

Pengaruh Atribut Produk Wisata, Penetapan Harga, Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Coban Jahe, Kabupaten Malang

Adia Reyhan Putra Pratama*)

Rois Arifin**)

Afi Rahmat Slamet ***)

Email: adiareyhan123@gmail.com

Universitas Islam Malang

Abstract

This study aims to determine the effect of tourism product attributes, pricing, and accessibility on tourist visiting decisions at Coban Jahe tourism object, Malang Regency. The location of this research was carried out on visitors to the Coban Jahe tourism object, Malang Regency. This research is a quantitative research. This study uses a case study method where data is obtained by distributing questionnaires to visitors to the Coban Jahe tourism object, Malang Regency, which were selected by accidental sampling. Determination of the number of samples using the Slovin formula and the results obtained were 90 respondents. Data were analyzed using multiple linear regression test and determination test. Based on the results of data analysis, the results of the F test show that simultaneously the attributes of tourism products, pricing, and accessibility have a significant effect on the decision to visit tourists at Coban Jahe tourism objects, Malang Regency. Furthermore, the results of the t-test indicate that the attributes of tourism products, pricing, and accessibility affect the decision to visit tourists at Coban Jahe tourism objects, Malang Regency. The results of the determination test show that the percentage is 78.2%, which the decision of visiting tourists can be influenced by the attributes of tourism products, pricing, and accessibility. Furthermore, in this study, the data collection method can be continued by paying attention to the willingness of visitors, follow-up to fill out, so that when given a questionnaire, they can immediately fill in the data properly.

Keywords: *Visiting Decisions, Tourism Product Attributes, Pricing, Accessibility*

Pendahuluan

Latar Belakang

Objek wisata merupakan bagian penting yang dapat memberikan hiburan bagi masyarakat di Indonesia bahkan dunia. Keinginan seseorang untuk berwisata dilatar belakangi oleh kecenderungan manusia untuk selalu mengikuti tren yang sedang berlangsung. Selain itu, berkembangnya pariwisata merupakan fenomena yang menarik, walaupun wisata juga berupa sektor yang sangat berpengaruh dalam perubahan yang terjadi. Disamping sangat sensitif terhadap perubahan, berkembangnya industri pariwisata tersebut juga menuntut setiap pengelola untuk terus memberikan inovasi perkembangan untuk memberikan daya tarik sebuah wisata terhadap pengunjung (Sutopo, 2016:51). Menurut (Kotler, 2016: 227) ada beberapa tinjauan yang dapat memberikan ketertarikan konsumen untuk memutuskan berkunjung terhadap suatu objek wisata antara lain: atribut produk

wisata, penetapan harga. Selain itu Yoeti (2016:172) jika suatu obyek didukung aksesibilitas yang memadai maka obyek banyak tergantung faktor jarak dan waktu yang sangat mempengaruhi keputusan berkunjung seseorang terhadap perjalanan wisata.

Salah satu hal penting untuk memberikan ketertarikan konsumen untuk mengunjungi destinasi pariwisata adalah melalui atribut produk wisata. Atribut produk wisata dapat menjadi komponen yang terpadu berupa tempat wisata, fasilitas dan hiburan dimana setiap unsur dipersepsikan pengelolaan yang disuguhkan secara tersendiri (Yoeti, 2016:141).

Penetapan harga memengaruhi keputusan wisatawan untuk mengunjungi. Harga mempunyai nilai yang di tekankan atas produk dan jasa. Dalam hal ini harga merupakan suatu keberhasilan manajemen pengelola wisata, menjadikan alasan dalam mengambil keuntungan yang diperoleh pengelola.

Faktor kemudahan berperan sangat penting dalam menentukan keputusan berkunjung ke tempat wisata. kemudahan yang ada dalam mencapai wisata, yang biasanya tidak dihiraukan wisatawan dalam perjalanan, sehingga secara umum memengaruhi anggaran perjalanan. (Yoeti, 2016:173).

