

PENGARUH LOKASI, FASILITAS WISATA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN WISATAWAN MENGUNJUNGI OBYEK WISATA PANYAWEUYAN BUKIT MERCURY SAYANG KAAK ARGAPURA DALAM RANGKA MENGOPTIMALKAN POTENSI EKOWISATA UNGGULAN DI KABUPATEN MAJALENGKA

ELI ACHMAD MAHIRI¹⁾
ABDUL HAKIM²⁾
FITRIANA DEWI SUMARYANA³⁾
TOUFIQ AGUNG⁴⁾

^{1)Universitas Majalengka, eliachmadmahiri@gmail.com}

^{2)Institut Manajemen Koperasi Indonesia, abdul_hakim@ikopin.ac.id}

^{3)Institut Manajemen Koperasi Indonesia, fitri_dewi@ikopin.ac.id}

^{4)Institut Manajemen Koperasi Indonesia, toufiq_agung@ikopin.ac.id}

ABSTRAK

Banyak faktor yang menjadi pertimbangan wisatawan dalam menentukan berkunjung ke tempat obyek wisata. penelitian ini ingin mengetahui pengaruh lokasi, fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap keputusan berkunjung ke Obyek Wisata Bukit Mercury Sayang Kaak Argapura-Majalengka.

Metode penelitian yang digunakan menggunakan metode survey dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden, uji instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas dan uji reliabilitas. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, koefisien determinasi, dan uji hipotesis.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa lokasi wisata di obyek wisata dalam kategori baik, fasilitas di obyek wisata dalam kategori baik, kualitas pelayanan di obyek wisata dalam kategori baik dan keputusan berkunjung di obyek wisata dalam kategori baik. Adapun secara parsial lokasi wisata, fasilitas dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung

Kata Kunci : Lokasi Wisata, Fasilitas, Kualitas Pelayanan, Keputusan Berkunjung

PENDAHULUAN

Perekonomian merupakan hal yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Seiring perkembangan zaman, tentu kebutuhan manusia bertambah oleh karena itu ekonomi secara terus menerus mengalami pertumbuhan dan perubahan. Perubahan yang secara umum yang terjadi pada perekonomian yang dialami suatu negara seperti inflasi, pengangguran, kesempatan kerja, hasil produksi, dan sebagainya. Jika hal ini ditangani dengan tepat maka perekonomian akan berjalan dengan stabil dan akan meningkatkan kesejahteraan.

Sektor pariwisata berpotensi menjadi sektor pendorong pertumbuhan ekonomi

ke depan. Pariwisata akan terus berkembang mengingat prospek ekonomi makro yang kondusif dan stabil serta didukung oleh perbaikan iklim investasi. Ini menjadi momentum yang tepat untuk mengundang para investor untuk berinvestasi di sektor yang memiliki nilai tambah, termasuk sektor pariwisata. Diharapkan hal ini dapat mendukung sustainabilitas ekonomi Indonesia ke depan.

Saat ini industri pariwisata merupakan salah satu industri terbesar serta juga merupakan salah satu sektor jasa dengan tingkat pertumbuhan paling pesat di Indonesia. Pembangunan bidang pariwisata diharapkan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat, karena sektor pariwisata

merupakan salah satu sektor pembangunan di bidang ekonomi. Pariwisata merupakan komoditas yang sangat dibutuhkan oleh setiap individu. Maka dari itu hampir seluruh individu pernah merasakan wisata. Alasannya berwisata yaitu untuk menghilangkan kejenuhan, untuk menambah wawasan, untuk menghilangkan stress, untuk menambah semangat, relaksasi, dan untuk mengetahui meninggalan bersejarah. Daerah yang memiliki sektor pariwisata akan sangat terbantu pembangunannya karena dapat mendatangkan wisata mancanegara maupun wisatawan lokal sehingga mampu mendapatkan pendapatan bagi daerahnya. Berdasarkan UU No. 9 tahun 1990 dijelaskan bahwa kawasan wisata adalah suatu kawasan yang mempunyai luas tertentu yang dibangun dan disediakan untuk kegiatan pariwisata. Perkembangan kawasan pariwisata tentunya tidak tumbuh begitu saja tanpa ada suatu usaha yang dilakukan, oleh karena itu maka ketersediaan sarana dan prasarana sangat dibutuhkan untuk pengembangan sektor industri pariwisata ini agar dapat menjadi salah satu sektor andalan.

