



## Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Berkunjung pada Wisata Buana Alit Bengkulu Tengah

Sri Wahyuni<sup>1)</sup>; Ida Anggriani<sup>2)</sup>; Iswidana Utama Putra<sup>3)</sup>

<sup>1)</sup>Study Program of Management Faculty of Economic,  
Universitas Dehasen Bengkulu

<sup>2)</sup> Department of Management, Faculty of Economic, Universitas Dehasen Bengkulu

Email: <sup>1)</sup> [sriw76093@gmail.com](mailto:sriw76093@gmail.com) <sup>2)</sup> [ida.anggriani26@gmail.com](mailto:ida.anggriani26@gmail.com);

<sup>3)</sup> [iswie85@gmail.com](mailto:iswie85@gmail.com)

### How to Cite :

Wahyuni, S., Anggriani, I., Putra, I. U. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Berkunjung pada Wisata Buana Alit Bengkulu Tengah. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(S1). DOI: <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10iS1>

### ARTICLE HISTORY

Received [24 Februari 2022]

Revised [2 Maret 2022]

Accepted [30 Maret 2022]

### KEYWORDS

Location, Facilities,  
Image, Price, Service,  
And The Decision To Visit

This is an open access article  
under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



### ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Pada Wisata Buana Alit Bengkulu Tengah. Metode analisis yang digunakan yaitu regresi linier berganda, koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) dan uji hipotesis (uji t dan uji F) dengan bantuan program SPSS (statistical package for social science) versi 22. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 75 responden. Hasil regresi linier berganda diperoleh  $Y = 25,304 + 0,117X_1 + 0,061X_2 + 0,124X_3 + 0,056X_4 + 0,197X_5 + 2,729$ . Hasil regresi linier berganda tersebut dengan nilai konstanta regresi sebesar 25,304 artinya jika lokasi, fasilitas, citra, harga, pelayanan bernilai 0 (nol), maka keputusan untuk berkunjung ke Wisata Buana Alit Bengkulu Tengah nilainya sebesar 25,304. Dari hasil koefisien determinasi diperoleh nilai R sebesar 0,730 dan R Square (R<sup>2</sup>) diperoleh nilai sebesar 0,533 atau (53,3%). Hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang sangat kuat antara lokasi, fasilitas, citra, harga, pelayanan, terhadap keputusan berkunjung karena nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel (0,2273). Hasil uji t pada variabel lokasi (X<sub>1</sub>) diperoleh nilai signifikansi kurang dari 0,05 (0,029 < 0,05) maka dapat disimpulkan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung pada Wisata Buana Alit Bengkulu Tengah. Hasil uji t pada variabel Fasilitas (X<sub>2</sub>) diperoleh nilai signifikansi kurang dari 0,05 (0,049 < 0,05) maka dapat disimpulkan bahwa fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung pada Wisata Buana Alit Bengkulu Tengah. Hasil uji t pada variabel Citra (X<sub>3</sub>) diperoleh nilai signifikansi kurang dari 0,05 (0,002 < 0,05) maka dapat disimpulkan bahwa citra/image berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung pada Wisata Buana Alit Bengkulu Tengah. Hasil uji t pada variabel harga (X<sub>4</sub>) diperoleh nilai signifikansi kurang dari 0,05 (0,023 < 0,05) maka dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung pada Wisata Buana Alit Bengkulu Tengah. Hasil uji t pada variabel pelayanan (X<sub>5</sub>) diperoleh nilai signifikansi kurang dari 0,05 (0,000 < 0,05) maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung pada Wisata Buana Alit Bengkulu Tengah. Berdasarkan uji F diperoleh nilai signifikansi kurang dari 0,005 (0,000 < 0,05) maka disimpulkan bahwa secara simultan antara (lokasi, fasilitas, citra, harga, pelayanan) terdapat pengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung pada Wisata Buana Alit Bengkulu Tengah.

**ABSTRACT**

*The purpose of this study is to find out the factors that influence the decision to visit Buana Alit Tourism, Central Bengkulu. The analytical method used is multiple linear regression, coefficient of determination (R<sup>2</sup>) and hypothesis testing (t-test and F-test) with the help of SPSS program (statistical package for social science) version 22. The sample of this study amounted to 75 respondents. The results of multiple linear regression obtained  $Y = 25.304 + 0.117X_1 + 0.061X_2 + 0.124X_3 + 0.056X_4 + 0.197X_5 + 2.729$ . The results of the multiple linear regression with a regression constant value is 25.304, it means that if the location, facilities, image, price, service are 0 (zero), then the decision to visit Buana Alit Tourism Central Bengkulu the value is 25.304. From the coefficient of determination, the R value is 0.730 and R Square (R<sup>2</sup>) is 0.533 or (53.3%). This showed that there is a very strong relationship between location, facilities, image, price, service, and the decision to visit because the value of r count is greater than the value of r table (0.2273). The results of the t-test on the location variable (X<sub>1</sub>) obtained a significance value of less than 0.05 (0.029 < 0.05), it can be concluded that location has a significant effect on the decision to visit Buana Alit Tourism, Central Bengkulu. The results of the t-test on the Facility variable (X<sub>2</sub>) obtained a significance value of less than 0.05 (0.049 < 0.05), it can be concluded that the facility has a significant effect on the decision to visit Buana Alit Tourism, Central Bengkulu. The results of the t test on the Image variable (X<sub>3</sub>) obtained a significance value of less than 0.05 (0.002 < 0.05), it can be concluded that the image has a significant effect on the decision to visit Buana Alit Tourism, Central Bengkulu. The results of the t-test on the price variable (X<sub>4</sub>) obtained a significance value of less than 0.05 (0.023 < 0.05), it can be concluded that the price has a significant effect on the decision to visit Buana Alit Tourism, Central Bengkulu. The results of the t-test on the Service variable (X<sub>5</sub>) obtained a significance value of less than 0.05 (0.000 < 0.05), it can be concluded that service has a significant effect on the decision to visit Buana Alit Tourism, Central Bengkulu. Based on the F test, the significance value is less than 0.005 (0.000 < 0.05), it can be concluded that simultaneously (location, facilities, image, price, service) there is a significant influence on the decision to visit Buana Alit Tourism, Central Bengkulu.*

