
KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN DITINJAU DARI PERSPEKTIF HARGA TIKET, CITRA DESTINASI DAN FASILITAS WISATA DI HERITAGE PALACE KARTASURA

Muh. Sugeng Riyadi S¹, Heni Susilowati² ;

¹Alumni STIE Trianandra Kartasura - Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi - Studi Ekonomi Modern (STIE STEKOM), e-mail: muh.sugengriyadi.s@gmail.com

²Dosen STIE Trianandra Kartasura - Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi - Studi Ekonomi Modern (STIE STEKOM), e-mail: heny.solo@gmail.com

Jl. Diponegoro No. 69, Kartasura, Sukoharjo, Jawa Tengah, telp/fax : 0813 8777 5758

ARTICLE INFO

Article history:

Received 19 mei 2019

Received in revised form 23 juni 2019

Accepted 28 juni 2019

Available online July 2019

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of ticket prices, destination image, tourist facilities on the decision to visit The Heritage Palace Kartasura. The research sampling technique was purposive sampling of 100 respondents. The data instrument was assessed using a Likert scale that met the validity and reliability requirements. The analysis uses multiple linear regression to test the hypothesis with the t test and F test. The results showed that partially and simultaneously the entrance ticket price, destination image and tourist facilities had a positive and significant effect on the decision to visit The Heritage Palacae Kartasura with a significant value <0.05. The ticket price variable has a dominant influence over the destination image variable and tourist facilities.

Keywords : *Ticket Prices, Destination Image, Tourist Facilities, Decision To Visit.*

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga tiket masuk, citra destinasi, fasilitas wisata terhadap keputusan berkunjung di The Heritage Palace Kartasura. Teknik pengambilan sampel penelitian dengan *purposive sampling* dan diperoleh 100 responden. Instrumen data dinilai dengan skala likert yang telah memenuhi syarat validitas dan reliabilitas. Analisis menggunakan Regresi Linear Berganda untuk menguji hipotesis dengan uji t dan uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan harga tiket masuk, citra destinasi dan fasilitas wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung di The Heritage Palacae Kartasura dengan nilai signifikan < 0,05. Variabel harga tiket memiliki pengaruh dominan dibanding variabel citra destinasi dan fasilitas wisata.

Kata Kunci: Harga Tiket, Citra Destinasi, Fasilitas Wisata, Keputusan Berkunjung

1. Pendahuluan

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang diandalkan pemerintah untuk memperoleh devisa dari penghasilan non migas. Peranan pariwisata dalam pembangunan nasional, disamping sebagai sumber perolehan devisa juga banyak memberikan sumbangan terhadap bidang-bidang lainnya. Diantaranya menciptakan dan memperluas lapangan usaha, meningkatkan pendapatan masyarakat dan pemerintah, mendorong pelestarian lingkungan hidup dan budaya bangsa, memperkokoh persatuan dan kesatuan bangsa dan lain sebagainya (Utama, 2014). Sejak tahun 2014, industri pariwisata di Indonesia menunjukkan bisnis jasa semakin berkembang dan mulai diperhitungkan di mata dunia. Gregorius Bhisma Adinaya (2018) menyatakan perkembangan pariwisata Indonesia dengan jumlah wisatawan mancanegara mencapai 16 juta orang dan setiap tahunnya prosentase kedatangan wisatawan mancanegara naik 20%. Indonesia meraih Best of Show-Cultural Display dalam LATAS (LA Travel & Adventure Show), 2018. Dan CMT China The Holiday Exhibition memberikan predikat Best Showcase Exhibitor Award. Predikat yang diraih dalam ekshibisi ini menjadi salah satu alat untuk mengenalkan kekayaan Indonesia di mata internasional. Dalam tingkat dunia, penghargaan pertama kategori inovasi di UNWTO diberikan pada Triponyu.com yang membuat destinasi dengan keterlibatan tinggi atas peran masyarakat. Ini salah satu bukti bahwa kreasi anak bangsa dapat mengangkat pariwisata Indonesia dalam kancah dunia. Banyaknya penghargaan pariwisata yang telah diraih ini diharapkan bisa menjadi pendorong masyarakat dan pemerintah untuk bersama-sama mengembangkan sekaligus melindungi wisata yang telah dimiliki Indonesia. Baik dari aspek wisata alam, sektor terkait seperti akomodasi dan transportasi, pemberdayaan manusia, hingga kreasi masyarakat, dapat menjadi modal untuk menaikkan citra pariwisata Indonesia

