

Table Of Content

Journal Cover 2
Author[s] Statement 3
Editorial Team 4
Article information 5
 Check this article update (crossmark) 5
 Check this article impact 5
 Cite this article 5
Title page 6
 Article Title 6
 Author information 6
 Abstract 6
Article content 7

Academia Open

Vol 7 (2022): December

DOI: 10.21070/acopen.7.2022.3076 . Article type: (Business and Economics)

Originality Statement

The author[s] declare that this article is their own work and to the best of their knowledge it contains no materials previously published or written by another person, or substantial proportions of material which have been accepted for the published of any other published materials, except where due acknowledgement is made in the article. Any contribution made to the research by others, with whom author[s] have work, is explicitly acknowledged in the article.

Conflict of Interest Statement

The author[s] declare that this article was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Copyright Statement

Copyright © Author(s). This article is published under the Creative Commons Attribution (CC BY 4.0) licence. Anyone may reproduce, distribute, translate and create derivative works of this article (for both commercial and non-commercial purposes), subject to full attribution to the original publication and authors. The full terms of this licence may be seen at <http://creativecommons.org/licences/by/4.0/legalcode>

EDITORIAL TEAM

Editor in Chief

Mochammad Tanzil Multazam, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Managing Editor

Bobur Sobirov, Samarkand Institute of Economics and Service, Uzbekistan

Editors

Fika Megawati, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Mahardika Darmawan Kusuma Wardana, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Wiwit Wahyu Wijayanti, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Farkhod Abdurakhmonov, Silk Road International Tourism University, Uzbekistan

Dr. Hindarto, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Evi Rinata, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

M Faisal Amir, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Dr. Hana Catur Wahyuni, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Complete list of editorial team ([link](#))

Complete list of indexing services for this journal ([link](#))

How to submit to this journal ([link](#))

Article information

Check this article update (crossmark)



Check this article impact (*)



Save this article to Mendeley



(*) Time for indexing process is various, depends on indexing database platform

Factors Affecting Tourists' Revisit Decision: A Quantitative Analysis

Pengaruh Faktor-faktor terhadap Keputusan Wisatawan untuk Kembali: Analisis Kuantitatif

Abdul Kodir, kodirabdul777@gmail.com, (0)

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Asat Rizal, asatrizal@umsida.ac.id, (1)

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

⁽¹⁾ Corresponding author

Abstract

This quantitative research study aimed to investigate the impact of travel attraction, facility, price, and accessibility on tourists' decision to revisit Banyubiru Pasuruan. The sample comprised 95 visitors to Banyubiru Pasuruan, and path analysis using SPSS software version 18.00 was employed as the analytical tool. The findings revealed that travel attraction, facility, price, and accessibility individually exerted a partial influence on the decision to revisit, while collectively, they significantly affected tourists' decision to revisit Banyubiru Pasuruan. These results contribute to the understanding of the factors influencing tourists' decision-making process and have important implications for destination management and marketing strategies aimed at enhancing visitor satisfaction and fostering repeat visits.

Highlights:

- Factors influencing tourist decision: Explore the key factors that impact tourists' decision to revisit Banyubiru Pasuruan.
- Quantitative analysis: Employ a rigorous quantitative approach to examine the relationships between travel attraction, facility, price, accessibility, and tourist revisit decision.
- Implications for destination management: Provide valuable insights for destination managers to enhance visitor satisfaction and develop effective marketing strategies for encouraging repeat visits to Banyubiru Pasuruan.