**PENDAHULUAN**

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang diandalkan pemerintah untuk memperoleh devisa dari penghasilan non migas. Peranan pariwisata dalam pembangunan nasional, di samping sebagai sumber perolehan devisa juga banyak memberikan sumbangan terhadap bidang-bidang lainnya seperti menciptakan dan memperluas lapangan usaha, meningkatkan pendapatan masyarakat dan pemerintah, mendorong pelestarian lingkungan hidup dan budaya bangsa, memperkokoh persatuan dan kesatuan bangsa dan lain sebagainya. Pariwisata baik jenis pariwisata domestik maupun pariwisata internasional di dalamnya mengandung berbagai aspek, yaitu aspek sosiologis, psikologis, hukum, ekonomi, ekologis, dan mungkin aspek lainnya. Peran pariwisata dalam pembangunan ekonomi dunia sehingga pariwisata sering dijuluki sebagai *passport to development*, maka tidak berlebihan bila hampir semua negara saat ini saling berkompetisi menjual keindahan alamnya, keunikan budayanya, dan keramah-tamahan penduduknya ke berbagai negara yang menjadi pasar potensialnya.

Perkembangan kepariwisataan Indonesia secara menyeluruh merupakan hasil kerja berbagai pihak, antara lain pemerintah, baik pusat maupun daerah, swasta dan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) maupun masyarakat. Salah satu kebijakan pemerintah Indonesia agar tempat tujuan wisata banyak diminati oleh wisatawan baik itu wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara, maka pemerintah membuat suatu kebijakan dalam dunia pariwisata melalui penerapan program sapta pesona. Sapta pesona merupakan tujuh unsur yang terkandung dalam setiap produk

pariwisata serta dipergunakan sebagai tolak ukur peningkatan dalam setiap produk pariwisata yang termasuk ke dalam tujuh unsur produk pariwisata itu adalah aman, tertib, bersih, indah, ramah dan kenangan. Rafi dkk, (2016:10) bahwa Sapta Pesona adalah suatu kondisi yang diwujudkan dalam rangka menarik minat wisatawan berkunjung ke suatu daerah atau wilayah tertentu di Negara Indonesia meliputi unsur-unsur diantaranya aman, tertib, bersih, sejuk, indah, ramah, dan kenangan.

Wisata Buana Alit merupakan salah satu objek wisata yang terletak di Bengkulu Tengah. Wisata Buana Alit ini merupakan salah satu objek wisata andalan Bengkulu Tengah yang menjadi tujuan utama bagi pengunjung di hari libur maupun hari biasa. Fasilitas yang tersedia di Wisata Buana Alit adalah berupa kolam renang dari anak-anak sampai dewasa. Tempat wahana bermain seperti seluncuran dan ayunan yang menarik minat anak-anak. Selain itu di Wisata Buana Alit juga terdapat beberapa kafe-kafe yang menyediakan makanan dan minuman yang siap disantap oleh para pengunjung.

Dunia pariwisata istilah objek wisata menjadi daya tarik bagi seseorang wisatawan untuk berkunjung kesuatu daerah tujuan wisata, bentuk kegiatan rekreasi dan pariwisata yang memanfaatkan potensi sumber daya alam sehingga memungkinkan wisatawan memperoleh kesegaran jasmani dan rohani, mendapatkan pengetahuan dan pengalaman serta menumbuhkan inspirasi dan cinta terhadap alam. Suwanto dalam Kurniawan, (2015:11) bahwa hakikatnya berpariwisata adalah suatu proses kepergian sementara dari seseorang atau menuju tempat lain di luar tempat tinggalnya. Dorongan kepergiannya adalah karena berbagai kepentingan, baik karena kepentingan ekonomi, sosial, kebudayaan, politik, agama, kesehatan maupun kepentingan lain seperti sekedar ingin tahu, menambah pengalaman ataupun untuk belajar. Maka bidang pariwisata sangat diminati oleh setiap kalangan untuk melakukan kegiatannya seperti liburan, rekreasi, serta menambah ilmu pengetahuan untuk setiap wisatawan yang berkunjung pada tempat tersebut.

