manfaatnya, disesuaikan dengan dengan kebutuhan dan kemampuan suatu objek wisata, kata fasilitas sendiri berasal dari bahasa Belanda "*faciliteit*" yang artinya prasarana atau wahana untuk melakukan atau mempermudah sesuatu. Fasilitas juga bisa dianggap suatu alat untuk mencapai tujuan, ada banyak faktor yang mendukung salah satu diantaranya adalah fasilitas sarana prasarana yang merupakan faktor pendukung bagi kenyamanan pengunjung saat melakukan kunjungan pada suatu objek wisata, sehingga pengunjung akan merasa nyaman dan menyukai objek wisata tersebut.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode asosiatif dengan pendekatan kuantitatif yang di dalamnya diharapkan dapat memberikan penjelasan mengenai pengaruh antar variabel penelitian.

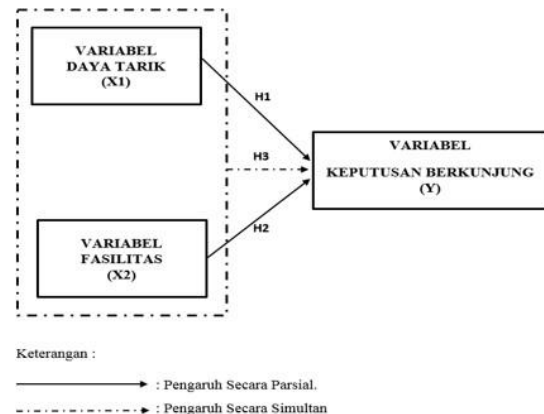
Menurut Sugiyono (2013) penelitian asosiatif bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih.

Populasi dalam penelitian ini yaitu wisatawan yang sudah berkunjung ke objek wisata Negeri Baru Hotel dan Resort Kalianda.

Metode yang digunakan untuk pengambilan sampel adalah teknik *non probability sampling* dengan metode pendekatan sampling *aksidental*. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik analisis data yaitu: Analisis Regresi Linier Berganda dengan bantuan aplikasi program *software* SPSS versi 23.

Berdasarkan kajian terdahulu, serta adanya hubungan antar variabel daya tarik wisata dan fasilitas wisata terhadap keputusan berkunjung wisatawan, artinya

apabila Negeri Baru Hotel dan Resort Kalianda memiliki daya tarik dan fasilitas yang memadai, maka hal ini akan menarik wisatawan untuk melakukan kunjungan wisata. Maka di bentuklah kerangka pemikiran ini sendiri yang dikaitkan dengan daya tarik wisata dan fasilitas terhadap keputusan berkunjung wisatawan.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap perumusan masalah penelitian, oleh sebab itu perumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat atau pertanyaan.

Berdasarkan permasalahan yang diteliti, maka ditarik suatu hipotesis sebagai berikut:

- H1 :** Daya tarik wisata berpengaruh terhadap keputusan berkunjung
- H2 :** Fasilitas berpengaruh terhadap keputusan berkunjung
- H3 :** Daya tarik wisata dan Fasilitas berpengaruh secara simultan terhadap keputusan berkunjung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Deskriptif Responden

a. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan analisis deskriptif responden dikelompokkan ke dalam lima

Received :

Revised :

Available online :

<https://ojs.stiemkalianda.ac.id>

kategori yaitu; jenis kelamin, usia, dan pekerjaan.

Berdasarkan hasil survey yang dilakukan, diketahui bahwa responden dalam penelitian ini di dominasi oleh perempuan sebanyak 53%. Sedangkan untuk responden dengan jenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 47%.

Tabel 1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	47	47.0	47.0	47.0
	Perempuan	53	53.0	53.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data primer diolah

b. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Selanjutnya berdasarkan kelompok usia, dalam penelitian ini untuk kelompok usia < 20 tahun sebanyak 8%, kemudian untuk kelompok usia 20–25 tahun sebanyak 32%, selanjutnya untuk kelompok usia 26–31 tahun 40%, berikutnya untuk kelompok usia 32–37 tahun sebanyak 11%, dan untuk kelompok usia 38–45 tahun sebanyak 9%.