Keywords: Tourist decision, Revisit, Quantitative analysis, Factors, destination

Published date: 2022-12-26 00:00:00

Pendahuluan

Pariwisata merupakan salah satu sumber devisa negara tertinggi setelah migas dimana nantinya akan berpengaruh terhadap pembangunan perekonomian negara. Tak hanya itu tempat wisata disuatu daerah juga akan mempengaruhi dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan di daerah sekitar tempat wisata tersebut. Bila jumlah kunjungan yang semakin meningkat, penduduk lokal memperoleh penghasilan dengan berjualan makanan dan minuman serta melalui jasa angkutan di sekitar lokasi tersebut serta pendapatan pemerintah akan meningkat apabila banyak wisatawan yang berkunjung untuk menikmati keindahan obyek wisata banyu biru. Hal ini diperoleh melalui penjualan tiket masuk ke obyek wisata tersebut [1]. Oleh karena itu pengembangan industri pariwisata menjadi salah satu strategi untuk mempromosikan wilayah tertentu sebagai daerah wisata untuk meningkatkan perdagangan di daerah tersebut, terutama di Kabupaten

Pasuruan. Pada penelitian ini dilakukan di pemandian alam Banyubiru yang terletak di kabupaten Pasuruan. Pemandian ini memiliki air yang sangat jernih ditambah pohon-pohon yang rindang disekitarnya. Selain memiliki pemandangan yang indah, pemandian ini menjadi habitat spesies ikan tombro jadi pengunjung bisa berenang dengan para ikan tersebut. Berbagai fasilitas disediakan pengelola untuk menunjang kegiatan berwisata, seperti kamar mandi, tempat makan, dan tempat sampah yang tersebar di berbagai sudut. Untuk harga tiketnya pengunjung perlu membayar Rp 5.000 untuk senin sampai jum'at dan Rp 15.000 untuk sabtu dan minggu. Kemudian aksesibilitasnya cukup memprihatinkan dimana jalan untuk menuju ke Banyubiru tersebut kondisinya rusak parah, dan daerah tersebut banyak kasus pencurian motor. Dimana hal ini membuat pengunjung berfikir duakali untuk mengunjungi wisata tersebut. Tapi pada kenyataannya tidak terlalu mempengaruhi jumlah pengunjung. Berikut ini adalah data pengunjung Banyubiru yang didapat dari dinas pariwisata kabupaten Pasuruan.

Tahun	Wisatawan Mancanegara	Wisatawan Nusantara	Total
2014	40	78.742	78.782
2015	24	81.443	81.467
2016	18	96.149	96.167
2017	47	75.814	75.861
2018	18	95.980	95.998

Table 1. Jumlah Pengunjung Pemandian Alam Banyubiru Pasuruan Tahun 2014-2018 Dinas Pariwisata Kabupaten Pasuruan 2019

Dilihat dari tabel jumlah pengunjung pertahun yang diperoleh di dinas pariwisata terlihat bahwa jumlah pengunjung dari tahun 2014 sampai 2016 mengalami kenaikan. Hanya ditahun 2017 mengalami penurunan sebesar 21% dan naik kembali ditahun 2018 dimana jumlah pengunjungnya sebesar 95.998 orang. Oleh karena itu penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana Banyubiru bisa mempertahankan jumlah pengunjungnya.

Berdasarkan penjelasan diatas perlu dilakukan penelitian kembali dengan objek yang berbeda maka dalam penelitian ini penulis mengambil judul "Pengaruh Daya Tarik, Fasilitas, Harga, Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali Di Pemandian Alam Banyubiru Kabupaten Pasuruan."

Metode Penelitian

A. Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Jenis penelitian ini termasuk jenis penelitian survey yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat untuk pengumpul data utamanya. Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan [2].

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di wisata pemandian alam banyubiru yang terletak di desa Sumpersari kecamatan Winongan kabupaten Pasuruan provinsi Jawa Timur.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik

tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan [3] Populasi dalam penelitian ini adalah turis lokal yang pernah berkunjung di Banyubiru Pasuruan minimal 2 kali dimana jumlahnya tidak diketahui.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh sebuah populasi [3]. Sampel ini diambil karena tidak mungkin harus meneliti semua populasi, maka dari itu sampel sendiri berfungsi untuk mewakili suatu populasi. Teknik sampling yang digunakan melalui pendekatan *Nonprobability sampling* dengan menggunakan teknik *purposive Sampling*, dimana teknik ini menentukan sampelnya dengan pertimbangan tertentu. Yaitu turis lokal yang pernah mengunjungi Banyubiru minimal 2 kali.