Pariwisata didukung oleh semua komponen yang ada di dalamnya, oleh karena itu pengembangan sektor pariwisata perlu dilakukan untuk meningkatkan laju perekonomian daerah dan meningkatkan kesejahteraan warga. Setiap daerah berupaya untuk mengembangkan potensi daerahnya, salah satunya adalah Wisata Buana Alit di Bengkulu Tengah. Permasalahannya adalah bagaimana kawasan Wisata Buana Alit ini dapat dipertahankan keunikannya dan potensi serta ekosistemnya, bahkan diharapkan dalam menunjang Penghasilan Negara Bukan Pajak (PNBP) untuk lebih besar lagi kontribusinya. Ariyanto (2015:132) mengatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pengunjung antara lain yaitu lokasi, fasilitas, citra, harga dan pelayanan. Dari hal tersebut, maka upaya untuk mempertahankan bahkan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ada beberapa faktor yang mempengaruhinya yaitu kenyamanan, kualitas pelayanan dan harga.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Pada Wisata Buana Alit Bengkulu Tengah".

## LANDASAN TEORI

### Lokasi

Lokasi menurut Tjiptono (2015:345) lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen. Kemudian menurut Lupiyoadi (2016:92) bahwa lokasi adalah keputusan yang dibuat perusahaan atau instansi pendidikan berkaitan dengan di mana operasi dan stafnya akan ditempatkan.

Menurut Tjiptono dalam Kuswatiningsih (2016:15) indikator lokasi adalah sebagai berikut:

1. Akses ; lokasi yang sering dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi umum.

2. Visibilitas ; lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.
3. Tempat parkir ; adanya tempat parkir yang luas, nyaman, dan aman baik untuk kendaraan roda dua maupun roda empat.
4. Ekspansi ; tersedianya tempat yang cukup luas apabila ada perluasan dikemudian hari.
5. Lingkungan ; daerah sekitar yang mendukung produk yang ditawarkan, sebagai contoh restoran atau rumah makan, berdekatan dengan daerah pondokan, sekolah, perkantoran, dan sebagainya.

### **Fasilitas**

Tjiptono (2015:317) fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen. Daradjat (2012:230) Fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat mempermudah upaya dan memperlancar kerja dalam rangka mencapai suatu tujuan.

Menurut Tjiptono (2015:318) bahwa ada beberapa indikator yang perlu dipertimbangkan dalam menentukan fasilitas yakni:

1. Pertimbangan atau Perencanaan Spasial  
Aspek seperti proporsi, kenyamanan dan lain lain dipertimbangkan, dikombinasikan dan dikembangkan untuk memancing respon intelektual maupun emosional dari pemakai atau orang yang melihatnya.
2. Perencanaan Ruang  
Unsur ini mencakup interior dan arsitektur, seperti penempatan perabot dan perlengkapan dalam ruangan Kereta Api, desain dan aliran sirkulasi dan lain-lain.
3. Perlengkapan dan Perabot  
Perlengkapan dan perabot berfungsi sebagai sarana yang memberikan kenyamanan, sebagai pajangan atau sebagai infrastruktur pendukung bagi pengguna jasa.
4. Tata cahaya  
Yang perlu diperhatikan dalam tata cahaya adalah warna jenis dan sifat aktivitas yang dilakukan dalam ruangan serta suasana yang diinginkan.

### **Citra/Image**

Kotler dan Keller (2016:17) adalah persepsi konsumen tentang suatu merek sebagai refleksi dari asosiasi yang ada pada pikiran konsumen. Sciffman dan Kanuk (2016:136) bahwa ada beberapa faktor pembentuk citra merek, sebagai berikut:

1. Kualitas dan mutu
2. Dapat dipercaya atau diandalkan
3. Kegunaan atau manfaat
4. Pelayanan
5. Resiko

### **Harga**

Menurut Simamora (2016:30) harga adalah sejumlah nilai yang dipertukarkan untuk memperoleh suatu produk. Sedangkan menurut Suwarman (2014:303) harga adalah atribut produk atau jasa yang paling sering digunakan oleh sebagian besar konsumen untuk mengevaluasi produk.

Menurut Stanton (2015:308) indikator harga, terdiri dari:

1. Keterjangkauan harga
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
3. Kesesuaian harga dengan manfaat

### **Pelayanan**

Lupiyoadi (2016:216) mengatakan bahwa indikator pelayanan terdiri dari:

1. Berwujud (*tangible*)

Berwujud yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistennya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan dan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.

2. Keandalan (*Reliability*)

Keandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.

3. Ketanggapan (*responsiveness*)

Ketanggapan yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat pada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.

4. Jaminan (*assurances*)

Jaminan yaitu pengetahuan, kesopanan santunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan dan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.

5. Empati (*empathy*)

Empati yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan mereka.

