



**PENGARUH LOKASI, KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG
(Studi pada Wisatawan Ledok Amprong di Kabupaten Malang)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh:

Ryanda Titanio Yunarsyah

21901081291



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

2023

ABSTRAK

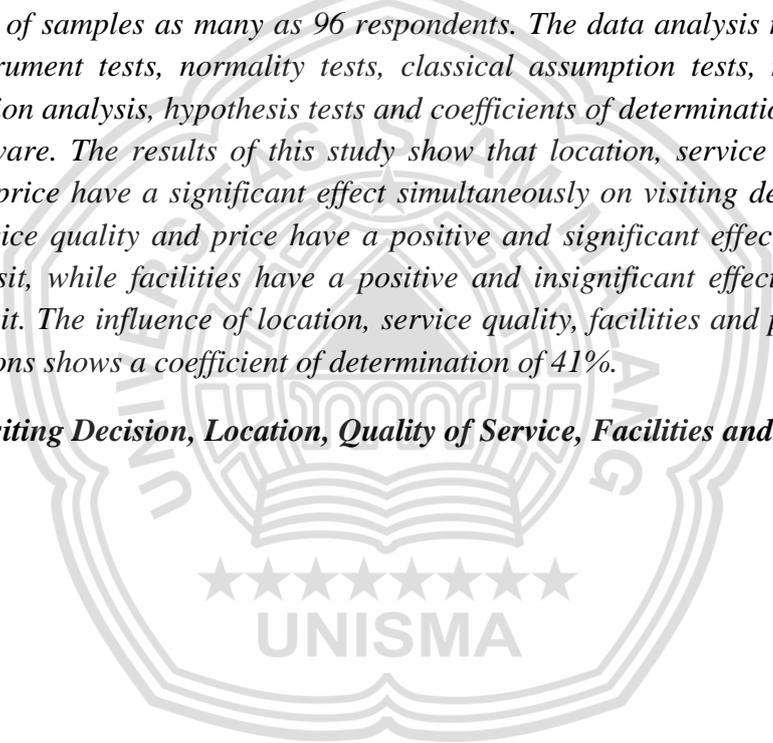
Pada zaman sekarang ini berwisata sudah menjadi bagian dari gaya hidup untuk mengurangi kejenuhan dan menyegarkan pikiran dari rutinitas setiap hari. Penetapan lokasi yang terjangkau, kualitas pelayanan yang baik, fasilitas yang memadahi dan harga yang terjangkau menjadi faktor penting dalam mempengaruhi keputusan berkunjung. Tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh lokasi, kualitas pelayanan, fasilitas dan harga terhadap keputusan berkunjung. Penelitian ini dilakukan pada wisatawan Ledok Amprong di Kabupaten Malang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *metode non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Penentuan jumlah sampel sebanyak 96 responden. Metode analisis data yang digunakan yakni uji intrumen, uji normalitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji hipotesis dan koefisien determinasi dengan menggunakan software SPSS 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa lokasi, kualitas pelayanan, fasilitas dan harga berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan berkunjung. Lokasi, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung, sedangkan fasilitas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan berkunjung. Pengaruh lokasi, kualitas pelayanan, fasilitas dan harga terhadap keputusan berkunjung menunjukkan nilai koefisien determinasi sebesar 41%.

Kata Kunci : Keputusan Berkunjung, Lokasi, Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Harga.

ABSTRACT

In this day and age, traveling has become part of a lifestyle to reduce boredom and refresh the mind from daily routines. Affordable location, good service quality, adequate facilities and affordable prices are important factors in influencing the decision to visit. The purpose of this study is to determine the influence of location, service quality, facilities and prices on visiting decisions. This research was conducted on Ledok Amprong tourists in Malang Regency. This study used a quantitative approach with sampling techniques using non-probability sampling methods with purposive sampling techniques. Determination of the number of samples as many as 96 respondents. The data analysis methods used are instrument tests, normality tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, hypothesis tests and coefficients of determination using SPSS 25 software. The results of this study show that location, service quality, facilities and price have a significant effect simultaneously on visiting decisions. Location, service quality and price have a positive and significant effect on the decision to visit, while facilities have a positive and insignificant effect on the decision to visit. The influence of location, service quality, facilities and price on visiting decisions shows a coefficient of determination of 41%.

