

**PENGARUH AKSESIBILITAS, TARIF, FASILITAS TERHADAP
KEPUTUSAN KUNJUNGAN WISATAWAN PADA OBJEK WISATA
TELAGA WAHYU MAGETAN**

SKRIPSI



Oleh :

Listiana Sari

NIM 401200065

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

2024

Abstrak

Sari, Listiana. 2024. Pengaruh Aksesibilitas, Tarif dan Fasilitas Terhadap Keputusan Kunjungan Pada Objek Wisata Telalga Wahyu Magetan Provinsi Jawa Timur. Skripsi. Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo. Pembimbing : Ratna Yunita, M.A.

Kata Kunci: Pengaruh Aksesibilitas, Tarif, Fasilitas, Keputusan kunjungan

Berdasarkan data Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Magetan jumlah kunjungan wisata Telaga Wahyu menunjukkan penurunan pada tahun 2023 dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Hasil dari wawancara yang dilakukan diketahui bahwa adanya perbedaan antara teori dan praktik di lapangan terkait aksesibilitas, tarif dan fasilitas. Berdasarkan permasalahan tersebut penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh aksesibilitas, tarif dan fasilitas berpengaruh terhadap keputusan berkunjung pada objek wisata Telaga Wahyu Magetan. Jika keputusan pengunjung pada objek wisata Telaga Wahyu Magetan rendah maka, hal tersebut akan berdampak pada pendapatan dan biaya operasional yang harus dikeluarkan.

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang bersifat kuantitatif berupa pertanyaan kuesioner dari indikator variabel yang diteliti, kemudian dibagikan kepada para pengunjung wisata Telaga Wahyu Magetan sebanyak 97 responden. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, analisis deskriptif, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis menggunakan *software* SPSS 26.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa aksesibilitas terbukti berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan kunjungan. Tarif terbukti berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan kunjungan. Fasilitas terbukti berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan kunjungan. Secara simultan, aksesibilitas, tarif, fasilitas terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan kunjungan wisatawan di Telaga Wahyu Magetan.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama:

| NO | NAMA | NIM | JURUSAN | JUDUL |
|----|---------------|-----------|--------------------|--|
| I. | Listiana Sari | 401200065 | Ekonomi Syariah | Pengaruh Aksesibilitas, Tarif dan Fasilitas Terhadap Keputusan Kunjungan Wisatawan Pada Objek Wisata Telaga Wahyu Magetan |

Telah selesai melaksanakan bimbingan dan selanjutnya disetujui untuk diujikan pada ujian skripsi.

Ponorogo, 19 Maret 2024

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



Dr. Luhur Prasetyo, M.E.I.

NIP. 197801122006041002

Menyetujui

Ratna Yunita, M.A.

NIP. 199306072019032031



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Aksesibilitas, Tarif dan Fasilitas Terhadap Keputusan Kunjungan Wisatawan Pada Objek Wisata Telaga Wahyu Magetan
Nama : Listiana Sari
NIM : 401200065
Jurusan : Ekonomi Syariah

Telah diujikan dalam sidang *Ujian Skripsi* oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi.

Dewan penguji:

Ketua Sidang
Hj. Ely Masykuroh
NIP.197202111999032003

()

Penguji I
Tiara Widya Antikasari, M.M.
NIP.199201012019032045

()

Penguji II
Ratna Yunita, M.A.
NIP.199306072019032031

()

Ponorogo, 23 April 2024
Mengesahkan,
Dekan FEBI IAIN Ponorogo




Prof. Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M. Ag.
NIP. 197207142000031005

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Listiana Sari

NIM : 401200065

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh Aksesibilitas, Tarif, Fasilitas Terhadap Keputusan

Kunjungan Wisatawan Pada Objek Wisata Telaga Wahyu Magetan

Menyatakan bahwa naskah skripsi/tesis telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing.

Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di etheses.iainponorogo.ac.id. Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan semestinya. Ponorogo

Ponorogo, 4 April 2024

Penulis



Listiana Sari

NIM 401200065

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Listiana Sari

Nim : 401200065

Jurusan : Ekonomi Syari'ah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

**PENGARUH AKSESIBILITAS, TARIF, FASILITAS TERHADAP
KEPUTUSAN KUNJUNGAN WISATAWAN PADA OBJEK WISATA
TELAGA WAHYU MAGETAN**

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Ponorogo, 27 Februari 2024

Pembuat pernyataan,



Listiana Sari

NIM 401200065

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sektor pariwisata merupakan sektor yang potensial untuk dikembangkan sebagai salah satu sumber pendapatan daerah. Usaha memperbesar pendapatan asli daerah, maka program pengembangan dan pendayagunaan sumber daya dan potensi pariwisata daerah diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pembangunan ekonomi. Pengelolaan tempat wisata oleh pemerintah Kabupaten Magetan disamping berfungsi sebagai pelayanan umum antara lain penyediaan tempat rekreasi bagi masyarakat, menungjang perluasan kesempatan berusaha bagi masyarakat dapat pula didayagunakan sebagai potensi peningkatan pendapatan asli daerah (PAD). Hasil dari penerimaan PAD tersebut akan digunakan untuk memenuhi kebutuhan biaya pengelolaan dan pengembangan tempat wisata dalam rangka pemberian dan peningkatan jasa pelayanan pada pengunjung, antara lain biaya pemeliharaan prasarana dan sarana pelayanan ditempat wisata, pemeliharaan dan peningkatan kualitas daya tarik wisata serta personel pelayanan.¹

Pariwisata merupakan sektor andalan pemerintah guna meraih devisa dari penghasilan non migas. Pariwisata juga berperan sebagai

¹ Yanto Naim dan Ishak, "Sistem Informasi Retribusi Tiket Masuk Wisata Pilaweanto Di Salodik", *Jurnal Ilmiah Sistem Manajemen Informatika & Komputerisasi Akuntansi*, Volume 5 Nomor 1 (2022), 10.

Pembangunan nasional. Disisi lain juga untuk mendapatkan devisa serta sumbangan-sumbangan pada bidang lain. Antara lain untuk menciptakan serta memperbanyak sektor dalam lapangan usaha, peningkatan pendapatan pemerintah dan juga masyarakat, mendukung kelestarian lingkungan hidup serta nilai budaya bangsa dan sebagainya.²

Aksesibilitas merupakan ukuran kemudahan lokasi untuk dijangkau dari lokasi lainnya melalui sistem transportasi. Ukuran keterjangkauan atau aksesibilitas meliputi kemudahan waktu, biaya, dan usaha dalam melakukan perpindahan antar tempat-tempat kawasan.³ Terkait penarikan tarif, menurut Undang-Undang No. 28 tahun 2009 tentang retribusi, retribusi adalah pungutan Daerah sebagai pembayaran atas jasa atau pemberian izin tertentu yang khusus disediakan dan atau diberikan oleh Pemerintah Daerah untuk kepentingan orang pribadi atau badan.⁴

Menurut Yoeti, tarif adalah suatu nilai yang dinyatakan dalam bentuk rupiah guna pertukaran atau transaksi atau sejumlahuang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan barang dan jasa.⁵

Fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas merupakan sesuatu yang penting dalam usaha jasa, oleh karena itu fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, desain interior dan eksterior serta kebersihan harus

² Hari Karyono, *Kepariwisata* (Jakarta:Grasindo, 1997).

³ Sendi Arief Prawira, Diah Pranitasari, *Pengaruh Aksesibilitas, Inovasi Dan Kualitas Pelayanan Fasilitas Publik Terhadap Kepuasan Penumpang Disabilitas Di Kereta Rel Listrik Jakarta*, (2020), 10.

⁴ UU No. 28 Tahun 2009 Tentang Pungutan Retribusi.

⁵ Yoeti, *Pemasaran*, (Jakarta: Salemba Empat, 2012). 5.

dipertimbangkan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan konsumen secara langsung. Persepsi yang diperoleh dari interaksi konsumen dengan fasilitas jasa berpengaruh terhadap kualitas jasa tersebut dimata konsumen.⁶ Penyediaan sarana dan prasarana serta pembangunan infrastruktur yang benar akan berpengaruh pada minat wisatawan berkunjung. Tingkat kunjungan akan berpengaruh pada pendapatan daerah dan penghasilan pada masyarakat sekitar yang berdampak pada peningkatan kesejahteraan masyarakat daerah itu sendiri.⁷

Keputusan adalah suatu perbuatan (sikap) pemilihan dari sejumlah alternatif dan sejumlah alternatif tersebut tidak harus dipilih semua, tetapi dipilih beberapa saja atau dipilih satu saja.⁸ Menurut Kotler, ada beberapa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Faktor ini lebih sering kita sebut dengan 4P atau *marketing mix*. Kotler mengatakan, "Terdapat empat bauran pemasaran yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, yaitu harga (*price*), produk (*product*), promosi (*promotion*), dan lokasi (*place*) perusahaan". Masing-masing dari keempat komponen marketing mix tersebut memiliki tujuan yang saling berkaitan antara satu dengan yang lain dan akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.⁹

⁶ Fandy Tjiptono, *Pemasaran jasa Prinsip, Penerapan, penelitian*, (Yogyakarta: Penerbit Andi Offset, 2014)

⁷ Muljadi A.J dan Andri Warman, *Kepariwisata dan Perjalanan* (Jakarta: Rajawali Press, 2009), 41.

⁸ Maringan Masry Simbolon, *Dasar Dasar Adminitrasi dan Manajemen* (Jakarta: Ghalia Indonesia : 2004), 83.

⁹ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium* (Jakarta : PT. Ikrar Mandiri, 2004), 25.

Kabupaten Magetan memiliki Telaga yang cukup terkenal, yaitu Telaga Wahyu ini dulunya bernama Telaga Wurung. Berada di Kecamatan Plaosan Kabupaten Magetan merupakan salah satu daya tarik wisata yang mudah dijangkau karena terletak di samping jalan raya Sarangan. Telaga dengan luas ± 10 hektar dan kedalaman ± 16 m. Telaga Wahyu saat ini dikembangkan berbagai jenis tanaman seperti buah-buahan, sayuran, tanaman perkebunan seperti tembakau dan kopi dan juga terdapat tanaman hias. Selain itu juga terdapat terdapat ikan-ikan yang dipelihara untuk spot memancing.

Akses menuju Telaga Wahyu terbilang cukup mudah, dengan struktur jalan aspal tanpa bebatuan dan dekat dengan jalan raya. Jika sedang berada di Magetan, dapat melalui Jl. Raya Sarangan yang merupakan rute terbaik untuk menuju lokasi Telaga Wahyu. Apabila sebuah objek wisata memiliki lokasi dan akses yang mudah dijangkau maka hal tersebut juga akan menjadi pertimbangan yang baik bagi para wisatawan yang ingin mengunjunginya. Menurut Lupiyoadi, lokasi merupakan keputusan yang dibuat oleh sebuah perusahaan dan mengharuskan perusahaan tersebut memiliki tempat dan beroperasi.¹⁰

Ketika mewawancarai salah satu wisatawan menyatakan bahwa beliau dalam melakukan kunjungan tidak dikarenakan aksesibilitas, tarif maupun fasilitas, namun hanya mengikuti teman yang sedang membutuhkan tempat untuk *refreshing*.¹¹ Artinya kunjungan yang dilakukan wisatawan terkadang

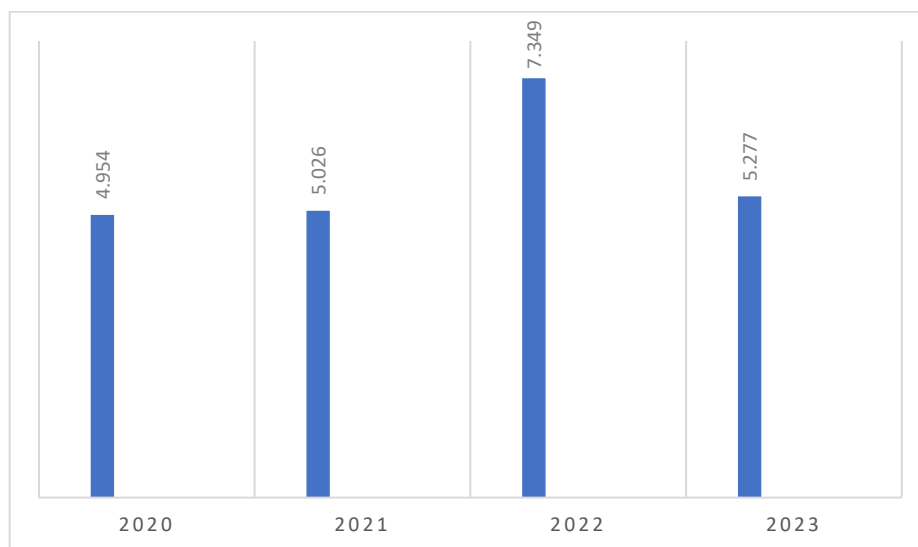
¹⁰ Siti Fatimah, "Analisis Pengaruh Citra Destinasi dan Lokasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali", Volume 17, Nomor 2, (2019), 29.

¹¹ Selsilia, Wawancara 27 Agustus 2023.

tidak mempertimbangkan tempat wisata mana yang akan dituju atau berwisata secara random saja.

Pada Telaga Wahyu retribusi tiket masuk dewasa Rp 5.000, anak-anak Rp 3.000 dan jam operasional yakni pada hari Senin s.d Minggu (24 jam), bisa dikatakan sangat murah untuk nominal tersebut dan pas disemua kalangan masyarakat. Pada objek wisata ini juga memiliki fasilitas sarana prasarana penunjang yang cukup baik, semua fasilitas tersebut disediakan agar para pengunjung merasa nyaman ketika berada di Telaga Wahyu. Tak jauh dari objek wisata tersebut sudah tersedia area parkir untuk kendaraan roda dua maupun empat. *Rest area* juga terdapat di sekitar kawasan Telaga Wahyu untuk pengunjung yang ingin melepas lelah ataupun sekedar bersantai selama berada di sana. Juga terdapat toilet untuk para pengunjung buang air kecil maupun besar. Disediakan musholla pada sebelah Selatan telaga, sehingga pengunjung tidak perlu keluar dari objek wisata untuk menunaikan ibadah. Selain itu, juga terdapat rumah makan, tempat penginapan, dan *super market* yang letaknya cukup dekat dengan tempat beribadah, yang pada akhirnya akan meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat setempat.

Tabel 1.1
Grafik Kunjungan Wisatawan Telaga Wahyu Magetan
2020-2023



Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Magetan

Dari beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan berkunjung yang telah disebutkan diatas yaitu aksesibilitas, tarif dan fasilitasi akan mempengaruhi keputusan berkunjung, tetapi pada kenyataanya lokasi yang mudah, harga yang murah dan fasilitas yang memadai belum dapat membuat jumlah kunjungan meingkat, dan terjadi penurunan dari tahun 2022 ke 2023. Menurut Christy F. K Lebu dimana lokasi berpengaruh terhadap keputusan berkunjung, artinya semakin mudah lokasi dijangkau keputusan berkunjung akan semakin meningkat. Dimana suatu objek wisata mudah dijangkau dengan kendaraan, dengan

petunjuk yang jelas, fasilitas yang aman serta nyaman dan lingkungan sekitar yang mendukung jasa pariwisata.¹² Serta menurut Vebriana, harga tiket sangat berpengaruh terhadap keputusan berkunjung pada sebuah objek wisata, banyak wisatawan yang menjadikan harga sebagai pertimbangan dalam memilih obyek wisata yang akan dikunjungi.¹³

Hal inilah yang mendorong penulis untuk mengadakan penelitian di Obyek Wisata Telaga Wahyu. Dari latar belakang tersebut, maka dalam penelitian ini penulis mengambil judul “Pengaruh Aksesibilitas, Tarif, dan Fasilitas Terhadap Keputusan Kunjungan Wisatawan Pada Objek Wisata Telaga Wahyu”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini, yakni:

1. Apakah aksesibilitas berpengaruh terhadap keputusan berkunjung ke Obyek wisata Telaga Wahyu Magetan?
2. Apakah tarif berpengaruh terhadap keputusan berkunjung ke Obyek wisata Telaga Wahyu Magetan?
3. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap keputusan berkunjung ke Obyek wisata Telaga Wahyu Magetan?

¹² Christy F. K Lebu, Silvya L. Mande, Dkk. “Pengaruh Lokasi, Persepsi Harga Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Danau Linow”, *Jurnal Emba* Volume 7, Nomor 4, (2019), 5506.

¹³ Vebriana Fitria Sagita Sari, Harti, “Pengaruh Harga Tiket Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Obyek Wisata Ubalan Waterpark Pacet Mojokerto”, *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* Volume 8, Nomor 1, (2020).

4. Apakah variabel aksesibilitas, tarif, dan fasilitasi secara bersamaan memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung ke Obyek wisata Telaga Wahyu Magetan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh aksesibilitas berpengaruh terhadap keputusan berkunjung ke Obyek wisata Telaga Wahyu Magetan
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh tarif berpengaruh terhadap keputusan berkunjung ke Obyek wisata Telaga Wahyu Magetan
3. Untuk menguji pengaruh dan menganalisis fasilitas berpengaruh terhadap keputusan berkunjung ke Obyek wisata Telaga Wahyu Magetan
4. Untuk menguji dan menganalisis variabel aksesibilitas, tarif, dan fasilitasi sarana prasarana secara bersamaan memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung Obyek wisata Telaga Wahyu Magetan

D. Manfaat Penelitian

Dalam melaksanakan penelitian ini, diharapkan mampu memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis. Adapun manfaat penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Berdasarkan hasil penelitian ini, diharapkan mampu memberikan pengetahuan di dunia keilmuan mengenai ekonomi kepariwisataan, faktor apa saja yang dapat mempengaruhinya.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi alternatif dalam pengambilan solusi mengenai, diantaranya:

a. Bagi Peneliti

Melalui penelitian ini, diharapkan peneliti mampu memperdalam dan menerapkan teori yang didapatkan selama studi ini.

b. Bagi IAIN Ponorogo

Hasil dari penelitian ini, diharapkan mampu menjadi bahan perbandingan literatur yang melengkapi koleksi di perpustakaan IAIN Ponorogo, khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah.

c. Bagi Pembaca

Melalui penelitian ini, diharapkan mampu memberikan gambaran penelitian terkait aksesibilitas, retribusi dan sarana prasarana apakah dapat mempengaruhi kunjungan.

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika Pembahasan Proposal skripsi ini berjudul Pengaruh Aksesibilitas, Tarif, Fasilitas Terhadap Keputusan Kunjungan Wisatawan

Pada Objek Wisata Telaga Wahyu Magetan pada ojek wisata di Kabupaten Magetan. Agar mempermudah pengkajian masalah serta penyusunan penelitian menjadi lebih sistematis dan terstruktur, maka berikut susunan sistematika pembahasan yang akan digunakan dalam penelitian:

BAB I PENDAHULUAN Pada bab pendahuluan, dipaparkan terkait latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI Pada bab landasan teori, dipaparkan terkait landasan teori, studi penelitian terdahulu, kerangka berpikir, dan hipotesis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN Pada bab metodologi penelitian, dipaparkan terkait rancangan penelitian, variabel penelitian dan definisi operasional, lokasi penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, instrumen penelitian, validitas dan realibilitas instrumen, serta teknik pengolahan dan analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN Pada bab ini menjelaskan objek yang digunakan dalam penelitian. Analisis data dan pembahasan hasil penelitian menjadi bentuk yang lebih sederhana, mudah dibaca, dan mudah diinterpretasikan.

BAB V PENUTUP Pada bab ini merupakan penutup dari laporan penelitian yang berisi kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dilakukan oleh penelitian.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Deskripsi Teori

1. Keputusan Berkunjung

a. Pengertian Keputusan

Keputusan berarti memilih satu diantara beberapa pilihan dari banyaknya alternatif yang ada. Pada umumnya keputusan dibuat dalam rangka untuk memecahkan permasalahan atau persoalan (*problem solving*). Setiap keputusan yang diambil pasti ada sebuah tujuan yang ingin dicapai.¹ Kotler menyatakan keputusan pembelian konsumen merupakan bagian dari perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Keputusan pembelian tidak terpisahkan dari bagaimana sifat seorang konsumen (*consumer behavior*) sehingga masing-masing konsumen memiliki kebiasaan yang berbeda dalam melakukan pembelian.²

Sedangkan menurut Peter keputusan pembelian adalah proses pengintegrasian yang dikombinasikan untuk mengevaluasi dua atau

¹ Johannes Supranto, *Teknik Pengambilan Keputusan* (Jakarta : Rineka Cipta, 1998), 1.

² Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12 Jilid I. (Jakarta: Erlangga 2019), 194.

lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya. Keputusan pembelian merujuk pada konsumen yang telah melakukan pembelian produk secara nyata.³

Dari pendapat ahli diatas dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian merupakan proses seleksi sebagai putusan paling akhir untuk memecahkan masalah dalam pertimbangan konsumen dari alternatif-alternatif yang ada untuk membeli sebuah produk guna memenuhi kebutuhan yang diinginkan.

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan pembelian

Menurut Menurut Kotler, ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Faktor ini lebih sering kita sebut dengan 4P atau *marketing mix*. Terdapat empat bauran pemasaran yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, masing-masing dari keempat komponen marketing mix tersebut memiliki tujuan yang saling berkaitan antara satu dengan yang lain dan akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian antara lain:⁴

1) Harga (*Price*)

Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan untuk suatu produk, atau sejumlah nilai yang ditukarkan pelanggan untuk manfaat memiliki atau menggunakannya. Satu-satunya elemen

³ P, J, Peter dan, Jerry Olson C, *Costumer Behavior, Jilid 2, Edisi Kelima* (Jakarta : Erlangga, 2009) 162.

⁴ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium*, 25.

bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan adalah harga; semua elemen lainnya adalah biaya.⁵

2) Produk (*Product*)

Segala sesuatu yang bisa ditawarkan kepada para pelanggan untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, *property*, organisasi, info dan ide. Salah satu yang paling penting pada sebuah produk adalah merek.⁶

3) Promosi (*Promotion*)

Promosi merupakan kegiatan dalam upaya menyampaikan manfaat produk dan membujuk pelanggan untuk membeli produk yang ditawarkan. Promosi merupakan salah satu faktor penentu mengenai keberhasilan program pemasaran. Jika konsumen belum pernah mendengar atau mengetahui produk yang ditawarkan perusahaan dan juga manfaat yang akan diterima oleh konsumen, maka konsumen tidak akan pernah membeli produk yang ditawarkan.⁷

4) Lokasi (*Place*)

Tempat atau saluran distribusi yaitu “kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia untuk dikonsumsi oleh

⁵ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. 345.

⁶ *Ibid*, 281.

⁷ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid I*, 63.

konsumen. Keputusan saluran perusahaan secara langsung akan mempengaruhi semua keputusan pemasaran lain.⁸

c. Indikator Keputusan Berkunjung

Proses pengambilan keputusan pembelian terdiri dari lima tahap yang diantaranya adalah:⁹

1) Pengenalan Kebutuhan

Konsumen berusaha mencari tahu apa yang menjadi kebutuhan dan keinginannya, baik yang sudah direncanakan maupun yang muncul secara tiba-tiba. Perbedaan atau ketidaksesuain antara keadaan yang diinginkan dengan keadaan yang sebenarnya, akan membangkitkan dan mengaktifkan proses kebutuhan.

2) Pencarian Informasi

Konsumen mencari apa yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Setelah mengetahuinya maka ia akan melakukan penilaian disertai pertimbangan yang diperoleh dari berbagai informasi yang tersedia.

3) Evaluasi Alternatif

Proses evaluasi ini terdiri dari dua tahap, yaitu menetapkan tujuan pembelian dan menilai serta mengadakan

⁸ *Ibid*, 63.

⁹ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, terj oleh Bob Sabran Edisi Kedua Belas Jilid 1.(Jakarta: Erlangga, 2008). 179.

seleksi terhadap kumpulan alternatif pilihan pembelian berdasarkan tujuan pembeliannya. Setelah konsumen mengumpulkan informasi mengenai sekumpulan alternatif pembelian berdasarkan suatu kebutuhan, maka konsumen mengevaluasi pilihan dan menyederhanakan pilihan hingga menemukan alternatif pilihan yang tepat guna memenuhi keinginan atau kebutuhannya.

4) Keputusan Pembelian

Pada tahap ini konsumen telah menetapkan pilihannya diantara serangkaian alternatif pilihan yang telah dikumpulkannya. Keputusan pembelian ini meliputi keputusan mengenai apa yang akan ia beli, keputusan untuk membeli suatu produk atau tidak, waktu pembelian, tempat pembelian, dan bagaimana cara pembayarannya.

5) Perilaku Pasca Pembelian

Setelah melakukan keputusan pembelian konsumen akan melakukan evaluasi pembelian. Apabila konsumen merasa terpuaskan oleh produk yang dibelinya maka ia akan melakukan pembelian ulang, namun apabila konsumen merasa tidak puas dengan produk tersebut maka konsumen akan kecewa dan memutuskan untuk berpikir ulang untuk membeli produk itu kembali.¹⁰

¹⁰ *Ibid*, 79.

2. Aksesibilitas

a. Pengertian Aksesibilitas

Aksesibilitas merupakan hal yang paling penting dalam kegiatan pariwisata, alat transportasi ataupun jasa transportasi menjadi akses penting dalam pariwisata. Akses ini diidentikkan dengan transferabilitas, artinya kemudahan untuk berpindah tempat atau bepergian dari tempat tinggal wisatawan ke tempat atraksi wisata.¹¹ Jika suatu daerah tidak tersedia aksesibilitas yang baik seperti bandara, pelabuhan dan jalan raya, maka menyulitkan para wisatawan yang akan berkunjung ke daerah tujuan wisata. Jika suatu daerah memiliki potensi pariwisata harus di lengkapi aksesibilitas yang memadai sehingga daerah tersebut mudah udah dikunjungi¹².

Aksesibilitas merupakan suatu tingkat kemudahan bagi seseorang untuk mencapai suatu lokasi tertentu, aksesibilitas ini sangat terkait dengan jarak lokasi suatu daerah terhadap daerah lainnya khususnya jarak lokasi ke pusat-pusat pelayanan publik (*public service*) yang secara spasial identik dengan ibukota propinsi dan ibukota kabupaten atau kota. Selain terkait dengan jarak lokasi, aksesibilitas juga terkait dengan waktu dan biaya.¹³ Menurut Sendi, Aksesibilitas merupakan ukuran kemudahan lokasi untuk dijangkau

¹¹ R.G Soekadijo. *Anatomi Pariwisata*, (Jakarta: Penerbit Gramedia Pustaka Utama, 2003) 108.

¹² Cooper, dkk, *Tourism, Principles and Practice*. Prentice Hall, Harlow, 1995, 81.

¹³ Umrotul Farida, "Pengaruh Aksesibilitas Terhadap Karakteristik Sosial Ekonomi Masyarakat Pedesaan Kecamatan Bumijawa Kabupaten Tegal", *Jurnal Wilayah Dan Lingkungan*, Volume 1, Nomor 1, 52.

dari lokasi lainnya melalui sistem transportasi. Ukuran keterjangkauan atau aksesibilitas meliputi kemudahan waktu, biaya, dan usaha dalam melakukan perpindahan antar tempat-tempat atau kawasan.¹⁴

Syarat aksesibilitas di Indonesia menurut Peraturan Menteri Pekerjaan Umum Perumahan Rakyat No. 30/PRT/M/2006 harus memenuhi 4 unsur diantaranya kemudahan, dimana semua orang dapat menjangkau semua tempat dengan mandiri, kegunaan, setiap orang dapat mempergunakan semua tempat dan keselamatan, setiap bangunan dan lingkungan harus memperhatikan keselamatan bagi semua orang.¹⁵

b. Indikator Aksesibilitas

Trihatmodjo menjelaskan bahwa dalam pemilihan lokasi aksesibilitas (akses) terdiri atas tiga indikator yakni:

- 1) Lokasi yang mudah dijangkau Seberapa jauh jarak antara lokasi wisata dengan pusat kota termasuk lamanya waktu yang dibutuhkan untuk sampai ke objek wisata.
- 2) Transportasi (kelancaran akses). Ketersediaan sarana transportasi menuju objek wisata.

¹⁴ Sendi Arief Prawira, "Pengaruh Aksesibilitas, Inovasi Dan Kualitas Pelayanan Fasilitas Publik Terhadap Kepuasan Penumpang Disabilitas Di Kereta Rel Listrik Jakarta", *Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*. (2020), 5.

¹⁵ Peraturan Menteri Pekerjaan Umum Perumahan Rakyat No. 30/PRT/M/2006.

- 3) Ketersediaan rambu-rambu Ketersediaan papan penunjuk arah ataupun rambu-rambu yang memudahkan wisatawan menuju objek wisata.
- 4) Akses Jalan Kondisi yang menunjukkan bagaimana kondisi jalan menuju objek wisata.¹⁶

3. Tarif

a. Pengertian Tarif

Menurut Sulistyana tarif adalah jumlah komponen-komponen dari biaya atraksi wisata, biaya angkutan dan biaya fasilitas.¹⁷ Tarif adalah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya.¹⁸ Tarif tiket retribusi dapat diartikan sebagai harga, harga adalah sejumlah uang yang ditagih atas suatu produk atau jasa, atau jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.¹⁹

b. Peranan Tarif/Harga

Harga memiliki dua peran utama dalam proses pengambilan keputusan para pembeli, yaitu:

¹⁶Trihatmodjo, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Salemba Empa, 2017), 21.

¹⁷ Sulistyana, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Kompas, 2015). 12.

¹⁸ Stanton, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2012). 55.

¹⁹ Philip Khotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, 345.

- 1) Peran lokasi dari harga, yaitu harga dalam membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat atau utilitas tertinggi yang diharapkan berdasarkan daya belinya.
- 2) Peran informasi dari harga, yaitu fungsi harga dalam ‘mendidik’ konsumen mengenai faktor–faktor produk, seperti kualitas. Hal ini bermanfaat dalam situasi dimana pembeli mengalami kesulitan untuk menilai faktor produk atau manfaatnya secara objektif.²⁰

c. Indikator Tarif

Menurut Stanton adapun indikator dari tarif dapat dilihat sebagai berikut:

- 1) Keterjangkauan tarif Aspek penetapan tarif yang dilakukan oleh pengelola objek wisata yang sesuai dengan kemampuan beli konsumen/pengunjung.
- 2) Kesesuaian tarif dengan kualitas produk Aspek penetapan tarif yang dilakukan oleh pengelola objek wisata yang sesuai dengan kualitas objek wisata yang dapat diperoleh konsumen/pengunjung.
- 3) Daya saing tarif Penawaran tarif yang diberikan oleh pengelola objek wisata berbeda dan bersaing dengan yang diberikan oleh objek wisata lain, pada satu jenis objek wisata yang sama.²¹

²⁰ Fandy Tjiptono, Strategi Bisnis Pemasaran (Yogyakarta: Andi Offset, 2008), 152.

²¹ Stanton. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. 12.

4. Fasilitas

a. Pengertian Fasilitas

Secara istilah fasilitas adalah sarana pendukung untuk melancarkan pelaksanaan fungsi. Artinya, fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat memudahkan dan melancarkan usaha, baik berupa benda maupun uang. Fasilitas merupakan komponen individual dari penawaran yang mudah ditambahkan atau dikurangi tanpa mengubah kualitas dan modal jasa, fasilitas juga alat untuk membedakan program yang satu dengan pesaing lainnya.²²

Kotler mengartikan fasilitas sebagai segala sesuatu yang telah disediakan oleh perusahaan untuk konsumen yang dapat memberikan kenyamanan, keamanan, kemudahan dan kepuasan.²³

Menurut Lupioadi Fasilitas merupakan penampilan, kemampuan sarana prasarana, dan keadaan lingkungan sekitarnya dalam menunjukkan eksistensinya kepada eksternal yang meliputi fasilitas fisik (gedung), perlengkapan dan peralatan.²⁴

Menurut Tjiptono, fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum jasa ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas merupakan sesuatu yang sangat penting dalam usaha jasa, oleh karena itu fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, kelengkapan desain interior dan ekterior serta kebersihan fasilitas harus dipertimbangkan

²² Ernawati Waridah, Kamus Bahasa Indonesia, (Jakarta: Bmedia, 2017), 81.

²³ Philip Khotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Prehalindo, 2009), 45.

²⁴ Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta : Salemba Empat. 2008), 148.

terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan konsumen secara langsung.²⁵

b. Elemen-elemen Fasilitas

1) Prasarana Wisata

Prasarana pariwisata adalah sumber daya alam dan sumber daya buatan manusia yang mutlak dibutuhkan oleh wisatawan dalam perjalanannya di daerah tujuan wisata seperti jalan, listrik, air, telekomunikasi, terminal, jembatan, dan sebagainya. Untuk kesiapan objek-objek wisata yang akan dikunjungi oleh wisatawan di daerah tujuan wisata, prasarana wisata tersebut perlu dibangun dengan lokasi dan kondisi objek wisata yang bersangkutan.

2) Sarana Wisata

Merupakan kelengkapan daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk melayani kebutuhan wisatawan dalam menikmati perjalanan wisatanya. Suwantoro membagi sarana wisata menjadi tiga unsur pokok, yaitu:

a) Sarana pokok kepariwisataan, seperti biro perjalanan umum dan agen perjalanan, transportasi, restoran, objek wisata, dan atraksi wisata.

b) Sarana pelengkap kepariwisataan, yaitu:

(1) Fasilitas rekreasi dan olahraga, seperti gold course,

²⁵ Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2002), 19.

tennis court, pemandian, kuda tunggang, photography,
dll.²⁶

(2) Prasarana umum, seperti jalan raya, jembatan, listrik,
lapangan udara, telekomunikasi, air bersih, pelabuhan,
dan lain-lain

c) Sarana penunjang kepariwisataan, yaitu:

(1) Nightclub dan steambath.

(2) Casino dan entertainment.

(3) Souvenir shop, mailing service, dll.²⁷

c. Indikator Fasilitas

Indikator fasilitas dalam pariwisata meliputi:

- 1) Kelengkapan, kebersihan, dan kerapian fasilitas yang ditawarkan adalah keadaan fasilitas perusahaan yang dilengkapi oleh atribut yang menyertainya dan didukung dengan kebersihan dan kerapian saat konsumen menggunakan fasilitas tersebut,
- 2) Kondisi dan fungsi fasilitas yang akan ditawarkan adalah fasilitas yang berfungsi dengan baik dan tidak mengalami kerusakan,
- 3) Kemudahan menggunakan fasilitas yang ditawarkan adalah fasilitas yang ditawarkan kepada konsumen adalah fasilitas yang

²⁷Ayu Listianingrum, "Pengaruh Daya Tarik, Aksesibilitas, dan Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung di Objek Wisata Pantai Muarareja Indah Kota Tegal," Skripsi (Tegal: Universitas Pancasakti Tegal, 2019), 26.

sudah familier bagi konsumen sehingga konsumen dapat menggunakannya dengan mudah,

4) Kelengkapan alat yang digunakan adalah alat yang digunakan oleh konsumen sesuai dengan spesifikasinya.²⁸

5. Hubungan Antar Variabel

a. Hubungan aksesibilitas terhadap keputusan kunjungan

Hasil dari penelitian terdahulu menjelaskan bahwa aksesibilitas berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap keputusan berkunjung. Artinya semakin baik aksesibilitas menuju suatu destinasi wisata, maka akan semakin banyak wisatawan yang akan berkunjung ke destinasi wisata tersebut.²⁹ Hasil temuan ini juga diperkuat oleh penelitian Ardiansyah yang menjelaskan bahwa aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan.³⁰

b. Hubungan tarif terhadap keputusan kunjungan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Theo Dora dapat diketahui bahwa variabel tarif berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung diterima. Pemberian tarif yang kompetitif

²⁸ Tjiptono, *Pemasaran Strategik Kedua*. Yogyakarta: Andi, 2014. 317.

²⁹ Titiek Afariani Ruray Rheza Pratama, "Pengaruh Daya Tarik Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Pantai Akesahu Kota Tidore Kepulauan", Volume 10, Nomor 2 (2020).

³⁰ Ardiansyah, dkk, "Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Pantai Siangau Kabupaten Bangka Barat". *Jurnal Ekomaks Jurnal Ilmu Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, Volume 11, Nomor 1, (2022), 101–113.

pada konsumen supaya terjadi peningkatan dalam keputusan berkunjung.³¹

c. Hubungan fasilitas terhadap keputusan kunjungan

Pada penelitian yang dilakukan Suwasta ini ada pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara fasilitas wisata terhadap keputusan berkunjung wisatawan domestic.³² Setiadi menyimpulkan bahwa variabel fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung ke tempat wisata. Keputusan pembelian merupakan pilihan konsumen diantara beberapa pilihan yang ditawarkan.³³ Fasilitas memainkan peran penting dalam memutuskan untuk mengunjungi wisata. Wisatawan akan memilih untuk mengunjungi obyek wisata jika fasilitas yang ditawarkan memenuhi harapan pengunjung. Dengan demikian fasilitas merupakan salah satu faktor penting yang harus diperhatikan oleh pengelola objek wisata agar menarik perhatian wisatawan untuk melakukan keputusan berkunjung.

³¹ Theo Dora Sinta Arum Jati, Sri Suryoko, “Pengaruh Promosi, Tarif, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Pada Pengunjung Play Indoor Theme Park Kota Semarang)”, *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2020.

³²Suwasta, Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Harga Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Domestik Pada Bali Safari & Marine Park Di Era New Normal Covid 19, *Jurnal Manajemen dan Bisnis Equilibrium*, Volume 7, Nomor 1 (2021). 1.

³³Bahrul Setiadi, “Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Fasilitas Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan (Studi Pada Objek Wisata Pantai Tiga Warna Di Kabupaten Malang)”. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, Volume 6, Nomor 1 (2018).

6. Hubungan Aksesibilitas, Tarif, Fasilitas dan Keputusan kunjungan wisatawan dalam berpariwisata dalam Perspektif Ekonomi Islam

Kegiatan pariwisata adalah kegiatan yang bertujuan agar manusia memperhatikan lingkungan sekitar, orang-orang yang berada disekitar kita serta adat dan budayanya untuk memperhatikan segala sesuatu semata-mata untuk menambah keimanan kita terhadap Allah Swt.³⁴

Infrastruktur merupakan salah satu hal penting dalam membangun dan meratakan ekonomi sebuah negara untuk kesejahteraan bagi masyarakat. Karena itu dalam islam, membangun infrastruktur yang baik, bagus dan merata ke pelosok negeri adalah wajib. Dalam Al-Qur'an sendiri menekankan perlu adanya jaminan keamanan suatu daerah atau negara serta fasilitas yang tersedia bagi para wisatawan.³⁵

Hal ini ditekankan oleh mufassir al-Qurthubi ketika memahami ayat

وَجَعَلْنَا بَيْنَهُمْ وَبَيْنَ الْقُرَى الَّتِي بَرَكْنَا فِيهَا قُرَى ظُهْرَةً وَقَدَرْنَا فِيهَا السَّبِيْرَ سِيْرُوا فِيهَا لِيَأْتِيَهَا وَأَيَّامًا

ءَامِنِيْنَ

“Dan kami jadikan antara mereka dan antara negeri-negeri yang kami limpahkan berkat kepadanya, beberapa negeri yang berdekatan dan kami tetapkan antara negerinegeri itu (jarak-jarak) perjalanan,

³⁴ Mila Falma Masful, “Pariwisata Syariah: Suatu Konsep Kepercayaan Dan Nilai Budaya Lokal Di Daerah Pedalaman Pilubang, Payakumbuh Sumatera Selatan”, *Jurnal Pariwisata*, Volume 9, 19.