Selain terdapat sejumlah potensi yang dapat diandalkan, juga terdapat kendala – kendala dalam mengembangkan industri pariwisata antara lain adalah: *pertama*, sering timbulnya konflik dan kerusuhan sosial serta situasi dan kondisi yang kurang kondusif, berakibat pada kurang terjaminnya keamanan bagi para wisatawan. *Kedua*, rendahnya mutu pelayanan dari para penyelenggara pariwisata, persaingan yang tidak sehat di antara para penyelenggara pariwisata serta kurangnya pemahanan terhadap pentingnya perlindungan konsumen. *Ketiga*, rendahnya kesadaran masyarakat tentang pentingnya pengembangan pariwisata merupakan kendala. Sebab banyak rencana pengembangan yang gagal karena kurang mendapat dukungan dari masyarakat akibat rendahnya kesadaran tersebut. *Keempat*, kurangnya modal dan rendahnya sumber

daya manusia, terutama tenaga yang terampil dan profesional dalam hal manajerial di bidang pariwisata merupakan kendala yang sering kali muncul terutama pada negara – negara berkembang termasuk Indonesia. *Kelima*, sistem transportasi yang belum memadai seringkali menjadi kendala dalam pariwisata yang perlu ditinjau kembali, untuk meningkatkan pelayanannya dari segi kualitas maupun kuantitasnya. *Keenam*, pengelola pariwisata yang bersifat *top-down* merupakan salah satu kendala yang banyak menghambat. pariwisata. (Sumber: Brainly co.id).

Keberadaan obyek wisata dapat memberikan pengaruh pada tingkat kunjungan wisatawan yaitu dengan cara pengembangan obyek wisata agar dapat menarik perhatian wisatawan dengan harapan agar konsumen datang mengunjungi obyek wisata. Dengan meningkatnya kunjungan pada obyek wisata maka semakin menimbulkan peluang bisnis pada penyediaan akomodasi mulai dari menambah fasilitas, lokasi yang nyaman dan aman bagi pengunjung dan kualitas pelayanan yang baik sehingga dapat memenuhi kebutuhan wisatawan agar dapat berkunjung ke obyek wisata.

Banyak faktor yang mempengaruhi wisatawan dalam mengunjungi obyek wisata diantaranya adalah faktor lokasi. Dalam penelitian terdahulu dalam jurnal yang dibuat oleh Gadis, dkk (2018) terdapat penelitian yang telah dilakukan oleh Hartini (2017) yang menyatakan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan wisatawan dalam mengunjungi obyek wisata. Hasil penelitian yang sama juga dilakukan oleh Efrianto (2016) yang menyatakan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan wisatawan dalam mengunjungi obyek wisata. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik lokasi makan akan semakin meningkat nilai keputusan wisatawan dalam mengunjungi obyek wisata.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi pada keputusan wisatawan adalah fasilitas yang ada dalam obyek wisata. Dalam penelitian terdahulu dalam jurnal yang dibuat oleh Gadis, dkk (2018) terdapat penelitian yang telah dilakukan oleh Hartini (2017) menyatakan bahwa apabila suatu perusahaan jasa mempunyai fasilitas yang memadai sehingga dapat memudahkan konsumen dalam menggunakan jasanya dan membuat nyaman konsumen dalam menggunakan jasanya tersebut maka akan dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian jasa. Perusahaan yang memberikan suasana menyenangkan dengan desain fasilitas yang menarik akan mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian. Artinya bahwa salah satu faktor kepuasan konsumen dipengaruhi oleh fasilitas yang diberikan oleh penjual yang dimanfaatkan oleh konsumen sehingga mempermudah konsumen dalam proses pembelian. Apabila konsumen merasa nyaman dan mudah mendapatkan produk atau jasa yang ditawarkan oleh penjual, maka konsumen akan merasa puas. Guna meningkatkan keputusan wisatawan dalam mengunjungi obyek wisata. Berdasarkan hal tersebut maka dapat dijelaskan bahwa semakin baik fasilitas yang dimiliki oleh obyek wisata, maka semakin tinggi pula keputusan wisatawan dalam mengunjungi obyek wisata. Penjelasan diatas didukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Hartini (2017) yang menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan wisatawan dalam mengunjungi obyek wisata.

