

PENGARUH DAYA TARIK WISATA, FASILITAS DAN AKSESIBILITAS TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI OBJEK WISATA PANTAI AIR MANIS KOTA PADANG

Mike Kusuma Dewi¹, Muhammad Rivandi², Elsa Meirina³
^{1,2,3} Program Studi Akuntansi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi KBP
Mikekusumadewi@akbpstie.ac.id

Abstrak. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh objek wisata, fasilitas dan aksesibilitas terhadap keputusan untuk mengunjungi Obyek Wisata Pantai Air Manis di Kota Padang. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode simple random sampling, sampel dalam penelitian ini adalah 99 pengunjung pantai air manis kota Padang. Jenis data dalam penelitian ini adalah cross sectional. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah teknik pengumpulan metode kuesioner. Aplikasi yang digunakan untuk mengolah data dalam penelitian ini adalah SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa objek wisata memiliki pengaruh positif pada keputusan kunjungan, fasilitas memiliki efek positif pada keputusan kunjungan dan aksesibilitas memiliki efek positif pada keputusan kunjungan di Wisata Pantai Air Manis. Obyek di Padang. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t dengan taraf signifikansi kurang dari 0,05. Untuk penelitian lebih lanjut, tambahkan jumlah variabel dan jumlah data sehingga data lebih akurat.

Kata Kunci: Daya Tarik Wisata, Fasilitas, Aksesibilitas, Keputusan untuk Mengunjungi

Abstract. The purpose of this study was to examine the effect of tourist attraction, facilities and accessibility on the decision to visit the Air Manis Beach Tourism Object in Padang City. Sampling was done by simple random sampling method, the sample in this study were 99 visitors of the city of Padang sweet water beach. The type of data in this study is cross sectional. The data collection technique in this study is the technique of collecting questionnaire methods. The application used to process data in the study was SPSS version 25. The results showed that tourist attraction had a positive influence on visiting decisions, facilities had a positive effect on visiting decisions and accessibility had a positive effect on visiting decisions at Air Manis Beach Tourism Object in Padang. This is evidenced by the results of the t test with a significance level of less than 0,05. For further research, add the number of variables and the amount of data so that the data is more accurate.

Keyword: Tourist Attraction, Facilities, Accessibility, Decision to Visit

Pendahuluan

Pariwisata pada saat sekarang ini sudah menjadi industri terbesar di berbagai Negara, baik itu di negara maju maupun negara berkembang seperti Indonesia. Undang-undang RI No.10 tahun 2009 tentang kepariwisataan “pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha dan pemerintah daerah”. Berkembangnya suatu objek wisata tak lepas dari keputusan berkunjung wisatawan karena adanya daya tarik di objek wisata tersebut.

Keputusan berkunjung ke suatu objek wisata erat kaitannya dengan perilaku konsumen. Adanya kecenderungan pengaruh harga, lokasi, dan fasilitas terhadap keputusan berkunjung yang dilakukan oleh pengunjung tersebut,

mengisyaratkan bahwa dinas pariwisata perlu mempertimbangkan aspek perilaku konsumen, terutama proses pengambilan keputusan pembelian. Keputusan pembelian adalah sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya yang terdiri dari pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, evaluasi terhadap alternative pembelian, keputusan pembelian, dan tingkah laku setelah pembelian (Saputra, 2017).

Keputusan berkunjung wisatawan merujuk pada konsep keputusan pembelian konsumen yang diadaptasi menjadi keputusan berkunjung wisatawan. Keputusan pembelian merupakan suatu proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk

atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian. Pembeli menentukan pilihannya dan melakukan pembelian, serta mengkonsumsinya. Dapat disimpulkan keputusan berkunjung pembelian adalah sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya yang terdiri dari pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, evaluasi terhadap alternative pembelian, keputusan pembelian, dan tingkah laku setelah pembelian (Sirait & Puddin, 2018).

Lapian, Mandey, & Loindong (2015) keputusan pembelian merupakan suatu proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa atau pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, pelayanan kepada konsumen, keputusan pembelian dan perilaku setelah pembelian. Keputusan konsumen adalah motif atau dorongan yang timbul terhadap sesuatu dimana pembeli melakukan pembelian disebabkan adanya kebutuhan dan keinginan.