Kabupaten Malang merupakan salah satu kabupaten besar dengan jumlah destinasi pariwisata yang cukup beragam. Petumbuhan jumlah wisatawan yang ada di Kabupaten Malang cukup pesat. Diantara berbagai macam objek wisata yang ada di Kabupaten Malang, terdapat salah satu objek wisata alam yaitu destinasi wisata Coban Jahe. Wisata Coban Jahe menjadi objek wisata yang memiliki wahana air terjun alami yang mampu memberi pemandangan yang indah, aliran sungai yang panjang dan airnya yang bening, yang dapat memberikan kenyamanan bagi wisatawan yang berkunjung. Hal ini tentunya mendorong pengelola wisata Coban Jahe untuk memberikan nilai positif kepada para konsumennya agar tetap memilih Coban Jahe menjadi tempat berlibur pilihan. Banyak pertimbangan yang menjadi faktor utama konsumen dalam memilih, pengunjung menginginkan produk yang diawarkan kualitas, kinerja dan fitur beragam yang memengaruhi kepuasan konsumen (Kotler, 2016:141)

Rumusan Masalah

1. Apakah atribut produk wisata, penetapan harga dan aksesibilitas berpengaruh secara simultan terhadap keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Coban Jahe Kabupaten Malang?
2. Apakah atribut produk wisata berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Coban Jahe Kabupaten Malang?
3. Apakah penetapan harga berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Coban Jahe Kabupaten Malang?
4. Apakah aksesibilitas berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Coban Jahe Kabupaten Malang?

Tujuan

Penelitian bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis variabel atribut produk wisata, penetapan harga dan aksesibilitas secara simultan maupun parsial dalam keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Coban Jahe Kabupaten Malang.

Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini di tujukan untuk referensi pembahasan ilmu manajemen, khususnya pengaruh atribut produk wisata, penetapan harga, dan aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata coban jahe, Kabupaten Malang.

Tinjauan Pustaka

Keputusan Berkunjung

Kotler dan Armstrong (2012:226) mengatakan Keputusan Berkunjung ialah tahapan dimana konsumen telah menentukan keputusan untuk membeli. Dalam menentukan keputusan konsumen yang mempelajari hal-hal terkait dengan produk. Hingga, dari Keputusan Berkunjung diartikan bahwa perilaku pembelian konsumen untuk menentukan pilihan objek wisata dalam mencapai kepuasan konsumen sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen yang berupa pengenalan masalah, pencarian informasi, pertimbangan terhadap alternatif pembelian.

Atribut Produk Wisata

Atribut produk wisata merupakan produk yang terpadu, yang terdiri atas tempat wisata, atraksi wisata, transportasi, fasilitas dimana setiap unsur diperuntukkan oleh setiap perusahaan yang ditawarkan (Yoeti, 2016:142). Adapun indikator atribut produk wisata yaitu: (1) Daya tarik wisata (2) Fasilitas (3) Jalur transportasi)

