

PENGARUH HARGA TIKET DAN ATRAKSI WISATA TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN DI DESTINASI WISATA D'GONGGRES BILEBANTE LOMBOK TENGAH

Nabila Soraya¹, Syukriati², Jumaidin^{3*}

^{1,2,3}Universitas Islam Negeri Mataram

e-mail: 1200503072.mhs@uinmataram.ac.id, 2dewisyukriati@uinmataram.ac.id,
3didinkdarek@uinmataram.ac.id

Received: 30/04/2025; Revised: 26/05/2025; Accepted: 28/05/2025

Abstract

This research is a type of inferential research with a quantitative approach, which emphasizes proving hypotheses based on problem formulations. This study uses an unlimited population or the population is not known with certainty, and the sample in this study amounted to 100 respondents taken with nonprobability sampling technique with accidental sampling. Data obtained through distributing questionnaires to respondents and measured by Likert scale measurements. The research found out 3 conclusion such as (a) that the influence of the ticket price variable (X1) has a positive and significant effect on the decision to visit tourists (Y), this is evidenced based on the results of the t test calculation, namely t count greater than t table ($10.580 > 1.985$) with a significance value of 0.001 smaller than 0.05. (b) The influence of the tourist attraction variable (X2) has a positive and significant effect on the decision to visit tourists (Y), seen from the results of the t test count greater than the t table ($12.825 > 1.985$) with a significance value of 0.001 smaller than 0.05. (c) The effect of ticket prices (X1) and tourist attractions (X2) simultaneously affects the decision to visit tourists (Y). This evidenced based on the comparison test results f count greater than f table ($96.384 > 3.09$) with a significance value of 0.001 smaller than 0.05. It indicated ticket prices and tourist attractions together have a significant influence on the decision to visit tourists.

Keywords: ticket prices, tourist attractions, tourist visiting decisions

Pendahuluan

Dampak dari sektor pariwisata dapat dilihat dari berbagai sudut pandang. Positifnya, pariwisata dapat meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat lokal, serta mendorong pelestarian budaya dan lingkungan. Namun, sisi negatifnya meliputi risiko *overtourism*, yang dapat menyebabkan kerusakan ekosistem, kenaikan harga properti, dan hilangnya identitas lokal. Teori “*Sustainable Tourism Development*” yang diperkenalkan oleh Bramwell & Lane (1993) menekankan pentingnya pembangunan pariwisata yang berkelanjutan, di mana manfaat ekonomi, sosial, dan lingkungan harus seimbang. Menurut mereka, partisipasi aktif dari komunitas lokal dan kebijakan yang memadai sangat penting untuk memastikan bahwa pariwisata dapat berkembang tanpa merusak sumber daya yang ada. Menurut Dwyer & Forsyth (2006) pariwisata memainkan peran penting

dalam pertumbuhan ekonomi melalui *multiplier effect*, di mana uang yang dibelanjakan wisatawan tersebar ke berbagai sektor ekonomi seperti transportasi, akomodasi, dan restoran. Tanpa wisatawan, destinasi wisata tidak akan mendapatkan pemasukan yang diperlukan untuk menjaga dan mengembangkan fasilitas serta atraksi yang ada. Menurut Butler (1980) model siklus hidup destinasi wisata menunjukkan bahwa tahap perkembangan dan kematangan destinasi sangat bergantung pada jumlah kunjungan wisatawan.

Menurut Pindyck & Rubinfeld (2017) Penurunan tingkat kunjungan wisatawan ditinjau dari aspek persaingan pasar antar destinasi wisata, terutama dalam kerangka persaingan monopolistik. Dalam model persaingan monopolistik, setiap destinasi wisata bersaing untuk menarik wisatawan dengan menawarkan produk yang sedikit berbeda atau unik. Ketika satu destinasi tidak mampu lagi menawarkan keunikan atau kualitas yang diinginkan wisatawan, destinasi tersebut akan mengalami penurunan tingkat kunjungan karena wisatawan cenderung beralih ke destinasi lain yang menawarkan pengalaman yang lebih baik atau baru. Selain itu, faktor internal seperti kurangnya inovasi dalam atraksi wisata, pelayanan yang buruk, dan harga yang tidak kompetitif juga dapat berkontribusi terhadap penurunan kunjungan wisatawan.

