

Table Of Content

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

ISSN (ONLINE) 2598 9928



INDONESIAN JOURNAL OF LAW AND ECONOMIC

**PUBLISHED BY
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SIDOARJO**

Originality Statement

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

Conflict of Interest Statement

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

Copyright Statement

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

EDITORIAL TEAM

Editor in Chief

Dr. Wisnu Panggah Setiyono, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia ([Scopus](#)) ([Sinta](#))

Managing Editor

Rifqi Ridlo Phahlevy , Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia ([Scopus](#)) ([ORCID](#))

Editors

Noor Fatimah Mediawati, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia ([Sinta](#))

Faizal Kurniawan, Universitas Airlangga, Indonesia ([Scopus](#))

M. Zulfa Aulia, Universitas Jambi, Indonesia ([Sinta](#))

Sri Budi Purwaningsih, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia ([Sinta](#))

Emy Rosnawati, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia ([Sinta](#))

Totok Wahyu Abadi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia ([Scopus](#))

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

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

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

Article information

Check this article update (crossmark)



Check this article impact (*)



Save this article to Mendeley



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

The Influence of Price, Attractiveness, Accessibility on Decisions to Visit PPLH Seloliman Trawas Mojokerto Tourism

Pengaruh Harga, Daya Tarik, Aksesibilitas terhadap Keputusan Berkunjung di Wisata PPLH Seloliman Trawas Mojokerto

Febriana Ayu Widiati, febrianaayu26@gmail.com, (0)

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Mas Oetarjo, Masoetarjo@umsida.ac.id, (1)

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

⁽¹⁾ Corresponding author

Abstract

This study aims to determine the effect of price, attractiveness, and accessibility on the decision to visit PPLH Seloliman Trawas Mojokerto tourism. This research is a descriptive study using quantitative methods. The data collection technique is by distributing questionnaires to 100 respondents who are tourists who visit PPLH Seloliman Trawas Mojokerto tourism. The analytical technique used in this study is multiple linear regression using SPSS (Statistical Program for Social Science) version 25 for windows. influence the decision to visit PPLH Seloliman Trawas Mojokerto wisata tourism

Published date: 2022-05-31 00:00:00

Pendahuluan

Pengembangan di sektor pariwisata memiliki salah satu tujuan yaitu diantaranya meningkatkan pertumbuhan ekonomi, kesejahteraan masyarakat, menghampus kemiskinan serta mengatasi masalah pengangguran. Pembangunan pariwisata yang bermuara kepada tujuan tersebut pada dasarnya tidak akan lepas oleh peran serta masyarakat dan pemerintah daerah sebagai regulatornya. Begitupula yang terjadi pada sektor pariwisata di negara Indonesia, dewasa ini sektor wisata telah memberikan dampak positif dalam meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar. Seiring dengan perkembangan zaman dalam pembentukan serta pengembangan pariwisata perlu mengetahui perilaku pengunjung. Keputusan berkunjung ke suatu objek wisata pada dasarnya erat kaitannya dengan perilaku konsumen. Adanya kecenderungan pengaruh harga, daya tarik dan aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung yang dilakukan oleh pengunjung tersebut dapat mengisyaratkan bahwa dinas pariwisata perlu mempertimbangkan aspek perilaku dari konsumen terutama dalam proses pengambilan keputusan. Harga merupakan jumlah uang yang dibebankan atas produk/jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat karena menggunakan produk/jasa tersebut. Saat ini yang harus dilakukan adalah harga yang ditawarkan harus sesuai dengan kualitas suatu produk/jasa, dengan tujuan wisatawan dapat menerima suatu produk/jasa tersebut. Mengatakan bahwa harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa, wisatawan akan cenderung selektif terhadap pilihan objek wisata yang dituju, hal yang tidak luput diperhatikan pertama kali oleh pengunjung adalah berapa harga masuk ke objek wisata.