Faktor yang tidak kalah penting dari lokasi dan fasilitas adalah faktor kualitas pelayanan. Dalam penelitian terdahulu dalam jurnal yang dibuat oleh Gadis, dkk (2018) terdapat penelitian yang telah dilakukan oleh Hartini (2017) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Baiti (2018)

yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan maka semakin meningkat nilai keputusan wisatawan dalam mengunjungi obyek wisata.

Saat ini industri pariwisata di Majalengka sangat pesat perkembangannya, ini dapat dilihat dengan semakin banyaknya obyek wisata yang bemunculan diberbagai daerah diantaranya adalah daerah Sindangwangi, Leuwimunding, Lemahsugih, Talaga, Sidamukti, Rajagaluh dan Argapura dengan daya tarik yang berbeda – beda dalam menarik wisatawan, salah satunya Obyek Wisata panyaweyan Bukit Mercury Sayang Kaak yang saat ini sedang viral dan banyak wisatawan yang berkunjung. Tempat ini sebenarnya merupakan bumi perkemahan, namun di kembangkan dengan di tambah berbagai fasilitas baru dengan berbagai spot foto yang instagramable. Selain Obyek Wisata Panyaweyan Bukit Mercury Sayang Kaak masih banyak lagi obyek wisata yang ada di Kabupaten Majalengka mulai dari Curug (Air Terjun), Waterpark, Perkebunan Teh, Wisata Paralayang, Pendakian Gunung Ciremai, Terasering Panyaweuyan dan Bumi Perkemahan.

Persaingan dalam industri pariwisata tersebut membuat pengelola bertindak dalam pengembangan obyek wisata untuk menarik perhatian wisatawan untuk berkunjung ke Obyek Wisata Bukit Mercury Sayang Kaak. Hal yang harus diperhatikan dan dilakukan oleh pengelola obyek wisata selain memiliki keunggulan dan keunikan dalam produk jasa wisatanya yaitu harus fokus pada strategi pemasaran khususnya dalam pemilihan lokasi, fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap keputusan wisatawan dalam mengunjungi Obyek Wisata Bukit Mercury Sayang Kaak.

Berdasarkan interview result bahwa Bukit Mercury Sayang Kaak mulai diresmikan pada bulan Januari 2018, pada

saat belum diresmikan awalnya tempat tersebut adalah hanya bumi perkemahan (Buper) Lembah Panyaweyan, namun dengan berjalannya waktu tempat tersebut diberi nama dengan sebutan Bukit Mercury Sayang Kaak pengelola wisata melakukan pengembangan obyek wisata dengan menambahkan beberapa fasilitas seperti menyediakan spot foto dan tempat ngopi dengan pemandangan terasering yang sangat indah. Namun pada tahun 2018 belum banyak pengunjung yang mengetahui keberadaan wisata tersebut karena masih kurangnya promosi dan akses jalan yang tidak banyak diketahui oleh banyak orang. Mulai awal tahun 2019 Obyek Wisata Bukit Mercury Sayang Kaak sudah banyak dikenal di kalangan masyarakat luas mulai dari daerah Majalengka sampai dengan luar Majalengka. Sehingga sudah banyak pengunjung yang datang ke Obyek Wisata Bukit Mercury Sayang Kaak.