Harga merupakan salah satu faktor utama yang mempengaruhi keputusan wisatawan dalam memilih destinasi. Wisatawan cenderung mempertimbangkan biaya keseluruhan perjalanan termasuk transportasi, akomodasi, dan atraksi wisata. Menurut Kotler & Keller (2006) harga yang kompetitif dapat menarik lebih banyak wisatawan, sementara harga yang terlalu tinggi tanpa peningkatan kualitas yang sepadan dapat mengurangi minat wisatawan untuk berkunjung. Penelitian oleh Nicolau & Más (2006) juga menunjukkan bahwa wisatawan cenderung lebih memilih destinasi yang menawarkan nilai terbaik untuk uang mereka, di mana kualitas pengalaman yang ditawarkan sebanding dengan biaya yang dikeluarkan.

Harga tiket memiliki pengaruh besar terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Harga yang terlalu tinggi dapat mengurangi minat wisatawan, sementara harga yang terlalu rendah dapat mengurangi pendapatan dan mungkin juga mengesankan kualitas yang lebih rendah. Oleh karena itu, penting bagi pengelola destinasi wisata untuk menemukan keseimbangan harga yang tepat untuk menarik wisatawan tanpa mengorbankan keuntungan.

Selain itu atraksi wisata yang menarik dan unik merupakan daya tarik utama bagi wisatawan. Atraksi yang bervariasi dan berkualitas tinggi dapat meningkatkan daya tarik suatu destinasi dan mendorong kunjungan yang berulang. Menurut penelitian oleh Richards & Wilson (2006) keberadaan atraksi yang autentik dan interaktif dapat meningkatkan kepuasan wisatawan, inovasi dan pembaruan atraksi secara berkala juga penting untuk dilakukan guna menjaga minat dan antusiasme wisatawan. Hal ini dapat mendorong mereka untuk merekomendasikan destinasi tersebut kepada orang lain, sehingga akan tercipta citra yang baik di mata calon wisatawan. *Word of mouth* yang baik antar wisatawan dan calon wisatawan juga akan terus berjalan dengan baik sehingga kunjungan wisatawan akan berjalan stabil.

Penelitian mengenai topik ini menarik untuk dilakukan karena memberikan wawasan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan destinasi wisata dan bagaimana destinasi dapat beradaptasi dan bersaing dalam pasar yang dinamis. Pemahaman yang mendalam tentang hubungan antara harga, atraksi, dan kualitas layanan dengan tingkat kunjungan wisatawan dapat membantu pengelola destinasi

dan pemangku kepentingan untuk membuat keputusan strategis yang lebih baik. Selain itu, penelitian ini juga relevan dalam konteks pengembangan pariwisata berkelanjutan yang bertujuan untuk memaksimalkan manfaat ekonomi sambil meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan dan masyarakat lokal.

Kajian Pustaka dan Landasan Teori

Kajian pustaka atau studi literatur adalah kegiatan untuk menelusuri dan mengkaji karya-karya penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang dilakukan. Penelitian oleh Anggono (2018) dengan judul “Pengaruh Harga dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung (Survei pada Pengunjung Wisata Paralayang, Kota Batu)”. Penelitian ini menggunakan pendekatan *explanatory research* dengan analisis regresi linier berganda dan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah wisatawan paralayang yang menggunakan produk utama wisata di Kota Batu. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non probability sampling dengan metode purposive sampling. Hasil uji t menunjukkan bahwa harga dan *word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung, dan pengujian F-test menunjukkan model analisis regresi yang signifikan.

Penelitian oleh Abdulhaji & Yusuf (2016) dengan judul “Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas, dan Fasilitas Terhadap Citra Objek Wisata Danau Tolire Besar di Kota Ternate”. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif dengan mengumpulkan data primer melalui kuesioner yang disebar kepada 100 pengunjung Danau Tolire Besar. Hasilnya menunjukkan bahwa implementasi atraksi, aksesibilitas, fasilitas, dan citra objek wisata tersebut dinilai baik, dan uji hipotesis menunjukkan bahwa atraksi, aksesibilitas, dan fasilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap citra objek wisata Tolire Besar.

