

PENGARUH FASILITAS DAN HARGA TIKET TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI AIR TERJUN SIKULIKAP

Gaby A Perbina Br Milala¹, Sarah Rouli Tambunan², Netty³

Manajemen Bisnis^{1,2,3}, Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Medan

gaby.perbina@studentpolmed.ac.id¹, sarahroulitambunan@polmed.ac.id², netty@polmed.ac.id³

ABSTRAK

Peningkatan jumlah berkunjung wisatawan di tahun 2021 di destinasi wisata alam Air Terjun Sikulikap menjadi fenomena dalam penelitian ini. Tidak hanya daya tarik alam, fasilitas dan harga tiket juga memiliki pengaruh dalam meningkatnya jumlah kunjungan tersebut. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh fasilitas dan harga tiket terhadap keputusan berkunjung di destinasi wisata alam Air Terjun Sikulikap. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif yang meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis (uji t, uji F, dan uji analisis koefisien determinasi (R^2)). Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda, dengan jumlah responden 100 orang. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah menyebarkan kuisioner, dan studi pustaka. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa fasilitas dan harga tiket secara simultan berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan di destinasi wisata alam Air Terjun Sikulikap. Kedua variabel bebas tersebut secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung di destinasi wisata alam Air Terjun Sikulikap.

Kata Kunci : Fasilitas, Harga Tiket, Keputusan Berkunjung

PENDAHULUAN

Salah satu destinasi yang mulai bangkit kembali adalah Air Terjun Sikulikap atau biasa disebut dengan Sampuren Sikulikap. Air Terjun Sikulikap ini merupakan salah satu destinasi wisata alam yang sangat populer di tahun 80-90an. Akan tetapi, kurangnya perhatian dari pihak Dinas Pariwisata Kabupaten Karo membuat nama Air Terjun Sikulikap perlahan meredup. Pada awal tahun 2019 destinasi wisata ini dikelola kembali oleh Ardian Surbakti S.E dan Kristian Ginting S.Hut berkerjasama dengan UPT. Tahura Bukit Barisan.

Destinasi wisata alam Air Terjun Sikulikap merupakan salah satu destinasi wisata yang sedang populer saat ini yang dikunjungi karena dilihat dari viralnya salah satu video TIKTOK yang di unggah oleh @jejezhuangofficial mengenai Air Terjun Sikulikap yang sudah dilihat 47.300 orang dengan like 401 dan komen 367. Video tersebut menampilkan suasana fasilitas utama yang disediakan oleh pengelola pada malam hari, fasilitas tersebut antara lain *café*, spot foto dan juga *camp ground*.

Pengelola Air Terjun Sikulikap tidak hanya menjual keindahan dari Air Terjun Sikulikap. Pengelola Air Terjun Sikulikap menyediakan fasilitas untuk memberikan kenyamanan wisatawan ketika mengunjungi Air Terjun Sikulikap. *Café* Sikulikap merupakan salah satu fasilitas yang disediakan oleh pengelola Air Terjun Sikulikap. *Café* ini menjadi daya tarik bagi wisatawan karena suasana disekitar *café* yang masih asri yang dikelilingi oleh pohon-pohon yang rindang. Bangunan yang dibuat dengan kayu menambah kesan yang tenang dan dekat dengan alam. Berikut gambar dari *café* di Air Terjun Sikulikap.



Gambar 1. Cafe Sikulikap
Sumber: Google Images

Berfoto di tempat wisata yang dikunjungi merupakan salah satu aktivitas yang menjadi trend pada saat ini. Dengan berfoto wisatawan dapat mengabadikan momen yang menyenangkan, mengepresikan dirinya dan menunjukkan eksistensinya di media sosial. Melihat fenomena ini pengelola Air Terjun Sikulikap menyediakan beberapa spot foto yang dapat digunakan oleh wisatawan untuk berfoto. Salah satunya yang paling populer ialah di jembatan hati. Jembatan hati merupakan salah satu spot foto yang menarik minat wisatawan apalagi jika di malam hari spot foto ini akan dikelilingi oleh hiasan lampu yang membuat hasil dari foto wisatawan lebih bagus lagi. Berikut salah satu spot foto yang banyak disukai oleh wisatawan.



Gambar 2. Spot Foto
Sumber: Google Image

Camp ground merupakan lahan untuk berkemah dengan luas $\pm 30\text{m}^2$ yang disediakan oleh pengelola Air Terjun Sikulikap untuk wisatawan yang ingin berkemah dengan suasana dikelilingi hutan pinus dan menikmati matahari tebit di pagi hari. Pihak pengelola Air Terjun Sikulikap tidak menyediakan tenda maka dari itu wisatawan yang ingin berkemah harus membawa tendanya sendiri. Lokasi *camp ground* tidak jauh dari letak lokasi café dan spot foto jembatan hati.



