

Pengaruh Fasilitas Wisata dan Promosi terhadap Kepuasan Kunjungan Wisatawan Pada Obyek Wisata Waterpark Lumajang

Holin Indra Ari Wibowo¹, Ninik Lukiana², Noer Aisyah Barlian³

STIE Widya Gama Lumajang¹²³

Email : holinindraariwibowo@gmail.com

Email : ibundaninik@gmail.com

Email : berlian.0302@gmail.com

INFO ARTIKEL

Volume 2

Nomor 1

Bulan September

Tahun 2019

Halaman 38-41

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk pengaruh fasilitas wisata secara parsial signifikan terhadap keputusan kunjungan wisata waterpark. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui promosi secara parsial signifikan terhadap keputusan kunjungan wisata waterpark. Penelitian ini bertujuan Untuk mengetahui pengaruh fasilitas wisata dan kualitas Promosi secara simultan signifikan terhadap keputusan kunjungan wisata waterpark di Lumajang. Penelitian ini melakukan pengujian terhadap hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh fasilitas wisata dan promosi terhadap keputusan kunjungan waterpark. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi linier berganda. Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan tidak terdapat pengaruh variabel fasilitas wisata terhadap keputusan kunjungan waterpark. Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan tidak terdapat pengaruh variabel Promosi terhadap keputusan kunjungan waterpark. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan pengaruh variabel fasilitas wisata dan promosi secara simultan terhadap keputusan kunjungan. Dengan koefisien determinasi menunjukkan bahwa sebesar 7,3% keputusan kunjungan waterpark dapat dijelaskan oleh variabel independen fasilitas wisata dan promosi, sedangkan 92,7% keputusan kunjungan waterpark dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian pengaruh fasilitas wisata dan promosi terhadap keputusan kunjungan wisata waterpark.

Kata Kunci : Fasilitas Wisata, Promosi, Keputusan kunjungan

ABSTRACT

This study aims to influence the tourism facilities partially significantly on the decisions of waterpark tourism visits. This study aims to find out the promotion is partially significant towards the decision of waterpark tourism visits. This study aims to determine the effect of tourism facilities and the quality of promotion simultaneously significantly on the decision to visit tourist waterpark in Lumajang. This study examines the hypothesis which states that there are influences of tourist facilities and promotions on decisions of waterpark visits. The research method used in this study is a multiple linear regression analysis method. The results of the first hypothesis testing show that there is no variable effect of tourist facilities on the decision of a waterpark visit. The result of testing the second hypothesis shows that there is no effect of the Promotion variable on the decision of the waterpark visit. The results of testing hypotheses show the effect of tourism facilities variables and simultaneous promotions on visit decisions. The coefficient of determination shows that 7.3% of the decisions of waterpark visits can be explained by independent variables of tourism and promotion facilities, while 92.7% of decisions on waterpark visits are influenced by other variables which are not examined in the study of the influence of tourist facilities and promotion of decisions waterpark tourist visit.

Keywords: *Tourism Facilities, Promotion, Visit Decision*

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi ini, sektor pariwisata merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia terutama menyangkut kegiatan sosial dan ekonomi, hal ini telah diakui oleh seluruh masyarakat di belahan dunia. Kegiatan pariwisata yang berawal dari aktifitas beberapa kelompok saja di beberapa negara maju pada akhirnya menjadi kebutuhan dari semua orang dan berkembang di seluruh negara di dunia. Secara perlahan dampak positif pada peningkatan perekonomian dapat dirasakan oleh semua pihak bahkan pada akhirnya pariwisata turut membantu mempercepat pemulihan ekonomi nasional dan memulihkan citra Indonesia di dunia internasional, hal ini tampak jelas terutama setelah beberapa pariwisata terkait teorisme berkembang di Indonesia serta pasca krisis ekonomi yang meresahkan pemerintah, dunia usaha, masyarakat luas.

Provinsi Jawa Timur dengan luas wilayah + 47.156 km² memiliki potensi kekayaan alam dan budaya yang beraneka ragam terbesar di 38 kabuapten/kota. Jumlah daya tarik wisata alam yang terdata sebanyak 264, daya tarik wisata budaya 307 serta daya tarik buatan manusia/minat khusus sebanyak 192. Jawa Timur di kenal memiliki keindahan alam yang didukung oleh keanekaragaman flora dan fauna serta cuaca yang cerah hampir sepanjang tahun. Mengingat keindahan alam merupakan salah satu aset daya tarik penting bagi pariwisata Jawa Timur, maka unsur – unsur keindahan alam yang perlu mendapatkan perhatian adalah kelestarian hutan dengan ekosistemnya, danau serta sungai dan jeramnya. Analisis Pasar (2011:1)

Lumajang merupakan salah satu Kabupaten yang berada dalam lingkup Provinsi Jawa Timur. Keindahan alam dan obyek daya tarik wisatanya tidak kalah menarik dengan Kabupten disekitarnya. Jumlah wisatawan yang berkunjung ke obyek wisata di Kabupaten Lumajang cukup besar, hal ini dapat dilihat dari data kunjungan 3 tahun terakhir yaitu dari tahun 2016 – 2018.