Penelitian oleh Bolang et al., (2021) dengan judul “Pengaruh Electronic Word of Mouth, Lokasi dan Harga Tiket Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan pada Makatete Hill’s Desa Warembungan”. Dalam penelitian ini, 100 responden dipilih menggunakan teknik *non probability sampling* dan formula Slovin dari populasi sebanyak 60.294 orang. Analisis data meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, analisis regresi linier berganda, uji koefisien determinan, uji F, dan uji t. Hasilnya menunjukkan bahwa secara keseluruhan, E-WOM, lokasi, dan harga tiket memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan. Berdasarkan koefisien determinasi, variabel-variabel tersebut memiliki pengaruh sebesar 86,5% terhadap minat berkunjung wisatawan, menunjukkan hubungan yang sangat kuat.

Menurut Kotler & Kevin (2002) harga diartikan sebagai “total uang yang ditagihkan untuk suatu produk dan jasa”, sehingga harga bisa disebut sebagai total dari nilai yang dipertukarkan konsumen untuk menggunakan produk dan jasa yang bersangkutan atau yang mempunyai manfaat untuk konsumen itu sendiri. Menurut Kotler & Armstrong (2012), ada empat indikator yang digunakan dalam keputusan penentuan harga yang peneliti jadikan sebagai indikator pada variabel harga tiket dalam penelitian ini, yaitu: keterjangkauan harga, merupakan kemampuan daya beli konsumen atas produk yang dibelinya. Kesesuaian harga dengan kualitas produk, kualitas produk yang diperoleh sebanding dengan atau bahkan lebih besar dari nilai uang yang dikeluarkan, daya saing harga, kemampuan dalam menentukan harga yang didapat dengan harga produk yang lain, kesesuaian harga dengan manfaat,

yaitu manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkan produk yang dibelinya.

Menurut Chairany & Darsini (2022), atraksi wisata pada dasarnya terbagi menjadi 3 kriteria yang kemudian peneliti jadikan sebagai indikator dalam penelitian ini. Berikut lebih jelasnya: Atraksi wisata natural merupakan daya tarik yang alami ciptaan Tuhan Yang Maha Esa, seperti pantai, gunung, danau, sungai, laut, dan lain-lain, atraksi wisata culture terdiri atas jasa pertunjukan, event tradisional, festival budaya yang dapat menjadi daya tarik wisata unik dan khas dari tiap-tiap daerah, atraksi wisata man-made adalah segala daya tarik wisata yang merupakan hasil kreasi manusia untuk menarik minat wisatawan. Atraksi wisata man-made dapat berupa: Taman bermain (*theme park*), seperti trans studio, museum, taman safari, taman hiburan seperti dufan (dunia fantasi), sirkuit balap, dan pelayanan pameran.

Dalam penelitian ini, peneliti menetapkan indikator-indikator yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen menurut pendapat Kotler & Keller (2002), terdapat empat faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen atau yang dalam hal ini yang lebih peneliti maksudkan yaitu keputusan pembelian wisatawan, yakni diantaranya:

1) Faktor Kebudayaan

Faktor kebudayaan merupakan hal yang kompleks, yang meliputi ilmu pengetahuan, kepercayaan, seni, moral, adat, kebiasaan, dan norma-norma yang paling berlaku pada masyarakat. Faktor budaya mempunyai pengaruh yang paling meluas dan mendalam terhadap perilaku konsumen. Kita akan melihat peranan yang dimainkan oleh kebudayaan, sub kebudayaan dan kelas sosial pembeli.

2) Faktor Sosial

Faktor sosial seperti kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status sosial terdiri dari semua kelompok yang mempunyai pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap pendirian atau perilaku seseorang di tempat orang tersebut berinteraksi. Posisi orang dalam setiap kelompok dapat didefinisikan dalam istilah peran atau status dalam banyak kelompok seperti keluarga, klub, dan organisasi. Faktor Pribadi, Keputusan seorang pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi, yaitu usia pembeli dan tahap siklus hidup pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup serta kepribadian dan konsep pribadi pembeli. Faktor Psikologis, Pilihan membeli seseorang dipengaruhi oleh empat factor psikologis utama yaitu motivasi, persepsi, pengetahuan, kepercayaan dan pendirian.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian inferensial. Teknik pengumpulan data yaitu dengan penyebaran kuesioner. Populasi dalam penelitian ini mencakup semua wisatawan yang berkunjung ke Destinasi Wisata D'Gonggres Bilebante Lombok Tengah dengan jumlah tak terbatas atau tak ditentukan, sedangkan sampelnya diambil dengan teknik *non probability sampling* yaitu *accidental sampling*, dan berjumlah sebanyak 100 orang wisatawan. Jenis dan sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, dan uji hipotesis.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil uji didapatkan hasil bahwa setiap butir instrument dalam penelitian ini dapat dinyatakan valid, karena berdasarkan hasil hitungnya didapatkan bahwa nilai r hitung lebih besar dari r tabel. Hasil ujinya disajikan pada tabel berikut.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel X1 dan X2