Karena populasi dalam penelitian ini tidak diketahui, jumlah sampel adalah 5 kali dari jumlah item pertanyaan atau pernyataan yang terdapat di kuesioner. Indikator dalam penelitian ini terdiri dari 4 variabel bebas dan 1 variabel terikat. Total pernyataan dalam penelitian ini adalah 19 pernyataan, sehingga minimal ukuran sampel penelitian ini adalah $19 \times 5 = 95$ Jadi jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 95 responden. [4]

D. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu kuantitatif, data kuantitatif adalah data berupa angka yang analisisnya menggunakan statistik.[5]

2. Sumber Data

Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yakni data primer dan data sekunder.

1. Data primer dalam penelitian ini meliputi data dari responden berupa kuesioner mengenai Daya Tarik, Fasilitas, Harga tiket, Aksesibilitas dan Keputusan Berkunjung Kembali.
2. Data sekunder dalam penelitian ini didapatkan dari pengelola wisata berupa data jumlah pengunjung

E. Teknik Pengumpulan Data

Ada beberapa cara dalam pengumpulan data di penelitian ini yaitu sebagai berikut:

a. Wawancara (*Interview*)

Wawancara ini merupakan proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian melalui tanya jawab secara langsung dengan pihak pengelola wisata Banyubiru ini.

b. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner dalam penelitian ini diberikan kepada para pengunjung yang termasuk dalam sampel dan dimaksudkan untuk menggali data, baik data untuk variabel (X) maupun variabel (Y).

c. Observasi

Metode observasi ini dilakukan dengan cara mengadakan pengamatan secara langsung keadaan yang ada dilapangan dan melakukan pencatatan dokumen-dokumen dan hal-hal lain yang menunjang penelitian.

F. Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Pada hal ini pengujian data dapat diukur melalui program SPSS (*Statistical Package for the Social Science*) versi 18.0.

