

## **BAB V**

### **PEMBAHASAN**

Setelah melakukan penelitian langsung dengan menyebar angket yang diajukan kepada pengunjung wisata Bukit Bunda di Kabupaten Blitar. Kemudian peneliti mengolah data hasil jawaban angket yang telah diisi oleh responden. Dalam pengolahan data hasil jawaban angket tersebut peneliti menggunakan aplikasi IBM SPSS 22.0, maka tujuan yang akan dikemukakan oleh peneliti adalah untuk menjelaskan :

#### **A. Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung di Wisata Bukit Bunda Kabupaten Blitar**

Dari hasil uji t yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa daya tarik wisata secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung di wisata Bukit Bunda Kabupaten Blitar. Dari hasil perhitungan koefisien regresi diperoleh dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $3,971 > 1,986$  dan  $sig\ 0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan terima  $H_1$ , koefisien regresi diperoleh dengan tingkat signifikansi lebih kecil dari  $\alpha$  (5%). Nilai koefisien beta adalah positif, yang berarti bahwa daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung di wisata Bukit Bunda Kabupaten Blitar.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Stephanny Lopian Dkk, dengan judul “Pengaruh *Advertising* dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Wisatawan Mengunjungi Obyek Wisata Pantai Firdaus Di Kabupaten Minahasa Utara”. Berdasarkan hasil penelitian

menyimpulkan bahwa daya tarik wisata berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan wisatawan mengunjungi obyek Wisata Pantai Firdaus di Kabupaten Minahasa Utara.

Dari fakta penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa daya tarik wisata merupakan faktor yang tidak terpisah oleh keputusan berkunjung wisatawan, karena besar kecilnya nilai signifikan daya tarik wisata akan berpengaruh terhadap meningkat tidaknya jumlah pengunjung untuk berlibur di tempat tersebut. Daya tarik produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan pedagang/penjual untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar.<sup>55</sup> Undang-Undang No.10 Tahun 2009 menjelaskan bahwa daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.<sup>56</sup>

Berdasarkan hasil penelitian daya tarik wisata berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung di wisata Bukit Bunda Kabupaten Blitar karena para wisatawan tertarik dan menikmati dengan penawaran yang diberikan oleh pihak pengelola mulai dari keindahan alam di atas bukit, spot-spot foto yang menarik dan unik serta wahana off-road, flying fox dan kolam renang untuk anak-anak.

---

<sup>55</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi Ketiga, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2007), Hal.36

<sup>56</sup> [www.kemenpar.go.id](http://www.kemenpar.go.id), *Undang-Undang Dasar No 10 Tahun 2009*, Diakses Pada Tanggal 10-07-2018 Pukul 14:00

## **B. Pengaruh Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung di Wisata Bukit Bunda Kabupaten Blitar**

Dari hasil uji t yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa fasilitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung di wisata Bukit Bunda Kabupaten Blitar. Dari hasil perhitungan koefisien regresi diperoleh dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $3,094 > 1,986$  dan  $sig$   $0,003 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan terima  $H_2$ , koefisien regresi diperoleh dengan tingkat signifikansi lebih kecil dari  $\alpha$  (5%). Nilai koefisien beta adalah positif, yang berarti bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisata Bukit Bunda di Kabupaten Blitar.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Helena Sirait, dengan judul “Pengaruh Harga dan Fasilitas Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Bukit Gibeon Kecamatan Ajibata Kabupaten Toba Samosir”. Berdasarkan hasil penelitian menyimpulkan bahwa fasilitas berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Bukit Gibeon.

Dari fakta penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa fasilitas merupakan faktor yang tidak terpisah oleh keputusan berkunjung wisatawan, karena besar kecilnya nilai signifikan fasilitas akan berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Fasilitas adalah sarana untuk melancarkan dan memudahkan pelaksanaan suatu fungsi. Fasilitas juga alat untuk membedakan program lembaga yang satu dengan pesaing yang lainnya. Salah satu hal penting untuk pengembangan pariwisata adalah melalui fasilitas (kemudahan).

Tidak jarang wisatawan berkunjung kesuatu tempat atau daerah atau negara, karena tertarik oleh kemudahan-kemudahan yang bisa diperoleh melalui fasilitas. Fasilitas juga berperan penting untuk keinginan seseorang berkunjung ketempat tersebut. Fasilitas adalah segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik yang disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen.<sup>57</sup> Fasilitas yang membuat konsumen merasa nyaman memang penting. Namun bukanlah fasilitas yang menonjolkan kemewahan. Ketersediaan fasilitas yang diberikan akan membuat konsumen menjadi merasa betah untuk menikmati keadaan lingkungan sekitar.

Berdasarkan hasil penelitian fasilitas berpengaruh signifikan terhadap minat kunjung wisata Bukit Bunda di Kabupaten Blitar karena dengan fasilitas yang diberikan baik akses jalan yang mudah, tempat makan, toilet, tempat ibadah, gazebo, tempat parkir serta penunjang lainnya untuk memudahkan pengunjung untuk berwisata ke tempat tersebut. Dengan adanya fasilitas yang diberikan maka para pengunjung merasa nyaman dan mudah untuk menikmati keindahan alam di wisata Bukit Bunda Kabupaten Blitar.

### **C. Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung di Wisata Bukit Bunda Kabupaten Blitar**

Dari hasil uji F yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa ada pengaruh secara simultan antara daya tarik wisata dan fasilitas terhadap keputusan berkunjung di wisata Bukit Bunda Kabupaten Blitar. Hal ini

---

<sup>57</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*. (Jakarta: Prehalindo, 2009), Hal.45

ditunjukkan dengan  $H_0$  ditolak dan terima  $H_1$ . Karena  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  ( $50,955 > 3,10$ ) atau signifikansi F yang lebih kecil dari nilai  $\alpha=5\%$ .

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Anjar Hari Kiswanto, dengan judul “Pengaruh Harga, Lokasi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Dampo Awang *Beach* Rembang”. Berdasarkan hasil penelitian menyimpulkan bahwa harga, lokasi dan fasilitas berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Objek Wisata Dampo Awang *Beach* Rembang.

Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan itu diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya.<sup>58</sup> Dari pengertian keputusan pembelian di atas dapat disimpulkan bahwa keputusan berkunjung adalah perilaku pembelian seseorang dalam menentukan suatu pilihan tempat wisata untuk mencapai kepuasan sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen yang meliputi pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian.

Dalam menciptakan keputusan berkunjung, maka penting bagi pemasar untuk mengetahui dan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan salah satunya yaitu dengan memperhatikan faktor daya tarik wisata dan fasilitas penunjang untuk memudahkan pengunjung untuk menikmati kawasan wisata tersebut. Ketika sesuatu yang

---

<sup>58</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Press, 2004), hal. 141

timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, dari sana timbul keinginan untuk membeli agar dapat memilikinya.