



Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Lokasi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Objek Candi Jiwa Batujaya Pada Masa Pandemi Covid - 19

Mahpudin¹, Asep Maulana²

Fakultas Ekonomi Universitas Singaperbangsa Karawang

Email: pudmahpudin129@gmail.com, asmanovianto721@gmail.com

Info Artikel

Sejarah Artikel:

Diterima: 30 Desember 2021

Direvisi: 9 Januari 2022

Dipublikasikan: Januari 2022

e-ISSN: 2089-5364

p-ISSN: 2622-8327

DOI: 10.5281/zenodo.5850354

Abstract:

This study aims to determine the effect of tourist attraction and location on the decision of tourists to visit the Jiwa Batujaya Temple during the Covid-19 Pandemic. The approach used by the researcher is a descriptive and verification approach. Descriptive method is one that is used to determine the value of the independent factor, whether there is a possibility of the variable. The results of the study show that there is a correlation between tourist attraction and location with a correlation coefficient value of 0.450 and has a fairly strong criterion relationship level because the value is positive. There is a partial influence of tourist attraction and location on visiting decisions.

Keywords: *Tourism, object, temple, covid-19*

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan sumber devisa negara yang sangat potensial sehingga mempunyai pengaruh besar dalam pembangunan perekonomian suatu negara, karena sektor pariwisata dapat meningkatkan perolehan devisa negara yang berupa pajak, baik dari para wisatawan yang berkunjung ke objek wisata maupun pajak dari fasilitas sosial di daerah sekitar objek wisata. Selain itu terdapat manfaat lain yang diberikan oleh sektor pariwisata antara lain dari segi budaya. Dengan berkembang pesatnya sektor pariwisata akan membawa pemahaman melalui interaksi wisatawan asing dengan masyarakat lokal sehingga dapat mengenal dan menghargai budaya

masyarakat setempat dan memahami latar belakang budaya lokal yang dianut oleh masyarakat tersebut sekaligus sebagai sarana yang tepat untuk mempromosikan kebudayaan daerah dan kekayaan alam daerah dari objek wisata tersebut. salah satu negara yang paling sering dikunjungi adalah Indonesia.

Indonesia merupakan suatu negara yang memiliki kekayaan sumber daya alam dan budaya yang besar dapat memberikan modal besar bagi sektor pariwisata di seluruh indonesia. Pariwisata sendiri merupakan salah satu sektor utama yang menjadikan motor penggerak dalam pertumbuhan ekonomi negara. Dengan potensi wisata alam dan budaya yang begitu besar, sektor

pariwisata diharapkan dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi negara.

Indonesia memiliki berbagai macam wisata di berbagai daerah diseluruh penjuru seperti daerah Bali, Sumatera, Papua, Kalimantan dan Jawa. Di Indonesia sendiri salah satu daerah yang banyak dikunjungi para wisatawan lokal maupun mancanegara di Indonesia adalah daerah Jawa Barat, berikut data pengunjung wisatawan di daerah Jawa Barat pada tahun 2019

Pada sektor pariwisata, karawang memiliki potensi yang mampu menunjang ekonomi masyarakat. Menurut UU no. 10 tahun 2009, "Kawasan Strategis Pariwisata adalah kawasan yang memiliki fungsi utama pariwisata atau memiliki potensi untuk pengembangan pariwisata yang mempunyai pengaruh penting dalam satu atau lebih aspek, seperti pertumbuhan ekonomi, sosial dan budaya, pemberdayaan sumber daya alam, daya dukung lingkungan hidup, serta pertahanan dan keamanan." oleh karena itu, sektor pariwisata juga memiliki peran penting dalam kegiatan perekonomian. Pariwisata mampu menarik minat wisatawan dalam negeri maupun mancanegara. Objek wisata di karawang dapat ditemukan dibelahan bagian utara sampai selatan karawang mulai dari pantai, curug, candi, tempat ibadah, gunung, hutan, monumen bersejarah, danau, dan bukit.

Jauh/dekatnya suatu tempat wisata dapat mempengaruhi Pilihan seseorang untuk berkunjung. di mana seseorang akan memilih untuk mengunjungi suatu tempat, berarti wisatawan telah memutuskan berkunjung untuk menikmati fasilitas dan tempat dari wisata tersebut. Menurut Kotler & Armstrong dalam (Puirih 2020:413) keputusan berkunjung dimana tahap ini merupakan tahap siklus dinamis

sehingga pembeli benar-benar membeli atau konsumen benar benar berkunjung.

