

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS DAN LOKASI
TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN DI OBJEK
WISATA BENTENG VAN DER WIJCK GOMBONG
JURNAL**



Disusun Oleh:

Nama Mahasiswa : Hana Yusalita
Nomor Induk Mahasiswa : 125501252
Program Studi : Manajemen S1

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PUTRA BANGSA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN (S1)
KEBUMEN

2017

ABSTRACT

The research is initiated to find out how service quality, location, and facility in Benteng Van Der Wijck Gombong will effect on visiting decision . Meanwhile, the collection of data is done with interviews, questionnaires, and direct observation to get primary data. A random sample of size 100 is taken to represent the examination by accidental sampling method on Van Der Wijck Gombong visitors. Data analysis technique include descriptive and statistical analysis are used in the research . The result is tested with *SPSS 23 for Windows* .The result shows how service quality won't partially effect on visiting decision, variable facility will partially affect on visiting decision, location will significant effect on visiting decision and service quality and facitily will simultaneously effect on visiting decision.

Keywords : service quality, facility, location, visiting decision

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, lokasi dan fasilitas terhadap keputusan berkunjung di Benteng Van Der Wijck Gombong. Pegumpulan data dilakukan dengan wawancara, kuesioner dan observasi langsung untuk mendapatkan data primer. Dengan menggunakan metode *accidental sampling*, penelitian ini mengambil sampel 100 responden pada pengunjung objek wisata Benteng Van Der Wijck Gombong. Teknik analisis data menggunakan teknik analisis deskriptif dan teknik analisis statistik. Hipotesis diuji menggunakan *SPSS 23 for Windows*. Hasil penelitian menunjukan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan berkunjung, fasilitas berpengaruh secara parsial terhadap keputusan berkunjung, lokasi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan berkunjung, dan kualitas pelayanan lokasi dan fasilitas berpengaruh secara simultan terhadap keputusan berkunjung.

Kata kunci: kualitas pelayanan, fasilitas, lokasi, keputusan berkunjung

PENDAHULUAN

Perkembangan industri pariwisata di Kabupaten Kebumen sangatlah pesat. Objek wisata baru muncul karena hampir setiap desa yang memiliki potensi milik desanya dijadikan sebagai objek wisata dengan berbagai properti dan wahana yang sengaja dibuat untuk menarik pengunjung. Munculnya berbagai macam objek wisata baru menyebabkan tingkat persaingan menjadi tinggi. Seiring dengan perkembangan ini, maka menimbulkan persaingan ketat antar pelaku bisnis pariwisata. Terutama persaingan dalam memperoleh pengunjung. Berdasarkan data observasi jumlah pengunjung Benteng Van Der Wijck Gombong, tingkat kunjungan wisatawan dari tahun ke tahun mengalami penurunan. Dari identifikasi masalah diatas, penulis tertarik menulis penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Benteng Van Der Wijck Gombong”.

LANDASAN TEORI

1. Kualitas pelayanan

Gronroos et al dalam Swasta (2000) mendefinisikan kualitas pelayanan (*service quality*) sebagai hasil persepsi dari perbandingan antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual pelayanan. Indikator kualitas pelayanan menurut Parasuraman dalam (Lupiyoadi, 2001: 148) :

- a) *Tangibles*, atau bukti fisik yaitu kemampuan suatu penyelenggara jasa dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal.
- b) *Reliability*, atau keandalan yaitu kemampuan penyelenggara jasa untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
- c) *Responsiveness*, atau ketanggapan yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
- d) *Assurance*, atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan para penyelenggara jasa untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan pada perusahaan.
- e) *Empathy*, yaitu memberikan perhatian yang bersifat individual atau pribadi dan diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginannya

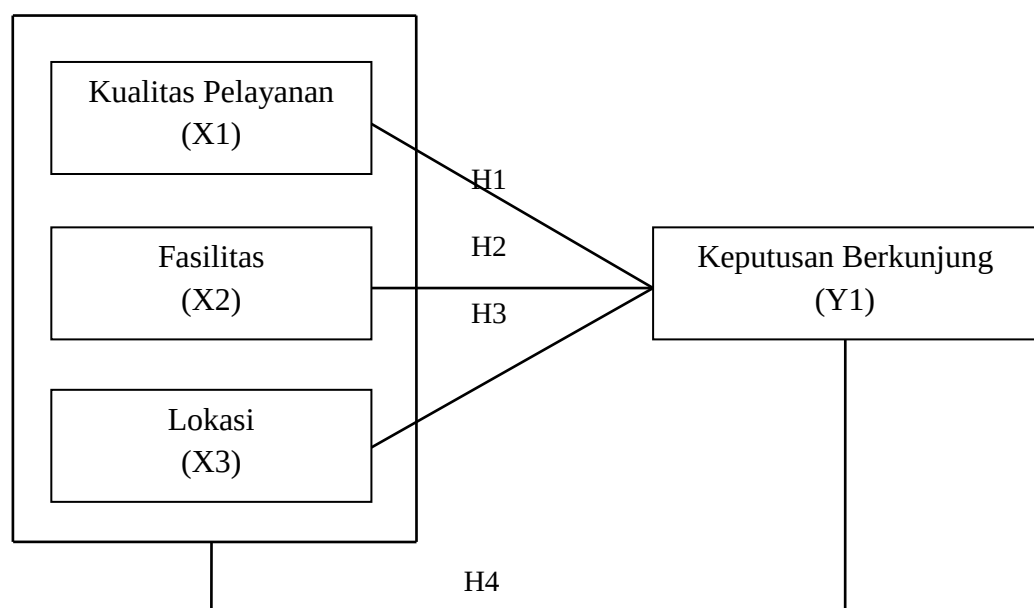
2. Fasilitas

Menurut Youti (1997) fasilitas merupakan segala sesuatu baik benda maupun jasa yang menyertai pelayanan yang diberikan oleh perusahaan baik perusahaan jasa, dagang maupun perusahaan industri. (Sumayang, 2003:124) menjelaskan ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam penyediaan fasilitas, pada penelitian ini indikator fasilitas yang digunakan adalah :

- a) Kelengkapan, kebersihan, kerapian fasilitas yang ditawarkan

- b) Kondisi dan fungsi fasilitas yang akan ditawarkan
 - c) Kemudahan menggunakan fasilitas yang ditawarkan
3. Lokasi
- Menurut (Manulang, 1990:84), pemilihan tempat atau lokasi memerlukan pertimbangan yang cermat agar konsumen dapat memutuskan untuk melakukan pembelian, diantaranya harus sesuai dengan kriteria seperti pusat kegiatan ekonomi yaitu perkantoran, perbankan, pertokoan, hiburan, dan lain-lain. Tjiptono (2007:92) menjelaskan bahwa terdapat faktor-faktor dalam pemilihan tempat atau lokasi, pada penelitian ini indikator lokasi yang digunakan dalam pemilihan tempat atau lokasi adalah:
- a) Akses
 - b) Lalu-lintas (*traffic*)
 - c) Visibilitas
 - d) Tempat parkir yang luas dan aman
 - e) Lingkungan
4. Keputusan Berkunjung
- Keputusan berkunjung merupakan proses pengintegrasian yang mengkombinasi sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu diantaranya (Nugroho, 2003). Proses pengambilan keputusan berkunjung menurut (MC Daniel, 2001:189) yang menjadi indikator pada penelitian ini adalah :
- a) Pengenalan kebutuhan
 - b) Pencarian informasi
 - c) Evaluasi alternatif
 - d) Keputusan membeli
 - e) Perilaku pasca pembelian

MODEL EMPIRIS



HIPOTESIS

- H₁ : Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Benteng Van Der Wijck Gombong secara parsial.
- H₂ : Fasilitas berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Benteng Van Der Wijck Gombong secara parsial.
- H₃ : Lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Benteng Van Der Wijck Gombong secara parsial.
- H₄ : Kualitas pelayanan, fasilitas dan Lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Objek Wisata Benteng Van Der Wijck Gombong secara simultan.

METODOLOGI PENELITIAN

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya, Sugiyono (2010:117). Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu. Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian, Suharsimi (2006:130). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen (pengunjung) yang menikmati jasa di objek wisata Benteng Van Der Wijck Gombong dengan karakteristik tertentu.

2. Sampel

Dalam suatu penelitian, peneliti tidak perlu meneliti semua populasi karena akan memerlukan waktu, biaya dan tenaga besar. Menurut Sugiyono (2010) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu, sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representative (mewakili).