The Heritage Palace Kartasura merupakan salah satu tempat wisata yang mengandung unsur budaya dan sejarah. Pihak pengelola memanfaatkan bangunan pabrik gula Gembongan yang sudah tidak dipakai dirubah menjadi destinasi wisata kekinian sebagai obyek wisata yang menarik pengunjung. Cole dan Scott dalam Ratna Acintya et al (2014) mendefinisikan niat berkunjung kembali sebagai keinginan untuk berkunjung ke destinasi yang sama untuk kedua kalinya dalam jangka waktu tertentu, dan biasanya pengunjung yang puas dengan obyek wisata yang dikunjungi, akan merekomendasikan kepada orang lain untuk berkunjung ke obyek wisata tersebut. Selain meningkatkan ekonomi masyarakat sekitar, adanya tempat wisata ini pengunjung akan puas dan berniat untuk berkunjung kembali. Dalam pemasaran jasa penetapan harga sangat berperan penting dalam keputusan berkunjung, mengingat produk yang ditawarkan oleh objek wisata relatif tidak berwujud dan harga yang dibebankan terhadap jasa yang ditawarkan menjadi indikasi kualitas jasa macam apa yang akan diterima oleh pengunjung. Harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atau dikenakan atas sebuah produk atau jasa (Tjiptono, 2014). Besar kecilnya harga mempengaruhi kualitas jasa yang akan dibeli oleh konsumen. Sehingga semakin mahal harga, semakin sedikit jumlah permintaan atas produk jasa yang bersangkutan dan

sebaliknya (hukum permintaan). Selain harga masuk, faktor lain yang menjadi pertimbangan bagi wisatawan dalam menentukan lokasi wisata yang dipilih adalah citra destinasi. Citra destinasi yang baik, akan mempengaruhi keputusan pengunjung untuk berwisata menikmati objek wisata yang ditawarkan. Menurut Gunn dan Mercer (Ratna Acintya et al, 2014), pembentukan citra sebelum terjadinya perjalanan adalah fase terpenting dalam proses pemilihan daerah tujuan wisata. Sedangkan citra yang dipersepsikan setelah terjadinya kunjungan wisata juga akan mempengaruhi kepuasan konsumen dan intensitas untuk melakukan kunjungan wisata. Citra destinasi cukup penting dalam mempengaruhi seseorang melakukan kunjungan. Tasci dan Kozak (2006 :304) citra destinasi adalah persepsi individu terhadap karakteristik destinasi yang dapat dipengaruhi oleh informasi promosi, media serta banyak faktor lainnya

Penilaian wisatawan dalam menentukan keinginan berkunjung kembali tergantung kemampuan pihak pengelola menyediakan fasilitas wisata yang sesuai dengan kebutuhan pengunjung untuk memberikan kemudahan dan memenuhi kebutuhan mereka selama berkunjung. Kotler (2009) menyatakan bahwa fasilitas merupakan segala sesuatu yang sengaja disediakan oleh penyedia jasa untuk dipakai serta dinikmati oleh konsumen yang bertujuan memberikan tingkat kepuasan maksimal. Ketika fasilitas wisata dapat memberikan kepuasan maksimal kepada para pengunjung, akan menjadi dasar yang baik untuk mereka melakukan kunjungan kembali pada masa yang akan datang dan kesediaan mereka untuk menceritakan hal-hal positif kepada orang lain dengan kata lain terciptanya loyalitas. Tjiptono (2014), menjelaskan bahwa fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum jasa ditawarkan kepada konsumen.

Pemilihan lokasi ini didasarkan pada keberadaan The Heritage Palace yang memang belum cukup lama, sehingga penulis tertarik untuk mengetahui sejauh mana ketepatan pemilihan strategi dan kebijakan pengelola dalam menghadapi persaingan usaha, mengingat banyaknya lokasi wisata sejenis di daerah sekitar lokasi The Heritage Palace.