³⁵ Erlita Hariyani, “Pengaruh Destination Image Dan Aksesibilitas Wisata Terhadap Revisit Intention Dalam Perspektif Ekonomi Islam”, *Skripsi: Uin Raden Intan Lampung* (2022), 35.

berjalanlah kamu di kota-kota pada malam hari dan siang hari dengan aman”. (Q.S Saba‘ 34:18).³⁶

Pandangan ekonomi syariah, harga diartikan sebagai nilai yang tidak mengakibatkan risiko atau kerugian yang dialami oleh para pelaku pasar, baik dalam hal penjualan ataupun pembelian.³⁷ Didalam al-Qur‘an diperoleh banyak isyarat untuk melakukan aktivitas pariwisata. Pariwisata sebagai salah satu sektor yang bisa mendatangkan pendapatan individu, masyarakat, serta income bagi suatu negara. Bahkan ada beberapa daerah atau negara yang roda perekonomiannya sangat bergantung pada sector pariwisata yang dapat menghasilkan income yang banyak. Misalnya daerah yang memiliki wisata alam yang indah, keragaman seni serta budaya, sarana dan prasarana akomodasi, khazanah peninggalan sejarah yang kaya. Maka industri objek pariwisata sangat menjanjikan bila dikembangkan.³⁸

Allah Swt sangat melarang umatnya melakukan hal-hal yang rugi, sehingga manusia harus dapat membedakan mana yang baik dan mana yang buruk. Allah Swt. Berfirman :

قُلْ لَا يَسْتَوِي الْحَيْثُ وَالطَّيِّبُ وَلَوْ أَعْجَبَكَ كَثْرَةُ الْحَيْثِ فَاتَّقُوا اللَّهَ يَا أُولِي الْأَلْبَابِ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

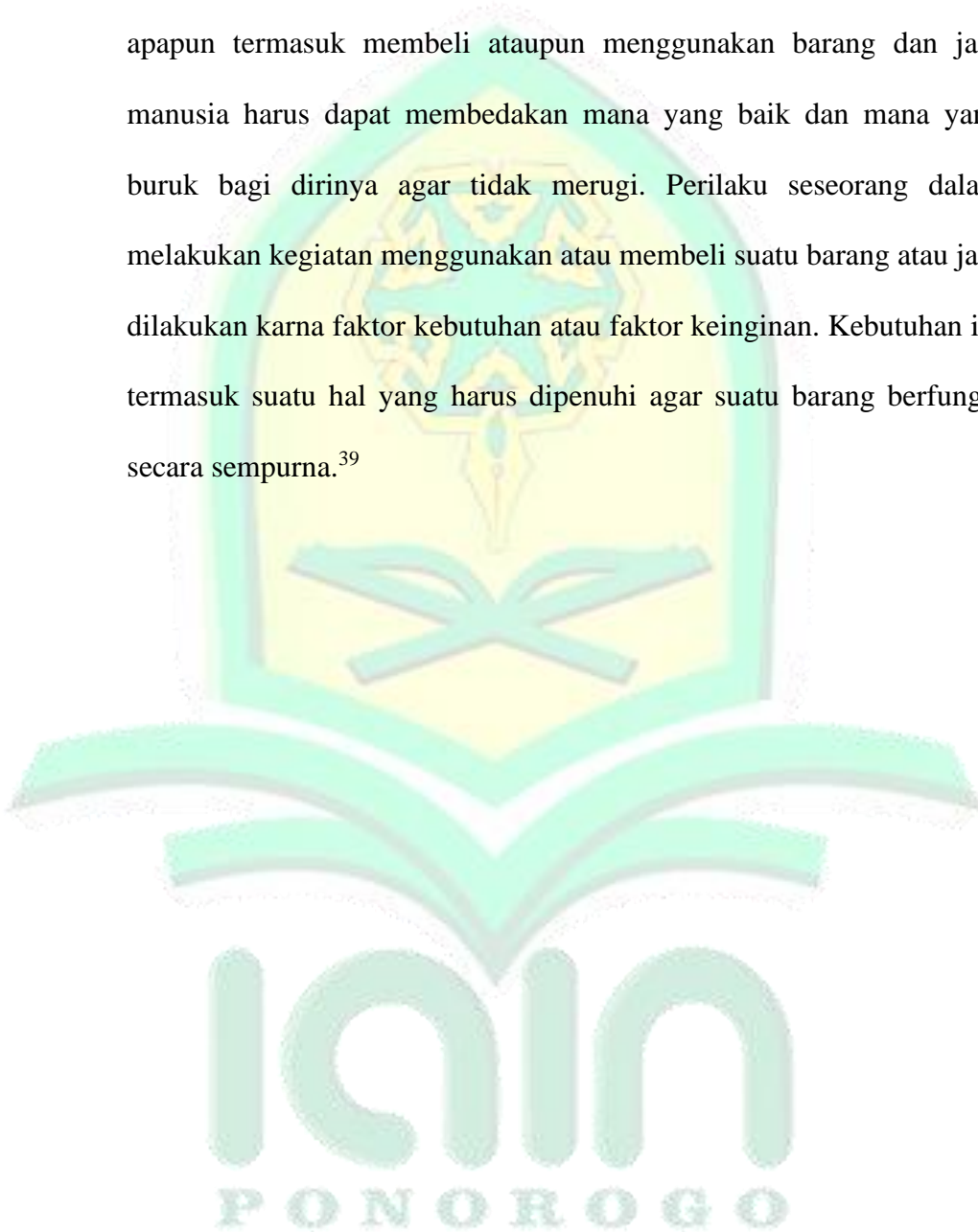
Katakanlah (Muhammad), “Tidaklah sama yang buruk dengan yang baik, meskipun banyaknya keburukan itu menarik hatimu, maka

³⁶ Departemen Agama RI, *Al-Qur‘an Dan Terjemahnya*, Surat Saba‘ Ayat 34:18, 52.

³⁷ Sa‘id Sa‘ad Marthon, *Ekonomi Islam di Tengah Krisis Global* (Jakarta: Zikrul Hakim, 2004), 89.

³⁸ Karim Shofwan, *Dakwah Sebagai Media Pengembangan Kepariwisataaan* (Padang: Dinas Parnsibud Sumbar, 2003), 72.

bertakwalah kepada Allah wahai orang-orang yang mempunyai akal sehat, agar kamu beruntung.” (Q.S Al- Maidah 5:100). Allah menjelaskan dalam firmanNya bahwasanya dalam melakukan kegiatan apapun termasuk membeli ataupun menggunakan barang dan jasa manusia harus dapat membedakan mana yang baik dan mana yang buruk bagi dirinya agar tidak merugi. Perilaku seseorang dalam melakukan kegiatan menggunakan atau membeli suatu barang atau jasa dilakukan karna faktor kebutuhan atau faktor keinginan. Kebutuhan ini termasuk suatu hal yang harus dipenuhi agar suatu barang berfungsi secara sempurna.³⁹



³⁹ Ibid, 36.

B. Kajian Pustaka

Tabel 2.1
Pemetaan Kajian Teori

| No. | Peneliti | Persamaan | Perbedaan | Hasil Penelitian |
|-----|---|--|--|---|
| 1. | Anju Pardamean Pasaribu dan Tri Utari Ismayuni. (2023) ⁴⁰ | Variabel Independen: Aksesibilitas, dan Variabel | Variabel independen : Atraksi, Amenitas Wisata dan Variabel dependen : minat kunjungan wisatawan Kawasan Wisata taman eden 100, sedangkan pada penelitian saya menggunakan variabel keputusan kunjungan pada Objek Wisata Telaga Wahyu Magetan | Dengan nilai Sig F Change sebesar 0,003 < 0,005 didapatkan hasil bahwa variabel atraksi, aksesibilitas, dan amenitas berpengaruh terhadap minat wisatawan untuk mengunjungi objek wisata Eden Park 100 dalam waktu yang bersamaan |
| 2. | Sri Wahyuni, Ida Anggriani dan Iswidana Utama Putra. (2022) ⁴¹ | Sama-sama menggunakan variabel | Penggunaan variabel citra/image | Hasil penelitian menunjukkan citra/image, |

⁴⁰ Anju Pardamean Pasaribu, dan Tri Utari Ismayuni, "Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan di Objek Wisata Taman Eden 100", *Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan*, Volume 17, Nomor 1, (2023). 510-524.

⁴¹ Sri Wahyuni, Ida Anggriani, dkk, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Berkunjung pada Wisata Buana Alit Bengkulu Tengah", *Journal Ekombis Review*, Volume, 10 (2022), 379-390.

| | | | | |
|----|---|---|--|--|
| | | harga serta variabel dependen keputusan kunjungan | dan pelayanan serta objek penelitian | harga, pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung pada Wisata Buana Alit Bengkulu Tengah. Secara simultan antara (lokasi, fasilitas, citra, harga, pelayanan) terdapat pengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung pada Wisata Buana Alit Bengkulu Tengah. |
| 3. | Budi Susianto, Johannes Johannes, Syahmardi Yacob. (2022) ⁴² | Sama sama menggunakan variabel dependen: keputusan berkunjung | Pada penelitian tersebut menggunakan variabel independent pengaruh daya tarik wisata dan amenities dan pada penelitian saya menggunakan variabel independent aksesibilitas, retribusi tiket dan juga | Hasil penelitian menunjukkan daya tarik wisata dan amenities memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada desa wisata Kabupaten Kerinci. Hal ini menjelaskan apabila sebuah objek wisata memiliki daya tarik dengan adanya fasilitas yang mendukung, |

⁴² Budi Susianto, Johannes Johannes, dkk, "Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Amenitas Terhadap Keputusan", *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, Volume 3, Nomor 6, (2022), 592-605.

| | | | | |
|----|---|---|--|--|
| | | | berbeda lokasi penelitian | infrastruktur objek wisata, tersedianya alat transportasi dan sikap ramah masyarakat. |
| 4. | Mercy Rosdahlia Putri. (2022) ⁴³ | Sama sama menggunakan variabel dependen: keputusan berkunjung | Pada penelitian tersebut menggunakan variabel independent pengaruh instagram variabel independent aksesibilitas, retribusi tiket dan fasilitas sarana prasarana dan juga berbeda lokasi penelitian | Hasil penelitian menunjukkan bahwa jenis media sosial yang paling banyak digunakan untuk mendapatkan informasi terkait objek wisata di Kota Pekanbaru adalah instagram, dimana rata-rata penggunaannya adalah para pelajar/mahasiswa berumur 20-28 tahunTingkat penggunaan media sosial dan tingkat keputusan berkunjung wisatawan di Kota Pekanbaru termasuk kategori tinggiSelain itu media sosial berpengaruh secara simultan terhadap keputusan berkunjung |

⁴³ Mercy Rosdahlia Putri, "Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Objek Wisata Di Kota Pekanbaru Provinsi Riau". *Skripsi: Universitas Islam Riau*, (2022).

| | | | | |
|----|--|--|---|---|
| | | | | dimana, Sehingga dapat disimpulkan bahwa media sosial berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke objek wisata di Kota Pekanbaru Provinsi Riau. |
| 5. | Annisa Egaleonita Kelana. (2022) ⁴⁴ | Sama sama menggunakan variabel dependen keputusan berkunjung | Pada penelitian tersebut menggunakan variabel independent: Preferensi sedangkan dalam penelitian saya menggunakan variabel aksesibilitas, retribusi tiket dan fasilitas sarana prasarana dan juga berbeda lokasi penelitian | Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa hasil analisis H1 dapat diterima sehingga variabel preferensi wisatawan (X) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan berkunjung (Y) pada masa pandemi Covid – 19. Hal ini mengindikasikan bahwa preferensi wisatawan memiliki pengaruh yang positif dalam |

⁴⁴ Annisa Egaleonita Kelana, "Pengaruh Preferensi Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Objek Wisata Di Sukadanaham Pada Masa Pandemi Covid – 19 Dalam Perspektif Bisnis Syariah (Studi pada wisatawan yang berkunjung ke Puncak Mas)", *Skripsi; Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung*, 2022.

| | | | | |
|----|---|--------------------------------|--------------------------|--|
| | | | | menentukan prioritas untuk memberikan keputusan berkunjung ke objek wisata Puncak Mas pada masa pandemi Covid – 19. Berdasarkan tinjauan perspektif bisnis syariah dalam suatu objek wisata harus bisa mengikuti aturan – aturan dan ajaran islam agar semuanya dapat berjalan dengan baik. Objek wisata Puncak Mas memberikan fasilitas, kenyamanan dan pelayanan sesuai dengan syariat Islam, yang artinya bahwa objek wisata Puncak Mas termasuk dalam kategori wisata halal. |
| 6. | Febriana Ayu Widiati, Mas Oetarjo. (2022) ⁴⁵ | Sama sama menggunakan variabel | Pada penelitian tersebut | Berdasarkan hasil dari pengujian membuktikan |

⁴⁵ Febriana Ayu Widiati, Mas Oetarjo. “Pengaruh Harga, Daya Tarik, Aksesibilitas terhadap Keputusan Berkunjung di Wisata PPLH Seloliman Trawas Mojokerto, *Indonesian Journal of Law and Economics Review*”, Volume 15, (2022), 1-13.

| | | | | |
|--|--|---|---|--|
| | | <p>independent: aksesibilitas dan variabel dependen: keputusan berkunjung</p> | <p>menggunakan variabel independent: harga, daya tarik, Sedangkan dalam penelitian saya menggunakan variabel aksesibilitas, retribusi tiket dan fasilitas sarana prasarana dan juga berbeda lokasi penelitian</p> | <p>bahwa variabel harga berpengaruh terhadap keputusan berkunjung. Hal ini memiliki arti bahwa semakin murah ataupun terjangkau harga dapat memberikan peningkatan pada keputusan berkunjung wisatawan, daya Tarik berpengaruh terhadap keputusan berkunjung. Hal ini menunjukkan bahwa semakin unik dan khasnya sebuah objek wisata PPLH Seloliman maka dapat memberikan peningkatan pada keputusan berkunjung wisatawan, dan aksesibilitas berpengaruh terhadap keputusan berkunjung. Hal ini memiliki arti bahwa semakin mudahnya sebuah objek wisata</p> |
|--|--|---|---|--|

| | | | | |
|----|--|---|--|---|
| | | | | untuk dijangkau dapat memberikan peningkatan pada keputusan berkunjung wisatawan. |
| 7. | Desak Putu Rai Sattvika Putra, dan Dian Pramita Sugiarti. ⁴⁶ (2021) | Sama sama menggunakan variabel dependen: keputusan berkunjung | Pada penelitian tersebut menggunakan variabel independent pengaruh instagram variabel independent aksesibilitas, retribusi tiket dan fasilitas sarana prasarana dan juga berbeda lokasi penelitian | Hasil pengolahan data yang dikumpulkan adanya keterkaitan yang relevan dari hubungan Instagram (X) dan keputusan berkunjung wisatawan milenial (Y), korelasi yang kuat ini menegaskan bahwa unggahan wisatawan milenial yang berlokasi di Pantai Pandawa melalui Instagram dengan menonjolkan keindahan pemandangan pantai serta fasilitasnya mempengaruhi wisatawan milenial lainnya untuk berkunjung ke Pantai Pandawa dan jika |

⁴⁶ Desak Putu Rai Sattvika Putra, dan Dian Pramita Sugiarti, "Pengaruh Instagram Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan", *Jurnal Destinasi Pariwisata*, Volume 9, Nomor 1, (2021), 165-170.

| | | | | |
|----|------------------------------------|---|---|---|
| | | | | semakin banyak wisatawan milenial yang terpengaruhi maka keputusan berkunjung wisatawan milenial ke Pantai Pandawa akan semakin meningkat. |
| 8. | Dwi Fitriani. (2021) ⁴⁷ | Sama sama menggunakan variabel dependen: keputusan berkunjung | Pada penelitian tersebut menggunakan variabel independent: lokasi dan citra destinasi variabel independent aksesibilitas, retribusi tiket dan fasilitas sarana prasarana dan juga berbeda lokasi penelitian | lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung pada taman wisata Genilangit, citra destinasi berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung taman wisata Genilangit selain itu dapat disimpulkan bahwa lokasi dan citra destinasi berpengaruh terhadap keputusan berkunjung pada taman wisata Genilangit secara simultan sebesar. Hasil penelitian ini menunjukkan |

⁴⁷ Dwi Fitriani, "Pengaruh Lokasi dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Taman Wisata Genilangit Kecamatan Poncol Kabupaten Magetan Provinsi Jawa Timur", *Skripsi: IAIN Ponorogo*, (2021).

| | | | | |
|----|---------------------------------|---|--|---|
| | | | | <p>bahwa untuk meningkatkan keputusan berkunjung pada taman wisata Genilangit dengan cara mempertahankan kesan yang telah dibangun untuk pengunjung dan menambah spot-spot foto yang baru.</p> |
| 9. | Ristiani. (2021). ⁴⁸ | - | <p>Pada penelitian tersebut menggunakan variabel independent: Pengaruh Harga Dan Daya Tarik Wisata, sedangkan dalam penelitian saya menggunakan variabel aksesibilitas, retribusi tiket dan fasilitasi sarana prasarana dan juga berbeda lokasi penelitian</p> | <p>Terdapat hubungan positif yang sangat kuat dan searah antara harga dan daya tarik wisata. Adanya pengaruh parsial antara harga terhadap keputusan berkunjung secara positif dan signifikan. Adanya pengaruh parsial antara daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung. Terdapat pengaruh simultan antara harga dan daya tarik wisata terhadap</p> |

⁴⁸ Ristiani, "Pengaruh Harga Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung", *Jurnal Forum Ekonomi*, Vol. 23 No. 2, (2021), 310-317.

| | | | | |
|-----|---|--|--|--|
| | | | | keputusan berkunjung pada wisata Kampung Turis Resort & Water Park Mekar Buana Karawang. |
| 10. | I Putu Agus Suwastawa, I Komang Sumerta, Kadek Aris. (2021) ⁴⁹ | Sama sama menggunakan variabel independent fasilitas dan variabel dependen: keputusan berkunjung | Pada penelitian tersebut menggunakan variabel independent pengaruh harga dan pada penelitian saya menggunakan variabel independent aksesibilitas, retribusi tiket dan juga berbeda lokasi penelitian | Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas wisata dan harga berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan berkunjung wisatawan domestik pada Bali Safari & Marine Park. Fasilitas wisata berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan berkunjung wisatawan domestik pada Bali Safari & Marine Park. Harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan |

⁴⁹ I Putu Agus Suwastawa, I Komang Sumerta dkk, "Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Harga Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Domestik Pada Bali Safari & Marine Park Di Era New Normal Covid 19", *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Equilibrium*, Volume 7, Nomor 1, (2021), 724-729.

| | | | | |
|-----|---|---|---|---|
| | | | | berkunjung wisatawan pada Bali Safari & Marine Park. |
| 11. | Nurbaeti, Myrza Rahmanita, Heny Ratnaningtyas, Amrullah. (2021) ⁵⁰ | Variabel Independen: Aksesibilitas, dan Fasilitas | Variabel Independen: Daya Tarik Wisata, dan Variabel dependen : Minat Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Danau Cipondoh, Kota Tangerang, sedangkan pada penelitian saya menggunakan variabel keputusan kunjungan pada Objek Wisata Telaga Wahyu Magetan | Berdasarkan hasil penelitian bahwa variabel daya tarik wisata (DTW) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan (MBW) |

⁵⁰ Nurbaeti, Myrza Rahmanita, Heny Ratnaningtyas, dkk. "Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Harga Dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Danau Cipondoh, Kota Tangerang", *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, Volume 10, Nomor 2, (2021). 269-278.

| | | | | |
|-----|--|--|--|--|
| 12. | Koko Ardiansyah , Sumar, dan Ari Agung Nugroho. (2020) ⁵¹ | Sama-sama menggunakan variabel aksesibilitas dan fasilitas serta variabel dependen terhadap keputusan berkunjung wisatawan | Penggunaan variabel Daya Tarik Wisata serta objek penelitian | Hasil penelitian menunjukkan semua variabel independen (daya tarik wisata, aksesibilitas dan fasilitas) secara simultan maupun parsial mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. |
| 13. | Vebriana Fitria Sagita Sari, Harti. (2020) ⁵² | Sama sama menggunakan variabel independent fasilitas dan variabel dependen: keputusan berkunjung | Pada penelitian tersebut menggunakan variabel independent pengaruh harga tiket dan pada penelitian saya menggunakan variabel independent aksesibilitas, retribusi tiket dan juga berbeda | Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan menunjukkan bahwa harga tiket dan fasilitas berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung ke obyek wisata Ubalan Waterpark Pacet Mojokerto |

⁵¹ Koko Ardiansyah, Sumar, dkk, “Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Pantai Siangau Kabupaten Bangka Barat”, *Jurnal Ilmu Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, Volume 11 Nomor 1 April, (2022), 1.

