

Analisis Dampak Citra Destinasi, Pengalaman Wisatawan dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali pada Wisata Kebun Teh Kertowono Kecamatan Gucialit Lumajang

Verlina Zulfa Ramadhanti¹, Musringah², Riza Bahtiar Sulistyan³

STIE Widya Gama Lumajang^{1 2 3}

Email: verlinazulfaramadhanti0@gmail.com¹

Email: rizabahtiars@gmail.com³

INFO ARTIKEL

Volume 2

Nomor 1

Bulan September

Tahun 2019

Halaman 85-88

ABSTRAK

Kebun Kertowono dibuka pada tahun 1875 oleh Perusahaan Perkebunan N.V TICDEMAN VAN KERCHEN (TVK) dengan tanaman Kina. Pada tahun 1910 Kebun Kertowono mulai di tanami teh beserta pembibitan sebagai satu upaya diversifikasi usaha komoditi perkebunan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Analisis Dampak Citra Destinasi, Pengalaman Wisatawan dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali Pada Wisata Kebun Teh Kertowono Kecamatan Gucialit Lumajang. Obyek wisata pada penelitian ini berada di desa Gucialit Kabupaten Lumajang dengan jumlah responden 80 pengunjung. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *simple random sampling*. Dengan metode analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra destinasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung kembali, sedangkan pengalaman wisatawan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung kembali dan daya tarik wisata berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung kembali pada Wisata Kebun Teh Kertowono Kecamatan Gucialit Kabupaten Lumajang. Hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa sebesar 88.8% keputusan berkunjung kembali dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu citra destinasi, pengalaman wisatawan dan daya tarik wisata. Sedangkan sisanya yaitu 11.2% keputusan berkunjung kembali dipengaruhi oleh variabel seperti Word of Mouth (WOM) atau rekomendasi dari mulut ke mulut dan variabel harga atau tarif, serta variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Citra Destinasi, Pengalaman Wisatawan, Daya Tarik Wisata dan Keputusan Berkunjung Kembali

ABSTRACT

Kertowono Gardens opened in 1875 by Plantation Company NV VAN TICDEMAN KERCHEN (TVK) with Kina plant. In 1910 Gardens planted tea Kertowono began as an effort along diversifikasi nursery plantation commodities business. This study aims to determine the impact of Imagery Analysis Destinations, Experience Travelers and attractions Decision Against Been Back On Tea Gardens Kertowono Travel Gucialit Subdistrict Lumajang. Tourism in this study were in the village Gucialit Lumajang with the number of respondents 80 visitors. The sampling technique in this study is simple random sampling. With the method of multiple linear regression analysis.

These results indicate that the destination image significantly influence the decision to come back, while the traveler experience no significant effect on the decision to come back and attractions significant effect on the decision to come back to the Tea Gardens Kertowono Travel Gucialit Subdistrict

Lumajang. The coefficient of determination of 88.8% indicates that the decision to come back can be explained by the independent variable is the image of the destination, travelers experience and attractions. While the remaining 11.2% return decision been influenced by variables such as Word of Mouth (WOM) or a recommendation by word of mouth and variable prices or rates, and other variables not examined in this study.

Keywords : *Image Destinations, Experience Tourists, Tourist Attractions and Decisions viewed Back*

PENDAHULUAN

Pariwisata adalah salah satu mesin penggerak perekonomian dunia yang menjadi peran serta dalam kemakmuran sebuah Negara. Perkembangan pariwisata mampu menggairahkan aktivitas bisnis untuk menghasilkan manfaat baik sosial, budaya, maupun ekonomi yang sangat penting bagi suatu Negara. Bertambahnya jumlah kedatangan wisatawan dari periode ke periode merupakan salah satu wujud keberhasilan sebuah pariwisata. Pertambahan jumlah wisatawan dapat terpenuhi jika wisatawan yang telah berkunjung merasa puas terhadap destinasi yang ditawarkan oleh para pengelolahnya.

Wisatawan akan menjadi loyal untuk mengulang liburannya di masa yang akan datang jika mereka merasa puas, sehingga memungkinkan mereka merekomendasikan kepada teman-temannya atau kerabatnya untuk berlibur ke tempat yang sama (Utama & Junaedi, 2018:1).

