

## **BAB V**

### **PEMBAHASAN**

#### **A. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Makam Bung Karno Blitar**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di lapangan dapat diketahui bahwa dari kelima variabel yang meliputi *city branding*, harga, fasilitas, kualitas pelayanan, dan lokasi setelah dilakukan analisis faktor terdapat satu faktor yang mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Makam Bung Karno Blitar. Faktor tersebut terdiri dari harga, kualitas pelayanan, dan lokasi. Dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa faktor tersebut berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Makam Bung Karno Blitar. Sedangkan *city branding* dan fasilitas tidak dapat dijadikan variabel dalam penelitian ini karena tidak memenuhi persyaratan dalam uji analisis faktor.

##### **1. Pengaruh Faktor Harga Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Makam Bung Karno Blitar**

Dari hasil penelitian diketahui bahwa faktor harga merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan wisatawan dalam pengambilan keputusan berkunjung di objek wisata Makam Bung Karno Blitar. Penetapan harga merupakan keputusan kritis yang menunjang keberhasilan operasi organisasi profit maupun non profit. Harga merupakan faktor yang paling penting dan rumit, sehingga penetapan harga merupakan permasalahan

utama yang harus dihadapi. Kebijakan penetapan harga merupakan suatu keputusan sebuah perusahaan tentang harga yang akan diberlakukan dalam jangka waktu tertentu untuk memaksimalkan laba dan keuntungan. Harga yang terjangkau menjadikan objek wisata Makam Bung Karno tersebut dapat dijangkau oleh semua kalangan baik kalangan atas maupun kalangan bawah. Dari hasil uji analisis faktor dapat diketahui bahwa nilai *factor loading* untuk faktor harga adalah sebesar 0,848. Faktor harga menjadi faktor pertama yang memenuhi kriteria dalam analisis faktor.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Florentina Anna Trian Pertiwi (2018) yang berjudul Pengaruh Harga, Fasilitas Wisata, Dan Atraksi Wisata Terhadap Kepuasan Konsumen Objek Wisata Konservasi (Studi Pada Pengunjung Taman Safari Indonesia II Prigen Pasuruan). Hasil penelitian ini menyatakan bahwa harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.<sup>1</sup> Hasil dari penelitian ini juga didukung teori dari Tjiptono yang menyatakan jika harga tidak terjangkau oleh para pembeli sasarannya maka produk tidak akan diserap pasar. Semakin mahal harga maka semakin sedikit jumlah permintaan atas suatu produk dan sebaliknya.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Florentina Anna Trian Pertiwi, *Pengaruh Harga, Fasilitas Wisata, dan Atraksi Wisata Terhadap Kepuasan Konsumen Objek Wisata Konservasi (Studi pada Pengunjung Taman Safari Indonesia II Prigen Pasuruan)*, (Yogyakarta: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2018), hal. 110

<sup>2</sup> Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, (Yogyakarta: ANDI, 2014), hal. 194-195

## **2. Pengaruh Faktor Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Makam Bung Karno Blitar**

Dari hasil penelitian diketahui bahwa faktor kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan wisatawan dalam pengambilan keputusan berkunjung di objek wisata Makam Bung Karno Blitar. Kualitas pelayanan memegang peranan yang sangat penting bagi perusahaan dalam menghadapi pelanggan. Pelayanan yang memuaskan akan membuat pelanggan bertahan dan tidak kabur ke pesaing produk sejenis. Dengan kualitas pelayanan yang baik dapat menimbulkan kepuasan dan kenyamanan wisatawan. Pelayanan yang diberikan kepada konsumen meliputi pelayanan yang cepat dan memuaskan, menjawab pertanyaan-pertanyaan atau memberikan informasi, dan penanganan keluhan-keluhan yang berhubungan dengan produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Dari hasil uji analisis faktor dapat diketahui bahwa nilai *factor loading* untuk faktor kualitas pelayanan adalah sebesar 0,823. Faktor kualitas pelayanan menjadi faktor kedua yang memenuhi kriteria dalam analisis faktor.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian terdahulu dari Bellinda Sofia Nuraeni (2014) yang berjudul Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Kunjung Ulang Wisatawan Museum Ranggawarsita Semarang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan dalam mempengaruhi

minat kunjung ulang.<sup>3</sup> Penelitian ini relevan dengan teori yang dijelaskan oleh Parasuraman yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan akan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan.<sup>4</sup>