Terdapat faktor penting yang mempengaruhi keputusan berkunjung dimana Daya Tarik Wisata, Permitasari berpendapat dalam (Adhanisa & Fatchiya, 2017:457) bahwa semakin tingginya sebuah nilai dari daya tarik wisata pada satu destinasi akan meningkatkan wisata tersebut sehingga memutuskan untuk berkunjung kembali. Menurut Cooper dkk dalam (NIKO SAPUTRA, 2017:1) "menyebutkan suatu wisata harus memiliki (4 empat bagian daya tarik yaitu: attraction (atraksi) dari suatu wisata tersebut, accessibilities (aksesibilitas) kemudahan bagi wisatawan tertentu, dan fasilitas yang tersedia , dan jasa penunjang pariwisata". Zaenuri dalam (Aprilia, 2017:7) berpendapat bahwa tempat wisata yang didukung oleh fasilitas dapat meningkatkan minat dan loyalitas pengunjung, dapat di simpulkan bahwa dengan daya tarik wisata dari berbagai teori yang di sampaikan untuk mengembangkan pariwisata Candi Jiwa di batujaya bisa selaras dengan yang diharapkan wisatawan agar tetap tertarik untuk berkunjung di candi jiwa batujaya dan merekomendasikan wisata candi jiwa batujaya sebagai salah satu wisata yang menarik untuk dikunjungi. Namun, belum ditemukan seberapa besar dampak yang dilakukan untuk menarik wisatawan berkunjung ke wisata candi jiwa.

Candi Jiwa merupakan objek wisata yang terkenal dengan bentuk percandiannya yang sudah di perbarui yang menampilkan beberapa keindahan tentang pemandangan. Wisata ini didukung dengan fasilitas yang telah dibuat untuk kenyamanan para wisatawan. Fasilitas tersedia misalnya, museum situs peninggalan sejarah yang menampilkan berbagai fosil yang sudah ditemukan. Dari penjelasan diatas dapat

diperkuat dengan hasil penelitian (Nurlestari, 2016) yang menyimpulkan bahwa daya tarik wisata dapat mempengaruhi keputusan pengunjung untuk kembali.

Selain Daya Tarik Wisata, lokasi juga mempengaruhi pilihan untuk berkunjung, artinya semakin mudah daerah tersebut untuk dikunjungi, maka keputusan untuk berkunjung akan semakin meningkat. Di mana tempat wisata mudah untuk kendaraan, dengan petunjuk yang jelas, fasilitas yang aman dan nyaman serta lingkungan sekitar lokasi pariwisata. Wisatawan juga akan lebih tertarik untuk menjelajahi wisata yang unik bagi mereka. Hal tersebut dapat mempengaruhi jumlah wisatawan yang berkunjung ke candi jiwa batujaya. Berkaitan dengan, variabel yang menentukan apakah suatu daerah menarik untuk dikunjungi atau tidak dapat dilihat dari akses suatu tempat, lalu lintas yang baik, ketersediaan, fasilitas, dan lingkungan. (Swastha: 2019:3). (Menurut Heizer & Render., 2018:2) lokasi adalah penggerak pengeluaran dan pembayaran dari daerah sekitarnya dalam industri pariwisata, sehingga daerah tersebut sering memiliki kemampuan untuk membuat metode bisnis.

Belum ditemukan seberapa besar dampak yang telah dilakukan tersebut dalam menarik wisatawan untuk mengunjungi objek wisata Candi jiwa batujaya. Dari penjelasan diatas dapat diperkuat dengan hasil penelitian (Lebu et al., 2019) Dengan alasan lokasi berpengaruh terhadap keputusan berkunjung, dimana semakin mudahnya lokasi untuk didatangi maka keputusan berkunjung akan semakin meningkat.

METODOLOGI PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan oleh peneliti adalah pendekatan deskriptif dan Verifikatif. Metode deskriptif

merupakan salah satu yang dilakukan untuk menentukan nilai dari faktor bebas tersebut, apakah ada kemungkinan variabel tersebut, Sugiono dalam (Azmiyyah, 2020). Melalui metode deskriptif ini dapat memperoleh besarnya daya tarik wisata dan lokasi terhadap keputusan berkunjung wisatawan di objek candi jiwa batujaya. Dan Metode verifikatif adalah suatu metode yang dapat mengetahui hubungan antara dua variabel, atau lebih dan untuk menguji kebenaran sebuah hipotesis. Sugiono dalam (Aprianti, Ine, 2020) maka dengan metode verifikatif ini dapat diketahui pengaruh atau bentuk hubungan daya tarik wisata dan lokasi terhadap keputusan berkunjung wisatawan di objek candi jiwa batujaya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Besaran Koefisien Jalur, Koefisien Determinasi Dan Pengaruh Parsial Variabel Daya Tarik Wisata (X1) Terhadap Keputusan Berkunjung (Y).