Tabel 2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Usia					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 20 Tahun	8	8.0	8.0	8.0
	20 - 25 Tahun	32	32.0	32.0	40.0
	26 - 31 Tahun	40	40.0	40.0	80.0
	32 - 37 Tahun	11	11.0	11.0	91.0
	38 - 45 Tahun	9	9.0	9.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data primer diolah

c. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Kemudian berdasarkan pekerjaan responden dalam penelitian ini yaitu untuk Pelajar/Mahasiswa sebanyak 31%, Pegawai Swasta sebanyak 14%, Wiraswasta sebanyak 12%, PNS sebanyak 34%, dan TNI/POLRI sebanyak 9%.

Tabel 3. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar/Mahasiswa	31	31.0	31.0	31.0
	Pegawai Swasta	14	14.0	14.0	45.0
	Wiraswasta	12	12.0	12.0	57.0
	PNS	34	34.0	34.0	91.0
	TNI/POLRI	9	9.0	9.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data primer diolah

2. Deskriptif Tanggapan Responden Tentang Variabel Penelitian

a. Tanggapan Responden Tentang Variabel Daya Tarik (X₁)

Tabel 4. Tanggapan Responden tentang Variabel Daya Tarik (X₁)

No.	Pernyataan	Skor capaian	Skor Maksimal	Persentase (%)	Kategori
1.	Negeri Baru Hotel dan Resort indah dan menarik dan bersih	396	500	79.2	Sangat Setuju
2.	Negeri Baru Hotel dan Resort indah dan menarik karena sumber daya alam yang kaya.	396	500	79.2	Sangat Setuju
3.	Negeri Baru Hotel dan Resort indah dan menarik karena tradisi budaya yang unik	401	500	80.2	Sangat Setuju
4.	Negeri Baru Hotel dan Resort indah dan menarik karena sering ikut festival budaya	406	500	81.2	Sangat Setuju
5.	Negeri Baru Hotel dan Resort indah dan menarik karena terdapat lapangan yang luas untuk arena bermain anak dan panggung hiburan	415	500	83	Sangat Setuju
6.	Negeri Baru Hotel dan Resort indah dan menarik karena banyak event permainan dan perlombaan	396	500	79.2	Sangat Setuju
7.	Negeri Baru Hotel dan Resort indah dan menarik karena tersedianya pusat oleh khas tempat wisata	396	500	79.2	Sangat Setuju
8.	Negeri Baru Hotel dan Resort indah dan menarik karena terdapat warung makan spesial ikan bakar dan sea food.	401	500	80.2	Sangat Setuju
9.	Negeri Baru Hotel dan Resort indah dan menarik karena terdapat berbagai macam alat transportasi untuk menuju Negeri Baru Hotel dan Resort	406	500	81.2	Sangat Setuju
10.	Negeri Baru Hotel dan Resort indah dan menarik karena tersedianya penginapan untuk beristirahat para wisatawan.	415	500	83	Sangat Setuju
Jumlah Skor		4028	5000	80.56	

Sumber: Data primer diolah

Berdasarkan Tabel 4 jumlah skor capaian untuk Variabel Daya Tarik (X_1) dengan 10 pernyataan diperoleh nilai skor capaian sebesar 4.028 atau 80,56% yang berarti responden “setuju” terhadap pernyataan-pernyataan dari indikator Variabel Daya Tarik (X_1) dengan kriteria “baik”.

b. Tanggapan Responden Tentang Fasilitas (X_2)

Tabel 5. Tanggapan Responden tentang Variabel Fasilitas (X_2)

No.	Pernyataan	Skor capaian	Skor Maksimal	Persentase (%)	Kategori
1.	Toilet umum di Negeri Baru Hotel dan Resort indah bersih	391	500	78.2	Sangat Setuju
2.	Terdapat pos penjaga pantai yang siap siaga menjaga keamanan pengunjung Negeri Baru Hotel dan Resort	381	500	76.2	Sangat Setuju
3.	Terdapat tempat ibadah untuk wisatawan Negeri Baru Hotel dan Resort	396	500	79.2	Sangat Setuju
4.	Terdapat ruang ganti yang disediakan oleh Negeri Baru Hotel dan Resort secara gratis	401	500	80.2	Sangat Setuju
5.	Terdapat sarana saluran air bersih di Negeri Baru Hotel dan Resort	391	500	78.2	Sangat Setuju
6.	Terdapat resto yang menyediakan makanan seafoods di Negeri Baru Hotel dan Resort	381	500	76.2	Sangat Setuju
7.	Harga makanan terjangkau pada warung/resto Negeri Baru Hotel dan Resort	396	500	79.2	Sangat Setuju
8.	Terdapat banyak lukisan artistik bertema keindahan alam yang digunakan untuk tempat berfoto di Negeri Baru Hotel dan Resort	401	500	80.2	Sangat Setuju
9.	Terdapat penyewaan ban untuk berenang Negeri Baru Hotel dan Resort	401	500	80.2	Sangat Setuju
10.	Terdapat saung untuk bersantai pengunjung di Negeri Baru Hotel dan Resort	391	500	78.2	Sangat Setuju
Jumlah Skor		3930	5000	78.6	