### Keputusan Berkunjung

Keputusan berkunjung dalam penelitian ini adalah sebuah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Aprilia dkk, (2015:12) mengatakan bahwa keputusan berkunjung merupakan proses dimana seorang pengunjung melakukan penilaian dan memilih satu alternatif yang diperlukan berdasarkan pertimbangan tertentu. Kunjungan wisata adalah istilah yang sering digunakan untuk orang. Aprilia dkk (2015:14) juga menganalogikan keputusan berkunjung dengan keputusan pembelian. Keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, dan proses, sehingga membentuk suatu sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respon yang muncul tentang produk atau jasa apa yang akan dibeli, Buchari (2011:96).

Damanik, Weber (2015:105) mengatakan bahwa keputusan berkunjung diwakili oleh lima indikator yaitu :

1. *Destination Area* (Tempat tujuan)

*Destination Area* merupakan sub variabel dari yang terdiri dari beberapa indikator diantaranya :

- a. Kaitan atau hubungan antara tujuan para wisatawan dengan kebutuhan para pengunjung.
- b. Ketersediaan informasi terkait tujuan wisata wisatawan.

2. *Traveling Mode* (Tipe perjalanan)

*Traveling mode* merupakan sub variabel kedua dari *visiting decision*, adapun indikator dari *Traveling mode* diantaranya:

- a. Akses transportasi untuk sampai di tempat tujuan wisata
- b. Keberagaman alat-alat transportasi yang tersedia
- c. Kenyamanan dari alat-alat transportasi yang tersedia

2. *Time and Cost* (Waktu dan Biaya) Indikator dari *Time and Cost* diantaranya yaitu :

- a. Perjalanan wisata sesuai dengan waktu yang ditetapkan termasuk jam buka dan tutup dari pariwisata yang dituju.
- b. Perjalanan wisata tergantung pada biaya perjalanan.
- c. Perjalanan wisata tergantung pada waktu luang untuk melakukan perjalanan.

3. *Travel Agent* (Agen Perjalanan)

Indikator dari dimensi *Travel Agent* yaitu ketergantungan wisatawan terhadap travel agent ketika melakukan perjalanan wisata.

4. *Service Source* (Sumber Jasa)

Indikator dari dimensi *Service Source* yaitu keberagaman dari jenis pelayanan seperti pemandu wisata, pusat *souvenir*, dan sebagainya.

Ariyanto (2015:132) menyatakan ada lima faktor yang menentukan seseorang untuk membeli jasa atau mengunjungi objek wisata, yaitu:

- Lokasi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi seseorang lokasi yang benar-benar strategis dan tidak membutuhkan terlalu banyak waktu, tenaga dan biaya sehingga lokasi ini dapat mendukung yang lain.
- Fasilitas fungsinya adalah memenuhi kebutuhan wisatawan selama tinggal untuk sementara waktu di destinasi wisata yang dikunjungi. Sehingga apabila suatu destinasi memiliki fasilitas yang lengkap maka akan mempengaruhi konsumen untuk berkunjung.
- Citra/ *image* menggambarkan kepada seseorang terhadap suatu destinasi yang mengandung keyakinan, kesan dan persepsi. Citra yang terbentuk di pasar merupakan kombinasi antara berbagai faktor yang ada pada destinasi yang bersangkutan (seperti cuaca, pemandangan alam, keamanan, kesehatan dan sanitasi, keramah tamahan, dan lain-lain) dan informasi yang diterima oleh calon wisatawan dari berbagai sumber dipihak lain, atau fantasinya sendiri, walaupun tidak nyata, sangat penting di dalam mempengaruhi keputusan calon wisatawan.
- Harga/ tarif akan mempengaruhi seorang konsumen untuk mengambil keputusan dalam berkunjung ke suatu destinasi. Harga yang tinggi pada suatu daerah tujuan wisata akan memberikan imbas/timbal balik pada pengunjung begitu pula sebaliknya.
- Pelayanan yang diberikan pada saat memilih sampai terjadinya transaksi pembelian sangatlah berpengaruh terhadap jadi tidaknya pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Oleh karena itu, suatu destinasi akan memiliki banyak pengunjung apabila memberikan pelayanan yang terbaik bagi pengunjungnya

## METODE PENELITIAN

### Metode Analisis

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi dan uji hipotesis. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas yaitu: *Lokasi* ( $X_1$ ), Fasilitas ( $X_2$ ), Citra/Image ( $X_3$ ) Harga ( $X_4$ ), Pelayanan ( $X_5$ ), terhadap variabel terikatnya yaitu Keputusan berkunjung ( $Y$ ). Persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Dimana:

$Y$	=	Variabel Dependen (Keputusan Berkunjung)
$a$	=	Konstanta
$b_1, b_2, b_3, b_4, b_5$	=	Koefisien Regresi
$X_1$	=	Variabel Independen <i>Lokasi</i>
$X_2$	=	Variabel Independen Fasilitas
$X_3$	=	Variabel Independen Citra/image
$X_4$	=	Variabel Independen Harga
$X_5$	=	Variabel Independen Pelayanan
$e$	=	Standar Error