Koefisien jalur Variabel Daya Tarik Wisata (X1) terhadap Keputusan Berkunjung (Y).

a. Koefisien Determinasi Variabel Daya Tarik Wisata (X1) terhadap Keputusan Berkunjung (Y).

Nilai koefisien determinasi terhadap korelasi antara Variabel *Daya Tarik Wisata (X₁)* terhadap *Keputusan Berkunjung (Y)* adalah sebagai berikut:

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

$$KD = (0,222)^2 \times 100\%$$

$$KD = 4,9\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi dapat disimpulkan variabel *Daya Tarik Wisata (X₁)* memiliki pengaruh langsung terhadap *Keputusan Berkunjung (Y)* sebesar 4,9%. artinya bahwa variabel *Keputusan Berkunjung (Y)* dipengaruhi oleh

variabel *Daya tarik wisata* (X1) sebesar 4,9 % sedangkan sisanya (100% - 4,9%) = 95,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

b. Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung Variabel *Daya Tarik Wisata* (X1) terhadap *Keputusan Berkunjung* (Y)

Tabel 1. Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung Variabel *Daya Tarik Wisata* (X1) terhadap *Keputusan Berkunjung* (Y)

| Variabel | Interpretasi Analisis Jalur | Perhitungan | Besarnya Pengaruh |
|-----------------------|------------------------------------|---------------|------------------------------|
| Daya Tarik Wisata(X1) | Pengaruh Langsung Terhadap Y | 0,222 | ($\frac{0,222^2}{2}$) ,049 |
| | Pengaruh Tidak Langsung Terhadap Y | 0,222 x 0,266 | 0 x 0,266 = 0,450 |
| Total | | | 0,075 |

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2021

Pada tabel 1 menunjukkan bahwa besarnya pengaruh langsung variabel *Daya Tarik Wisata*(X1) adalah 4,9% sedangkan besarnya pengaruh tidak langsung terhadap kinerja karyawan yaitu 2,6% dengan total pengaruh sebesar 0,075 atau 7,5%.

2. Besaran Koefisien Jalur, Koefisien Determinasi Dan Pengaruh Parsial Variabel Lokasi (X2) Terhadap Keputusan Berkunjung (Y).

a. Koefisien Jalur (X2), Terhadap Keputusan Berkunjung (Y).

Berdasarkan Koefisien jalur variabel Lokasi (X2) terhadap *Keputusan Berkunjung* (Y). adalah 0,266. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya kontribusi variabel Lokasi (X2) terhadap *Keputusan Berkunjung*

(Y). yaitu sebesar 0,266 sehingga diperoleh persamaan $Y = 0,266 X2$.

Koefisien jalur Variabel Lokasi (X2) terhadap Keputusan Berkunjung (Y).

a. Koefisien Determinasi Variabel Lokasi (X2) terhadap Keputusan Berkunjung (Y).

Nilai koefisien determinasi terhadap korelasi antara Variabel Lokasi (X2) terhadap *Keputusan Berkunjung* (Y) adalah sebagai berikut:

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

$$KD = (0,266)^2 \times 100\%$$

$$KD = 7\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi dapat disimpulkan variabel Lokasi (X2) memiliki pengaruh langsung terhadap *Keputusan Berkunjung* (Y) sebesar 7% artinya bahwa variabel *Keputusan Berkunjung* (Y) dipengaruhi oleh variabel *Lokasi* (X2) sebesar 7% sedangkan sisanya (100% - 7%) = 93% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

b. Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung Variabel Lokasi (X2) terhadap Keputusan Berkunjung (Y)

Tabel 2. Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung Variabel Lokasi (X2) terhadap Keputusan Berkunjung (Y)

| Variabel | Interpretasi Analisis Jalur | Perhitungan |
|--------------|------------------------------------|-----------------------|
| Lokasi (X2) | Pengaruh Langsung Terhadap Y | (0,266) |
| | Pengaruh Tidak Langsung Terhadap Y | 0,222 x 0,266 = 0,450 |
| Total | | |

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2021

Pada tabel 2 menunjukkan bahwa besarnya pengaruh langsung variabel Lokasi (X₂) adalah 7% sedangkan besarnya pengaruh tidak langsung terhadap kinerja karyawan yaitu 2,6% dengan total pengaruh sebesar 0,096 atau 9,6%.