Citra destinasi yaitu kumpulan dari sejumlah keyakinan, ide dan kesan bahwa orang merasa memiliki destinasi tersebut tersebut (Ali Hasan, 2015:139 dalam Abdillah, 2017:3).

Destination image terdiri atas tiga indikator yakni *affective, cognitive, dan unique* (Hailin Qu et al, 2010:6 dalam Rizki & Pangestuti, 2017:159). *Experience* yang berarti sebuah pengalaman. Kamus bahasa Inggris *Webster* mendefinisikan *experience* sebagai sesuatu dalam hidup yang ditemui, dialami, atau dilalui, serta berarti melibatkan indera dan menciptakan kenangan yang tahan lama. Daya tarik wisata sangat mempengaruhi pemilihan daerah tujuan wisata.

Seseorang tidak akan mau mengunjungi daerah wisata dengan daya tarik yang biasa saja, karena mereka harus membayar dan meluangkan waktu untuk melakukan pengalaman berwisata (Priyadi, 2016:44).

Beberapa penelitian tentang citra destinasi, pengalaman wisatawan, dan daya tarik wisata telah dilakukan oleh peneliti terdahulu diantaranya penelitian yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara citra destinasi terhadap keputusan berkunjung kembali (Amalia & Murwatingsih, 2016; Sayangbatti & Baiquni, 2013; Fitroh & Hakim, 2017; Hidayat & Chalil 2017; Artuger & Cetinsoz, 2017; Mulyana & Ayuni, 2016).

Sedangkan penelitian lain menunjukkan bahwa citra destinasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung kembali (Abdillah, 2017).

Beberapa penelitian tentang pengalaman wisatawan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara pengalaman wisatawan terhadap keputusan berkunjung kembali (Prayitno, 2016; Yuniawati & Finardi, 2016). Sedangkan dalam penelitian lain menunjukkan bahwa daya tarik wisata berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung kembali (Syahrul, 2015).

Tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini antara lain : (1) Untuk mengetahui pengaruh Citra destinasi terhadap keputusan berkunjung kembali pada Wisata Kebun Teh Kertowono Kecamatan Gucialit Kabupaten Lumajang, (2) Untuk mengetahui pengaruh pengalaman wisatawan terhadap keputusan berkunjung kembali pada Wisata Kebun Teh Kertowono Kecamatan Gucialit Kabupaten Lumajang, (3) Untuk mengetahui pengaruh daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung kembali pada Wisata Kebun Teh Kertowono Kecamatan Gucialit Kabupaten Lumajang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan metode penelitian kuantitatif. Analisis dilakukan pada variabel independen yaitu citra destinasi, pengalaman wisatawan, dan daya tarik wisata terhadap variabel dependen yaitu keputusan berkunjung kembali dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Lokasi penelitian berada pada Wisata Kebun Teh Kertowono Kecamatan Gucialit Kabupaten Lumajang. Dalam penelitian ini populasinya adalah semua pengunjung wisata Kebun Teh Kertowono. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini secara *probability sampling* dengan menggunakan *simple random sampling*. *Simple random sampling* yang diartikan sebagai teknik pengambilan sampel dengan memberi peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk menjadi anggota sampel (Sugiyono, 2012:130). Dengan ukuran sampel yang diambil $20 \times 4 = 80$ anggota sampel. Jadi jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 80 responden. Langkah analisis data dalam penelitian ini terdiri dari uji instrumen, uji asumsi klasik, analisis linier berganda, uji hipotesis dan koefisien determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Pernyataan	r_{hitung}	<i>Cronbach's Alpha</i>
Citra Destinasi	1	0.780	0.707
	2	0.752	
	3	0.849	
Pengalaman Wisatawan	1	0.781	0.768
	2	0.676	
	3	0.815	
	4	0.724	
	5	0.644	
Daya Tarik Wista	1	0.726	0.625
	2	0.325	
	3	0.657	
	4	0.469	
Keputusan Berkunjung Kembali	1	0.732	0.601
	2	0.339	
	3	0.640	
	4	0.744	

