

**PENGARUH AKSESIBILITAS, FASILITAS, DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN WISATAWAN BERKUNJUNG DI OBJEK WISATA
KAMPUNG IWAK KALANGANYAR SEDATI SIDOARJO**

SKRIPSI



Oleh :

SYAFIRUR RIZAL
1912111067/FEB/MA

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA SURABAYA
2023**

**PENGARUH AKSESIBILITAS, FASILITAS, DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN WISATAWAN BERKUNJUNG DI OBJEK WISATA
KAMPUNG IWAK KALANGANYAR SEDATI SIDOARJO**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen**

Oleh :

**SYAFIRUR RIZAL
1912111067/FEB/MA**

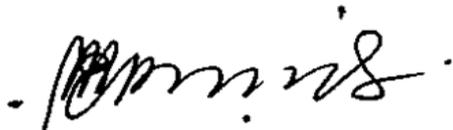
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA SURABAYA
2023**

SKRIPSI
PENGARUH AKSESIBILITAS, FASILITAS, DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN WISATAWAN BERKUNJUNG DI OBJEK WISATA
KAMPUNG IWAK KALANGANYAR SEDATI SIDOARJO

Yang diajukan :
SYAFIRUR RIZAL
1912111067/FEB/MA

Telah disetujui untuk ujian skripsi oleh :

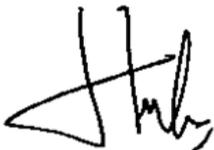
Pembimbing I



Dr. Muslichah Erma Widiana, Dra.Ec., MM
NIDN. 0703086802

Tanggal : 4-7-2023 .

Pembimbing II



Heri Kusairi, SE., MM
NIDN. 0724057903

Tanggal : 7-7-2023

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Bhayangkara Surabaya



Dr. Hj. Siti Rosyafah, Dra.Ec.,MM
NIDN. 0703106403

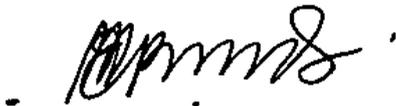
SKRIPSI

**PENGARUH AKSESIBILITAS, FASILITAS, DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN WISATAWAN BERKUNJUNG DI OBJEK WISATA
KAMPUNG IWAK KALANGANYAR SEDATI SIDOARJO**

Di susun oleh :
SYAFIRUR RIZAL
1912111067/FEB/MA

Telah dipertahankan dihadapan
Dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Bhayangkara Surabaya pada tanggal 21 Juli 2023

Pembimbing Utama



Dr. Muslichah Erma Widiana, Dra.Ec., MM
NIDN. 0703086802

Tim Penguji
Ketua



Nurul Iman, SE., M.Si
NIDN. 0702097901

Pembimbing Pendamping



Heri Kusairi, SE., MM
NIDN. 0724057903

Sekretaris



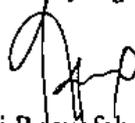
Dr. Muslichah Erma Widiana, Dra.Ec., MM
NIDN. 0703086802

Anggota



Drs. Masyad, M.Si., Ak., CA
NIDN. 8933450022

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Bhayangkara Surabaya



Dr. Hj. Siti Rosyafah, Dra.Ec. MM
NIDN. 0703106403

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Syafirur Rizal

NIM : 1912111067

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jurusan : Manajemen

Dengan menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul :

“PENGARUH AKSESIBILITAS, FASILITAS, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN WISATAWAN BERKUNJUNG DI OBJEK WISATA KAMPUNG IWAK KALANGANYAR SEDATI SIDOARJO”

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi/tugas akhir orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaan saya).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Surabaya, 14 Juli 2023

Yang membuat pernyataan,


Syafirur Rizal
NIM. 1912111067

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Puji Syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT sebagai rasa syukur atas segala nikmat, rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Aksesibilitas, Fasilitas, dan Harga Terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung Di Objek Wisata Kampung Iwak Kalanganyar Sedati Sidoarjo” yang diajukan untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pemasaran di Universitas Bhayangkara Surabaya. Dalam Skripsi ini penulis banyak memperoleh bimbingan dan bantuan secara moril maupun materil dari berbagai pihak yang sangat besar artinya, maka dalam kesempatan ini dengan perasaan yang bahagia penulis menyampaikan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Irjen Pol. (Purn) Drs. Anton Setiadji, S.H., MH. selaku Rektor Universitas Bhayangkara Surabaya.
2. Ibu Dr. Siti Rosyafah, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Surabaya.
3. Bapak Dr. Nurul Qomari, M. Si. selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Surabaya.
4. Ibu Dr. Muslichah Erma Widiana, Dra.Ec., MM. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, memberikan motivasi dan bimbingan selama penulisan skripsi ini.
5. Bapak Heri Kusairi, SE. MM. selaku Dosen Pembimbing Pendamping yang telah meluangkan waktu, memberikan motivasi dan bimbingan selama penulisan skripsi ini.

6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Manajemen Universitas Bhayangkara Surabaya yang telah memberikan bekal ilmu dan pengetahuan selama penulis menempuh pendidikan di Universitas Bhayangkara Surabaya.
7. Kepala desa Kalanganyar beserta karyawan yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk mengadakan penelitian dan memberikan penjelasan-penjelasan mengenai data-data yang penulis butuhkan.
8. Ibu dan Saudara Kandung saya, yang selalu memberikan dukungan serta doa yang tak pernah putus.
9. Teman saya Anas Riandi Hasri, Daffa Rizky Allifian, Eka Bagus Cahyadi Putra, dan Eka Nanda Wulandari yang sudah saya anggap sebagai sahabat, saudara yang selalu memberi dukungan penuh, terimakasih banyak.
10. Para Responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner.
11. Semua pihak yang tidak mungkin penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dan memperlancar jalannya penelitian dari awal hingga selesai.

Penulis menyadari bahwa apa yang disajikan dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu dengan kerendahan hati, penulis menerima kritik dan saran yang bersifat membangun. Akhir kata harapan penulis semoga skripsi ini dapat membantu menunjang perkembangan ilmu pengetahuan serta memberikan manfaat yang berguna bagi sumbangan pikiran yang berharga bagi yang berkepentingan.

Surabaya, 14 juli 2023

Syafirur Rizal

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPEL JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
ABSTRAK	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	16
1.3 Tujuan Penelitian.....	16
1.4 Manfaat Penelitian.....	17
1.5 Sistematika	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	20
2.1 Penelitian Terdahulu	20
2.2 Landasan Teori	24
2.2.1 Pengertian Aksesibilitas	25
2.2.2 Pengertian Fasilitas	27
2.2.3 Pengertian Harga	29
2.2.4 Pengertian Pemasaran Pariwisata	37
2.2.5 Konsep Wisatawan.....	38
2.2.6 Keputusan Berkunjung Wisatawan	41
2.3 Hubungan Antar Variabel	42
2.4 Kerangka Konseptual	43
2.5 Hipotesis	44
BAB III METODE PENELITIAN	45

3.1 Kerangka Proses Berpikir	45
3.2 Definisi Operasional, Pengukuran Variabel dan Desain Instrumen.....	47
3.2.1 Definisi Operasional	47
3.2.2 Pengukuran Variabel	48
2.2.3 Desain Instrumen Penelitian	49
3.3 Teknik Penentuan Sampel	51
3.4 Lokasi dan Waktu Penelitian	52
3.5 Teknik Pengumpulan Data	52
3.5.1 Jenis Data.....	52
3.5.2 Sumber Data.....	53
3.5.3 Metode Pengumpulan Data	53
3.6 Pengujian Data	54
3.6.1 Uji Validitas.....	54
2.6.2 Uji Reliabilitas.....	55
3.7 Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis	56
3.7.1 Teknik Analisis Regresi Berganda	56
3.7.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	57
3.7.3 Uji Hipotesis.....	57
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	61
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	61
4.1.1 Tentang Objek Wisata Kampung Iwak Kalanganyar Sedati Sidoarjo ...	61
4.1.2 Visi dan Misi Kampung Iwak Kalanganyar Sedati Sidoarjo	62
4.1.3 Struktur Organisasi	62
4.2 Data dan Deskripsi Hasil Penelitian	64
4.2.1 Karakteristik Responden	64
4.2.2 Deskriptif Tanggapan Responden Tentang Variabel Penelitian	66
4.3 Analisis Hasil Penelitian	68
4.3.1 Uji Validitas	68
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	70
4.4 Analisis Regresi Linier Berganda	71
4.5 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	73

4.6 Uji Hipotesis	74
4.6.1 Uji Simultan (Uji F).....	75
4.6.2 Uji Parsial (Uji t)	75
4.6.3 Uji Variabel Dominan	77
4.7 Pembahasan	78
4.7.1 Pengaruh Aksesibilitas (X1), Fasilitas (X2), dan Harga (X3) Secara Simultan Terhadap Keputusan Wisatawan Untuk Berkunjung (Y)	78
4.7.2 Pengaruh Aksesibilitas (X1) Terhadap Keputusan Wisatawan Untuk Berkunjung (Y).....	79
4.7.3 Pengaruh Fasilitas (X2) Terhadap Keputusan Wisatawan Untuk Berkunjung (Y).....	81
4.7.4 Pengaruh Harga (X3) Terhadap Keputusan Wisatawan Untuk Berkunjung (Y).....	82
4.7.5 Variabel Bebas yang Berpengaruh Dominan Terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung	84
BAB V PENUTUP	86
5.1 Kesimpulan	86
5.2 Saran	90
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN	98

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Peneliti Terdahulu Dengan Peneliti 2023 24	
Tabel 3.1 Desain Instrumen Penelitian	45
Tabel 4.1 Klasifikasi Jenis Kelamin Responden	64
Tabel 4.2 Klasifikasi Usia Responden	65
Tabel 4.3 Klasifikasi Pendidikan Responden	65
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Tentang Variabel Aksesibilitas	66
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Tentang Variabel Fasilitas	67
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Tentang Variabel Harga	67
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Tentang Variabel Keputusan Wisatawan	68
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas	70
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas	71
Tabel 4.10 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	72
Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	74
Tabel 4.12 Hasil Uji Analisis Pengaruh Secara Simultan	75
Tabel 4.13 Hasil Uji Analisa Varian Hubungan Secara Parsial	76
Tabel 4.14 Koefisien Standart Regresi Beta	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Kunjungan Wisatawan Kampung Iwak Kalanganyar.....	6
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	44
Gambar 3.1 Kerangka Proses Berfikir.....	45
Gambar 4.1 Struktut Organisasi Objek Wisata.....	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	98
Lampiran 2 Hasil Tabulasi Data.....	102
Lampiran 3 Hasil Uji SPSS	105
Lampiran 4 Tabel R, F, T	111

**PENGARUH AKSESIBILITAS, FASILITAS, DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN WISATAWAN BERKUNJUNG DI OBJEK WISATA
KAMPUNG IWAK KALANGANYAR SEDATI SIDOARJO**

ABSTRAK

Oleh

Syafirur Rizal

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh Aksesibilitas, Fasilitas, dan Harga terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan pendekatan kuantitatif. Sampel yang diteliti sebanyak 100 responden yang pernah berkunjung ke Objek Wisata Kampung Iwak Kalanganyar Sedati Sidoarjo. Teknik pengambilan data dengan penyebaran kuesioner menggunakan aplikasi google form. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil dari penelitian bahwa Aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung ke Objek Wisata Kampung Iwak Kalanganyar Sedati Sidoarjo, Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung ke Objek Wisata Kampung Iwak Kalanganyar Sedati Sidoarjo, Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung ke wisata Tani Betet Nganjuk. Aksesibilitas, Fasilitas, dan Harga berpengaruh secara bersama sama atau simultan terhadap Keputusan Berkunjung ke Objek Wisata Kampung Iwak Kalanganyar Sedati Sidoarjo,

Kata Kunci : Aksesibilitas, Fasilitas, Dan Harga, Keputusan Wisatawan Berkunjung.

***THE INFLUENCE OF ACCESSIBILITY, FACILITIES, AND PRICE ON
THE DECISIONS OF TOURISTS TO VISIT AT KAMPUNG IWAK
KALANGANYAR SEDATI SIDOARJO TOURISM***

ABSTRACT

By

Syafirur Rizal

The purpose of this study is to determine whether there is an influence of accessibility, facilities, and prices on tourists' decisions to visit. The method used in this research is a quantitative approach. The sample studied was 100 respondents who had visited the Tourism Object of Kampung Iwak Kalanganyar Sedati Sidoarjo. Data collection techniques by distributing questionnaires using the Google Form application. The data analysis technique uses multiple linear regression analysis. The results of the study show that accessibility has a positive and significant effect on the decision to visit the Tourism Object of Kampung Iwak Kalanganyar Sedati Sidoarjo, the facilities have a positive and significant effect on the decision to visit the Tourism Object of Kampung Iwak Kalanganyar Sedati Sidoarjo, the price has a positive and significant effect on the decision to visit the Tani Betet Nganjuk tour. Accessibility, Facilities, and Prices influence simultaneously or simultaneously on the Decision to Visit the Tourism Object of Kampung Iwak Kalanganyar Sedati Sidoarjo,

Keywords: *Accessibility, Facilities, and Prices, Decisions of Visiting Tourists.*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi, dunia pemasaran dewasa ini terjadi persaingan didalam memasarkan produk atau jasa. Pasar global saat ini berkembang dengan sangat pesat. Adanya persaingan pasar global yang pesat membantu pertumbuhan perekonomian dunia. Perkembangan jaman pada saat ini telah banyak membantu kehidupan manusia, termasuk dalam aspek pemasaran. Kegiatan pemasaran memiliki peran yang sangat penting dalam dunia usaha, mengingat orientasinya terhadap masyarakat (konsumen). Firmansyah (2019:3) pemasaran adalah sebuah proses pemasaratan dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan orang lain.

Perkembangan pemasaran terus mengalami peningkatan di berbagai belahan dunia, terutama dalam hal pariwisata. Industri pariwisata telah tumbuh menjadi salah satu industri terbesar di dunia dan merupakan salah satu sektor ekonomi yang tumbuh paling cepat di dunia. Pertumbuhan pariwisata global merupakan suatu peluang dan tantangan bagi berbagai pihak termasuk bagi pengelola daerah tujuan wisata. Merancang strategi pemasaran daerah tujuan wisata yang tepat akan mampu meraih peluang dan tantangan tersebut. Demikian juga pertumbuhan pasar pariwisata secara global saat ini, telah mendorong banyak negara di dunia menggunakan kesempatan untuk melakukan persaingan secara natural dalam industri pariwisata, dengan menawarkan program-program yang

diharapkan dapat menarik para wisatawan untuk mengunjungi obyek-obyek wisata yang disediakan.

Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) merupakan sebuah upaya dari berbagai negara di Asia Tenggara untuk menghadapi perdagangan bebas. Asia Tenggara memiliki wilayah sangat strategis menjadikan kawasan ini alur perdagangan global. Hal ini terjadi mengingat kawasan ini sangat potensial dalam pemasaran, dimana didalamnya memiliki kekayaan alam yang melimpah menjadi kebanggaan bagi negara-negara di kawasan Asia Tenggara, di samping itu Asia Tenggara juga merupakan jalur lalu lintas yang sangat penting bagi terselenggaranya hubungan perdagangan. Asia Tenggara memiliki peranan yang sangat penting, baik secara langsung maupun tidak langsung bagi kemajuan, lebih khususnya di sektor pariwisata. Kita ketahui selama beberapa dekade terakhir, pariwisata telah mengalami perkembangan dan perubahan yang membuat pariwisata menjadi salah satu industri tercepat dan terbesar yang menggerakkan perekonomian.

Sektor pariwisata Asia Tenggara tengah berkembang dengan sangat pesat. Dalam menanggapi besarnya potensi pariwisata, negara-negara anggota ASEAN bekerja sama untuk mempromosikan wilayah ASEAN. Sehingga melalui promosi yang dilakukan dapat menjadikan negara-negara ASEAN sebagai tujuan wisata yang terkenal dengan keramahan dan keragaman budayanya. Konteks pariwisata sebuah daerah, kota, dan negara telah menjadi suatu hal yang sangat dinamis, kompetitif, dan banyak dibicarakan akhir-akhir ini. Kota memiliki peran yang cukup besar dalam strategi pembangunan negara. Pada intinya Kota berperan sebagai pusat industri manufaktur dan sebagai pusat kegiatan pelayanan. Kota,

daerah, dan negara menyadari bahwa perlunya brand strategi yang akan memberikan banyak keuntungan dan manfaat bagi daerah itu sendiri. Dengan diberlakukannya MEA (Masyarakat Ekonomi Asean) pada awal tahun 2016 beberapa waktu lalu, menjadikan pemerintah memiliki peranan yang sangat strategis dalam menciptakan nilai (value), dan juga daya saing kota di tengah ekonomi global.

Pemasaran di Indonesia sangatlah baik karena memiliki wilayah yang strategis sehingga memudahkan perdagangan barang atau jasa di Indonesia. Pemasaran di Indonesia terus mengalami revolusi hingga sekarang. Indonesia terletak di jalur silang perdagangan dunia sehingga Indonesia memperoleh keuntungan yang besar pada bidang ekonomi. Berbagai strategi dan upaya pun dilakukan untuk mencapai target target yang telah ditetapkan. Salah satunya adalah melakukan pemasaran pariwisata. Pertumbuhan dan perkembangan pariwisata Indonesia makin diandalkan. Pengembangan pariwisata dapat dijumpai dengan ditatanya suatu daya tarik wisata dengan memanfaatkan potensi yang ada baik dari suatu pemandangan alam yang indah atau wisata budaya yang masih terjaga nilainya hingga sekarang.

Sektor pariwisata di Indonesia dewasa ini tumbuh dan berkembang menjadi suatu industri yang penting dan dapat diandalkan guna menambah devisa negara. Industri pariwisata di Indonesia menunjukkan bisnis jasa yang semakin berkembang dan diperhitungkan. Pariwisata di Indonesia merupakan sektor yang dianggap penting dan strategis. Industri pariwisata di samping mendatangkan devisa bagi negara, juga dapat memperluas lapangan kerja, meningkatkan

pendapatan masyarakat terutama yang berada di sekitar daerah tujuan wisata, serta pendapatan daerah. Pemerintah daerah diharapkan dapat memanfaatkan peluang tersebut, terutama mengoptimalkan potensi sumber daya alam dan keanekaragaman budaya dan tradisi.

Sektor pariwisata merupakan salah satu sumber devisa negara yang sangat penting, menciptakan lapangan kerja dan lapangan usaha serta mampu memberikan sumbangan yang cukup berarti bagi pembangunan yang dapat dinikmati hasilnya oleh masyarakat. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1999 yang kemudian disempurnakan dengan Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 mengenai peraturan daerah yang berisi tentang otonomi daerah. Sesuai dengan peraturan tersebut, berbagai daerah memulai mengeksplorasi potensi daerah yang dimiliki. Oleh karena itu beberapa kota atau desa di Indonesia mulai mempromosikan potensi pariwisatanya untuk menambah pendapatan daerah mereka. Oleh karena itu, perkembangan pariwisata diharapkan dapat berperan multi ganda (*multiplier effect*), yakni manfaat ekonomi melalui perolehan devisa negara dan manfaat pada masyarakat setempat.

Objek wisata merupakan perwujudan dari pada ciptaan, tata hidup, seni budaya, serta sejarah bangsa dan keadaan alam yang mempunyai daya tarik wisata bagi wisatawan untuk dikunjungi. Untuk terjaganya keberlangsungan dari usaha pariwisata, maka objek wisata tersebut harus bisa mempertahankan dan meningkatkan jumlah pengunjungnya. Namun sektor pariwisata juga tidak lepas dari berbagai ancaman yang dapat mempengaruhi citra suatu pariwisata. Ancaman

tersebut bisa berasal dari dalam maupun luar. Ancaman pariwisata dapat menurunkan minat kunjungan wisatawan.

Kabupaten Sidoarjo merupakan salah satu kawasan di Provinsi Jawa Timur yang memiliki destinasi wisata, banyak sekali tempat wisata indah dan unik di kota ini. Objek wisata Kampung Iwak Kalanganyar Sedati Sidoarjo salah satunya. Sebagai objek wisata, wisata Kampung Iwak Kalanganyar Sedati Sidoarjo memang terkenal sehingga memiliki potensi pemasaran wisata yang cukup baik. Pesona alam yang bisa kita jumpai di sini adalah tempat wisata pemancingan yang bernuansa alam pesisir, dengan masih terjaganya pohon-pohon bakau yang menjadi rumah bagi para spesies burung pemakan ikan dan biota ikan lainnya. Aktifitas nelayan yang sibuk mencari ikan di pesisir sungai tentu memberi kesan bahwa desa Kalanganyar masih menjadi surganya ikan. Kawasan pesisir merupakan daerah pantai atau tepi laut, dimana merupakan kawasan yang dinamis dan unik sebagai bagian dari suatu kota.