Koefisien jalur Daya Tarik Wisata (X₁), Lokasi (X₂), Terhadap Keputusan Berkunjung (Y)

Besaran derajat positif asosiatif atau koefisien jalur variabel *Daya Tarik Wisata* 0,222 lebih kecil dari variabel *Lokasi* 0,266. Artinya *Lokasi* (X₂) lebih besar kontribusinya terhadap Keputusan Berkunjung (Y) dibandingkan *Daya Tarik Wisata* (X₁). Adapun persamaan jalur *Daya Tarik Wisata* (X₁) dan *Lokasi* (X₂) terhadap Keputusan Berkunjung (Y).

a. Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Secara Bersamaan dari Variabel Daya Tarik Wisata (X₁) dan Lokasi (X₂) terhadap Keputusan Berkunjung (Y)

Pengaruh langsung dan tidak langsung *Daya Tarik Wisata* (X₁) terhadap Keputusan Berkunjung (Y) dapat dilihat pada tabel dibawah ini: Tabel 3. Pengaruh *Daya Tarik Wisata* (X₁) dan *Lokasi* (X₂)

| Variabel | Koefisien Jalur | Pengaruh Langsung | Pengaruh Tidak Langsung X ₁ X ₂ | Sub Total Pengaruh |
|--|-----------------|-------------------------------|---|--------------------|
| Daya Tarik Wisata (X₁) | 0,222 | 0,049 | .. 0,026 ... | 0,075 |
| Lokasi (X₂) | 0,266 | 0,070 | 0,026 | 0,096 |
| | | Total Pengaruh | | 0,171 |
| | | Pengaruh Variabel Lain | | 0,829 |

Sumber : Hasil Pengolahan data, 2021

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa Total pengaruh pengaruh yang disebabkan oleh Pengaruh *Daya Tarik*

Wisata (X₁) dan *Lokasi* (X₂) terhadap *Keputusan Berkunjung* (Y) sebesar 0,171 atau sebesar 17,1%. Adapun pengaruh variabel lain adalah sebesar 0,829 atau 82,9%.

b. Koefisien Determinasi

Adapun nilai koefisien determinasi dari *Daya Tarik Wisata* (X₁) dan *Lokasi*(X₂) terhadap *Keputusan Berkunjung* (Y) dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4. Koefisien Determinasi (R²)

| Model Summary | | | | |
|---------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .468 ^a | .219 | .215 | 4.39628 |

a. Predictors: (Constant), LOKASI X2, DAYA TARIK WISATA X1

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS, 2021

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa koefisien determinasi (R²) sebesar (R²) sebesar 0,219 atau 21,9% berarti variabel *Keputusan Berkunjung* (Y) bisa diterangkan oleh variabel *Daya Tarik Wisata* (X₁) dan *Lokasi* (X₂) atau dapat diartikan bahwa *Daya Tarik Wisata* (X₁) dan *Lokasi* (X₂) memiliki kontribusi terhadap *Keputusan Berkunjung* (Y) sebesar 21,9% sedangkan sisanya 78,1% merupakan kontribusi lain yang tidak diteliti.

PEMBAHASAN

Pembahasan Deskriptif

Adapun pembahasan dari metode deskriptif mengenai masing-masing variabel dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

Variabel Daya Tarik Wisata

Berdasarkan hasil penelitian pada variabel *Daya Tarik Wisata* memiliki total skor sebesar 5.759 dengan nilai rata-rata 1.151,8 yang berada pada rentang skala 1.041 – 1.1361 dengan kriteria Cukup Setuju, dari 5 (Lima) indikator yang terdapat pada variabel Daya Tarik Wisata, 4 (Empat) menunjukkan kriteria cukup setuju (Pemandangan, letak candi, mengabadikan momen. Dan mengamati arsitektur) dan 1 (satu) indikator yang menunjukkan kriteria tidak setuju (transportasi umum).

Dapat diartikan bahwa Daya Tarik Wisata Pada Wisata Candi Jiwa ini mampu memberikan kepuasan untuk para wisatawan. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan menurut Cooper dkk dalam Nini Febriana (2015), Daya Tarik Wisata sebagai karakteristik yang menjadikan sasaran atau kunjungan wisatawan.