Item	r hitung	r tabel	Sig.	Kriteria
X1_01	0,829	0,1966	0,000	Valid
X1_02	0,790	0,1966	0,000	Valid
X1_03	0,729	0,1966	0,000	Valid
X1_04	0,852	0,1966	0,000	Valid
X2_01	0,808	0,1966	0,000	Valid
X2_02	0,780	0,1966	0,000	Valid
X2_03	0,773	0,1966	0,000	Valid
X2_04	0,782	0,1966	0,000	Valid
X2_05	0,791	0,1966	0,000	Valid

Sumber: Data diolah, 2024

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Y

Item	r hitung	r tabel	Sig.	Kriteria
Y_01	0,884	0,1966	0,000	Valid
Y_02	0,782	0,1966	0,000	Valid
Y_03	0,776	0,1966	0,000	Valid
Y_04	0,711	0,1966	0,000	Valid
Y_05	0,738	0,1966	0,000	Valid

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan hasil uji didapatkan hasil bahwa setiap variabel penelitian, baik itu Harga Tiket (X1), Atraksi Wisata (X2), dan Keputusan Berkunjung Wisatawan (Y) memiliki nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0,6. Hal ini menunjukkan bahwa setiap variabel yang diuji tersebut reliabel. Hasil ujinya dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas Variabel

Variabel	<i>Raliabilitas Coefficient</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	Kriteria
Harga Tiket (X1)	4	0,813	Reliabel
Atraksi Wisata (X2)	5	0,846	Reliabel
Keputusan Berkunjung wisatawan (Y)	5	0,836	Reliabel

Sumber: Data primer diolah 2024

Hasil Uji Asumsi Klasik

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan uji Kolmogorov-smirnov dapat dilihat bahwa nilai signifikansi (p-value) sebesar 0,041, yang dimana lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa metode regresi layak digunakan karena dianggap sesuai dan memenuhi asumsi normalitas, atau dengan kata lain, distribusi data penelitian terdistribusi secara normal.

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas Menggunakan Uji Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Unstandardized Residual	
N		100	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	1.82461204	
Most Extreme Differences	Absolute	.091	
	Positive	.091	
	Negative	-.088	
Test Statistic		.091	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.041	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	.040	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.035
		Upper Bound	.045

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Hasil Uji Normalitas menggunakan SPSS 25 (2024)

Berdasarkan hasil uji Multikolinieritas dapat dilihat bahwa nilai VIF pada setiap variabel indepenen itu <10, maka dengan itu tidak terjadi multikolinieritas antar variabel independen dalam satu model regresi berganda.

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.925	1.165		2.511	.014		
	Harga Tiket	.369	.110	.303	3.345	.001	.420	2.381

Atraksi Wisata	.543	.088	.561	6.186	<.001	.420	2.381
----------------	------	------	------	-------	-------	------	-------

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung Wisatawan
 Sumber: Hasil Uji menggunakan SPSS 25 (2024)

Berdasarkan hasil uji Heteroskedastisitas yaitu dengan uji Glajser dapat dilihat bahwa nilai signifikansi antar variabel X1 dengan absolut residual sebesar $0,977 > 0,05$ dan X2 sebesar $0,376 > 0,05$, maka tidak terjadi Heteroskedastisitas.