Untuk membuktikan apakah hipotesis penelitian diterima atau ditolak digunakan Uji t dan uji F. Uji t digunakan untuk dapat mengetahui apakah variabel bebas berpengaruh secara parsial (individu) terhadap variabel terikat. Dengan memperhatikan tingkat signifikansi yaitu 0,05. Apabila nilai signifikansi < 0,05 maka dapat diambil kesimpulan bahwa variabel bebas secara parsial berpengaruh signifikan. Uji F digunakan untuk dapat mengetahui apakah variabel bebas berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel terikat. Apabila nilai signifikansi < 0,05 maka dapat dinyatakan variabel bebas berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi dan uji hipotesis dengan uji t dan uji F dengan menggunakan bantuan program SPSS (*statistical package for social science*), hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 1. Hasil Pengujian Regresi Linear Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	25,304	2,729		9,272	,000
	Lokasi	,117	,053	,222	2,228	,029
	Fasilitas	,061	,030	,178	2,000	,049
	Citra	,124	,038	,285	3,227	,002
	Harga	,056	,024	,206	2,331	,023
	Pelayanan	,197	,051	,373	3,877	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

Sumber : Hasil Olah Data 2021

Berdasarkan tabel 1 di atas diperoleh model persamaan regresi linier berganda untuk Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan berkunjung pada wisata Buana Alit Bengkulu Tengah , yaitu:

$$Y = 25,304 + 0,117X_1 + 0,061X_2 + 0,124X_3 + 0,056X_4 + 0,197X_5 + 2,729.$$

Arti dari persamaan regresi ini adalah:

1. Setiap peningkatan satu satuan variabel lokasi, maka keputusan berkunjung juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,117 satuan.
2. Setiap peningkatan satu satuan variabel fasilitas, maka keputusan berkunjung juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,061 satuan.
3. Setiap peningkatan satu satuan variabel citra/image, maka keputusan berkunjung juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,124 satuan.
4. Setiap peningkatan satu satuan variabel harga, maka keputusan berkunjung juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,056 satuan.
5. Setiap peningkatan satu satuan variabel pelayanan, maka keputusan berkunjung, juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,197 satuan.

**Tabel.2 Hasil Uji Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,730 <sup>a</sup>	,533	,499	,841

a. Predictors: (Constant), X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, X<sub>3</sub>, X<sub>4</sub>, X<sub>5</sub>

Sumber : Hasil Olah Data, 2021.

Berdasarkan tabel diatas diperoleh angka R<sup>2</sup> (*R Square*) sebesar 0,533 atau 53,3% prosentase sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model ini mampu menjelaskan sebesar 53,3% variasi variabel dependen. Sedangkan sisanya sebesar 46,7 (100%-53,3%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

**Tabel 3. Hasil Uji Parsial (Uji t)**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	25,304	2,729		9,272	,000
Lokasi (X <sub>1</sub> )	,117	,053	,222	2,228	,029
Fasilitas (X <sub>2</sub> )	,061	,030	,178	2,000	,049
Citra (X <sub>3</sub> )	,124	,038	,285	3,227	,002
Harga (X <sub>4</sub> )	,056	,024	,206	2,331	,023
Pelayanan (X <sub>5</sub> )	,197	,051	,373	3,877	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

Sumber : Hasil Olah Data, 2021.

Berdasarkan tabel diatas, dapat diambil kesimpulan :

- Uji t pada variabel lokasi adalah sebagai berikut :  
Berdasarkan *output* diatas diperoleh nilai signifikansi pada variabel Lokasi (X<sub>1</sub>) kurang dari 0,05 (0,029<0,05), maka dapat disimpulkan bahwa lokasi (X<sub>1</sub>) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung (Y) ke Wisata Buana Alit Bengkulu Tengah.
- Uji t pada variabel Fasilitas adalah sebagai berikut:  
Berdasarkan *output* diatas diperoleh nilai signifikansi pada variabel Fasilitas (X<sub>2</sub>) kurang dari 0,05 (0,049<0,05), maka dapat disimpulkan bahwa Fasilitas (X<sub>2</sub>) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung (Y) ke Wisata Buana Alit Bengkulu Tengah.
- Uji t pada variabel Citra adalah sebagai berikut:  
Berdasarkan *output* diatas diperoleh nilai signifikansi pada variabel Citra (X<sub>3</sub>) kurang dari 0,05 (0,002<0,05) maka dapat disimpulkan bahwa Citra (X<sub>3</sub>) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung (Y) ke Wisata Buana Alit Bengkulu Tengah.
- Uji t pada variabel harga adalah sebagai berikut:  
Berdasarkan *output* diatas diperoleh nilai signifikansi pada variabel Harga (X<sub>4</sub>) kurang dari 0,05 (0,023<0,05) maka dapat disimpulkan bahwa Harga (X<sub>4</sub>) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung (Y) ke Wisata Buana Alit Bengkulu Tengah.
- Uji t pada variabel pelayanan adalah sebagai berikut:  
Berdasarkan *output* diatas diperoleh nilai signifikansi pada variabel pelayanan (X<sub>5</sub>) kurang dari 0,05 (0,000<0,05) maka dapat disimpulkan bahwa Pelayanan (X<sub>5</sub>) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung (Y) ke Wisata Buana Alit Bengkulu Tengah.