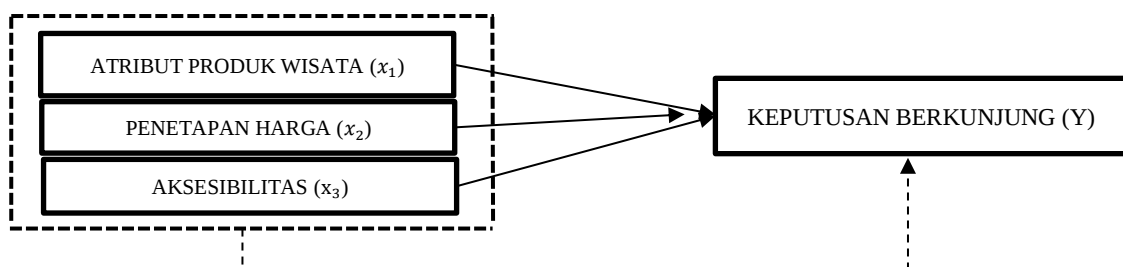
Penetapan Harga

Menurut Kotler (2016, 16:18), harga mempunyai sejumlah uang yang di bayar oleh konsumen dalam mendapatkan produk. Harga mempunyai elemen pemasaran yang menghasilkan nilai jual. Sedangkan elemen lain menimbulkan biaya. Harga perlu diukur dengan hasil yang di rasakan, atau jika tidak, konsumen dapat membeli produk. indikator penetapan harga yaitu: (1) terjangkaunya harga (2) penyesuaian harga dengan Penetapan Harga (3) persaingan harga (4) penyesuaian harga dengan manfaat.

Aksesibilitas

Suwantoro (2015: 56) aksesibilitas ialah salah satu aspek penting yang menunjang dalam perkembangnya pariwisata, hal ini menyangkut dalam berkembangnya lintas sektoral. Tanpa berhubungan terhadap transportasi tidak mungkin obyek wisata mendapati kunjungan wisatawan. Tempat wisata ialah harus memenuhi syarat aksesibilitas, yang berarti tempat wisata harus mudah dicapai dan di temukan. Indikator yang dimiliki aksesibilitas menurut Yoeti, 2016:174 antara lain: (1) *Advertising* (2) *Sales Promotion* (3) *Public Relation* (4) *Personal Selling*.

Kerangka Konseptual



Hipotesis Penelitian

- H1: Bahwa atribut produk wisata, penetapan harga dan aksesibilitas secara simultan berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Coban Jahe Kabupaten Malang.
- H2: Bahwa atribut produk wisata berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Coban Jahe Kabupaten Malang.
- H3: Bahwa penetapan harga berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Coban Jahe Kabupaten Malang.
- H4: Bahwa aksesibilitas berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Coban Jahe Kabupaten Malang.

Metodologi Penelitian

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini ialah *explanatory research* dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. *Explanatory research* ialah bermaksud menjelaskan kedudukan variabel serta hubungan antar satu variabel dengan variabel lain.

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di wisata Coban Jahe beralamat di Dusun Begawan, Desa Pandansari Lor, Kecamatan Jabung, Kabupaten Malang. Lokasi ini dipilih karena salah satu destinasi terbaik di Kabupaten Malang.

Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung yang pernah berkunjung di Coban Jahe Kabupaten Malang

Sampel

Pada penelitian ini, formulasi yang digunakan dalam menentukan ukuran sampel dengan menggunakan rumus slovin dengan jumlah sampel $n = 860 / (1 + (860 \times 0,1^2)) = 89,58 = 90$ orang.

Definisi Operasional Variabel

Variabel Dependent

Variabel terkait dalam penelitian ini ialah keputusan pengunjung (Y). keputusan berkunjung ialah perilaku pembelian seseorang untuk menentukan pilihan tempat wisata untuk mencapai kebutuhan dan kepuasan wisatawan.

Variabel Independent

Variabel bebas ialah variabel yang memengaruhi sebab berubahnya variabel terkait. Variabel bebas dalam penelitian ini ialah :

- Atribut produk (x1) ialah susunan produk yang terpadu, terdiri dari tempat wisata, atraksi wisata, transportasi, fasilitas dimana setiap unsur di tawarkan terpisah.
- Penetapan Harga (x2) ialah jumlah uang yang dikeluarkan konsumen dalam mendapatkan produk.
- Aksesibilitas (X3) ialah aspek yang mencakup lokasi.

Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data

Sumber data dalam penelitian ini ialah :

- a. Data Primer, menggunakan Teknik kuisioner
- b. Data Sekunder, menggunakan penelitian dokumentasi, mengambil data tentang sejarah, visi dan misi Coban Jahe serta data lain yang dapat menunjang penelitian.

Metode pengumpulan Data

Dalam penelitian ini metode pengumpulan data menggunakan kuisioner.