Faktor kedua yang dapat mempengaruhi keputusan berkunjung yaitu Daya tarik. Daya tarik wisata adalah suatu bentukan dari aktifitas dan fasilitas yang saling berhubungan, yang dapat menarik minat wisatawan atau pengunjung untuk datang ke suatu daerah atau tempat tertentu. Mengatakan bahwa faktor-faktor yang menjadi penentu dalam suatu keberhasilan dalam pengembangan daerah tujuan wisata yang meliputi 3 faktor diantaranya yaitu pertama faktor yang memberikan suatu kenyamanan (*convenience*) bagi wisatawan seperti tersedianya akomodasi, restoran, serta fasilitas pengunjung wisata lainnya yang nantinya dibutuhkan untuk memudahkan pengunjung menikmati kunjungannya di daerah wisata yang dimaksud, kedua yaitu tersedianya daya tarik, baik daya tarik alam termasuk pantainya, pegunungannya maupun daya tarik dari buatan manusianya dan termasuk objek-objek atau daya tarik wisata yang bersangkutan dan yang ketiga yaitu kemudahan untuk mencapai, atau aksesibilitas menuju wisatanya.

Faktor ketiga yang berpengaruh terhadap keputusan berkunjung yaitu aksesibilitas, mengatakan aksesibilitas adalah kemudahan untuk mencapai satu tempat ke tempat lain dari satu wilayah. dalam kegiatan pariwisata hanya mungkin berkembang dengan teknologi modern khususnya di bidang transportasi dan komunikasi. Transportasi ini sangat penting membantu para wisatawan. Semakin baik aksesibilitas suatu destinasi wisata maka akan semakin tinggi keputusan berkunjung ke objek wisata karena suatu objek yang mudah dicapai oleh sarana transportasi jenis apapun akan mempengaruhi jumlah wisatawan berkunjung.

Berdasarkan dengan latar belakang yang diuraikan penulis maka penulis mengajukan judul penelitian yaitu "Pengaruh Harga, Daya Tarik, Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Di Wisata PPLH Seloliman Trawas Mojokerto".

Metode Penelitian

A. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini bertempat di wisata PPLH Seloliman Trawas Mojokerto. Penelitian ini ditujukan untuk seluruh wisatawan yang berkunjung di wisata PPLH Seloliman Trawas Mojokerto.

B. Definisi Operasional dan Identifikasi Variabel

1. Definisi Operasional

a. Harga

Harga adalah berbagai manfaat yang dimiliki oleh suatu produk jasa yang dibandingkan dengan berbagai biaya yang ditimbulkan dalam mengkonsumsi jasa tersebut. Tak hanya itu harga merupakan salah satu sebab konsumen memilih dan memutuskan untuk melakukan pembelian pada suatu produk/jasa yang disebabkan dalam suatu hal.

b. Daya Tarik

Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang mempunyai daya tarik, keunikan dan nilai yang tinggi, yang menjadi tujuan wisatawan datang ke suatu daerah tertentu.

c. Aksesibilitas

Aksesibilitas merupakan salah satu penunjang dalam pembangunan pariwisata. Semakin mudahnya akses menuju daerah tujuan wisata, maka akan memberikan rasa aman dan nyaman kepada wisatawan dalam perjalanannya.

d. Keputusan Berkunjung

Keputusan berkunjung adalah perilaku pembelian seseorang dalam menentukan suatu pilihan tempat wisata untuk mencapai kepuasan sesuai kebutuhan serta keinginan konsumen yang meliputi pengenalan, masalah, pencarian informasi, evaluasi terhadap alternative, keputusan dalam pembelian, pembelian dan terakhir yaitu perilaku setelah melakukan pembelian. Pengambilan keputusan berkunjung wisatawan erat kaitannya dengan sesuatu hal yang menentukan bagi wisatawan dalam memutuskan dan dalam kegiatan berliburnya. Maka dari itu hal ini sangat menentukan bagaimana wisatawan dapat memilih tempat liburannya, memilih alat transportasi menuju daya tarik wisata.