Keywords: *Visiting Decision, Location, Quality of Service, Facilities and Price.*



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Sektor pariwisata di Indonesia mempunyai potensi yang sangat besar karena keberagaman dan keindahan alamnya. Pada zaman sekarang ini berwisata sudah menjadi bagian dari gaya hidup untuk mengurangi kejenuhan dan menyegarkan pikiran dari rutinitas setiap hari. Keberadaan sektor wisata diharapkan mampu untuk menangkat perekonomian masyarakat. Dari sisi ekonomi, wisata juga dapat menjadi sumber investasi dan sumber pendapatan bagi masyarakat, dengan berkembangnya wisata dapat juga mengangkat perekonomian masyarakat, membangun ekonomi masyarakat dan membuka lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat. Pariwisata merupakan aktivitas perjalanan yang dilakukan sementara waktudari tempat tinggal semula ke daerah tujuan dengan alasan bukan untuk menetap atau mencari nafkah melainkan hanya untuk memenuhi rasa ingin tahu, menghabiskan waktu senggang serta tujuan-tujuan lainnya (Koen, 2009).

Berkembangnya suatu wisata tidak terhindar dari keputusan wisatawan untuk memutuskan pilihannya berwisata ke suatu tempat wisata. Semakin banyak keputusan wisatawan untuk berkunjung ke suatu tempat wisata maka akan mempengaruhi pertumbuhan dan perkembangan tempat wisata. Keputusan berkunjung wisatawan sama dengan keputusan pembelian konsumen (Jalivand dkk., 2012). Sedangkan menurut Muksin dan Sunarti

(2018) keputusan pembelian atau keputusan berkunjung merupakan 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. Berdasarkan teori diatas maka diasumsikan bahwa keputusan berkunjung sama dengan keputusan pembelian konsumen. Dalam mempengaruhi keputusan berkunjung seora wisatawan terdapat beberapa faktor yang mempengaruhinya, dalam penelitian ini faktor yang mempengaruhi keputusan berkunjung yaitu lokasi, kualitas pelayanan, fasilitas dan harga.

Hal pertama yang harus diperhatikan yaitu pemilihan lokasi wisata. Menurut Alma (2016) menyatakan bahwa lokasi adalah tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya. Lokasi menjadi salah satu faktor penting di dalam perilaku konsumen, pemilihan tempat atau lokasi harus melakukan pertimbangan yang cermat agar konsumen dapat memutuskan untuk melakukan pembelian. Wisatawan sangat memperhatikan lokasi wisata untuk memutuskan perjalanan wisatanya, dalam hal ini wisatawan memperhatikan akses dan transportasi untuk menuju ke tempat wisata. Jika akses dan transportasi menuju ke lokasi mudah dijangkau maka wisatawan tidak ragu untuk memutuskan berkunjung ke tempat wisata.

Selain itu wisatawan juga memperhatikan pada sisi kualitas pelayanan yang diberikan oleh pengelola wisata. Menurut Wyckof dalam Tjiptono (2005) berpendapat bahwa Kualitas jasa merupakan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dalam pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan yang diterima oleh wisatawan akan mempengaruhi perilaku wisatawan. Bagi perusahaan yang bergerak di sektor jasa, pemberian pelayanan yang berkualitas pada pelanggan merupakan hal mutlak yang harus dilakukan apabila perusahaan ingin mencapai keberhasilan. Kualitas pelayanan yang baik akan menimbulkan citra positif bagi tempat wisata dan mendorong pertumbuhan dari tempat wisata tersebut.

Menurut Tjiptono (2007) fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum jasa ditawarkan kepada konsumen. Seringkali wisatawan yang berkunjung ke suatu tempat atau daerah atau negara, karena tertarik oleh kemudahan yang bisa diperoleh melalui fasilitas. Fasilitas merupakan sesuatu yang sangat penting dalam usaha jasa terutama yang bergerak pada sektor pariwisata. Fasilitas yang diberikan oleh pihak wisata harus sesuai dengan standarisasi sehingga mampu memberikan kenyamanan dan keamanan bagi wisatawan, karena nantinya fasilitas akan dirasakan langsung oleh wisatawan. Sehingga penyediaan fasilitas harus sesuai dan mampu memenuhi harapan dan kebutuhan dari wisatawan.