**Tabel 4. Hasil Uji Simultan (Uji F)**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	55,747	5	11,149	15,751	,000 <sup>b</sup>
Residual	48,840	69	,708		
Total	104,587	74			

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Fasilitas, Citra, Harga, Pelayanan

b. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

Sumber : Hasil Penelitian, 2021

Berdasarkan perbandingan nilai  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  maka nilai  $F_{hitung}$  lebih besar daripada nilai  $F_{tabel}$  yaitu  $15,751 > 2,22$  atau nilai signifikansi kurang dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ) artinya secara simultan terdapat pengaruh signifikan antara (lokasi, fasilitas, citra, harga, Pelayanan) terhadap keputusan berkunjung ke Wisata Buana Alit Bengkulu Tengah.

Berdasarkan hasil analisis faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan berkunjung Pada Wisata Buana Alit Bengkulu Tengah dengan menggunakan analisis regresi linier berganda, uji t, dan uji F sebagaimana dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

**Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Variabel Independen	Koefisien B	Nilai Sig. Uji F jika < 0,05	Nilai Sig. Uji t Jika < 0,05	Keterangan
Lokasi (X <sub>1</sub> )	,117		0,029	Signifikan
Fasilitas (X <sub>2</sub> )	,061		0,049	Signifikan
Citra (X <sub>3</sub> )	,124		0,002	Signifikan
Harga (X <sub>4</sub> )	,056		0,023	Signifikan
Pelayanan (X <sub>5</sub> )	,197		0,000	Signifikan
Uji F		0,000		Signifikan
Regresi Linier Berganda	Y = 25,304 + 0,117X <sub>1</sub> + 0,061X <sub>2</sub> + 0,124X <sub>3</sub> + 0,056X <sub>4</sub> + 0,197X <sub>5</sub> + 2,729			

Sumber: Hasil Penelitian, Data Diolah, 2021.

Dari tabel di atas, terlihat bahwa tingkat signifikansi dari variabel Lokasi (X<sub>1</sub>) kurang dari 0,05 (0,029<0,05) maka secara signifikan Lokasi (X<sub>1</sub>) memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung (Y) pada Wisata Buana Alit Bengkulu Tengah. Tingkat signifikansi dari variabel Fasilitas (X<sub>2</sub>) kurang dari 0,05 (0,049<0,05) maka secara signifikan fasilitas (X<sub>2</sub>) memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung (Y) pada Wisata Buana Alit Bengkulu Tengah. Tingkat signifikansi dari variabel citra (X<sub>3</sub>) kurang dari 0,05 (0,002<0,05) maka secara signifikan citra (X<sub>3</sub>) memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung (Y) pada Wisata Buana Alit Bengkulu Tengah. Tingkat signifikansi dari variabel harga (X<sub>4</sub>) kurang dari 0,05 (0,023<0,05) maka secara signifikan harga (X<sub>4</sub>) memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung (Y) pada Wisata Buana Alit Bengkulu Tengah. Tingkat signifikansi dari variabel pelayanan (X<sub>5</sub>) kurang dari 0,05 (0,000<0,05) maka secara signifikan pelayanan (X<sub>5</sub>) memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung (Y) pada Wisata Buana Alit Bengkulu Tengah. Hasil uji secara simultan diperoleh nilai Sig < 0,05 (0,000<0,05) maka terdapat pengaruh secara signifikan antara variabel independen dan variabel dependen.

Dari hasil keputusan berkunjung di Wisata Buana Alit Bengkulu Tengah dikarenakan beberapa faktor:

1. Lokasi (X<sub>1</sub>) memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung (Y), hal ini disebabkan oleh Lokasi Wisata Buana Alit sangat mudah dijangkau dan Lokasi Wisata Buana Alit tidak jauh dari pusat kota Bengkulu. Lokasi Wisata Buana Alit dapat ditemukan dengan mudah. Wisata Buana Alit menyediakan lahan parkir yang luas dan Lokasi parkir Wisata Buana Alit aman karena adanya tukang parkir. Lokasi Wisata Buana Alit sangat luas untuk menambah kolam renang. Tersedianya kolam renang dengan berbagai ukuran mulai dari anak-anak sampai dewasa. Lingkungan Wisata Buana Alit aman karena terletak di lingkungan pemukiman warga dan Lingkungan Wisata Buana Alit sejuk dan nyaman karena banyak pepohonan.
2. Fasilitas (X<sub>2</sub>) memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung (Y), hal ini dikarenakan Wahana Wisata Buana Alit memiliki fasilitas wisata yang memadai dan design kolam renang di Wisata Buana Alit menarik, fasilitas seperti area bermain anak-anak dan antraksi air sangat menarik dan banyak jumlahnya, kolam renang yang tersedia cocok buat anak-anak, pengunjung yang ingin menikmati fasilitas bermain anak dan antraksi air terjaga keamanannya oleh pengelola, tempat parkir luas, pengaturan cahaya matahari yang masuk ke kolam renang sangat baik, penerangan yang disediakan sangat memadai.
3. Citra/Image (X<sub>3</sub>) memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung (Y), hal ini dikarenakan Wisata Buana Alit mempunyai keragaman fasilitas yang banyak diminati wisatawan, Kolam renang yang tersedia lengkap dari anak-anak sampai dewasa, Wisata Buana Alit banyak dikunjungi oleh pengunjung karena memberikan suasana yang nyaman untuk berkumpul