Kiswanto, (2011) mengemukakan keputusan berkunjung konsumen ke suatu objek wisata sangat erat kaitannya dengan perilaku konsumen. Dimana perilaku konsumen itu merupakan unsur penting dalam kegiatan pemasaran pariwisata yang perlu diketahui oleh perusahaan, karena perusahaan tidak mengetahui mengenai apa yang ada dalam pikiran seorang konsumen pada waktu sebelumnya, sedang dan setelah melakukan kunjungan pada suatu objek wisata. Adanya kecenderungan pengaruh harga, lokasi dan fasilitas terhadap keputusan berkunjung yang dilakukan oleh konsumen tersebut, mengisyaratkan bahwa manajemen perusahaan perlu mempertimbangkan aspek perilaku konsumen, terutama proses pengambilan keputusan berkunjung.

Marpaung & Sahla (2017) mengemukakan minat berkunjung merupakan bentuk atau wujud dari minat berprilaku. Minat berprilaku merupakan kecenderungan potensial untuk

mengadakan reaksi (sikap mendahului perilaku). Minat berkunjung berarti konsumen (pengunjung) potensial yang pernah dan belum pernah dan yang sedang akan berkunjung pada suatu objek wisata. Minat merupakan kekuatan pendorong yang menyebabkan seseorang perhatian pada suatu objek. Dapat disimpulkan minat berkunjung adalah kecenderungan dalam individu untuk tertarik pada suatu objek sehingga terdorong untuk berkunjung atau mendatangi objek tersebut.

Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung

Saputra, (2017) mengemukakan daya tarik berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung di objek wisata pantai air manis kota padang. Hal ini berarti semakin baik daya tarik di objek wisata pantai air manis maka semakin baik pula keputusan wisatawan untuk melakukan kunjungan di objek wisata pantai air manis. Berdasarkan Undang-undang Indonesia nomor 10 tahun 2009 “daya tarik wisata dijelaskan sebagai segala sesuatu yang memiliki keunikan, kemudahan dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan wisatawan.

Syahrul, (2014) menjelaskan daya tarik berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung ke aloita resort. Hal ini menunjukkan bahwa untuk datang ke aloita resort, wisatawan asing tertarik terhadap daya tarik yang ada yaitu seperti, panorama alam yang indah, keindahan bawah lautnya, pantai dan kebudayaan tradisional yang disajikan. Selain itu (Kabu, 2019) mengemukakan daya tarik berpengaruh positif terhadap keputusan pengunjung ke desa boti. Hal ini menyatakan bahwa daya tarik wisata budaya di desa boti sangat baik dan menjadi daya tarik utama wisatawan untuk berkunjung kesana.

Setiyorini et al. (2018) menjelaskan bahwa daya tarik berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung wisatawan objek wisata gunung beruk. Hal ini berarti daya tarik wisata yang menarik mampu menarik wisatawan untuk berkunjung ke objek tersebut serta objek tersebut akan terkenal.

H₁ : Daya Tarik Wisata Berpengaruh Positif Terhadap Keputusan berkunjung

Pengaruh Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan

Lempoy et al., (2015) menjelaskan fasilitas berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Hal ini berarti fasilitas yang digunakan dapat meningkatkan keputusan menggunakan. Hal ini sesuai dengan kenyataan lapangan yang menunjukkan bahwa keputusan seseorang dipengaruhi oleh fasilitas yang ada. Konsumen tertarik dengan fasilitas yang sudah ada maupun fasilitas yang baru, sehingga keputusan menggunakan jasa akan semakin meningkat. Sedangkan (Syahrul & Saputra, 2018) mengemukakan bahwa fasilitas berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung.

Sirait dan Puddin (2018) mengemukakan fasilitas berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Selain itu Syahrul dan Saputra (2018), mengemukakan fasilitas berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Hal ini berarti fasilitas yang tersedia memadai dan sudah lengkap menurut wisatawan yang berkunjung, seperti penginapan yang bersih dan nyaman, penyajian makanan laut yang segar, peralatan-peralatan selam yang modern dan ditambah dengan adanya hiburan dan entertainment serta dengan paket wisata yang komplit dan sesuai yang diinginkan.