G. Kerangka Konseptual

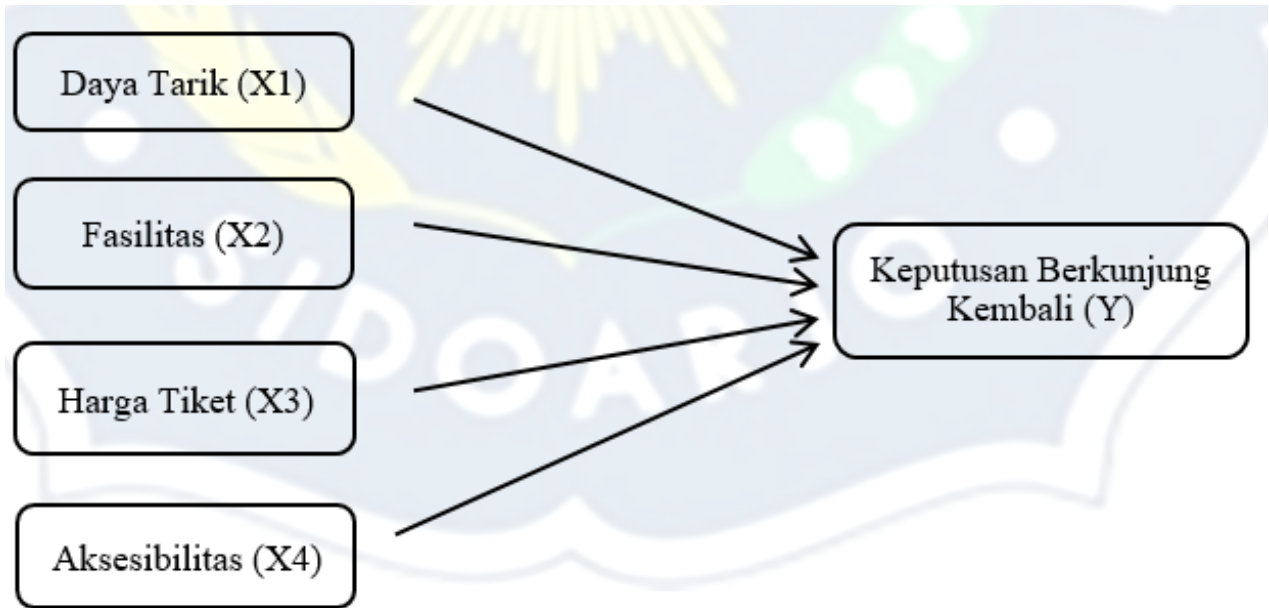


Figure 1. Kerangka Konseptual Secara Parsial

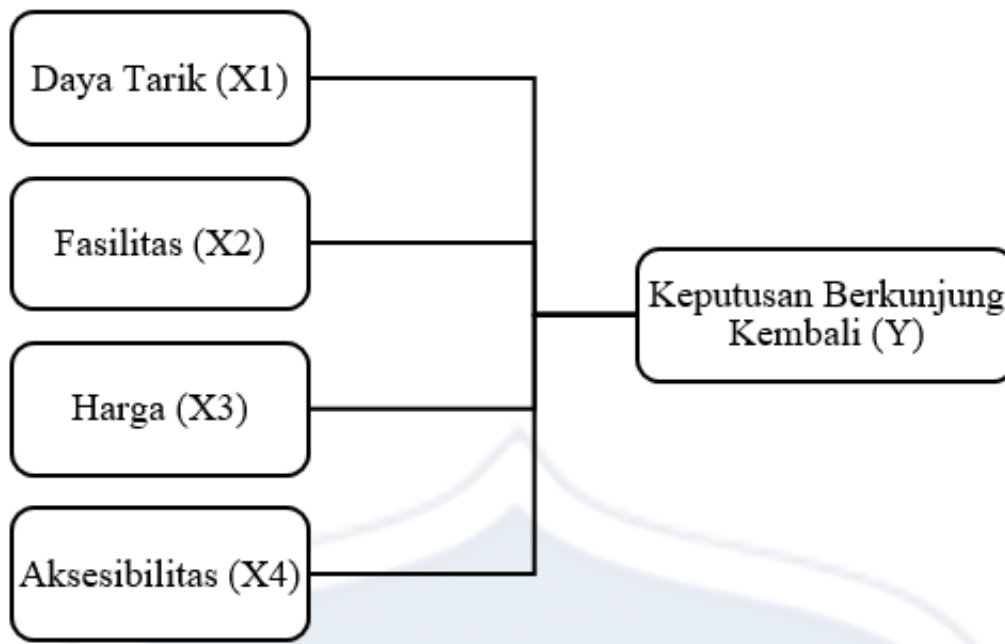


Figure 2. Kerangka Konseptual Secara Parsial

H. Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah dan pokok permasalahan di atas, maka di ajukan hipotesis sebagai berikut:

H₁ = Daya tarik, Fasilitas, Harga dan Aksesibilitas memiliki pengaruh secara parsial terhadap keputusan berkunjung kembali.

H₂ = Daya tarik, Fasilitas, Harga dan Aksesibilitas memiliki pengaruh secara simultan terhadap keputusan berkunjung kembali.

Hasil dan Pembahasan

Hasil

A. Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,415	2,132		,195	,846
	TOTAL.X1	,501	,109	,390	4,579	,000
	TOTAL.X2	,472	,143	,276	3,302	,001
	TOTAL.X3	,197	,095	,172	2,084	,040
	TOTAL.X4	,228	,111	,162	2,063	,042

a. Dependent Variable: TOTAL.Y

Table 2. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Berdasarkan hasil analisis regresi diatas didapat penurunan model regresi linier beganda sebagai berikut :

$$Y = 0,415 + 0,501 X_1 + 0,472 X_2 + 0,197 X_3 - 0,228 X_4 + e$$

Berdasarkan persamaan diatas dapat dijabarkan Konstanta sebesar 0,415, artinya apabila daya tarik wisata, aksesibilitas, fasilitas, harga tidak ada atau nilainya adalah 0, maka keputusan wisatawan berkunjung nilainya sebesar 0,415.