⁵² Vebriana Fitria Sagita Sari, Harti, “Pengaruh Harga Tiket Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Obyek Wisata Ubalan Waterpark Pacet Mojokerto”, *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* Volume 08, Nomor 01, (2020), 113-124.

| | | | lokasi penelitian | |
|-----|--|--|--|--|
| 14. | Peggy Rahma Alana dan Tanto Askriyandoko Putro. (2020) ⁵³ | Sama-sama menggunakan variabel fasilitas | Perbedaan pada variabel kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Wisatawan dan pada penelitian saya menggunakan variabel independent aksesibilitas, retribusi tiket serta variabel dependen menggunakan keputusan kunjungan dan juga berbeda lokasi penelitian | Hasil penelitian menunjukkan bahwa variable Fasilitas dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Berkunjung pada wisatawan Goa Lowo Trenggalek. |
| 15. | Trisna Widjiyanto. (2019) ⁵⁴ | - | Pada penelitian tersebut menggunakan variabel independent: daya tarik, citra wisata, | Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik wisata, citra wisata, promosi, dan kualitas pelayanan berpengaruh |

⁵³ Peggy Rahma Alana dan Tanto Askriyandoko Putro, "Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Wisatawan pada Goa Lowo Kecamatan Watulimo Kabupaten Trenggalek", *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)* Volume 5, Nomor 2 (2020), 180-194.

⁵⁴ Trisna Widjiyanto, "Pengaruh Daya Tarik Wisata, Citra Wisata, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Di Objek Wisata Ketep Pass", *Skripsi: Universitas Negeri Yogyakarta*, 2019.

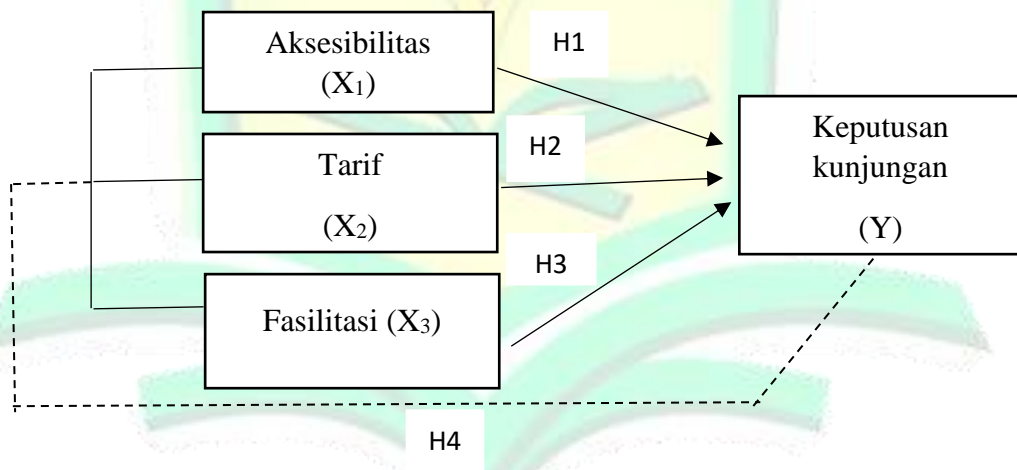
| | | | | |
|--|--|--|---|--|
| | | | <p>promosi, dan kualitas pelayanan pada variabel dependen: minat berkunjung kembali sedangkan dalam penelitian saya menggunakan variabel independent aksesibilitas, retribusi tiket dan fasilitasi sarana prasarana dan variabel dependen keputusan berkunjung juga berbeda lokasi penelitian</p> | <p>positif terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di objek wisata Ketep Pass.</p> |
|--|--|--|---|--|

Pada penelitian ini, berbeda yakni lokasi penelitian yang dilakukan serta karena belum ada variabel yang ketiganya sama dengan variabel pada penelitian ini, dimana pada penelitian terdahulu pada tabel di atas saya menggunakan variabel aksesibilitas, tarif dan fasilitas yang akan diuji dengan variabel keputusan berkunjung. Ada beberapa variabel pada penelitian diatas yang sama-sama menggunakan aksesibilitas, fasilitas, dan juga harga dan variabel Y nya keputusan berkunjung ataupun minat

kunjungan. Namun juga terdapat beberapa penelitian yang menggunakan variabel amennitas, atraksi wisata, daya tarik wisata, Instagram dan sebagainya.

C. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan model konseptual bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.⁵⁵ Berdasarkan landasan teori yang telah dipaparkan, kerangka teori dalam penelitian ini adalah



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

Keterangan:

_____ : secara parsial

..... : secara simultan

⁵⁵ Deni Dermawan, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: PT Ratmaja Rosdakarya, 2013), 117.

Dari landasan teori diatas, maka dihasilkan kerangka berpikir :

X₁ : Aksesibilitas

X₂ : Tarif

X₃ : Fasilitas

Y : Keputusan berkunjung

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan pernyataan yang diterima secara sementara sebagai suatu kebenaran sebagaimana adanya, pada saat fenomena dikenal dan merupakan dasar kerja serta panduan dalam verifikasi.⁵⁶ Karakteristik dari hipotesis sangat penting sekali diketahui, ada beberapa karakteristik yang harus ada dari sebuah hipotesis, antara lain:

1. Hipotesis yang diungkapkan harus menyertakan adanya sebuah hubungan dengan rumusan masalah.
2. Hipotesis haruslah sederhana
3. Hipotesis harus bisa menjelaskan sebuah fakta
4. Pendapat yang diungkapkan harus sesuai dengan faktanya dan bisa diuji kebenarannya.

⁵⁶ Muslich, Ansori dan Sri Iswati, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Surabaya: Airlangga University, 2009). 44.

5. Hipotesis harus memiliki hubungan dengan ilmu dan juga harus sesuai dengan perkembangan ilmu pengetahuan.⁵⁷

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

1. Pengaruh aksesibilitas terhadap keputusan kunjungan wisatawan pada objek wisata Telaga Wahyu Magetan

Aksesibilitas menurut Soekadijo, objek wisata harus mudah dicapai dan dengan sendirinya juga mudah ditemukan, persyaratan aksesibilitas terdiri dari akses informasi dimana fasilitas harus mudah ditemukan dan mudah dicapai, harus memiliki akses kondisi jalan yang dapat dilalui dan sampai ke tempat obyek wisata serta harus ada akhir tempat suatu perjalanan.⁵⁸ Menurut temuan studi oleh Anju, aksesibilitas mempengaruhi minat pengunjung.⁵⁹ Sehingga, peneliti membuat hipotesis, sebagai berikut:

- a. H01 : Tidak ada pengaruh aksesibilitas terhadap keputusan kunjungan wisatawan pada objek wisata Telaga Wahyu Magetan
 - b. Ha1 : Ada pengaruh aksesibilitas terhadap keputusan kunjungan wisatawan pada objek wisata Telaga Wahyu Magetan
2. Pengaruh tarif terhadap keputusan kunjungan wisatawan pada objek wisata Telaga Wahyu Magetan

⁵⁷ Nurma Fitrianna dkk, *Metode Penelitian Ekonomi*, Yayasan Kita Menulis, 2021, 66.

⁵⁸ R.G Soekadijo. *Anatomi Pariwisata*, 107-108.

⁵⁹ Anju Pardamean, "Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Di Objek Wisata Taman Eden 100", 523.

Tarif adalah suatu nilai yang dinyatakan dalam bentuk rupiah guna pertukaran atau transaksi atau sejumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan barang dan jasa. Dari teori tersebut, tidak menutup kemungkinan bahwa tarif tiket atau harga oleh pengelola objek wisata dapat mempengaruhi seseorang ketika akan melakukan keputusan berkunjung. Penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi bahwa harga memiliki pengaruh yang tinggi terhadap keputusan pembelian.⁶⁰ Penelitian tersebut juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anggraini, bahwa harga berpengaruh positif pada keputusan pembelian.⁶¹ Sehingga, peneliti membuat hipotesis, sebagai berikut:

- a. H02 : Tidak ada pengaruh tarif adalah suatu nilai yang dinyatakan dalam bentuk rupiah guna pertukaran atau transaksi atau sejumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan barang dan jasa. terhadap keputusan kunjungan wisatawan pada objek wisata Telaga Wahyu Magetan
- b. Ha2 : Ada pengaruh tarif adalah suatu nilai yang dinyatakan dalam bentuk rupiah guna pertukaran atau transaksi atau sejumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan barang dan jasa. terhadap keputusan kunjungan wisatawan pada objek wisata Telaga Wahyu Magetan

⁶⁰ Diah Eka Intan Pratiwi dan Ely Masykuroh, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Ponorogo di Marketplace Lazada", *Journal of Economics and Business Research*, Volume 3, Nomor 1 (2023). 229.

⁶¹ Yulia Anggraini dan Nanda Meilania Putri. "The Effect Product Innovation, Price, And Service Quality On Purchasing Decisions For Herbalife Products" *JoIE: Journal of Islamic Economic and Bussines*, Volume 3, Nomor 1 (2023), 89.

3. Pengaruh fasilitas terhadap keputusan kunjungan wisatawan pada objek wisata Telaga Wahyu Magetan

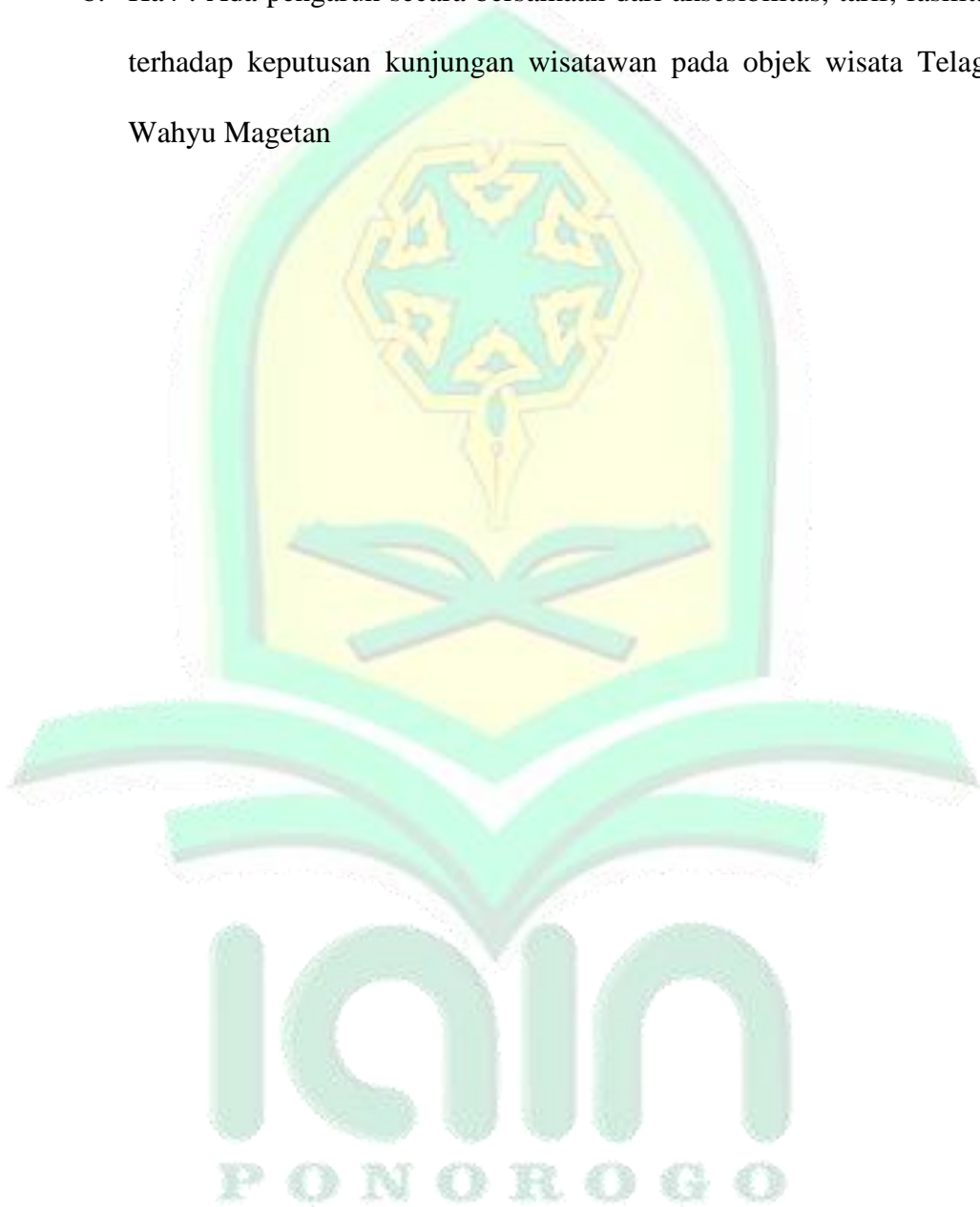
Berdasarkan pendapat Spillane, fasilitas fisik (*physical facility*) adalah sarana yang disediakan oleh pengelola obyek wisata untuk memberikan pelayanan atau kesempatan kepada wisatawan menikmatinya. Dengan tersedianya sarana maka akan mendorong calon wisatawan untuk berkunjung dan menikmati objek wisata dengan waktu yang relatif lama. Sarana dan pelayanannya akan memudahkan orang berkunjung ke objek wisata yang diinginkan serta pergerakan di lokasi wisata.⁶² Hasil penelitian yang dilakukan oleh bahwa I Putu Agus Suwastawa fasilitas wisata berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan berkunjung wisatawan domestik pada Bali Safari & Marine Park.⁶³ Sehingga, penulis membuat hipotesis, sebagai berikut:

- a. H03 : Tidak ada fasilitas prasarana terhadap keputusan kunjungan wisatawan pada objek wisata Telaga Wahyu Magetan
 - b. Ha3 : Ada pengaruh fasilitas terhadap keputusan kunjungan wisatawan pada objek wisata Telaga Wahyu Magetan
4. Pengaruh aksesibilitas, tarif dan fasilitas terhadap keputusan kunjungan objek wisata Telaga Wahyu Magetan

⁶² James Spillane. *Ekonomi Pariwisata: Sejarah dan Prospeknya*. (Yogyakarta: Penerbit Kanisius, 2000), 23.

⁶³ I Putu Agus Suwastawa, dkk. "Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Harga Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Domestik Pada Bali Safari & Marine Park Di Era New Normal Covid 19", *Jurnal Manajemen dan Bisnis Equilibrium*, Volume 7, Nomor 1 (2021), 113.

- a. H04 : Tidak ada pengaruh secara bersamaan dari aksesibilitas, tarif, fasilitas terhadap keputusan kunjungan wisatawan pada objek wisata Telaga Wahyu Magetan
- b. Ha4 : Ada pengaruh secara bersamaan dari aksesibilitas, tarif, fasilitas terhadap keputusan kunjungan wisatawan pada objek wisata Telaga Wahyu Magetan



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian diartikan sebagai strategi mengatur latar penelitian agar peneliti memperoleh data yang valid sesuai dengan karakteristik variabel dan tujuan penelitian.¹ Pada penelitian ini penulis menggunakan rancangan kuantitatif untuk menguji teorinya. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang berupa kuisioner yang dibagikan kepada pengunjung atau wisatawan di Kawasan objek wisata Telaga Wahyu Magetan. Data tersebut kemudian dikumpulkan lalu diolah sehingga menjadi data pengukuran yang bersifat objektif dan statistik melalui perhitungan secara ilmiah menggunakan sampel orang atau dengan cara orang diminta guna menjawab sejumlah pertanyaan terkait hal yang disurvei dan bertujuan untuk menguji hipotesis penelitian

B. Variabel Penelitian

Variabel Penelitian adalah suatu atribut, nilai atau sifat dari objek, individu atau kegiatan yang mempunyai banyak variasi tertentu antara satu dan lainnya yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan dicari informasinya serta ditarik kesimpulannya.² Berdasarkan hubungan antara satu variabel

¹Ahmad Tanzeh, *Metode Penelitian Praktis*, (Yogyakarta: Teras, 2011), 132.

² Nikmatur Ridha, "Proses Penelitian, Masalah, Variabel Dan Paradigma Penelitian", *Jurnal Hikmah*, Voume 14, Nomor 1, (2017), 64.

dengan variabel lainnya, maka jenis-jenis variabel dalam penelitian mampu dibedakan menjadi dua, yakni: ³

- a. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab, perubahan, maupun timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini yang merupakan variabel bebas, yaitu aksesibilitas, tarif, fasilitas
- b. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena timbulnya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang merupakan variabel terikat, yaitu keputusan kunjungan wisatawan pada objek wisata telaga wahyu.

C. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan suatu definisi yang dirumuskan oleh peneliti tentang istilah-istilah yang ada pada masalah peneliti dengan maksud untuk menyamakan persepsi antara peneliti dengan orang-orang yang terkait dengan penelitian.⁴

Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

| No | Nama Variabel | Definisi Variabel | Indikator | Sumber |
|----|---------------|---|--|---------------------|
| 1. | Aksesibilitas | Aksesibilitas merupakan ukuran kemudahan lokasi untuk dijangkau dari lokasi lainnya melalui | 1. Lokasi yang mudah dijangkau Seberapa jauh jarak antara lokasi wisata dengan pusat kota termasuk lamanya waktu yang dibutuhkan | Trihatmojo, (2017). |

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi* (Bandung: Alfabeta CV, 2017), 64.

⁴ Wina Sanjaya, *Penelitian Pendidikan*, (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2013), 287.

| | | | | |
|----|-------|--|---|------------------------|
| | | <p>sistem transportasi.</p> | <p>untuk sampai ke objek wisata.</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Transportasi (kelancaran akses). Ketersediaan sarana transportasi menuju objek wisata. 3. Ketersediaan rambu-rambu Ketersediaan papan penunjuk arah ataupun rambu-rambu yang memudahkan wisatawan menuju objek wisata. 4. Akses Jalan Kondisi yang menunjukkan bagaimana kondisi jalan menuju objek wisata. | |
| 2. | Tarif | <p>Tarif adalah suatu nilai yang dinyatakan dalam bentuk rupiah guna pertukaran atau transaksi atau sejumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan barang dan jasa.</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan tarif Aspek penetapan tarif yang dilakukan oleh pengelola objek wisata yang sesuai dengan kemampuan beli konsumen/pengunjung. 2. Kesesuaian tarif dengan kualitas produk Aspek penetapan tarif yang dilakukan oleh pengelola objek wisata yang sesuai dengan kualitas objek wisata yang dapat diperoleh konsumen/pengunjung. 3. Daya saing tarif Penawaran tarif yang diberikan oleh pengelola objek wisata | <p>Staton, (2012).</p> |

| | | | | |
|----|-----------|--|---|-------------------|
| | | | berbeda dan bersaing dengan yang diberikan oleh objek wisata lain, pada satu jenis objek wisata yang sama. | |
| 3. | Fasilitas | | <ol style="list-style-type: none"> 1. Kelengkapan, kebersihan, dan kerapian fasilitas yang ditawarkan adalah keadaan fasilitas perusahaan yang dilengkapi oleh atribut yang menyertainya dan didukung dengan kebersihan dan kerapian saat konsumen menggunakan fasilitas tersebut, 2. Kondisi dan fungsi fasilitas yang akan ditawarkan adalah fasilitas yang berfungsi dengan baik dan tidak mengalami kerusakan, 3. Kemudahan menggunakan fasilitas yang ditawarkan adalah fasilitas yang ditawarkan kepada konsumen adalah fasilitas yang sudah familier bagi konsumen sehingga konsumen dapat menggunakannya dengan mudah, 4. Kelengkapan alat yang digunakan adalah alat yang digunakan oleh | Tjiptono, (2014). |

| | | | | |
|----|--|---|---|----------------------|
| | | | konsumen sesuai dengan spesifikasinya. | |
| 4. | Keputusan Kunjungan Wisatawan Pada Objek Wisata Telaga Wahyu | Suatu tahap dimana konsumen telah memiliki pilihan dan siap untuk melakukan pembelian atau pertukaran antara uang dan janji untuk membayar dengan hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. | 1. Pengenalan kebutuhan menjadikan 2. Pencarian informasi 3. Evaluasi alternatif 4. Keputusan pembelian 5. Perilaku pasca pembelian | Philip Kotler (2008) |

D. Lokasi dan Periode Penelitian

Lokasi Penelitian Penelitian ini dilakukan di objek wisata Telaga Wahyu, Kabupaten Magetan. Alasan pemilihan lokasi ini adalah rasa ingin tahu yang lebih, dan cocok sebagai tempat penelitian. Penyebaran kuisisioner dilakukan yaitu pada tanggal 20 Februari -04 Maret 2024.

E. Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang dapat terdiri dari makhluk hidup, benda, gejala, nilai tes, atau peristiwa sebagai sumber data yang mewakili karakteristik tertentu dalam suatu penelitian. Populasi dalam penelitian dapat pula diartikan sebagai keseluruhan unit analisis

yang ciri-cirinya akan diduga. Unit analisis adalah unit/satuan yang akan diteliti atau dianalisis.⁵

Suatu wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulannya.⁶ Populasi dari penelitian ini adalah para pengunjung objek wisata Telaga Wahyu Magetan maupun masyarakat luas.

2. Sampel

Penentuan sampel digunakan rumus Cochran sebagai berikut;⁷ Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik populasi.

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

Dimana:

n : Jumlah sampel yang diperlukan

Z : Tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam sampel, yakni 95%

p : Peluang Benar 50%

q : Peluang Salah 50%

Moe : *Margin of Error* atau tingkat kesalahan maksimum yang dapat di tolerir

⁵ Dameria Sinaga, *Statistik Dasar*, (Jakarta timur: Uki Press, Jakarta timur, 2014), 5.

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta 2019), 126.

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta. Alfabet, 2017). 148.

Tingkat keyakinan yang digunakan adalah 95% dimana nilai Z sebesar 1,96 dan tingkat error maksimum sebesar 10%. Jumlah ukuran sampel dalam penelitian ini sebagai berikut;

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,05)(0,05)}{(0,1)^2}$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, maka jumlah sampel minimal yang harus digunakan dalam penelitian adalah 97 responden. Jadi jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 97 orang pengunjung objek wisata Telaga Wahyu. Metode yang akan digunakan adalah *Accidental Sampling* sebuah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja pengunjung yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.⁸

F. Jenis Dan Sumber Data

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilaksanakan oleh peneliti, yakni penelitian jenis kuantitatif. Dimana, data-data yang didapatkan sebagian besar berupa angka-angka. Penelitian kuantitatif merupakan suatu penelitian yang bersifat objektif, mencakup pengumpulan dan analisis data kuantitatif serta menggunakan metode pengujian statistik. Dalam penelitian ini, Teknik mengumpulkan data populasi, yakni dengan teknik *Accidental Sampling*.

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, 24.

2. Sumber Data

Pada penelitian ini, data kuantitatif yang digunakan peneliti adalah dengan cara penelitian langsung guna mendapatkan data melalui pengunjung guna aksesibilitas, tarif, fasilitas terhadap keputusan kunjungan wisatawan pada Objek Wisata Telaga Wahyu Magetan. Kemudian, data yang berbentuk angka tersebut diolah dan dianalisis guna memperoleh informasi yang bersifat ilmiah dibalik angka-angka tersebut. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh melalui asli atau primer yang berisi informasi maupun data penelitian secara langsung dari lapangan.⁹ Dalam penelitian ini, data primer diperoleh secara langsung melalui responden, yakni para pengunjung objek wisata Telaga Wahyu melalui penyebaran angket (kuisisioner).

G. Metode Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, metode pengumpulan data dilaksanakan dengan Kuesioner, suatu alat pengumpul informasi dengan cara menyampaikan sejumlah pertanyaan tertulis untuk menjawab secara tertulis juga oleh responden.

H. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian suatu alat yang digunakan untuk memperoleh, mengolah, dan menginterpretasikan informasi yang diperoleh dari para

⁹ Erwan Agus Purwanto dan Dyah Ratih Sulistyastuti, *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Administrasi Publik dan Masalah-Masalah Sosial* (Yogyakarta: Gaya Media, 2007), 20

responden yang dilakukan dengan menggunakan pola ukur yang sama.¹⁰ Instrumen penelitian juga digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitian agar pekerjaannya menjadi lebih mudah dan baik, dalam arti lebih cermat, lengkap sistematis sehingga lebih mudah untuk diolah.¹¹ Instrumen yang digunakan pada penelitian ini berupa observasi, wawancara, dan kuesioner, yang model pengukuran menggunakan skala likert.

Tabel Pengukuran Skala Likert

| Jawaban | Skala |
|---------------------------|-------|
| Sangat Tidak Setuju (STS) | 1 |
| Tidak Setuju (S) | 2 |
| Setuju (S) | 3 |
| Sangat Setuju (SS) | 4 |

I. Validitas dan Reabilitas Instrumen

1. Validitas Instrumen

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kesahihan suatu instrumen. Uji validitas instrumen dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh instrumen penelitian mampu mencerminkan isi sesuai dengan hal dan sifat yang diukur.¹² Biasanya syarat minimum kuosioner untuk mengambil validitas adalah jika r bernilai minimal 0,3 sebuah instrument dikatakan valid apabila nilai koofisien r hitung $\geq r$ tabel.¹³

¹⁰ Nani Agustina, Mengukur Kualitas Layanan Sistem Informasi Akademik Pada Smp Uswatun Hasanah Jakarta, *Paradigma*, Vol. 19, No. 1, Maret 2017, 65.

¹¹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. (Jakarta: Rineka Cipta, 2013)

¹² Tunjung Ganarsih, *Statistik Ekonomi dan Bisnis*, (Yogyakarta: Zahir Publishing, 2020) 17.

¹³ Igbal Hasan, *Pokok-pokok Materi Statistik Edisi ke-2 cet ke 3*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2005), 235.

2. Uji Reliabilitas

Uji reabilitas dilakukan dalam sebuah penelitian dengan maksud untuk mengetahui seberapa besar tingkat keabsahan sehingga dapat menghasilkan data yang benar-benar sesuai dengan kenyataan. instrumen Reliable adalah instrument yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama dan menghasilkan hasil yang sama. Suatu variabel dikatakan reliabel apabila memiliki nilai $\text{Alpha} > 0,50$.¹⁴ Uji Reliabilitas, menunjuk pada satu pengertian bahwa sesuatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik.

J. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

1. Teknik Pengolahan

Teknik pengolahan data dan analisis data, yakni sebuah proses pengaturan terkait urutan data, pengorganisasian dalam suatu pola, kategori dan satuan uraian dasar. Analisis data merupakan proses pengorganisasian dan pengurutan data ke dalam pola, kategori dan satuan uraian dasar, sehingga mampu ditemukan tema dan dapat merumuskan hipotesis keputusan.¹⁵

2. Analisis Data

a. Uji Asumsi Klasik

¹⁴ Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2012), 121.

¹⁵ Amos Neolaka, *Metode Penelitian dan Statistik* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016), 175.

Uji asumsi klasik yaitu untuk mengetahui apakah terdapat masalah di dalam data regresi. Uji asumsi klasik yang digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). analisis regresi ini untuk memperoleh model regresi yang bisa dipertanggung jawabkan, maka asumsi-asumsi harus dipenuhi apabila data regresi sudah melewati empat masalah dalam uji asumsi klasik maka data dapat dikatakan lulus uji asumsi.

b. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui distribusi data dalam variabel, sebaiknya sebelum data diolah berdasarkan model-model penelitian. Metode yang layak dan baik digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Kolmogrov-Smirnov* untuk mengetahui normal atau tidaknya data yang digunakan. Uji *Kolmogrov-Smirnov* adalah uji beda antara data yang diuji normalitasnya dengan data normal baku. Dengan pengambilan keputusan:

- a) Jika $Sig > 0,05$ maka data terdistribusi normal
- b) Jika $Sig > 0,05$ maka data tidak terdistribusi secara normal.¹⁶

c. Uji Heteroskedesitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah terjadi penyimpangan model karena gangguan varian yang berbeda antar observasi satu ke observasi lain. Uji heteroskedastisitas ditujukan untuk

¹⁶ Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis Ekonomi*, (Yogyakarta Pustaka Baru, 2015)

menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dan residual satu pengamatan yang lain. Jika residual dan variance dari satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas.¹⁷

d. Uji Multikolinearitas

Tujuan digunakannya uji ini adalah untuk melihat apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terdapat atau terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat problem multikolinieritas (multiko). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Kriteria untuk menentukan suatu persamaan regresi menunjukkan gejala multikolinieritas atau tidak adalah dengan melihat nilai VIF dan Tolerance:

$Tolerance \geq 0,10$ dan $VIF < 10$ = Tidak Terjadi Multikolinieritas

$Tolerance < 0,10$ dan $VIF \geq 10$ = Terjadi Multikolinieritas.¹⁸

3. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana (*simple regression analysis*) digunakan untuk menduga atau memprediksi nilai variabel Y berdasarkan nilai variabel x. Analisis regresi sederhana juga digunakan untuk melihat pengaruh variabel X terhadap Y.¹⁹

4. Analisis Regresi Linear Berganda

¹⁷ Agung Abdul Rasul, *Praktikum Statistika Ekonomi Dan Bisnis*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2010), 136.

¹⁸ Tunjung Ganarsih, *Statistik Ekonomi dan Bisnis*, 44.

¹⁹ *Ibid*, 7.

Regresi Linier berganda digunakan untuk menaksir atau meramalkan nilai dependen bila nilai variabel independent dinaikkan atau diturunkan. Analisis ini didasarkan pada hubungan satu variabel dependen dengan satu atau lebih variabel independent. Rumus regresi linier berganda:²⁰

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Dimana:

Y = Variabel keputusan kunjungan

X₁ = Variabel aksesibilitas

X₂ = Variabel retribusi tiket

X₃ = Variabel sarana prasarana

a = Nilai konstanta

b₁ = Koefisien keputusan kunjungan

b₂ = Koefisien variabel retribusi tiket

b₃ = Koefisien variabel sarana prasarana

e = Kesalahan prediksi (error)

5. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji T)

Merupakan prosedur uji t untuk sampel tunggal jika rata-rata suatu variabel tunggal dibandingkan dengan suatu nilai konstanta tertentu.

Dari hasil uji ini akan diketahui apakah rata-rata suatu variabel berbeda

²⁰ *Ibid*, 25.

nyata secara signifikan dengan nilai pembanding/konstanta tertentu. Jika ada perbedaan, akan diketahui manakah yang lebih tinggi.²¹ Kriteria pengambilan keputusan Uji T:

- 1) Jika signifikansi $<0,05$ maka H_0 ditolak
- 2) Jika signifikansi $>0,05$ maka H_0 diterima

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji-F atau uji koefisien regresi secara serentak, yakni guna mengetahui pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen, apakah pengaruhnya signifikan atau tidak. Dalam penelitian ini uji F tes digunakan untuk menguji pengaruh secara serentak antara aksesibilitas, tarif, fasilitas terhadap keputusan kunjungan wisatawan pada objek wisata Telaga Wahyu Magetan. Kriteria pengujian yang digunakan yakni:²²

- 1) Jika signifikansi $<0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- 2) Jika signifikansi $>0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah di antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu

²¹ *Ibid*, 55.

²² Syahrudin dan Salim, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Citapustaka Media, 2012), 67.

berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel independen. Secara umum koefisien determinan untuk data silang (*cross section*) relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu (*time series*) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi.²³



²³ Kadir, *Statistika Terapan Konsep, Contoh dan Analisis Data dengan program SPSS/Lisrel dalam penelitian*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), 200.

BAB IV

PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

Telaga Wahyu terletak di lereng Gunung Lawu. di Desa Ngerong, Kecamatan Plaosan, Kabupaten Magetan. telaga dengan luas ± 10 hektar dan kedalaman ± 16 m ini berjarak sekitar 4 km dari Telaga Sarangan. Menurut Ibu Sri selaku pedagang yang sudah sejak lama di taman wisata Genilangit bahwa lokasi tersebut bertahun-tahun dulunya adalah tempat latihan Tentara Nasional Indonesia sebelum dikelola menjadi objek wisata.¹ Pada tahun 2019 Telaga Wahyu mulai menggunakan retribusi tiket untuk masuk dalam area objek wisata. Bernama Telaga Wurung namun jarang dikunjungi wisatawan.² Kemudian tahun 2000 an Pemkab Magetan merubah namanya mejadi Telaga Wahyu. Agar kesan kutukan wurung yang berasal dari kata urung, jika diartikan dalam bahasa Indonesia berarti kegagalan. Dihimpun dari cerita yang beredar di masyarakat, cekungan yang terisi air ini dahulu belum selesai dikerjakan atau gagal dirampungkan oleh jin. Versi lain, konstruksi kolam dihentikan karena danau ini bocor, dan air mengalir melalui sungai bawah tanah. Wurung atau gagal, tempat ini seolah pantang didatangi oleh pasangan kekasih. Dikatakan dalam mitos tersebut, pasangan kekasih berpacaran yang datang ke tempat ini disebutkan bisa gagal menapaki hubungan tingkat selanjutnya, alias dengan

¹ Sri, Wawancara, 2 Maret 2024.

² Tatang, Wawancara, 2 Maret 2024.

kata lain bisa gagal bersatu menjadi pasangan suami-istri karena berkunjung ke telaga wurung ini.³

Terlepas dari mitos tersebut, disekitar Telaga Wahyu saat ini dikembangkan berbagai jenis tanaman seperti buah-buahan, sayuran, tanaman perkebunan seperti tembakau dan kopi dan juga terdapat tanaman hias. Selain itu juga terdapat terdapat ikan-ikan yang dipelihara untuk spot memancing. Telaga Wahyu juga terdapat becak air yang dipungut biaya sebesar Rp 40.000 sekali putar dan terdapat arena bermain bagi anak-anak yang berada di pinggir telaga. Fasilitas di Telaga Wahyu juga lengkap. Disana telah terdapat tempat parkir, warung makan, mushola, dan toilet. Berbeda dengan kepopuleran Sarangan, Telaga Wahyu memberikan ruang tenang untuk mengeksplorasi keindahan yang belum banyak terjamah.

B. Hasil Pengujian Instrumen (Validitas dan Reabilitas)

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan digunakan untuk mengetahui keabsahan atau kevalidan suatu instrumen. Suatu instrumen dikatakan valid apabila instrumen tersebut dapat mengukur apa yang seharusnya diukur.

Pedoman butir pernyataan dalam kuesioner dikatakan valid, apabila nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$. Sedangkan apabila nilai $r_{hitung} \leq r_{tabel}$, maka pernyataan tersebut tidak valid. Tabel berikut menunjukkan hasil uji validitas dari

³ Riyanto, “Mitos Bakal Putus Cinta, Telaga Wahyu Magetan Jarang Dikunjungi Wisatawan”, dalam <https://www.kliktimes.com/news/pr-7295718245/mitos-bakal-putus-cinta-telaga-wahyu-magetan-jarang-dikunjungi-wisatawan>, (diakses pada 29 Februari 2024, jam 20.58).

empat variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu aksesibilitas, tarif, fasilitas dan Keputusan kunjungan dengan sampel 97 responden yang diambil melalui hasil pengisian kuesioner. Berikut adalah rincian tabel hasil uji validitas untuk setiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini:

a. Uji Validitas Aksesibilitas (X₁)

Tabel. 4.1
Hasil Uji Validitas Aksesibilitas

| No. Butir Pertanyaan | Nilai R Hitung | Nilai r _{tabel} N=97, a=5% | Keterangan |
|-------------------------|----------------|--|------------|
| 1 | 0.698 | 0.1975 | Valid |
| 2 | 0.869 | 0.1975 | Valid |
| 3 | 0.741 | 0.1975 | Valid |
| 4 | 0.741 | 0.1975 | Valid |
| 5 | 0.715 | 0.1975 | Valid |
| 6 | 0.836 | 0.1975 | Valid |
| 7 | 0.353 | 0.1975 | Valid |
| 8 | 0.460 | 0.1975 | Valid |

Sumber : Data diolah dengan SPSS 26, 2024.

Dari tabel 4.1 hasil uji validitas aksesibilitas (X₁) dengan jumlah pernyataan sebanyak 8 butir, dapat diketahui bahwa semua butir pernyataan yang digunakan dalam variabel aksesibilitas (X₁) diperoleh hasil $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ (0,1975) dengan tingkat signifikansi 5%. Artinya semua butir pernyataan yang digunakan adalah valid. Dengan demikian, masing-masing pernyataan pada variabel aksesibilitas (X₁) dapat diandalkan sehingga layak digunakan sebagai instrumen dalam penelitian ini.

b. Uji Validitas Tarif (X₂)

Tabel. 4.2

Hasil Uji Validitas Tarif

| No. Butir Pertanyaan | Nilai R Hitung | Nilai r _{tabel} N=97, a=5% | Keterangan |
|-------------------------|----------------|--|------------|
| 1 | 0.722 | 0.1975 | Valid |
| 2 | 0.785 | 0.1975 | Valid |
| 3 | 0.683 | 0.1975 | Valid |
| 4 | 0.518 | 0.1975 | Valid |
| 5 | 0.753 | 0.1975 | Valid |
| 6 | 0.695 | 0.1975 | Valid |

Sumber : Data diolah dengan SPSS 26, 2024.

Dari tabel 4.2 hasil uji validitas tarif (X₂) dengan jumlah pernyataan sebanyak 6 butir, dapat diketahui bahwa semua butir pernyataan yang digunakan dalam variabel tarif (X₂) diperoleh hasil $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ (0,1975) dengan tingkat signifikansi 5%. Artinya semua butir pernyataan yang digunakan adalah valid. Dengan demikian, masing-masing pernyataan pada variabel tarif (X₂) dapat diandalkan sehingga layak digunakan sebagai instrumen dalam penelitian ini.

c. Uji Validitas Fasilitas (X₃)

Tabel. 4.3

Hasil Uji Validitas Fasilitas

| No. Butir Pertanyaan | Nilai R Hitung | Nilai r _{tabel} N=97, a=5% | Keterangan |
|-------------------------|----------------|--|------------|
| 1 | 0.769 | 0.1975 | Valid |
| 2 | 0.660 | 0.1975 | Valid |
| 3 | 0.706 | 0.1975 | Valid |
| 4 | 0.658 | 0.1975 | Valid |
| 5 | 0.696 | 0.1975 | Valid |
| 6 | 0.847 | 0.1975 | Valid |
| 7 | 0.706 | 0.1975 | Valid |
| 8 | 0.658 | 0.1975 | Valid |

Sumber : Data diolah dengan SPSS 26, 2024.

Dari tabel 4.3 hasil uji validitas fasilitas (X_3) dengan jumlah pernyataan sebanyak 8 butir, dapat diketahui bahwa semua butir pernyataan yang digunakan dalam variabel fasilitas (X_3) diperoleh hasil $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ (0,1975) dengan tingkat signifikansi 5%. Artinya semua butir pernyataan yang digunakan adalah valid. Dengan demikian, masing-masing pernyataan pada variabel fasilitas (X_3) dapat diandalkan sehingga layak digunakan sebagai instrumen dalam penelitian ini.

d. Uji Validitas Keputusan Kunjungan (Y)

Tabel. 4.4

Hasil Uji Validitas Keputusan Kunjungan

| No. Butir Pertanyaan | Nilai R Hitung | Nilai r_{tabel} N=97, $\alpha=5\%$ | Keterangan |
|-------------------------|----------------|---|------------|
| 1 | 0.759 | 0.1975 | Valid |
| 2 | 0.604 | 0.1975 | Valid |
| 3 | 0.343 | 0.1975 | Valid |
| 4 | 0.460 | 0.1975 | Valid |
| 5 | 0.616 | 0.1975 | Valid |
| 6 | 0.779 | 0.1975 | Valid |
| 7 | 0.444 | 0.1975 | Valid |
| 8 | 0.669 | 0.1975 | Valid |
| 9 | 0.461 | 0.1975 | Valid |
| 10 | 0.471 | 0.1975 | Valid |

Sumber : Data diolah dengan SPSS 26, 2024.

Dari tabel 4.4 hasil uji validitas keputusan kunjungan (Y) dengan jumlah pernyataan sebanyak 10 butir, dapat diketahui bahwa semua butir pernyataan yang digunakan dalam variabel keputusan kunjungan (Y) diperoleh hasil $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ (0,1975) dengan tingkat signifikansi 5%. Artinya semua butir pernyataan yang digunakan adalah valid. Dengan

demikian. masing-masing pernyataan pada variabel keputusan kunjungan (Y) dapat diandalkan sehingga layak digunakan sebagai instrumen dalam penelitian ini.