2. Identifikasi dan Indikator Variabel

Variabel bebas pada penelitian ini adalah harga, daya tarik, aksesibilitas. Sedangkan variabel terikat pada penelitian ini yakni keputusan berkunjung.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi: Populasi pada penelitian ini yakni wisatawan yang berkunjung di wisata PPLH Seloliman Trawas Mojokerto yang berjumlah 100 orang.
2. Sampel: Teknik dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik *nonprobability sampling*. *Non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang yang sama bagi unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Dengan pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling*.

D. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Yaitu metode yang berlandaskan pada filsafat positif yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu .

2. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer pada penelitian digunakan atau didapatkan melalui kuesioner yang diberikan kepada responden mengenai harga, daya tarik, aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung di wisata PPLH Seloliman Trawas Mojokerto.

b. Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari informasi humas wisata PPLH Seloliman Trawas Mojokerto.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini data yang diperoleh melalui kuesioner dilakukan secara offline dengan berkunjung di wisatanya dan diukur dengan menggunakan skala *likert*. Penggunaan skala *likert* yakni untuk mengukur pendapat, persepsi, serta sikap dari seseorang mengenai gejala sosial ataupun kondisi yang terjadi, dengan skala *likert* instrumen dari variabel yang diukur dapat menggunakan indikator sebagai tolak ukur. Kuesioner dengan skala *likert* menggunakan skala 1 sampai 5 dalam menjawab pertanyaan yang diberikan.

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian kuantitatif sudah jelas yaitu diarahkan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam proposal. Karena datanya kuantitatif, maka teknik analisis data menggunakan metode statistik yang sudah tersedia. Pada penelitian ini menggunakan Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Pada hal ini pengujian data dapat diukur melalui aplikasi *software SPSS Statistic* versi 25

G. Kerangka Konseptual

Supplementary File

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

H. Hipotesis

Berdasarkan kerangka berfikir dan deskripsi teoritis yang sudah dijelaskan diatas, maka hipotesis penelitian dapat ditarik sebagai berikut :

H₁: Harga berpengaruh terhadap keputusan berkunjung di wisata PPLH Seloliman Trawas Mojokerto.

H₂: Daya Tarik berpengaruh terhadap keputusan berkunjung di wisata PPLH Seloliman Trawas Mojokerto.

H₃: Aksesibilitas berpengaruh terhadap keputusan berkunjung di wisata PPLH Seloliman Trawas Mojokerto.

Hasil dan Pembahasan

A. Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas

Supplementary File

Gambar 3.1 Uji Validitas

Sumber : Output SPSS 25 Pengujian uji validitas

Berdasarkan data pada tabel diatas dapat diketahui bahwa semua pertanyaan pada indicator variabel Harga (X1), Daya Tarik (X2), Aksesibilitas (X3), dan Keputusan Berkunjung (Y) menghasilkan nilai $r_{hitung} > 0,30$. Dengan demikian pernyataan kuesioner yang mengukur variabel penelitian dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti.

2. Uji Reliabilitas

Dalam penelitian ini untuk mengukur reliabilitas yaitu dengan menggunakan nilai *Cronbach's Alpha*. Dimana jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6 maka kuesioner akan dinyatakan reliabel. Berikut tabel hasil pengujian reliabilitas pada variabel penelitian :

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Kritis	Hasil
Harga (X1)	0,681	0,6	Reliabel
Daya Tarik (X2)	0,793	0,6	Reliabel
Aksesibilitas (X3)	0,849	0,6	Reliabel
Keputusan Berkunjung(Y)	0,777	0,6	Reliabel

Table 1. Uji Reliabilitas Output SPSS 25 Pengujian Reliabilitas

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai Cronbach's Alphas dari variabel Celebrity Endorser sebesar 0,681, Brand Image sebesar 0,793, Kualitas Produk sebesar 0,849 dan Keputusan Pembelian sebesar 0,777. Maka pada kuesioner penelitian ini memiliki nilai Cronbach's Alpha > 0,6. Sehingga kuesioner yang mengukur variabel penelitian ini dapat dikatakan reliabel.

B. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik pada penelitian ini ada 5 pengujian yaitu mulai dari pengujian normalitas, linearitas, autokolerasi, multikolinieritas dan heterokedastisitas. Berikut ini adalah hasil pengujian asumsi klasik yaitu :

1. Uji Normalitas

Penelitian ini menggunakan uji normalitas secara statistic dengan memilih ketentuan angka signifikansi pada pengujian *Kolmogorov Smirnov* dengan hasil sebagai berikut :

Supplementary File

Gambar 3.2 Uji Normalitas

Sumber : Output SPSS 25

Berdasarkan tabel diatas bahwa dari hasil pengujian telah diperoleh dengan nilai *asyp.sig* dari uji *Kolmogorov Smirnov* sebesar 0,072 ($0,072 > 0,05$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa data tabel pengujian

Kolomogrov Smirnov diatas berdistribusi normal.

2. Uji Linearitas

No	Item	F	Sig. Deviation from Linearity	Keterangan
1	Variabel Hargadengan Keputusan Berkunjung	2,621	0,089	Linear
2	Variabel Daya Tarik dengan Keputusan Berkunjung	0,577	0,747	Linear
3	Variabel Aksesibilitas dengan Keputusan Berkunjung	4,377	0,091	Linear

Table 2. Uji Linearitas Output Data SPSS 25

Berdasarkan tabel diatas dijelaskan bahwa f_{hitung} variabel harga memiliki nilai 2,621 dengan tingkat signifikan $0,089 > 0,05$ maka model pada regresi memiliki hubungan yang linier antara variabel harga (X1) terhadap variabel keputusan berkunjung (Y). f_{hitung} variabel daya tarik 0,577 dengan tingkat signifikan $0,747 > 0,05$ maka model pada regresi memiliki hubungan yang linier antara variabel daya tarik (X2) terhadap keputusan berkunjung (Y). f_{hitung} variabel aksesibilitas 4,377 dengan tingkat signifikan $0,091 > 0,05$ maka model pada regresi memiliki hubungan yang linier antara variabel aksesibilitas (X3) terhadap keputusan berkunjung (Y). Maka dapat disimpulkan bahwa variabel yang digunakan pada penelitian ini memiliki hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Supplementary File

Gambar 3.3 Hasil Uji Autokolerasi

Sumber : Output Data SPSS 25

Berdasarkan tabel diatas hasil uji autokolerasi dapat dinyatakan bahwa hasil data analisis yang telah diperoleh dengan nilai pada *Durbin Watson* yaitu memiliki nilai 1,894. Maka dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini tidak terjadi autokolerasi.

4. Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistic	
	Tolerance	VIF
Harga (X1)	0,997	1,003
Daya Tarik (X2)	0,955	1,047
Aksesibilitas (X3)	0,955	1,047

Table 3. Hasil Uji Multikolinearitas Output Data SPSS 25

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa pada nilai *variance inflation factor (VIF)* variabel harga memiliki nilai $1,003 < 10$, untuk variabel daya tarik memiliki nilai $1,047 < 10$, dan untuk variabel kualitas produk memiliki nilai $1,047 < 10$. Maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel bebas memiliki nilai yang lebih kecil dari angka 10. Begitupun juga pada nilai *tolerance* yang dihasilkan pada pengujian, semua variabel memiliki nilai lebih besar dari 0,10.

5. Uji Heterokedastisitas

Supplementary File

Gambar 3.4 Hasil Uji Heterokedastisitas

Sumber : Ouput Data SPSS 25

Berdasarkan data diatas diketahui bahwa plot residual menyebar tidak beraturan (acak) dan tidak memiliki pola tertentu. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas.

C. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui pengaruh harga (X_1), daya tarik (X_2), dan aksesibilitas (X_3), terhadap keputusan berkunjung (Y) secara parsial. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Package for the Sosial Science*) versi 25, maka diperoleh hasil sebagai berikut :

Gambar 3.5 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Sumber : Output Data SPSS 25

Metode analisis yang digunakan untuk menjawab hipotesis yang telah diajukan adalah dengan analisis regresi linier berganda dengan persamaan sebagai berikut : Berdasarkan ketentuan persamaan regresi linier berganda yaitu dengan rumus sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

$$Y = 0,328 + 0,693 X_1 + 0,113 X_2 + 0,242 X_3$$

Berdasarkan persamaan diatas dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

a. Constant

Besar nilai konstanta (a) adalah 0,328 menunjukkan bahwa jika variabel independent yang terdiri dari harga (X_1), daya tarik (X_2), dan aksesibilitas (X_3) = 0 atau konstan. Maka variabel keputusan berkunjung (Y) adalah sebesar 0,328.

b. Harga

Koefisien bernilai positif yaitu 0,639 antara variabel harga (X_1) dengan keputusan berkunjung (Y). Maka dapat diartikan bahwa variabel tersebut memiliki hubungan yang positif. Sehingga dapat disimpulkan bahwa jika variabel harga bertambah 1% maka variabel keputusan berkunjung bertambah sebesar 63,9%.

c. Daya Tarik

Koefisien bernilai positif yaitu 0,113 antara variabel daya tarik (X_2) dengan keputusan berkunjung (Y). Maka dapat diartikan bahwa variabel tersebut memiliki hubungan yang positif. Sehingga dapat disimpulkan bahwa jika variabel daya tarik bertambah 1% maka variabel keputusan berkunjung bertambah sebesar 11,3%.

d. Aksesibilitas

Koefisien bernilai positif yaitu 0,242 antara variabel aksesibilitas (X_3) dengan keputusan berkunjung (Y). Maka dapat diartikan bahwa variabel tersebut memiliki hubungan yang positif. Sehingga dapat disimpulkan bahwa jika variabel aksesibilitas bertambah 1% maka variabel keputusan pembelian bertambah sebesar 24,2%.

D. Pengujian Hipotesis

1. Uji Parsial (uji t)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui tingkat signifikan pengaruh-pengaruh variabel bebas secara sendiri-sendiri atau parsial terhadap variabel terikat. Hasil uji parsial dapat disajikan sebagai berikut :

Supplementary File

Gambar 3.6 Hasil Uji t

Sumber : Output Data SPSS 25

Dengan menggunakan tingkat kepercayaan sebesar 5% ($\alpha = 0,05$) dengan *degree of freedom* sebesar $k=4$ dan $df=2$ $n-k$ ($100-4=96$) sehingga diperoleh t-tabel sebesar 1,66088 maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

a. Celebrity endorser

Nilai t_{hitung} sebesar 1,774 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,66088. Maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1,774 > 1,66088$) yang artinya ada alasan kuat pada H_1 diterima H_0 ditolak. Sehingga, dengan nilai signifikan ($0,000 < 0,05$) dapat diartikan bahwa variabel independen yaitu harga (X_1) secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu keputusan berkunjung (Y).

b. Brand image

Nilai t_{hitung} sebesar 2,666 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,66088. Maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,666 > 1,66088$) yang artinya ada

alasan kuat pada H_1 diterima H_0 ditolak. Sehingga, dengan nilai signifikan $(0,009) < (0,05)$ dapat diartikan bahwa variabel independen yaitu daya tarik (X_2) secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu keputusan berkunjung (Y).

c. Kualitas produk

Nilai t_{hitung} sebesar 7,157 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,66088. Maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($7,157 > 1,66088$) yang artinya ada alasan kuat pada H_1 diterima H_0 ditolak. Sehingga, dengan nilai signifikan $(0,000) < (0,05)$ dapat diartikan bahwa variabel independen aksesibilitas (X_3) secara parsial berpengaruh dengan variabel dependen yaitu keputusan berkunjung (Y).