Wisata Kampung Iwak Kalanganyar terletak pada area selatan dan utara pantai Jawa di Desa Kalanganyar, di kecamatan Sedati kabupaten Sidoarjo, dengan wilayah yang dekat dengan bandara internasional Juanda yang mudah dijangkau baik menggunakan kendaraan pribadi maupun angkutan umum. Wisata Kampung Iwak Kalanganyar masuk dalam desa yang 2/3 dari wilayah tersebut adalah wilayah pertambakan, dimana masyarakatnya mengandalkan aktifitas pertambakan pasang surut air laut sebagai mata pencaharian. Potensi bahari ini cukup menjanjikan, selain pemandangan visual khas pesisir dan juga terdapat sentra produksi bandeng yang semakin pesat. Didukung potensi alam dan budaya yang begitu rupa, hal ini

dapat menjadi daya tarik wisata bagi Desa Kalanganyar sehingga mampu meningkatkan taraf hidup masyarakatnya. Wisatawan yang datang ke desa wisata itu akan dapat menikmati alam perdesaan yang masih bersih dan merasakan hidup di suasana desa dengan sejumlah adat istiadatnya. Namun dalam hal ini kunjungan wisatawan mengalami penurunan beberapa bulan, dan mengalami penurunan drastis pada bulan April sebanyak 8.980 sesuai data kunjungan wisatawan tahun 2022. Hal ini berdampak pada pendapatan di sektor pariwisata terutama bagi pelaku pariwisata. Penurunan kunjungan wisatawan dapat dilihat pada Tabel 1.1.



Sumber : Objek Wisata Kampung Iwak Kalanganyar Sedati Sidoarjo (2022)

Gambar 1.1

Grafik Kunjungan Wisatawan Kampung Iwak Kalanganyar Sedati Sidoarjo

Ariani dkk. (2019:17) aksesibilitas merupakan suatu ukuran potensial atau kemudahan orang untuk mencapai suatu tujuan. Aksesibilitas merupakan salah satu faktor keputusan wisatawan, aksesibilitas dalam pariwisata berkenaan dengan tingkat kemudahan seorang wisatawan mencapai suatu objek wisata. Aksesibilitas

penting diperhatikan, mengingat aspek tersebut bisa memberikan pengaruh yang besar bagi para wisatawan. Fasilitas transportasi dalam bidang kepariwisataan sangat erat hubungannya dengan aksesibilitas. Maksudnya frekuensi penggunaan kendaraan yang dimiliki dapat mengakibatkan jarak yang jauh seolah-olah menjadi lebih dekat.

Prawira dan Pranitasari (2020) dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Aksesibilitas, Inovasi, Dan Kualitas Pelayanan Fasilitas Publik Terhadap Kepuasan Penumpang Disabilitas Di Kereta Rel Listrik Jakarta” menyatakan bahwa aksesibilitas adalah sejauh mana pelanggan dapat dengan mudah memperoleh dan menggunakan produk.

Pendapat penulis sendiri aksesibilitas merupakan ukuran kemudahan waktu, biaya dan usaha seseorang dalam mencapai sebuah tujuan, memperoleh dan menggunakan suatu produk ataupun jasa. Permasalahan yang ada pada objek wisata Kampung Iwak Kalanganyar Sedati Sidoarjo mengenai aksesibilitas berkaitan dengan kondisi jalan Kalanganyar saat ini memang sangat memprihatinkan. Jalan menuju wisata pemancingan dan pasar ikan rusak, banyak lubang dan kubangan air. kondisi lubang jalan yang tergenang air, membuat banyak pengendara berusaha menghindar. Hal itu juga memperlambat laju kendaraan yang melintas. jalan yang rusak itu salah satunya disebabkan karena aktivitas truk untuk pembangunan perumahan baru. Namun, jalan yang berlubang itu juga sudah sering ditambal menggunakan kapur putih oleh sopir truk. Tetapi tidak ada perubahan. kondisi jalan rusak semakin parah jika hujan lebat. Lubang jalan yang tertutup air membuat sejumlah pengendara terpeleset.

Riyanto (2018:13) fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat mempermudah upaya dan memperlancar kerja dalam rangka mencapai suatu tujuan. Apabila pengusaha jasa mempunyai fasilitas yang memadai sehingga memudahkan konsumen atau wisatawan dalam menggunakan dan membuat nyaman konsumen dalam menggunakan jasa tersebut maka akan dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan berkunjung. Fasilitas merupakan penunjang sebuah tempat untuk membuat kesan pertama kali oleh para wisatawan. Fasilitas yang baik dan optimal akan membuat wisatawan merasa puas sedangkan fasilitas yang kurang optimal akan membuat wisatawan kurang puas karena selain tempat wisatanya fasilitas juga merupakan penunjang tempat pariwisata.

Alana dan Putro (2020) dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Goa Lowo Kecamatan Watulimo Kabupaten Trenggalek” menyatakan bahwa fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas merupakan sesuatu yang penting dalam usaha jasa, oleh karena itu fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, desain interior dan eksterior serta kebersihan harus dipertimbangkan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan konsumen secara langsung. Persepsi yang diperoleh dari interaksi pelanggan dengan fasilitas jasa berpengaruh terhadap kualitas jasa tersebut dimata konsumen.

Pendapat penulis sendiri Fasilitas merupakan sesuatu yang dapat memperlancar dan mempermudah suatu jasa dalam melakukan pekerjaannya. Permasalahan yang ada pada objek wisata Kampung Iwak Kalanganyar Sedati

Sidoarjo mengenai fasilitas berkaitan dengan saat ini Kalanganyar mempunyai potensi utama berupa produksi ikan bandeng serta wisata tambak dan kolam pemancingan ikan. Namun aspek wisata lainnya di Desa Kalanganyar masih sangat rendah. Hal ini terlihat dengan belum adanya fasilitas yang dapat mendukung kemajuan potensi wisata pada kawasan atau wilayahnya. Banyak fasilitas yang belum didirikan dan ditata pada area desa ini, meliputi sarana parkir kendaraan wisatawan yang memadai, penataan pasar ikan, kurang meratanya musholla dan tempat duduk berupa kursi kecil di beberapa area pemancingan serta tidak semua kolam pancing menyewakan alat pancing.

Indrasari (2020:36) harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan jumlah uang yang dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dan barang atau jasa berikut pelayanannya. Harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan memanfaatkan dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli. Dengan mengetahui informasi harga wisatawan sebelum menentukan wisata mana yang akan dipilihnya biasanya membandingkan harga ditempat lain, berdasarkan harga yang telah ditetapkan maka konsumen akan memutuskan untuk mengunjungi wisata yang sesuai dengan budget, sehingga harga berpengaruh terhadap keputusan wisatawan berkunjung di objek wisata Kampung Iwak Kalanganyar Sedati Sidoarjo.

Hermanto dkk. (2022) dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Tarif Dan Aksesibilitas Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan Pada Objek Wisata Air Terjun Curup Tenang Bedegung Muara

Enim” menyatakan bahwa Tarif/harga adalah sejumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk jumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang atau jasa. Harga merupakan hal yang diperhatikan konsumen saat melakukan pembelian. Sebagian konsumen bahkan mengidentifikasikan harga dengan nilai.

Pendapat penulis sendiri harga merupakan jumlah nilai suatu barang atau jasa yang di ukur dengan uang yang nilainya ditetapkan oleh penjual. Permasalahan yang ada pada objek wisata Kampung Iwak Kalanganyar Sedati Sidoarjo mengenai harga berkaitan dengan saat ini wisata pemancingan di Kalanganyar mematok harga per kg hasil pancing ikan bandeng yang berbeda-beda antara kolam pancing satu dengan yang lainnya. Begitu juga tarif untuk jasa cabut duri ikan bandeng bagi para wisatawan masih belum ada ketetapan, kadang ada yang memberi tarif 1.500 untuk 1 ekor ikan dan bahkan ada yang memberi tarif 3.000-5.000 untuk 1 ekor ikan yang menggunakan jasa cabut duri ikan. Hal ini mengakibatkan ketidaknyamanan wisatawan dalam berkunjung karena belum adanya ketetapan atau patokan harga khusus.

Suryadana dan Octavia (2020:78) Pada dasarnya keputusan berkunjung adalah keputusan calon wisatawan membentuk preferensi kemudian terbentuk niat untuk mengunjungi daerah tujuan wisata yang mereka sukai dengan beberapa faktor. Melakukan kunjungan ke sebuah destinasi wisata sama dengan melakukan pembelian terhadap suatu produk atau jasa.

Fahimah dan Umsa (2022) dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Protokol Kesehatan, Harga, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Di Destinasi Wisata Pada Pandemi Covid-19” menyatakan bahwa keputusan

berkunjung adalah keputusan yang dibuat oleh pembeli yang dipengaruhi oleh budaya, kelas sosial, keluarga dan kelompok referensi yang akan membingkai suatu sikap terhadap individu dan kemudian melakukan pembelian.

Pendapat penulis sendiri keputusan berkunjung merupakan sebuah keputusan yang dipengaruhi oleh beberapa faktor untuk mengunjungi suatu wilayah dengan melakukan pembelian terhadap suatu produk atau jasa. Permasalahan yang ada pada objek wisata Kampung Iwak Kalanganyar Sedati Sidoarjo mengenai keputusan berkunjung berkaitan dengan akses jalan menuju objek wisata kurang baik, fasilitas wisata yang belum lengkap, dan harga yang masih belum ada ketetapan sehingga mempengaruhi keputusan wisatawan dalam berkunjung.

Kepuasan wisatawan sebagai pembeli atau penikmat jasa dapat dipertimbangkan melalui penilaian keseluruhan wisatawan. Penilaian tersebut berkaitan dengan kualitas hasil dari destinasi pariwisata yang diperoleh oleh wisatawan. Pengembangan destinasi pariwisata yang baik, tentunya dapat membuat wisatawan berencana untuk berkunjung kembali atau merekomendasikan destinasi pariwisata terkait ke orang lain.

Semakin baik aksesibilitas suatu objek, wisatawan yang berkunjung dapat semakin banyak jumlahnya. Sebaliknya, jika aksesibilitas kurang baik, wisatawan akan merasakan hambatan dalam kunjungan yang dilakukannya dalam berwisata (Suryadana & Octavia, 2020:43). Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa aksesibilitas mempengaruhi keputusan wisatawan berkunjung.

Hubungan antara aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung wisata juga dibuktikan oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Rokhayah dan Andriana

(2021) yang berjudul “Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas, Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Pantai Istana Amal Kabupaten Penajam Paser Utara”. Akses informasi yang baik dari segi sosial media dan akses jalan yang memudahkan wisatawan untuk mencapai lokasi destinasi wisata Pantai Istana Amal. Dengan adanya adanya aksesibilitas yang baik dapat memberikan kenyamanan wisatawan sehingga memutuskan untuk berkunjung. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Daya tarik, Aksesibilitas, dan Fasilitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung di Pantai Muarareja Indah. Dari penjelasan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa aksesibilitas mempengaruhi keputusan wisatawan berkunjung, karena dengan adanya aksesibilitas yang baik dapat memudahkan wisatawan dan memberi kenyamanan sehingga mempengaruhi keputusan wisatawan dalam berkunjung.

Hubungan Permasalahan yang ada pada objek wisata Kampung Iwak Kalanganyar Sedati Sidoarjo mengenai aksesibilitas berkaitan dengan kondisi jalan Kalanganyar saat ini memang sangat memprihatinkan. Jalan menuju wisata pemancingan dan pasar ikan rusak, banyak lubang dan kubangan air sehingga mempengaruhi keputusan wisatawan berkunjung. Aksesibilitas yang baik akan mempermudah lokasi untuk dijangkau. Selain itu jalan juga merupakan salah satu yang berpengaruh penting dalam pelayanan dan juga mempengaruhi keputusan wisatawan berkunjung.

fasilitas-fasilitas untuk memenuhi kebutuhan perjalanan wisatawan tersebut muncul dalam satu kesatuan yang saling terkait dan melengkapi satu sama lain, sehingga dalam suatu perjalanan wisata, seluruh komponen yang digunakan tidak

dapat dipisahkan, tergantung pada karakteristik dan bentuk perjalanan wisata yang dilakukan oleh wisatawan. Fasilitas memiliki kekuatan tersendiri sebagai komponen produk pariwisata karena dapat memunculkan motivasi bagi wisatawan dan menarik wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata serta dijadikan sebagai keputusan wisatawan untuk berkunjung (Suryadana & Octavia, 2020:42). Dari penjelasan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa fasilitas mempengaruhi keputusan wisatawan berkunjung. Dengan demikian fasilitas merupakan salah satu faktor penting yang harus diperhatikan oleh pengelola objek wisata agar menarik perhatian wisatawan untuk melakukan keputusan berkunjung.

Hubungan Fasilitas terhadap keputusan berkunjung wisatawan dibuktikan oleh penelitian yang dilakukan oleh Suwastawa dkk. (2021) yang berjudul “Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Harga Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Domestik Pada Bali Safari Dan Marine Park Di Era New Normal Covid 19”. Salah satu faktor penting dalam mempengaruhi wisatawan untuk melakukan keputusan untuk berkunjung adalah fasilitas wisata. Fasilitas objek wisata yang menarik dan sesuai dengan tren yang sedang diminati konsumen akan menjadi daya tarik bagi konsumen untuk berkunjung dan menikmati fasilitas tersebut, tidak hanya itu kebersihan, kelancaran dan jaminan keamanan dari fasilitas juga menjadi nilai tambah untuk menarik konsumen untuk berkunjung. Hasil penelitian tersebut adalah Fasilitas wisata mempunyai pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan berkunjung. Dari penjelasan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa fasilitas mempengaruhi keputusan wisatawan berkunjung. Dengan adanya fasilitas

yang memadai dan menarik dalam memberikan kepuasan wisatawan dapat mempengaruhi calon pembeli atau wisatawan untuk berkunjung dan datang lagi.

Hubungan Permasalahan yang ada pada objek wisata Kampung Iwak Kalanganyar Sedati Sidoarjo mengenai fasilitas berkaitan dengan banyak fasilitas yang belum didirikan dan ditata pada area desa ini, meliputi sarana parkir kendaraan wisatawan yang memadai, penataan pasar ikan, kurang meratanya musholla dan tempat duduk berupa kursi kecil di beberapa area pemancingan serta tidak semua kolam pancing menyewakan alat pancing. Karena fasilitas yang baik berpengaruh terhadap keputusan wisatawan berkunjung di objek wisata Kampung Iwak Kalanganyar Sedati Sidoarjo. Fasilitas menjadi faktor penting yang berpengaruh besar dalam mendukung kegiatan pariwisata. Fasilitas akan memberikan kesan khusus di hati wisatawan sehingga wisatawan merasa nyaman dalam melakukan kunjungan wisata karena semua kebutuhan wisatawan terpenuhi.

Komponen harga berperan penting dalam kegiatan bauran pemasaran yang dilakukan pemasar untuk mengkomunikasikan produknya kepada calon wisatawan potensial dan juga pengaruh sosiokultural yang mengiringi mereka dalam keputusan berkunjung. Input pemasaran merupakan kegiatan pemasaran yang dilakukan pemasar dalam untuk menjangkau, menginformasikan, dan membujuk calon wisatawan untuk memutuskan berkunjung ke atraksi atraksi yang mereka tawarkan. Kegiatan pemasaran tersebut meliputi karakteristik atraksi wisata tersebut, iklan pada media massa, personal selling, produk, promosi, harga, dan saluran distribusi (Suryadana & Octavia, 2020:80). Dari penjelasan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa harga mempengaruhi keputusan wisatawan berkunjung.

Hubungan harga terhadap keputusan berkunjung wisatawan dibuktikan oleh penelitian yang dilakukan oleh Fahimah dan Umsa (2022) yang berjudul “Pengaruh Protokol Kesehatan, Harga Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Di Destinasi Wisata Pada Pandemi Covid 19” menyatakan bahwa Ketetapan harga sesuai asumsi pembeli bisa memberikan pengaruh pembeli untuk mengkonsumsi jasa, melewati pengaturan ketetapan harga yang sepadan dengan asumsi pembeli diperlukan untuk memiliki opsi untuk memengaruhi keputusan berkunjung dalam memilih objek wisata. Dimana hasil penelitian tersebut adalah Harga secara simultan mempengaruhi keputusan berkunjung. Dari penjelasan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa harga mempengaruhi keputusan berkunjung. Dengan adanya harga yang setara dan wajar akan menarik minat wisatawan dalam berkunjung ke objek wisata. Karena harga yang baik akan berpengaruh terhadap keputusan wisatawan dalam berkunjung.

Permasalahan yang ada pada objek wisata Kampung Iwak Kalanganyar Sedati Sidoarjo mengenai harga berkaitan dengan saat ini wisata pemancingan di Kalanganyar mematok harga per kg hasil pancing ikan bandeng yang berbeda-beda antara kolam pancing satu dengan yang lainnya. Begitu juga tarif untuk jasa cabut duri ikan bandeng bagi para wisatawan masih belum ada ketetapan, kadang ada yang memberi tarif 1.500 untuk 1 ekor ikan dan bahkan ada yang memberi tarif 3.000-5.000 untuk 1 ekor ikan yang menggunakan jasa cabut duri ikan. Hal ini mengakibatkan ketidaknyamanan wisatawan dalam berkunjung karena belum adanya ketetapan atau patokan harga khusus. Hal ini membuktikan bahwa terdapat hubungan harga terhadap keputusan wisatawan berkunjung. Suatu wisata yang

menawarkan harga sesuai dengan harapan konsumen sekaligus memberikan output yang konsisten akan berdampak pada keputusan berkunjung wisatawan. Penetapan harga yang sesuai dapat menarik wisatawan dalam melakukan kunjungan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dalam penelitian ini penulis tertarik mengambil judul “PENGARUH AKSESIBILITAS, FASILITAS DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN WISATAWAN BERKUNJUNG DI OBJEK WISATA KAMPUNG IWAK KALANGANYAR SEDATI SIDOARJO”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan seperti yang diuraikan dibawah ini:

1. Apakah aksesibilitas, fasilitas dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan wisatawan berkunjung di objek wisata Kampung Iwak Kalanganyar Sedati Sidoarjo ?
2. Apakah aksesibilitas, fasilitas dan harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan wisatawan berkunjung di objek wisata Kampung Iwak Kalanganyar Sedati Sidoarjo ?
3. Dari seluruh variabel bebas yang terdiri dari aksesibilitas, fasilitas dan harga manakah yang berpengaruh dominan terhadap keputusan wisatawan berkunjung di objek wisata Kampung Iwak Kalanganyar Sedati Sidoarjo ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, tujuan penelitian yang dilakukan yaitu untuk meneliti dan mengukur variabel-variabel yang ditetapkan, yaitu :

1. Untuk menganalisis aksesibilitas, fasilitas dan harga secara simultan terhadap keputusan wisatawan berkunjung di objek wisata Kampung Iwak Kalanganyar Sedati Sidoarjo.
2. Untuk menganalisis pengaruh aksesibilitas, fasilitas dan harga secara parsial terhadap keputusan wisatawan berkunjung di objek wisata Kampung Iwak Kalanganyar Sedati Sidoarjo.
3. Untuk menganalisis variabel yang terdiri dari aksesibilitas, fasilitas dan harga manakah yang berpengaruh dominan terhadap keputusan wisatawan berkunjung di objek wisata Kampung Iwak Kalanganyar Sedati Sidoarjo.

1.4 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Bagi Penulis

Penulisan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang positif bagi ilmu manajemen terutama konsentrasi pemasaran yang berkaitan dengan pengaruh aksesibilitas, fasilitas dan harga serta keputusan berkunjung wisatawan. Penelitian ini juga diharapkan mampu melengkapi penelitian-penelitian sebelumnya mengenai pengaruh aksesibilitas, fasilitas dan harga serta keputusan berkunjung wisatawan. Memberikan informasi mengenai pengaruh aksesibilitas, fasilitas dan harga serta keputusan berkunjung wisatawan. Untuk menambah pengetahuan dan wawasan tentang strategi pelayanan serta memperdalam teori teori yang pernah diperoleh mengenai informasi pemasaran.

b. Manfaat Bagi Pengelola Wisata

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak pemerintah kabupaten Sidoarjo serta pihak pengelola wisata Kampung Iwak Kalanganyar Sedati Sidoarjo terkait pengaruh aksesibilitas, fasilitas dan harga terhadap keputusan wisatawan berkunjung untuk perbaikan dan peningkatan pemasaran kabupaten Sidoarjo di masa yang akan datang. Dapat dipergunakan sebagai studi komparatif atau membandingkan dasar teori dengan kenyataan yang ada dalam mengelola wisata dan memberi masukan sehingga dapat menambah wawasan.

c. Manfaat Bagi UBHARA

Penelitian ini diharapkan dapat memberi referensi atau bahan khasanah perpustakaan dan diharapkan dari penelitian ini dapat dipakai sebagai studi perbandingan untuk peneliti lain yang bertopik sama.

1.5 Sistematika

Sistematika penulis dalam penelitian ini, sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang penelitian terdahulu, landasan teori terdiri dari pengertian aksesibilitas, fasilitas dan harga serta kerangka konseptual dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang kerangka proses berpikir, definisi operasional dan pengukuran variabel, teknik penentuan populasi dan pengambilan sampel, lokasi dan waktu penelitian, teknik pengumpulan data, pengujian data, teknis analisis data dan uji hipotesis.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang deskripsi objek penelitian, deskripsi hasil penelitian, analisis hasil penelitian dan pengujian hipotesis dan pembahasan.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari penelitian dan saran yang dapat direkomendasikan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Dari penelitian terdahulu penulis mengangkat beberapa penelitian sebagai referensi dalam memperkaya bahan kajian pada penelitian penulis. Penelitian ini dilakukan tidak terlepas dari hasil penelitian-penelitian terdahulu yang pernah dilakukan sebagai bahan pertimbangan dan kajian.

Dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Aksesibilitas, Fasilitas Dan Harga Terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung Di Objek Wisata Kampung Iwak Kalanganyar Sedati Sidoarjo”, peneliti melakukan studi kepustakaan terhadap beberapa jurnal penelitian sejenis yang telah dilakukan sebelumnya. Ada beberapa peneliti terdahulu yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan maka diambil untuk penulisan ini dari teori-teori yang ada, sebagai berikut :

1. Rokhayah dan Andriana (2021) Universitas Mulawarman, Samarinda

Dengan jurnal yang berjudul “Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas, Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Pantai Istana Amal Kabupaten Penajam Pasir Utara”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas, dan Aksesibilitas terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Pantai Istana Amal. Jenis penelitian yang digunakan adalah asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Data dianalisis dengan

menggunakan analisis regresi berganda menggunakan SPSS Versi 26. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung Pantai Istana Amal dan pengikut akun instagram Pantai Istana Amal yang tidak diketahui jumlah pastinya dan pengambilan sampel menggunakan non-probability sampling dengan metode purposive sampling, jumlah sampel sebanyak 96 responden. Hasil penelitian diperoleh (1) Daya Tarik Wisata tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Pantai Istana Amal secara terpisah; (2) Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Pantai Istana Amal secara terpisah; (3) Aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Pantai Istana Amal secara terpisah; dan (4) Daya Tarik Wisata, Fasilitas dan Aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Pantai Istana Amal secara bersama-sama.

2. Suwastawa, Sumerta dan Aris (2021) Universitas Ngurah Rai

Dengan jurnal yang berjudul “yang berjudul “Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Harga Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Domestik Pada Bali Safari Dan Marine Park Di Era New Normal Covid 19”. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui adanya pengaruh signifikan secara simultan dan parsial antara fasilitas wisata dan harga terhadap keputusan berkunjung wisatawan domestik pada Bali Safari & Marine Park di Era New Normal Covid 19. Pengambilan sampel, dilakukan dengan menggunakan purposive sampling sebanyak 96 orang responden. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, kuesioner dan studi pustaka. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif dan analisis kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas wisata dan

harga berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan berkunjung wisatawan domestik pada Bali Safari & Marine Park. Fasilitas wisata berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan berkunjung wisatawan domestik pada Bali Safari & Marine Park. Harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada Bali Safari & Marine Park.

3. Fahimah dan Umsa (2022) Universitas KH.A. Wahab Hasbullah Jombang

Dengan jurnal yang berjudul “Pengaruh Protokol Kesehatan, Harga Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Di Destinasi Wisata Pada Pandemi Covid 19” Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah variabel-variabel dari protokol kesehatan, harga dan fasilitas mempengaruhi keputusan berkunjung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yang berarti penggunaannya untuk menggambarkan atau menjelaskan suatu fenomena dengan menggunakan data kuantitatif. Teknik yang digunakan dalam penelitian sampel ini menggunakan non-probability, tepatnya dengan menggunakan purposive sampling yang diambil dari pengunjung yang datang pada rentang waktu tersebut pandemi Covid-19. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Protokol Kesehatan memang demikian mempengaruhi keputusan untuk mengunjungi destinasi wisata. Variabel Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung, faktor pendukung harga meliputi penetapan harga, metode pembayaran dan harga diskon. Fasilitas mempengaruhi keputusan berkunjung, faktor pendukung fasilitas meliputi kelengkapan, kondisi dan kenyamanan. Variabel Fasilitas memiliki yang terbesar

berpengaruh terhadap keputusan berkunjung ke suatu destinasi wisata di masa pandemi Covid-19.

4. Saputra, Fauzi, dan Apriyanti (2022) Universitas PGRI Madiun

Dengan jurnal yang berjudul “Pengaruh daya tarik, fasilitas dan aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung ke wisata Tani Betet Nganjuk”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh Daya Tarik, Fasilitas, dan Aksesibilitas terhadap Keputusan Berkunjung. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan pendekatan kuantitatif. Sampel yang diteliti sebanyak 384 responden yang pernah berkunjung ke Wisata Tani Betet Nganjuk. Teknik pengambilan data dengan penyebaran kuesioner menggunakan aplikasi google form. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil dari penelitian bahwa Daya Tarik berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung ke wisata Tani Betet Nganjuk, Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung ke wisata Tani Betet Nganjuk, Aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung ke wisata Tani Betet Nganjuk. Daya Tarik, Fasilitas, dan Aksesibilitas berpengaruh secara bersama sama atau simultan terhadap Keputusan Berkunjung ke Wisata Tani Betet Nganjuk.

Tabel 2.1
Persamaan dan perbedaan peneliti terdahulu dengan peneliti 2023
Mengenai Aksesibilitas, Fasilitas dan Harga

Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan Variabel	Perbedaan Variabel	Objek Penelitian
Eka Gustiani Rokhayah dan Ana Noor Andriana (2021)	Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas, Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Pantai Istana Amal Kabupaten Penajam Paser Utara	Fasilitas (X2) Aksesibilitas (X3) Keputusan Berkunjung (Y)	Daya Tarik Wisata (X1)	Wisatawan yang berkunjung di Pantai Istana Amal Kabupaten Penajam Pasir Utara
Suwastawa, Sumerta dan Aris (2021)	Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Harga Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Domestik Pada Bali Safari Dan Marine Park Di Era New Normal Covid 19	Fasilitas (X1) Harga (X2) Keputusan Berkunjung (Y)		Wisatawan domestik yang mengunjungi objek wisata Bali Safari Dan Marine Park Di Era New Normal Covid 19
Fahimah dan Umsa (2022)	Pengaruh Protokol Kesehatan, Harga Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Di Destinasi Wisata Pada Pandemi Covid 19	Harga (X2) Fasilitas (X3) Keputusan Berkunjung (Y)	Protokol Kesehatan (X1)	wisatawan yang mengunjungi Destinasi Wisata Pada Pandemi Covid 19
Tio Adi Saputra, Rizal Ula Ananta Fauzi dan Apriyanti (2022)	Pengaruh daya tarik, fasilitas dan aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung ke wisata Tani Betet Nganjuk	Fasilitas (X2) Aksesibilitas (X3) Keputusan Berkunjung (Y)	Daya Tarik (X1)	Wisatawan yang mengunjungi objek wisata wisata Tani Betet Nganjuk

Sumber : Penulis (2023)

2.2 Landasan Teori

Sugiyono (2018:79) Landasan teori adalah penelitian yang mencari teori-teori serta konsep dari hasil penelitian yang dapat dijadikan sebagai landasan

teoristik untuk pelaksanaan penelitian. Suryadana dan Octavia (2020:2) Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang atau jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

2.2.1 Pengertian Aksesibilitas

Ariani dkk. (2019:17) Aksesibilitas adalah ukuran dari kemudahan (waktu, biaya atau usaha) dalam melakukan perpindahan antara tempat-tempat atau kawasan dalam suatu sistem. Kemudian Suryadana dan Octavia (2020:43) menyatakan bahwa aksesibilitas adalah kemudahan dalam mencapai daerah tujuan wisata baik secara geografis atau kecepatan teknis, serta tersedianya sarana transportasi ke tempat tujuan tersebut.

Salah satu komponen penting dalam kegiatan pariwisata adalah aksesibilitas atau kelancaran masyarakat atau wisatawan dari tempat ke tempat lainnya berpindahan tersebut bisa dalam jarak dekat atau jarak jauh. Untuk melakukan perpindahan itu tentu saja diperlukan alat transportasi ketika melakukan perjalanan, berbagai bentuk keinginan yang terlintas dalam benak wisatawan ada yang ingin cepat ada pula yang santai-santai saja. Berdasarkan latar belakang wisatawan ada yang sanggup membayar mahal ada pula yang tidak sanggup membayar mahal tetapi biasanya lebih banyak yang murah. Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, maka berbagai kemudahan transportasi dapat dinikmati secara cepat dan nyaman.

a. Tujuan Aksesibilitas

Suryadana dan Octavia (2020:43) Aksesibilitas dalam pariwisata berkenaan dengan tingkat kemudahan seorang wisatawan mencapai suatu objek wisata. Transportasi berhubungan erat dengan aksesibilitas dimana penggunaan kendaraan yang dimiliki mengakibatkan jarak yang jauh seolah lebih dekat. Aksesibilitas yang baik dapat mempersingkat waktu dan tenaga serta lebih meringankan biaya perjalanan.

b. Peran Aksesibilitas

Suryadana dan Octavia (2020:43) semakin baik aksesibilitas suatu objek, wisatawan yang berkunjung dapat semakin banyak jumlahnya. Sebaliknya, jika aksesibilitas kurang baik, wisatawan akan merasakan hambatan dalam kunjungan yang dilakukannya dalam berpariwisata.

c. Indikator Aksesibilitas

Suryadana dan Octavia (2020:43) Beberapa hal yang mempengaruhi aksesibilitas suatu tempat adalah:

1. Kondisi jalan
2. Tarif angkutan jenis kendaraan
3. Jaringan transportasi
4. Jarak dan waktu tempuh

d. Keuntungan Aksesibilitas

Perbaikan akses merupakan langkah yang sangat dibutuhkan dalam pemenuhan kinerja. Ariani dkk. (2019:18) merincikan keuntungan yang diperoleh dari adanya perbaikan akses atau dua bagian, yaitu:

1. Keuntungan langsung

Akses yang lebih mudah berbagai fasilitas dalam hubungannya dengan penyediaan pelayanan oleh fasilitas-fasilitas tersebut.

2. Keuntungan sekunder

Mencakup penghematan waktu, usaha, dan biaya transportasi. Dengan adanya akses yang lebih mudah akan lebih fleksibel digunakan orang-orang dalam mencari suatu tujuan jika aksesibilitas ditinggalkan maka berpotensi menciptakan penghematan waktu.

2.2.2 Pengertian Fasilitas

Heryanto (2020:3) Fasilitas adalah komponen kritis dari jaringan global multilevel yang dibutuhkan dalam supply excellence. Fasilitas adalah tempat yang nampak dan dapat dirasakan langsung oleh konsumen, yang dipengaruhi oleh faktor desain, penataan yang berpengaruh terhadap kenyamanan konsumen.

Fasilitas merupakan segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam usaha yang bergerak di bidang jasa, maka segala fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, kelengkapan, desain interior dan eksterior serta kebersihan fasilitas harus diperhatikan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan.

- a. Tujuan Fasilitas

Suryadana dan Octavia (2020:42) Untuk memenuhi kebutuhan perjalanan wisatawan dalam satu kesatuan yang saling terkait dan melengkapi satu sama lain, sehingga dalam suatu perjalanan wisata seluruh komponen yang digunakan tidak dapat dipisahkan.

b. Peran Fasilitas

Suryadana dan Octavia (2020:42) Disamping daya tarik wisata, wisatawan dalam melakukan kegiatan wisata juga membutuhkan adanya fasilitas yang menunjang perjalanan tersebut.

c. Indikator Fasilitas

Suryadana dan Octavia (2020:42) Komponen fasilitas dan pelayanan perjalanan biasanya terdiri dari unsur :

1. Fasilitas transportasi
2. Fasilitas akomodasi
3. Fasilitas makan dan minum
4. Prasarana atau infrastruktur
5. Fasilitas telekomunikasi
6. Lahan parkir

d. Karakteristik Fasilitas

Heryanto (2020:3) Fasilitas harus mempunyai karakteristik:

1. Fleksibilitas

Fasilitas yang fleksibel adalah kemampuan untuk memenuhi variasi permintaan tanpa perubahan yang signifikan.

2. Modularitas

Fasilitas modular adalah fasilitas dengan sistem yang bekerja sama secara efisien dalam rentang yang luas dari tingkat operasi.

3. Dapat diperbaharui (upgradability)

fasilitas yang dapat diperbaharui akan menggabungkan kemajuan dari sistem peralatan dan teknologi.

4. Kemampuan beradaptasi

Pertimbangan implikasi terhadap waktu siklus dan puncak dari penggunaan fasilitas.

5. Operabilitas selektif

operabilitas selektif berarti memahami bagaimana setiap segmen fasilitas beroperasi dan memungkinkan rencana darurat untuk ditempatkan di fasilitas.

6. Ramah lingkungan dan energi

Dalam hal ini melibatkan proses pembelajaran dalam energi dan desain lingkungan (leadership in energy and environmental design/LEED). Ada lima bidang utama pendekatan kinerja pembangunan keseluruhan secara berkelanjutan (sustainability) untuk manusia dan lingkungan yaitu pengembangan situs berkelanjutan, penghematan air, efisiensi energi, seleksi material, dan kualitas material dalam ruang.

2.2.3 Pengertian Harga

Indrasari (2020:36) Harga adalah jumlah uang (kemungkinan ditambah beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya. Harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa, jumlah nilai yang ditukarkan konsumen untuk manfaat memiliki atau menggunakan produk atau jasa. Dalam keadaan normal permintaan dan harga mempunyai hubungan timbal balik atau negatif, tetapi

untuk produk-produk bergengsi bisa jadi harga mempunyai hubungan yang searah atau positif. Penentuan harga produk maupun jasa yang dilakukan perusahaan sangat berpengaruh pada keputusan konsumen. Kemudian Suryadana dan Octavia (2020:10) menambahkan bahwa harga merupakan jumlah uang yang harus dibayar oleh pelanggan untuk memperoleh produk atau jasa.

a. Tujuan Penetapan Harga

Dalam pemasaran kebijakan penetapan harga memegang peran penting dalam memasarkan barang atau jasa. Indrasari (2020:41) tujuan dalam penetapan harga , antara lain:

1. Mendapatkan laba maksimum

Terjadinya harga ditentukan oleh penjual dan pembeli. Semakin besar daya beli konsumen, semakin besar juga kemungkinan penjual untuk mendapatkan tingkat harga yang lebih tinggi.

2. Mendapatkan pengembalian investasi yang ditargetkan atau pengembalian pada penjualan bersih

Harga yang dapat dicapai dalam penjualan dimaksudkan untuk investasi secara berangsur. Dana yang dipakai untuk mengembalikan investasi hanya bisa diambil dari laba perusahaan dan laba hanya bisa diperoleh apabila harga jual lebih besar dari jumlah biaya sebelumnya.

3. Mencegah atau mengurangi persaingan

Tujuan mencegah atau mengurangi persaingan dapat dilakukan melalui kebijakan harga. Hal tersebut dapat diketahui apabila para penjual

menawarkan barang dengan harga yang sama. Oleh sebab itu, persaingan hanya mungkin dilakukan tanpa melalui kebijakan harga.

4. Mempertahankan dan memperbaiki market share

Dalam hal ini harga merupakan faktor yang penting. Bagi perusahaan kecil yang memiliki kemampuan sangat terbatas, biasanya penentuan harga ditunjukkan untuk sekedar mempertahankan market share. Perbaikan market share kurang diutamakan apabila persaingan sangat ketat.

b. Peranan Harga

Indrasari (2020:40) Harga memiliki dua peranan penting dalam proses pengambilan keputusan, yaitu :

1. Peranan Alokasi

Merupakan fungsi harga dalam membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat atau nilai tertinggi yang diharapkan berdasarkan daya beli.

2. Peranan Informasi

Merupakan fungsi harga dalam mendidik konsumen mengenai faktor-faktor produk seperti kualitas. Hal ini terutama bermanfaat dalam situasi dimana pembeli mengalami kesulitan untuk menilai faktor produk atau manfaatnya.

c. Indikator Harga

Indrasari (2020:42) terdapat enam indikator yang mencirikan harga. Keenam indikator tersebut adalah:

1. Keterjangkauan harga

Harga yang dapat dijangkau oleh semua kalangan sesuai dengan target segmen pasar yang dipilih.

2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk

Kualitas produk menentukan besarnya harga yang akan ditawarkan kepada konsumen.

3. Daya saing harga

Harga yang ditawarkan apakah lebih tinggi atau dibawah rata-rata dari pada pesaing.

4. Kesesuaian harga dengan manfaat

d. Metode Penetapan Harga

Metode penetapan harga secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi empat kategori utama, yaitu metode penetapan harga berbasis permintaan, berbasis biaya, berbasis laba, dan berbasis persaingan. Indrasari (2020:40) yang menjelaskan metode metode penetapan harga sebagai berikut :

1. Metode Penetapan Harga Berbasis

Permintaan Adalah suatu metode yang menekankan pada faktor-faktor yang mempengaruhi selera dan referensi pelanggan dari faktor-faktor seperti biaya, laba, dan persaingan. Permintaan pelanggan sendiri didasarkan pada berbagai pertimbangan.

2. Metode Penetapan Harga Berbasis Biaya

Faktor penentu harga dalam metode ini, yang utama adalah aspek penawaran atau biaya bukan aspek permintaan. Harga ditentukan berdasarkan biaya

produksi dan pemasaran yang ditambah dengan jumlah tertentu sehingga dapat menutupi biaya biaya langsung, biaya overhead dan laba.

3. Metode Penetapan Harga Berbasis Laba

Metode ini berusaha menyeimbangkan pendapatan dan biaya dalam penetapan harganya. Upaya ini dapat dilakukan atas dasar target volume laba spesifik atau dinyatakan dalam bentuk persentase terhadap penjualan atau investasi. Metode penetapan harga berbasis laba ini terdiri dari target harga keuntungan, target pengembalian atas harga jual, dan target pengembalian atas harga investasi.

4. Metode Penetapan Harga Berbasis Persaingan

Selain berdasarkan pada pertimbangan biaya, permintaan atau laba, harga juga dapat ditetapkan atas dasar persaingan, yaitu apa yang dilakukan pesaing. Metode penetapan harga berbasis persaingan terdiri dari harga di atas pada, atau di bawah harga pasar harga kerugian pemimpin dan harga penawaran yang disegel.

e. Dimensi Harga

Indrasari (2020:44) menjelaskan ada empat ukuran yang mencirikan harga yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk atau jasa, kesesuaian harga dengan manfaat, dan harga sesuai dengan kemampuan atau daya saing harga. Empat ukuran harga yaitu sebagai berikut:

1. Keterjangkaun Harga

Konsumen bisa menjangkau harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Produk atau jasa biasanya ada beberapa jenis dalam satu merek harganya juga berbeda dari yang termurah sampai termahal.

2. Kesesuaian harga dengan kualitas pelayanan.

Harga sering dijadikan sebagai indikator kualitas bagi konsumen orang sering memilih harga yang lebih tinggi diantara dua barang karena mereka melihat adanya perbedaan kualitas. Apabila harga lebih tinggi orang cenderung beranggapan bahwa kualitasnya juga lebih baik.

3. Kesesuaian harga dengan manfaat

Konsumen memutuskan menggunakan jasa jika manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkannya. Jika konsumen merasakan manfaat produk lebih kecil dari uang yang dikeluarkan maka konsumen akan beranggapan bahwa produk tersebut mahal dan konsumen akan berpikir dua kali untuk melakukan pembelian ulang.

4. Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga

Konsumen sering membandingkan harga suatu dalam hal ini mahal murahnya sangat dipertimbangkan oleh konsumen pada saat akan menggunakan jasa tersebut.

Indrasari (2020:45) terdapat empat dimensi yang mencirikan harga, yaitu:

- a. Keterjangkauan harga, harga yang diberikan sesuai dengan fasilitas yang diberikan perusahaan jasa.

- b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk atau jasa, harga sesuai dengan kualitas jasa pelayanan yang diberikan.
- c. Daya saing harga, harga lebih efektif dari perusahaan jasa lain agar mengikat para konsumen.
- d. Kesesuaian harga dengan manfaat, harga sesuai dengan manfaat yang di dapatkan oleh konsumen kesehatan.

Indrasari (2020:45), dimensi harga ada dua, yaitu :

- a. Harga yang dipersepsikan, persepsi pelanggan terhadap harga yang diterima, apakah tinggi, rendah, atau adil.
- b. Harga yang direferensikan, referensi dari pelanggan sebagai dasar perbandingan untuk menilai harga yang ditawarkan.

f. Konsep Harga

Indrasari (2020:45) mengatakan bahwa dalam teori ekonomi, pengertian harga, nilai dan utility merupakan konsep yang paling berhubungan dengan penetapan harga. Yang dimaksud dengan utility dan value sebagai berikut :

1. Utility adalah suatu atribut yang melekat pada suatu barang, yang memungkinkan barang tersebut memenuhi kebutuhan (needs), keinginan, dan memuaskan konsumen.
2. Value adalah nilai suatu produk untuk ditukar dengan produk lain, nilai ini dapat dilihat dalam situasi barter yaitu ditukar dengan produk lain. Nilai ini dapat dilihat dalam situasi barter yaitu pertukaran barang dengan barang. Sekarang ini kegiatan perekonomian tidak melakukan barter lagi tetapi telah menggunakan uang sebagai ukuran yang disebut harga (price) adalah nilai

suatu barang yang dinyatakan dengan uang. Harga merupakan salah satu elemen bauran pemasaran yang membutuhkan pertimbangan cermat. Ini dikarenakan adanya sejumlah dimensi strategik harga dalam hal:

1. Harga merupakan pernyataan nilai dari suatu produk (a statement of value). Nilai adalah rasio atau perbandingan antara persepsi terhadap manfaat (perceived benefits) dengan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan produk.
2. Harga merupakan aspek yang tampak jelas (visible) bagi para pembeli. Bagi konsumen yang tidak terlalu paham hal-hal teknis pada pembelian produk otomotif dan elektronik, kerap kali harga menjadi satu-satunya faktor yang dapat mereka mengerti. Tidak jarang pula harga dijadikan semacam indikator kualitas.
3. Harga adalah determinan utama permintaan. Berdasarkan hukum permintaan (the law of demand), besar kecilnya harga memengaruhi kuantitas produk yang dibeli konsumen.
4. Harga berkaitan dengan pendapatan dan laba. Harga adalah satu-satunya unsur bauran pemasaran yang mendatangkan pemasukan bagi perusahaan yang pada gilirannya berpengaruh pada besar kecilnya laba dan pangsa pasar yang diperoleh.
5. Harga memengaruhi citra dan strategi positioning dalam pemasaran produk pretisius yang mengutamakan citra kualitas dan eksklusivitas, harga menjadi unsur penting. Harga yang mahal dipersepsikan mencerminkan kualitas yang tinggi dan sebaliknya.