H₂ : Fasilitas Berpengaruh Positif Terhadap Keputusan Berkunjung

Pengaruh Aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung wisatawan

Syahrul, (2014) mengemukakan aksesibilitas berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Hal ini menunjukkan lokasi yang strategis, kemudahan akses informasi dan komunikasi, keamanan yang terjamin dan transportasi yang lancar merupakan faktor yang penting untuk meningkatkan jumlah wisatawan asing.

Marpaung dan Sahla (2017) mengemukakan aksesibilitas berpengaruh positif terhadap

keputusan berkunjung wisatawan. Hal ini berarti apabila akses berkunjung ke tempat wisata tersebut mudah maka jumlah wisatawan akan meningkat. (Kabu, 2019) mengemukakan aksesibilitas berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Apabila wisatawan merasa mudah untuk berkunjung kesana, maka akses ke tempat wisata tersebut dikatakan baik karena pengunjung lebih mudah untuk berkunjung kesana.

H₃: Aksesibilitas Berpengaruh Positif Terhadap Keputusan Berkunjung

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini seluruh pengunjung yang pernah berkunjung di Objek Wisata Pantai Air Manis Kota Padang. Jenis data dalam penelitian ini adalah *cross sectional*. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah teknik pengumpulan dengan metode kuesioner. Jenis kuesioner yang digunakan adalah skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, pengaruh dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2017).

Definisi Pengukuran Variabel

Keputusan Berkunjung wisatawan (Y)

Merupakan proses pengintegrasian yang mengkombinasi sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu diantaranya, proses keputusan pembelian yang spesifik yang terdiri dari urutan kejadian berikut : pengenalan masalah kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian (Lempoy et al., 2015).

Indikator Pertanyaan dare Keputusan Berkunjung Wisatawan

1. Pengenalan masalah kebutuhan
2. Pencarian informasi
3. Evaluasi alternative
4. Keputusan pembelian
5. Perilaku pasca pembelian

Daya tarik wisata (X1)

Daya tarik wisata merupakan segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan (Kabu, 2019).

Indikator Pertanyaan Daya Tarik Wisata:

1. Wisata budaya seperti arkeologi, budaya dan sejarah, pola hidup masyarakat, hasil seni dan budaya, keramahtamahan penduduk local
2. Wisata alam seperti iklim, pemandangan alam, hutan

Fasilitas (X2)

Fasilitas adalah faktor yang secara nyata mempengaruhi konsumen untuk mengkonsumsi produk yang ditawarkan (Syahrul & Saputra, 2018)

Indikator Pertanyaan Fasilitas

1. Kelengkapan, kebersihan dan kerapian fasilitas yang dtawarkan
2. Kondisi dan fyngsi fasilitas yang ditawarkan
3. Kemudahan menggunakan fasilitas yang ditawarkan

Aksesibilitas (X3)

Aksesibilitas adalah salah satu aspek penting yang mendukung pengembangan lintas sektoral (Kabu, 2019).

Indikator Pertanyaan Aksebilitas

1. Informasi
2. Tranportasi
3. Akomodasi

Hasil dan Pembahasan

Tabel 1. Uji Validitas Daya Tarik Wisata

Variabel	Item	Cronbach's Alpha If Item Deleted	r tabel	Ket.
Daya tarik wisata (X1)	1	0,699	0,361	Valid
	2	0,848	0,361	Valid
	3	0,861	0,361	Valid
	4	0,699	0,361	Valid
	5	0,699	0,361	Valid
	6	0,699	0,361	Valid

Sumber : Data diolah (2020)

Dari Tabel 1 di atas, maka dapat kita ketahui bahwa hasil perhitungan yang di lakukan pada 6 item pertanyaan yang di gunakan untuk variabel X1 (daya tarik wisata) maka dapat disimpulkan bahwa dari 6 pertanyaan di atas dapat di nyatakan valid, dimana nilai korelasi lebih besar dari r table (> 0.361).