Harga merupakan jumlah semua nilai konsumen yang ditukarkan dalam rangka mendapatkan manfaat dan memiliki atau menggunakan suatu barang

ataupun jasa (Kotler dan Armstrong, 2012). Dapat disimpulkan bahwa harga adalah nilai yang dipertukarkan berupa suatu barang atau jasa yang menentukan keputusan pembelian, khususnya dalam penelitian ini melakukan keputusan berkunjung ke tempat wisata yang diharapkan dapat memenuhi kebutuhan atau keinginan wisatawan. Penentuan harga juga harus memperhatikan beberapa hal, diantaranya keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan produk jasa dan harga harus mampu bersaing dengan pihak wisata lainnya.

Wisata *adventure* adalah jenis pariwisata yang mempunyai risiko-risiko tertentu dan membutuhkan persiapan serta keamanan yang dapat menjamin wisatawan. Wisatawan *adventure* mempunyai karakteristik yang berbeda dengan wisata lainnya, oleh karena itu wisatawan harus sudah siap untuk melakukan perjalanan wisata yang mempunyai tantangan, sehingga diharapkan wisatawan dapat bersenang-senang dan mendapatkan petualangan baru. Penelitian ini akan dilakukan pada wisatawan Ledok Amprong sebagai objek penelitian. Ledok Amprong adalah tempat wisata yang menyediakan wisata *adventure* seperti *river tubing*, *camping* dan *outbond*.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Setiadi yang berjudul “Pengaruh Harga, Lokasi dan Fasilitas Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan (Studi pada Objek Wisata Pantai Tiga Warna di Kabupaten Malang)” variabel independen yaitu Harga, Lokasi dan Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Sedangkan penelitian menurut Adilarif yang berjudul “Pengaruh Daya Tarik

Wisata, Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan pada Taman Nasional Bromo Tengger Semeru” variabel lokasi tidak signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada Taman Nasional Bromo Tengger Semeru. Menurut Nuryanto yang melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Berkunjung di Museum Tubuh The Bagong Adventure Jawa Timur Park 1” variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Menurut Endarwita yang melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pengunjung Objek Wisata Linjuang di Kota Lubuk Sikaping” lokasi dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan, secara parsial lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengunjung, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengunjung.

Dengan latar belakang diatas maka peneliti mengambil judul “Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Harga Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi pada Wisatawan Ledok Amprong di Kabupaten Malang)”.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas , maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh lokasi, kualitas pelayanan, fasilitas dan harga secara simultan terhadap keputusan berkunjung pada wisatawan Ledok Amprong?

2. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap keputusan berkunjung pada wisatawan Ledok Amprong?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan berkunjung pada wisatawan Ledok Amprong?
4. Bagaimana pengaruh fasilitas terhadap keputusan berkunjung pada wisatawan Ledok Amprong?
5. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan berkunjung pada wisatawan Ledok Amprong?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh lokasi, kualitas pelayanan, fasilitas dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan berkunjung pada wisatawan Ledok Amprong.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh lokasi terhadap keputusan berkunjung pada wisatawan Ledok Amprong.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan berkunjung pada wisatawan Ledok Amprong.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh fasilitas terhadap keputusan berkunjung pada wisatawan Ledok Amprong.

5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan berkunjung pada wisatawan Ledok Amprong.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat :

a. Secara Praktis

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi pihak Wisata Ledok Amprong mengenai pentingnya lokasi, kualitas pelayanan, fasilitas dan harga terhadap keputusan berkunjung.

b. Secara Teoritis

Penelitian ini dapat menjadi acuan untuk menganalisa dan menambah ilmu pengetahuan khususnya tentang lokasi, kualitas pelayanan, fasilitas dan harga untuk mengembangkan bisnis. Selain itu penelitian ini dapat menjadi referensi bagi pihak-pihak yang berkepentingan dalam penelitian ini.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Harga terhadap Keputusan Berkunjung (Studi pada Wisatawan Ledok Amprong di Kabupaten Malang) maka dapat disimpulkan bahwa :

- a. Lokasi, kualitas pelayanan, fasilitas dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung.
- b. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung.
- c. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung.
- d. Fasilitas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan berkunjung.
- e. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Adapun yang menjadi keterbatasan dalam penelitian ini yakni sebagai berikut :

- a. Faktor yang mempengaruhi keputusan berkunjung hanya terdiri dari 4 variabel independen yaitu lokasi, kualitas pelayanan, fasilitas dan

harga, sedangkan masih banyak faktor lain yang mempengaruhi keputusan berkunjung.