6. Harga bersifat fleksibel, artinya dapat disesuaikan dengan cepat dari empat unsur bauran pemasaran tradisional. Harga adalah elemen yang paling mudah diubah dan diadaptasikan dengan dinamika pasar.
7. Harga merupakan masalah No 1 yang dihadapi para manajer, setidaknya ini ditunjukkan oleh adanya empat level konflik potensial menyangkut aspek harga.

2.2.4 Pengertian Pemasaran Pariwisata

Indrasari (2020:4) Pemasaran merupakan sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

Indrasari (2020:3) Proses pemasaran terjadi atau dimulai jauh sejak sebelum barang- barang di produksi. Keputusan-keputusan dalam pemasaran itu harus dibuat untuk menentukan produk serta pasarnya, penentuan harga, dan kegiatan promosi. Kegiatan pemasaran tidak hanya berupa pertukaran berupa uang, tapi mencakup distribusi sejumlah ide maupun jasa yang dapat memberikan kebutuhan dan kepuasan kepada individu dan organisasi.

Pemasaran pariwisata (*tourism marketing*) Adalah suatu sistem dan koordinasi yang dilaksanakan sebagai suatu kebijakan bagi perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang kepariwisataan, baik milik swasta maupun pemerintah, dalam ruang lingkup lokal, regional, nasional dan internasional untuk dapat mencapai kepuasan wisatawan dengan memperoleh keuntungan yang wajar (Suryadana dan Octavia, 2020:98). Tujuan pemasaran adalah mengetahui dan

memahami keinginan pelanggan dengan baik sehingga produktivitas produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan cocok dengan pangsa pasar mereka dan produk yang dihasilkan dapat terjual dan dikonsumsi dengan baik oleh konsumen.

Pariwisata sebagai aktivitas perjalanan dan tinggal seseorang di luar tempat tinggal dan lingkungannya selama tidak lebih dari satu tahun berurutan untuk berwisata, bisnis atau tujuan lain dengan tidak untuk bekerja di tempat yang dikunjunginya tersebut (Suryadana dan Octavia, 2020:24). Sedangkan UU bab 1 pasal 1 No. 10 ayat 4 tahun 2009 memberikan pengertian bahwa kepariwisataan adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multi disiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah dan pengusaha.

2.2.5 Konsep Wisatawan

Wisatawan adalah setiap orang yang bertempat tinggal di suatu negara tanpa memandang kewarganegaraannya, berkunjung ke suatu tempat pada negara yang sama untuk jangka waktu lebih dari 24 jam (Suryadana dan Octavia, 2020:58). Sedangkan UU bab 1 pasal 1 No. 10 ayat 2 tahun 2009 wisatawan adalah orang yang melakukan wisata.

Suryadana dan Octavia (2020:64) melihat sifat perjalanan dan ruang lingkup dimana perjalanan wisata itu dilakukan, maka kita juga dapat mengklasifikasikan wisatawan sebagai berikut:

1. Wisatawan asing (foreign tourist)

Adalah orang asing yang melakukan perjalanan wisata, yang datang memasuki suatu negara lain yang bukan merupakan negara di mana ia biasanya tinggal. (Biasanya bisa dilihat dari status kewarganegaraannya, dokumen perjalanannya, dan jenis uang yang dibelanjakan).

2. Wisatawan domestik asing (Domestic foreign tourist)

Orang asing yang berdiam atau bertempat tinggal pada suatu negara, yang melakukan perjalanan wisata di wilayah negara di mana ia tinggal. (Orang yang bekerja di kedutaan besar).

3. Wisatawan domestik (domestic tourist)

Seseorang warga negara suatu negara yang melakukan perjalanan wisata dalam batas wilayah negaranya sendiri tanpa melewati perbatasan negaranya.

4. Wisatawan pribumi (indigenous foreign tourist)

Warga negara suatu negara tertentu, yang karena tugasnya atau jabatannya di luar negeri, pulang ke negara asalnya dan melakukan perjalanan wisata di wilayah negaranya sendiri.

5. Wisatawan transit (transit tourist)

Wisatawan yang sedang melakukan perjalanan wisata ke suatu negara tertentu, yang menumpang kapal udara atau kapal laut ataupun kereta api, yang terpaksa mampir atau singgah pada suatu pelabuhan/airport/stasiun bukan atas kemauannya sendiri.

6. Wisatawan bisnis (business tourist)

Orang yang melakukan perjalanan (apakah orang asing atau warga negara sendiri) yang mengadakan perjalanan untuk tujuan lain bukan wisata, tetapi perjalanan wisata akan dilakukannya setelah tujuan yang utama selesai.

Suryadana dan Octavia (2020:63) Klarifikasi terhadap wisatawan dengan membedakan wisatawan atas tujuh kelompok, yaitu:

1. Explorer, yaitu wisatawan yang mencari perjalanan baru dan berinteraksi secara intensif dengan masyarakat lokal, dan bersedia menerima fasilitas seadanya, serta menghargai norma dan nilai-nilai lokal.
2. Elite, yaitu wisatawan yang mengunjungi daerah tujuan wisata yang belum dikenal, tetapi dengan pengaturan lebih dahulu, dan bepergian dalam jumlah yang kecil.
3. Off beat, yaitu wisatawan yang mencari atraksi sendiri, tidak mau ikut ke tempat-tempat yang sudah ramai dikunjungi. biasanya wisatawan seperti ini siap menerima fasilitas seadanya di tempat lokal.
4. Unusual, yaitu wisatawan yang dalam perjalanannya sekali waktu juga mengambil aktivitas tambahan, untuk mengunjungi tempat-tempat yang baru, atau melakukan aktivitas yang agak beresiko. Meskipun dalam aktivitas tambahannya bersedia menerima fasilitas apa adanya, tetapi program pokoknya tetap harus mendapatkan fasilitas yang standar.
5. Incipient mass, yaitu wisatawan yang melakukan perjalanan secara individual atau kelompok kecil, dan mencari daerah tujuan wisata yang mempunyai fasilitas standar tetapi masih menawarkan keaslian.

6. Mass, yaitu wisatawan yang bepergian ke daerah tujuan wisata dengan fasilitas yang sama seperti di daerahnya.
7. Charter, yaitu wisatawan yang mengunjungi daerah tujuan wisata dengan lingkungan yang mirip dengan daerah asalnya, dan biasanya hanya untuk bersantai/bersenang-senang. Mereka bepergian dalam kelompok besar, dan meminta fasilitas yang berstandar internasional.

2.2.6 Keputusan Berkunjung Wisatawan

Suryadana dan Octavia (2020:78) mendefinisikan keputusan berkunjung adalah calon wisatawan membentuk preferensi atas merek yang ada dalam kumpulan pilihan (tahap evaluasi). Berdasarkan pemilihan atau evaluasi yang mereka telah lakukan, kemudian akan terbentuk niat untuk mengunjungi daerah tujuan wisata yang mereka sukai.

a. Proses keputusan berkunjung

Suryadana dan Octavia (2020: 80) Rangkaian proses keputusan berkunjung wisatawan yang diadaptasi dari keputusan pembelian konsumen sebagai berikut:

1. Input

Yang berperan penting dalam input adalah kegiatan bauran pemasaran yang dilakukan pemasar untuk mengkomunikasikan produknya pada calon wisatawan potensial dan juga pengaruh sosiokultural untuk menggiring mereka dalam keputusan berkunjung.

2. Proses

Ada tiga tahapan proses pembuatan keputusan berkunjung yaitu pengenalan kebutuhan pariwisata, pencarian alternatif, dan evaluasi alternatif.

3. Output

Terdapat dua bentuk kegiatan pasca berkunjung yang sangat erat yaitu perilaku berkunjung uji coba dan kunjungan ulang dan perilaku pasca berkunjung.

b. Indikator Keputusan berkunjung

Suryadana dan Octavia (2020: 78) terdapat dua faktor yang mempengaruhi tujuan membeli dan keputusan membeli, atau dalam hal ini tujuan berkunjung dan keputusan berkunjung. Terdiri dari unsur:

1. Kemudahan aksesibilitas menuju lokasi wisata merupakan faktor yang mempengaruhi wisatawan dalam berkunjung.
2. Kelengkapan fasilitas merupakan faktor yang menjadi kebutuhan dan keinginan wisatawan dalam memilih objek wisata yang dikunjunginya.
3. Harga yang diharapkan.
4. Manfaat yang diharapkan.
5. Sikap orang lain.

2.3 Hubungan Antar Variabel

a. Hubungan Aksesibilitas dengan Keputusan Berkunjung

Suryadana dan Octavia (2020:43) Semakin baik aksesibilitas suatu objek, wisatawan yang berkunjung dapat semakin banyak jumlahnya untuk memutuskan melakukan kunjungan wisata. Saputra dkk. (2022) Dengan adanya adanya aksesibilitas yang baik dapat memberikan kenyamanan wisatawan sehingga memutuskan untuk berkunjung. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Aksesibilitas berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung.

b. Hubungan Fasilitas dengan Keputusan Berkunjung

Suryadana dan Octavia (2020:42) Fasilitas memiliki kekuatan tersendiri sebagai komponen produk pariwisata karena dapat memunculkan motivasi bagi wisatawan dan menarik wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata serta dijadikan sebagai keputusan wisatawan untuk berkunjung. Suwastawa dkk. (2021) Salah satu faktor penting dalam mempengaruhi wisatawan untuk melakukan keputusan untuk berkunjung adalah fasilitas wisata. Hasil penelitian tersebut adalah Fasilitas wisata mempunyai pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan berkunjung.

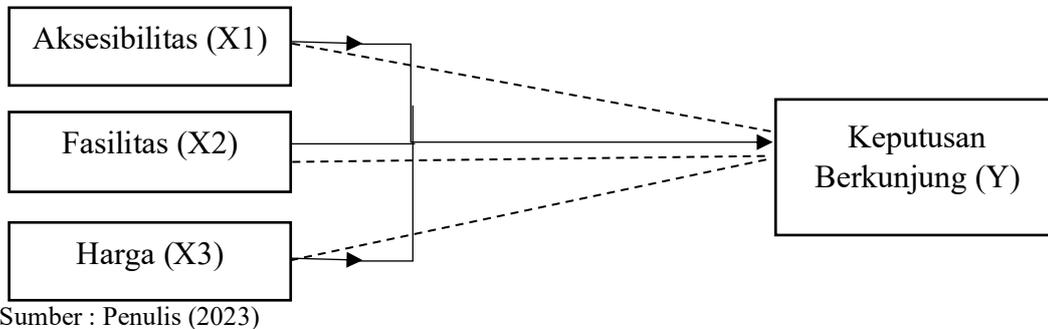
c. Hubungan Harga dengan Keputusan Berkunjung

Suryadana dan Octavia (2020:80) Komponen harga berperan penting dalam kegiatan bauran pemasaran yang dilakukan pemasar untuk mengkomunikasikan produknya kepada calon wisatawan potensial dan juga pengaruh sosiokultural yang mengiringi mereka dalam keputusan berkunjung. Fahimah dan Umsa (2022) Ketetapan harga sesuai asumsi pembeli bisa memberikan pengaruh pembeli untuk mengkonsumsi jasa, melewati pengaturan ketetapan harga yang sepadan dengan asumsi pembeli diperlukan untuk memiliki opsi untuk memengaruhi keputusan berkunjung dalam memilih objek wisata. Dimana hasil penelitian tersebut adalah Harga secara simultan mempengaruhi keputusan berkunjung.

2.4 Kerangka Konseptual

Berdasarkan pada kajian teori yang telah diuraikan di atas, yang mengacu pada teori keputusan pembelian konsumen, maka selanjutnya dikemukakan

kerangka konseptual yang berfungsi sebagai penentu dan merupakan dasar dalam penelitian, yaitu dapat ditunjukkan pada gambar sebagai berikut:



Keterangan : \longrightarrow = Uji secara simultan
 \dashrightarrow = Uji secara parsial

Gambar 2.1

Kerangka Konseptual

2.5 Hipotesis

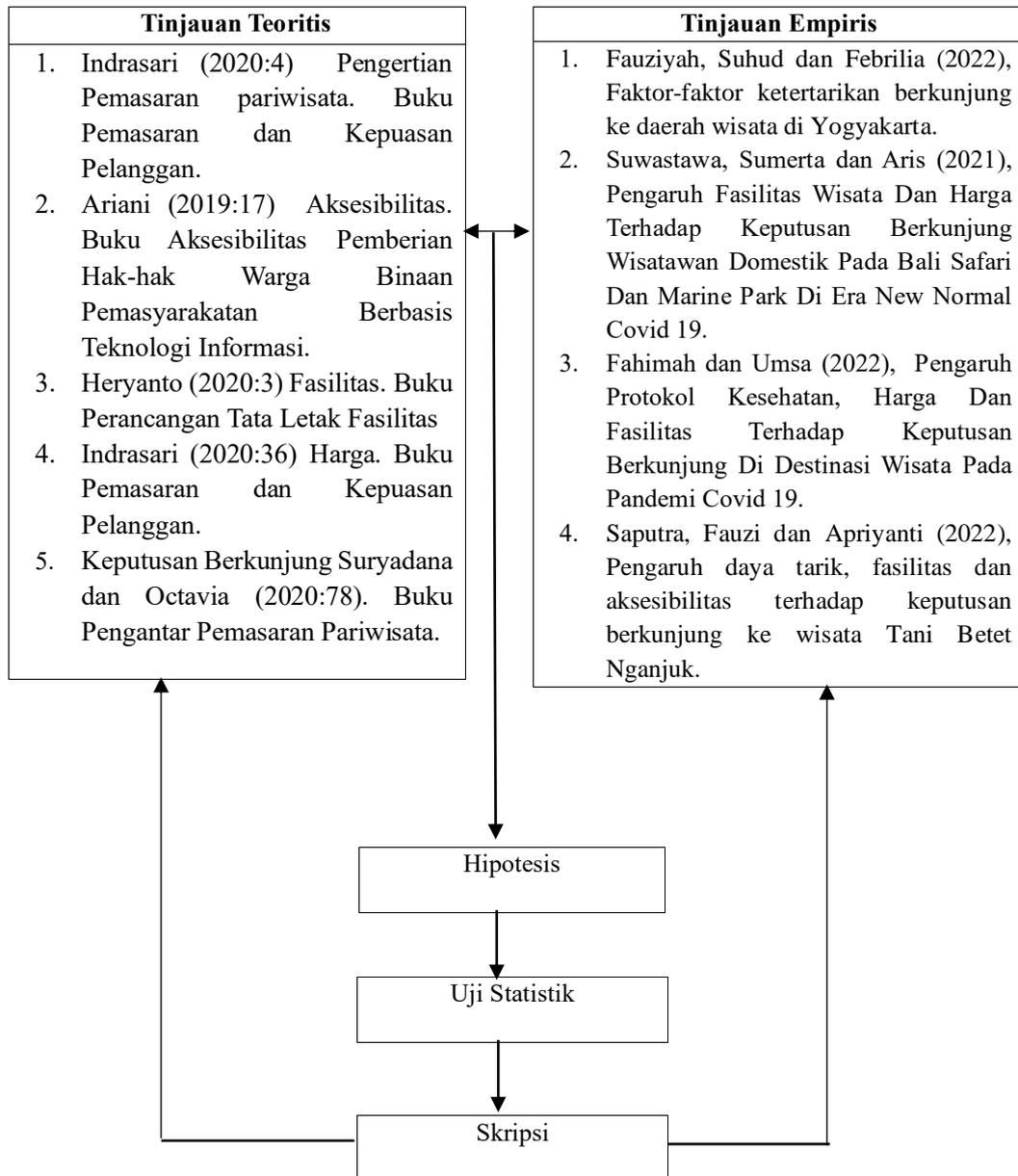
Berdasarkan uraian di atas penulis mencoba membuat hipotesis sebagai berikut:

1. Bahwa aksesibilitas, fasilitas dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan wisatawan berkunjung di objek wisata Kampung Iwak Kalanganyar Sedati Sidoarjo.
2. Bahwa aksesibilitas, fasilitas dan harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan wisatawan berkunjung di objek wisata Kampung Iwak Kalanganyar Sedati Sidoarjo.
3. Bahwa variabel aksesibilitas mempunyai pengaruh dominan terhadap keputusan wisatawan berkunjung di objek wisata Kampung Iwak Kalanganyar Sedati Sidoarjo.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Kerangka Konsep Berpikir



Sumber : Penulis (2023)

Gambar 3.1

Kerangka Proses Berpikir

Penjelasan:

Berdasarkan latar belakang , perumusan masalah dan studi serta tinjauan pustaka, maka disusunlah proses kerangka berpikir yang diperoleh dari hasil tinjauan teoritis dan tinjauan empirik. Tinjauan teoritis diperoleh dengan cara mempelajari teori-teori yang relevan dengan permasalahan yang diajukan dalam studi, secara lengkap telah dibahas dalam bab tinjauan pustaka, serta dengan cara mempelajari hasil-hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan permasalahan studi yang dilakukan atas teori-teori dan studi empirik diperoleh variabel-variabel dengan segala hubungan dan pengaruhnya. Sehingga didalam melakukan penelitian, penulis tidak hanya berpikir secara deduktif atau induktif saja, akan tetapi diperlukan suatu interaksi atau keterkaitan antara keduanya (\leftrightarrow) dan proses berpikir secara deduktif (tinjauan teori) dan proses berpikir secara induktif (tinjauan empirik) tersebut dapat ditemukan variabel-variabel yang digunakan atas dasar disusunnya penulisan skripsi.

Kerangka proses berpikir menunjukkan bahwa dari keterkaitan antara tinjauan teori dan tinjauan empiris dapat menghasilkan hipotesis yang merupakan dugaan sementara dalam studi. Pengujian hipotesis dilakukan berdasarkan uji kuantitatif dengan alat uji statistik yang relevan sehingga hipotesis akan teruji kebenarannya, yang kemudian dijadikan bahan banding untuk menemukan fenomena baru dalam mengembangkan ilmu pengetahuan karya ilmiah yang disusun dalam skripsi. Tanda panah (\rightarrow) yang menghubungkan antara skripsi dengan tinjauan teori dan tinjauan empiris dapat diartikan bahwa skripsi ini dapat memberikan kontribusi berupa dukungan dengan memperkuat teori-teori dan

penelitian relevan diharapkan hasil studi teoritis dalam empiris dapat memberikan masukan yang lebih luas dalam ilmu pengetahuan.

3.2 Definisi Operasional, Pengukuran Variabel dan Desain Instrumental Peneliti

3.2.1 Definisi Operasional

Definisi operasional adalah segala sesuatu yang menjadi objek pengamatan dalam suatu penelitian berdasarkan atas sifat atau sesuatu yang dapat didefinisikan, diamati dan diobservasikan. Dalam hal ini akan dijelaskan beberapa variabel yang akan diteliti, antara lain:

1. Aksesibilitas (X1)

Suryadana dan Octavia (2020:43) Beberapa hal yang mempengaruhi aksesibilitas suatu tempat adalah:

- a. Kondisi jalan
- b. Tarif angkutan jenis kendaraan
- c. Jaringan transportasi
- d. Jarak dan waktu tempuh

2. Fasilitas (X2)

Suryadana dan Octavia (2020:42) Komponen fasilitas dan pelayanan perjalanan biasanya terdiri dari unsur :

- a. Alat transportasi
- b. Fasilitas akomodasi
- c. Fasilitas makan dan minum
- d. Prasarana atau infrastruktur

- e. Fasilitas telekomunikasi
- f. Lahan parkir

3. Harga (X3)

Indrasari (2020:42) terdapat enam indikator yang mencirikan harga. Keenam indikator tersebut adalah:

- a. Keterjangkauan harga
- b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
- c. Daya saing harga
- d. Kesesuaian harga dengan manfaat

4. Keputusan Wisatawan Berkunjung (Y)

Secara umum Suryadana dan Octavia (2020:78) terdapat dua faktor yang mempengaruhi tujuan membeli dan keputusan membeli, atau dalam hal ini tujuan berkunjung dan keputusan berkunjung. Terdiri dari unsur:

- a. Kemudahan aksesibilitas
- b. Kelengkapan fasilitas
- c. Harga yang diharapkan
- d. Manfaat yang diharapkan
- e. Sikap orang lain

3.2.2 Pengukuran Variabel

Sugiyono (2018:157), skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif.