Walukow, Mananeke, & Sepang, (2014) dengan judul “ Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Bentean Center Sonder Minahasa”. Metodologi ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen di bentenan center Sonden Minakhasa. Hasil penelitian yang di gunakan asosiatif dengan tehnik analisis regresi linier berganda. Populasi penelitian adalah pengguna kain di bentenan center. Jumlah sampel sebanyak 90 responden.

Diposumarto, Purwanto, & Ramdan, (2015) dengan judul “Analisis Gambar dan Promosi Wisata Melalui Media Sosial Menuju Keputusan Pembelian Produk Pariwisata Bali Analisis Gambar dan Promosi Wisata Melalui Media Sosial Menuju Keputusan Pembelian Produk Pariwisata Bali untuk Produk Pariwisata Bali oleh Wisatawan Mancanegara” Metodologi ini menggunakan Structural Equation Modeling (SEM). Hasil penelitian ini adalah Gambar dan promosi tujuan wisata Melalui media sosial secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

H.M. Hermansyur Bunga Aditi (2017), dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk , Citra Merek ,Harga, Dan Promosi, Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Honda Di Kota Medan. Hasil penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh: 1. Kualitas produk terhadap keputusan pembelian mobil merek Honda di kota Medan 2. Citra Merek terhadap keputusan pembelian mobil merek Honda di kota Medan 3. Harga terhadap keputusan pembelian mobil merek Honda di kota Medan 4. Promosi terhadap keputusan pembelian mobil merek Honda di kota Medan 5. Kualitas produk, citra merek ,harga dan promosi, secara bersama terhadap keputusan pembelian mobil merek Honda di kota Medan.

Yusuf, (2016) dengan judul “Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas, dan Fasilitas Terhadap Citra Objek Wisata Danau Tolire Besar di Kota Terante”. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif dan verifikatif data yang digunakan adalah data primer dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 pengunjung yang pernah berkunjung di Danau Tolire Besar, dengan menggunakan teknik penarikan sampel aksidental, analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi atraksi, aksesibilitas, fasilitas dan citra objek wisata Danau Tolire Besar dalam kategori baik, dan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa atraksi, aksesibilitas dan fasilitas dapat berpengaruh signifikan terhadap objek wisata Tolire Besar.

Wulandari, (2017) dengan judul “Pengaruh Fasilitas, Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Wisatawan”. Metodologi penelitian, populasi dalam penelitian ini adalah para pengunjung tempat wisata Kenjeran Park Surabaya. Sedangkan jumlah sampel yang di tetapkan sebanyak 100 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan pertimbangan tertentu. Tingkat koefisien determinasi (R) antara variabel fasilitas, pelayanan, dan harga terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung di Kenjeran Park Surabaya memiliki hubungan yang cukup erat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengujian hipotesis antara variabel fasilitas, pelayanan, dan harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di Kenjeran Park

Surabaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin baik fasilitas, pelayanan, dan harga yang di berikan oleh pihak pengelola tempat wisata akan meningkatkan kepuasan pelanggan yang berkunjung di Kenjeran Park Surabaya.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan mencari hubungan *assosiatif* yang bersifat *kausal*. Sugiyono (2016:36) menyatakan bahwa “bahwa penelitian *assosiatif* adalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Hubungan kasual adalah hubungan yang bersifat sebab akibat. Jadi dalam penelitian ini ada variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan dependen (dipengaruhi)”. Sugiyono, (2015:119). “Populasi adalah merupakan keseluruhan objek atau subyek yang berada pas suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan ruang lingkup yang akan diteliti”. Populasi adalah suatu kelompok dari elemen penelitian, dimana elemen adalah unit kecil yang merupakan sumber dari data yang diperlukan” (Kuncoro, 2013:123). Peneliti ini tempat atau lokasi yang dipilih adalah Wisata Waterpark Lumajang. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut” (Sugiyono, 2015:149).

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampel random sederhana (*simplerandom sampling*) adalah desain yang paling sederhana dan mudah, prinsip pemilihan sampel ini adalah setiap elemen dalam populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih” (Kuncoro,2013:127).