Fasilitas obyek wisata yang menarik dan sesuai dengan keinginan yang sedang diminati, akan menjadi daya tarik bagi wisatawan untuk berkunjung dan menikmati fasilitas tersebut, selain itu kebersihan dan jaminan keamanan dari fasilitas juga menjadi nilai tambah untuk menarik konsumen untuk berkunjung. Obyek wisata Bukit Mercury Sayang Kaak memiliki fasilitas yang cukup baik. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh pengelola Obyek Wisata Bukit Mercury Sayang Kaak sudah sudah baik.

Untuk dapat meningkatkan wisatawan maka pengelola obyek wisata harus dapat menyediakan lokasi yang strategis dengan lingkungan yang bersih, nyaman dan aman. Pentingnya lokasi dalam sebuah obyek wisata sangat berpengaruh pada keputusan wisatawan dalam berkunjung ke Obyek Wisata Bukit Mercury Sayang Kaak. Selain lokasi pengelola wisata harus mengembangkan dan memberikan fasilitas obyek wisata yang menarik dan sesuai dengan keinginan yang sedang diminati, akan

menjadi daya tarik bagi wisatawan untuk berkunjung dan menikmati fasilitas tersebut, dan yang terakhir yaitu pengelola obyek wisata harus mampu memberikan kualitas pelayanan yang baik agar wisatawan merasa nyaman dan aman berwisata di obyek wisata tersebut. Oleh karena itu lokasi, fasilitas wisata dan kualitas pelayanan sangatlah berpengaruh signifikan terhadap keputusan wisatawan dalam mengunjungi Obyek Wisata Bukit Mercury Sayang Kaak.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh lokasi, Fasilitas wisata dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Wisatawan Mengunjungi Obyek Wisata Panyaweyan Bukit Mercury Sayang Kaak Argapura Dalam Rangka Mengoptimalkan potensi Ekowisata Unggulan Di Kabupaten Majalengka”.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana Pengaruh lokasi wisata terhadap keputusan wisatawan dalam mengunjungi Obyek Wisata Panyaweyan Bukit Mercury Sayang Kaak.
2. Bagaimana Pengaruh fasilitas wisata terhadap keputusan wisatawan dalam mengunjungi Obyek Wisata Bukit Mercury Sayang Kaak.
3. Bagaimana Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan wisatawan dalam mengunjungi Obyek Wisata Bukit Mercury Sayang Kaak.

Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui Pengaruh lokasi wisata terhadap keputusan wisatawan

- dalam mengunjungi Obyek Wisata Bukit Mercury Sayang Kaak.
2. Untuk mengetahui Pengaruh fasilitas wisata terhadap keputusan wisatawan dalam mengunjungi Obyek Wisata Bukit Mercury Sayang Kaak.
 3. Untuk mengetahui Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan wisatawan dalam mengunjungi Obyek Wisata Bukit Mercury Sayang Kaak.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan merupakan teknik atau cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Metode (cara atau teknik) menunjuk suatu kata yang abstrak dan tidak diwujudkan dalam benda, tetapi hanya dapat dilibatkan penggunaannya melalui angket, wawancara, pengamatan ujian (*test*), dokumentasi dan lainnya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *survey* dengan pendekatan analisis deskriptif dan analisis verifikatif. Menurut Sugiyono (2009:13) mengatakan bahwa metode *survey* digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan) tetapi penelitian melakukan perlakuan dalam pengumpulan data misalnya dengan mengedarkan kuisioner, test, dan wawancara.

Menurut Sugiyono (2015:29) metode deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk menggambarkan variabel mandiri, baik

hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri) tanpa membuat perbandingan dan mencari variabel itu dengan variabel lain.