2. Tinjauan Pustaka dan Pengembangan Hipotesis

2.1 Harga Tiket

Kotler dan Armstrong (2012), mendefinisikan harga adalah jumlah semua nilai konsumen yang ditukarkan dalam rangka mendapatkan manfaat dan memiliki atau menggunakan suatu barang ataupun jasa. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pendapatan bagi perusahaan. Penetapan harga pada sebuah produk dan jasa yang ditawarkan akan berdampak secara langsung terhadap kepuasan pelanggan, dimana jika konsumen merasa harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk atau jasa yang diterima maka akan terbentuk suatu tingkat kepuasan pada diri pelanggan. Menurut Kotler dan Armstrong (2012) ada empat indikator yang digunakan dalam mengukur harga, yaitu : keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga dan kesesuaian harga dengan manfaat. Perusahaan harus menyadari bahwa para konsumen menghendaki memperoleh harga yang pantas, dimana konsumen merasa bahwa pengorbanan yang mereka keluarkan berupa biaya harus sesuai dengan manfaat produk yang mereka dapatkan. Harga juga sebagai alat tukar dan dimana dengan adanya harga maka perusahaan atau produsen akan mendapatkan keuntungan melalui transaksi atau proses penukaran terhadap barang ataupun jasa, khususnya dalam hal ini produk pariwisata yang sesuai dengan kebutuhan ataupun keinginan para konsumen atau wisatawan. Huang et al., 2010, menyatakan ketika perang harga meningkat maka itu akan memberi kesempatan kepada banyak pelaku bisnis lain untuk masuk ke pasar dengan harga kompetitif. Penelitian Anjar Hari Kiswanto (2011), Pengaruh Harga, Lokasi dan Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Dampo Awang Beach Rembang menunjukkan hasil bahwa harga, lokasi dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan.

H1 : Harga tiket masuk berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung ke The Heritage Palace

2.2 Citra Destinasi

Destinasi wisata mencakup segala sesuatu yang ada di daerah, baik masyarakatnya, lanskap, industri lain dan hal lainnya yang dapat menjadi bagian dari pengalaman destinasi, kekhasan lokal yang dapat dinikmati wisatawan meskipun, bukan bagian dari ekonomi wisata secara khusus. Citra atau image sebuah destinasi merupakan persepsi yang terbentuk dari berbagai informasi yang diterima oleh wisatawan. Citra destinasi dibuat ketika orang mengunjungi suatu tujuan tertentu dan mengembangkan persepsi tempat secara keseluruhan, termasuk respon emosional dan pengetahuan tentang karakteristiknya (Fakeye & Crompton, 1991). Sedangkan Lopes (2011), menyatakan konsep citra destinasi sebagai ekspresi dari semua pengetahuan obyektif, prasangka, imajinasi dan pikiran emosional seorang individu atau kelompok tentang lokasi tertentu. Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel citra destinasi (Aulia Maghpiroh, 2017) yaitu : menarik, infrastruktur, bersejarah/budaya, lingkungan, kegiatan luar ruangan, wahana edukasi. Destinasi wisata dengan citra yang kuat dan terkonsolidasi memiliki jaminan dan kesejahteraan di pasar. Obyek wisata yang memiliki citra destinasi kuat menjadi salah satu aset utama dan merupakan faktor yang berpengaruh terhadap keputusan wisatawan dalam memilih destinasi wisata. Berbagai penelitian telah menunjukkan bahwa citra destinasi wisata berdampak signifikan terhadap niat mengunjungi kembali (Bigne, Sanchez, & Sanchez, 2001; Chen & Tsai, 2007; Cheng & Lu, 2013; Kim, Park, & Kim, 2016; Zhang, Xu, Leung, & Cai, 2016).

H2 : Citra Destinasi berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung ke The Heritage Palace