2. Uji Reabilitas

Reliabilitas adalah keandalan suatu pengukuran mengenai stabilitas dan konsistensi instrumen mengukur konsep dan membantu menilai ketepatan sebuah pengukuran.⁴ Suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel apabila pengujian tersebut menunjukkan koefisien Alpha (*Cronbach Alpha*) > 0,6.

Tabel. 4.5

Hasil Uji Reabilitas

| No. | Variabel | Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> | Batas | Keterangan |
|-----|---------------------|-------------------------------|-------|------------|
| 1. | Aksesibilitas | 0.883 | 0.06 | Reliabel |
| 2. | Tarif | 0.772 | 0.06 | Reliabel |
| 3. | Fasilitas | 0.894 | 0.06 | Reliabel |
| 4. | Keputusan kunjungan | 0.815 | 0.06 | Reliabel |

Sumber : Data diolah dengan SPSS 26, 2024.

Dari tabel 4.3 hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua variabel yaitu Aksesibilitas (X_1), Tarif (X_2), Fasilitas (X_3) Keputusan Berkunjung Wisatawan (Y) diperoleh nilai Cronbach's Alpha $\geq 0,6$. Artinya semua pernyataan yang digunakan untuk semua variabel dalam penelitian ini

⁴ Suryan dani Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Pada Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam* (Jakarta: Prenada Media Grup, 2016), 134.

C. Hasil Pengujian Deskriptif

1. Deskripsi Data Responden

Responden dari penelitian ini adalah para pengunjung yang pernah berkunjung pada taman wisata Genilangit. Banyaknya responden dalam penelitian ini adalah 97. Hasil deskripsi responden dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Responden Berdasarkan Usia

Tabel. 4.6

Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid <21 | 14 | 14.4 | 14.4 | 14.4 |
| 21-30 | 58 | 59.8 | 59.8 | 83.5 |
| 30-40 | 16 | 16.5 | 16.5 | 100.0 |
| >40 | 9 | 9.3 | 9.3 | 23.7 |
| Total | 97 | 100.0 | 100.0 | |

Sumber : Data diolah dengan SPSS 26, 2024.

Berdasarkan Tabel 4.6 diatas dapat diketahui bahwa untuk responden terbanyak berasal dari umur kisaran 21-30 tahun yaitu 59,8%. Kemudian diikuti dari golongan 30-40 tahun dengan persentase 16.5%. Sisanya sebesar 14,4%% adalah responden berumur <21 tahun, dan 9,3% adalah responden berumur >40 tahun. Banyaknya usia muda yang menjadi responden dalam penelitian ini, mengindikasikan bahwa masyarakat dengan rentang usia 21-30 tahun memiliki jiwa berpetualangan, jalan-jalan ataupun refreshing yang cukup tinggi. Selain itu masyarakat umur 21-30 tahun lebih

aktif media sosial, melek teknologi dan suka mengambil foto pribadi (selfie). Selain pemandangan alam yang indah disana disediakan juga indah jika untuk berfoto.

b. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel. 4.7

Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-----------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Laki-laki | 38 | 39.2 | 39.2 | 39.2 |
| Perempuan | 59 | 60.8 | 60.8 | 100.0 |
| Total | 97 | 100.0 | 100.0 | |

Sumber : Data diolah dengan SPSS 26, 2024.

Berdasarkan Tabel 4.7 dapat dijelaskan bahwa dari 97 pengunjung taman wisata genilangit yang telah diteliti, apabila digolongkan berdasar jenis kelamin persentase antara laki – laki sebesar 39,2% sedangkan perempuan sebesar 60,8%. Sehingga, hal itu menandakan bahwa kebanyakan wisatawan yang berkunjung di objek wisata Telaga Wahyu Magetan didominasi oleh perempuan.

c. Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel. 4.8

Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-----------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Karyawan Swasta | 30 | 30.9 | 30.9 | 30.9 |
| Pelajar/Mahasiswa | 32 | 33.0 | 33.0 | 80.4 |
| PNS | 4 | 4.1 | 4.1 | 84.5 |
| Wiraswasta | 15 | 15.5 | 15.5 | 100.0 |
| Lainnya | 16 | 16.5 | 16.5 | 47.4 |
| Total | 97 | 100.0 | 100.0 | |

Sumber : Data diolah dengan SPSS 26, 2024.

Uraian diatas memberikan gambaran, bahwasanya pengunjung yang datang ke objek wisata Telaga Wahyu kebanyakan memiliki profesi atau status sebagai pelajar/mahasiswa. Hal itu dikarenakan para pelajar/mahasiswa mempunyai cukup waktu luang dibandingkan profesi lainnya untuk pergi jalan – jalan atau liburan.

2. Hasil Pengujian Deskripsi Data Penelitian

a. Hasil Kuisisioner Aksesibilitas (X₁)

Tabel. 4.9

Hasil Skor Kuisisioner Aksesibilitas (X₁)

| No Item | Total SS | % | Total S | % | Total TS | % | Total STS | % |
|---------|----------|------|---------|------|----------|-----|-----------|-----|
| X1.1 | 52 | 53.6 | 53.6 | 45.4 | 1 | 1.0 | 0 | 0 |
| X1.2 | 58 | 59.8 | 59.8 | 37.1 | 3 | 3.1 | 0 | 0 |
| X1.3 | 65 | 67.0 | 32 | 33.0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| X1.4 | 67 | 69.1 | 28 | 28.9 | 2 | 2.1 | 0 | 0 |
| X1.5 | 47 | 48.5 | 39 | 40.2 | 9 | 9.3 | 2 | 2.1 |
| X1.6 | 54 | 55.7 | 43 | 44.3 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| X1.7 | 68 | 70.1 | 29 | 29.9 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| X1.8 | 69 | 71.1 | 28 | 28.9 | 0 | 0 | 0 | 0 |

Sumber : Data diolah dengan SPSS 26, 2024.

Dari keterangan pada Tabel 4.9 dapat dijelaskan bahwa tanggapan responden tentang kuisisioner item pertanyaan Aksesibilitas (X1.1) adalah: 53,6% menyatakan sangat setuju, 45,4% setuju, dan 1,0% tidak setuju. Variabel Aksesibilitas (X1.2) adalah: 67,0% menyatakan sangat setuju, 33,0% setuju. Variabel Aksesibilitas (X1.3) adalah: 67,0% menyatakan sangat setuju, 33,0% menyatakan setuju. Variabel Aksesibilitas (X1.4) adalah:

69,1% menyatakan sangat setuju, 28,9% menyatakan setuju dan 2,1% tidak setuju. Variabel Aksesibilitas (X1.5) adalah: 4,5% menyatakan sangat setuju, 40,2% menyatakan setuju, 9,3% menyatakan tidak setuju, 2,1% menyatakan sangat tidak setuju. Variabel Aksesibilitas (X1.6) adalah: 55,7% menyatakan sangat setuju, 44,3% menyatakan setuju. Variabel Aksesibilitas (X1.7) adalah: 70,1% menyatakan sangat setuju, 29,9% menyatakan setuju. Variabel Aksesibilitas (X1.8) adalah: 71,1% menyatakan sangat setuju, 28,9% menyatakan setuju.

b. Hasil Kuisisioner Tarif (X₂)

Tabel. 4.10

Hasil Skor Kuisisioner Tarif (X₂)

| No Item | Total SS | % | Total S | % | Total TS | % | Total STS | % |
|---------|----------|------|---------|------|----------|-----|-----------|-----|
| X2.1 | 53 | 54.6 | 44 | 45.4 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| X2.2 | 52 | 53.6 | 45.4 | 43.7 | 1 | 1.0 | 0 | 0 |
| X2.3 | 50 | 51.5 | 41 | 42.3 | 4 | 4.1 | 2 | 2.1 |
| X2.4 | 37 | 38.1 | 37 | 38.1 | 2 | 2.1 | 0 | 0 |
| X2.5 | 42 | 43.3 | 48 | 49.5 | 6 | 6.2 | 1 | 1.0 |
| X2.6 | 44 | 45.4 | 49 | 50.5 | 4 | 4.1 | 0 | 0 |

Sumber : Data diolah dengan SPSS 26, 2024.

Dari keterangan pada Tabel 4.10 dapat dijelaskan bahwa tanggapan responden tentang kuisisioner item pertanyaan Tarif (X2.1) adalah: 54,6% menyatakan sangat setuju, 45,4% setuju. Variabel Tarif (X2.2) adalah: 53,6% menyatakan sangat setuju, 45,4% setuju dan 1,0% tidak setuju. Variabel Tarif (X2.3) adalah: 67,0% menyatakan sangat setuju, 33,0% menyatakan setuju.

Variabel Tarif (X2.4) adalah: 38,1% menyatakan sangat setuju, 38,1% menyatakan setuju dan 2,1% tidak setuju. Variabel Tarif (X2.5) adalah: 43.3% menyatakan sangat setuju, 49,5% menyatakan setuju, 6,2% menyatakan tidak setuju, 1,0% menyatakan sangat tidak setuju. Variabel Tarif (X2.6) adalah: 45,4% menyatakan sangat setuju, 50,5% menyatakan setuju, 4,1% menyatakan sangat tidak setuju.

c. Hasil Kuisisioner Fasilitas (X3)

Tabel. 4.11

Hasil Skor Kuisisioner Fasilitas (X3)

| No Item | Total SS | % | Total S | % | Total TS | % | Total STS | % |
|---------|----------|------|---------|------|----------|------|-----------|-----|
| X3.1 | 41 | 42.3 | 48 | 49.5 | 8 | 8.2 | 0 | 0 |
| X3.2 | 33 | 34.0 | 52 | 53.6 | 12 | 12.4 | 0 | 0 |
| X3.3 | 41 | 42.3 | 49 | 50.5 | 7 | 7.2 | 0 | 0 |
| X3.4 | 42 | 43.3 | 46 | 47.4 | 8 | 8.2 | 1 | 1.0 |
| X3.5 | 32 | 33.0 | 46 | 47.4 | 18 | 18.6 | 1 | 1.0 |
| X3.6 | 37 | 38.1 | 57 | 58.8 | 0 | 0 | 3 | 3.1 |
| X3.7 | 41 | 42.3 | 49 | 50.5 | 7 | 7.2 | 0 | 0 |
| X3.8 | 42 | 43.3 | 46 | 47.4 | 8 | 8.2 | 1 | 1.0 |

Sumber : Data diolah dengan SPSS 26, 2024.

Dari keterangan pada Tabel 4.11 dapat dijelaskan bahwa tanggapan responden tentang kuisisioner item pertanyaan Fasilitas (X3.1) adalah: 42,3% menyatakan sangat setuju, 49,5% setuju, dan 8,2% menyatakan tidak setuju. Variabel Fasilitas (X3.2) adalah: 34,0% menyatakan sangat setuju, 53,6% setuju, 12,4% menyatakan tidak setuju. Variabel Fasilitas (X1.3) adalah: 42,3% menyatakan

sangat setuju, 50,5% menyatakan setuju, 7,2% menyatakan tidak setuju. Variabel Fasilitas (X3.4) adalah: 43,3% menyatakan sangat setuju, 47,4% menyatakan setuju dan 8,2% tidak setuju, 1,0% sangat tidak setuju. Variabel Fasilitas (X2.5) adalah: 33,0% menyatakan sangat setuju, 47,4% menyatakan setuju, 18,6% menyatakan tidak setuju, 1,0% menyatakan sangat tidak setuju. Variabel Fasilitas (X3.6) adalah: 38,1% menyatakan sangat setuju, 58,8% menyatakan setuju, 3,1% menyatakan sangat tidak setuju. Variabel Fasilitas (X3.7) adalah: 42,3% menyatakan sangat setuju, 50,5% menyatakan setuju, 7,2% menyatakan tidak setuju Variabel Fasilitas (X3.8) adalah: 43,3% menyatakan sangat setuju, 47,4% menyatakan setuju, 8,2% menyatakan tidak setuju, 1,0% menyatakan sangat tidak setuju.

d. Hasil Kuisisioner Keputusan Berkunjung (Y)

Tabel. 4.12

Hasil Skor Kuisisioner Keputusan Berkunjung (Y)

| No Item | Total SS | % | Total S | % | Total TS | % | Total STS | % |
|---------|----------|------|---------|------|----------|------|-----------|-----|
| Y.1 | 53 | 54.6 | 44 | 45.4 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Y.2 | 65 | 67.0 | 30 | 30.9 | 2 | 2.1 | 0 | 0 |
| Y.3 | 66 | 68.0 | 29 | 29.9 | 2 | 2.1 | 0 | 0 |
| Y.4 | 68 | 70.1 | 28 | 28.9 | 1 | 1.0 | 0 | 0 |
| Y.5 | 51 | 52.6 | 42 | 43.3 | 4 | 4.1 | 0 | 0 |
| Y.6 | 54 | 55.7 | 38 | 39.2 | 3 | 3.1 | 2 | 2.1 |
| Y.7 | 32 | 33.0 | 46 | 47.4 | 18 | 18.6 | 1 | 1.0 |
| Y.8 | 37 | 38.1 | 57 | 58.8 | 3 | 3.1 | 0 | 0 |
| Y.9 | 41 | 42.3 | 49 | 50.5 | 7 | 7.2 | 0 | 0 |

| | | | | | | | | |
|------|----|------|----|------|---|-----|---|-----|
| Y.10 | 42 | 43.3 | 46 | 47.4 | 8 | 8.2 | 1 | 1.0 |
|------|----|------|----|------|---|-----|---|-----|

Sumber : Data diolah dengan SPSS 26, 2024.

Dari keterangan pada Tabel 4.11 dapat dijelaskan bahwa tanggapan responden tentang kuesioner item pertanyaan Keputusan Kunjungan (Y.1) adalah: 54,6% menyatakan sangat setuju, 45,4% setuju. Variabel Keputusan Kunjungan (Y.2) adalah: 67,0% menyatakan sangat setuju, 30,9% setuju, 2,1% menyatakan tidak setuju. Variabel Keputusan Kunjungan (Y.3) adalah: 68,0% menyatakan sangat setuju, 29,9% setuju, 2,1% menyatakan tidak setuju. Variabel Keputusan Kunjungan (Y.4) adalah: 70,1% menyatakan sangat setuju, 28,9% menyatakan setuju, 1,0% menyatakan tidak setuju. Variabel Keputusan Kunjungan (Y.5) adalah: 52,6% menyatakan sangat setuju, 43,3% menyatakan setuju dan 41,1% tidak setuju. Variabel Keputusan Kunjungan (Y.6) adalah: 55,7% menyatakan sangat setuju, 39,2% menyatakan setuju, 3,1% menyatakan tidak setuju, 2,1% menyatakan sangat tidak setuju. Variabel Keputusan Kunjungan (Y.7) adalah: 33,0% menyatakan sangat setuju, 47,4% menyatakan setuju, 18,6% menyatakan tidak setuju, 1,05% sangat tidak setuju. Variabel Keputusan Kunjungan (Y.8) adalah: 38,1% menyatakan sangat setuju, 58,8% menyatakan setuju, 3,1% menyatakan tidak setuju. Variabel Keputusan Kunjungan (Y.9) adalah: 42,3% menyatakan sangat setuju, 50,5% menyatakan setuju, 7,2% menyatakan tidak setuju. Keputusan Kunjungan (Y.10) adalah: 43,3% menyatakan

sangat setuju, 47,4% menyatakan setuju, 8,2% menyatakan tidak setuju. 1,0% menyatakan sangat tidak setuju

D. Analisis Data Penelitian

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tabel. 4.13
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|
| N | | 97 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | .0000000 |
| | Std. Deviation | 1.03684807 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .070 |
| | Positive | .059 |
| | Negative | -.070 |
| Test Statistic | | .070 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .200 ^{c,d} |

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Uji normalitas pada penelitian bertujuan untuk mengetahui sebaran dari distribusi data normal atau tidak. Model regresi dikatakan baik jika data berdistribusi normal. Apabila Sig. >0.05 dianggap normal dan memenuhi asumsi normalitas.⁵

Hasil uji normalitas pada Tabel 4.13 dari hasil uji Kolmogorov-Smirnov memperoleh nilai signifikansi sebesar 0.200 atau 200% lebih

⁵ Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*, 49.

besar dari nilai 0.05 atau 10% ($0.200 > 0.05$). dari hasil tersebut maka bisa dikatakan data berdistribusi dengan normal dan model regresi tersebut memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinieritas

Tabel 4.14
Uji Multikolinieritas

| Model | Coefficients ^a | | | | | Collinearity Statistics | |
|---------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Tolerance | VIF |
| | B | Std. Error | Beta | | | | |
| (Constant) | 4.946 | 1.517 | | 3.260 | .002 | | |
| Aksesibilitas | .360 | .043 | .583 | 8.424 | .000 | .933 | 1.072 |
| Tarif | .120 | .047 | .175 | 2.572 | .012 | .969 | 1.032 |
| Fasilitas | .187 | .041 | .312 | 4.569 | .000 | .958 | 1.043 |

a. Dependent Variable: Keputusan Kunjungan

Hasil uji multikolinieritas, berdasarkan Tabel 4.14 yakni hasil diperoleh keseluruhan variabel nilai lebih besar dari 0,100, yaitu sebesar 0,933; 0,969; 0,958. Dan, pada nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) lebih rendah, yakni sebesar 1,072; 1,032; dan 1,043. sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Tabel. 4.15

Hasil Uji Heteroskedastisitas

| Model | Unstandardized Coefficients | | Coefficients ^a | | |
|---------------|-----------------------------|------------|--------------------------------|--------|------|
| | B | Std. Error | Standardized Coefficients Beta | t | Sig. |
| (Constant) | 2.432 | .886 | | 2.746 | .007 |
| Aksesibilitas | -.034 | .025 | -.142 | -1.358 | .178 |
| Tarif | -.002 | .027 | -.007 | -.072 | .943 |
| Fasilitas | -.030 | .024 | -.129 | -1.244 | .217 |

Berdasarkan hasil dari Tabel 4.15, hasil Uji Heteroskedastisitas memperoleh nilai signifikansi dari seluruh variabel bebas lebih tinggi dari nilai 0,05 yang dibuktikan dengan nilai signifikansi Aksesibilitas (X_1) sebesar 0,178 atau 17,8% ($0,178 \geq 0,05$). Lalu, signifikansi nilai pada Tarif (X_2) sebesar 0,943 atau 94,3% ($0,943 \geq 0,05$). Dan pada nilai signifikansi Fasilitas (X_3) sebesar 0,217 atau 21,7% ($0,217 \geq 0,05$). Kesimpulan yang didapat adalah pada model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel. 4.16
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

| Model | Unstandardized Coefficients | | Coefficients ^a | | |
|---------------|-----------------------------|------------|--------------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Standardized Coefficients Beta | t | Sig. |
| 1 (Constant) | 4.946 | 1.517 | | 3.260 | .002 |
| Aksesibilitas | .360 | .043 | .583 | 8.424 | .000 |
| Tarif | .120 | .047 | .175 | 2.572 | .012 |
| Fasilitas | .187 | .041 | .312 | 4.569 | .000 |

a. Dependent Variable: Keputusan Kunjungan

Berdasarkan Tabel 4.16 tentang hasil uji regresi linier berganda diperoleh model regresi sebagai berikut:

$$Y = 4.946 + 0,360 (\text{Aksesibilitas}) + 0,120 (\text{Tarif}) + 0,187 (\text{Fasilitas})$$

- Nilai konstanta diperoleh sebesar 4,946, berarti apabila variabel Aksesibilitas (X_1), Tarif (X_2), Fasilitas (X_3) nilai konstanta diasumsikan bernilai 0, maka besarnya variabel Keputusan Berkunjung Wisatawan (Y) sebesar 4,946.
- Nilai koefisien regresi pada variabel Aksesibilitas (X_1), bernilai positif sebesar 0,360. Artinya, setiap peningkatan satu poin/satuan variabel Aksesibilitas (X_1) maka Keputusan Kunjungan akan meningkatkan sebesar 0,360 atau 36,0% dengan syarat bahwa variabel lain bernilai konstan.
- Nilai koefisien regresi pada variabel Tarif (X_2), bernilai positif sebesar 0,120. Artinya, setiap peningkatan satu poin/satuan variabel

Tarif (X_2) maka variabel Keputusan kunjungan Wisatawan (Y) akan meningkat sebesar 0.120 atau 12.0%, dengan syarat bahwa variabel lain bernilai konstan.