Sedangkan metode verifikatif menurut Sugiyono (2012:8) adalah penelitian yang dilakukan terhadap populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Berdasarkan pengertian diatas, dapat dijelaskan bahwa metode deskriptif dan verifikatif merupakan metode yang bertujuan menggambarkan benar atau tidaknya fakta-fakta yang ada, serta menjelaskan tentang hubungan antar variabel yang diteliti dengan cara mengumpulkan data, mengolah, menganalisis, dan menginterpretasikan data dalam pengujian hipotesis statistik. Pada penelitian ini, metode deskriptif verifikatif digunakan untuk menguji apakah lokasi, Fasilitas wisata dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Wisatawan Mengunjungi Obyek Wisata, serta melakukan pengujian hipotesis apakah hipotesis tersebut diterima atau ditolak

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda pada umumnya untuk menguji dua atau lebih variabel independen.

Tabel 1
Hasil Analisis Regresi Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	4.066	4.852		.838	.404		
Lokasi	.258	.092	.259	2.820	.006	.602	1.662
Fasilitas	.456	.088	.456	5.216	.000	.661	1.512
1 Kualitas Pelayanan	.204	.076	.204	2.696	.008	.888	1.127

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung Sumber : Output SPSS Versi 21, 2021

$$Y = 4,066 + 0,258 X_1 + 0,456 X_2 + 0,204 X_3 + \varepsilon$$

Dari persamaan diatas dapat disimpulkan bahwa

1. Nilai konstanta sebesar 4,066 dan bertanda positif. Artinya apabila lokasi, fasilitas dan kualitas pelayanan bernilai konstanta, maka keputusan berkunjung akan bernilai sebesar 4,066.
2. Nilai koefisien regresi lokasi (X_1) sebesar 0,258 dan bertanda positif. Artinya bahwa setiap penambahan satu satuan pada variabel lokasi maka keputusan berkunjung akan bertambah sebesar 0,258 satuan dengan variabel lain dianggap konstan. Sebaliknya, setiap pengurangan satu satuan variabel lokasi, maka keputusan berkunjung sebesar 0,258 satuan dengan variabel lain dianggap konstan.
3. Nilai koefisien regresi fasilitas (X_2) sebesar 0,456 dan bertanda positif. Artinya bahwa setiap penambahan satu satuan pada variabel fasilitas maka keputusan berkunjung akan bertambah sebesar 0,456 satuan dengan variabel lain dianggap konstan. Sebaliknya, setiap pengurangan satu satuan variabel fasilitas, maka keputusan berkunjung akan berkurang sebesar 0,456 satuan dengan variabel lain dianggap konstan.
4. Nilai koefisien regresi kualitas pelayanan (X_3) sebesar 0,204 dan

bertanda positif. Artinya bahwa setiap penambahan satu satuan pada variabel kualitas pelayanan maka keputusan berkunjung akan bertambah sebesar 0,204 satuan dengan variabel lain dianggap konstan. Sebaliknya, setiap pengurangan satu satuan variabel kualitas pelayanan, maka keputusan berkunjung akan berkurang sebesar 0,204 satuan dengan variabel lain dianggap konstan.

Analisis Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh lokasi, fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap keputusan berkunjung baik secara parsial maupun simultan.

Untuk menghitung besarnya kontribusi pengaruh lokasi terhadap keputusan berkunjung digunakan rumus KD, sebagai berikut :

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial (individu), perhitungannya berdasarkan nilai koefisien korelasi dari variabel independen dengan variabel dependen. Nilai koefisien korelasi dari masing-masing variabel sebagai berikut :

Tabel 2
Hasil Analisis Koefisien Determinasi Secara Parsial
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	Correlations		
	B	Std. Error		Zero-order	Partial	Part
(Constant)	4.066	4.852				
Lokasi	.258	.092	.259	.590	.277	.201
Fasilitas	.456	.088	.456	.635	.470	.371
Kualitas Pelayanan	.204	.076	.204	.354	.265	.192