Sumber: hasil olah data 2019

Pada Tabel 1 menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan masing-masing variabel telah memenuhi kriteria dalam pengujian validitas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen beserta seluruh butir pernyataan dalam penelitian ini telah memenuhi syarat dan dapat dikatakan valid digunakan sebagai alat ukur karena dapat menggali data dan informasi yang diperlukan. Pada tabel 1 juga menunjukkan *cronbach's alpha* setiap variabel independen berada pada interval $> 0,60$ yang termasuk dalam kriteria reliabel. Sehingga setiap butir pernyataan yang digunakan dalam kuesioner penelitian ini terbukti handal karena dapat memberikan hasil yang tidak berbeda jika dilakukan pengukuran kembali terhadap subjek yang sama pada waktu yang berlainan.

Hasil pengujian validitas dikatakan valid apabila r_{hitung} minimal 0.3 atau r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Hasil uji validitas variabel citra destinasi diperoleh r_{hitung} untuk item pernyataan pertama sebesar 0.780. selanjutnya untuk item pernyataan kedua r_{hitung} sebesar 0.752. Sedangkan untuk item pernyataan ketiga r_{hitung} sebesar 0.849. Sehingga dapat diketahui seluruh item pernyataan mempunyai tingkat signifikansi 0.000.

Berdasarkan tabel 1 diatas dapat diketahui besarnya koefisien korelasi dari ketiga item pernyataan untuk variabel citra destinasi yang didapat dari hasil hitung koefisien korelasi (r_{xy}) seluruhnya mempunyai r_{hitung} yang lebih besar dari 0,3. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel citra destinasi dinyatakan valid.

Besarnya koefisien korelasi dari ketiga item pernyataan untuk variabel pengalaman wisatawan yang didapat dari hasil hitung koefisien korelasi (r_{xy}) seluruhnya mempunyai r_{hitung} yang lebih besar dari 0,3. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel pengalaman wisatawan dinyatakan valid.

Sedangkan untuk besarnya koefisien korelasi dari ketiga item pernyataan untuk variabel daya tarik wisata yang didapat dari hasil hitung koefisien korelasi (r_{xy}) seluruhnya mempunyai r_{hitung} yang lebih besar dari 0,3. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel daya tarik wisata dinyatakan valid.

Besarnya koefisien korelasi dari ketiga item pernyataan untuk variabel keputusan berkunjung kembali yang didapat dari hasil hitung koefisien korelasi (r_{xy}) seluruhnya mempunyai r_{hitung} yang lebih besar dari 0,3. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel keputusan berkunjung kembali dinyatakan valid. Dengan demikian seluruh butir pernyataan yang ada pada instrument penelitian ini dapat dinyatakan layak sebagai instrument penelitian karena dapat menggali data atau informasi yang diperlukan.

Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui besarnya koefisien korelasi dari seluruh item pernyataan yang terdiri dari masing-masing 3 (tiga) item pernyataan untuk variabel citra destinasi. 5 (lima) item pernyataan untuk pengalaman wisatawan. 4 (empat) item pernyataan untuk daya tarik wisata dan 4 (empat) item pernyataan untuk keputusan berkunjung kembali. Dari hasil perhitungan koefisien korelasi, seluruhnya mempunyai r_{hitung} yang lebih besar dari r minimal (0.3).

Dengan demikian bahwa seluruh item pernyataan dinyatakan valid. Kesimpulannya seluruh item pernyataan yang ada pada instrument penelitian dapat dinyatakan layak sebagai instrument penelitian karena dapat menggali data atau informasi yang diperlukan.

KESIMPULAN

Hasil pengujian hipotesis pertama yang menguji pengaruh citra destinasi terhadap keputusan berkunjung kembali menunjukkan bahwa secara parsial citra destinasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung kembali. Hasil pengujian hipotesis kedua yang menguji pengaruh pengalaman wisatawan terhadap keputusan

berkunjung kembali menunjukkan bahwa secara parsial pengalaman wisatawan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung kembali dan hasil pengujian hipotesis ketiga yang menguji pengaruh daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung kembali menunjukkan bahwa secara parsial daya tarik wisata berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung kembali.