Penelitian ini menggunakan skala pengukuran likert dengan menggunakan skala ordinal yaitu untuk mengetahui tingkatan dari data yang paling rendah hingga yang paling tinggi dan tanpa memperhatikan urutan dari data tersebut. Pengukuran skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Sugiyono (2018:165) fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Responden diminta memilih salah satu dari sejumlah kategori jawaban yang tersedia kemudian masing-masing jawaban untuk pertanyaan yang sifatnya tertutup sistem penilaiannya adalah sebagai berikut:

Sangat tidak setuju	: 1
Tidak setuju	: 2
Netral	: 3
Setuju	: 4
Sangat setuju	: 5

3.2.3 Desain Instrumen Penelitian

Sugiyono (2018:102) instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian. Instrumen penelitian dengan metode kuesioner hendaknya disusun berdasarkan indikator-indikator yang telah dijabarkan dalam Tabel operasionalisasi variabel sehingga masing-masing pertanyaan yang akan diajukan kepada setiap responden lebih jelas serta dapat terstruktur. Desain instrumen penelitian akan dijelaskan pada Tabel 3. 1 sebagai berikut :

Tabel 3.1
Desain Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Item Pertanyaan
Aksesibilitas (X1)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kondisi jalan 2. Tarif angkutan jenis kendaraan 3. Jaringan transportasi 4. Jarak dan waktu tempuh 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Benarkah untuk mencapai tempat wisata dengan kondisi jalan yang mendukung menjadi keputusan anda berkunjung. 2. Tarif angkutan jenis kendaraan untuk mencapai tempat wisata menjadi keputusan anda berkunjung. 3. Adanya jaringan transportasi untuk menuju tempat wisata menjadi keputusan anda berkunjung 4. Jarak dan Waktu tempuh dalam perjalanan menuju tempat wisata menjadi keputusan anda berkunjung.
Fasilitas (X2)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Alat transportasi 2. Fasilitas akomodasi 3. Fasilitas makan dan minum 4. Prasarana atau infrastruktur 5. Fasilitas telekomunikasi 6. Lahan parkir 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya fasilitas transportasi di tempat wisata menjadi keputusan anda berkunjung 2. Fasilitas akomodasi yang cukup baik akan berdampak pada keputusan wisatawan berkunjung. 3. Fasilitas makan dan minum yang tersedia sudah baik untuk kenyamanan dalam berwisata. 4. Prasarana atau infrastruktur yang layak yang ada dalam tempat pariwisata akan mendukung ramainya wisatawan berkunjung. 5. Fasilitas telekomunikasi yang tersedia menjadi keputusan Anda berkunjung 6. Lahan parkir yang tersedia sudah baik untuk kenyamanan dalam berwisata.
Harga (X3)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan manfaat 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan harga dalam suatu wisata merupakan salah satu faktor keputusan wisatawan untuk berkunjung 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk yang dikeluarkan oleh wisatawan merupakan salah satu faktor keputusan wisatawan untuk berkunjung 3. Daya saing harga yang baik menjadi keputusan wisatawan untuk berkunjung 4. Kesesuaian harga dengan manfaat yang didapat oleh wisatawan merupakan salah satu faktor keputusan wisatawan untuk berkunjung
Keputusan Wisatawan (Y)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemudahan aksesibilitas 2. kelengkapan fasilitas 3. Harga yang diharapkan 4. Manfaat yang diharapkan 5. Sikap orang lain 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemudahan aksesibilitas menuju lokasi wisata adalah salah satu bahan pertimbangan wisatawan berkunjung 2. Kelengkapan fasilitas pada suatu objek wisata adalah salah satu bahan pertimbangan wisatawan berkunjung 3. Harga yang diharapkan oleh wisatawan merupakan salah satu bahan pertimbangan wisatawan berkunjung 4. Manfaat yang diharapkan oleh wisatawan merupakan salah satu bahan pertimbangan wisatawan berkunjung 5. Sikap orang lain merupakan salah satu bahan pertimbangan wisatawan berkunjung

Sumber : Penulis (2023)

3.3 Teknik Penentuan Sampel

1. Populasi

Sugiyono (2018:80) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki subjek atau objek itu. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengunjung objek wisata Kampung Iwak Kalanganyar Sedati Sidoarjo yang berjumlah 221.193 orang (Laporan Tahun 2022, tidak dipublikasikan)

2. Sampel

Sugiyono (2018:118) menjelaskan teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Penarikan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan metode accidental sampling adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sampel (Sugiyono, 2018:84). Rumus Slovin (Sugiyono, 2018:87) yakni :

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

Dimana: n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditoleransi, misalnya 10%.

Ukuran sampel ditentukan dengan tingkat persentase sebesar 10% sehingga dengan menggunakan rumus didapatkan jumlah sampel sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

$$\frac{221.193}{1+(221.193 \times (0,1 \times 0,1))} = \frac{221.193}{1+(2.211,93)} = \frac{221.193}{2.212,93} = 99,95 = 100$$

Berdasarkan perhitungan di atas diperoleh jumlah sampel sebesar 100 responden. Dengan demikian jumlah yang dipilih dari 221.193 populasi yang ada dalam penelitian ini adalah 100 responden.

3.4 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi di wisata Kampung Iwak Kalanganyar terletak pada area selatan dan utara pantai Jawa di Desa Kalanganyar, di Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo, dengan wilayah yang dekat dengan bandara internasional Juanda yang mudah dijangkau baik menggunakan kendaraan pribadi maupaun angkutan umum. Wisata Kampung Iwak Kalanganyar memiliki luas kawasan 27.30 Km² masuk dalam desa yang 2/3 dari wilayah tersebut adalah wilayah pertambakan. Waktu penelitian mulai bulan Februari 2023 sampai data yang dibutuhkan terpenuhi.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

3.5.1 Jenis Data

- a. Data Primer

Sekaran dan Roger Bougie (2017:130) data primer adalah data yang dikumpulkan untuk penelitian dari tempat aktual terjadinya peristiwa (sumbernya). Data ini dapat dikumpulkan dengan beberapa cara, antara lain: kuesioner, observasi, dan hasil pengujian. Data primer yang ada dalam penelitian ini adalah data dari kuesioner (daftar pertanyaan) mengenai keputusan berkunjung pada objek wisata Kampung Iwak Kalanganyar Sedati Sidoarjo.

b. Data Sekunder

Sekaran dan Roger Bougie (2017:130) data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber-sumber yang ada melalui beberapa media perantara (peroleh dan dicatat pihak lain). Pada umumnya data sekunder diperoleh dari beberapa bahan pustaka, baik berupa waktu, jurnal dan dokumen lainnya yang ada hubungannya dengan aksesibilitas, fasilitas, harga dan keputusan berkunjung.

3.5.2 Sumber Data

Dalam melakukan penelitian, sumber data yang digunakan dalam penelitian ini dengan mengumpulkan data melalui penyebaran kuesioner kepada subjek penelitian yang akan dituju yaitu wisatawan yang melakukan kunjungan di objek wisata Kampung Iwak Kalanganyar Sedati Sidoarjo.

3.5.3 Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah:

a. Metode Kuisisioner

Sejumlah daftar pertanyaan tertulis yang disusun secara terstruktur, kemudian disebarakan kepada responden. Dalam hal ini yang menjadi responden penelitian adalah para wisatawan.

b. Metode Observasi

Dalam hubungannya dengan variabel-variabel penelitian, metode observasi terutama digunakan untuk melengkapi data yang berkaitan dengan pengamatan dan pencatatan secara sistematis tentang fenomena fenomena yang diteliti. Pengamatan langsung kepada objek yang diteliti guna mencocokkan hasil kuesioner, sehingga mendapatkan keyakinan terhadap kebenaran data.

3.6 Pengujian Data

Metode pengujian data instrumen dimaksudkan untuk menguji kuesioner yang akan digunakan dalam peneliti sehingga dapat diketahui sampai sejauh mana kuesioner dapat menjadi alat pengukur yang valid dan reliabel dalam mengukur suatu gejala yang ada.

3.6.1 Uji Validitas

Ghozali (2018:51) Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas pada penelitian ini dilakukan dengan cara melakukan korelasi antara skor butir pertanyaan dengan skor konstruk atau variabel kemudian membandingkan dengan r Tabel. Kriteria pengujiannya sebagai berikut:

- a. Jika r hitung (Correlated item - Total correlation) \geq Tabel, maka butir pernyataan dinyatakan valid.
- b. Jika r hitung (Correlated item - Total correlation) \leq Tabel, maka butir pernyataan dinyatakan tidak valid.

Perhitungan nilai r Tabel sebagai berikut : $r_{\alpha(n-2)}$

Keterangan :

N = jumlah sampel

α = level of significance 5% atau 0,05

$r_{\text{Tabel}} = r_{(\alpha;100-2)}$

$r_{\text{Tabel}} = r_{(0,05;98)} = 0,1966$

Dari perhitungan mencari nilai r Tabel di atas, didapatkan hasil dari r Tabel 98 yang menunjukkan angka 0,1966. Hal itu berarti data akan dinyatakan valid jika hasil perhitungannya lebih dari 0,1966. Sedangkan nilai r hitung (Correlated item - Total correlation) yang didapat dari pengolahan data dengan menggunakan program SPSS 26.

Sedangkan nilai r hitung (Correlated item - Total correlation) yang didapat dari pengolahan data dengan menggunakan program SPSS 26.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Sugiyono (2018:268), uji reliabilitas adalah derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Data yang tidak reliabel, tidak dapat diproses lebih lanjut karena akan menghasilkan kesimpulan yang biasa. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Alat untuk mengukur reliabilitas adalah Cronbach Alpha. Jika Cronbach Alpha > 0,6 (reliabilitas minimum), maka butir atau variabel tersebut reliabel. Jika Cronbach Alpha < 0,6 maka butir atau variabel tersebut tidak reliabel.

3.7 Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis

Teknik analisis data merupakan proses mencari dan menyusun data secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

3.7.1 Teknik Analisis Regresi Berganda

Sugiyono (2018:303), analisis regresi linier berganda digunakan oleh peneliti bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependent. Analisis regresi miliar berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independent minimal dua variabel. Analisa ini digunakan setelah hasil pengujian menggunakan skala interval. Untuk mengetahui pengaruhnya dapat digunakan persamaan analisis regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y = keputusan wisatawan berkunjung

X1 = aksesibilitas

X2 = fasilitas

X3 = harga

a = konstanta

b1, b2, b3 = koefisien regresi

e = standar error

Agar dapat diketahui diterima atau tidaknya hipotesis yang ditetapkan, maka dilakukan analisis data secara kuantitatif. Analisis ini menggunakan uji f maupun uji t.

3.7.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Ghozali (2018:97), menyatakan bahwa "koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen". Adjusted R^2 digunakan untuk mengetahui besarnya variasi dari variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variasi variabel independen sisanya yang tidak dapat dijelaskan merupakan bagian variasi dari variabel lain yang tidak termasuk di dalam model. Hasil uji koefisien determinasi ditentukan oleh nilai Adjusted R^2 .

Nilai Adjusted R^2 adalah 0 sampai 1. Jika nilai Adjusted R^2 mendekati 1, artinya variabel independen mampu memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen dan sebaliknya jika nilai Adjusted R^2 mendekati 0 artinya kemampuan variabel independen untuk memprediksi variabel dependen sangat terbatas. Apabila nilai Adjusted $R^2 = 0$ maka yang dapat digunakan adalah nilai R^2 .

3.7.3 Uji Hipotesis

a. Uji hipotesis secara simultan (Uji F)

Untuk mengetahui pengaruh variabel aksesibilitas, fasilitas, harga secara simultan berpengaruh terhadap variabel keputusan berkunjung di gunakan uji F. Langkah-langkah yang dilakukan dalam melakukan Uji F adalah sebagai berikut:

1. Menentukan Hipotesis

H_0 = Aksesibilitas (X1), Fasilitas (X2), dan Harga (X3) secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan berkunjung (Y).

H_a = Aksesibilitas (X1), Fasilitas (X2), dan Harga (X3) secara simultan tidak berpengaruh terhadap Keputusan berkunjung (Y).

2. Menentukan besarnya tingkat signifikan (α), sebesar 0,05 atau 5%

Dasar pengambilan dalam keputusan dalam hal ini maksudnya adalah dasar yang digunakan sehingga dapat menetapkan diterima tidaknya hipotesis penelitian. Yang pertama dilakukan adalah menetapkan taraf signifikansi sebesar 0,05. Taraf signifikansi diperlukan untuk menjadi pembanding dalam menentukan diterima tidaknya hipotesis. Selanjutnya dapat dilihat melalui kriteria atau dasar pengambilan keputusan berikut:

- a. Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- b. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Nilai signifikan penelitian dapat diketahui dari hasil pengolahan data dengan SPSS versi 25 pada table ANOVA dalam kolom Sig. Untuk membuktikan hipotesis pertama peneliti menggunakan uji f yaitu menguji pengaruh atau tidaknya variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat. Adapun dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

H_i : $F_{hitung} > F_{Tabel}$, artinya terdapat pengaruh antara variabel X1, X2, X3 terhadap variabel Y.

H_p : $F_{hitung} < F_{Tabel}$, artinya tidak ada pengaruh antara variabel X1, X2, X3 terhadap variabel Y.

3. Menentukan F_{hitung}

Sugiyono (2018:192) perhitungan Uji F dilakukan dengan rumus sebagai berikut:

$$F_{hitung} = \frac{\frac{R^2}{k}}{\frac{(1 - R^2)}{(n - k - 1)}}$$

Keterangan :

F_{hitung} = F_{hitung} yang dibandingkan dengan F Tabel

R^2 = Koefisien korelasi ganda

K = Jumlah variabel bebas

N = Jumlah sampel

4. Kriteria pengujian sebagai berikut

- a. Jika $F_{hitung} \leq F_{Tabel}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Dapat dibuktikan bahwa variabel bebas (X_1) secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel terikat (Y)

- b. Jika $F_{hitung} \geq F_{Tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

- c. Dapat dibuktikan bahwa variabel bebas (X_1) secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat (Y)

- d. Dengan kata lain jika nilai signifikan (sig) uji F lebih kecil dari taraf nyata 0,1 maka H_0 ditolak H_1 diterima.

- b. Uji hipotesis secara parsial (Uji t)

Uji t dikenal dengan uji parsial, yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya. Untuk membuktikan hipotesis kedua peneliti menggunakan uji t, yaitu

untuk menguji pengaruh secara parsial terhadap variabel terikat. Adapun dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

1. Pengujian dilakukan dengan menggunakan uji t satu arah dengan derajat kebebasan $df = (n-k-1)$
2. Dengan taraf kepercayaan $\alpha = 5\%$
3. Jika $t_{hitung} > t_{Tabel}$, maka H_0 ditolak H_a yang menyatakan bahwa b_1 , b_2 dan b_3 terdapat pengaruh bermakna terhadap Y .
4. Jika $t_{hitung} < t_{Tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang menyatakan bahwa b_1 , b_2 dan b_3 tidak ada pengaruh yang bermakna terhadap Y .

$$t = r \left(\frac{n-2}{1-r^2} \right)^{1/2}$$

Keterangan:

r = Korelasi produk momen

n = Jumlah responden

Jika $t_{hitung} > t_{Tabel}$ pada tingkat kesalahan tertentu misalnya 5% (0,05) maka terdapat pengaruh yang signifikan antar variabel bebas yaitu X dengan variabel terikat y , begitu sebaliknya.

c. Uji Variabel Dominan

Untuk mengetahui variabel mana yang dominan pengaruhnya di antara variabel bebas terhadap variabel terikat, maka dilakukan dengan melihat ranking koefisien regresi yang distandarkan (β) atau standardized of coefficients Beta dari masing-masing variabel bebas yang signifikan. Variabel yang memiliki koefisien (β) terbesar merupakan salah satu variabel bebas (X) yang dominan pengaruhnya terhadap variabel terikat (Y).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian

4.1.1 Tentang Objek Wisata Kampung Iwak Kalanganyar Sedati Sidoarjo

Kampung Iwak Kalanganyar Sedati Sidoarjo merupakan nama yang diberikan kepada Desa Kalanganyar Sidoarjo yang mayoritas penduduknya bekerja sebagai nelayan dan petani ikan tambak. Wisata Kampung Iwak Kalanganyar terletak pada area selatan dan utara pantai Jawa di Desa Kalanganyar, di kecamatan Sedati kabupaten Sidoarjo, dengan wilayah yang dekat dengan bandara internasional Juanda yang mudah dijangkau. Sebagai objek wisata, wisata Kampung Iwak Kalanganyar Sedati Sidoarjo memang terkenal sehingga memiliki potensi pemasaran wisata yang cukup baik.

Pesona alam yang bisa kita jumpai di sini adalah tempat wisata pemancingan yang bernuansa alam pesisir, dengan masih terjaganya pohon-pohon bakau menjadi jaminan kepuasan wisatawan. Objek wisata Kampung Iwak Kalanganyar menjadi andalan wisata di kabupaten Sidoarjo. Tak hanya wisatawan dalam kota yang kerap menikmati wisata tersebut. Tak jarang wisatawan dari luar kota singgah di lokasi wisata yang menjadi salah satu ikon wisata di kabupaten Sidoarjo ini.

Beberapa alasan yang menjadikan lokasi wisata ini menjadi wisata favorit adalah suasana alam yang masih asri dengan pemandangan visual khas pesisir didukung potensi alam dan budaya dan juga terdapat sentra produksi bandeng yang semakin pesat menjadikan daya tarik wisata bagi Desa Kalanganyar sehingga

mampu meningkatkan taraf hidup masyarakatnya. Wisatawan yang datang ke desa wisata itu akan dapat menikmati alam perdesaan yang masih bersih dan merasakan hidup di suasana desa dengan sejumlah adat istiadatnya. Bagi mereka yang hobi menikmati suasana alam dan kumpul bersama keluarga, lokasi ini sangat cocok digunakan untuk piknik sambil memancing ikan. Tak cukup sampai disitu, wisatawan juga akan terpuaskan dengan oleh-oleh khas Kalanganyar dengan olahan ikannya yang beragam.

4.1.2 Visi dan Misi Kampung Iwak Kalanganyar Sedati Sidoarjo

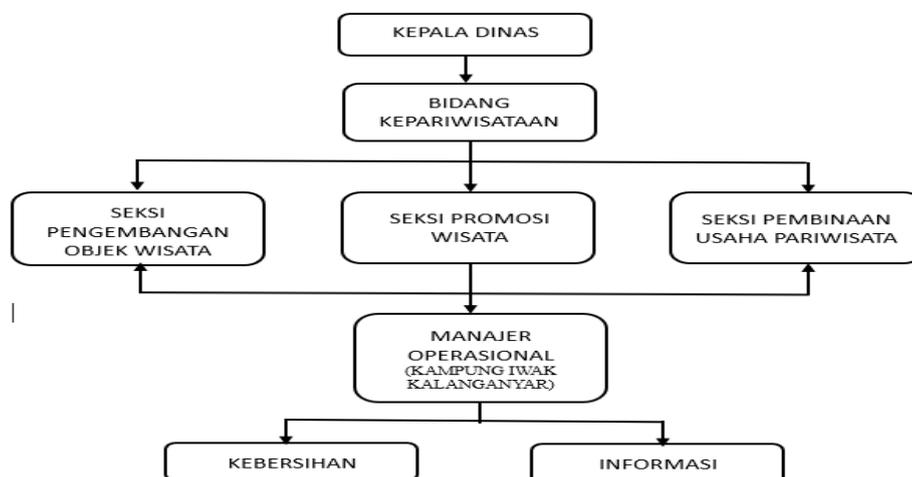
Visi :

Memajukan wisata dan melayani kebutuhan wisatawan untuk berlibur

Misi :

1. Memberikan sapta pesona wisata yang aman, tertib, bersih, sejuk, indah.
2. Memberikan fasilitas atau sarana wisata yang layak bagi para wisatawan.

4.1.3 Struktur Organisasi



Sumber: Objek Wisata Kampung Iwak Kalanganyar Sedati Sidoarjo (2023)

Gambar 4.1

Struktur Organisasi Objek Wisata

Adapun tugas masing-masing bagian adalah sebagai berikut :

1. Kepala Dinas

Kepala dinas, mempunyai tugas memimpin, mengkoordinasikan dan mengendalikan seluruh kegiatan dinas pemuda, olahraga, kebudayaan dan pariwisata.

2. Bidang Kepariwisataan

Bidang kepariwisataan, mempunyai tugas melaksanakan sebagian tugas dinas pemuda, olahraga, kebudayaan dan pariwisata meliputi pengembangan objek wisata, promosi wisata serta pembinaan usaha pariwisata.

3. Seksi Pengembangan Objek Wisata

- a. Menyiapkan bahan pembinaan objek wisata, atraksi wisata dan rekreasi
- b. Melaksanakan pembinaan objek wisata, atraksi wisata dan rekreasi
- c. Meningkatkan dan mengembangkan sarana prasarana objek wisata, atraksi wisata dan rekreasi hiburan umum

4. Seksi Promosi Wisata

- a. Melaksanakan analisa pasar untuk promosi dan pemasaran pariwisata
- b. Menyiapkan bahan dan melaksanakan promosi informasi wisata dan bimbingan wisata
- c. Pengembangan sarana promosi melalui pemanfaatan teknologi informasi.