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

Sumber : Output SPSS Versi 21, 2020

Berdasarkan pada tabel diatas, terdapat nilai *zero-order* untuk variabel lokasi sebesar 0,590, variabel fasilitas 0,635 dan variabel kualitas pelayanan 0,354, maka pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dapat dihitung sebagai berikut:

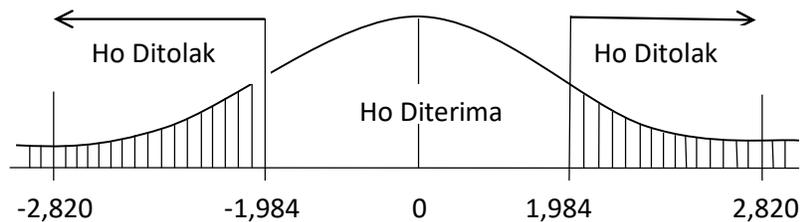
Uji Hipotesis

Pengaruh Lokasi Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung

Pada variabel lokasi diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,820 dan nilai signifikansi sebesar 0,006. Kemudian pada derajat bebas $(dk) = n - k = 100 - 3 = 97$ dengan tingkat

signifikansi 5%. Pada tabel distribusi t untuk $dk = 97$ adalah 1,984, Maka diperoleh t_{hitung} sebesar 2,820 dan t_{tabel} sebesar 1,984 dengan taraf signifikansi 0,006, karena nilai $t_{hitung} 2,820 > t_{tabel} 1,984$ dan nilai signifikansinya $0,006 < 0,05$, maka H_0 ditolak, sehingga hipotesis pertama yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh secara signifikan antara lokasi terhadap keputusan berkunjung dapat dibuktikan kebenarannya.

Berdasarkan uji hipotesis tersebut maka digunakan uji dua pihak secara parsial seperti dibawah ini:



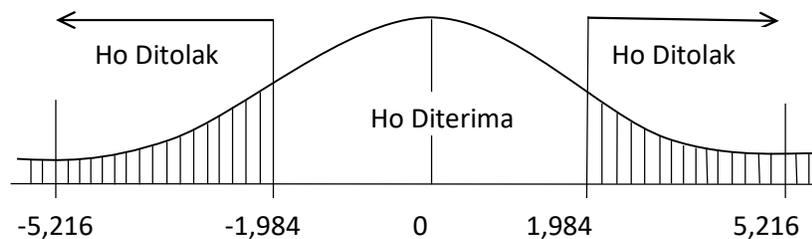
Gambar 1
Kurva Uji Dua Pihak
Lokasi Terhadap Keputusan Berkunjung

Pengaruh Fasilitas Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung

Pada variabel fasilitas diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 5,216 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Kemudian pada derajat bebas $(dk) = n - k = 100 - 3 = 97$ dengan tingkat signifikansi 5%. Pada tabel distribusi t untuk $dk = 97$ adalah 1,984, Maka diperoleh t_{hitung} sebesar 5,216 dan t_{tabel} sebesar 1,984 dengan taraf signifikansi 0,000, karena nilai t_{hitung}

$5,216 > t_{tabel} 1,984$ dan nilai signifikansinya $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak, sehingga hipotesis kedua yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh secara signifikan antara fasilitas terhadap keputusan berkunjung dapat dibuktikan kebenarannya.