Tabel 2. Hasil Uji Validitas fasilitas

Variabel	Item	Cronbach's Alpha If Item Deleted	r tabel	Ket.
Fasilitas (X2)	1	0,699	0,361	Valid
	2	0.706	0,361	Valid
	3	0.706	0,361	Valid
	4	0,848	0,361	Valid
	5	0,699	0,361	Valid

Sumber : Data diolah (2020)

Dari Tabel 2 di atas, maka dapat kita ketahui bahwa hasil perhitungan yang di lakukan pada 5 item pertanyaan yang di gunakan untuk variabel X2 (fasilitas) maka dapat disimpulkan bahwa dari 5 pertanyaan di atas dapat di nyatakan valid, dimana nilai korelasi lebih besar dari r table (> 0.361) dengan tingkat signifikansi 0,05 (Priyatno, 2014).

Tabel 3. Uji Validitas Aksesibilitas

Variabel	Item	Cronbach's Alpha If Item Deleted	r tabel	Ket.
Aksesibilitas (X3)	1	0,801	0,361	Valid
	2	0,801	0.361	Valid
	3	0,841	0.361	Valid
	4	0,841	0.361	Valid
	5	0,801	0.361	Valid
	6	0,886	0.361	Valid

Sumber : Data diolah (2020)

Dari Tabel 3 di atas, maka dapat kita ketahui bahwa hasil perhitungan yang di lakukan pada 6 item pertanyaan yang di gunakan untuk variabel X3 (Aksesibilitas) maka dapat disimpulkan bahwa dari 6 pertanyaan di atas dapat di nyatakan valid, dimana nilai korelasi lebih besar dari r table (> 0.361) dengan tingkat signifikansi 0,05 (Priyatno, 2014).

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Keputusan Berkunjung

Variabel	item	Cronbach's Alpha If Item Deleted	r tabel	Ket.
Keputusan Berkunjung (Y)	1	0,789	0.361	Valid
	2	0.897	0.361	Valid
	3	0.789	0.361	Valid
	4	0,891	0.361	Valid
	5	0,789	0.361	Valid

Sumber: Data Dolah (2020)

Dari Tabel 4 di atas, maka dapat kita ketahui bahwa hasil perhitungan yang di lakukan pada 6 item pertanyaan yang di gunakan untuk variabel Y (Keputusan Berkunjung) maka dapat disimpulkan bahwa dari 5 pertanyaan di atas dapat di nyatakan valid , dimana nilai korelasi lebih besar dari r table (> 0.361) dengan tingkat signifikansi 0,05 (Priyatno, 2014).

Uji Reliabilitas

Tabel 5. Hasil Uji Reabilitas Daya Tarik Wisata

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.790	.838	6

Sumber : Data diolah (2020)

Dari Tabel 5 di atas, maka dapat kita lihat bahwa rata-rata variable penelitian daya tarik wisata memiliki reabilitas sangat baik, karena nilai *cronbach alpha* (α) > 0,7 sedangkan nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,790 (Priyatno, 2014).

Tabel 6. Hasil Uji Reabilitas Fasilitas

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.780	.777	5

Sumber : Data diolah (2020)

Dari Tabel 6 di atas, maka dapat kita lihat bahwa rata-rata variable penelitian fasilitas memiliki reabilitas sangat baik, karena nilai *cronbach alpha* (α) > 0,7 sedangkan nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,780 (Priyatno, 2014).

Tabel 7. Hasil Uji Reabilitas Aksesibilitas

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.855	.854	6

Sumber :Data diolah (2020)

Dari Tabel 7 di bawah ini, maka dapat kita lihat bahwa rata-rata variable penelitian Aksesibilitas memiliki reabilitas sangat baik, karena nilai *cronbach alpha* (α) > 0,7 sedangkan nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,855 (Priyatno, 2014).

Tabel 8. Hasil Uji Reabilitas Keputusan berkunjung

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.864	.867	5

Sumber : Data diolah (2020)

Dari tabel 8 di atas, maka dapat kita lihat bahwa rata-rata variable penelitian motivasi kerja memiliki reabilitas sangat baik, karena nilai *cronbach alpha* (α) $>0,7$ sedangkan nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,864 (Priyatno, 2014).