2. Koefisien Kolerasi Berganda (R)

Supplementary File

Gambar 3.7 Hasil Uji R

Sumber : Output Data SPSS 25

Berdasarkan hasil tabel di atas, menunjukkan bahwa nilai tabel R diperoleh nilai sebesar 0,877 atau jumlahnya mendekati 1. Maka pada nilai tabel R tersebut dikatakan bernilai positif karena terdapat hubungan yang sangat kuat antara variabel bebas harga, daya Tarik, dan aksesibilitas terhadap variabel terikat keputusan berkunjung wisata PPLH Seloliman Trawas.

3. Koefisien Determinasi Berganda (R^2)

Supplementary File

Gambar 3.7 Hasil Uji (R^2)

Sumber : Output Data SPSS 25

Berdasarkan hasil pengujian tabel diatas, menunjukkan pada tabel nilai $R Square$ sebesar 0,769, yang artinya menunjukkan bahwa persentase pengaruh yang diberikan oleh variabel harga (X_1), daya tarik (X_2), dan aksesibilitas (X_3) terhadap keputusan berkunjung (Y) memiliki nilai sebesar 76,9%, sedangkan sisanya sebesar 23,1% disebabkan oleh variabel-variabel lain diluar model yang juga memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung.

E. Pembahasan

Berdasarkan hasil yang telah dilakukan oleh peneliti maka hasil yang diperoleh melalui program aplikasi SPSS *Statistic* versi 25. Bahwa variabel harga, daya tarik, aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung di wisata PPLH Seloliman Trawas Mojokerto, sebagai berikut :

1. Hipotesis pertama : Harga berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung di Wisata PPLH Seloliman Trawas Mojokerto

Berdasarkan hasil analisis data membuktikan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan berkunjung di Wisata PPLH Selolilaman Trawas Mojokerto. Hal ini menunjukkan bahwa harga paket yang ditawarkan oleh wisata PPLH Seloliman Trawas Mojokerto sesuai dengan fasilitas yang tersedia, harganya juga dapat dijangkau oleh wisatawan, dan juga harga pada wisata PPLH Seloliman dianggap bersaing, tidak terlampaui rendah maupun tinggi sehingga hal yang wajar. Terbukti harga yang ada pada wisata PPLH Seloliman dapat dijangkau oleh para wisatawan sehingga mempengaruhi keputusan berkunjung.

Harga dapat membantu para pembeli untuk memutuskan cara mengalokasikan kekuatan membelinya pada berbagai jenis barang dan jasa. Dari sudut pandang konsumen, harga seringkali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasa atas suatu kunjungan.

Hasil pada penelitian ini relevan dengan hasil penelitian dan yang membuktikan bahwa variabel harga berpengaruh terhadap keputusan berkunjung.

2. Hipotesis kedua Daya tarik berpengaruh terhadap keputusan berkunjung di Wisata PPLH Seloliman Trawas Mojokerto

Berdasarkan hasil analisis data membuktikan bahwa daya tarik berpengaruh terhadap keputusan berkunjung di Wisata PPLH Selolilaman Trawas Mojokerto. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan tertarik dengan wisata PPLH karena memiliki beragam wisata, pemandangan alam dan berbagai macam jenis tanaman yang membuat pengunjung berkesan, serta wisata PPLH ini juga mengembangkan tanaman herbal. Terbukti bahwa wisata PPLH Seloliman memiliki ciri khusus daya tarik para wisatawan sehingga mempengaruhi keputusan berkunjung.

Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memicu seseorang atau sekelompok orang mengunjungi suatu tempat karena sesuatu itu memiliki makna tertentu, misalnya lingkungan alam, peninggalan atau tempat sejarah, dan pariwisata tertentu.

Hasil pada penelitian ini relevan dengan hasil penelitian dan yang membuktikan bahwa variabel Daya Tarik berpengaruh terhadap keputusan berkunjung.