Metodologi Analisis Data

Uji Instrument Data

Pengujian dalam instrument ini ialah :

1. Uji validitas digunakan sebagai pengukur ketepatan sah atau valid tidaknya kuisioner yang di sebarakan. Priyono (2015:115) jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ (uji dua sisi dengan sig. 5%) maka instrument dinyatakan valid.
2. Uji Reliabilitas digunakan sebagai pengukur data yang di uji apakah mengalami reliabilitas. Jika nilai *Crobach's a* $> 0,6$ maka bisa di katakana reabel.

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam data normal atau tidak. Dalam uji normalitas ini menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov, Syarat dalam pengambilan keputusan normal tidaknya sebuah data dengan metode *Kolmogorov-Smirnov* jika nilai sig. $> 0,05$ maka dikatakan normal dan sebaliknya.

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas untuk mengetahui kuatnya antara variabel bebas (*dependent*). pengujian ini Apabila nilai pada nilai *Tolerance* $> 0,1$ dan nilai VIF < 10 . multikolinieritas tidak terjadi, dan multikolinieritas akan terjadi jika nilia *Tolerance* $< 0,1$ dan nilai VIF > 10.0 .

Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas sebagai penguji ketidaksamaan *variance* pada residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain. Heteroskedastisitas bisa dilihat jika nilai signifikansi $0,05$.

Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linear berganda untuk mengenali apakah ada hubungan antara variabel bebas serta variabel terikat dalam suatu riset. Dalam riset ini menghasilkan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + + \beta_3 X_3 + e$$

Uji Hipotesis

Uji F

Uji F untuk mengenali seluruh variabel bebas secara Bersama yang berpengaruh variabel terikat. Jika nilai sig $> 0, 05$ maka informasi tersebut signifikan.

Uji t

Uji t bertujuan mengenali pengaruh Variabel bebas terhadap Variabel terikat, apabila nilai Signifikan (p value) lebih kecil dari 0,05 sehingga di tarik kesimpulan jika variabel independen yang jadi model regresi mempengaruhi signifikan.

Uji Koefisien Determinasi *Adjusted R²*

Uji Koefisien Determinasi *Adjusted R²* untuk mengukur variabel Y mempengaruhi terhadap variabel X apabila nilai R^2 nya berkisar 0 sampai dengan 1, hingga mungkin semakin kuat data variabel independen dalam memaparkan fluktuatif dari variabel dependen.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Uji Validitas

Berdasarkan perhitungan uji validitas, “dengan memperhatikan dasar dalam pengambilan keputusan dalam uji validitas dapat dilakukan dengan ketentuan sebagai berikut: Priyono (2015:115) “ jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ (uji dua sisi dengan sig. 5%) maka instrument atau item-item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid)”. Berdasarkan hasil uji statistic validitas r_{tabel} diketahui sebesar 0,2072. Sehingga merujuk hasil dari uji validitas bahwa semua instrumen mulai dari variabel Atribut Produk Wisata (X1), Penetapan Harga (X2), Aksesibilitas (X3) mempunyai hasil (r_{hitung}) lebih besar daripada r_{tabel} , variabel Keputusan Berkunjung (Y) mempunyai hasil nilai r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} . Maka pernyataan dalam penelitian ini berkorelasi signifikan kepada skor total sehingga dapat dikatakan valid.

Uji Reliabilitas

Berdasarkan perhitungan reliabilitas mempunyai nilai $r_{Alpha} > 0.6$, yang dapat menghasilkan data yang dipercaya maka dapat di perjelas sebagai berikut:

variabel nilai Atribut Produk Wisata (X1) sebesar 0,675, Penetapan Harga (X2) sebesar 0,656, Aksesibilitas (X3) sebesar 0,689, Keputusan Berkunjung (Y) sebesar 0,615, hal ini menjelaskan seluruh variabel penelitian ini mempunyai nilai *Cronbach Alpha* $> 0,6$, sehingga variabel dinyatakan reliabel.