Berdasarkan uji hipotesis tersebut maka digunakan uji dua pihak secara parsial seperti dibawah ini:

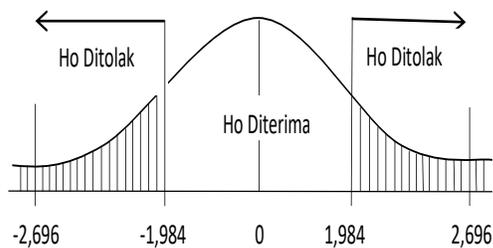


Gambar 2
Kurva Uji Dua Pihak
Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Berkunjung

Pada variabel fasilitas diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,696 dan nilai signifikansi sebesar 0,008. Kemudian pada derajat bebas $(dk) = n - k = 100 - 3 = 97$ dengan tingkat signifikansi 5%. Pada tabel distribusi t untuk $dk = 97$ adalah 1,984. Maka diperoleh t_{hitung} sebesar 2,696 dan t_{tabel} sebesar 1,984 dengan taraf signifikansi 0,008, karena nilai t_{hitung} $2,696 > t_{tabel}$ 1,984 dan nilai signifikansinya $0,008 < 0,05$, maka H_0 ditolak, sehingga hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh secara signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan berkunjung dapat dibuktikan kebenarannya.

Berdasarkan uji hipotesis tersebut maka digunakan uji dua pihak secara parsial seperti dibawah ini:



Gambar 3
Kurva Uji Dua Pihak
Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Berkunjung

PEMBAHASAN

Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Berkunjung ke obyek wisata Panyaweyan Bukit Mercury Sayang Kaak

Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi dengan variabel lokasi terhadap keputusan berkunjung dimana lokasi memiliki keeratan hubungan yang tinggi serta berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Adapun signifikan disini adalah tingkat kenyamanan terhadap suatu data, dimana variabel lokasi dengan keputusan berkunjung yang didasarkan pada hasil uji secara parsial hasilnya variabel lokasi memiliki nilai signifikan yang tidak lebih besar dari nilai

alfa. Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_a diterima, Artinya lokasi wisata menjadi faktor pendorong peningkatan keputusan berkunjung obyek wisata, apabila lokasi wisata yang dimiliki tinggi maka keputusan berkunjung juga akan tinggi sehingga akan meningkatkan jumlah pengunjung di Obyek Wisata Panyaweyan Bukit Mercury Sayang Kaak Argapura-Majalengka.

Pengaruh Fasilitas Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung ke obyek wisata Panyaweyan Bukit Mercury Sayang Kaak

Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi dengan variabel fasilitas terhadap keputusan berkunjung dimana fasilitas memiliki keeratan hubungan yang tinggi serta berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Adapun signifikan disini adalah tingkat kenyamanan terhadap suatu data, dimana variabel fasilitas dengan keputusan berkunjung yang didasarkan pada hasil uji secara parsial hasilnya variabel fasilitas memiliki nilai signifikan yang tidak lebih besar dari nilai alfa. Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_a diterima, Artinya fasilitas wisata menjadi faktor pendorong peningkatan keputusan berkunjung obyek wisata, apabila fasilitas wisata yang dimiliki tinggi maka keputusan berkunjung juga akan tinggi sehingga akan meningkatkan jumlah pengunjung di Obyek Wisata Bukit Mercury Sayang Kaak Argapura-Majalengka.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Berkunjung ke Obyek wisata Panyaweyan Bukit Mercury Sayang Kaak

Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi dengan variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan berkunjung dimana kualitas pelayanan memiliki keeratan hubungan yang tinggi serta berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Adapun signifikan disini adalah tingkat kenyamanan terhadap suatu data,

dimana variabel kualitas pelayanan dengan keputusan berkunjung yang didasarkan pada hasil uji secara parsial hasilnya variabel kualitas pelayanan memiliki nilai signifikan yang tidak lebih besar dari nilai alfa. Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_a diterima Artinya kualitas pelayanan menjadi faktor pendorong peningkatan kualitas pelayanan terhadap keputusan berkunjung di Obyek Wisata Bukit Mercury Sayang Kaak Argapura-Majalengka, apabila kualitas pelayanan yang dimiliki tinggi maka keputusan berkunjung juga akan tinggi sehingga akan meningkatkan jumlah pengunjung di Obyek Wisata Panyaweyan Bukit Mercury Sayang Kaak Argapura-Majalengka