Variabel Lokasi

Berdasarkan hasil penelitian pada variabel *Lokasi* memiliki total skor sebesar 9.224 dengan nilai rata-rata 1.153 yang berada pada rentang skala 1.041 – 1.1361 dengan kriteria Cukup Setuju, dari 8 (delapan) indikator Menunjukkan kriteria cukup setuju diantaranya yaitu (mudah dijangkau, dekat dengan wisata lain, kebersihan, tempat yang nyaman, terlihat jelas dari tepi jalan, petunjuk arah jalan, keamanan, dan kondisi). Dapat diartikan Lokasi sangat mampu memberikan pilihan bagi wisatawan untuk datang ke Wisata Candi Jiwa. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Fandy Tjiptono (2015:15) lokasi mengacu berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian suatu barang atau jasa dari produsen ke konsumen.

Variabel Keputusan Berkunjung

Berdasarkan hasil penelitian pada variabel *Keputusan Berkunjung* memiliki total skor sebesar 10,473 dengan nilai rata-rata 1.309 yang berada pada rentang skala 1.041 – 1.361 dengan kriteria cukup Setuju. Dimana dari 8 (Delapan) Indikator, hanya ada 4 (Empat) yang kriteria setuju yaitu ketersediaan informasi, akses transportasi, jam buka dan tutup, dan biaya perjalanan, 3 (Tiga) menyatakan cukup setuju yaitu kebutuhan para pengunjung, kenyamanan transportasi dan pemandu wisata dan pusat souvenir. Sedangkan 1 (satu) yang menyatakan kriteria tidak setuju yaitu pemandu wisata. Artinya keputusan berkunjung pada wisata candi jiwa dinilai baik dalam menjadi pilihan atau keputusan untuk berkunjung. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Damanik dan Weber dalam Huryati (2015:105) Keputusan Berkunjung merupakan perilaku pembelian seseorang dalam menentukan suatu pilihan.

Pembahasan Verifikatif

Adapun pembahasan dari metode verifikatif dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Pembahasan korelasi antara Daya Tarik Wisata dengan Lokasi pada wisata Candi Jiwa Batujaya

a. Berdasarkan hasil uji hipotesis korelasi yang dilakukan antara Daya Tarik Wisata dan Lokasi Pada Wisata Candi Jiwa Batujaya menunjukkan bahwa $t_{hitung} (27,621) > t_{tabel} (1,966)$, maka dapat dinyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya adanya hubungan yang signifikan antara *Daya Tarik Wisata* (X_1) dan *Lokasi* (X_2).

b. Korelasi antara daya tarik wisata dan lokasi memiliki nilai koefisien sebesar 0,450 dan mempunyai tingkat hubungan yang cukup kuat dan searah

karena nilainya positif dan interval koefisiennya antara 0,40 - 0,599 berada pada kategori cukup kuat. Korelasi antara daya tarik wisata dan lokasi diperkuat dengan hasil penelitian yang dilakukan diperkuat dengan hasil penelitian yang dilakukan (Uswatul Khotimah, 2013) Jurusan Manajemen STIE Putra Bangsa yang berjudul “*analisis pengaruh daya tarik wisata, faktor sosial dan lokasi terhadap keputusan berkunjung wisatawan di pantai suwuk kebumen*” yaitu dari hasil uji koefisien determinasi diketahui bahwa daya tarik wisata dan lokasi memiliki kontribusi terhadap keputusan berkunjung. Sehingga dapat diketahui bahwa daya tarik wisata berkorelasi dengan lokasi.

2. Pengaruh Parsial Daya Tarik Wisata dan Lokasi Terhadap Keputusan Berkunjung pada wisata Candi Jiwa Batujaya

a. Hipotesis Parsial Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan berkunjung memiliki nilai $t_{hitung} (7,708) > t_{tabel} (1,966)$ hal tersebut dapat berarti bahwa terdapat pengaruh signifikan daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung. Daya tarik wisata yang diberikan dari wisata candi jiwa batujaya dapat memberikan kesan yang baik dari pengunjung. Adanya pengaruh daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung diperkuat dengan pendapat dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan (Ananta Dharma Setyawan, 2017) “PENGARUH DAYA TARIK WISATA TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI OBJEK WISATA PANTAI AIR MANIS PADANG” yaitu variabel daya tarik wisata secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan pada keputusan berkunjung di objek wisata pantai air manis padang.