3. Teknik Pengambilan Sampel

Untuk memperoleh sampel yang mewakili populasi secara keseluruhan, maka sampel diambil secara aksidental (*accidental sampling*) yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, pengunjung yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, Sugiyono (2005: 60). Penetapan responden secara aksidental artinya adalah responden ditetapkan pada saat mereka kebetulan datang ke objek wisata Benteng Van Der Wijck Gombong dan memenuhi kriteria responden.

4. Penentuan Jumlah Sampel

Populasi dari penelitian ini yaitu wisatawan yang melakukan kunjungan di Benteng Van Der Wijck Gombong tidak diketahui secara pasti jumlahnya,

maka metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menurut Rao Purba (1996), yaitu:

$$n = \frac{Z^2}{4(\text{moe})^2}$$

$$n = \frac{1,96^2}{4(10\%)^2}$$

$$n = 96,04$$

n sebesar 96,04 sebagai sampel batas minimal

Dimana:

N = jumlah sampel.

Z = Z score pada tingkat signifikansi tertentu.

Nilai Z = 1,96 dengan tingkat kepercayaan 95%.

Moe = *Margin of error*, dengan tingkat kesalahan maksimum adalah 10%.

Dengan demikian, sampel yang diambil oleh peneliti dalam penelitian ini berjumlah 100 orang agar dapat memenuhi syarat pengambilan sampel yaitu minimal sebanyak 96,04 orang.

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Statistik

a. Uji Validitas

Uji Validitas, adalah tingkat keandalan dan kesahihan alat ukur yang digunakan. Instrumen dikatakan valid menunjukkan alat ukur yang dipergunakan untuk mendapatkan data itu valid atau dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya di ukur (Sugiyono, 2002:137). Berikut hasil uji validitas untuk masing masing variabel. Butir pernyataan dapat dikatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$; $\alpha \leq 5\%$, sedangkan untuk menentukan r_{tabel} yaitu dengan rumus

$$df = n - k - 1$$

Dimana :

Df : *degree of freedom*

n : sampel

k : variabel independen

df = 100 – 3 – 1 = 96, diperoleh $r_{tabel} = 0,1986$

1. Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Butir	r_{hitung}	r_{tabel}	Nilai Signifikansi	Keterangan
X1_1_1	0,655	0,1986	0,000	Valid
X1_1_2	0,651	0,1986	0,000	Valid
X1_2_1	0,810	0,1986	0,000	Valid
X1_3_1	0,568	0,1986	0,000	Valid
X1_4_1	0,491	0,1986	0,000	Valid
X1_5_1	0,682	0,1986	0,000	Valid

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa semua $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,1986) dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga semua item yang dipakai pada kualitas pelayanan dinyatakan valid (sah).

2. Uji Validitas Fasilitas

Butir	r hitung	r table	Nilai Signifikansi	Keterangan
X2_1_1	0,783	0,1986	0,000	Valid
X2_1_2	0,790	0,1986	0,000	Valid
X2_1_3	0,714	0,1986	0,000	Valid
X2_2_1	0,712	0,1986	0,000	Valid
X2_2_2	0,497	0,1986	0,000	Valid
X2_3_1	0,450	0,1986	0,000	Valid
X2_3_2	0,375	0,1986	0,000	Valid
X2_3_3	0,361	0,1986	0,000	Valid

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa semua $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,1986) dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga semua item yang dipakai pada fasilitas dinyatakan valid (sah).

3. Uji Validitas Lokasi

Butir	r hitung	r table	Nilai Signifikansi	Keterangan
X3_1_1	0,585	0,1986	0,000	Valid
X3_1_2	0,506	0,1986	0,000	Valid
X3_1_3	0,649	0,1986	0,000	Valid
X3_2_1	0,638	0,1986	0,000	Valid
X3_2_2	0,549	0,1986	0,000	Valid
X3_2_3	0,713	0,1986	0,000	Valid
X3_3_1	0,679	0,1986	0,000	Valid
X3_3_2	0,723	0,1986	0,000	Valid
X3_4_1	0,816	0,1986	0,000	Valid
X3_4_2	0,873	0,1986	0,000	Valid
X3_5_1	0,781	0,1986	0,000	Valid
X3_5_2	0,816	0,1986	0,000	Valid
X3_5_3	0,873	0,1986	0,000	Valid

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa semua $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,1986) dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga semua item yang dipakai pada lokasi dinyatakan valid (sah).