Uji Asumsi Klasik

Tabel 9. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		99
Normal Parameters	Mean	.0000000
	Std.Deviation	.61080865
Most Extreme Differences	Absolute	.077
	Positive	.044
	Negative	-.077
Test Statistic		.077
Asymp.Sig (2 Tailed)		.168 ^c
a. Test distribution is normal		
b. Calculated from data		
c. Lilliefors significance correction		

Sumber : Data diolah (2020)

Berdasarkan Tabel 9 diatas, maka dapat disimpulkan bahwa hasil uji normalitas menunjukkan bahwa nilai signifikan pengujian *kolmogorov-smirnov* sebesar 0,168 $>0,05$ maka dapat dikatakan berdistribusi normal, maka data tersebut dapat digunakan untuk penelitian lebih lanjut.

Tabel 10. Uji Multikolinearitas

Coefisients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Daya tarik wisata	.366	2.733
	Fasilitas	.374	2.676
	Akses	.335	2.987

a. dependent variable: keputusan berkunjung

Sumber : Data diolah (2020)

Berdasarkan tabel 10 diatas, maka dapat diketahui bahwa nilai tolerance variabel independen sebesar 0,366 > 0.10 (daya tarik wisata), (fasilitas) sebesar 0,374 $> 0,10$ dan (akses) sebesar 0,335 $>0,10$. Sedangkan nilai VIF untuk daya tarik wisata sebesar 2,733 <10 , fasilitas sebesar 2,676 <10 dan akses sebesar 2,987 <10 . Maka dapat disimpulkan model regresi ini tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 11. Uji Heteroskedastisitas

Coefisients ^a					
Model		Understandar dized Coefisients		t	Sig.
		B	Std.E rror		
1	(Constant)	.057	.487		.116
	Daya Tarik Wisata	.033	.026	.210	1.264
	Fasilitas	.029	.034	.142	.862
	Akses	-.040	.030	-.233	-1.340

a. Dependent Variable : RES2

Sumber : Data diolah (2020)

Berdasarkan tabel 11 di atas, maka dapat di ketahui bahwa nilai dari probabilitas signifikan variabel daya tarik wisata (X1) sebesar 0,209, fasilitas (X2) sebesar 0,391 dan aksesibilitas (X3) sebesar 0,183. Dalam hal ini signifikan variable X1, X2 dan X3 $> 0,05$ jadi dapat disimpulkan model regresi ini tidak mengandung adanya heterokedastisitas.

Tabel 12. Hasil uji t

Coefficients ^a					
Model	Understandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-3.017	.785		-3.842	.000
Daya Tarik Wisata	.205	.042	.240	4.911	.000
Fasilitas	.582	.054	.518	10.720	.000
Akses	.270	.048	.286	5.603	.000

a. Dependent Variable : keputusan berkunjung

Sumber : Data diolah (2020)

Dari Tabel 12 di atas diketahui diperoleh nilai t hitung untuk variabel daya tarik wisata sebesar = 4,911 > 1,9852 dengan signifikan 0,000 < 0,025. Maka **H₁ diterima**, berarti terdapat pengaruh positif antara daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung di objek wisata Pantai Air Manis Padang.

Untuk variabel fasilitas terdapat nilai t hitung sebesar = 10,720 > 1,9852 t tabel sebesar, dengan tingkat signifikan 0,000 < 0,025. Maka **H₂ diterima**, berarti terdapat pengaruh positif antara fasilitas terhadap keputusan berkunjung di objek wisata Pantai Air Manis Padang.

Untuk variabel aksesibilitas terdapat nilai t hitung sebesar = 5.603 > 1,9852 t tabel sebesar, dengan tingkat signifikan 0,000 < 0,025. Maka **H₃ diterima**, berarti terdapat pengaruh positif antara aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung di objek wisata Pantai Air Manis Padang.

Uji Adjusted R Square

Tabel 13. Hasil Uji Adjusted R Square

Model Summary ^b				
Model Summary	R	R Square	Adjusted R Square	Std. error of the Estimate
		1		

a. Predictors : (constant), akses, fasilitas, daya tarik wisata

b. Dependent variabel : keputusan berkunjung

Sumber : Data diolah (2020)

Uji *Adjusted R Square* yaitu menunjukkan koefisien determinasi. Angka ini akan diubah ke bentuk persen, yang artinya persentase sumbangan

pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai R² sebesar 0,914 artinya persentase sumbangan pengaruh variabel daya tarik wisata, fasilitas dan aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung sebesar 91,4%. Sedangkan sisanya sebesar 8,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model ini.