b. Hipotesis Pengaruh Parsial Lokasi Terhadap Keputusan Berkunjung memiliki nilai $t_{hitung} (3,252)$

$> t_{tabel} (1,966)$ hal tersebut dapat berarti bahwa terdapat pengaruh signifikan lokasi terhadap keputusan berkunjung. Adanya pengaruh lokasi terhadap keputusan berkunjung diperkuat dengan pendapat dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan (mulyantari ernni et al., 2020) yang berjudul ” Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Rudita Wedding Organizer (Survey Pada Pelanggan Rudita Wedding Organizer Indramayu)” yaitu lokasi secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan pada keputusan berkunjung Pada Pelanggan Rudita Wedding Organizer Indramayu.

3. Pengaruh Simultan Daya Tarik Wisata dan Lokasi Terhadap Keputusan berkunjung

Daya Tarik Wisata dan Lokasi Berpengaruh Terhadap Keputusan berkunjung, dengan kriteria uji nilai signifikansi ($sig = 0,000 < 0,05$ dan $f_{hitung} = (55,756) > f_{tabel} (3,02)$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Terdapatnya pengaruh simultan daya tarik wisata dan lokasi tersebut sesuai dengan penelitian sebelumnya yang telah dilakukan Lailiatun Na’imah (2020) dengan judul “PENGARUH DAYA TARIK WISATA, FASILITAS DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI MAKAM BUNG KARNO KOTA BLITAR” yaitu berdasarkan pengujian hipotesis dan analisis regresi yang dilakukan menunjukkan hasil bahwa variabel daya tarik wisata, fasilitas dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung dan pengaruhnya adalah positif.

KESIMPULAN

1. *Gambaran Keputusan berkunjung* pada wisata candi jiwa menggunakan 8 butir pernyataan terhadap variabel *Keputusan berkunjung* yang berdasarkan hasil

kuesioner diperoleh total skor sebesar 10.473 dengan nilai rata-rata 1.151,8 yang berada pada rentang skala 1.041-1.361 dengan kriteria cukup setuju, artinya *Keputusan berkunjung* pada wisata candi jiwa dinilai cukup baik oleh responden.

2. Terdapat korelasi antara *Daya tarik wisata* dan *lokasi* dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,450 dan mempunyai tingkat hubungan kriteria cukup kuat karena nilainya positif.

3. Terdapat pengaruh parsial *Daya tarik wisata* dan *lokasi* terhadap *Keputusan berkunjung*.

a. Pengaruh parsial *Daya tarik wisata* terhadap *Keputusan berkunjung* adalah 0,222.

b. Pengaruh parsial *Lokasi* terhadap *Keputusan berkunjung* adalah 0,266.

Karena 0,222 lebih kecil dari 0,266, maka dapat dinyatakan *Lokasi* lebih banyak memberikan kontribusi terhadap *Keputusan berkunjung* dibandingkan *Daya tarik wisata*.

Terdapat pengaruh simultan *Daya tarik wisata* dan *lokasi* terhadap *Keputusan berkunjung* sebesar 17,1%, sedangkan sisanya sebesar 82,9% merupakan pengaruh dari faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian. Hal ini dapat menunjukkan bahwa *Daya tarik wisata* dan *lokasi* secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap *Keputusan berkunjung* pada wisata Candi Jiwa.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprilia, E. R. (2017). Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Fasilitas Layanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Pantai Ampenan Mataram. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 51(2), 51.
- Aprianti, Ine, And J. P. K. (2020). Pengaruh Citra Merk Dan Persepsi Kualitas Produk

Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mayoutfit Bandung Melalui Instagram. *Jurnal Ekonomi Manajemen Perbankan*, 2(1), 50-57

Azmiyyah, A. I. (2020). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Celebrity Endorsement Terhadap Minat Beli Konsumen Mie Sedaap Selection Korean Spicy Chicken Di Surabaya (Doctoral Dissertation, Stie Mahardhika Surabaya)*.

Niko Saputra. (2017). *Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Di Objek Wisata Pantai Air Manis Padang. September*.

Puirih, K., Mananeke, L., Lengkong, V. P. K., Keputusan, F., Dan, P., Media, P., Manajemen, J., Ekonomi, F., & Ratulangi, U. S. (2020). Fenomena Keputusan Pembelian Dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Kepuasan Konsumen Tokopedia Di Kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(3), 411–419.

<https://doi.org/10.35794/Emba.V8i3.30237>