4. Uji Validitas Keputusan Berkunjung

Butir	r hitung	r table	Nilai Signifikasnsi	Keterangan
Y1_1_1	0,889	0,1986	0,000	Valid
Y1_1_2	0,850	0,1986	0,000	Valid
Y1_2_1	0,825	0,1986	0,000	Valid
Y1_2_2	0,690	0,1986	0,000	Valid
Y1_3_1	0,619	0,1986	0,000	Valid
Y1_3_2	0,644	0,1986	0,000	Valid
Y1_4_1	0,702	0,1986	0,000	Valid
Y1_4_2	0,717	0,1986	0,000	Valid
Y1_5_1	0,384	0,1986	0,000	Valid
Y1_5_2	0,366	0,1986	0,000	Valid

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa semua $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,1986) dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga semua item yang dipakai pada keputusan berkunjung dinyatakan valid (sah).

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas butir dilakukan dengan ketentuan jika $r_{alpha} > 0,60$ maka butir atau variabel tersebut reliabel dan sebaliknya, jika $r_{alpha} < 0,60$ maka butir atau variabel tersebut tidak reliabel..

No	Variabel	Alpha Cronbach's	Batas Penerimaan	Status
1.	Kualitas Pelayanan	0,722	0,60	Reliabel
2.	Fasilitas	0,745	0,60	Reliabel
3.	Lokasi	0,919	0,60	Reliabel
4.	Keputusan Berkunjung	0,866	0,60	Reliabel

Berdasarkan tabel hasil analisis di atas dapat dijelaskan bahwa seluruh variabel yang dipakai dalam penelitian ini dinyatakan reliabel (andal) karena nilai $r_{alpha} > 0,60$

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinieritas

Coefficients(a)

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kualitas Pelayanan	.966	1.035
	Fasilitas	.778	1.285
	Lokasi	.760	1.316

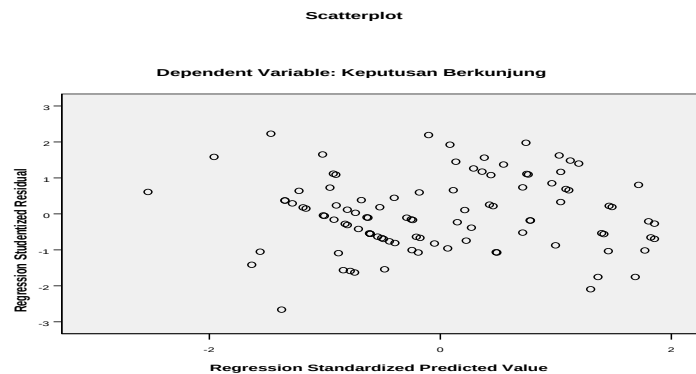
a Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

Berdasarkan tabel *coefficient* di atas dapat dijelaskan bahwa pada bagian *colinierity statistic* menunjukkan angka VIF tidak lebih besar dari 10 dan tolerance lebih dari 0,10. Berdasarkan hasil tersebut dapat diketahui bahwa

model regresi ini tidak terdapat multikolinieritas, sehingga model dapat dipakai.

b. Uji Heterokedastisitas

Penguajian ini dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dan residual disuatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Hasil analisis diperoleh sebagai berikut :

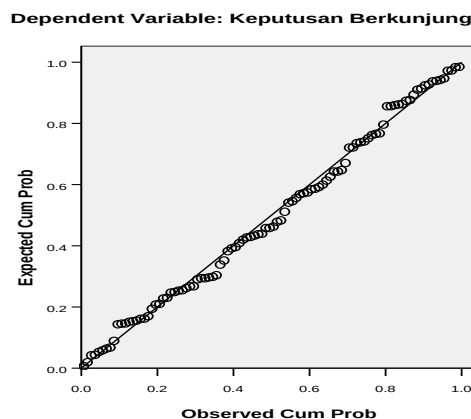


Berdasarkan gambar grafik uji heterokedastisitas di atas menunjukkan bahwa tidak ada pola tertentu, seperti titik-titik (poin) yang membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit) dan tidak ada pola yang jelas, serta titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan model regresi dalam persamaan diatas tidak terjadi heterokedastisitas.

c. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data yang akan digunakan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak, Ghazali (2009). Metode grafik normal plot dengan kriteria bahwa jika data menyebar di atas garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tersebut memenuhi asumsi normalitas.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Berdasarkan gambar IV- 3 di atas, terlihat bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Maka, dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