B. Uji Hipotesis

1. Uji Parsial

Coefficients						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,415	2,132		,195	,846
	TOTAL.X1	,501	,109	,390	4,579	,000
	TOTAL.X2	,472	,143	,276	3,302	,001
	TOTAL.X3	,197	,095	,172	2,084	,040
	TOTAL.X4	,228	,111	,162	2,063	,042

a. Dependent Variable: TOTAL.Y

Table 3. Hasil Uji t

Dilihat dari tabel output SPSS dapat disimpulkan bahwa

1. Pada variabel Daya Tarik nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan t hitung sebesar $4,579 > 1,98525$ maka dapat disimpulkan Daya Tarik berpengaruh secara parsial terhadap keputusan berkunjung kembali.
2. Pada variabel Fasilitas nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ dan t hitung sebesar $3,302 > 1,98525$ maka dapat disimpulkan fasilitas berpengaruh secara parsial terhadap keputusan berkunjung kembali.
3. Pada variabel Harga nilai signifikansi sebesar $0,040 < 0,05$ dan t hitung sebesar $2,084 > 1,98525$ maka dapat disimpulkan Harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan berkunjung kembali.
4. Pada variabel Aksesibilitas nilai signifikansi sebesar $0,042 < 0,05$ dan t hitung sebesar $2,063 > 1,98525$ maka dapat disimpulkan Daya Tarik berpengaruh secara parsial terhadap keputusan berkunjung kembali.

2. Uji Simultan

ANOVA			
Model		Sum of Squares	df
1	Regression	334,633	4

	Residual	373,515	90
	Total	708,147	94
a. Predictors: (Constant), TOTAL.X4, TOTAL.X3, TOTAL.X2, TOTAL.X1			
b. Dependent Variable: TOTAL.Y			

Table 4. Hasil Uji Simultan

Dari output SPSS diatas dilihat bagwa F hitung sebesar 20,158 > F tabel 2,47 dan tingkat signifikan 0,00 < dari 0,05 maka dapat disimpulkan seluruh variabel bebas yakni daya tarik, fasilitas, harga, dan aksesibilitas berpengaruh secara simultan terhadap keputusan berkunjung kembali.

3. Koefisien Diterminasi

Model Summary					
Model		R	R Square	Adjusted Square	R Std. Error of the Estimate
dimension0	1	,687a	,473	,449	2,037
a. Predictors: (Constant), TOTAL_X4, TOTAL_X3, TOTAL_X2, TOTAL_X1					

Table 5. Koefisien Diterminasi

Dari hasil tampilan output SPSS *model summary* besarnya R square (R²) adalah 0,473. Hal ini berarti 47,3 % variabel terikat yaitu keputusan wisatawan berkunjung kembali (Y) dapat dijelaskan oleh keempat variabel bebas yang terdiri dari daya tarik wisata, fasilitas, harga dan aksesibilitas sedangkan sisanya 52,7 % dijelaskan oleh faktor yang lain diluar model.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian analisis data dapat disimpulkan beberapa hal tersebut :

1. Berdasarkan hasil dari pengujian hipotesis membuktikan bahwa daya tarik, fasilitas, harga tiket dan aksesibilitas secara parsial berpengaruh terhadap keputusan berkunjung kembali ke Banyubiru Parusuan.