2.3 Fasilitas Wisata

Fasilitas merupakan penampilan, kemampuan sarana prasarana, dan keadaan lingkungan sekitarnya dalam menunjukkan eksistensinya kepada eksternal yang meliputi fasilitas fisik (gedung), perlengkapan dan peralatan. Menurut Tjiptono dalam Isti Faradisa (2016) fasilitas adalah penyediaan perlengkapan-perengkapan fisik untuk memberi kemudahan kepada konsumen melaksanakan aktivitas-aktivitas sehingga kebutuhan konsumen dapat terpenuhi. Kotler (2009) menyatakan bahwa fasilitas adalah segala sesuatu yang sengaja disediakan oleh penyedia jasa untuk dipakai serta dinikmati oleh konsumen yang bertujuan memberkan tingkat kepuasan maksimal. Fasilitas berupa perlengkapan secara fisik yang disediakan pengelola objek wisata untuk mendukung dan memudahkan kegiatan aktivitas wisatawan saat berada di suatu objek wisata sehingga kebutuhan pengunjung terpenuhi. Indikator untuk mengukur Fasilitas Wisata menurut Sumayang dalam Anjar Hari (2011) antara lain: kelengkapan, kebersihan, dan kerapian fasilitas yang ditawarkan, kondisi dan fungsi fasilitas yang akan ditawarkan. kemudahan letak fasilitas dan penggunaan fasilitas yang ditawarkan. Semakin banyak tingkat fasilitas yang tersedia, semakin tinggi tingkat kunjungan wisatawan. Helena Sirait (2017) dalam penelitiannya, Pengaruh Harga dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Bukit Gibeon Kecamatan Ajibata Kabupaten Toba Samosir menyimpulkan harga dan fasilitas memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan.

H3 : Fasilitas Wisata berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung ke The Heritage Palace

2.4 Keputusan Berkunjung

Keputusan berkunjung wisatawan merujuk pada konsep keputusan pembelian konsumen yang diadaptasi menjadi keputusan berkunjung wisatawan. Menurut Fandy Tjiptono (2014) keputusan pembelian adalah sebuah 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. Keputusan pembelian adalah tahap di mana pembeli telah menentukan pilihannya dan melakukan pembelian produk, serta mengkonsumsinya. Menurut Basu Swastha dan Hani Handoko (2012), 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 alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan tingkah laku setelah pembelian. Dalam penelitiannya Y. Galih Handawan (2015), menyimpulkan persepsi citra destinasi pariwisata waduk sermo berpengaruh positif terhadap minat wisatawan untuk berkunjung ulang. Indikator keputusan berkunjung dalam Anjar Hari (2011), yaitu : Informasi, promosi melalui iklan, persepsi destinasi, keyakinan, kesesuaian keinginan, kepuasan, merekomendasikan ke orang lain.

3. Metodologi Penelitian

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian penjelasan (explanatory research) yang menjelaskan suatu hubungan antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis. Tujuan yang hendak dicapai untuk mengetahui hubungan dan pengaruh yang terjadi antara variabel Harga Tiket, Citra Destinasi dan Fasilitas Wisata terhadap Keputusan Berkunjung ke The Heritage Palace. Hubungan dan pengaruh yang terjadi antar variabel yang diteliti dilakukan dengan mengumpulkan data melalui survey.

3.2 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

The Heritage Palace Kartasura berlokasi di Jl Permata Raya Dukuh Tegal Mulya Rt 02/ RW 08, Pabelan, Kartasura, Sukoharjo. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung yang datang berwisata ke The Heritage Palace Kartasura. Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel dengan menggunakan purposive sampling, yaitu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan karakter dan ciri-ciri yang ditentukan terlebih dahulu untuk membatasi sampel (Sugiyono (2011)). Kriteria sampel adalah wisatawan The Heritage Palace Kartasura yang membeli tiket masuk dewasa, berkunjung atas keinginan sendiri (bukan dari instansi atau organisasi) dan bukan penduduk sekitar lokasi wisata. Penentuan jumlah sampel dilakukan dengan menggunakan rumus menurut Wibisono dalam Aulia Maghfiroh (2017). Dari hasil perhitungan di dapatkan sampel sejumlah 96 dan peneliti membulatkan menjadi 100 untuk menyebarkan kuisioner kepada responden.