Uji Normalitas

Berdasarkan perhitungan uji normalitas menjelaskan nilai signifikansi *Kolmogorov-Smirnov* mempunyai nilai signifikansi (*Asymp.Sig*) sebesar 0.125(X1), 0.097(X2), 0.132(X3), 0.114(Y) lebih besar dari 0.05. Maka residual data berdistribusi normal, sehingga dapat disimpulkan asumsi normalitas tersebut tercukupi.

Uji Multikolinieritas

Berdasarkan perhitungan uji multikolinearitas mempunyai nilai $VIF < 10$ dan nilai *Tolerance* $> 0,1$. Dengan masing-masing mempunyai nilai: Variabel X1 (Atribut Produk Wisata) mempunyai nilai VIF sebesar 3,442 dengan nilai *Tolerance* sebesar 0,291, Variabel X2 (Penetapan Harga) mempunyai nilai VIF sebesar 2,432 dengan nilai *Tolerance* sebesar 0,411, Variabel X3 (Aksesibilitas) mempunyai nilai VIF sebesar 3,928 dengan nilai *Tolerance* sebesar 0,255. Maka tidak terjadi multikolinieritas pada variabel bebas di dalam penelitian ini.

Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil perhitungan variabel independen pada penelitian memiliki signifikansi ($X_1=0,116$, $X_2=0,928$, $X_3=0,069$) $> 0,05$. Maka dapat di tarik kesimpulan bahwa model regresi tidak terdapat heteroskedastisitas pada variabel bebas.

Analisis Regresi Linier Berganda

hasil uji regresi linier berganda dalam penelitian ini yaitu:

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

$$Y = 4,637 + 0,262X_1 + 0,271X_2 + 0,381X_3 + e$$

Berdasarkan model regresi tersebut, maka hasil dari regresi linier berganda tersebut yaitu:

Konstanta pada penelitian ini adalah -0,388 yaitu nilai estimasi dari Keputusan Berkunjung. Nilai koefisien β_1 dari regresi Atribut Produk Wisata yaitu 0,262 yang berarti jika variabel Atribut Produk Wisata meningkat, maka Keputusan Berkunjung juga ikut meningkat. Nilai koefisien β_2 dari regresi, Penetapan Harga yaitu 0,271 yang berarti bahwa apabila variabel, Penetapan Harga meningkat, maka Keputusan Berkunjung juga akan mengalami peningkatan. Nilai koefisien β_3 dari regresi Aksesibilitas (X_3) yaitu 0,381 yang berarti bahwa apabila variabel Aksesibilitas meningkat maka Keputusan Berkunjung mengalami peningkatan, begitu juga sebaliknya apabila variabel harga meningkat maka Keputusan Berkunjung akan meningkat.

Uji F

Berdasarkan perhitungan uji F mempunyai hasil signifikan sebanyak 0,000 lebih kecil dari 0,05. Sehingga hipotesis yang di ajukan bahwa Atribut Produk Wisata, Penetapan Harga dan Aksesibilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.637	1.083		4.282	.000
	Atribut Produk Wisata	.262	.085	.282	3.074	.003
	Penetapan Harga	.271	.076	.276	3.580	.001
	Aksesibilitas	.381	.092	.404	4.121	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

Keputusan Berkunjung telah dapat diterima.

Uji T

Berdasarkan perhitungan uji t memperoleh hasil signifikan sebesar Atribut Produk Wisata (X_1) sebesar 0,003, Penetapan Harga (X_2) sebesar 0,001, Aksesibilitas (X_3) sebesar 0,000, dimana nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05. Sehingga hipotesis secara parsial yang di ajukan dapat diterima.