1. Daya tarik berpengaruh secara parsial terhadap keputusan berkunjung kembali. Hal ini membuktikan bahwa Banyubiru memiliki daya tarik yang sesuai dengan apa yang diharapkan wisatawan. Hasil penelitian ini didukung penelitian lain yang [6] membuktikan bahwa daya tarik memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung kembali.
1. Fasilitas berpengaruh secara parsial terhadap keputusan berkunjung kembali. Hal ini menunjukkan bahwa fasilitas yang ditawarkan Banyubiru sudah sesuai dengan yang diinginkan wisatawan. Hal ini sejalan dengan penelitian penelitian lain [7] bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung kembali.
1. Harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan berkunjung kembali. Hal ini membuktikan bahwa harga yang sudah ditetapkan pemandian Banyubiru sesuai dengan yang diharapkan wisatawan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian lain [8] dimana diketahui bahwa harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian ulang.
1. Aksesibilitas berpengaruh secara parsial terhadap keputusan berkunjung kembali. Hal ini menunjukkan bahwa aksesibilitas menuju ke Banyubiru sesuai dengan keinginan wisatawan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian lain [9] dimana aksesibilitas melalui *customer satisfaction* berpengaruh terhadap keputusan berkunjung kembali.

2. Berdasarkan hasil dari pengujian hipotesis membuktikan bahwa daya tarik, fasilitas, harga tiket dan aksesibilitas secara parsial berpengaruh terhadap keputusan berkunjung kembali ke Banyubiru Parusuan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik daya tarik, fasilitas, harga dan aksesibilitas suatu objek wisata akan meningkatkan keinginan pengunjung untuk mengunjungi Banyubiru kembali.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian lain [10] bahwa secara simultan Daya tarik dan Aksesibilitas

berpengaruh secara simultan terhadap keputusan berkunjung kembali.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang dilakukan maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Daya tarik, fasilitas, harga tiket dan aksesibilitas secara parsial berpengaruh terhadap keputusan berkunjung kembali ke Banyubiru Parusuan.
2. Daya tarik, fasilitas, harga tiket dan aksesibilitas secara parsial berpengaruh terhadap keputusan berkunjung kembali ke Banyubiru Parusuan.

References

1. Rizal, A., Sumarik, & Zulfikar. (2017). Analisa Dampak Ekonomi, Sosial, Lingkungan Terhadap Pengembangan Objek Wisata Banyu Biru Di Desa Sumberejo, Winong, Pasuruan Jatim. 3(1), 58-67.
2. Wilarjo, S. B. (2014). Pengertian, Peranan, dan Perkembangan Bank Syariah di Indonesia. Igarss 2014.
3. Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D. Bandung: Alfabeta. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D. Bandung: Alfabeta. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
4. Suryani, S., & Rosalina, S. S. (2019). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderating. Administrasi Bisnis, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta, 04(1), 41-53.
5. Mill, J. S. (2011). A System of Logic, Ratiocinative and Inductive. In A System of Logic, Ratiocinative and Inductive. <https://doi.org/10.1017/cbo9781139149846>
6. Syahrul, A. R. (2014). Pengaruh Daya Tarik, Fasilitas Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Wisatawan Asing Berkunjung Kembali Ke Aloita Resort Di Kab. Kep. Mentawai. Jurnal Pelangi, 7(1), 71-82. <https://doi.org/10.22202/jp.v7i1.193>
7. Sugianto, & Merpaung, H. (2020). Pengaruh Word Of Mouth (WOM) , Daya Tarik Wisata , Dan Fasilitas Terhadap Minat Pemandian Air Panas Sumber Padi Kabupaten Batu Bara.
8. Yolanda Fanny. (2017). Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Objek Wisata Alahan Panjang Resort Danau Diatas Kabupaten Solok. Jurnal Manajemen Perhotelan, September.
9. Tantriana, D., & Widiartanto. (2019). Pengaruh Aksesibilitas , Experiential Marketing Dan Electronic Word Of Mouth (Ewom) Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali Melalui Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis.
10. Camelia, A., & Nova, B. (2020). Pengaruh Daya Tarik Dan Aksesitabilitas Terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung Kembali Pada Objek Wisata Pantai Gandoriah Di Kota Pariaman. 2(1), 31-50.