- d. Nilai koefisien regresi pada variabel Fasilitas (X_3) bernilai positif sebesar 0.187. Artinya, setiap peningkatan satu poin/satuan variabel Fasilitas (X_3) maka variabel Keputusan Berkunjung Wisatawan (Y) akan meningkat sebesar 0.187 atau 18,7%, dengan syarat bahwa variabel lain bernilai konstan.

E. Hasil Pengujian Hipotesis

1. Uji t (Parsial)

Tabel. 4.17
Hasil Uji t (Parsial)

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | |
|-------|-----------------------------|------------|---------------------------|------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | | |
| 1 | (Constant) | 4.946 | 1.517 | | 3.260 | .002 |
| | Aksesibilitas | .360 | .043 | .583 | 8.424 | .000 |
| | Tarif | .120 | .047 | .175 | 2.572 | .012 |
| | Fasilitas | .187 | .041 | .312 | 4.569 | .000 |

a. Dependent Variable: Keputusan Kunjungan

Berdasarkan hasil Uji t, berdasarkan Tabel 4.17 untuk mengetahui suatu variabel tunggal dibandingkan dengan suatu nilai konstanta tertentu. Dari hasil uji ini akan diketahui apakah rata-rata suatu variabel berbeda

nyata secara signifikan dengan nilai pembanding/konstanta tertentu. Jika ada perbedaan, akan diketahui manakah yang lebih tinggi

- a. Pengaruh Aksesibilitas (X_1) terhadap Keputusan berkunjung (Y) wisatawan pada objek wisata Telaga Wahyu Magetan

H_{01} = Aksesibilitas (X_1) tidak berpengaruh terhadap kunjungan wisatawan pada objek wisata Telaga Wahyu Magetan

H_{a1} = Aksesibilitas (X_1) tidak berpengaruh terhadap Keputusan wisatawan pada objek wisata Telaga Wahyu Magetan

Berdasarkan tabel 4. 17 mengenai hasil Uji t, diperoleh nilai signifikansi Aksesibilitas (X_1) 0,000 yang berarti memiliki nilai lebih besar dari 0,05. Sehingga H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima, dengan kesimpulan bahwa sampel penelitian berasal dari populasi yang berdistribusi normal. Sehingga, dapat diartikan bahwa pada variabel Aksesibilitas (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan kunjungan (Y) wisatawan pada objek wisata Telaga Wahyu Magetan.

- b. Pengaruh Tarif (X_2) terhadap Keputusan kunjungan (Y) wisatawan pada objek wisata Telaga Wahyu Magetan

H_{02} = Tarif (X_2) tidak berpengaruh terhadap keputusan kunjungan wisatawan pada objek wisata Telaga Wahyu Magetan

H_{a2} = Tarif (X_2) tidak berpengaruh terhadap keputusan kunjungan wisatawan pada objek wisata Telaga Wahyu Magetan

Magetan

Berdasarkan tabel 4. 17 mengenai hasil Uji t, perolehan nilai signifikansi Tarif (X_2) 0,012 yang berarti memiliki nilai lebih besar dari 0,05. Sehingga H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima, dengan kesimpulan bahwa sampel penelitian berasal dari populasi yang berdistribusi normal. Sehingga, dapat diartikan bahwa pada variabel Tarif (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan kunjungan (Y) wisatawan pada objek wisata Telaga Wahyu Magetan.

- c. Pengaruh Fasilitas (X_3) terhadap Keputusan berkunjung (Y) wisatawan pada objek wisata Telaga Wahyu Magetan

H_{03} = Fasilitas (X_3) tidak berpengaruh terhadap keputusan kunjungan wisatawan pada objek wisata Telaga Wahyu Magetan

H_{a3} = Fasilitas (X_3) tidak berpengaruh terhadap Keputusan kunjungan wisatawan pada objek wisata Telaga Wahyu Magetan

Berdasarkan tabel 4. 17 mengenai hasil Uji t, perolehan nilai signifikansi Fasilitas (X_3) 0,000 yang berarti memiliki nilai lebih besar dari 0,05. Sehingga H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima, dengan kesimpulan bahwa sampel penelitian berasal dari populasi yang berdistribusi normal. Sehingga, dapat diartikan bahwa pada variabel Fasilitas (X_3) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan kunjungan (Y) wisatawan pada objek wisata Telaga Wahyu Magetan.

2. Uji F (Simultan)

Tabel. 4.17
Hasil Uji F (Simultan)

| ANOVA ^a | | | | | |
|--------------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| Regression | 145.022 | 3 | 48.341 | 43.561 | .000 ^b |
| Residual | 103.205 | 93 | 1.110 | | |
| Total | 248.227 | 96 | | | |

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), x3, x2, x1

Berdasarkan Tabel 4.17 mengenai hasil uji f, digunakan untuk mengetahui besaran pengaruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat, sebagai berikut:

Pengaruh Aksesibilitas (X_1), Tarif (X_2), Fasilitas (X_3) terhadap Keputusan Berkunjung (Y) Wisatawan objek wisata Telaga Wahyu Magetan.

H_{04} = Aksesibilitas, tarif, dan fasilitas secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap keputusan kunjungan wisatawan pada objek wisata Telaga Wahyu Magetan

H_{a4} = Aksesibilitas, tarif, dan fasilitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan kunjungan wisatawan pada objek wisata Telaga Wahyu Magetan

Berdasarkan tabel 4. 17 mengenai hasil uji F, perolehan nilai signifikansi sebesar 0,000. Artinya probabilitas nilai $0,000 < 0,05$ sehingga H_{04} ditolak dan H_{a4} diterima. Sehingga variabel aksesibilitas (X_1), tarif

(X_2), fasilitas (X_3) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan kunjungan (Y) wisatawan objek wisata Telaga Wahyu Magetan.

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel. 4.19
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

| Model Summary ^b | | | | |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .764 ^a | .584 | .571 | 1.053 |

a. Predictors: (Constant), x_3 , x_2 , x_1

b. Dependent Variable: y

Berdasarkan Tabel 4.18, diketahui koefisien korelasi (R) sebesar 0,764 atau 76,4%. Sehingga dapat dikatakan bahwa ada relasi positif antara aksesibilitas (X_1), tarif (X_2), fasilitas (X_3), terhadap keputusan kunjungan (Y). Sedangkan pada koefisien determinasi diperoleh nilai *R Square* 0,584 atau 58,4%. Sehingga variabel aksesibilitas (X_1), tarif (X_2), fasilitas (X_3) memberikan kontribusi atau pengaruh secara bersamaan sebesar 58,4% terhadap keputusan kunjungan (Y) dan sisanya 41,6% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

F. Pembahasan

1. Pengaruh Aksesibilitas (X_1) Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Objek Wisata Telaga Wahyu Magetan

Aksesibilitas adalah merupakan salah satu aspek penting yang mendukung pengembangan pariwisata, karena menyangkut pengembangan lintas sektoral. Tanpa dihubungkan dengan jaringan transportasi tidak mungkin sesuatu objek wisata mendapat kunjungan wisatawan. Obyek wisata merupakan akhir perjalanan wisata dan harus memenuhi syarat aksesibilitas, artinya objek wisata harus mudah dicapai dan dengan sendirinya juga mudah ditemukan.⁶

Hasil pengujian dalam uji t diketahui bahwa pengaruh aksesibilitas (X_1) terhadap keputusan berkunjung (Y) diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 atau 0% artinya nilai probabilitas $0,000 < 0,05$ ($0\% < 5\%$) sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya bahwa variabel aksesibilitas (X_1) berpengaruh terhadap keputusan berkunjung (Y). Hasil pengujian tersebut sejalan dengan penelitian Ahmadi bahwa secara signifikan dan positif minat berkunjung wisatawan dipengaruhi oleh aksesibilitas.⁷

Selain itu ditunjukkan dengan deskripsi jawaban responden terkait variabel aksesibilitas (X_1) sebagai berikut:

⁶ Nyoman Suwanto. Pendit. *Ilmu Pariwisata*. (Jakarta: Penerbit Pradnya Paramita. 2006), 57.

⁷ Osrita Hapsara, Ahmadi, "Analisis Keputusan Berkunjung Melalui Minat Berkunjung: Citra Destinasi Dan Aksesibilitas Pada Geopark Merangin Jambi", *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan (Mankeu)*, Voume 7, Nomor 2, (2022), 67.

Tabel 4.20**Deskripsi Jawaban Responden Variabel Aksesibilitas (X₁)**

| No. | Kategori | Frekuensi | Presentase | Kesimpulan |
|-----|---------------------|-----------|------------|--|
| 1. | Sangat Setuju | 52 | 53.6% | Mayoritas responden setuju jarak dari pusat keramaian menuju Telaga Wahyu Magetan tidak terlalu jauh |
| | Setuju | 53.6 | 45.4% | |
| | Tidak Setuju | 1 | 1.0% | |
| | Sangat Tidak Setuju | 0 | 0% | |
| 2. | Sangat Setuju | 58 | 59.8% | Mayoritas responden setuju perjalanan menuju Telaga Wahyu Magetan dari rumah responden memiliki waktu tempuh singkat |
| | Setuju | 59.8 | 37.1% | |
| | Tidak Setuju | 3 | 3.1% | |
| | Sangat Tidak Setuju | 0 | 0% | |
| 3. | Sangat Setuju | 65 | 67.0% | Mayoritas responden sangat setuju sarana transportasi menuju Telaga Wahyu Magetan mudah ditemukan |
| | Setuju | 32 | 33.0% | |
| | Tidak Setuju | 0 | 0% | |
| | Sangat Tidak Setuju | 0 | 0% | |
| 4. | Sangat Setuju | 67 | 69.1% | Mayoritas responden sangat setuju adanya angkutan umum menuju objek wisata |
| | Setuju | 28 | 28.9% | |
| | Tidak Setuju | 2 | 2.1% | |
| | Sangat Tidak Setuju | 0 | 0% | |
| 5. | Sangat Setuju | 47 | 48.5% | Mayoritas responden sangat setuju papan petunjuk menuju objek wisata memudahkan wisatawan menuju lokasi |
| | Setuju | 39 | 40.2% | |
| | Tidak Setuju | 9 | 9.3% | |
| | Sangat Tidak Setuju | 2 | 2.1% | |
| 6. | Sangat Setuju | 54 | 55.7% | Mayoritas responden sangat setuju adanya rambu-rambu lalu lintas yang memudahkan wisatawan menuju lokasi |
| | Setuju | 43 | 44.3% | |
| | Tidak Setuju | 0 | 0% | |
| | Sangat Tidak Setuju | 0 | 0% | |
| 7. | Sangat Setuju | 68 | 70.1% | Mayoritas responden sangat setuju lokasi wisata didukung oleh sarana jalan raya yang |
| | Setuju | 29 | 29.9% | |
| | Tidak Setuju | 0 | 0% | |
| | Sangat Tidak Setuju | 0 | 0% | |

| | | | | |
|----|---------------------|----|-------|---|
| | | | | dapat memudahkan konsumen berkunjung |
| 8. | Sangat Setuju | 69 | 71.1% | Mayoritas responden sangat setuju kondisi jalan menuju objek wisata Telaga Wahyu Magetan sudah beraspal |
| | Setuju | 28 | 28.9% | |
| | Tidak Setuju | 0 | 0% | |
| | Sangat Tidak Setuju | 0 | 0% | |

Berdasarkan Tabel 4.20 dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini merasa bahwa keputusan kunjungan wisatawan pada objek wisata Telaga Wahyu Magetan karena aksesibilitas yang tersedia baik. Hal ini dapat dilihat dari persentase tertinggi sebesar 71% responden setuju pada indikator sangat setuju kondisi jalan menuju objek wisata Telaga Wahyu Magetan sudah beraspal. Serta responden sangat tidak setuju pada indikator papan petunjuk menuju objek wisata memudahkan wisatawan menuju lokasi dengan persentase sebesar 2,1%. Hasil pengujian regresi diperoleh nilai koefisien regresi variabel aksesibilitas (X_1) bernilai positif sebesar 0,360, maka memiliki arti apabila ada kenaikan 1% variabel aksesibilitas (X_1) akan mengakibatkan keputusan berkunjung (Y) sebesar 0,360 atau 36,0%.

2. Pengaruh Tarif (X_2) Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Objek Wisata Telaga Wahyu Magetan

Pengertian tarif dalam konsep pemasaran dapat diartikan sebagai jumlah uang dan atau aspek lain yang mengandung kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu jasa. Keputusan pembelian muncul ketika ada pertimbangan konsumen dalam memutuskan untuk membeli produk atau jasa. Beberapa faktor dipertimbangkan oleh konsumen dalam

memutuskan untuk melakukan pembelian, salah satunya adalah harga. Harga untuk dipertimbangkan sebelum membuat keputusan. Pertimbangan ini diperlukan untuk menyesuaikan selera konsumen.⁸

Hal yang harus diperhatikan dan dilakukan oleh pengelola objek wisata selain memiliki keunggulan atau keunikan dalam produk jasa wisatanya yaitu fokus pada strategi pemasaran khususnya dalam penetapan harga. Hasil pengujian dalam uji t diketahui bahwa pengaruh aksesibilitas (X_1) terhadap keputusan berkunjung (Y) diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 atau 0% artinya nilai probabilitas $0,000 < 0,05$ ($0\% < 5\%$) sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya bahwa variabel aksesibilitas (X_1) berpengaruh terhadap keputusan berkunjung (Y). Hal tersebut juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh V. R. Beslar bahwa harga berpengaruh pada keputusan kunjungan, semakin baik harga atau murah pada seluruh komponen indikator harga maka akan sangat berpengaruh pada keputusan berkunjung wisatawan, adanya pengaruh yang signifikan dengan hipotesis yang diajukan berarti bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung.⁹ Selain itu ditunjukkan dengan deskripsi jawaban responden terkait variabel aksesibilitas (X_1) sebagai berikut:

⁸ Vebriana Fitria Sagita Sari, Harti, "Pengaruh Harga Tiket Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Obyek Wisata Ubalan Waterpark Pacet Mojokerto", *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* Volume 8, Nomor 1, (2020).

⁹ Vincent Regi Beslar, dkk. "Pengaruh Harga Dan Promosi Pada Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Taman Laut Bunaken", *Jurnal Emba* Volume 10, Nomor 4 (2022), 636.

Tabel 4.21**Deskripsi Jawaban Responden Variabel Tarif (X₂)**

| No. | Kategori | Frekuensi | Presentase | Kesimpulan |
|-----|---------------------|-----------|------------|--|
| 1. | Sangat Setuju | 53 | 54.6% | Mayoritas responden sangat setuju tarif yang ditawarkan terjangkau oleh semua kalangan wisatawan |
| | Setuju | 44 | 45.4% | |
| | Tidak Setuju | 0 | 0% | |
| | Sangat Tidak Setuju | 0 | 0% | |
| 2. | Sangat Setuju | 52 | 53.6% | Mayoritas responden setuju tarif yang ditawarkan sesuai dengan pendapatannya |
| | Setuju | 45.4 | 43.7% | |
| | Tidak Setuju | 1 | 1.0% | |
| | Sangat Tidak Setuju | 0 | 0% | |
| 3. | Sangat Setuju | 50 | 51.5% | Mayoritas responden setuju tarif tiket sesuai dengan keindahan wisata yang saya rasakan |
| | Setuju | 41 | 42.3% | |
| | Tidak Setuju | 4 | 4.1% | |
| | Sangat Tidak Setuju | 2 | 2.1% | |
| 4. | Sangat Setuju | 37 | 38.1% | Mayoritas responden setuju tarif tiket yang ditetapkan sesuai dengan fasilitas yang tersedia |
| | Setuju | 37 | 38.1% | |
| | Tidak Setuju | 2 | 2.1% | |
| | Sangat Tidak Setuju | 0 | 0% | |
| 5. | Sangat Setuju | 42 | 43.3% | Mayoritas responden sangat setuju tarif yang ditawarkan terjangkau daripada tarif tiket objek wisata lainnya |
| | Setuju | 39 | 40.2% | |
| | Tidak Setuju | 6 | 6.2% | |
| | Sangat Tidak Setuju | 1 | 1.0% | |
| 6. | Sangat Setuju | 44 | 45.4% | Mayoritas responden setuju tarif yang ditawarkan bersaing dengan tarif tiket objek wisata lainnya |
| | Setuju | 49 | 50.5% | |
| | Tidak Setuju | 4 | 4% | |
| | Sangat Tidak Setuju | 0 | 0% | |

Berdasarkan Tabel 4.21 dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini merasa bahwa keputusan kunjungan

wisatawan pada objek wisata Telaga wahyu Magetan karena tarif harga yang ditawarkan. Hal ini dapat dilihat dari persentase tertinggi sebesar 54,6% responden sangat setuju tarif yang ditawarkan terjangkau oleh semua kalangan wisatawan. Serta responden sangat tidak setuju pada indikator dengan persentase sebesar 4,1%. Hasil pengujian regresi diperoleh nilai koefisien regresi variabel tarif (X_2) bernilai positif sebesar 0,120, maka memiliki arti apabila ada kenaikan 1% variabel tarif (X_2) akan mengakibatkan keputusan berkunjung (Y) sebesar 0,120 atau 12,0%. Variabel tarif (X_2) mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan berkunjung (Y). Hal ini dibuktikan dengan perhitungan dimana t hitung ($6,081$) $>$ t tabel ($1,6606$).