3.3 Teknik Analisis Data

Jenis kuisioner yang disebarkan kepada responden menggunakan skala likert, dimana responden menjawab pernyataan sesuai dengan penilaian responden. Jawaban pernyataan dengan memberi tanda centang (v) dengan nilai berjenjang dari sangat tidak setuju (sts) sampai sangat setuju (ss) dengan skor nilai dari 1-5 skor. Selanjutnya kuisioner di uji validitas, reliabilitas dan asumsi klasik. Sedangkan data diolah menggunakan analisis Regresi Linier Berganda dengan bantuan Software SPSS versi 25 untuk membuktikan hipotesis dan menentukan koefisien dererminasi. Adapun model persamaan regresi dalam penelitian ini dinyatakan sebagai berikut:

$$KB = \alpha + \beta_1HT + \beta_2CD + \beta_3FW + e$$

Keterangan:

α = Konstanta

| | |
|---------|-----------------------|
| β | = Koefisien Regresi |
| e | = Koefisien Residual |
| HT | = Harga |
| CD | = Citra Destinasi |
| FW | = Fasilitas |
| KB | = Kepuasan Berkunjung |

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

Dalam penelitian ini kuisioner yang disebarkan kepada responden terdiri 26 item butir pernyataan dan hasilnya menunjukkan bahwa semua item pernyataan berkorelasi dengan skor total pernyataan, sehingga tidak ada data yang harus dikeluarkan dari analisis. Hasil Uji Validitas semua item pernyataan dari variabel Harga Tiket, Citra Destinasi, Fasilitas Wisata, dan Keputusan Berkunjung mempunyai angka koefisien korelasi (r hitung) positif dan lebih besar dari angka r tabel pada taraf signifikan 5% sebesar 0,196 sehingga semua butir pernyataan dinyatakan valid dan layak masuk pada analisis selanjutnya. Sedangkan Uji Reliabilitas hasil perhitungan menunjukkan nilai pada masing-masing variabel memiliki nilai di atas Nunnally sebesar 0,6, (Cronbach's Alpha 0,777 > 0,6) yang berarti bahwa instrument penelitian memiliki reliabilitas yang baik.

4.2 Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik adalah jika sig.(2-tailed) lebih besar dari level of significant 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa residual berdistribusi normal. Dari olah data Uji Normalitas hasil perhitungan Kolmogorov-Smirnov menunjukkan bahwa nilai signifikansi asymp sig (2-tailed) sebesar 0,081 > 0,05, yang berarti bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Tabel 4.2.1 Hasil Uji Normalitas

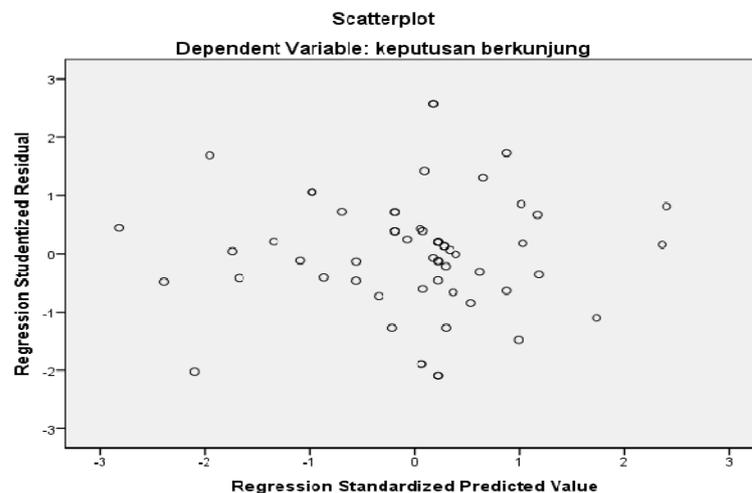
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|
| N | | 100 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | .0000000 |
| | Std. Deviation | 2.45186317 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .095 |
| | Positive | .095 |
| | Negative | -.073 |
| Test Statistic | | 1.195 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .081 ^c |

Sumber: output olah data melalui SPSS release 25.0

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Hasil Uji Heteroskedastisitas dalam penelitian menggunakan grafik Scatterplot, dimana hasilnya menunjukkan titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu tersebar di atas dan bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y. Berarti dapat dikatan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas dengan grafik Scatterplot dapat dilihat dalam gambar beikut ini :

Gambar.4.2.1 Uji Heteroskedastisitas dengan Scatterplot



Sumber: Output olah data melalui SPSS release 25.0

Uji Multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Hasil perhitungan Uji Multikolonieritas menunjukkan nilai Tolerance (T) dari variabel harga tiket masuk, citra destinasi dan fasilitas wisata lebih besar dari 0,1. Sedangkan hasil perhitungan nilai Variance Inflation Factor (VIF) menunjukkan nilai jauh dibawah 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi pada penelitian ini.