Sumber: Data primer diolah

Berdasarkan Tabel 5 jumlah skor capaian untuk Variabel Fasilitas (X_2) dengan 10 pernyataan diperoleh nilai skor capaian sebesar 3.930 atau 78.6% yang berarti responden “setuju” terhadap pernyataan-pernyataan dari indikator Variabel Daya Tarik (X_2) dengan kriteria “baik”.

Tabel 6. Tanggapan Responden tentang Variabel Keputusan Berkunjung (Y) (X)

No.	Pernyataan	Skor capaian	Skor Maksimal	Persentase (%)	Kategori
1.	Saya membutuhkan berwisata untuk menghilangkan penat akan rutinitas kerja	411	500	82.2	Sangat Setuju
2.	Saya membutuhkan berwisata karena akan keluarga/saudara	411	500	82.2	Sangat Setuju
3.	Saya mencari informasi objek wisata terlebih dahulu melalui teman	416	500	83.2	Sangat Setuju
4.	Saya mencari informasi objek wisata melalui sosial media	421	500	84.2	Sangat Setuju
5.	Negeri Baru Hotel dan Resort lebih indah dibandingkan dengan pantai lainnya di Kota Kalianda	425	500	85	Sangat Setuju
6.	Harga tiket masuk Negeri Baru Hotel dan Resort lebih murah dibandingkan Hotel dan Resort lainnya di Kalianda	411	500	82.2	Sangat Setuju
7.	Saya memutuskan berkunjung ke Negeri Baru Hotel dan Resort karena fasilitas penunjang objek wisata Pantai Negeri Baru Hotel dan Resort yang cukup lengkap	411	500	82.2	Sangat Setuju
8.	Saya puas setelah berkunjung ke objek wisata Negeri Baru Hotel dan Resort	416	500	83.2	Sangat Setuju
9.	Saya puas dan akan merekomendasikan ke teman untuk berkunjung ke objek wisata Negeri Baru Hotel dan Resort	421	500	84.2	Sangat Setuju
10.	Saya akan datang kembali untuk berkunjung ke Negeri Baru Hotel dan Resort	425	500	85	Sangat Setuju
Jumlah Skor		4168	5000	83.36	

Sumber: Data primer diolah

Berdasarkan Tabel 6 jumlah skor capaian untuk Variabel Keputusan Berkunjung (Y) dengan 10 pernyataan diperoleh nilai skor capaian sebesar 4.168 atau 83.36% yang berarti responden “sangat setuju” terhadap pernyataan-pernyataan dari indikator Variabel Keputusan Berkunjung (Y) dengan kriteria “sangat baik”.

3. Uji Validitas

a. Uji Validitas Variabel Fasilitas (X_1)

Berdasarkan Tabel 7 menunjukkan bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur variabel daya tarik yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai koefisien korelasi yang lebih besar dari r_{tabel} . Untuk sampel sebanyak 100 responden nilai r_{tabel} yaitu 0,195, maka dari hasil tersebut bahwa semua indikator tersebut dinyatakan valid.

Tabel 7. Hasil Uji Validitas Variabel Daya Tarik (X_1)

No. Item	Rhitung	R_{tabel} 5% (100)	Keterangan
Pernyataan 1	0,647	0,195	Valid
Pernyataan 2	0,627	0,195	Valid
Pernyataan 3	0,636	0,195	Valid
Pernyataan 4	0,699	0,195	Valid
Pernyataan 5	0,636	0,195	Valid
Pernyataan 6	0,662	0,195	Valid
Pernyataan 7	0,626	0,195	Valid
Pernyataan 8	0,650	0,195	Valid
Pernyataan 9	0,694	0,195	Valid
Pernyataan 10	0,612	0,195	Valid

Sumber: Data primer diolah

b. Uji Validitas Variabel Fasilitas (X_2)

Berdasarkan Tabel 8 menunjukan bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur Variabel Fasilitas yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai koefisien korelasi yang lebih besar dari r_{tabel} . Untuk sampel sebanyak 100 responden nilai r_{tabel} yaitu 0,195,

Received :

Revised :

Available online :

<https://ojs.stiemkalianda.ac.id>

maka dari hasil tersebut bahwa semua indikator tersebut dinyatakan valid.