3. Pengaruh Fasilitas (X_3) Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Objek Wisata Telaga Wahyu Magetan

Fasilitas wisata yaitu segala sarana dan prasarana yang memperlancar kemudahan dalam melaksanakan kegiatan rekreasi maupun pengelolaannya yang dilakukan oleh wisatawan, pengelola maupun masyarakat. Dengan melengkapi fasilitas pada objek wisata dengan baik seperti melengkapi fasilitas dan memperbaiki infrastruktur wisata. Hasil pengujian dalam uji t diketahui bahwa pengaruh fasilitas (X_3) terhadap keputusan berkunjung (Y) diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 atau 0% artinya nilai probabilitas $0,000 < 0,05$ ($0\% < 5\%$) sehingga H_0 ditolak dan H_3 diterima. Artinya bahwa variabel fasilitas (X_3) berpengaruh terhadap

keputusan berkunjung (Y). Selain itu ditunjukkan dengan deskripsi jawaban responden terkait variabel fasilitas (X₃) sebagai berikut:

Tabel 4.19

Deskripsi Jawaban Responden Variabel Fasilitas (X₃)

| No. | Kategori | Frekuensi | Presentase | Kesimpulan |
|-----|---------------------|-----------|------------|---|
| 1. | Sangat Setuju | 41 | 42.3% | Mayoritas responden setuju kondisi fasilitas seperti gazebo, masjid, toilet, wahana wisata terawat dengan baik dan bersih |
| | Setuju | 48 | 49.5% | |
| | Tidak Setuju | 8 | 8.2% | |
| | Sangat Tidak Setuju | 0 | 0% | |
| 2. | Sangat Setuju | 33 | 34.0% | Mayoritas responden setuju terdapat fasilitas tempat sampah baik di dalam atau di luar area objek wisata |
| | Setuju | 52 | 53.6% | |
| | Tidak Setuju | 12 | 12.4% | |
| | Sangat Tidak Setuju | 0 | 0% | |
| 3. | Sangat Setuju | 41 | 42.3% | Mayoritas responden setuju fasilitas yang tersedia di bisa digunakan sesuai dengan fungsinya |
| | Setuju | 49 | 50.5% | |
| | Tidak Setuju | 7 | 7.2% | |
| | Sangat Tidak Setuju | 0 | 0% | |
| 4. | Sangat Setuju | 42 | 43.3% | Mayoritas responden setuju kondisi fasilitas seperti gazebo, masjid, toilet, wahana wisata tidak terdapat kerusakan |
| | Setuju | 46 | 47.4% | |
| | Tidak Setuju | 8 | 8.2% | |
| | Sangat Tidak Setuju | 0 | 0% | |
| 5. | Sangat Setuju | 32 | 33.0% | Mayoritas responden setuju fasilitas yang tersedia gazebo, masjid, toilet, wahana wisata dapat digunakan dengan mudah |
| | Setuju | 46 | 47.4% | |
| | Tidak Setuju | 47.4 | 18.6% | |
| | Sangat Tidak Setuju | 1 | 1.0% | |
| 6. | Sangat Setuju | 37 | 38.1% | Mayoritas responden setuju terdapat papan petunjuk fasilitas |
| | Setuju | 57 | 58.8% | |
| | Tidak Setuju | 0 | 0% | |

| | | | | |
|----|---------------------|----|-------|--|
| | Sangat Tidak Setuju | 3 | 3.1% | tersedia sehingga memudahkan penggunaan fasilitas yang tersedia |
| 7. | Sangat Setuju | 41 | 42.3% | Mayoritas responden setuju fasilitas yang tersedia cukup lengkap (gazebo, masjid, toilet, wahana wisata) |
| | Setuju | 49 | 50.5% | |
| | Tidak Setuju | 0 | 0% | |
| | Sangat Tidak Setuju | 0 | 0% | |
| 8. | Sangat Setuju | 42 | 43.3% | Mayoritas responden setuju fasilitas wahana yang tersedia sesuai standart keselamatan pengunjung |
| | Setuju | 46 | 47.4% | |
| | Tidak Setuju | 8 | 8.2% | |
| | Sangat Tidak Setuju | 1 | 1.0% | |

Berdasarkan Tabel 4.19 dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini keputusan kunjungan kembali ke Telaga Wahyu karena fasilitas yang tersedia baik. Hal ini dapat dilihat dari persentase tertinggi sebesar 58,8% responden setuju pada indikator papan petunjuk fasilitas tersedia sehingga memudahkan penggunaan fasilitas yang tersedia. Serta responden sangat tidak setuju pada indikator terdapat papan petunjuk fasilitas tersedia sehingga memudahkan penggunaan fasilitas dengan persentase sebesar 3,1%. Hasil pengujian regresi diperoleh nilai koefisien regresi variabel fasilitas (X_3) bernilai positif sebesar 0,187, maka memiliki arti apabila ada kenaikan 1% variabel fasilitas (X_3) akan mengakibatkan keputusan berkunjung (Y) sebesar 0,187 atau 18,7%.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Vebriana bahwa fasilitas berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung ke

obyek wisata.¹⁰ Dapat disimpulkan bahwa dengan adanya penelitian ini dapat diharapkan menjadi gambaran untuk pihak pengelola untuk lebih memperhatikan dan meningkatkan fasilitas seperti adanya tempat duduk untuk bersantai, atraksi wisata, dan fasilitas lainnya dapat menjadikan minat berkunjung masyarakat objek wisata tersebut meningkat serta tercapai kepuasan tamu yang maksimal pengunjung semakin puas dan kembali untuk berkunjung, sehingga juga dapat membentuk loyalitas pengunjung.

4. Pengaruh Aksesibilitas (X₁), Tarif (X₂), Fasilitas (X₃) Secara Bersama-Sama Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Objek Wisata Telaga Wahyu Magetan

Aksesibilitas, tarif dan fasilitas secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap kunjungan wisatawan objek wisata Telaga Wahyu Magetan. Hal tersebut diketahui dari hasil uji F, perolehan nilai signifikansi sebesar 0,000. Artinya probabilitas nilai $0,000 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga variabel aksesibilitas (X₁), tarif (X₂), fasilitas (X₃) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan kunjungan (Y) wisatawan objek wisata Telaga Wahyu Magetan.

Hasil uji koefisien korelasi (R) sebesar 0,764 atau 76,4%. Sehingga dapat dikatakan bahwa ada relasi positif antara aksesibilitas (X₁), tarif (X₂), fasilitas (X₃), terhadap keputusan kunjungan (Y). sedangkan pada koefisien determinasi diperoleh nilai *R Square* 0,584 atau 58,4%. Sehingga variabel

¹⁰ Vebriana Sagita, "Pengaruh Harga Tiket Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Obyek Wisata Ubalan Waterpark Pacet Mojokerto...", 2337.

aksesibilitas (X_1), tarif (X_2), fasilitas (X_3) memberikan kontribusi atau pengaruh secara bersamaan sebesar 58,4% terhadap keputusan kunjungan (Y) dan sisanya 41,6% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh N. C Lempoy, bahwa harga, lokasi, dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa Taman Wisata Toar Lumimuut. Mengingat harga, lokasi, dan fasilitas memiliki pengaruh positif yang signifikan serta memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap keputusan menggunakan Jasa Taman Wisata Toar Lumimuut, maka sebaiknya pihak pimpinan Taman Wisata Toar Lumimuut, memperhatikan faktor harga, lokasi, dan fasilitas untuk senantiasa dikembangkan.¹¹ Sebagai pengelola jasa wisata perlu memperhatikan dan memperbaiki fasilitas wisata serta mengemas daya tarik wisata yang dimiliki agar pengunjung semakin puas, tertarik dan kembali untuk berkunjung.

¹¹ Nicklouse Christian Lempoy, dkk. “Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Taman Wisata Toar Lumimuut (Taman Eman) Sonder”, *Jurnal Emba*, Volume 3, Nomor 1 (2015), 1072.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan melalui tahap pengumpulan data, pengolahan data, dan analisis data, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada objek wisata Telaga Wahyu Magetan. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ ($0\% < 5\%$) sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya bahwa variabel aksesibilitas (X_1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung (Y) wisatawan pada objek wisata Telaga Wahyu Magetan.
2. Tarif berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada objek wisata Telaga Wahyu Magetan. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ ($0\% < 5\%$) sehingga H_0 ditolak dan H_2 diterima. Artinya bahwa variabel Tarif (X_2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung (Y) wisatawan pada objek wisata Telaga Wahyu Magetan.
3. Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada objek wisata Telaga Wahyu Magetan. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ ($0\% < 5\%$) sehingga ditolak H_0 dan H_2 diterima. Artinya bahwa variabel fasilitas

berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung (Y) wisatawan pada objek wisata Telaga Wahyu Magetan.

4. Aksesibilitas, tarif dan fasilitas secara Bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan kunjungan wisatawan objek wisata Telaga Wahyu Magetan. Hal ini dibuktikan hasil uji F, perolehan nilai signifikansi sebesar 0,000. Artinya probabilitas nilai $0,000 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga variabel aksesibilitas (X_1), tarif (X_2), fasilitas (X_3) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan kunjungan (Y) wisatawan objek wisata Telaga Wahyu Magetan.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dikemukakan, maka untuk meningkatkan minat kunjungan wisata di Telaga Wahyu Magetan dan untuk penelitian masa yang akan datang diajukan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi Tempat Wisata

Memperbaiki fasilitas yang tersedia, seperti papan penunjuk arah dibuat lebih banyak agar memudahkan pengunjung sampai di lokasi wisata. Penambahan fasilitas yang tersedia, seperti menambahkan tempat bermain khusus untuk anak, area gazebo yang memadai, atraksi wisata yang lain sehingga pengunjung tertarik untuk mendatangi. Menambahkan tempat sampah di beberapa titik lokasi tempat wisata agar pengunjung tidak membuang sampah sembarangan dan tempat.

2. Bagi Peneliti Mendatang

Untuk penelitian mendatang diharapkan untuk menambah variabel lain yang berpengaruh terhadap keputusan kunjungan, serta penyempurnaan untuk indikator pertanyaan dalam kuesioner dan disesuaikan dengan kondisi yang ada pada objek penelitian, sehingga dapat menggambarkan maksud dan tujuan penelitian selanjutnya.



DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Nani. "Mengukur Kualitas Layanan Sistem Informasi Akademik Pada Smp Uswatun Hasanah Jakarta". *Jurnal Paradigma*. Volume 19, Nomor 1, (2017).
- Ahmad Tanzeh, *Metode Penelitian Praktis*. Yogyakarta: Teras, 2011.
- Alana, Peggy Rahma dan Tanto Askriyandoko Putro, "Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Wisatawan pada Goa Lowo Kecamatan Watulimo Kabupaten Trenggalek", *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)* Volume 5, Nomor 2 (2020): 180-194.
- Alma, Buchari. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Bandung : Alfabeta, 2018).
- Anggraini, Yulia dan Nanda Meilania Putri. "The Effect Product Innovation, Price, And Service Quality On Purchasing Decisions For Herbalife Products" *JoIE: Journal of Islamic Economic and Bussines*, Volume 3, Nomor 1 (2023): 89.
- Ansori, Muslich, dan Sri Iswati. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Airlangga University, 2009.
- Ardiansyah, Koko, Sumar dan Ari Agung Nugroho. "Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Pantai Siangau Kabupaten Bangka Barat". *Jurnal Ekomaks Jurnal Ilmu Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, Volume 11, Nomor 1, (2022): 101–113.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2013.
- Beslar, Vincent Regi, dkk. "Pengaruh Harga Dan Promosi Pada Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Taman Laut Bunaken", *Jurnal Emba* Volume 10, Nomor 4 (2022): 636.
- Farida, Umrotul. "Pengaruh Aksesibilitas Terhadap Karakteristik Sosial Ekonomi Masyarakat Pedesaan Kecamatan Bumijawa Kabupaten Tegal." *Jurnal Wilayah Dan Lingkungan*, Volume 1, Nomor 1, (2013): 52.
- Fatimah, Siti. "Analisis Pengaruh Citra Destinasi dan Lokasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali." *Ilmiah Bahari Jogja*, Volume 17, Nomor 2, (2019): 28-41.

- Fitriani, Dwi. “Pengaruh Lokasi dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Taman Wisata Genilangit Kecamatan Poncol Kabupaten Magetan Provinsi Jawa Timur”. *Skripsi*. Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2021.
- Fitriani, Rina dan Setia Budhi Wilardjo. “Sadar Wisata, Kemenarikan Fasilitas, Jarak, Pengaruhnya Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Objek Wisata Masjid Agung Jawa Tengah di Kota Semarang.” *Jurnal Wawasan Manajemen*, Volume 5, Nomor 3, (2017): 150-171.
- Fitrianna, Nurma, Elidawaty Purba, dkk. *Metode Penelitian Ekonomi*. Yayasan Kita Menulis, 2021.
- Ghozali, Ghozali. *Aplikasi Analisis Muktivariate dengan Program IBM SPSS 25*.
- Hapsara, Osrita, dan Ahmadi. “Analisis Keputusan Berkunjung Melalui Minat Berkunjung: Citra Destinasi Dan Aksesibilitas Pada Geopark Merangin Jambi”, *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan (Mankeu)*. Voume 7, Nomor 2, (2022): 64-76.
- Hasan, Igbal. *Pokok-pokok Materi Statistik Edisi ke-2 cet ke 3*, Jakarta: Bumi Aksara, 2005.
- Jati, Theo Dora Sinta Arum dan Sri Suryoko. “Pengaruh Promosi, Tarif, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Pada Pengunjung Plaplay Indoor Theme Park Kota Semarang)”, *Jurnal Administrasi Bisnis*, (2020): 83-89.
- Kadir, Kadir. *Statistika Terapan Konsep, Contoh dan Analisis Data dengan program SPSS/Lisrel dalam penelitian*. Jakarta: Rajawali Pers, 2015.
- Karyono, Hari. *Kepariwisataaan*. Jakarta:Grasindo, 1997.
- Kelana, Annisa Egaleonita. “Pengaruh Preferensi Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Objek Wisata Di Sukadanaham Pada Masa Pandemi Covid – 19 Dalam Perspektif Bisnis Syariah (Studi pada wisatawan yang berkunjung ke Puncak Mas).” *Skripsi*, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2022.
- Khotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prehalindo, 2009.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, terj oleh Bob Sabran Edisi Kedua Belas Jilid 1. Jakarta: Erlangga, 2008.
- Kotler, Philip dan Kevin Line Keller. *Manajemen Pemasaran Edisi 12*, terj. Bob Sabran. Jakarta: Erlangga, 2012.

- Kristiutami, Yuliana Pinaringsih. “Pengaruh Keputusan Berkunjung Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Museum Geologi Bandung”, *Jurnal Pariwisata*, Volume 4, Nomor 1, (2017): 53-62..
- Lebu, Christy F. K, Silvy L. Mande, Dkk. “Pengaruh Lokasi, Persepsi Harga Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Danau Linow”, *Jurnal Emba Volume 7*, Nomor 4, (2019): 5506.
- Listianingrum, Ayu. “Pengaruh Daya Tarik, Aksesibilitas, dan Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung di Objek Wisata Pantai Muarareja Indah Kota Tegal.” *Skripsi*, Universitas Pancasakti Tegal, 2019.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat. 2008.
- Masful, Mila Falma. “Pariwisata Syariah: Suatu Konsep Kepercayaan Dan Nilai Budaya Lokal Di Daerah Pedalaman Pilubang, Payakumbuh Sumatera Selatan”, *Jurnal Pariwisata*, Volume 9, 19.
- Muljadi, A.J dan Andri Warman. *Kepariwisata dan Perjalanan*. Jakarta: Rajawali Press, 2009.
- Naim, Yanto dan Ishak. “Sistem Informasi Retribusi Tiket Masuk Wisata Pilaweanto Di Salodik”, *Jurnal Ilmiah Sistem Manajemen Informatika & Komputerisasi Akuntansi*, Volume 5 Nomor 1 (2022):10.
- Neolaka, Amos. *Metode Penelitian dan Statistik*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016.
- Nurbaeti, Nurbaeti, Myrza Rahmanita, Heny Ratnaningtyas. “Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Harga Dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Danau Cipondoh, Kota Tangerang.” *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, Volume 10, Nomor 2, (2021): 163-172.
- Pardamean, Anju. “Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Di Objek Wisata Taman Eden 100”, (2023): 510-524.
- Peraturan Menteri Pekerjaan Umum Perumahan Rakyat No. 30/PRT/M/2006.
- Pratama, Titiek Afariani Ruray Rheza. “Pengaruh Daya Tarik Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Pantai Akesahu Kota Tidore Kepulauan.” *Jurnal Kawasa*, Volume 10, Nomor 2 (2020): 29-38.
- Pratiwi, Diah Eka Intan dan Ely Masykuroh. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Ponorogo di

- Marketplace Lazada.” *Journal of Economics and Business Research*, Volume 3, Nomor 1 (2023): 214-236.
- Prawira, Sendi Arief. “Pengaruh Aksesibilitas, Inovasi Dan Kualitas Pelayanan Fasilitas Publik Terhadap Kepuasan Penumpang Disabilitas Di Kereta Rel Listrik Jakarta.” *Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*. (2020), 5.
- Purwanto, Erwan Agus dan Dyah Ratih Sulistyastuti. *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Administrasi Publik dan Masalah-Masalah Sosial*. Yogyakarta: Gaya Media, 2007.
- Putri, Mercy Rosdahlia. “Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Objek Wisata Di Kota Pekanbaru Provinsi Riau”. *Skripsi*. Riau: Universitas Islam Riau, 2022.
- Putria, Desak Putu Rai Sattvika dan Dian Pramita Sugiarti, “Pengaruh Instagram Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan”. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, Volume 9, Nomor 1, (2021): 165-170.
- R.G, Soekadidjo. *Anatomi Pariwisata*. Jakarta: Penerbit Gramedia Pustaka Utama, 2003.
- Rasul, Agung Abdul. *Praktikum Statistika Ekonomi Dan Bisnis*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2010.
- Ridha, Nikmatur. “Proses Penelitian, Masalah, Variabel Dan Paradigma Penelitian.” *Jurnal Hikmah*, Voume 14, Nomor 1, (2017): 64.
- Riduwan, Riduwan dan Sunarto. *Pengantar Statistik untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi, Komunikasi dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- Ristiani, Ristiani. “Pengaruh Harga Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung.” *Jurnal Forum Ekonomi*, Volume 23, Nomor 2 (2021): 310.
- Riyanto, “Mitos Bakal Putus Cinta, Telaga Wahyu Magetan Jarang Dikunjungi Wisatawan”, dalam <https://www.kliktimes.com/news/pr-7295718245/mitos-bakal-putus-cinta-telaga-wahyu-magetan-jarang-dikunjungi-wisatawan> , (diakses pada 29 Februari 2024, jam 20.58).
- Sa'id Sa'ad Marthon, *Ekonomi Islam di Tengah Krisis Global* (Jakarta: Zikrul Hakim, 2004), 89.
- Sanjaya, Wina. *Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Kencana Prenada Media, 2013.
- Sari, Vebriana Fitria Sagita dan Harti. “Pengaruh Harga Tiket Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Obyek Wisata Ubalan Waterpark

Pacet Mojokerto.” *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, Volume 8, Nomor 1, (2020): 725-729.

Selsilia, *Wawancara*, 27 Agustus 2023.

Setiadi, Bahrul. “Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Fasilitas Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan (Studi Pada Objek Wisata Pantai Tiga Warna Di Kabupaten Malang)”. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, Volume 6, Nomor 1 (2018).

Shofwan, Karim. *Dakwah Sebagai Media Pengembangan Kepariwisata* (Padang: Dinas Parnenbud Sumbar, 2003), 72.

Silaen, Sofar dan Yaya Heriyanto. *Pengantar Statistik Sosial*. Jakarta: IN Media, 2013.

Simbolon, Maringan Masry. *Dasar Dasar Adminitrasi dan Manajemen*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2004.

Sinaga, Dameria. *Statistik Dasar*. Jakarta Timur: Uki Press, 2014.

Spillane, James. *Ekonomi Pariwisata: Sejarah dan Prospeknya*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius, 2000.

Sri. *Wawancara*, 2 Maret 2024.

Stanton, Stanton. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2012.

Sugiyono, Sugiyono. *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: Alfabeta CV, 2017.

Sugiyono, Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta 2019.

Sugiyono, Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2012.

Sugiyono, Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.

Sujarweni, Wiratna. *Metodologi Penelitian Bisnis Ekonomi*. Yogyakarta Pustaka Baru, 2015.

Sujarweni, Wiratna. *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015.

Sulistiyana, Sulistiyana. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Kompas, 2015.

Supranto, Johannes. *Teknik Pengambilan Keputusan*. Jakarta : Rineka Cipta, 1998.

- Suryan dani Hendryadi. *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Pada Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenada Media Grup, 2016.
- Susanto, Ari Ardi dan Tri Septin Muji Rahayu. “Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Promosi Terhadap Kepuasan Wisatawan Dan Minat Kunjungan Kembali (Studi pada Pengunjung Objek Wisata Air Owabong Kabupaten Purbalingga).” *Jurnal Manajemen dan Bisnis MEDIA EKONOMI* Volume XVII, Nomor 2, (2017): 102-109.
- Susianto, Budi, Johannes dkk, “Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Amenitas Terhadap Keputusan”. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, Volume 3, Nomor 6, (2022): 592-605..
- Suwantoro, Nyoman, Pendit. *Ilmu Pariwisata*. Jakarta: Penerbit Pradnya Paramita. 2006.
- Suwastawa, I Putu Agus, I Komang Sumerta, dan Kadek Aris. “Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Harga Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Domestik Pada Bali Safari & Marine Park Di Era New Normal Covid 19”, *Jurnal Manajemen dan Bisnis Equilibrium*, Volume 7, Nomor 1 (2021): 113-124.
- Tatang. Wawancara, 2 Maret 2024.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Bisnis Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset, 2008.
- Tjiptono, Fandy. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset, 2002.
- Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan, Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset, 2014.
- Tjiptono, *Pemasaran Strategik Kedua*. Yogyakarta: Andi, 2014.
- Trihatmodjo, Trihatmodjo. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empa, 2017.
- UU No. 28 Tahun 2009 Tentang Pungutan Retribusi.
- Waridah, Ernawati. *Kamus Bahasa Indonesia*, Jakarta: Bmedia, 2017.
- Widiati, Febriana Ayu dan Mas Oetarjo. “Pengaruh Harga, Daya Tarik, Aksesibilitas terhadap Keputusan Berkunjung di Wisata PPLH Seloliman Trawas Mojokerto”. *Indonesian Journal of Law and Economics Review*, Volume 15, (2022): 1-13.
- Widjianto, Trisna. “Pengaruh Daya Tarik Wisata, Citra Wisata, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Di Objek Wisata Ketep Pass.” *Skripsi*, Yogyakarta, 2019.
- Yoeti, Yoeti. *Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat, 2012.