Tabel.4.2.2 Hasil Uji Multikolinearitas

| Model | Tolerance | VIF | Keterangan | |
|--------------|------------------|------------|-------------------|---------|
| HT | 0,587 | 1,703 | Tidak | terjadi |
| | | | Multikolinearitas | |
| CD | 0,302 | 3,809 | Tidak | terjadi |
| | | | Multikolinearitas | |
| FW | 0,405 | 2,532 | Tidak | terjadi |
| | | | Multikolinearitas | |

Sumber: Output olah data melalui SPSS release 25.0

4.3 Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh pengaruh Harga, Citra Destinasi dan Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung ke The Heritage Kartasura. Hasil pengujian Regresi Linier Berganda dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel.4.3.1 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

| Model | Koefisien Regresi | t_{hitung} | t_{tabel} | Sig | Keterangan |
|--------------|--------------------------|---------------------------|--------------------------|------------|------------------------|
| Konstanta | 26,472 | 8,616 | 1,983 | 0,000 | |
| HT | 0,522 | 4,136 | 1,983 | 0,002 | Berpengaruh Signifikan |
| CD | 0,270 | 3,552 | 1,983 | 0,038 | Berpengaruh Signifikan |
| FW | 0,376 | 3,637 | 1,983 | 0,026 | Berpengaruh Signifikan |

Sumber: Output olah data melalui SPSS release 25.0

Dari Table.4.3.1 Hasil Regreis Linier Berganda, maka persamaan regresi dari penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$KB = 26,472 + 0,522 HT + 0,270 CD + 0,376 FW + e$$

Persamaan Regresi Linier Berganda di atas memiliki konstanta sebesar 26,472 dan bernilai positif. Nilai koefisien regresi untuk variabel Harga Tiket (HT) sebesar 0,522 yang menunjukkan bahwa setiap kenaikan tingkat harga tiket sebesar satu satuan, maka keputusan berkunjung wisatawan ke The Heritage akan mengalami kenaikan sebesar 0,522. Koefisien regresi Citra Destinasi sebesar 0,270 menunjukkan bahwa setiap peningkatan citra destinasi sebesar satu satuan, maka keputusan berkunjung wisatawan ke The Heritage akan mengalami peningkatan sebesar 0,270. Dan koefisien regresi Fasilitas Wisata (FW) sebesar 0,376 menunjukkan bahwa setiap peningkatan pada fasilitas wisata sebesar satu satuan, maka keputusan berkunjung ke The Heritage akan mengalami peningkatan sebesar 0,376.

4.3.1 Pengaruh Harga Tiket terhadap Keputusan Berkunjung ke The Heritage Kartasura

Hasil uji hipotesis tabel 4.2.1 melalui uji t, variabel harga tiket berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung ke The Heritage Kartasura. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai t hitung $(4,136) > (1,983)$ dan $\text{sig } 0,002 < 0,005$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa harga tiket akan mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan ke The Heritage Kartasura. Artinya apabila harga tiket terjangkau ditunjang dengan wahana yang lengkap dan menarik, pengunjung akan datang mengunjungi The Heritage Kartasura. Penelitian ini memperkuat penelitian yang dilakukan oleh Sirait, Helena (2017) yang berjudul Pengaruh Harga Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Bukit Gibeon Kecamatan Ajibata Kabupaten Toba Samosir. Hasilnya menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Bukit Gibeon. Kisanto, Anjar Hari. (2011) dalam penelitiannya Pengaruh Harga, Lokasi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Dampo Awang Beach Rembang juga menyimpulkan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan di obyek wisata Dampo Awang Beach Rembang.