Tabel 6. Hasil Uji Glajser

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.925	1.165		2.511	.014		
	Harga Tiket	.369	.110	.303	3.345	.001	.420	2.381
	Atraksi Wisata	.543	.088	.561	6.186	<.001	.420	2.381

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung Wisatawan
 Sumber: Hasil Uji Multikolinieritas menggunakan SPSS 25 (2024)

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda didapatkan bahwa setiap variabel independen memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 7. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.925	1.165		2.511	.014
	Harga Tiket	.369	.110	.303	3.345	.001
	Atraksi Wisata	.543	.088	.561	6.186	<.001

Dependent Variable: Keputusan Berkunjung Wisatawan
 Sumber: Hasil Uji Regresi Linier Berganda dengan SPSS 25 (2024)

Persamaan regresi yang dihasilkan adalah:
 $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$
 $Y = 2,925 + 0,369 X_1 + 0,543 X_2 + e$

Dari hasil persamaan yang didapatkan diatas, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut: a. Dari persamaan regresi diatas dapat diinterpretasikan bahwa nilai konstanta 2,925 satuan, artinya jika variabel Harga Tiket (X1) dan Atraksi Wisata (X2) diasumsikan sama dengan nol, maka Keputusan Berkunjung Wisatawan bernilai 2,925 satuan. b. Koefisien Harga Tiket (X1) sebesar 0,369 satuan, artinya setiap peningkatan variabel Harga Tiket sebesar 1 satuan berarti variabel Keputusan Berkunjung Wisatawan meningkat sebesar 0,369 satuan dengan asumsi variabel lain dianggap konstan. c. Koefisien Atraksi Wisata (X2) sebesar 0,543 satuan, artinya setiap peningkatan variabel Atraksi Wisata sebesar 1 satuan berarti variabel Keputusan Berkunjung Wisatawan meningkat sebesar 0,543 satuan dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.

Hasil Uji Hipotesis

Hasil Uji T (Parsial) Hasil uji X1 terhadap Y bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel X1 terhadap Y. Hal ini dibuktikan dengan nilai *t* hitung lebih besar dari *t* tabel 10,580>1,985 dengan nilai signifikansi 0,001<0,05. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa hipotesis Ha1 yang menyatakan variabel Harga Tiket (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Berkunjung Wisatawan (Y) dapat diterima dan hipotesis Ho1 yang menyatakan tidak terdapatnya pengaruh ditolak. Berikut tabel hasil ujinya.

Tabel 8. Hasil Uji T X1 Terhadap Y

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.353	1.288		4.154	<.001
	Harga Tiket	.889	.084	.730	10.580	<.001

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung Wisatawan
 Sumber: Hasil uji t variabel X1 terhadap Y menggunakan SPSS 25 (2024)

Hasil uji X2 terhadap Y bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel X2 12,825>1,985 terhadap Y. Hal ini dibuktikan dengan nilai *t* hitung lebih besar dari *t* tabel 12,825>1,985 dengan nilai signifikansi 0,001<0,05. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa hipotesis Ha2 yang menyatakan variabel Atraksi Wisata (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Berkunjung Wisatawan (Y) dapat diterima dan hipotesis Ho2 yang menyatakan tidak terdapatnya pengaruh ditolak. Berikut tabel hasil ujinya.

Tabel 9. Hasil Uji T X2 Terhadap Y

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.269	1.149		3.716	<.001
	Atraksi Wisata	.767	.060	.792	12.825	<.001

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung Wisatawan

Sumber: Hasil uji t variabel X₂ terhadap Y menggunakan SPSS 25 (2024)

Berdasarkan tabel hasil uji F (simultan) dapat dinyatakan bahwa variabel X₁ dan X₂ secara bersamaan (simultan) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y, dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ dan nilai *f* hitang lebih besar dari *f* tabel yaitu $96,384 > 3,09$. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa hipotesis Ha₃ yang menyatakan variabel Harga Tiket (X₁) dan variabel Atraksi Wisata (X₂) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Berkunjung Wisatawan (Y) dapat diterima dan hipotesis Ho₃ yang menyatakan tidak terdapatnya pengaruh ditolak. Berikut tabel hasil ujinya.

Tabel 10. Uji F ANOVA

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	654.998	2	327.499	96.384	<.001 ^b
	Residual	329.592	97	3.398		
	Total	984.590	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung Wisatawan

b. Predictors: (Constant), Atraksi Wisata, Harga Tiket

Sumber: Hasil uji f menggunakan SPSS 25 (2024)

Hasil uji koefisien determinasi atau R Square bahwa dipengaruhi nilai R Square sebesar 0,665/ 66.5%. Semakin besar angka R Square maka akan semakin tinggi kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat. Berikut hasil ujinya.

Tabel 11. Hasil Uji R^2

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.816 ^a	.665	.658	1.84333

a. Predictors: (Constant), Atraksi Wisata, Harga Tiket

Sumber: Hasil uji koefisien determinan menggunakan SPSS 25 (2024).