- dengan keluarga, Wisata Buana Alit memberikan pelayanan yang baik dan ramah kepada pengunjung, harga tiket terjangkau, harga makanan di cafe yang ada di wisata buana alit juga terjangkau, wisata buana alit sudah dikenal oleh masyarakat sebagai tempat wisata yang aman dan nyaman, wisata buana alit memberikan pelayanan yang baik dan ramah kepada pengunjung.
4. Harga ( $X_4$ ) memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung ( $Y$ ), hal ini dikarenakan Harga tiket Wisata Buana Alit Bengkulu Tengah terjangkau, tarif wisata buana alit Bengkulu tengah sudah sesuai dengan fasilitas yang diberikan, proses pembayaran saat masuk ke wisata buana alit Bengkulu tengah mudah, karyawan memberikan pelayanan yang cepat saat proses pembayaran, wisata buana alit Bengkulu tengah memberikan potongan harga untuk pengunjung yang datang secara berkelompok lebih dari 10 orang, memberikan minuman gratis kepada pengunjung yang memesan makanan.
  5. Pelayanan ( $X_5$ ) memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung ( $Y$ ), hal ini dikarenakan Sarana dan prasarana yang ada di Wisata Buana Alit Bengkulu Tengah lengkap dan sesuai dengan harapan, Wisata Buana Alit Bengkulu Tengah menyediakan lokasi *home stay*, Karyawan pada wisata buana alit Bengkulu tengah cepat dalam melayani pengunjung, prosedur pembelian tiket masuk cepat, karyawan wisata buana alit Bengkulu tengah cepat tanggap dalam melayani pengunjung, adanya asuransi untuk pengunjung, adanya asuransi untuk pengunjung, pihak wisata buana alit Bengkulu tengah menjamin keamanan pengunjung yang datang, wisata buana alit Bengkulu tengah memberikan pelayanan gratis karaoke, Wisata Buana Alit Bengkulu Tengah tidak membedakan status sosial dari para pengunjung.

Teori terkait keputusan berkunjung dianalogikan sama dengan keputusan pembelian. Suwarduki dkk (2016:15) yang mengasumsikan teori keputusan pembelian sama dengan keputusan berkunjung. Aprilia dkk (2015:14) juga menganalogikan keputusan berkunjung dengan keputusan pembelian. Keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, dan proses, sehingga membentuk suatu sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respon yang muncul tentang produk atau jasa apa yang akan dibeli, Buchari (2011:96).

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Ariyanto (2015) terdapat lima faktor yang dapat menentukan seseorang untuk membeli jasa atau mengunjungi objek wisata, yaitu lokasi, fasilitas, citra/ *image*, harga/ tarif, pelayanan. Sementara Pratama (2019) terdapat dua faktor yang mempengaruhi keputusan wisatawan berkunjung ke Bali Zoo di Singapadu, Gianyar. Faktor kebersihan tempat (kelengkapan fasilitas, lokasi, desain tempat, sarana transportasi, kesopanan karyawan, kelompok referensi serta keluarga) dan faktor pekerjaan (pekerjaan, keramahan karyawan, potongan harga serta pendapatan).

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada Wisata Buana Alit Bengkulu Tengah Bengkulu, bahwa wisata tersebut adalah salah satu objek wisata andalan Bengkulu Tengah yang menjadi tujuan utama bagi pengunjung di hari libur maupun hari biasa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan berkunjung ke Buana Alit Bengkulu Tengah Bengkulu, sehingga dapat disimpulkan bahwa:

1. Hasil regresi linier berganda diperoleh  $Y = 25,304 + 0,117X_1 + 0,061X_2 + 0,124X_3 + 0,056X_4 + 0,197X_5 + 2,729$ . Hasil regresi linier berganda tersebut dengan nilai konstanta regresi sebesar 25,304 artinya jika lokasi, fasilitas, citra, harga, pelayanan bernilai 0 (nol), maka keputusan untuk berkunjung ke Wisata Buana Alit Bengkulu Tengah nilainya sebesar 25,304.
2. Dari hasil koefisien determinasi diperoleh nilai R sebesar 0,730 dan  $R^2$  diperoleh nilai sebesar 0,533 atau (53,3%). Hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang sangat kuat antara lokasi, fasilitas, citra, harga, pelayanan, terhadap keputusan berkunjung karena nilai r

hitung lebih besar dari nilai  $r$  tabel (0,2273).