3. Analisis Kolerasi

Analisis korelasi digunakan untuk mengetahui derajat hubungan linier antara satu variabel dengan variabel lain. Analisis korelasi dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur korelasi antara kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi. Kekuatan hubungan antara dua variabel dapat dikriteriakan sebagai berikut, Sarwono (2007) :

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0 – 0,25	Korelasi sangat lemah (dianggap tidak ada)
> 0,25 – 0,5	Korelasi cukup
> 0,5 – 0,75	Korelasi kuat
> 0,75 – 1	Korelasi sangat kuat

Hasil uji korelasinya dapat dilihat melalui tabel IV-12 sebagai berikut:

Correlations

		Kualitas Pelayanan	Fasilitas	Lokasi
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	1	-.018	.154
	Sig. (2-tailed)		.862	.125
	N	100	100	100
Fasilitas	Pearson Correlation	-.018	1	.462(**)
	Sig. (2-tailed)	.862		.000
	N	100	100	100
Lokasi	Pearson Correlation	.154	.462(**)	1
	Sig. (2-tailed)	.125	.000	
	N	100	100	100

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

Berdasarkan tabel IV.11, dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Korelasi antara Kualitas Pelayanan (X1) dengan Fasilitas(X2). Berdasarkan tabel diatas, maka angka korelasi antara Kualitas Pelayanan dan Fasilitas sebesar 0,180 berarti korelasi antara Kualitas Pelayanan dan Fasilitas sangat lemah . Korelasi antara kedua variabel tersebut tidak signifikan, karena angka signifikansi yang diperoleh sebesar 0,862 > 0,05, maka hubungan kedua variabel tidak signifikan.
2. Korelasi antara Kualitas Pelayanan (X1) dengan Lokasi (X3). Berdasarkan tabel diatas, maka angka korelasi antara Kualitas Pelayanan dan Lokasi sebesar 0,154 berarti korelasi antara Kualitas Produk dan Lokasi sangat lemah . Korelasi antara kedua variabel tersebut tidak signifikan, karena angka signifikansi yang diperoleh sebesar 0,125 > 0,05, maka hubungan kedua variabel tidak signifikan.

3. Korelasi antara Kualitas Fasilitas (X2) dengan Lokasi (X3) Berdasarkan tabel diatas, maka angka korelasi antara Fasilitas dan Lokasi 0,462 berarti korelasi antara Fasilitas dan Lokasi cukup. Korelasi antara kedua variabel tersebut signifikan, karena angka signifikansi yang diperoleh sebesar $0,000 < 0,05$, maka hubungan kedua variabel signifikan

4. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui tingkat signifikansi tiap variabel independen dengan ketentuan sebagai berikut:

-Jika probabilitas $> 0,05$ maka koefisien regresi tidak signifikan

-Jika probabilitas $< 0,05$ maka koefisien regresi signifikan.

Sedangkan kriteria uji hipotesisnya sebagai berikut:

-Jika $t_{\text{penelitian}} > t_{\text{tabel}}$ H_0 ditolak H_1 diterima.

-Jika $t_{\text{penelitian}} < t_{\text{tabel}}$ H_0 diterima H_1 ditolak.

Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.575	3.459		-.166	.868
	Kualitas pelayanan(X1)	.038	.117	.021	.327	.744
	Fasilitas(X2)	1.133	.118	.694	9.603	.000
	Lokasi(X3)	.095	.044	.158	2.158	.033

a Dependent Variable: Keputusan berkunjung(Y1)

1) Hubungan Kualitas Pelayanan dan Keputusan Berkunjung.

Hasil uji t pada tabel IV-12 di atas, menunjukkan bahwa hasil perhitungan diperoleh angka t_{hitung} sebesar $0,327 < t_{\text{tabel}}$ sebesar 1,988 dengan probabilitas signifikansi untuk variabel kualitas pelayanan (X_1) sebesar $0,868 > 0,05$ dan hasil ini menyatakan Kualitas Pelayanan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Berkunjung di Objek Wisata Benteng Van Der Wijck. Jadi Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Berkunjung.

2) Hubungan Fasilitas dan Keputusan Berkunjung

Hasil uji t pada tabel IV-12 di atas, menunjukkan bahwa hasil perhitungan diperoleh angka t_{hitung} sebesar $9,603 > t_{\text{table}}$ sebesar 1,988 dengan probabilitas signifikansi untuk variabel Fasilitas (X_2) sebesar $0,000 < 0,05$ dan hasil ini menyatakan Fasilitas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Berkunjung Di Benteng Van Der Wijck Gombong. Jadi Fasilitas berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Berkunjung.