Fungsi linier berganda yang dihasilkan adalah $Y = -1.466 + 0.142X_1 + 0.017X_2 + 1.227X_3$. Hal ini berarti 88.8% keputusan berkunjung kembali dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu citra destinasi, pengalaman wisatawan, dan daya tarik wisata. Sedangkan sisanya yaitu 11.2% keputusan berkunjung kembali dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini, misalnya variabel Word of Mouth (WOM) atau rekomendasi dari mulut ke mulut dan variabel harga atau tarif.

Variabel Word of Mouth dapat mempengaruhi wisatawan untuk mengunjungi kembali tempat wisata dikarenakan apabila ada salah satu wisatawan yang merasa senang berkunjung ke tempat wisata ini, kemungkinan besar wisatawan tersebut akan merekomendasikan tempat wisata tersebut kepada teman-teman atau saudaranya. Sehingga memungkinkan wisatawan lain untuk turut mengunjungi tempat wisata ini. Sedangkan variabel tarif atau harga dapat mempengaruhi keputusan berkunjung kembali wisatawan karena pada Wisata Kebun Teh Kertowono Kecamatan Gucialit Lumajang tariff masuk wisata sangat murah. Harga tiket masuk wisata hanya Rp 3.000,00 untuk setiap wisatawan. Sehingga memungkinkan wisatawan untuk berkunjung kembali di lain waktu.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Y. F. (2017). *Pengaruh Citra Destinasi dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Wisata B29 Lumajang*. Lumajang: STIE WIDYA GAMA LUMAJANG.
- Amalia, I., & Murwatiningsih. (2016). Pengaruh Citra Destinasi dan Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pengunjung Melalui Kepuasan Pengunjung. *Management Analysis Journal, Vol 5 (3) (2016)*, 258.
- Ardiwidjaja, R. (2018). *Adventure Tourism*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Artuger, S., & Cetinsoz, B. C. (2017). The Impact Of Destination Image And The Intention To Revisit: A Study Regarding Arab Tourists. *European Scientific Journal*. Doi: 10.19044/Esj.2017.V13n5p82
- Prayitno, T. (2016). *Pengaruh Dimensi Tourism Experience Terhadap Kepuasan Berwisata Pada Obyek Wisata B29 Argosari Kecamatan Senduro Lumajang*. Lumajang: STIE WIDYA GAMA LUMAJANG.
- Priyadi, U. (2016). *Pariwisata Syariah Prospek Dan Perkembangan*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- R, B., & Rozak, H. A. (2012). Kualitas Dayatarik Wisata, Kepuasan dan Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Mancanegara Di Jawa Tengah. *Dinamika Kepariwisata, Vol. Xi No. 2, Oktober 2012*, 2.
- Rizki, M. A., & Pangestuti, E. (2017). Pengaruh Terpaan Media Sosial Instagram Terhadap Citra Destinasi Dan Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung. *Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 49 No. 2 Agustus 2017*, 159.
- Sayangbatti, D. P., & Baiquni, M. (2013). Motivasi dan Persepsi Wisatawan Tentang Daya Tarik Destinasi Terhadap Minat Kunjungan Kembali Di Kota Wisata Batu. *Jurnal Nasional Pariwisata, Volume 5, Nomor 2, Agustus 2013*.
- Syahrul, A. R. (2015). Pengaruh Daya Tarik, Fasilitas Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Wisatawan Asing Berkunjung Kembali Ke Aloita Resort Di Kab. Kep Mentawai. *Vol. 7 No.1 Tahun 2015*. Doi: 10.22202/Jp.2014.V7i1.193
- Sugiyono, P. D. (2015). *Metode Penelitian dan Pengembangan (Research and Development/ R&D)*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Utama, I. G. B. R., & Junaedi, I. W. R. (2018). *Agrowisata Sebagai Pariwisata Alternatif Indonesia*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Yuniawati, Y., & Finardi, A. D. I. (2016b). Pengaruh Customer Experience Terhadap Revisit Intention di Taman Wisata Alam Gunung Tangkuban Perahu. *Tourism And Hospitality Essentials (The) Journal, Vol.Vi No.1.2016- 983*.