Hasil dan Pembahasan

Pengaruh daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung

Berdasarkan nilai t hitung untuk variabel daya tarik wisata sebesar = 4,911 > 1,9852 dengan signifikan 0,000 < 0,025. Maka **H₁ diterima**, berarti terdapat pengaruh positif antara daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung di Objek Wisata Pantai Air Manis Padang. semakin baik daya tarik di objek wisata pantai air manis maka semakin baik pula keputusan wisatawan untuk melakukan kunjungan di objek wisata pantai air manis. Berdasarkan Undang-undang Indonesia nomor 10 tahun 2009 “daya tarik wisata dijelaskan sebagai segala sesuatu yang memiliki keunikan, kemudahan dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan wisatawan.

Saputra, (2017) mengemukakan daya tarik berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung di objek wisata pantai air manis kota padang. Daya Tarik wisatawan terhadap tempat objek wisata memberikan keputusan untuk tetap berkunjung kesana. (Kabu, 2019) mengemukakan daya tarik berpengaruh terhadap keputusan pengunjung ke desa boti. Hal ini menyatakan bahwa daya tarik wisata budaya di desa boti sangat baik dan menjadi daya tarik utama wisatawan untuk berkunjung kesana.

Syahrul, (2014) menjelaskan daya tarik berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung ke aloita resort. Hal ini menunjukkan bahwa untuk datang ke aloita resort, wisatawan asing tertarik terhadap daya tarik yang ada yaitu seperti, panorama alam yang indah, keindahan bawah lautnya, pantai dan kebudayaan tradisional yang disajikan.

Pengaruh fasilitas terhadap keputusan berkunjung

Untuk variabel fasilitas terdapat nilai T hitung sebesar $= 10,720 > 1,9852$ t tabel sebesar, dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,025$. Maka **H₃ diterima**, berarti terdapat pengaruh positif antara fasilitas terhadap keputusan berkunjung di Objek Wisata Pantai Air Manis Padang. Hal ini berarti fasilitas yang digunakan di panyai air manis dapat meningkatkan keputusan menggunakan. Hal ini sesuai dengan kenyataan lapangan yang menunjukkan bahwa keputusan seseorang dipengaruhi oleh fasilitas yang ada. Konsumen tertarik dengan fasilitas yang sudah ada maupun fasilitas yang baru, sehingga keputusan menggunakan jasa akan semakin meningkat

(Lempoy et al., 2015), (Syahrul & Saputra, 2018), (Sirait & Puddin, 2018) menjelaskan fasilitas berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Hal ini berarti fasilitas yang tersedia memadai dan sudah lengkap menurut wisatawan yang berkunjung, seperti penginapan yang bersih dan nyaman, penyajian makanan laut yang segar, peralat-peralatan selam yang modern dan ditambah dengan adanya hiburan dan entertainment serta dengan paket wisata yang komplit dan sesuai yang diinginkan.

Pengaruh Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung

Untuk variabel aksesibilitas terdapat nilai t hitung sebesar $= 5.603 > 1,9852$ t tabel sebesar, dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,025$. Maka **H₂ diterima**, berarti terdapat pengaruh positif antara aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung di Objek Wisata Pantai Air Manis Padang. Hal ini menunjukkan lokasi yang strategis, kemudahan akses informasi dan komunikasi, keamanan yang terjamin dan transportasi yang lancar merupakan faktor yang penting untuk meningkatkan jumlah wisatawan asing.

Syahrul, (2014) mengemukakan aksesibilitas berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung wisatawan. (Marpaung & Sahla 2017) mengemukakan aksesibilitas berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Hal ini

berarti apabila akses berkunjung ke tempat wisata tersebut mudah maka jumlah wisatawan akan meningkat. (Kabu, 2019) mengemukakan aksesibilitas berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Apabila wisatawan merasa mudah untuk berkunjung kesana, maka akses ke tempat wisata tersebut dikatakan baik karena pengunjung lebih mudah untuk berkunjung kesana.