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian peneliti dapat menyampaikan beberapa kesimpulan yaitu sebagai berikut :

1. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Artinya semakin baik lokasi obyek wisata, maka akan semakin tinggi pula peningkatan keputusan berkunjung.
2. Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Artinya semakin baik fasilitas yang disediakan pengelola obyek wisata, maka akan semakin tinggi pula peningkatan keputusan berkunjung.
3. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Artinya semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh pengelola obyek wisata, maka akan semakin tinggi pula peningkatan keputusan berkunjung.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, peneliti memberikan saran yang diharapkan dapat

memberikan manfaat dan dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi pihak – pihak yang berkepentingan, yaitu:

1. Lokasi di Obyek Wisata Bukit Mercury Sayang Kaak Argapura-Majalengka termasuk kriteria baik. Untuk lebih memberikan kemudahan saat berkunjung, pengelola agar memberikan lebih banyak lagi petunjuk arah seperti pemasangan papan petunjuk jalan menuju obyek wisata agar memudahkan wisatawan dalam berkunjung.
2. Fasilitas di Obyek Wisata Bukit Mercury Sayang Kaak Argapura-Majalengka termasuk kriteria baik. Namun diperlukan lebih banyak fasilitas dilokasi wisata.
3. Perlunya dipertahankan dan lebih ditingkatkan lagi Kualitas pelayanan di Obyek Wisata Bukit Mercury Sayang Kaak ArgapuraMajalengka
4. Lebih meningkatkan lagi dari segi kenyamanan obyek wisata dengan cara memperhatikan kebersihan lingkungan obyek wisata, kualitas pelayanan yang lebih baik, fasilitas foto yang lebih kekinian agar pengunjung merasa nyaman dan betah untuk berlibur di Obyek Wisata Bukit Mercury Sayang Kaak Argapura-Majalengka.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari, 2003. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. CV. Alfabeta: Bandung.
- Charles Lamb, W. et. al. 2001. Pemasaran. Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat.
- Deliyanti Oentoro. 2012. Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: Lakbang PRESSindo.
- Engel, James F., Roger D. Blackwell dan Paul W. Miniard. 2001. Perilaku Konsumen. Terjemahan Budjianto. Edisi Kedelapan, Jilid I. Jakarta: Binarupa Aksara.

- Ibnu, Widiyanto. 2008. *Pointers: Metode Penelitian*. BP Undip. Semarang.
- Imam Ghozali. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*. Badan Penerbit- Universitas Diponegoro. Semarang.
- Iqbal Hasan. 2009. *Analisis Data Penelitian Statistik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kotler, Philip. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Alih Bahasa Maya Puspita Karimah. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Garry Armstrong. 2004. *Dasar-dasar Pemasaran*. Edisi Kesembilan Jilid 1, dibahasakan oleh Alexander Sindoro. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip & Garry Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi kedua. Jakarta: Salemba Empat.
- Retno Putri Anggraini, Liliek Nur Sulistyowati, Hari Purwanto. 2019. *Pengaruh Fasilitas, Harga Tiket dan Daya Tarik Terhadap Keputusan Berkunjung Di Obyek Wisata Talaga Ngebel*. SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis dn Akuntansi 1.
- Sarah Maryam Chandra, Maria V.J. Tielung. 2015 *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Hotel Baliem Pilamo di Wamena*. Jurnal EMBA Vol. 3 No. 3 Sept. 2015, Hal.959970.
- Sugiyono. 2015. *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta. Bandung.
- . 2016. *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta. Bandung.
- . 2016. *Metode Penelitian dan Pengembangan Research and Devlopment*. Bandung: CV. Alfabeta.
- . 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- . 2016. *Metode Penelitian dan Pengembangan Research and Devlopment*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sri, Hartini. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Konsumen untuk Menginap di Hotel Sakura Palangka Raya*. Al Ulum Ilmu Sosial dan Humanivora. Volume 3 Nomor 1. Hal. 404