Tabel 8. Hasil Uji Validitas Variabel Fasilitas (X₂)

No. Item	Rhitung	Rtabel 5% (100)	Keterangan
Pernyataan 1	0,747	0,195	Valid
Pernyataan 2	0,717	0,195	Valid
Pernyataan 3	0,742	0,195	Valid
Pernyataan 4	0,767	0,195	Valid
Pernyataan 5	0,777	0,195	Valid
Pernyataan 6	0,648	0,195	Valid
Pernyataan 7	0,770	0,195	Valid
Pernyataan 8	0,736	0,195	Valid
Pernyataan 9	0,767	0,195	Valid
Pernyataan 10	0,777	0,195	Valid

Sumber: Data primer diolah

c. Uji Validitas Variabel Fasilitas (X₃)

Berdasarkan Tabel 9 menunjukkan bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur Variabel Keputusan Berkunjung yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai koefisien korelasi yang lebih besar dari rtabel. Untuk sampel sebanyak 100 responden nilai rtabel yaitu 0,195, maka dari hasil tersebut bahwa semua indikator tersebut dinyatakan valid.

Tabel 9. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Berkunjung (Y)

No. Item	Rhitung	Rtabel 5% (100)	Keterangan
Pernyataan 1	0,556	0,195	Valid
Pernyataan 2	0,490	0,195	Valid
Pernyataan 3	0,575	0,195	Valid
Pernyataan 4	0,501	0,195	Valid
Pernyataan 5	0,566	0,195	Valid
Pernyataan 6	0,637	0,195	Valid
Pernyataan 7	0,387	0,195	Valid
Pernyataan 8	0,644	0,195	Valid
Pernyataan 9	0,572	0,195	Valid

Sumber: Data primer diolah

4. Uji Reliabilitas

Berdasarkan Tabel 10 menunjukkan bahwa hasil uji reliabilitas bahwa semua variabel mempunyai koefisien alpha yang cukup besar yaitu di atas 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel yang berarti kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuesioner yang handal.

**Tabel 10
Hasil Variabel Daya Tarik (X₁)**

No.	Variabel	Rhitung	Cronbach Alpha	Keterangan
1.	Daya Tarik (X ₁)	0,847	0,60	Reliabel
2.	Fasilitas (X ₂)	0,911	0,60	Reliabel
3.	Keputusan Berkunjung (Y)	0,726	0,60	Reliabel

Sumber: Data primer diolah

5. Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 11. Koefisien Korelasi Berganda

Correlations		Keputusan Berkunjung Wisatawan	Daya Tarik Wisata	Fasilitas Wisata
Pearson Correlation	Keputusan Berkunjung Wisatawan	1,000	,422	,537
	Daya Tarik Wisata	,422	1,000	,508
	Fasilitas Wisata	,537	,508	1,000
Sig. (1-tailed)	Keputusan Berkunjung Wisatawan	.	,000	,000
	Daya Tarik Wisata	,000	.	,000
	Fasilitas Wisata	,000	,000	.
N	Keputusan Berkunjung Wisatawan	100	100	100
	Daya Tarik Wisata	100	100	100
	Fasilitas Wisata	100	100	100

Sumber: Data primer diolah

Berdasarkan Tabel 11 diketahui analisis korelasi sebagai berikut :

- 1) Korelasi antara variabel Daya Tarik Wista (X₁) dengan Keputusan

Sumber: Data primer diolah

Berkunjung Wisatawan (Y) menunjukkan nilai sebesar 0,537 jika dikonsultasikan dengan kriteria korelasi berada pada interval antara 0,20-0,399 kategori “**Rendah**” atau signifikansi $0,000 < 0,05$ yang berarti terdapat korelasi yang signifikan.

- 2) Korelasi antara Fasilitas Wisata (X2) dengan Keputusan Berkunjung Wisatawan (Y) menunjukkan nilai sebesar 0,508 jika dikonsultasikan dengan kriteria korelasi berada pada interval antara 0,40-0,599 kategori “**Sedang**” nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yang berarti terdapat korelasi yang signifikan.

6. Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 12
Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	Sig. F Change	
1	,584 ^a	,318	,304	3,481	,318	22,643	2	,000	1,297

a. Predictors: (Constant), Fasilitas Wisata, Daya Tarik Wisata

b. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung Wisatawan

Sumber: Data primer diolah

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS versi 23, dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh sebesar 0,304 hal ini berarti 30,4% Keputusan Berkunjung dapat dipengaruhi oleh variabel Daya Tarik dan Fasilitas Wisata, sedangkan sisanya 69,6% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

7. Uji t (Parsial)

Tabel 13
Hasil Variabel Daya Tarik (X1)
Sumber: Data primer diolah

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1 (Constant)	27,988	2,249		12,441	,000		
Daya Tarik Wisata	,128	,081	,201	2,089	,041	,741	1,349
Fasilitas Wisata	,219	,049	,434	4,462	,000	,741	1,349

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung Wisatawan

Berdasarkan Tabel 13 hasil uji t_{tabel} variabel daya tarik wisata (X_1) diperoleh nilai $t_{\text{hitung}} = 2,933$ tingkat signifikansi 0,006. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05 didapat t_{tabel} sebesar 1,687. Ini berarti $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ yang berarti hipotesis 1 (H_1) Diterima. Arah koefisien regresi positif yang signifikan berarti bahwa daya tarik wisata berpengaruh positif pada keputusan berkunjung wisatawan. Sedangkan hasil uji t_{tabel} variabel Fasilitas Wisata (X_2) diperoleh nilai $t_{\text{hitung}} = 3,703$ tingkat signifikansi 0,001. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05 didapat t_{tabel} sebesar 1,687. Ini berarti $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ yang berarti hipotesis 2 (H_2) Diterima. Arah koefisien regresi positif yang signifikan berarti fasilitas wisata berpengaruh positif pada keputusan berkunjung wisatawan.

8. Uji F (Simultan)

Tabel 14
Hasil Variabel Daya Tarik
(X_1)

Berdasarkan Tabel 14 analisis varian (anova) ditampilkan uji F_{hitung} yang dapat dipergunakan untuk memprediksi kontribusi aspek Daya Tarik Wisata dan Fasilitas Wisata terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan. Dari perhitungan didapat F_{hitung} sebesar 22,643 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05% dan $df_1 = 2$ dan $df_2 = 36$ di dapat nilai F_{tabel} 3,26 karena nilai F_{hitung} 22,643 > nilai F_{tabel} 3,26 maka dapat disimpulkan bahwa kedua

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	548,834	2	274,317	22,843	,000 ^b
	Residual	1175,126	97	12,115		
	Total	1723,780	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung Wisatawan

b. Predictors: (Constant), Fasilitas Wisata, Daya Tarik Wisata

Received :

Revised :

Available online :

<https://ojs.stiemkalianda.ac.id>

variabel independen yaitu Daya Tarik Wista dan Fasilitas Wisata memiliki pengaruh terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan. Sehingga model regresi yang didapatkan layak digunakan untuk memprediksi. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 3 (H_3) diterima.

9. Pembahasan

a. Pengaruh Daya Tarik Wisata (X_1) terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan (Y)

Hasil pengujian hipotesis (H_1) telah membuktikan terdapat pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Negeri Baru Hotel dan Resort Kalianda. Melalui hasil perhitungan yang telah diperoleh t_{hitung} sebesar 17,030. Berdasarkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($t_{hitung} = 17,030 > t_{tabel} = 1.66660$) yang berarti H_a diterima dan H_o ditolak. Artinya bahwa ada pengaruh positif antara variabel pelayanan terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Negeri Baru Hotel dan Resort Kalianda. Keputusan Berkunjung Wisatawan dipengaruhi oleh Daya Tarik Wisata. Hal tersebut sesuai dengan penelitian Ari Budi Sulistiono (2010). dengan judul penelitian Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas Wisata Dan Lokasi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan (Studi Pada Tamu Hotel Srandol Indah Semarang) yang menyatakan Daya Tarik Wisata berpengaruh positif terhadap Kepuasan Wisatawan.

b. Pengaruh Fasilitas Wisata terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan

Hasil pengujian hipotesis (H_2) telah membuktikan terdapat pengaruh yang

signifikan Fasilitas Wisata terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Negeri Baru Hotel dan Resort Kalianda. Melalui hasil perhitungan yang telah diperoleh t_{hitung} sebesar 8,697. Berdasarkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($t_{hitung} = 8,697 > t_{tabel} = 1.66660$) yang berarti H_a diterima dan H_o ditolak. Artinya bahwa ada pengaruh positif antara variabel Fasilitas Wisata terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Negeri Baru Hotel dan Resort Kalianda. keputusan berkunjung wisatawan dipengaruhi fasilitas wisata. Hasil tersebut sesuai dengan dengan Ari Budi Sulistiono (2010). dengan judul penelitian Pengaruh daya tarik wisata, fasilitas wisata dan lokasi terhadap keputusan berkunjung wisatawan (Studi Pada Tamu Hotel Srandol Indah Semarang) yang menyatakan fasilitas wisata berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan.

c. Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Fasilitas Wisata terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan

Hasil pengujian hipotesis (H_4) telah membuktikan terdapat pengaruh daya tarik wisata dan fasilitas wisata secara bersama-sama terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Negeri Baru Hotel dan Resort Kalianda. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan uji F (Uji secara simultan) diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 1138,769 dengan taraf signifikansi hasil sebesar 0,000 tersebut lebih kecil dari 0,05 sedangkan nilai F_{tabel} sebesar 3,09. Dengan demikian nilai F_{hitung} sebesar 1138,769 $>$ nilai F_{tabel} sebesar 3,09 yang berarti H_a diterima dan H_o ditolak. Artinya bahwa ada pengaruh positif antara variabel daya

tarik wisata dan fasilitas wisata terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Negeri Baru Hotel dan Resort Kalianda.

KESIMPULAN

Daya tarik wisata memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan dan hipotesis pertama diterima. Fasilitas wisata memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan dan dapat disimpulkan pula hipotesis kedua diterima. Dengan kata lain dapat dikatakan bahwa variabel Daya Tarik Wisata (X_1) dan Fasilitas Wisata (X_2) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Berkunjung Wisatawan (Y) dan dapat disimpulkan pula hipotesis ketiga diterima.

REFRENSI

- Buchari Alma. (2018). Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta
- Cannon, Joseph P., William D. Perreault Jr. dan Jerome McCarthy. (2008). Alih Bahasa : Diana Angelica dan Ria Cahyani. Dasar-Dasar Pemasaran : Pendekatan Manajerial Global. Buku 2. Edisi 16. Salemba Empat. Jakarta.
- Ghozali, Imam. (2011). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kalebos. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Wisatawan Yang Berkunjung Ke Daerah Wisata Kepulauan Sitaro. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen* Vol 4 ,No.3, Edisi Khusus Pemasaran & Keuangan 2016.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller. (2009). Manajemen Pemasaran. Edisi 13 Jilid satu. Erlangga: Jakarta.
- Marpaung, Happy. (2018). Pengetahuan Kepariwisata. Bandung: Alfabeta.
- Saodin, Karisma Sri Rahayu, (2015). E-Servqual On E-Trust, E-Satisfaction And Online Repurchase Intention. *Jurnal Review of International Geographical Education (RIGEO)*. Jilid 11, Mei 2021, p.1426-1439.
- Saodin, Suharyono, Arifin Z., Sunarti. (2019). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Satisfaction, E-Trust, E-Word Of Mouth Dan Online Repurchase Intention: Studi Pada Konsumen Hotel Bintang Tiga Di Lampung. *Jurnal Ilmu Pertanian dan Sosial Ekonomi Rusia*, Jilid 93, p.27-38.
- Saodin. (2021). Pengaruh E-Servqual Terhadap E-Satisfaction, E-Wom Dan Online Repurchase Intention. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen. Universitas Muhammadiyah Pringsewu*. Jilid 12, Juni Tahun 2021. p.15-30
- Sugiyono. 2009. Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta.
- Sulistiyana, R. T., Hamid, D., & Azizah, D. F. 2015. Pengaruh Fasilitas Wisata dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Museum Satwa). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 25 (1), 1–9. Retrieved from administrasi bisnis. Student journal .ub.ac.id.
- Tjiptono, Fandy. (2001). Strategi Pemasaran. Edisi Kedua. Cetakan Keenam. Yogyakarta : Penerbit. Andy.