4.3.2 Pengaruh Citra Destinasi terhadap Keputusan Berkunjung ke The Heritage Kartasura

Hasil uji hipotesis tabel 4.2.1 melalui uji t, variabel citra destinasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung ke The Heritage Kartasura. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai t hitung $(3,552) > (1,983)$ dan $\text{sig } 0,038 < 0,005$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa citra destinasi akan mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan ke The Heritage Kartasura. Artinya semakin baik citra destinasi The Heritage Palace Kartasura, akan meningkatkan keputusan berkunjung wisatawan dengan cara menyediakan koleksi museum dan wahana yang lengkap, lingkungan yang bersih dan asri serta fasilitas yang memadai. Penelitian ini memperkuat penelitian yang dilakukan oleh Satyarini, Ni Wayan Marsha et.all (2017) yang berjudul The Influence of Destination Image on Tourist Intention and Decision to Visit Tourist Destination (A Case Study of Pemuteran Village in Buleleng, Bali, Indonesia). Hasilnya menunjukkan bahwa citra destinasi berpengaruh positif terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan. Novarini, Ni Nyoman dan Nita Anggraini, Ni Putu (2017) dalam penelitiannya Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Dan Promosi Terhadap Tingkat Kepuasan Pengunjung Pada Hidden Canyon Beji Guwang juga menyimpulkan bahwa citra destinasi berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pengunjung Hidden Canyon Beji Guwang. Obyek wisata yang memiliki citra destinasi positif akan memuaskan pengunjungnya dan dapat mempengaruhi keputusan wisatawan berkunjung.

4.3.3 Pengaruh Fasilitas Wisata terhadap Keputusan Berkunjung ke The Heritage Kartasura

Hasil uji hipotesis tabel 4.2.1 melalui uji t, variabel fasilitas wisata berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung ke The Heritage Kartasura. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai t hitung $(3,637) > (1,983)$ dan $\text{sig } 0,026 < 0,005$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa fasilitas wisata akan mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan ke The Heritage Kartasura. Artinya semakin baik fasilitas wisata yang diberikan The Heritage Palace Kartasura, akan meningkatkan keputusan berkunjung wisatawan dengan cara menyediakan fasilitas tempat ibadah dan toilet yang mudah dijangkau, lingkungan yang bersih dan asri serta fasilitas yang masih berfungsi dengan baik. Hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Kisanto, Anjar Hari. (2011). "Pengaruh Harga, Lokasi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Dampo Awang Beach Rembang". Hasilnya menunjukkan bahwa Fasilitas berpengaruh positif terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan. Obyek wisata yang memiliki fasilitas yang lengkap dan memadai akan memuaskan pengunjungnya dan dapat mempengaruhi keputusan wisatawan berkunjung. Berbeda dengan Anggraini, Retno Putri, et.all (2019) dalam penelitiannya Pengaruh Fasilitas, Harga Tiket Dan Daya Tarik Terhadap Keputusan Berkunjung Di Obyek Wisata Telaga Ngebel, menyimpulkan bahwa

tidak ada pengaruh antara Fasilitas dan Daya Tarik terhadap Keputusan Berkunjung ke obyek wisata Telaga Ngebel.

4.3.4 Uji Simultan F Hitung

Uji statistik F digunakan untuk menguji apakah ada pengaruh secara bersama-sama atau simultan antara variabel independen dengan variabel dependen. Hasil perhitungan F hitung (12,138) > F tabel (2,70) dengan sig 0,002 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel harga tiket masuk, citra destinasi dan fasilitas wisata berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke The Heritage Palace Kartasura. Adapun hasil perhitungan uji F dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel.4.3.2 Hasil Uji F hitung

| Model | df | F | sig | Keterangan |
|------------------|----|--------|-------|------------------------|
| Regresi Residual | 96 | 12,138 | 0,002 | Berpengaruh signifikan |

Sumber: Output olah data melalui SPSS release 25.0

4.3.5 Koefisien Determinasi R²

Hasil perhitungan koefisien determinasi adjusted R menunjukkan nilai sebesar 0,268 yang artinya bahwa keputusan pengunjung ke The Heritage Palace Kartasura dapat dijelaskan oleh variabel harga tiket masuk, citra destinasi dan fasilitas wisata yang memberikan kontribusi sebesar 26,8 %, sedangkan sisanya 73,2% dipengaruhi variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini Variabel lain misalnya promosi, kualitas layanan, daya tarik dan lain-lain.

Tabel.4.3.3 Koefisien Determinasi Model Summary

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .265 ^a | .143 | .268 | 2.490 |

5. Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data, pengujian hipotesis dan pembahasan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian hipotesis baik secara parsial maupun simultan variabel harga tiket masuk, citra destinasi dan fasilitas wisata berpengaruh terhadap keputusan berkunjung ke The Heritage Palace Kartasura. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung > t tabel, nilai f hitung > f tabel dan nilai signifikan 0,002 < 0,05.
2. Variabel harga tiket masuk yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan berkunjung ke The Heritage Palace Kartasura dengan koefisien regresi sebesar 0,522.
3. Kontribusi variabel harga tiket masuk, citra destinasi dan fasilitas wisata mempengaruhi keputusan pengunjung wisata ke The Heritage Palace Kartasura sebesar 0,268 atau 26,8% dan sisanya 73,2% dipengaruhi variabel lain di luar model.