5. Seksi Pembinaan Usaha Pariwisata

- a. Menyiapkan bahan pembinaan terhadap usaha, dan tenaga kerja pariwisata
- b. Menyusun bahan pembinaan terhadap usaha, jasa dan tenaga kerja pariwisata

6. Manajer Operasional

- a. Bertanggung jawab terhadap semua kegiatan di wahana wisata
- b. Mewakili objek wisata Kampung Iwak untuk berhubungan dengan pihak luar

7. Kebersihan

- a. Bertanggung jawab untuk menjaga kebersihan dan keindahan di seluruh area Wisata Kampung Iwak Kalanganyar
- b. Bertanggung jawab terhadap kebutuhan akan ketersediaan alat-alat kebersihan

8. Informasi

Bertanggung jawab atas pemberian informasi bagi para pengunjung

4.2 Data dan Deskripsi Hasil Penelitian

4.2.1 Karakteristik Responden

Responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah wisatawan berkunjung di Kampung Iwak Kalanganyar Sedati Sidoarjo. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Lemeshow karena populasi yang dituju terlalu besar dengan jumlah yang berubah-ubah. Responden yang digunakan sebagai objek penelitian adalah 100 orang melalui daftar pertanyaan didapat kondisi responden berdasarkan jenis kelamin, usia dan tingkat pendidikan.

a. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1
Klasifikasi Jenis Kelamin Responden

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
1	Laki-laki	74	74%
2	Perempuan	26	26%
3	Total	100	100%

Sumber :Peneliti (2023)

Berdasarkan Tabel 4.1, total keseluruhan responden yang diteliti yaitu 100 responden. Dimana didapatkan data responden dengan jenis kelamin laki-laki sebesar 74 responden atau 74% sedangkan perempuan sebanyak 26 responden atau 26%. Dari Tabel 4.1, peneliti menyimpulkan bahwasannya responden yang mengisi kuesioner paling banyak adalah yang berjenis kelamin laki-laki dengan jumlah 74 responden atau 74%

b. Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.2
Klasifikasi Usia Responden

No	Usia	Jumlah	Presentase
1	Dibawah 30 tahun	61	61%
2	30 s/d kurang 35 tahun	31	31%
3	35 s/d kurang 40 tahun	8	8%
4	Jumlah	100	100%

Sumber : Peneliti (2023)

Pada Tabel 4.2 menunjukkan bahwa kebanyakan berusia dibawah 30 tahun yaitu sebesar 61 orang (61%). Sedangkan responden yang berusia 30 sampai dengan 35 tahun yaitu sebesar 31 orang (31%), responden yang berusia 35 sampai dengan 40 tahun yaitu sebesar 8 orang (8%).

c. Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan

Tabel 4.3
Klasifikasi Pendidikan Responden

No.	Pendidikan	Jumlah	Presentase
1	SD – SLTP / sederajat	35	35%
2	SLTA / sederajat	48	48%
3	D3 – S1	17	17%
4	Total	100	100%

Sumber : Peneliti (2023)

Pada Tabel 4.3 menunjukkan bahwa kebanyakan pendidikan responden adalah SLTA sederajat yaitu berjumlah 48 orang (48%). Sedangkan untuk pendidikan SD sampai dengan SLTP sebanyak 35 orang (35%) dan untuk pendidikan D3 sampai dengan S1 sebanyak 17 orang (17%).

4.2.2 Deskriptif Tanggapan Responden Tentang Variabel Penelitian

Data yang diperoleh menggunakan range mulai angka 1 sampai 5 (skala likert) yang dipakai untuk mengukur atau melihat tanggapan responden terhadap variabel aksesibilitas, fasilitas, harga dan keputusan wisatawan berkunjung di objek wisata Kampung Iwak Kalanganyar Sedati Sidoarjo. dimana tanggapan responden atas setiap variabel tersebut akan dimasukkan pada rentang skala sebagai berikut :

a. Tanggapan responden terhadap variabel aksesibilitas (X1)

Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai variabel aksesibilitas, maka dapat dilihat pada Tabel berikut ini :

Tabel 4.4
Tanggapan Responden Tentang Variabel Aksesibilitas

No. Item	Item	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1	X1.1	0	1	13	44	42
2	X1.2	0	3	17	44	36
3	X1.3	0	0	13	50	37
4	X1.4	0	0	10	47	43
Jumlah		0	4	53	185	158

Sumber : Peneliti (2023)

Berdasarkan dari Tabel 4.4 dapat diketahui bahwa sebagian besar responden rata-rata memberikan tanggapan setuju terhadap pernyataan-pernyataan pada variabel aksesibilitas dengan jumlah 185 tanggapan setuju.

b. Tanggapan responden terhadap variabel Fasilitas (X2)

Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai variabel fasilitas, maka dapat dilihat pada Tabel berikut ini :

Tabel 4.5
Tanggapan Responden Terhadap variabel Fasilitas

No. Item	Item	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1	X2.1	0	2	9	50	40
2	X2.2	0	2	17	42	39
3	X2.3	1	0	9	43	47
4	X2.4	1	3	17	57	22
5	X2.5	1	1	24	39	35
6	X2.6	0	1	12	50	37
Jumlah		3	9	88	281	220

Sumber :Peneliti (2023)

Berdasarkan dari Tabel 4.5 dapat diketahui bahwa sebagian besar responden rata-rata memberikan tanggapan setuju terhadap pernyataan-pernyataan pada variabel fasilitas dengan jumlah 281 tanggapan setuju.

c. Tanggapan responden terhadap variabel Fasilitas (X3)

Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai variabel harga, maka dapat dilihat pada Tabel berikut ini :

Tabel 4.6
Tanggapan Responden Terhadap variabel Harga

No. Item	Item	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1	X3.1	0	0	10	49	41
2	X3.2	0	4	23	33	40
3	X3.3	0	2	11	45	42
4	X3.4	0	1	10	44	45
Jumlah		0	7	54	171	168

Sumber :Peneliti (2023)

Berdasarkan dari Tabel 4.6 dapat diketahui bahwa sebagian besar responden rata-rata memberikan tanggapan setuju terhadap pernyataan-pernyataan pada variabel Harga dengan jumlah 171 tanggapan responden.

d. Tanggapan responden terhadap variabel Keputusan Wisatawan Berkunjung di Objek Wisata (Y)

Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai variabel keputusan wisatawan, maka dapat dilihat pada Tabel berikut ini :

Tabel 4.7
Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Wisatawan

No. Item	Item	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1	Y1.1	0	2	11	46	41
2	Y1.2	0	0	15	52	33
3	Y1.3	0	1	8	47	44
4	Y1.4	1	0	10	46	43
5	Y1.5	1	0	16	41	42
Jumlah		2	3	60	232	203

Sumber :Peneliti (2023)

Berdasarkan dari Tabel 4.7 dapat diketahui bahwa sebagian besar responden rata-rata memberikan tanggapan setuju pada pernyataan-pernyataan mengenai variabel keputusan wisatawan berkunjung di objek wisata Kampung Iwak Kalanganyar Sedati Sidoarjo dengan jumlah 232 tanggapan responden.

4.3 Analisis Hasil Penelitian

4.3.1 Uji Validitas

Ghozali (2018:51) Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas pada penelitian ini dilakukan dengan cara melakukan korelasi antara skor butir pertanyaan dengan skor konstruk atau variabel kemudian membandingkan dengan r Tabel. Kriteria pengujiannya sebagai berikut:

- c. Jika r hitung (Correlated item - Total correlation) \geq Tabel, maka butir pernyataan dinyatakan valid.
- d. Jika r hitung (Correlated item - Total correlation) \leq Tabel, maka butir pernyataan dinyatakan tidak valid.

Perhitungan nilai r Tabel sebagai berikut : $r_{\alpha(n-2)}$

Keterangan :

N = jumlah sampel

α = level of significance 5% atau 0,05

$r_{\text{Tabel}} = r_{(\alpha;100-2)}$

$r_{\text{Tabel}} = r_{(0,05;98)}$

$= 0,1966$

Dari perhitungan mencari nilai r Tabel di atas, didapatkan hasil dari r Tabel 98 yang menunjukkan angka 0,1966. Hal itu berarti data akan dinyatakan valid jika hasil perhitungannya lebih dari 0,1966. Sedangkan nilai r hitung (Correlated item - Total correlation) yang didapat dari pengolahan data dengan menggunakan program SPSS 26.

Sedangkan nilai r hitung (Correlated item - Total correlation) yang didapat dari pengolahan data dengan menggunakan program SPSS 26. Berdasarkan uji validitas dapat dilihat seperti pada Tabel 4.8.

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas

Item Pernyataan	R hitung	r Tabel df = (N-2)	Keterangan
Aksesibilitas (X1)			
X1.1	0,765	0,1966	VALID
X1.2	0,835	0,1966	VALID
X1.3	0,765	0,1966	VALID
X1.4	0,786	0,1966	VALID
Fasilitas (X2)			
X2.1	0,748	0,1966	VALID
X2.2	0,741	0,1966	VALID
X2.3	0,847	0,1966	VALID
X2.4	0,757	0,1966	VALID
X2.5	0,762	0,1966	VALID
X2.6	0,721	0,1966	VALID
Harga (X3)			
X3.1	0,774	0,1966	VALID
X3.2	0,771	0,1966	VALID
X3.3	0,763	0,1966	VALID
X3.4	0,794	0,1966	VALID
Keputusan Berkunjung (Y)			
Y.1	0,757	0,1966	VALID
Y.2	0,736	0,1966	VALID
Y.3	0,782	0,1966	VALID
Y.4	0,737	0,1966	VALID
Y.5	0,850	0,1966	VALID

Sumber :Peneliti (2023)

Berdasarkan Tabel 4.8 hasil perhitungan uji validitas bahwa semua pernyataan yang mengukur variabel aksesibilitas, vasilitas, harga dan keputusan wisatawan berkunjung di objek wisata Kampung Iwak Kalanganyar Sedati Sidoarjo. Item angket dinyatakan valid karena semua variabel r_{hitung} untuk semua item angket lebih besar dari r_{tabel} pada taraf signifikansi (α) = 5% yaitu sebesar 0,196

4.3.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas yaitu untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui keandalan atau konsistensi instrumen yang digunakan. Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan

mengkorelasikan skor dari masing-masing pertanyaan dalam setiap variabel. Nilai reliabilitas merupakan kombinasi dari skor-skor korelasi tersebut. Dimana pertanyaan-pertanyaan serta masing-masing variabel sama seperti pertanyaan-pertanyaan dan variabel-variabel pada pengukuran validitas. Koefisien *alpha* menunjukkan nilai reliabilitas masing-masing variabel dalam penelitian ini. Nilai *alpha* yang lebih besar dari $\alpha - 0.6$ berarti bahwa semua variabel-variabel dalam penelitian ini adalah reliabel. Suatu instrumen penelitian dinilai memiliki konsistensi internal yang baik atau reliabel jika $\alpha > 0,6$. Hasil pengujian reliabilitas ditunjukkan pada Tabel 4.9 berikut ini :

Tabel 4.9
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Coronbach's Alpha	Keterangan
Aksesibilitas (X1)	0,811	RELIABEL
Fasilitas (X2)	0,791	RELIABEL
Harga (X3)	0,805	RELIABEL
Keputusan Berkunjung (Y)	0,799	RELIABEL

Sumber :Peneliti (2023)

Berdasarkan hasil Tabel 4.9 diketahui bahwa masing-masing variabel mempunyai nilai *alpha* > 0.6 , sehingga dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang digunakan memiliki konsistensi internal yang baik atau reliabel.

4.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Setelah melalui berbagai tahapan deskriptif penelitian terhadap masing-masing variabel bebas maupun variabel terikat, maka tahapan pada analisis selanjutnya adalah uji hipotesa dengan regresi linier berganda pada masing-masing variabel. Peneliti melakukan pengolahan data dengan bantuan program SPSS *for windows*. Langkah pertama dalam pengujian hipotesa dengan regresi linier berganda adalah menguji hipotesa yaitu aksesibilitas, fasilitas dan harga

berpengaruh secara simultan maupun parsial terhadap keputusan wisatawan berkunjung di objek wisata Kampung Iwak Kalanganyar Sedati Sidoarjo. Adapun persamaan model regresi linier berganda dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 4.10
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.259	1.284		1.759	.082
	Aksesibilitas (X1)	.443	.115	.357	3.844	.000
	Fasilitas (X2)	.229	.089	.283	2.569	.012
	Harga (X3)	.341	.106	.281	3.208	.002
a. Dependent Variable: Keputusan Wisatawan Berkunjung (Y)						

Sumber :Peneliti (2023)

Menurut Tabel 4.10 yang memperlihatkan persamaan regresi linier berganda antara Aksesibilitas (X1), Fasilitas (X2), dan Harga (X3) terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung (Y), adalah sebagai berikut :

$$\text{Constant} = 2,259$$

$$X1 = 0,443$$

$$X2 = 0,229$$

$$X3 = 0,341$$

Constant merupakan nilai alpha dari persamaan regresi $Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3$. Sedangkan untuk baris X1, X2,X3 adalah koefisien regresi dari masing-masing variabel bebas (β_1 , β_2 , β_3 dalam persamaan regresi linier). Jadi model regresi yang didapatkan di atas sebagai berikut : $Y = 2,259 + 0,443 + 0,229 + 0,341$.

Penjelasan :

- a. $\alpha = 2,259$ artinya apabila X_1, X_2, X_3 sebesar 0, maka Keputusan Wisatawan Berkunjung (Y) sebesar 2,259.
- b. $\beta_1 = 0,443$ artinya bila diasumsikan variabel Aksesibilitas (X_1) meningkat 1 variansi. Maka dapat memberikan efek peningkatan terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung sebesar 0,443 variansi terhadap signifikansi 0,000. Hal ini dapat disimpulkan apabila aksesibilitas bagus maka keputusan wisatawan berkunjung ke objek wisata semakin tinggi pula.
- c. $\beta_2 = 0,229$ artinya bila diasumsikan variabel Fasilitas (X_2) meningkat 1 variansi. Maka dapat memberikan efek peningkatan terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung sebesar 0,229 variansi terhadap signifikansi 0,012. Jika fasilitas objek wisata semakin baik, maka wisatawan semakin yakin untuk berkunjung ke objek wisata tersebut.
- d. $\beta_3 = 0,341$ artinya bila diasumsikan variabel Harga (X_3) meningkat 1 variansi. Maka dapat memberikan efek peningkatan terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung sebesar 0,341 variansi terhadap signifikansi 0,002. Artinya harga yang ditawarkan pada objek wisata dapat diterima semua masyarakat, maka keputusan wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata semakin baik.

4.5 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) adalah besarnya variasi yang dapat dijelaskan oleh variabel aksesibilitas, fasilitas dan harga terhadap keputusan wisatawan berkunjung di objek wisata Kampung Iwak Kalanganyar Sedati Sidoarjo. Apabila R^2 semakin mendekati nilai 1 berarti variabel aksesibilitas, fasilitas dan harga, dapat menjelaskan keputusan wisatawan berkunjung di objek wisata Kampung

Iwak Kalanganyar Sedati Sidoarjo semakin besar dan apabila mendekati 0 berarti variabel aksesibilitas, fasilitas dan harga dapat menjelaskan keputusan wisatawan berkunjung di objek wisata Kampung Iwak Kalanganyar Sedati Sidoarjo semakin kecil.

Tabel 4.11
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.838 ^a	.703	.693	1.54184
a. Predictors: (Constant), Harga (X3), Aksesibilitas (X1), Fasilitas (X2)				
b. Dependent Variable: Keputusan Wisatawan Berkunjung (Y)				

Sumber :Peneliti (2023)

Berdasarkan nilai output “Model Summary” diatas, diketahui nilai R Square sebesar 0,703. Nilai ini berasal dari penguadranan nilai koefisien korelasi (R), yaitu $0,838 \times 0,838 = 0,703$.

Diketahui nilai Koefisien determinasi sebesar 0,703 atau 70% yang berarti variasi yang dapat dijelaskan oleh variabel aksesibilitas, fasilitas dan harga terhadap variabel keputusan wisatawan berkunjung di objek wisata Kampung Iwak Kalanganyar Sedati Sidoarjo adalah sebesar 70%, sedangkan sisanya atau sebesar 30% dijelaskan oleh variabel lain selain variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

4.6 Uji Hipotesis

Setelah melakukan analisis regresi linier berganda dan memperoleh besarnya koefisien untuk masing-masing variabel penelitian, maka besarnya koefisien regresi tersebut diuji secara statistik yaitu melalui uji F dan uji t. Dalam uji F ingin diketahui apakah variabel penelitian mempunyai pengaruh secara bersama-

sama dan uji t ingin diketahui apakah variabel penelitian mempunyai pengaruh secara parsial, pembahasan hipotesis ini adalah sebagai berikut :

4.6.1 Uji Simultan (Uji F)

Digunakan untuk mengetahui pengaruh secara simultan (bersama-sama) antara aksesibilitas, fasilitas dan harga terhadap keputusan wisatawan (Y). Dalam Tabel 4.12 disajikan analisis pengaruh secara simultan.

Tabel 4.12
Hasil Uji Analisis Pengaruh Secara Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	539.172	3	179.724	75.601	.000 ^b
	Residual	228.218	96	2.377		
	Total	767.390	99			
a. Dependent Variable: Keputusan Wisatawan Berkunjung (Y)						
b. Predictors: (Constant), Harga (X3), Aksesibilitas (X1), Fasilitas (X2)						

Sumber :Peneliti (2023)

Berdasarkan Tabel 4.12 didapatkan nilai Fhitung sebesar $75,601 > F_{Tabel}$ sebesar 2,70 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 . karena nilai signifikansi F_{hitung} kurang dari 5% maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, hal ini berarti bahwa aksesibilitas, fasilitas dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan wisatawan.

4.6.2 Uji Parsial (Uji t)

Digunakan untuk mengetahui pengaruh secara parsial atau individu yaitu antara aksesibilitas, fasilitas dan harga terhadap keputusan wisatawan. Adapun hasil perhitungan pengujian hipotesis uji t dapat dilihat pada Tabel 4.13 analisis pengaruh secara parsial.

Tabel 4.13
Hasil Uji Analisa Varian Hubungan Secara Parsial

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.259	1.284		1.759	.082
	Aksesibilitas (X1)	.443	.115	.357	3.844	.000
	Fasilitas (X2)	.229	.089	.283	2.569	.012
	Harga (X3)	.341	.106	.281	3.208	.002

a. Dependent Variable: Keputusan Wisatawan Berkunjung (Y)

Sumber : Peneliti (2023)

Diperoleh nilai t-Tabel sebesar :

$$t \text{ Tabel} = (a/2 ; n-k-1)$$

$$t \text{ Tabel} = (0,05/2 ; 100-3-1)$$

$$t \text{ Tabel} = (0,025 ; 96)$$

$$t \text{ Tabel} = 1,98498 \text{ (melihat di Tabel t)}$$

Dan dari Tabel 4.13 dapat diketahui bahwa nilai uji t (t hitung) untuk masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

1. Hubungan variabel aksesibilitas (X1) terhadap keputusan wisatawan (Y) berkunjung di objek wisata Kampung Iwak Kalanganyar Sedati Sidoarjo. Nilai t-hitung untuk variabel aksesibilitas (X1) sebesar 3,844 > t-Tabel sebesar 1,98498 dengan nilai signifikan sebesar 0,000, hal ini berarti variabel aksesibilitas (X1) secara parsial berpengaruh terhadap keputusan wisatawan (Y).
2. Hubungan variabel fasilitas (X2) terhadap keputusan wisatawan (Y) berkunjung di objek wisata Kampung Iwak Kalanganyar Sedati Sidoarjo. Nilai t-hitung untuk variabel fasilitas (X2) sebesar 2,569 > t-Tabel sebesar 1,98498

dengan nilai signifikan sebesar 0,012 hal ini berarti variabel fasilitas (X2) secara parsial berpengaruh terhadap keputusan wisatawan (Y).

3. Hubungan variabel harga (X3) terhadap keputusan wisatawan (Y) berkunjung di objek wisata Kampung Iwak Kalanganyar Sedati Sidoarjo. Nilai t-hitung untuk variabel harga (X3) sebesar 3,208 > t-Tabel sebesar 1,98498 dengan nilai signifikan sebesar 0,002, hal ini berarti variabel harga (X3) secara parsial berpengaruh terhadap keputusan wisatawan (Y).

4.6.3 Uji Variabel Dominan

Uji dominan yaitu pengujian yang dilakukan untuk mengetahui variabel mana yang dominan antara variabel bebas yang terdiri dari aksesibilitas, fasilitas dan harga terhadap keputusan wisatawan berkunjung di objek wisata Kampung Iwak Kalanganyar Sedati Sidoarjo. Adapun pembuktian dominan dapat dilihat dari besarnya nilai *standardized Coefficients Beta* (Koefisien standar regresi beta) dari masing-masing variabel bebas yang signifikan, variabel yang memiliki koefisien terbesar merupakan variabel bebas (X) yang dominan pengaruhnya terhadap variabel terikat (Y) sebagai berikut :

Tabel 4.14
Koefisien standart regresi beta

Model		Coefficients ^a		
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	2.259	1.284	
	Aksesibilitas (X1)	.443	.115	.357
	Fasilitas (X2)	.229	.089	.283
	Harga (X3)	.341	.106	.281

a. Dependent Variable: Keputusan Wisatawan Berkunjung (Y)

Sumber : Peneliti (2023)

Dari Tabel 4.14 diketahui bahwa variabel aksesibilitas (X1) memiliki nilai *standardized Coefficients Beta* (Koefisien standar regresi beta) terbesar yaitu 0,357 dibandingkan dengan variabel bebas yang lain, maka variabel aksesibilitas (X1) merupakan variabel bebas yang dominan mempengaruhi variabel terikat yaitu keputusan wisatawan berkunjung di objek wisata Kampung Iwak Kalanganyar Sedati Sidoarjo.

4.7 Pembahasan

Berdasarkan analisis data di atas, dapat dibahas mengenai pengaruh Aksesibilitas, Fasilitas dan Harga terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung di Objek Wisata Kampung Iwak Kalanganyar Sedati Sidoarjo dengan penjelasan sebagai berikut:

4.7.1 Pengaruh Aksesibilitas (X1), Fasilitas (X2), dan Harga (X3) Secara Simultan Terhadap Keputusan Wisatawan untuk Berunjung (Y)

Berdasarkan hasil perhitungan regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS, variabel aksesibilitas, fasilitas dan harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan wisatawan berkunjung. Signifikansi yaitu 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05 (5%) nilai F sebesar 75,601 berbentuk positif. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel aksesibilitas, fasilitas dan harga secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan wisatawan berkunjung di Objek Wisata Kampung Iwak Kalanganyar Sedati Sidoarjo.