Pembahasan

Pengaruh Variabel Harga Tiket (X_1) Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan (Y) Berdasarkan hasil uji t, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara harga tiket (X_1) terhadap keputusan berkunjung wisatawan (Y). Nilai signifikansi pengaruh sebesar 0,001, yang lebih rendah dari taraf signifikansi yang ditetapkan sebelumnya, yaitu 0,05. Selain itu, nilai t hitung yang diperoleh, yaitu 10,580, juga melebihi nilai t tabel yang telah ditentukan, yaitu 1,985. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa hipotesis nol (H_{01}) yang menyatakan tidak adanya pengaruh antara harga tiket terhadap keputusan berkunjung wisatawan ditolak, sedangkan hipotesis alternatif (H_{a1}) diterima. b. Pengaruh Atraksi Wisata (X_2) Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan (Y). Berdasarkan hasil uji t, diperoleh nilai signifikansi pengaruh antara atraksi wisata (X_2) terhadap keputusan berkunjung wisatawan (Y) sebesar 0,001, yang lebih rendah dari taraf signifikansi yang ditetapkan, yaitu 0,05. Selain itu, nilai t hitung yang diperoleh, yaitu 12,825, juga jauh lebih besar daripada nilai t tabel, yang sebesar 1,985. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hipotesis nol (H_{02}) yang menyatakan tidak adanya pengaruh antara atraksi wisata terhadap keputusan berkunjung wisatawan ditolak, sementara hipotesis alternatif (H_{a2}) diterima. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara atraksi wisata terhadap keputusan berkunjung wisatawan.

Interpretasi dari hasil uji pada penelitian ini adalah bahwa atraksi wisata memiliki peran yang penting dalam menentukan keputusan wisatawan untuk berkunjung. Dengan nilai t hitung yang tinggi dan signifikansi yang rendah, dapat disimpulkan bahwa variabel atraksi wisata memiliki pengaruh yang kuat dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Artinya, ketertarikan wisatawan terhadap atraksi-atraksi yang ditawarkan oleh suatu destinasi wisata memiliki dampak yang besar dalam menarik mereka untuk mengunjungi destinasi tersebut. Oleh karena itu, pengelola destinasi wisata perlu memperhatikan dan meningkatkan kualitas serta variasi atraksi wisata yang ditawarkan guna meningkatkan daya tarik destinasi tersebut bagi wisatawan. a. Pengaruh Variabel Harga Tiket (X_1) dan Atraksi Wisata (X_2) secara Simultan Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan (Y), Dari tabel hasil uji f di atas, ditemukan bahwa signifikansi pengaruh harga tiket (X_1) dan atraksi wisata (X_2) terhadap keputusan berkunjung wisatawan (Y) adalah 0,001, yang lebih rendah dari taraf signifikansi yang ditetapkan, yaitu 0,05. Selain itu, nilai f hitung yang diperoleh, yaitu 96,384, juga melebihi nilai f tabel, yang sebesar 3,09. Dengan demikian, hipotesis nol (H_{03}) yang menyatakan tidak adanya pengaruh simultan antara harga tiket (X_1) dan atraksi wisata (X_2) terhadap keputusan berkunjung wisatawan ditolak, sementara

hipotesis alternatif (Ha3) diterima. Ini menandakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara harga tiket (X1) dan atraksi wisata (X2) terhadap keputusan berkunjung wisatawan (Y).

Interpretasi dari hasil ini adalah bahwa dalam mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan, baik harga tiket maupun atraksi wisata berperan penting secara bersama-sama. Artinya, ketika harga tiket dan kualitas atraksi wisata dikelola dengan baik dan menarik, maka kemungkinan besar wisatawan akan cenderung untuk mengunjungi destinasi wisata tersebut. Oleh karena itu, dalam upaya meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, pengelola destinasi wisata perlu memperhatikan baik faktor harga tiket maupun faktor atraksi wisata secara komprehensif agar dapat memberikan pengalaman yang memuaskan bagi pengunjung dan meningkatkan daya tarik destinasi tersebut secara keseluruhan.