3. Dari hasil uji  $t$  diperoleh :
  - a. Hasil uji  $t$  pada variabel lokasi ( $X_1$ ) diperoleh nilai signifikansi kurang dari 0,05 ( $0,029 < 0,05$ ) maka dapat disimpulkan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung pada Wisata Buana Alit Bengkulu Tengah.
  - b. Hasil uji  $t$  pada variabel Fasilitas ( $X_2$ ) diperoleh nilai signifikansi kurang dari 0,05 ( $0,049 < 0,05$ ) maka dapat disimpulkan bahwa fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung pada Wisata Buana Alit Bengkulu Tengah.
  - c. Hasil uji  $t$  pada variabel Citra ( $X_3$ ) diperoleh nilai signifikansi kurang dari 0,05 ( $0,002 < 0,05$ ) maka dapat disimpulkan bahwa citra/*image* berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung pada Wisata Buana Alit Bengkulu Tengah.
  - d. Hasil uji  $t$  pada variabel harga ( $X_4$ ) diperoleh nilai signifikansi kurang dari 0,05 ( $0,023 < 0,05$ ) maka dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung pada Wisata Buana Alit Bengkulu Tengah.
  - e. Hasil uji  $t$  pada variabel Pelayanan ( $X_5$ ) diperoleh nilai signifikansi kurang dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ) maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung pada Wisata Buana Alit Bengkulu Tengah.
4. Berdasarkan uji  $F$  diperoleh nilai signifikansi kurang dari 0,005 ( $0,000 < 0,05$ ) maka disimpulkan bahwa secara simultan antara (lokasi, fasilitas, citra, harga, pelayanan) terdapat pengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung pada Wisata Buana Alit Bengkulu Tengah.

### Saran

Setelah penulis mengadakan perhitungan dan menganalisis masalah pada Wisata Buana Alit Bengkulu Tengah, maka penulis mengajukan saran yang dapat dijadikan sebagai pertimbangan, antara lain:

1. Dalam mempengaruhi calon wisatawan yang ingin berkunjung ke objek wisata di Bengkulu khususnya ke objek Wisata Buana Alit Bengkulu Tengah, pihak pengelola wisata hendaknya memperhatikan faktor lain selain lokasi, fasilitas, citra, harga, pelayanan. Misalnya gencar melakukan promosi melalui media sosial seperti promosi pada akun *instagram*, *facebook*, dan lain sebagainya.
2. Bagi Pemerintah Daerah Bengkulu Tengah agar fasilitas prasarana jalan untuk transportasi ke objek Buana Alit Bengkulu Tengah ini dapat ditingkatkan, dan pengutipan retribusi yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah langsung kepada wisatawan ditiadakan, karena mengurangi kenyamanan wisatawan.
3. Bagi peneliti lain diharapkan mencari variabel lain, seperti promosi keluar daerah, sehingga dapat mempengaruhi keputusan berkunjung ke objek Buana Alit Bengkulu Tengah

### DAFTAR PUSTAKA

- Aprilia A, Jacob S. L. H. V. dkk. 2015. "Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Citra Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Chitato Chips pada Mahasiswa FEB UNSRAT". Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajem Universitas Sam Ratulangi Manado. Jurnal EMBA, Volume. 6 Nomer. 2, April 2015.
- Ariyanto. 2015. *Ekonomi Pariwisata*. Jakarta: Penerbit Rineka Cipta.
- Buchari Alma. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa Cetakan Kesembelian*. Bandung: Alfabeth
- Damanik, Janianton dan Weber, Helmut F. 2015. *Perencanaan Ekowisata*. Yogyakarta : PUSBAR UGM & ANDI YOGYAKARTA
- Karyono, Tri Harso, 2016. *Wujud Kota Tropis Di Indonesia: Suatu Pendekatan Iklim Lingkungan Dan Energi*, Universitas Tanri Abeng.

- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen, 15th Edition*. Pearson Education, Inc.
- Lupiyoadi. 2016. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat.
- Pratama, I Gede Surya. 2019. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Wisatawan Berkunjung ke Bali Zoo di Singapadu, Gianyar". *Warmadewa Management and Business Journal (WMBJ)* Volume 1, Nomor 1, Februari 2019; pp. 45-54 ISSN Print: 2654-816X and ISSN Online: 2654-8151
- Rafi, Zeranita., Kasmita., & Waryono. 2016. "Penerapan Sapta Pesona Di Objek Wisata Benteng Fort De Kock Bukittinggi". *Jurnal Ekonomi dan Pariwisata*, 10, 1- 15.
- Saputra, Rizky Hadi. 2018. "Analisis faktor-faktor yang memengaruhi keputusan berkunjung wisatawan di Ekowisata Mangrove Pasarbanggi Kabupaten Rembang". [ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/](http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/).
- Schiffman, Kanuk. 2016. *Perilaku Konsumen, ed. 7*. Alih Bahasa: Zulkifli, Jakarta: PT. Indeks.
- Simamora, Hendry. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Stanton, William J. 2015. *Prinsip pemasaran, alih bahasa : Yohanes Lamarto*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Suwantoro, G. 2015. *Dasar-dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Suwarman, Ujang. 2014. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Sunarto dan Riduwan. 2013. *Dasar-dasar statistika*. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*. Edisi 4. Jakarta: Andi.
- Octavia, Vanny, M.Liga .2015. *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Alfabeta.