5.2 Saran

Variabel citra destinasi berpengaruh paling rendah dibandingkan variabel lain, untuk itu pihak pengelola tempat wisata perlu menambah koleksi benda-benda bersejarah dan menyediakan fasilitas umum yang dimanfaatkan dalam berbagai kegiatan seni, budaya serta ilmu

pengetahuan. Sedangkan bagi peneliti selanjutnya hendaknya menambah jumlah variabel penelitian dan jumlah sampel agar hasilnya lebih maksimal.

Daftar Pustaka

- Anggraini, Retno Putri, et.all (2019), Pengaruh Fasilitas, Harga Tiket Dan Daya Tarik Terhadap Keputusan Berkunjung Di Obyek Wisata Telaga Ngebel, Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi I, Universitas PGRI Madiun, 14 Agustus 2019. Arsyad, Azhar, 2015, “*Media Pembelajaran*” , Jakarta, PT. Raja Grafindo Persaja.
- Chen, Ching-Fu dan Tsai, Dung Chun (2007), How destination image and evaluative factors affect behavioral intentions?, *Tourism Management* 28, p.1115–1122
- Edri Sulsa Putra (2017), Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Di Objek Wisata Pantai Carocok Painan, Skripsi, Program Studi D4 Manajemen Perhotelan, Jurusan Pariwisata, Fakultas Pariwisata Dan Perhotelan, Universitas Negeri Padang.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*”, Semarang: Universitas Diponegoro.
- Handawan, Y. Galih. (2015). Pengaruh Citra Destinasi Pariwisata Waduk Sermo Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung Ulang, Skripsi. Yogyakarta. Universitas Sanata Dharma
- Kisanto, Anjar Hari. (2011). “Pengaruh Harga, Lokasi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Dampo Awang Beach Rembang, Skripsi. Semarang. UNES
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. (2012), *Prinsip- Prinsip Pemasaran*, Jilid 1 Edisi 13. Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama.
- Kotler, P. dan Keller, K.L. (2009), *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Lopes, Sérgio Dominique Ferreira. (2011). *Destination image: origins, developments and implications*, Polytechnic Institute of Cávado and Ave Portugal.
- Novarini, Ni Nyoman dan Anggraini, Ni Putu Nita (2017), Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Dan Promosi Terhadap Tingkat Kepuasan Pengunjung Pada Hidden Canyon Beji Guwang, *Forum Manajemen*, Volume 15, Nomor 2, p.110-117.
- Priyatno, D. (2010). *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data dan Penelitian Dengan Spss Dan Tanya Jawab Ujian Pendaran*. Yogyakarta: Gava Media.
- Putra, Edri Sulsa. (2017), Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung di Objek Wisata Pantai Carocok Painan, *Jurnal*. Padang. Universitas Negeri Padang.
- Satyarini, Ni Wayan Marsha, et.all (2017), The Influence of Destination Image on Tourist Intention and Decision to Visit Tourist Destination (A Case Study of Pemuteran Village in Buleleng, Bali, Indonesia), *TRJ Tourism Research Journal*, Vol. 1 No. 1, p.81-97
- Schiffman & Kanuk. (2008), *Perilaku Konsumen*, Edisi 7. Jakarta: Prentice Hall
- Sirait, Helena. (2017), Pengaruh Harga dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Bukit Gibeon Kecamatan Ajibata Kabupaten Toba Samosir. *Jurnal*. Medan. Universitas Negeri Medan.
- Sugiyono. (2011), *Metode Penelitian Manajemen*, Bandung: Alfabeta.
- Swastha, Basu dan Handoko, T. Hani (2012), *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: BPF.
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa*, Edisi Ketiga. Malang: Penerbit Bayumedia. Geocities. 2018. *Multimedia*. [online]. Tersedia: <http://www.geocities.com/SiliconValley/Way/3771/multi1.html> [13 Maret 2018].