3) Hubungan Lokasi dengan Keputusan Berkunjung

Hasil uji t pada tabel IV-12 di atas, menunjukkan bahwa hasil perhitungan diperoleh angka t_{hitung} sebesar $2,158 > t_{\text{table}}$ sebesar 1,988 dengan probabilitas signifikansi untuk variabel Lokasi (X_3) sebesar $0,033 < 0,05$ dan hasil ini menyatakan Lokasi mempunyai pengaruh

yang signifikan terhadap Keputusan Berkunjung Di Benteng Van Der Wijck Gombong. Jadi Lokasi berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Berkunjung.

b. Uji F

Untuk membuktikan hipotesis maka digunakan uji F, yaitu untuk mengetahui sejauh mana variabel-variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini mampu menjelaskan variabel terikat. Apabila hasil perhitungan ternyata $F_{hitung} > F_{tabel}$, dan $\text{sig } F > \text{sig } \alpha$ maka H_0 ditolak, sehingga dapat dikatakan bahwa variabel bebas dapat menerangkan variabel terikat secara serentak. Sebaliknya jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, dan $\text{sig } F > \text{sig } \alpha$ maka H_0 diterima, dengan demikian dapat dikatakan bahwa variabel bebas dari model regresi linear berganda tidak mampu menjelaskan variabel terikatnya (Aligifari, 2000:70)

ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	877.754	3	292.585	49.907	.000(a)
	Residual	562.806	96	5.863		
	Total	1440.560	99			

a Predictors: (Constant), Lokasi(X3), Kualitas pelayanan(X1), Fasilitas(X2)

b Dependent Variable: Keputusan berkunjung(Y1)

1. Hubungan Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi terhadap Keputusan Berkunjung.

Hasil uji F pada tabel IV-13 di atas, menunjukkan bahwa hasil perhitungan diperoleh angka F_{hitung} sebesar 49,907 > F_{table} sebesar 2,76 dengan probabilitas signifikansi $0,000 < 0,05$ dan hasil ini menyatakan Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Berkunjung di Objek Wisata Benteng Van Der Wijck Gombong.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil uji R Square analisis program SPSS dapat diterangkan dengan tabel berikut :

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.781(a)	.609	.597	2.42127

a Predictors: (Constant), Lokasi(X3), Kualitas pelayanan(X1), Fasilitas
Berdasarkan tabel IV-14 di atas, hasil pengujian menunjukan bahwa nilai $Adjusted R^2$ sebesar 0,597 artinya 59,7% variabel Keputusan Berkunjung dapat dijelaskan oleh variabel Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi, sedangkan sisanya sebesar $(100\% - 59,7\%)$ atau 40,3% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak ada dalam model penelitian ini.

5. Implikasi Manajerial

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi. Implikasi yang disarankan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Berkunjung

Pengujian hipotesis pertama untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Berkunjung. Hasil dari penelitian menunjukkan tidak ada pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Berkunjung dengan hasil uji t 0,327 atau 32,7 % dengan taraf taraf signifikansi sebesar $0,744 > 0,05$. Kontribusi dari analisis diatas adalah penelitian ini membuktikan bahwa Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung di Objek Wisata Benteng Van Der Wijck Gombong. Zeithaml (1998) berpendapat bahwa kualitas pelayanan merupakan hasil penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan layanan secara menyeluruh. Karena peningkatan kualitas pelayanan tidak akan meningkatkan keputusan berkunjung, maka pengelola tidak perlu berfokus dalam peningkatan pelayanan, lebih baik memperbaiki dalam hal fasilitas wisata di objek wisata Benteng Van Der Wijck Gombong.