### **3. Pengaruh Faktor Lokasi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Makam Bung Karno Blitar**

Dari hasil penelitian diketahui bahwa faktor lokasi merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan wisatawan dalam pengambilan keputusan berkunjung di objek wisata Makam Bung Karno Blitar. Lokasi merupakan faktor yang penting karena dapat mempengaruhi kesuksesan suatu jasa, karena lokasi erat kaitannya dengan pasar potensial suatu perusahaan. Keputusan pemilihan lokasi berkaitan dengan komitmen jangka panjang terhadap aspek-aspek yang sifatnya kapital insentif, maka suatu perusahaan jasa harus benar-benar mempertimbangkan dan menyeleksi lokasi yang responsif terhadap perubahan-perubahan ekonomi, demografis, budaya, dan persaingan di masa mendatang. Lokasi yang strategis dapat memudahkan wisatawan dalam menjangkau objek wisata tersebut. Dari hasil uji analisis faktor dapat diketahui bahwa nilai *factor*

---

<sup>3</sup> Bellinda Sofia Nuraeni, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Kunjung Ulang Wisatawan Museum Ranggawarsita Semarang", *Jurnal Bisnis Strategi* Vol. 23 No. 1, 2014, hal. 16

<sup>4</sup> Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, (Yogyakarta: ANDI, 2013), hal. 100

*loading* untuk faktor lokasi adalah sebesar 0,789. Faktor lokasi menjadi faktor ketiga yang memenuhi kriteria dalam analisis faktor.

Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian terdahulu dari Anjar Hari Kiswanto (2011) yang berjudul Pengaruh Harga, Lokasi, dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Dampo Awang *Beach* Rembang. Hasil dari penelitian tersebut menyatakan bahwa faktor harga, lokasi, dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan berkunjung pada Objek Wisata Dampo Awang *Beach* Taman Rekreasi Pantai Kartini Rembang.<sup>5</sup> Hasil penelitian ini didukung teori dari Tjiptono yang menyatakan bahwa lokasi berpengaruh terhadap dimensi-dimensi pemasaran strategik, seperti fleksibilitas, *competitive positioning*, manajemen permintaan, dan fokus strategik. Fleksibilitas suatu lokasi merupakan ukuran sejauh mana sebuah jasa mampu bereaksi terhadap situasi perekonomian yang berubah.<sup>6</sup>

## **B. Faktor Dominan yang Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Makam Bung Karno Blitar**

Hasil dari analisis faktor dengan menggunakan pengujian SPSS 16.0 menunjukkan bahwa faktor harga menjadi faktor yang mendominasi atau yang paling dipertimbangkan dalam mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Makam Bung Karno Blitar. Faktor harga

---

<sup>5</sup> Anjar Hari Kiswanto, *Pengaruh Harga, Lokasi, dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Dampo Awang Beach Rembang*, (Semarang: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2011), hal. 82

<sup>6</sup> Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa...*, hal. 158-159

merupakan faktor pertama yang terbentuk dengan nilai *factor loading* sebesar 0,848 dan lebih besar dari nilai *factor loading* faktor lainnya yaitu faktor kualitas pelayanan sebesar 0,823 dan faktor lokasi sebesar 0,789.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Basu Swastha yang menyatakan bahwa harga suatu barang atau jasa merupakan penentu bagi permintaan pasarnya. Harga dapat mempengaruhi posisi persaingan perusahaan dan juga mempengaruhi *market share*-nya.<sup>7</sup> Jadi dapat disimpulkan bahwa faktor harga merupakan faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Makam Bung Karno Blitar.

---

<sup>7</sup> Basu Swastha, *Azas-Azas Marketing*, (Yogyakarta: Liberty Offset, 2002), hal. 147