- b. Data primer yang digunakan hanya menggunakan kuesioner tanpa dilengkapi wawancara langsung dengan responden.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Harga Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi pada Wisatawan Ledok Amprong di Kabupaten Malang) maka saran yang dapat peneliti sampaikan yaitu :

- a. Bagi program studi Manajemen, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan serta menjadi referensi dalam pengembangan penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan lokasi, kualitas pelayanan, fasilitas, harga dan keputusan berkunjung.
- b. Bagi peneliti selanjutnya, dapat menggunakan faktor lain yang mempengaruhi keputusan berkunjung dengan objek penelitian yang berbeda serta metode penelitian yang berbeda, agar informasi atau hasil yang didapatkan lebih bervariasi. Diharapkan bagi peneliti selanjutnya tidak menggunakan model yang sama dikarenakan penelitian ini mempunyai nilai simultan yang kecil.
- c. Bagi pelaku bisnis, diharapkan dengan penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi bagi pihak wisata ledok amprong, seperti memperhatikan tentang lokasi, kualitas pelayanan, fasilitas dan harga

yang berguna untuk mengembangkan bisnis sehingga dapat lebih dikenal oleh wisatawan.



DAFTAR PUSTAKA

- Adilarif, M. B. (2020). *Pengaruh Daya Tarik Wisata, Lokasi, Dan Harga Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Taman Nasional Bromo Tengger Semeru.*
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa.* Alfabeta. .
- Endarwita, E. (2020). *Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pengunjung Objek Wisata Linjuang Di Kota Lubuk Sikaping. Jurnal Apresiasi Ekonomi, 8(3), 500-510.*
- Jalivand, Mohammad, R., & Neda, S. (2012). *The Effect of Electronic Word of Mouth on Brand Image and Purchase Intention: An empirical study in the automobile industry in Iran.* Marketing Intelligence dan Planning, Vol. 30(Iss:4).
- Koen, M. (2009). *Pengertian Pariwisata.* Jakarta: Unesco Office.
- Kotler, Amstrong. (2012). *Prinsip Prinsip Pemasaran. Jilid 1 Edisi 13.* Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama.
- Kotler, P. (2011). *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian.* Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa.* Jakarta : Salemba Empat.
- Martono, Nanang. (2015). *Metode Penelitian Sosial.* Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Muksin, D. M., & Sunarti. (2018). *Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Ekowisata Mangrove Wonorejo Surabaya.* Jurnal Administrasi Bisnis (JAB).
- Narimawati, Umi. (2010). *Penulisan Karya Ilmiah :Panduan Awal Menyusun Skripsi dan Tugas Akhir Aplikasi pada Fakultas Ekonomi UNIKOM.* Bekasi: Genesis. Vol. 5 No.6 Agustus-September 2006.
- Nuryanto, D.(2018). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan berkunjung di Museum Tubuh The Bagong Adventure Jawa Timur Park 1.*

- Pitana, I Gde dan Putu G. Gayatri. (2005). *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta : Andi.
- Priyatno, D. (2014). *SPSS 22 : Pengolah Data Terpraktis*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Sammeng, Andi Mappi. (2001), *Cakrawala Pariwisata*. Jakarta : Balai Pustaka.
- Setiadi, B. (2018). *Pengaruh Harga, Lokasi, dan Fasilitas Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan (Studi pada Objek Wisata Pantai Tiga Warna di Kabupaten Malang)*.
- Sirait, H. (2017). *Pengaruh Harga Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Bukit Gibeon Kecamatan Ajibata Kabupaten Toba Samosir*.
- Sujarweni, Wiratna. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru.
- Sumayang, L. (2003). *Dasar-dasar Manajemen Produksi dan Operasi*. Jakarta: Salemba.
- Swastha, Basu dan T. Hani Handoko. (2012). *Manajemen Pemasaran : Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : BPFE.
- Tjiptono, Fandy.(2005). *Pemasaran Jasa, Edisi pertama*. Malang: Bayu Media Publishing. .
- Tjiptono, Fandy.(2007). *Strategi Pemasaran* (Andy (ed.); Pertama). Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy.(2015). *Strategi Pemasaran. Edisi 4*. Yogyakarta : Andi Offset.