Simpulan dan Saran

Berdasarkan hasil dapat disimpulkan bahwa 1) Daya Tarik Wisata berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung di Objek Wisata Pantai Air Manis Padang, 2) Fasilitas berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung di Objek Wisata Pantai Air Manis Padang, 3) aksesibilitas berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung di Objek Wisata Pantai Air Manis Padang

Berdasarkan data yang telah penulis olah, untuk memperoleh keputusan konsumen dalam berkunjung pada objek wisata Pantai Air Manis Padang. Untuk menghasilkan keputusan, perlunya perubahan-perubahan yang harus dilakukan terutama sekali dari ketiga factor yang telah penulis angkat yakni Daya tarik, Fasilitas dan aksesibilitas. Ketiga sector tersebut harus dikembangkan lebih lanjut mengingat destinasi wisata kota Padang yakni pantai air manis nantinya diharapkan mampu meningkatkan pendapatan daerah khususnya dari sektor pariwisata, dan perlu perhatian lebih lanjut lagi dari Pemda setempat.

Daftar Pustaka

- Kabu, M. (2019). Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Aksesibilitas Tingkat Kunjungan Wisata Ke Desa Boti Kabupaten Timor Tengah Selatan. *Jurnal Tourism*, 2(1), 24–31.
- Kiswanto, anjar hari. (2011). *Pengaruh Harga, Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung wisata Dampo Awang Beach Rembang. Jurnal Nasional Pariwisata*.
- Lapian, stephany Q. ., Mandey, S., & Loindong, S. (2015). Pengaruh Advertising Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan

- Wisatawan Mengunjungi Obyek Wisata Pantai Firdaus Di Kabupaten Minahasa Utara. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(3), 1079–1088.
- Lempoy, N. C., Mandey, silvya L., & Loindong, S. S. (2015). Pengaruh Harga, Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Taman Wisata Toar Lumimuut (Taman Eman) Sonder. *Emba*, 3(1), 1072–1083. <http://doi.org/10.1007/s00101-004-0690-4> [doi]
- Marpaung, H., & Sahla, H. (2017). Pengaruh Daya Tarik Dan Aksesibilitas Terhadap Minat Berkunjun Wisata Ke Air Terjun Ponot Di Desa Tangga Kecamatan Aek Songsongan Kabupaten Asahan. *Ilmu Manajemen*, 1151–1160.
- Priyatno, D. (2014). *Pengolahan Data Terpraktis*.
- Saputra, N. (2017). Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Di Objek Wisata Pantai Air Manis Padang, (September).
- Sekaran, U. (2003). *Research Methods For Business A Skill Building Approach* (Fourth Edi). Malloy Lithographing Inc And Von Hoffman Press Inc.
- Setiyorini, A., Farida, U., & Kristiyana, N. (2018). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial, Word of Mouth, Dan Daya Tarik Wista Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Obyek Wisata Gunung Beruk Karangpatihan Balong. *ISOQUANT : Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(2), 12. <http://doi.org/10.24269/iso.v2i2.185>
- Sirait, H., & Puddin, K. (2018). Pengaruh Harga Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisata Di Objek Wisata Bukit Gibeon Kecamatan Ajibata Kabupaten Toba SAMOSIR. *Jurnal Plans*, 12(2), 30–37.
- Sugiyono, P. D. (2017). *Kuantitati, kualitatif dan R&D*.
- Syahrul, A. R. (2014). Pengaruh Daya Tarik, Fasilitas Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Wisatawan Asing Berkunjung Kembali Ke Aloita Resort Di Kab. Kep. Mentawai. *Jurnal Pelangi*, 7(1), 71–82. <http://doi.org/10.22202/jp.v7i1.193>
- Syahrul, alfatory rheza, & Saputra, syailendra eka. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran, Psikologis Pengunjung, Pelayanan, Fasilitas, Keamanan, Sosial Dan Nilai Budaya Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Pantai Di Kota Padang, 6(2).
- Yolanda, F. (2017). Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Objek Wisata Alahan Panjang Resort Danau Diatas Kabupaten Solok, (September).