Keberhasilan suatu usaha bidang pariwisata bergantung pada keputusan wisatawan berkunjung. Suatu usaha pariwisata yang mempunyai pesona alam yang

indah atau potensi tetapi tidak diimbangi dengan aksesibilitas yang baik, maka tujuan usaha pariwisata juga tidak akan tercapai dengan maksimal. Karena hal yang paling penting dalam sebuah usaha pariwisata adalah aksesibilitas. Faktor-faktor yang diharapkan dapat meningkatkan keputusan wisatawan berkunjung diantaranya adalah faktor aksesibilitas, fasilitas, dan harga. Apabila usaha pariwisata memiliki aksesibilitas yang baik, fasilitas yang memadai dan harga yang terjangkau dalam memenuhi kebutuhan wisatawan, berpengaruh terhadap keputusan wisatawan berkunjung dan dapat dibidang pemasaran bisa dikatakan berhasil. Sehingga jika variabel aksesibilitas, fasilitas, dan harga dapat ditingkatkan secara bersama-sama maka, keputusan wisatawan berkunjung ke objek wisata akan lebih maksimal.

Dengan demikian, maka dapat diambil kesimpulan pada hipotesis pertama yang menyatakan bahwa variabel aksesibilitas (X1), fasilitas (X2), dan harga (X3) berpengaruh secara simultan terhadap keputusan wisatawan berkunjung (Y) pada penelitian ini adalah terbukti kebenarannya.

4.7.2 Pengaruh Aksesibilitas (X1) Terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung (Y)

Berdasarkan hasil analisis variabel mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan wisatawan berkunjung, nilai signifikansi yaitu 0,0000 yang berarti lebih kecil dari 0,05 (5%) dan nilai Unstandardized coefficient 0,443 berbentuk positif yang berarti mempunyai pengaruh positif. Maka dapat diambil kesimpulan jika variabel aksesibilitas mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan wisatawan berkunjung di Objek Wisata Kampung Iwak Kalanganyar Sedati Sidoarjo.

Hasil ini membuktikan bahwa saat objek wisata mudah diakses, keputusan wisatawan untuk mengunjunginya cenderung meningkat. Kondisi jalan dan jaringan transportasi yang memadai menjadi faktor penting dalam kunjungan wisata. Jalan yang baik, dan mudah dilalui memberikan pengalaman perjalanan yang menyenangkan bagi wisatawan. Kemudahan navigasi dan tanda-tanda yang jelas juga membantu wisatawan mencapai tujuan wisata dengan mudah. Objek wisata yang dapat diakses dengan transportasi publik cenderung lebih menarik bagi wisatawan, terutama mereka yang tidak memiliki kendaraan pribadi yang ingin mengurangi dampak lingkungan dari perjalanan mereka.

Hasil penelitian ini sejalan dengan pernyataan yang diungkapkan oleh Ariani dkk.. (2019:17) aksesibilitas merupakan suatu ukuran potensial atau kemudahan orang untuk mencapai suatu tujuan. Aksesibilitas merupakan salah satu faktor keputusan wisatawan, aksesibilitas dalam pariwisata berkenaan dengan tingkat kemudahan seorang wisatawan mencapai suatu objek wisata.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu oleh Rokhayah dan Andriana (2021) Universitas Mulawarman, Samarinda yang berjudul “Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas, Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Pantai Istana Amal Kabupaten Penajam Paser Utara” yang menjelaskan bahwa aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung di Pantai Istana Amal Kabupaten Penajam Paser Utara”. aksesibilitas merupakan faktor yang menjadi penentu keberhasilan dalam pengembangan daerah tujuan wisata.

Begitu pula penelitian oleh Saputra dkk. (2022) Universitas PGRI Madiun yang berjudul “Pengaruh daya tarik, fasilitas dan aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung ke wisata Tani Betet Nganjuk” menyatakan bahwa aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung ke wisata Tani Betet Nganjuk.

4.7.3 Pengaruh Fasilitas (X2) Terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung (Y)

Berdasarkan hasil analisis variabel mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan wisatawan berkunjung, nilai signifikansi yaitu 0,012 yang berarti lebih kecil dari 0,05 (5%) dan nilai Unstandardized coefficient 0,229 positif yang berarti mempunyai pengaruh positif artinya dapat diambil kesimpulan jika variabel fasilitas mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan wisatawan berkunjung di Objek Wisata Kampung Iwak Kalanganyar Sedati Sidoarjo.

Penelitian ini menunjukkan bahwa objek wisata yang dilengkapi dengan fasilitas yang baik dan memadai memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat untuk mengunjunginya. Kualitas fasilitas yang disediakan di objek wisata memberikan pengalaman yang lebih baik bagi pengunjung. Fasilitas yang nyaman, bersih, dan terawat dengan baik akan meningkatkan keputusan wisatawan berkunjung.

Penerimaan hipotesis ini sejalan dengan ungkapan Riyanto (2018:13) fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat mempermudah upaya dan memperlancar kerja dalam rangka mencapai suatu tujuan. Fasilitas merupakan penunjang sebuah tempat untuk membuat kesan pertama kali oleh para wisatawan. Fasilitas yang baik

dan optimal akan membuat wisatawan merasa puas sedangkan fasilitas yang kurang optimal akan membuat wisatawan kurang puas karena selain tempat wisatanya fasilitas juga merupakan penunjang tempat pariwisata.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Suwastawa, Sumerta dan Aris (2021) Universitas Ngurah Rai yang berjudul “Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Harga Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Domestik Pada Bali Safari Dan Marine Park Di Era New Normal Covid 19”. Dimana peneliti menyatakan bahwa Fasilitas wisata berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan berkunjung wisatawan domestik pada Bali Safari & Marine Park. Fasilitas objek wisata yang menarik dan sesuai dengan tren yang sedang diminati konsumen akan menjadi daya tarik bagi konsumen untuk berkunjung dan menikmati fasilitas tersebut, tidak hanya itu kebersihan, kelancaran dan jaminan keamanan dari fasilitas juga menjadi nilai tambah untuk menarik konsumen untuk berkunjung.

3.7.4 Pengaruh Harga (X3) Terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung (Y)

Berdasarkan hasil analisis variabel harga mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan wisatawan berkunjung, nilai signifikansi yaitu 0,002 lebih kecil dari 0,05 (5%) dan nilai Unstandardized coefficient 0,341 berbentuk positif yang berarti mempunyai pengaruh positif. Maka dapat diambil kesimpulan jika variabel harga mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan wisatawan berkunjung di Objek Wisata Kampung Iwak Kalanganyar Sedati Sidoarjo.

Hal ini menunjukkan bahwa harga objek wisata menjadi faktor yang penting. Pengunjung cenderung membandingkan harga dengan manfaat yang mereka peroleh dari pengalaman wisata tersebut. Jika harga dianggap terlalu tinggi dibandingkan dengan manfaat yang diperoleh, minat pengunjung untuk berkunjung dapat menurun. Oleh karena itu, penetapan harga yang tepat sangat penting untuk menarik minat pengunjung dan memastikan keseimbangan antara biaya dan manfaat yang diperoleh.

Penerimaan hipotesis ini sejalan dengan ungkapan Indrasari (2020:36) harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan jumlah uang yang dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dan barang atau jasa berikut pelayanannya. Dengan mengetahui informasi harga wisatawan sebelum menentukan wisata mana yang akan dipilihnya biasanya membandingkan harga ditempat lain, berdasarkan harga yang telah ditetapkan maka konsumen akan memutuskan untuk mengunjungi wisata yang sesuai dengan budget, sehingga harga berpengaruh terhadap keputusan wisatawan berkunjung di objek wisata Kampung Iwak Kalanganyar Sedati Sidoarjo.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Fahimah dan Umsa (2022) Universitas KH.A. Wahab Hasbullah Jombang yang berjudul “Pengaruh Protokol Kesehatan, Harga Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Di Destinasi Wisata Pada Pandemi Covid 19”. Dimana peneliti menyatakan bahwa Variabel Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung ke destinasi wisata di masa pandemi Covid-19. Harga memberikan pengaruh terhadap Keputusan Berkunjung. Semakin terjangkau harga yang di tetapkan pasti semakin tinggi juga

tingkat pilihan Berkunjung. ketetapan harga yang sepadan dengan asumsi pembeli diperlukan untuk memiliki opsi untuk memengaruhi keputusan berkunjung dalam memilih objek wisata.

4.7.5 Variabel Bebas yang Berpengaruh Dominan Terhadap Keputusan wisatawan Berkunjung

Berdasarkan hasil regresi linier berganda, dari ketiga variabel yang terdiri dari aksesibilitas (X1), fasilitas (X2), dan harga (X3) yang memiliki nilai koefisien beta terbesar yaitu variabel aksesibilitas (X1) yaitu 0,357 dibandingkan dengan variabel bebas yang lain, artinya variabel aksesibilitas (X1) merupakan variabel bebas yang dominan mempengaruhi variabel terikat yaitu keputusan wisatawan berkunjung (Y). Sehingga dapat disimpulkan H_0 ditolak H_1 diterima yaitu bahwa variabel aksesibilitas (X1) berpengaruh dominan terhadap keputusan wisatawan berkunjung (Y) objek wisata Kampung Iwak Kalanganyar Sedati Sidoarjo.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Saputra dkk. Universitas PGRI Madiun yang berjudul “Pengaruh daya tarik, fasilitas dan aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung ke wisata Tani Betet Nganjuk” menyatakan bahwa variabel aksesibilitas memiliki koefisien beta terbesar dengan nilai 0,182 sehingga dapat disimpulkan berpengaruh dominan terhadap keputusan berkunjung ke wisata Tani Betet Nganjuk.

Usaha pariwisata tidak mampu untuk bertahan dan berkembang apabila tidak memiliki aksesibilitas yang baik, fasilitas yang memadai dan harga yang terjangkau. Dengan demikian, maka dapat diambil kesimpulan pada hipotesis

ketiga yang menyatakan bahwa variabel aksesibilitas (X1) berpengaruh dominan terhadap keputusan wisatawan berkunjung (Y).

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai aksesibilitas, fasilitas, dan harga terhadap keputusan wisatawan berkunjung di objek wisata Kampung Iwak Kalanganyar Sedati Sidoarjo, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Hasil analisis uji F diperoleh nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{Tabel} , hal ini menunjukkan ketiga variabel yaitu aksesibilitas, fasilitas, dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan wisatawan berkunjung. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa aksesibilitas, fasilitas, dan harga secara simultan (bersama-sama) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan wisatawan berkunjung ke objek wisata Kampung Iwak Kalanganyar Sedati Sidoarjo, diterima. Sehingga dapat disimpulkan jika variabel aksesibilitas, fasilitas, dan harga dapat ditingkatkan secara bersama-sama maka, keputusan wisatawan berkunjung ke objek wisata Kampung Iwak Kalanganyar Sedati Sidoarjo akan lebih maksimal.

Ariani dkk. (2019:17) Aksesibilitas merupakan salah satu faktor keputusan wisatawan, aksesibilitas dalam pariwisata berkenaan dengan tingkat kemudahan seorang wisatawan mencapai suatu objek wisata. Riyanto (2018:13) Fasilitas merupakan penunjang sebuah tempat untuk membuat kesan pertama kali oleh para wisatawan.

Indrasari (2020:36) Harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan jumlah uang yang dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dan barang atau jasa berikut pelayanannya. Dari ketiga variabel bebas tersebut, apabila mengalami peningkatan maka keputusan wisatawan berkunjung juga akan meningkat. pendapat ini di dukung penelitian dari Rokhayah dan Andriana (2021) menyatakan bahwa daya tarik wisata, fasilitas dan aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Suwastawa dkk. (2021) menyatakan bahwa fasilitas wisata dan harga berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Saputra dkk. (2022) menyatakan bahwa daya tarik, fasilitas dan aksesibilitas berpengaruh secara simultan terhadap keputusan berkunjung.

2. Terdapat pengaruh secara parsial dan signifikan dari semua variabel bebas yang terdiri dari aksesibilitas (X1), fasilitas (X2), dan Harga (X3) secara parsial berpengaruh terhadap variabel terikat keputusan wisatawan berkunjung (Y) di Objek Wisata Kampung Iwak Kalanganyar Sedati Sidoarjo. Hal ini dibuktikan dengan koefisien regresi yang menunjukkan angka positif dan tingkat signifikansinya lebih kecil dari nilai signifikansi yang sudah ditetapkan.
 - a) Hasil pengujian secara parsial pada variabel aksesibilitas (X1) terhadap keputusan wisatawan berkunjung diperoleh nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{Tabel} dan nilai sig lebih kecil. Sehingga variabel aksesibilitas (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan wisatawan berkunjung (Y) di objek wisata Kampung Iwak Kalanganyar Sedati Sidoarjo. Dapat

disimpulkan bahwa saat objek wisata mudah diakses keputusan wisatawan untuk mengunjunginya cenderung meningkat. Suryadana dan Octavia (2020:43) menyatakan bahwa aksesibilitas adalah kemudahan dalam mencapai daerah tujuan wisata baik secara geografis atau kecepatan teknis, serta tersedianya sarana transportasi ke tempat tujuan tersebut. Dalam penelitian lainnya yang dilakukan oleh Rokhayah dan Andriana (2021) menyatakan bahwa aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan.

- b) Hasil pengujian secara parsial pada variabel fasilitas (X2) terhadap keputusan wisatawan berkunjung diperoleh nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{Tabel} dan nilai sig lebih kecil. Sehingga variabel fasilitas (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan wisatawan berkunjung (Y) di objek wisata Kampung Iwak Kalanganyar Sedati Sidoarjo. Dapat disimpulkan bahwa fasilitas menghasilkan dampak terhadap keputusan wisatawan berkunjung pada suatu objek wisata. Jika objek wisata memiliki fasilitas yang baik, maka wisatawan akan merasa puas dan akan melakukan kunjungan kembali. Heryanto (2020:3) Fasilitas adalah tempat yang nampak dan dapat dirasakan langsung oleh konsumen, yang dipengaruhi oleh faktor desain, penataan yang berpengaruh terhadap kenyamanan konsumen. Dalam penelitian lainnya dilakukan oleh Suwastawa dkk. (2021) menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan berkunjung wisatawan.

- c) Hasil pengujian secara parsial pada variabel harga (X3) terhadap keputusan wisatawan berkunjung diperoleh nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{Tabel} dan nilai sig lebih kecil. Sehingga variabel harga (X3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan wisatawan berkunjung (Y) di objek wisata Kampung Iwak Kalanganyar Sedati Sidoarjo. Dapat disimpulkan bahwa Harga memberikan pengaruh terhadap Keputusan Berkunjung. Tinggi rendahnya suatu harga mempengaruhi puas atau tidaknya wisatawan dalam melakukan proses kunjungan. Artinya semakin baik harga maka akan semakin meningkatkan keputusan wisatawan berkunjung. Suryadana dan Octavia (2020:10) menambahkan bahwa harga merupakan jumlah uang yang harus dibayar oleh pelanggan untuk memperoleh produk atau jasa. Dalam penelitian lainnya yang dilakukan oleh Fahimah dan Umsa (2022) menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung.
3. Diantara ketiga variabel aksesibilitas, fasilitas, dan harga variabel yang memiliki pengaruh dominan terhadap keputusan wisatawan berkunjung di Objek Wisata Kampung Iwak Kalanganyar Sedati Sidoarjo adalah variabel aksesibilitas. Tunjukkan dengan standardized Coefficients Beta (Koefisien standar regresi beta) terbesar yaitu 0,357 Lebih besar dari variabel bebas yang signifikan lainnya yaitu fasilitas sebesar 0,283 dan harga sebesar 0,281. Dengan demikian maka dapat diambil kesimpulan bahwa hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa variabel aksesibilitas berpengaruh dominan terhadap keputusan wisatawan berkunjung pada penelitian ini terbukti kebenarannya. artinya aksesibilitas

merupakan variabel bebas yang dominan mempengaruhi variabel terikat yaitu keputusan wisatawan berkunjung di objek wisata Kampung Iwak Kalanganyar Sedati Sidoarjo. Suryadana dan Octavia (2020:43) menyatakan bahwa aksesibilitas adalah kemudahan dalam mencapai daerah tujuan wisata baik secara geografis atau kecepatan teknis, serta tersedianya sarana transportasi ke tempat tujuan tersebut. Dalam penelitian lainnya yang dilakukan oleh Rokhayah dan Andriana (2021) menyatakan bahwa aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan, maka selanjutnya peneliti menyampaikan beberapa saran yang sekiranya dapat memberikan manfaat pada pihak-pihak yang terkait atas penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat peneliti sampaikan adalah sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian ini secara simultan menunjukkan bahwa variabel Aksesibilitas (X1), Fasilitas (X2), dan Harga (X3) secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Keputusan Wisatawan Berkunjung (Y) di Objek Wisata Kampung Iwak Kalanganyar Sedati Sidoarjo. Dari variabel aksesibilitas diharapkan dapat terbentuk dengan baik. Selain aksesibilitas fasilitas diharapkan mampu tercapai sesuai dengan harapan dan kemauan konsumen. Harga diharapkan dapat memenuhi keinginan konsumen dimulai dari, harga yang kompetitif sehingga konsumen akan membeli. Peneliti mengharapkan pihak pengelola pariwisata mampu memperhatikan tiga variabel tersebut. Oleh karena itu

pihak pengelola pariwisata perlu meningkatkan aksesibilitas agar tercipta kenyamanan wisatawan, lakukan pembenahan terkait fasilitas yang diberikan guna menciptakan pelayanan yang berkualitas, serta menyesuaikan harga yang ditetapkan agar kualitas produk atau jasa yang ditawarkan wisatawan merasa puas. Ariani dkk. (2019:17) Aksesibilitas merupakan salah satu faktor keputusan wisatawan, aksesibilitas dalam pariwisata berkenaan dengan tingkat kemudahan seorang wisatawan mencapai suatu objek wisata. Riyanto (2018:13) Fasilitas merupakan penunjang sebuah tempat untuk membuat kesan pertama kali oleh para wisatawan. Indrasari (2020:36) Harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan jumlah uang yang dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dan barang atau jasa berikut pelayanannya. Dari ketiga variabel bebas tersebut, apabila mengalami peningkatan maka keputusan wisatawan berkunjung juga akan meningkat. Pendapat ini di dukung penelitian dari Rokhayah dan Andriana (2021) menyatakan bahwa daya tarik wisata, fasilitas dan aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Suwastawa dkk. (2021) menyatakan bahwa fasilitas wisata dan harga berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Saputra dkk. (2022) menyatakan bahwa daya tarik, fasilitas dan aksesibilitas berpengaruh secara simultan terhadap keputusan berkunjung.

2. Berdasarkan hasil pengolahan data uji t atau secara parsial pada variabel aksesibilitas (X1), fasilitas (X2), dan harga (X3) terhadap keputusan

wisatawan berkunjung (Y) di Objek Wisata Kampung Iwak Kalanganyar Sedati Sidoarjo, peneliti memberikan saran sebagai berikut :

a) Variabel Aksesibilitas

Hasil pengujian secara parsial pada variabel aksesibilitas (X1) terhadap keputusan wisatawan berkunjung (Y) diperoleh nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{Tabel} dan nilai sig lebih kecil, sehingga variabel Aksesibilitas (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan wisatawan berkunjung (Y) di Objek Wisata Kampung Iwak Kalanganyar Sedati Sidoarjo. Dapat disimpulkan secara parsial aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan karena saat objek wisata mudah diakses keputusan wisatawan untuk mengunjunginya cenderung meningkat. Untuk meningkatkan minat pengunjung, pemerintah dan pengelola objek wisata harus memperhatikan faktor aksesibilitas. Mendorong penggunaan transportasi publik yang berkelanjutan, serta melakukan kampanye dan promosi mengenai aksesibilitas objek wisata yang mudah dijangkau. Jika suatu objek wisata memiliki aksesibilitas baik maka tujuan wisata akan tercapai dengan maksimal. Suryadana dan Octavia (2020:43) menyatakan bahwa aksesibilitas adalah kemudahan dalam mencapai daerah tujuan wisata baik secara geografis atau kecepatan teknis, serta tersedianya sarana transportasi ke tempat tujuan tersebut. Dalam penelitian lainnya yang dilakukan oleh Rokhayah dan Andriana (2021) menyatakan bahwa aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan.

b) Variabel Fasilitas

Hasil pengujian secara parsial pada variabel Fasilitas (X2) terhadap keputusan wisatawan berkunjung (Y) diperoleh nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dan nilai sig lebih kecil, sehingga variabel Fasilitas (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan wisatawan berkunjung (Y) di Objek Wisata Kampung Iwak Kalanganyar Sedati Sidoarjo. Dapat disimpulkan secara parsial fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan wisatawan berkunjung. Pemerintah dan pengelola objek wisata perlu perlunya untuk meningkatkan kualitas fasilitas yang ada, memperluas dan memperbaiki fasilitas pendukung, menyesuaikan fasilitas dengan kebutuhan dan preferensi pengunjung potensial, mengembangkan fasilitas yang menawarkan pengalaman unik dan berbeda, serta melakukan survei dan penelitian secara teratur untuk memahami kebutuhan dan harapan pengunjung. Heryanto (2020:3) Fasilitas adalah tempat yang nampak dan dapat dirasakan langsung oleh konsumen, yang dipengaruhi oleh faktor desain, penataan yang berpengaruh terhadap kenyamanan konsumen. Dalam penelitian lainnya dilakukan oleh Suwastawa dkk. (2021) menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan berkunjung wisatawan.

c) Variabel Harga

Hasil pengujian secara parsial pada variabel Harga (X3) terhadap keputusan wisatawan berkunjung (Y) diperoleh nilai t_{hitung} lebih besar

dari t_{Tabel} dan nilai sig lebih kecil, sehingga variabel Harga (X3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan wisatawan berkunjung (Y) di Objek Wisata Kampung Iwak Kalanganyar Sedati Sidoarjo. Dapat disimpulkan secara parsial harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan wisatawan berkunjung. Pengelola objek wisata dapat mengembangkan paket wisata atau penawaran diskon yang menarik untuk meningkatkan daya tarik objek wisata. pengelola objek wisata perlu melakukan evaluasi periodik terhadap harga yang ditetapkan untuk memastikan bahwa harga tetap relevan dan kompetitif dalam konteks pasar wisata yang terus berubah. Suryadana dan Octavia (2020:43) menyatakan bahwa aksesibilitas adalah kemudahan dalam mencapai daerah tujuan wisata baik secara geografis atau kecepatan teknis, serta tersedianya sarana transportasi ke tempat tujuan tersebut. Dalam penelitian lainnya yang dilakukan oleh Rokhayah dan Andriana (2021) menyatakan bahwa aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan.

3. Dari hasil penelitian diketahui bahwa variabel aksesibilitas berpengaruh dominan terhadap keputusan wisatawan Berkunjung di Objek Wisata Kampung Iwak Kalanganyar Sedati Sidoarjo. Sebagai variabel yang berpengaruh dominan, aksesibilitas pada objek wisata selalu diupayakan untuk ditingkatkan agar menimbulkan kualitas yang baik dibenak wisatawan sehingga dorongan wisatawan untuk melakukan kunjungan kembali semakin besar. Suryadana dan Octavia (2020:43) menyatakan

bahwa aksesibilitas adalah kemudahan dalam mencapai daerah tujuan wisata baik secara geografis atau kecepatan teknis, serta tersedianya sarana transportasi ke tempat tujuan tersebut. Dalam penelitian lainnya yang dilakukan oleh Rokhayah dan Andriana (2021) menyatakan bahwa aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan.

4. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel lain diluar variabel yang telah diuji dalam penelitian ini agar dapat menemukan temuan baru yang lebih variatif. Selain itu juga jumlah sampel yang digunakan diperbanyak sehingga dapat mewakili populasi dengan lebih baik dan menghasilkan kesimpulan lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi Saputra, T., & Ula Ananta Fauzi, R. (2022). Pengaruh Daya Tarik, Fasilitas, Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Wisata Tani Betet Nganjuk. *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi (SIMBA) 4*, 2(1), 1–12.
- Alana, P. R., & Putro, T. A. (2020). Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Goa Lowo Kecamatan Watulimo Kabupaten Trenggalek. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan ...*, 180–194. <http://journal.stieken.ac.id/index.php/penataran/article/view/481>
- Ariani dkk., *Aksesibilitas pemberian hak-hak warga binaan pemasyarakatan berbasis teknologi informasi*, Balitbangkumham Press, Jakarta Selatan.
- Fahimah, M., & Umsa, A. Y. (2022). pengaruh Protokol Kesehatan, harga Dan Fasilitas Terhadap eputusan Berkunjung Di Destinasi Wisata Pada Pandemi Covid-19. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 12(1), 1–14.
- Firmansyah, A. (2019). Dr. M. Anang Firmansyah, SE., MM. Pemasaran (Dasar dan Konsep) i. *Pemasaran*, 396. <https://www.researchgate.net/profile/MuhammadFirmansyah4/publication/334057497PEMASARANdasardankonsep/links/5d14be6592851cf4404f63a8/PEMASARAN-dasar-dan-konsep.pdf>
- Ghozali, I. (2018). “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Pogram IBM SPSS”Edisi Sembilan.Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hermanto, T. A., Moelyati, T. A., & Fitantina, F. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Tarif dan Aksesibilitas Terhadap Kepuasan serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan pada Objek Wisata Air Terjun Curup Tenang Bedegung Muara Enim. *Motivasi*, 7(1), 1. <https://doi.org/10.32502/mti.v7i1.4124>
- Heryanto 2020, *Perancangan tata letak fasilitas*, Alfabeta, Bandung.
- Meithiana Indrasari 2020, *Pemasaran dan kepuasan pelanggan*, Unitomo Press, Surabaya.
- Prawira, S. A., & Pranitasari, D. (2020). Pengaruh aksesibilitas, inovasi dan kualitas pelayanan fasilitas publik terhadap kepuasan penumpang disabilitas di kereta rel listrik jakarta. *Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 1–15. <http://repository.stei.ac.id/id/eprint/1195>
- Riyanto 2018, *Kajian implementasi pemberian fasilitas dan kemudahan keimigrasian di kawasan ekonomi khusus*, Balitbangkumham Press, Jakarta Selatan.

- Rokhayah, E. G., & Ana Noor Andriana. (2021). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas, dan Aksesibilitas terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Pantai Istana Amal Kabupaten Penajam Paser Utara. *Jurnal Kajian Dan Terapan Pariwisata*, 2(1), 10–18. <https://doi.org/10.53356/diparojs.v2i1.43>
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie 2017, *Metode Penelitian Bisnis*, Edisi 6, Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Sugiyono 2018, *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung.
- Suryadana, Octavia 2020, *Pengantar pemasaran pariwisata*, Alfabeta, Bandung.
- Suwastawa, I. P. A., Sumerta, I. K., & Aris, K. (2021). Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Harga Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Domestik Pada Bali Safari & Marine Park Di Era New Normal Covid 19. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Equilibrium*, 7(1), 122–133.

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Aksesibilitas, Fasilitas, Dan Harga Terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung Di Objek Wisata Kampung Iwak Kalanganyar Sedati Sidoarjo

Kepada Yth. para responden

Saya mahasiswa Universitas Bhayangkara Surabaya memohon waktunya sejenak dan bantuannya guna mengisi kuesioner ini dalam rangka penyelesaian tugas skripsi saya, sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi dan Bisnis jurusan Manajemen Universitas Bhayangkara Surabaya. Saya memohon kesediaan anda untuk mengisi dan menjawab kuesioner dengan benar, jujur, terbuka dan sungguh-sungguh sesuai apa yang anda alami. Terima kasih saya ucapkan atas kesediaan saudara mengisi kuesioner ini.

Hormat Saya,

Syafirur Rizal
(1912111067)

KUESIONER PENELITIAN

A. Data Responden

1. Nama :
2. Umur :
3. Pekerjaan :
4. Jenis kelamin : Laki-laki/Perempuan

(Coret yang tidak perlu)

B. Kuesioner tentang Pengaruh Aksesibilitas, Fasilitas, Dan Harga Terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung Di Objek Wisata Kampung Iwak Kalanganyar Sedati Sidoarjo

Petunjuk Pengisian :

1. Mohon kuesioner ini diisi secara lengkap dari seluruh pertanyaan yang disediakan.
2. Berilah nilai terhadap diri anda sendiri dengan jujur dan apa adanya yang anda anggap paling sesuai berdasarkan pernyataan di bawah ini, dengan memberikan tanda silang (X) salah satu dari lima kolom dengan keterangan sebagai berikut :

Skor Jawaban	1	2	3	4	5
Jawaban	STS	TS	KS	S	SS
	Sangat tidak setuju	Tidak setuju	Kurang setuju	Setuju	Sangat setuju

Aksesibilitas

No.	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1	Benarkah untuk mencapai tempat wisata dengan kondisi jalan yang mendukung menjadi keputusan anda berkunjung					
2	Tarif angkutan jenis kendaraan untuk mencapai tempat wisata menjadi keputusan anda berkunjung.					
3	Adanya jaringan transportasi untuk menuju tempat wisata menjadi keputusan anda berkunjung					
4	Jarak dan Waktu tempuh dalam perjalanan menuju tempat wisata menjadi keputusan anda berkunjung.					

Fasilitas

No.	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1	Adanya fasilitas transportasi di tempat wisata menjadi keputusan anda berkunjung					
2	Fasilitas akomodasi yang cukup baik akan berdampak pada keputusan wisatawan berkunjung.					
3	Fasilitas makan dan minum yang tersedia sudah baik untuk kenyamanan dalam berwisata.					
4	Prasarana atau infrastruktur yang layak yang ada dalam tempat pariwisata akan mendukung ramainya wisatawan berkunjung.					
5	Fasilitas telekomunikasi yang tersedia menjadi keputusan Anda berkunjung					
6	Lahan parkir yang tersedia sudah baik untuk kenyamanan dalam berwisata.					

Harga

No.	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1	Keterjangkauan harga dalam suatu wisata merupakan salah satu faktor keputusan wisatawan untuk berkunjung					
2	Kesesuaian harga dengan kualitas produk yang dikeluarkan oleh wisatawan merupakan salah satu faktor keputusan wisatawan untuk berkunjung					
3	Daya saing harga yang baik menjadi keputusan wisatawan untuk berkunjung					
4	Kesesuaian harga dengan manfaat yang didapat oleh wisatawan merupakan salah satu faktor keputusan wisatawan untuk berkunjung					

Keputusan Berkunjung

No.	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1	Kemudahan aksesibilitas menuju lokasi wisata adalah salah satu bahan pertimbangan wisatawan berkunjung					
2	Kelengkapan fasilitas pada suatu objek wisata adalah salah satu bahan pertimbangan wisatawan berkunjung					
3	Harga yang diharapkan oleh wisatawan merupakan salah satu bahan pertimbangan wisatawan berkunjung					
4	Manfaat yang diharapkan oleh wisatawan merupakan salah satu bahan pertimbangan wisatawan berkunjung					
5	Sikap orang lain merupakan salah satu bahan pertimbangan wisatawan berkunjung					

PNo	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total					X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Total				X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	Total					Y
					X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4							X2.5	X2.6	X2	X3					Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	
1	5	4	4	4	17	4	4	4	4	3	4	4	23	4	4	4	4	16	5	4	4	4	4	4	21				
2	5	5	5	5	20	5	5	5	4	4	5	5	28	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	25				
3	5	5	4	5	19	5	5	4	4	3	5	3	26	4	5	3	4	16	5	4	4	4	4	5	22				
4	4	4	5	5	18	5	5	5	4	4	4	4	27	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	24					
5	5	5	5	5	20	5	5	5	4	4	5	5	28	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	24					
6	5	5	5	5	20	5	5	5	4	4	5	5	28	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25					
7	5	3	4	4	16	5	4	4	2	4	4	23	4	4	4	4	17	4	5	4	5	5	5	23					
8	3	4	4	4	15	4	5	5	3	3	5	24	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	22					
9	4	3	4	4	15	4	4	4	2	2	4	19	3	3	4	4	14	4	4	4	4	4	4	20					
10	5	5	5	5	20	5	5	4	4	4	4	28	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	25					
11	5	5	5	5	20	5	5	5	4	5	4	28	5	4	5	4	18	5	5	5	5	4	5	24					
12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	20					
13	4	4	5	3	16	4	3	4	4	3	5	23	5	5	5	5	20	3	4	4	5	4	4	20					
14	4	4	5	3	16	5	5	5	5	5	4	29	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	4	24					
15	4	3	4	4	15	5	5	5	5	3	4	27	4	4	4	4	17	3	4	3	4	4	3	17					
16	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	25					
17	4	5	4	5	18	4	4	4	4	5	4	28	4	5	4	5	18	5	4	4	5	4	5	22					
18	5	4	5	4	18	5	4	5	5	5	4	28	4	3	4	3	14	5	4	4	5	5	3	21					
19	5	4	4	4	17	5	4	5	5	5	4	29	4	5	4	4	17	4	5	5	5	4	4	23					
20	5	4	5	4	18	4	4	4	5	4	4	25	4	4	4	4	17	4	4	4	5	4	4	21					
21	5	4	5	5	19	5	4	4	4	5	4	28	5	4	5	5	19	5	4	4	4	4	4	21					
22	3	5	4	5	17	3	5	5	4	5	5	27	4	5	5	3	17	3	5	5	4	5	5	22					
23	5	5	5	5	20	4	4	5	4	5	4	28	4	4	4	5	17	5	4	5	5	5	5	24					
24	3	4	4	5	16	4	4	5	4	5	4	26	4	4	4	4	17	4	4	4	5	4	3	20					
25	4	4	4	5	17	5	5	5	4	4	5	28	5	5	4	4	18	5	4	5	5	5	5	24					
26	5	4	4	4	17	5	4	4	4	5	4	26	4	4	4	5	19	5	4	4	4	3	4	20					
27	5	5	4	4	18	4	4	5	5	4	5	27	5	5	5	5	19	4	5	5	5	4	4	23					
28	4	3	4	4	15	4	3	3	3	3	3	19	4	3	4	3	14	4	4	4	4	4	4	20					
29	4	4	4	4	16	5	5	4	4	4	4	28	5	5	5	5	20	4	4	4	5	5	5	23					
30	4	4	4	4	16	4	4	4	3	4	4	23	3	2	4	4	13	4	3	4	4	4	3	18					
31	4	4	5	4	17	4	4	4	4	4	5	27	5	5	4	5	19	5	4	5	5	5	5	24					
32	3	3	3	4	13	5	4	4	3	3	3	22	4	5	5	5	19	5	4	5	5	5	3	22					
33	4	4	4	4	16	4	5	5	4	5	5	28	5	5	5	4	19	4	4	5	4	4	4	21					
34	4	5	4	4	17	4	5	5	4	5	4	27	4	4	4	4	17	4	5	4	4	5	5	23					
35	4	3	5	4	16	4	3	4	4	5	5	25	4	5	5	5	18	4	4	5	4	4	5	22					
36	4	3	3	3	13	4	3	4	4	3	3	23	5	3	4	3	15	3	3	4	4	3	3	16					
37	4	4	3	4	15	4	3	4	4	3	4	22	4	3	4	4	15	4	4	4	4	4	4	20					
38	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	25					

79	4	5	4	5	18	4	4	5	4	4	4	4	4	4	25	4	5	4	4	4	17	4	3	4	4	4	19
80	4	4	3	4	15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	24	4	4	5	4	4	17	5	4	5	5	5	24
81	5	4	5	4	18	5	5	5	4	5	4	4	5	5	28	5	4	5	5	5	19	5	5	5	5	5	25
82	4	4	5	5	18	5	4	4	3	4	4	4	4	4	23	4	3	4	4	4	15	5	3	3	5	5	21
83	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	16	4	4	4	4	5	22
84	3	5	4	4	16	4	5	5	5	4	3	4	3	4	26	4	5	3	4	4	16	5	5	4	4	4	22
85	3	2	4	3	12	3	3	3	4	4	4	4	4	4	21	3	4	2	4	4	13	5	4	4	3	4	20
86	5	5	5	4	19	4	5	5	4	5	5	5	4	5	27	5	5	4	5	5	19	5	4	5	4	5	23
87	3	5	4	5	17	5	5	5	4	5	5	5	5	29	5	4	5	5	5	19	4	4	4	3	5	20	
88	5	5	5	5	20	5	5	5	4	5	5	5	5	29	5	5	5	5	5	20	4	4	5	5	5	23	
89	5	4	5	4	18	5	5	5	3	4	5	5	5	27	5	3	3	4	4	15	4	5	3	5	5	21	
90	4	3	4	4	15	4	4	4	5	4	4	4	4	25	4	4	4	5	5	17	4	3	3	4	4	18	
91	4	4	3	4	15	4	4	4	4	4	4	4	3	22	3	4	4	5	5	16	3	5	5	3	4	20	
92	5	5	4	5	19	4	4	5	4	4	4	4	4	25	4	5	5	4	4	18	4	4	5	4	4	21	
93	5	4	4	4	17	5	5	5	5	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	16	4	4	5	5	5	22	
94	5	4	4	5	18	4	4	5	4	5	4	3	5	25	4	3	3	4	4	14	5	4	4	5	5	23	
95	4	4	3	5	16	5	5	4	4	4	4	4	4	25	4	5	4	4	4	17	4	3	4	4	5	20	
96	5	4	4	5	18	4	3	4	4	4	4	4	4	23	4	3	4	5	5	16	4	4	4	4	4	20	
97	4	5	4	5	18	4	3	4	4	4	4	4	4	23	4	3	5	5	17	4	4	4	4	4	4	20	
98	4	3	4	3	14	5	4	4	4	4	4	4	4	25	5	4	3	4	4	16	4	4	4	4	4	19	
99	4	2	3	3	12	3	3	3	2	3	3	3	3	17	4	3	4	3	3	14	3	3	3	3	4	16	
100	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	

UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

1. Uji Validitas dan Reliabilitas X1

		Correlations				
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total
X1.1	Pearson Correlation	1	.480**	.513**	.409**	.765**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.480**	1	.470**	.634**	.835**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.513**	.470**	1	.465**	.765**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.409**	.634**	.465**	1	.786**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.765**	.835**	.765**	.786**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized	
	Items	N of Items
.811	.888	5

2. Uji Validitas dan Reliabilitas X2

		Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Total
X2.1	Pearson Correlation	1	.572**	.533**	.429**	.429**	.527**	.748**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.572**	1	.525**	.410**	.453**	.425**	.741**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.533**	.525**	1	.630**	.584**	.617**	.847**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.429**	.410**	.630**	1	.553**	.410**	.757**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.429**	.453**	.584**	.553**	1	.387**	.762**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	.527**	.425**	.617**	.410**	.387**	1	.721**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.748**	.741**	.847**	.757**	.762**	.721**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized	
	Items	N of Items
.791	.904	7

3. Uji Validitas dan Reliabilitas X3

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	Total
X3.1	Pearson Correlation	1	.478**	.501**	.488**	.774**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.478**	1	.348**	.457**	.771**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.501**	.348**	1	.553**	.763**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.488**	.457**	.553**	1	.794**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.774**	.771**	.763**	.794**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized	
	Items	N of Items
.805	.879	5

4. Uji Validitas dan Reliabilitas Y

		Correlations					
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Total
Y.1	Pearson Correlation	1	.375**	.456**	.474**	.594**	.757**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.2	Pearson Correlation	.375**	1	.558**	.361**	.587**	.736**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.3	Pearson Correlation	.456**	.558**	1	.490**	.557**	.782**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.4	Pearson Correlation	.474**	.361**	.490**	1	.509**	.737**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.5	Pearson Correlation	.594**	.587**	.557**	.509**	1	.850**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.757**	.736**	.782**	.737**	.850**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha Based on Standardized		
Cronbach's Alpha	Items	N of Items
.799	.896	6

UJI HIPOTESIS

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Harga (X3), Aksesibilitas (X1), Fasilitas (X2) ^b		. Enter

a. Dependent Variable: Keputusan Wisatawan Berkunjung (Y)

b. All requested variables entered.

A. UJI KOEFISIEN DETERMINASI

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.838 ^a	.703	.693	1.54184

a. Predictors: (Constant), Harga (X3), Aksesibilitas (X1), Fasilitas (X2)

b. Dependent Variable: Keputusan Wisatawan Berkunjung (Y)

B. UJI F SIMULTAN

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	539.172	3	179.724	75.601	.000 ^b
	Residual	228.218	96	2.377		
	Total	767.390	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Wisatawan Berkunjung (Y)

b. Predictors: (Constant), Harga (X3), Aksesibilitas (X1), Fasilitas (X2)

C. UJI T DAN REGGRESI

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	2.259	1.284		1.759	.082
	Aksesibilitas (X1)	.443	.115	.357	3.844	.000
	Fasilitas (X2)	.229	.089	.283	2.569	.012
	Harga (X3)	.341	.106	.281	3.208	.002

a. Dependent Variable: Keputusan Wisatawan Berkunjung (Y)

Tabel R untuk df = 65 - 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 – 120)

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Syafirur Rizal
 N.I.M : 1912111067
 Program Studi : Manajemen
 Spesialisasi : Pemasaran
 Mulai Memprogram : Bulan Februari Tahun 2023
 Judul Skripsi : Pengaruh Aksesibilitas, Fasilitas Dan Harga Terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung Di Objek Wisata Kampung Iwak Kalanganyar Sedati Sidoarjo
 Pembimbing Utama : Dr. Muslichah Erma Widiana, Dra.Ec., MM
 Pembimbing Pendamping : Heri Kusairi, SE., MM

No.	Tanggal Bimbingan	Materi	Pembimbing I	Pembimbing II
1.	16-03-2023	Bab I, II, III Revisi		 ACC
2.	17-03-2023	Bab III & III ACC		 ACC
3.	21-03-2023	Bab I, II, III Revisi	E/RS	
4.	24-03-2023	Bab I, II, III ACC	E/RS ACC	
5.	16-06-2023	Bab I, II, III Revisi		
6.	17-06-2023	Bab I, II, III, IV Revisi		
7.	19-06-2023	Bab I, II, III, IV, V ACC		 ACC
8.	03-07-2023	Bab I, II, III, IV Revisi	ERU	
9.	09-07-2023	Bab I, II, III, IV, V ACC	ERU	
10.				
11.				
12.				
13.				
14.				
15.				
16.				

Surabaya, Februari 2023
 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
 Ketua Program Studi Manajemen

 4/7'23

Indah Noviadari, SE., M.Si

NIDN. 0704117101