Koefisien Determinasi Adjusted R²

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.888 ^a	.789	.782	.979

a. Predictors: (Constant), Atribut Produk Wisata, Penetapan Harga dan Aksesibilitas

b. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

Hasil perhitungan uji koefisien determinasi *adjusted R²* sebesar 0,782. Hasil tersebut menunjukkan variabel independen Atribut Produk Wisata (X_1), Penetapan Harga (X_2), dan Aksesibilitas (X_3) dapat memprediksi variabel dependen Keputusan Berkunjung (Y) sebesar 78,2%, sedangkan 11,8% sehingga dipengaruhi variabel lainnya yang tidak ada dalam penelitian ini.

Implikasi Hasil Penelitian

Pengaruh Simultan Atribut Produk Wisata, Penetapan Harga dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Coban Jahe Kabupaten Malang

Berdasarkan hasil penelitian di atas dijelaskan bahwa variabel dependen adalah Keputusan Berkunjung, sedangkan variabel independennya terdiri dari Atribut Produk Wisata, Penetapan Harga dan Aksesibilitas. Dari hasil penelitian di atas dapat diketahui Atribut Produk Wisata, Penetapan Harga dan Aksesibilitas secara simultan berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Coban Jahe Kabupaten Malang.

Keputusan Berkunjung mempunyai tahapan konsumen dalam memutuskan pembelian terhadap suatu produk. Dalam perusahaan harus mempunyai penetapan harga yang ditawarkan, hal ini untuk pembeda produk yang dijual perusahaan tersebut dengan produk pesaing. Beberapa pengaruhnya dapat berasal dari faktor Atribut Produk Wisata, Penetapan Harga dan Aksesibilitas.

Pengaruh Atribut Produk Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Coban Jahe Kabupaten Malang

Atribut Produk Wisata secara parsial mempunyai pengaruh terhadap Keputusan Berkunjung. Tanggapan pembeli terhadap Atribut Produk Wisata yang dimiliki wisata Coban Jahe Kabupaten Malang adalah bahwa Atribut Produk Wisata Coban Jahe Kabupaten Malang dapat dinikmati oleh konsumen, karena pelayanan dan fasilitas yang dimiliki dianggap sangat baik.

Atribut produk wisata ialah susunan produk yang terpadu, terdiri dari tempat wisata, atraksi wisata, transportasi, fasilitas dimana tiap unsur dipersepsikan oleh masing-masing perusahaan dan ditawarkan secara terpisah (Yoeti, 2016:142). Baik atau tidaknya Atribut Produk Wisata menjadikan pusat perhatian bagi wisatawan dalam menentukan kunjungan. Keputusan Berkunjung merupakan tahapan-tahapan bagaimana calon wisatawan mampu memutuskan destinasi wisata yang akan dikunjungi. Dalam penelitian ini, Atribut Produk Wisata dapat dinyatakan baik, maka hal ini akan mampu memberikan pertimbangan positif dalam berbagai tahapan wisatawan dalam memutuskan destinasi wisata yang akan dikunjungi.

Pengaruh Penetapan Harga Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Coban Jahe Kabupaten Malang

Penetapan Harga mempunyai pengaruh terhadap Keputusan Berkunjung. Hal ini dapat disimpulkan Penetapan Harga berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung wisatawan di objek wisata Coban Jahe Kabupaten Malang.

Dalam pemasaran pengelola harus memberikan penetapan harga yang ditawarkan, hal ini untuk memberikan ketertarikan bagi wisatawan dengan harga yang ditetapkan pengelola wisata. Penetapan Harga wisata Coban Jahe menjadi faktor dalam melakukan Keputusan Berkunjung terhadap wisata yang dimiliki wisata Coban Jahe. hasil penelitian ini menunjukkan penetapan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung di objek wisata Coban Jahe Kabupaten Malang.

Pengaruh Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Coban Jahe Kabupaten Malang

Dari hasil penelitian di atas dapat diketahui bahwa variabel Aksesibilitas memiliki pengaruh terhadap Keputusan Berkunjung. Hal ini bisa disimpulkan bahwa Aksesibilitas berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung produk Waroeng Om Kota Malang.