3. Hipotesis ketiga : Aksesibilitas berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung di Wisata PPLH Seloliman Trawas Mojokerto

Berdasarkan hasil analisis data membuktikan bahwa aksesibilitas berpengaruh terhadap keputusan berkunjung di Wisata PPLH Seloliman Trawas Mojokerto. Hal ini menunjukkan bahwa infrastruktur dan akses jalan menuju wisata PPLH sangat mendukung bagi wisatawan serta memiliki rute yang cepat untuk menuju wisata PPLH sehingga wisatawan mudah untuk mengunjungi wisata PPLH Seloliman. Terbukti aksesibilitas yang ada pada wisata PPLH Seloliman dapat dikunjungi dengan mudah oleh para wisatawan sehingga mempengaruhi keputusan berkunjung.

Accesibilities of the taourist destination yang memiliki arti aksesibilitas dari tujuan wisata yaitu objek wisata yang baik adalah yang dapat memberikan kemudahan kepada wisatawannya untuk datang berkunjung pada suatu daerah tujuan wisata.

Hasil pada penelitian ini relevan dengan hasil penelitian yang membuktikan bahwa Aksesibilitas berpengaruh terhadap keputusan berkunjung.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil dari pengujian membuktikan bahwa variabel harga berpengaruh terhadap keputusan berkunjung. Hal ini memiliki arti bahwa semakin murah ataupun terjangkau harga dapat memberikan peningkatan pada keputusan berkunjung wisatawan. Hasil pada penelitian ini relevan dengan hasil penelitian terdahulu yang membuktikan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung.
2. Berdasarkan hasil dari pengujian membuktikan bahwa daya Tarik berpengaruh terhadap keputusan berkunjung. Hal ini menunjukkan bahwa semakin unik dan khasnya sebuah objek wisata PPLH Seloliman maka dapat memberikan peningkatan pada keputusan berkunjung wisatawan. Hasil pada penelitian ini relevan dengan hasil penelitian terdahulu yang membuktikan bahwa variabel daya tarik berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung.
3. Berdasarkan hasil pengujian membuktikan bahwa aksesibilitas berpengaruh terhadap keputusan berkunjung. Hal ini memiliki arti bahwa semakin mudahnya sebuah objek wisata untuk dijangkau dapat memberikan peningkatan pada keputusan berkunjung wisatawan. Hasil pada penelitian ini relevan dengan hasil penelitian terdahulu yang membuktikan bahwa aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung.

References

1. P. & K. L. K. Kotler, Manajemen Pemasaran, Jilid 1. Edisi ke 13, Jakarta: Erlangga, 2016.
2. H. & S. H. Marpaung, "Pengaruh Daya Tarik, dan Aksesibilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Air Terjun Ponot Di Desa Tanggah Kecamatan Aek Songsongan Kabupaten Asahan," vol. 12 No 2, 2017.
3. H. a. Wall, Memasarkan Daerah Tujuan Wisata, Suatu Pendekatan Perencanaan Strategs, Jakarta: Deparsenibud, 2012.
4. Sugiyono, Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D, Bandung: pt alfabet, 2017.
5. I. Ghozali, aplikasi analisis multivariat dengan program IBM SPSS 25 (ke-9), Yogyakarta: Universitas diponegoro, 2018.
6. I. Ghozali, Partial Least Square, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program Smart Pls 3.0 Untuk Penelitian Empiris, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2014.
7. A. J. & S. Anggono, "Pengaruh Harga dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi pada Pengunjung Wisata Paralayang, Kota Batu)," vol. 61 No 3., 2018.
8. R. Suryani, "Pengaruh Harga Tiket, Fasilitas Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Taman Margasatwa Serulingmas Banjarnegara," vol. 16(1), no. 1689-1699, 2018.
9. G. H. H. M. Vilda, "Pengaruh Word of Mouth, Daya Tarik dan Harga Terhadap Keputusan Berkunjung Waterboom 88 Bululawang," 2020.
10. E. e. a. Primadewi, "Analisis Faktor Promosi, Aksesibilitas Dan Bukti Fisik Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan (Studi pada Destinasi Wisata Gunung Beruk Desa Karangpatihan Kecamatan Balong Kabupaten Ponorogo)," 2020.