Metode penentuan ukuran sampel yang digunakan adalah metode yang dikembangkan oleh Roscoe dalam bukunya *For Business* (1982:253) seperti yang dikutip dalam (Sugiyono, 2015:164). “Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuesioner”, (Sugiyono,2015:196). “Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses–proses pengamatan dan ingatan. Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila, penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar” (Sugiyono, 2015:235). “Pengumpulan data dengan menggunakan dokumen-dokumen, buku atau arsip yang ada di perusahaan yang telah dipublikasikan dan dikaitkan dengan penelitian” Sugiyono (2016:147). Teknik dan langkah analisa data, meliputi : teknik analisis data menggunakan statistik yang sudah tersedia. Misalnya akan menguji hipotesis hubungan antar dua variabel, bila datanya ordinal maka statistik yang digunakan adalah kolerasi Sperman Rank, sedang bila datanya interval atau ratio digunakan Kolerasi Pears dalam penelitian kuantitatif, teknik analisis data yang digunakan sudah jelas, yaitu diarahkan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan. (Sugiyono, 2015:400).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Pernyataan	Product Moment	Cronbach's Alpha
	1	0,867	
	2	0,759	
	1	0,603	
	2	0,449	
Promosi	3	0,701	0.716
	4	0,645	
	1	0,772	
	2	0,612	
Keputusan Kunjungan	3	0,841	0,796
	4	0,736	

Sumber data : Hasil Pengelolaan Data Kuesioner dengan SPSS, 2019

Dari hasil perhitungan koefisien korelasi, seluruhnya mempunyai r_{hitung} yang lebih besar dari $r_{minimal}$ (0,3). Dengan demikian bahwa seluruh butir pernyataan dinyatakan valid. Kesimpulannya seluruh butir pernyataan yang ada pada instrumen penelitian dapat dinyatakan layak sebagai instrumen penelitian karena dapat menggali data atau informasi yang diperlukan. Dari hasil pengujian reliabilitas untuk variabel keputusan berkunjung (Y) diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* untuk koefisien keputusan kunjungan sebesar 0,796. Menurut pendapat Yohanes Antón Nugroho (2011:33), koefisien sebesar 0,796 masuk dalam kriteria reliabel. Jadi dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang digunakan untuk mengukur variabel keputusan kunjungan ini merupakan kuesioner yang cukup handal karena dapat memberikan hasil yang tidak berbeda jika dilakukan pengukuran kembali terhadap subjek yang sama pada waktu yang berlainan.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Fasilitas Wisata dan promosi terhadap keputusan kunjungan wisatawan *Waterpark* baik secara parsial maupun simultan dengan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Mulai dari perumusan masalah, tujuan masalah dan hipotesis penelitian serta pembahasan hasil penelitian yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya dapat ditarik beberapa kesimpulan dari penelitian sebagai berikut :

Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan tidak terdapat pengaruh variabel Fasilitas Wisata terhadap keputusan kunjungan wisatawan *Waterpark*

Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan tidak terdapat pengaruh variabel Promosi terhadap keputusan kunjungan wisatawan *Waterpark*

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan adanya pengaruh variabel Fasilitas Wisata dan Promosi secara simultan terhadap keputusan kunjungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anpas Jatim. (2011). *Analisis Pasar Jawa Timur 2011*. Jawa Timur.
- Dinas Pariwisata Lumajang. (2018). Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Lumajang 2018. Lumajang: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Lumajang.
- Diposumarto, N. S., Purwanto, W., & Ramdan, I. (2015). Analysis of Tourism Destination Image and Promotion through Social Media Towards Purchasing Decision for Bali Tourism Product by Foreign Tourist. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 6(5), 175–182. <https://doi.org/10.5901/mjss.2015.v6n5s5p175>
- Hanif, A. (2016). Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan (Studi pada Wisatawan Nusantara yang Berkunjung ke Kota Batu), 38(1), 44–52.
- Hermansyur, H. ., & Aditi, B. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Citra Merek Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Honda Di Kota Medan. *Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen*, *Issn: 2407-2648*, 3(1), 32–43.
- Jeffrey F.T. Bailia, A. S. S. & S. S. R. L. (2016). Pengaruh lokasi, promosi dan harga terhadap kepuasan konsumen di wisata bahari lamongan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, *ISSN: 2461-0593*, 5(12), 1–17.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Manullang, M., & Hutabarat, E. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Indomedia Pustaka.
- Prameswari, P. I., Nawangsih, & Sulistyan, R. B. (2018). Identifikasi Preferensi Pengunjung Terhadap Destinasi Wisata. *Progress Conference*, 1(1), 138-145.
- Rajesh, R. (2013). Impact of Tourist Perceptions, Destination Image and Tourist Satisfaction on Destination Loyalty: A Conceptual Model. *Www.Pasosonline.Org*, 11, 67–78. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2013.11.039>
- Seyidov, J., & Adomaitienė, R. (2016). Factors Influencing Local Tourists' Decision-Making on Choosing a Destination: a Case of Azerbaijan. *Ekonomika*, 95(3), 112–127. <https://doi.org/10.15388/ekon.2016.3.10332>
- Sumber Penelitian Terdahulu. (n.d.). Penelitian Terdahulu.
- Suryadana, M. L., & Octavia, V. (2015). *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2016). *Service Quality dan Satisfaction*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Utama, I. G. B. R. (2017). *Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Walukow, A. L. P., Mananeke, L., & Sepang, J. (2014). Pengaruh kualitas produk, harga, promosi, dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen di bentenan center sonder minahasa. *Jurnal EMBA*, 2(3), 1–2.
- Widarjono, A. (2015). *Analisis Multiviral Terapan Dengan Program SPSS, AMOS dan SMARTPLS*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.