Aksesibilitas merupakan nominal yang dikeluarkan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diterima. Aksesibilitas yang sesuai manfaat dan Penetapan Harganya akan meningkatkan Keputusan Berkunjung. Oleh sebab itu hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Aksesibilitas berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan berkunjung di objek wisata Coban Jahe Kabupaten Malang.

Kesimpulan dan Saran Kesimpulan Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa :

- 1) Bahwa atribut produk wisata, penetapan harga dan aksesibilitas secara simultan berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Coban Jahe Kabupaten Malang.
- 2) Bahwa atribut produk wisata berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Coban Jahe Kabupaten Malang.
- 3) Bahwa penetapan harga berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Coban Jahe Kabupaten Malang.
- 4) Bahwa aksesibilitas berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Coban Jahe Kabupaten Malang.

Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti mempunyai beberapa keterbatasan yaitu sebagai berikut:

- 1) Dalam mengumpulkan data penelitian ini yang menggunakan kuesioner, mendistribusikan melalui secara langsung dengan memberikan kuesioner dan terkadang pengunjung masih merasa segan tidak mau ketika hendak diminta untuk mengisi.
- 2) Selanjutnya dalam penelitian ini, metode pengumpulan data dapat dilanjutkan dengan memperhatikan kesediaan konsumen, *follow up* untuk mengisi sehingga ketika diberikan kuesioner, responden harus dibimbing agar tidak kebingungan dalam memahami item pernyataan kuesioner, sehingga jawaban yang diberikan lebih jelas dan akurat.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini yang diarahkan kepada manajemen wisata Coban Jahe dan peneliti selanjutnya. Adapun saran yang diajukan (1) Sebaiknya manajemen pengelola Coban Jahe harus lebih memperhatikan sikap dan perilaku pengunjung dalam tahapan keputusan berkunjung, salah satunya dengan memberikan kualitas produk yang baik, menambahkan fasilitas dan wahana yang menarik, serta menawarkan harga yang lebih murah, sehingga pengunjung akan mudah dalam memutuskan destinasi wisata Coban Jahe yang akan dikunjungi. (2) Diharapkan pengelola wisata Coban Jahe dapat mengevaluasi dan mampu memfasilitasi dengan menjamin produk wisata yang

ditawarkan adalah produk berkualitas, dengan kondisi yang baik. (3) Diharapkan bahwa manajemen Coban Jahe harus menetapkan harga yang lebih sesuai dengan kualitas yang ditawarkan. Artinya, harga yang ditetapkan harus memiliki nilai kemanfaatan dengan nilai manfaat yang diperoleh konsumen, sehingga keseimbangan dan kepuasan pengunjung akan dapat tercapai. (4) Diharapkan bahwa manajemen/perusahaan dapat mampu menyediakan alternatif untuk lahan parkir yang luas, lantaran parkir kendaraan merupakan salah satu poin terpenting dalam sebuah lokasi wisata.

Daftar Pustaka

- Dharmmesta, Basu Swastha., Handoko, T. Hani.2012. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Edisi Pertama. BPFE, Yogyakarta
- Ghozali, Imam, 2016, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*, Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indrawan, dan Yaniawati, 2016, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Campuran Untuk Manajemen Pembangunan Dan Pendidikan (Revisi)*, Bandung, PT Refika Aditama.
- Kotler, dan Armstrong 2016. *Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi ke-15*. Jakarta, Erlangga.
- Sugiyono, 2017, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, Bandung, Alfabeta.
- Soekadijo, R.G. 2013. *Anatomi Pariwisata*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Yoeti, Oka A. 2016. *Pemasaran Pariwisata*. Bandung : Angkasa.

Adia Reyhan Putra Pratama*) Adalah Mahasiswa FEB Unisma

Rois Arifin**) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma

Afi Rahmat Slamet ***) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma