

# PENGARUH DAYA TARIK DAN INFRASTRUKTUR TERHADAP KEPUTUSAN WISATAWAN BERKUNJUNG PADA OBJEK WISATA PANTAI AIR MANIS DI KOTA PADANG

Fajrian Hendrik<sup>1)</sup>, Dahliana Kamener B. S., MBA., Ph. D<sup>2)</sup>

Prodi Manajemen, Fakultas ekonomi bisnis, Universitas Bung Hatta

Email : [fajrianhendrik1@gmail.com](mailto:fajrianhendrik1@gmail.com)<sup>1</sup>, [dahlianakamener@bunghatta.ac.id](mailto:dahlianakamener@bunghatta.ac.id)<sup>2</sup>

## PENDAHULUAN

Salah satu tempat tujuan wisata yang paling sering dikunjungi di Kota Padang adalah Pantai Air Manis. Keistimewaan Pantai Air Manis terletak pada gelombang lautnya yang tenang dan pemandangan alam yang menakjubkan. Lokasi ini juga terkenal sebagai tempat berlangsungnya Legenda Batu Malin Kundang yang memiliki daya tarik kuat bagi para wisatawan yang ingin mengunjungi Pantai Air Manis. Berikut ini adalah informasi mengenai jumlah pengunjung yang datang ke objek wisata Pantai Air Manis di Kota Padang :

**Tabel 1 : Jumlah Pengunjung Pantai Air Manis di Kota Padang**

Tahun	Jumlah Pengunjung
2020	138.557
2021	313.462
2022	437.344

Dari tabel diatas [1] terjadi peningkatan yang signifikan dalam jumlah pengunjung dari tahun 2020 hingga 2022. Jumlah pengunjung meningkat secara berturut-turut dari 138.557 pada tahun 2020 menjadi 313.462 pada tahun 2021, dan kemudian meningkat lagi menjadi 437.344 pada tahun 2022. Kenaikan yang cukup besar antara tahun 2020 dan 2021 menunjukkan adanya perubahan atau faktor yang signifikan yang mungkin telah menyebabkan lonjakan kunjungan tersebut. Sesuai dengan pandangan [2], daya tarik pariwisata merujuk pada berbagai hal yang membangkitkan minat individu atau kelompok untuk mengunjungi suatu lokasi karena memiliki nilai yang khusus. Selain itu, menurut

[3] infrakstruktur adalah semua aset berumur panjang yang dimiliki oleh pemerintah setempat, pemerintah daerah maupun pusat dan utilitas yang dimiliki oleh para pengusaha. Terkait dengan hal ini, teori keputusan berkunjung dianalogikan sama dengan keputusan pembelian, seperti penelitian yang dilakukan oleh [4] yang menyamakan bahwa keputusan berkunjung wisatawan sama dengan keputusan pembelian..

## METODE

Data yang akan diolah dari hasil penelitian menggunakan *software Partial Least Square* (PLS) sebagai teknik menganalisis data. Metode pemilihan sampel pada penelitian ini adalah *probability sampling methods* yaitu metode pemilihan sampel secara random atau acak. Penelitian ini menggunakan rumus cochrane untuk pengambilan sampel, berdasarkan perhitungan sampel tersebut, maka jumlah sampel yang dibutuhkan adalah 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *non probability sampling*. Dan metode yang digunakan adalah *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel yang dilakukan dengan sengaja oleh peneliti atas dasar pertimbangan-pertimbangan tertentu. Jenis data yang digunakan didalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dengan membuat daftar pernyataan berupa kuisioner. Selanjutnya kuisioner yang telah dibuat akan diberikan kepada wisatawan yang berkunjung pada objek wisata Pantai Air Manis di kota Padang. Kemudian dilakukan

analisis deskriptif untuk mendapatkan rata-rata skor masing-masing indikator dan pertanyaan-pertanyaan yang terdapat dalam kuisioner. Setelah diperoleh nilai rata-rata deskriptif selanjutnya dicari nilai dari TCR dengan rumus berikut :

$$TCR = \frac{\text{Mean}}{5} \times 100\%$$

dengan menggunakan model pengukuran (*outer model*) dapat dievaluasi uji validitas konstruk dan reliabilitas konstruk. Model pengukuran (*outer model*) dengan indikator refleksif dievaluasi dengan *convergent* dan *discriminant validity* dari indikatornya dan *composite reliability* untuk blok indikator [5]. Selanjutnya evaluasi model struktural dilakukan dengan memanfaatkan *R-Square* untuk konstruk dependen, dan Uji T serta Signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural. PLS menggunakan *nonparametric test* untuk menentukan tingkat signifikansi dari *path coefficient*, dimana nilai signifikansi t-statistik yang dihasilkan dengan menjalankan *algorithm bootstrapping report* pada SmartPLS digunakan untuk menentukan diterima atau tidaknya hipotesis yang diajukan. Hipotesis akan diterima apabila nilai t-statistik melebihi nilai t-tabel untuk derajat signifikansi 0,05 sebesar 1,96 [5].

## HASIL DAN PEMBAHASAN

**Tabel 2 : Uji Hipotesis (Path Coefficients)**

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standar Deviation (STDEV)	T-Statistics (O/STDEV)	P-Values
Daya tarik (X <sub>1</sub> ) → Keputusan Berkunjung (Y)	0,453	0,460	0,075	6,036	0,000
Infrastruktur (X <sub>2</sub> ) → Keputusan Berkunjung (Y)	0,421	0,420	0,093	4,503	0,000

Sumber: Data yang diolah dengan SmartPLS, 2023

**Daya tarik** berpengaruh terhadap **keputusan berkunjung**. Hal ini dapat dilihat dari P value kecil dari 0,05 yaitu bernilai 0,000, kemudian nilai original sampel yaitu positif sebesar 0,453. Dari penjelasan tersebut berarti hipotesis 1 (H1) diterima. Begitu juga dengan **infrastruktur** berpengaruh terhadap **keputusan berkunjung**. Hal ini dapat dilihat dari P value

kecil dari 0,05 yaitu bernilai 0,000 dan t statistiknya besar dari 1,96 yaitu 4,503, kemudian nilai original sampel yaitu positif sebesar 0,421. Dari penjelasan tersebut berarti hipotesis 2 (H2) dapat diterima.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dan telah melalui tahap pengolahan data maka ditemukanlah bahwa daya tarik dan infrastruktur berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada objek wisata Pantai Air Manis di kota Padang.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini sangat sedikit, yaitu hanya dua variabel, oleh sebab itu pada penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lainnya yang berhubungan dengan keputusan berkunjung.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Padang.(2022). Kunjungan Wisatawan ke Kota Padang.
- [2] Warpani, Suwardjoko P. & Indra P. Warpani. (2007). *Pariwisata Dalam Tata Ruang Wilayah*. Bandung: ITB
- [3] Nurmadimah, F., 2012. *Analisis Pemilihan Proyek Pengembangan Bandara UPT dengan Skema KPS*. Tesis. Universitas Indonesia.
- [4] Jalilvand & dkk.(2012). *The effect of word of mounth on inbound tourist's decision for traveling to Islamic destination. Journal of Islamic marketing*, vol. 3 No. 1.
- [5] Ghozali, I. (2015). *Bauran Pemasaran Jasa dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.