b) Pengaruh Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung

Pengujian hipotesis kedua dilakukan untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap keputusan berkunjung. Hasil dari penelitian menunjukkan ada pengaruh fasilitas terhadap keputusan berkunjung dengan hasil uji hasil uji t 9,603 atau 96,03 % dengan taraf signifikan $0,000 < 0,05$. Peneliti ini membuktikan bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. (Raharjani,2005) menyatakan bahwa apabila suatu perusahaan jasa mempunyai fasilitas yang memadai sehingga dapat memudahkan konsumen dalam menggunakan jasanya dan membuat nyaman konsumen dalam menggunakan jasanya tersebut maka akan dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian jasa. Studi ini memperkuat penelitian Ari Budi Sulistiono (2010) yang menyatakan bahwa fasilitas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berkunjung. Karena peningkatan fasilitas mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan, maka pihak pengelola harus meningkatkan fasilitas, karena fasilitas yang lengkap, rapih dan bersih serta aman dan mudah digunakan akan meningkatkan keputusan berkunjung di objek wisata Benteng Van Der Wijck Gombong.

c) Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Berkunjung

Pengujian hipotesis ketiga dilakukan untuk mengetahui pengaruh Lokasi terhadap keputusan berkunjung. Hasil dari penelitian menunjukkan terdapat pengaruh lokasi terhadap keputusan berkunjung dengan hasil uji t 2,158 atau 21,58 % dengan taraf signifikan $0,033 < 0,05$. Artinya lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Pemilihan lokasi untuk berbisnis harus dilakukan secara hati-hati. Meskipun kesuksesan tidak hanya bergantung pada lokasi bisnis, tetapi

faktor lokasi akan mempengaruhi kesuksesan sebuah bisnis. Pelanggan selalu mempertimbangkan berwisata dengan melihat faktor lokasi yang sesuai, karenanya para pelaku bisnis harus mempertimbangkan hal-hal strategis dalam penentuan lokasi. Karena lokasi yang strategis berkaitan terhadap keputusan berkunjung ke suatu objek wisata. Jika jasa yang ditawarkan jauh dari konsumen dan membutuhkan waktu dan akses lama, maka konsumen akan enggan melakukan kunjungan. Hal ini memperkuat penelitian yang dilakukan Anjar Hari Kiswanto (2011) yang menyatakan lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung. Karena peningkatan lokasi akan mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Benteng Van Der Wijck Gombong, maka pengelola harus memperhatikan, akses menuju lokasi serta petunjuk jalan yang jelas sehingga untuk memudahkan wisatawan agar keputusan berkunjung meningkat.

d) Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Fasilitas secara simultan terhadap Keputusan Berkunjung

Pengujian hipotesis ke empat dilakukan untuk mengetahui hubungan kualitas pelayanan, lokasi, dan fasilitas secara simultan terhadap keputusan berkunjung dengan hasil uji F hasil perhitungan diperoleh angka $F_{hitung} 49,907 > F_{table} 2,76$ dengan probabilitas signifikansi $0,000 < 0,05$ dan hasil ini menyatakan Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung secara simultan di Objek Wisata Benteng Van Der Wijck Gombong. Hasil pengujian koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R²* sebesar 0,597 artinya 59,7% variabel Keputusan Berkunjung dapat dijelaskan oleh variabel Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi, sedangkan sisanya sebesar (100% - 59,7%) atau 40,3% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak ada dalam model penelitian ini. Hal ini memperkuat penelitian yang dilakukan Mega Yuliani (2013) dengan hasil kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan berkunjung. Hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi memiliki pengaruh positif yang cukup besar terhadap keputusan berkunjung yang artinya setiap kenaikan kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi secara bersama akan diikuti peningkatan keputusan berkunjung di objek wisata Benteng Van Der Wicjk Gombong

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang terkumpul dari kuesioner mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi terhadap Keputusan Berkunjung wisatawan di objek Wisata Benteng Van Der Wijck Gombang, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung di objek wisata Benteng Van Der Wijck Gombang, artinya peningkatan kualitas pelayanan tidak akan mempengaruhi tingkat kunjungan wisatawan dan penurunan kualitas pelayanan juga tidak akan mempengaruhi tingkat kunjungan wisatawan di Benteng Van Der Wijck Gombang.
2. Variabel fasilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung di Benteng Van Der Wijck Gombang, artinya fasilitas yang lengkap dengan kondisi yang baik dan mudah digunakan akan membuat pengunjung merasa puas dan nyaman dalam melakukan kunjungan, hal ini juga berpengaruh terhadap minat berkunjung di objek wisata tersebut. Jika fasilitas baik maka akan berpengaruh terhadap peningkatan keputusan berkunjung, sebaliknya jika fasilitas kurang baik, maka keputusan berkunjung menurun.
3. Variabel lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Benteng Van Der Wijck Gombang, berarti lokasi yang strategis dengan petunjuk jalan yang jelas dan akses menuju lokasi baik akan menarik konsumen mengunjungi suatu objek wisata. Jika lokasi baik maka akan berpengaruh terhadap peningkatan keputusan berkunjung, sebaliknya jika lokasi kurang baik, maka keputusan berkunjung menurun.
4. Variabel kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Benteng Van Der Wijck Gombang.