Simpulan dan Saran

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan, hasil analisis dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut: Hasil uji pengaruh harga tiket terhadap keputusan berkunjung wisatawan menunjukkan bahwa berdasarkan variabel uji t (parsial) variabel harga tiket memperoleh nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai t hitung $(10,580) > t$ tabel $(1,985)$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel harga tiket berpengaruh secara signifikan terhadap variabel keputusan berkunjung wisatawan. Hasil uji pengaruh atraksi wisata terhadap keputusan berkunjung wisatawan menunjukkan bahwa berdasarkan uji t (parsial) variabel atraksi wisata memperoleh nilai signifikansi sebesar $0,001 > 0,05$ dan nilai t hitung $(12,825) > t$ tabel $(1,985)$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel atraksi wisata berpengaruh secara signifikan terhadap variabel keputusan berkunjung wisatawan. Berdasarkan hasil uji f (simultan) diperoleh bahwa f hitung $> f$ tabel yaitu $96,384 > 3,09$ maka hipotesis penelitian yang menyatakan “diduga terdapat pengaruh positif yang signifikan antara variabel harga tiket (X1) dan atraksi wisata (X2) terhadap keputusan berkunjung wisatawan (Y)”. Hal ini menunjukkan bahwa kedua variabel X yaitu harga tiket dan juga atraksi wisata secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y yaitu keputusan berkunjung wisatawan. Saran Berdasarkan kesimpulan di atas, dapat dikemukakan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pengelola wisata maupun bagi pihak-pihak lain. Adapun saran yang diberikan, antara lain: 1. Diharapkan pengelola Wisata D'Gonggres dapat terus melakukan inovasi dan pengembangan atraksi wisata di destinasi mereka. Karena dalam penelitian ini, variabel Atraksi Wisata memiliki pengaruh dominan dalam memengaruhi Keputusan Berkunjung Wisatawan. Salah satu langkah yang dapat diambil adalah dengan memvariasikan dan memodifikasi atraksi yang sudah ada, sambil tetap memperhatikan keindahan dan estetika destinasi baik dalam kondisi aslinya maupun saat dipromosikan melalui media online. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan minat berkunjung wisatawan. 2. Mengingat variabel bebas dalam penelitian ini merupakan hal yang sangat penting dalam mempengaruhi Keputusan Berkunjung Wisatawan diharapkan hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan variabel-variabel lain yang merupakan variabel di luar variabel yang sudah diteliti.

Referensi

- Abdulhaji, S., & Yusuf, I. S. H. 2016. Pengaruh atraksi, aksesibilitas dan fasilitas terhadap citra objek wisata Danau Tolire Besar di Kota Ternate. *Humano: Jurnal Penelitian*, 7(2), 134–148.
- Anggono, A. J. 2018. Pengaruh Harga dan Word of Mouth terhadap Keputusan Berkunjung (Survei pada Pengunjung Wisata Paralayang Kota Batu). (*Doctoral dissertation*, Universitas Brawijaya).
- Bolang, E. H., Mananeke, L., & Lintong, D. C. A. (2021). Pengaruh Electronic Word of Mouth, Lokasi Dan Harga Tiket Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Pada Makatete Hill's Desa Warembungan. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(1), 1360–1370.
- Bramwell, B., & Lane, B. 1993. Sustainable Tourism: An Evolving Global Approach. *Journal of sustainable tourism*, 1(1), 1–5.
- Butler, R. W. 1980. The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources. *Canadian Geographer*, 24(1), 5–12.
- Chairany S., P. S. E., & Darsini, P. 2022. Dasar-Dasar Usaha Layanan Pariwisata (W. Rahayu, Ed.). Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi.
- Dwyer, L., & Forsyth, P., 2006. *International Handbook on the Economics of Tourism*. Amerika Serikat: Edward Elgar Publishing.
- Kotler, P., & Amstrong, G. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jilid 1 Edisi 13. Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama.
- Kotler, P., & Keller, K.L. 2002. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L., 2006. *Marketing Management*, 12th ed. Prentice Hall.
- Nicolau, J. L., & Más, F. J. 2006. The Influence of Distance and Prices on the Choice of Tourist Destinations: The Moderating Role of Motivations. *Tourism Management*, 27(5), 982–996.
- Pindyck, R. S., & Rubinfeld, D. L. *Micro Economics*. Pearson.
- Richards, G., & Wilson, J. 2006. Developing Creativity in Tourist Experiences: A Solution to The Serial Reproduction of Culture? *Tourism Management*, 27(6), 1209–1223.