B. Saran

1. Bagi Perusahaan

Saran yang dapat penulis sampaikan untuk meningkatkan Keputusan Berkunjung wisatawan di Objek Wisata adalah sebagai berikut:

- a) Berdasarkan hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung, maka pengelola tidak perlu berfokus dalam peningkatan pelayanan, lebih baik berfokus terhadap benteng dan fasilitasnya.
- b) Berdasarkan hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel fasilitas merupakan variabel paling dominan yang mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan. Sebaiknya Benteng Van Der Wijck menambah atau memperbarui fasilitas dengan *trend* masa kini agar keputusan berkunjung meningkat.

- c) Hasil analisis data menunjukkan lokasi berpengaruh terhadap keputusan berkunjung, maka pengelola harus memperhatikan lokasi dengan memperbaiki akses menuju lokasi dan petunjuk jalan yang jelas sehingga keputusan berkunjung di objek wisata Benteng Van Der Wijck Gombong meningkat.
- d) Hasil kuesioner menunjukkan bahwa pengunjung kurang nyaman dengan tempat parkir. Pihak pengelola harus memperhatikan lahan tempat parkir dan merenovasi kembali.
- e) Pihak pengelola harus lebih menjaga kebersihan lingkungan Benteng Van Der Wijck Gombong, karena kebersihan lingkungan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung. Diharapkan menambah jumlah tempat sampah di setiap sudut lokasi.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian selanjutnya disarankan untuk meneliti variabel-variabel lain selain dari variabel kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi sehingga dapat memperkuat penilaian konsumen dalam melakukan keputusan berkunjung di Objek Wisata Benteng Van Der Wijck Gombong serta untuk ilmu pengetahuan dalam bidang pemasaran.

3. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini terbatas pada variabel kualitas pelayanan, fasilitas, lokasi di objek wisata Benteng Van Der Wijck Gombong sehingga untuk peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel bebas (X) diluar penelitian ini yang mungkin berpengaruh terhadap keputusan berkunjung seperti variabel promosi, destinasi, harga dan lain-lain

DAFTAR PUSTAKA

- Algifari. 2000. *Statistika Induktif*. Yogyakarta:UPP AMP YKPN.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta:Rineka Cipta.
- Ghozali, Imam. 2006. “*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*”.Semarang:Badan Penerbit Undip.
- Kotler, P dan AB Susanto. 2000. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta:Salemba Empat.
- Kotler, P dan Amstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1*. Jakarta:Erlangga.
- Kotler, P dan Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua Belas, Cetakan Ketiga*. Jakarta:PT. Index.
- Lamb, Charles W dan Joseph F Hair. 2001. *Pemasaran*. Jakarta:Salemba Empat.
- Manulang. 1990. *Manajemen Personalia*. Medan:Ghalia Indonesia.
- McDaniel, Lamb Hair. 2001. *Pemasaran. Edisi Pertama*. Jakarta:Salemba Empat.
- Mowen, John dan Michael. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta:Erlangga.
- Rambat, Lupiyoadi. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. Jakarta:Salemba Empat.
- Schiffman, Leon dan Lesslie Lazar Kanuk. 2007. *Perilaku Konsumen Diterjemahkan oleh Zoelkifli Kasip Edisi Ketiga*. Jakarta:PT.Indeks.
- Simammora, Bilson. 2004. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta:Salemba Empat.
- Sugiarto, dkk. 2001. *Teknik Sampling*. Jakarta:PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung:Alfabeta.
- _____. 2005. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung:Alfabeta.

- Swasta, Basu & Irwan. 1999. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta:Liberty
- Swasta, Basu & Hani Handoko. 2000. *Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta:BPFE.
- Tjiptono, Fandy. 2007. *Strategi Pemasaran Jasa. Edisi ke dua*. Yogyakarta:Andi.
- Yoeuti, Oka A. 1985. *Budaya Tradisional yang Nyaris Punah*. Jakarta:Departemen Pendidikan dan Kebudayaan.