Gambar 3. *Camping Ground*
Sumber: Google Image

Dengan adanya fasilitas unggulan yang sudah dipaparkan diatas pihak pengelola Air Terjun Sikulikap diharapkan dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dan dapat memberikan kesan yang positif terhadap Air Terjun Sikulikap. Untuk menikmati fasilitas di atas pihak pengelola menetapkan harga tiket masuk ke Air Terjun Sikulikap. Adapun harga tiket yang berlaku di Air Terjun Sikulikap di mulai dari Rp5.000 untuk pejalan kaki, Rp20.000 untuk sepeda motor, dan Rp60.000 untuk mobil dengan harga tiket tersebut wisatawan sudah bisa menikmati seluruh fasilitas yang ada di Air Terjun Sikulikap. Wisatawan dibebaskan membawa bekal sendiri dan tidak diwajibkan membeli makanan dan minuman di tempat wisata Air Terjun Sikulikap. Pada dasarnya keputusan berkunjung ke suatu destinasi wisata berkaitan erat dengan perilaku konsumen. Adanya kecenderungan pengaruh fasilitas dan harga tiket terhadap keputusan berkunjung, mengisyaratkan bahwa manajemen yang digunakan oleh pengelola perlu mempertimbangkan aspek perilaku konsumen. Hal ini dibuktikan dari penelitian yang dilakukan oleh Helena Sirait (2018) yang menunjukkan bahwa fasilitas dan harga berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung.

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“PENGARUH FASILITAS DAN HARGA TIKET TERHADAP**

KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI DESTINASI WISATA ALAM AIR TERJUN SIKULIKAP KAB. KARO SUMATERA UTARA”.

Tujuan dari penelitian ini sebagai berikut: untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh fasilitas terhadap keputusan berkunjung di destinasi wisata alam Air Terjun Sikulikap, untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga tiket terhadap keputusan berkunjung di destinasi wisata alam Air Terjun Sikulikap, untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh fasilitas dan harga tiket terhadap keputusan berkunjung di destinasi wisata alam Air Terjun Sikulikap.

TINJAUAN PUSTAKA**Fasilitas**

Menurut Tjiptono dalam Isti Faradisa (2016:6) fasilitas adalah penyediaan perlengkapan-perengkapan fisik untuk memberi kemudahan kepada konsumen untuk melaksanakan aktivitas-aktivitas sehingga kebutuhan konsumen dapat terpenuhi. Sedangkan menurut Sulastiyono dalam Nicklouse (2015:172) mengatakan bahwa fasilitas adalah penyediaan perlengkapan-perengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para tamu dalam melaksanakan kegiatan-kegiatannya, sehingga kebutuhan-kebutuhan tamu dapat terpenuhi.

Menurut teori Spillane dalam Sasmita (2017:9), fasilitas dikelompokkan menjadi tiga bagian yaitu: (1) Fasilitas utama: penginapan, tempat makan, sarana hiburan, (2) Fasilitas pendukung: tempat parkir, sarana kebersihan, toilet umum dll, (3) Fasilitas penunjang: papan petunjuk arah, papan informasi, dll.

Menurut Sumayang (2003: 124) menjelaskan beberapa indikator yang perlu diperhatikan dalam penyediaan fasilitas antara lain: (1) Kelengkapan, kebersihan dan kerapian fasilitas yang ditawarkan, (2) Kondisi dan fungsi fasilitas yang akan ditawarkan, (3) Kemudahan menggunakan fasilitas yang ditawarkan.

Harga

Menurut Sulistiyana (2015:25) Harga adalah sejumlah yang dibebankan atau dikeluarkan atas sebuah produk atau jasa. Menurut Kotler & Armstrong (2013: 239), harga adalah jumlah uang yang dibebankan atas produk/jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk/jasa.

Menurut Kotler dan Armstrong (2013: 278) ada empat indikator yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu: (1) Keterjangkauan Harga, (2) Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Jasa, (3) Daya Tarik Harga, (4) Kesesuaian Harga Dengan Manfaat.

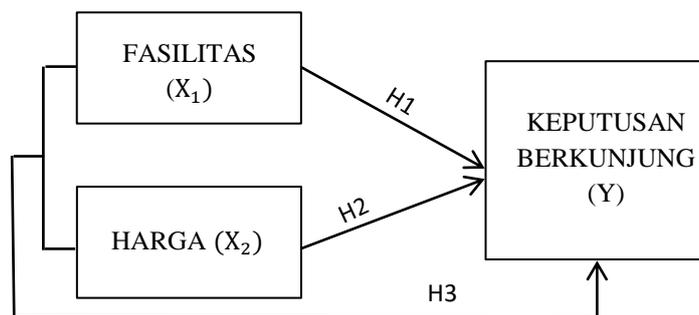
Keputusan Berkunjung

Pada dasarnya keputusan berkunjung ke suatu destinasi wisata berkaitan erat dengan perilaku konsumen. Perilaku konsumen merupakan unsur penting dalam kegiatan pemasaran pariwisata yang perlu diketahui oleh pihak pengelola, karena pengelola pada dasarnya tidak mengetahui mengenai apa yang ada di dalam pikiran konsumen pada waktu sebelum, sedang dan setelah melakukan kunjungan pada suatu destinasi wisata. Menurut Fandy Tjiptono (2019: 21) keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Berkunjung menurut Fandi Tjiptono dan Gregorius dalam Sukardi (2021: 11-12): (1) Promosi, (2) Harga, (3) Lokasi,(4) Fasilitas, (5) Pelayanan Karyawan, (6) Suasana.

Indikator keputusan berkunjung menurut Damanik dan Weber dalam (Hurriyati 2015:105) sebagai berikut: (1) *Destination Area* (Tempat Tujuan): *Destination Area* merupakan sub variabel dari yang

terdiri dari beberapa indikator diantaranya: Kaitan atau hubungan antara tujuan wisatawan dengan kebutuhan para wisatawan, dan ketersediaan informasi terkait tujuan wisatawan. (2) *Traveling Mode* (Tipe Perjalanan): *Traveling mode* merupakan sub variabel kedua dari keputusan berkunjung adapun indikator *Traveling mode* diantaranya: Akses transportasi untuk sampai tempat tujuan wisata, Keberagaman alat-alat transportasi yang tersedia, dan Kenyamanan dari alat-alat transportasi. (3) *Time and Cost* (Waktu dan Biaya): Indikator *Time and Cost* diantaranya, yaitu: Perjalanan wisata sesuai dengan waktu yang ditetapkan termasuk jam buka dan tutup dari pariwisata yang dituju, Perjalanan wisata tergantung pada biaya perjalanan, dan Perjalanan wisata tergantung pada waktu luang untuk melakukan perjalanan. (4) *Service Source* (Sumber Jasa): Indikator dari *service source* yaitu keberagaman dari jenis pelayanan seperti pemandu wisata, pusat souvenir, fotografer, dll.

Kerangka Pemikiran



Gambar 4. Kerangka Pemikiran

Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan sementara dari kebenaran pada suatu penelitian. Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H_{a1} : Adanya Pengaruh antara Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung ke Destinasi Wisata Alam Air Terjun Sikulikap.

H_{o1} : Tidak adanya Pengaruh antara Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung ke Destinasi Wisata Alam Air Terjun Sikulikap.

H_{a2} : Adanya Pengaruh antara Harga Tiket terhadap Keputusan Berkunjung ke Destinasi Wisata Alam Air Terjun Sikulikap.

H_{o2} : Tidak adanya Pengaruh antara Harga Tiket terhadap Keputusan Berkunjung ke Destinasi Wisata Alam Air Terjun Sikulikap.

H_{a3} : Adanya Pengaruh antara Fasilitas dan Harga Tiket terhadap Keputusan Berkunjung ke Destinasi Wisata Alam Air Terjun Sikulikap.

H_{o3} : Tidak adanya Pengaruh antara Fasilitas dan Harga Tiket terhadap Keputusan Berkunjung ke Destinasi Wisata Alam Air Terjun Sikulikap.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif mengenai kunjungan wisata ke destinasi wisata alam Air Terjun Sikulikap Kabupaten Karo Sumatera Utara. Populasi dalam penelitian ini jumlah wisatawan yang mengunjungi destinasi wisata alam Air Terjun Sikulikap pada tahun 2021 dengan jumlah 37.651 orang. Sampel dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan rumus *slovin* dengan hasil 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang dipakai dalam penelitian ini adalah teknik pengambilan sampel secara purposive sampling yang merupakan teknik untuk menentukan sampel penelitian dengan beberapa pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data yang diperoleh nantinya bisa lebih representatif (Sugiyono, 2020:83). Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik kuisioner yang disebarakan kepada responden.

Konferensi Nasional Sosial dan Engineering Politeknik Negeri Medan Tahun 2022

Penelitian ini menggunakan metode analisis linear berganda dengan bantuan software SPSS 16.0. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert dari 1-5, terdiri dari: (1) Sangat Tidak Setuju (STS), (2) Tidak Setuju (TS), (3) Kurang Setuju (KS), (4) Setuju (S), (5) Sangat Setuju (SS).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Di dalam penelitian lapangan yang telah dilakukan sesuai dengan teknik pengumpulan data bahwa ada 100 responden dalam penelitian ini dan dikelompokkan menjadi 3 karakteristik yaitu:

Tabel 1. Karakteristik responden berdasarkan usia

No.	Usia	Jumlah	Persentase
1.	15-20 tahun	18	18%
2.	21-25 tahun	61	61%
3.	26-30 tahun	21	21%
Total		100	100%

Sumber: Data primer diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 1. dapat diketahui bahwa usia yang terbanyak yang mengunjungi destinasi wisata alam Air Terjun Sikulikap adalah yang berusia 21-25 tahun yaitu sebanyak 61 orang atau 61% lalu diikuti dengan usia 26-30 tahun yaitu sebanyak 21 orang atau 21% dan usia 15-20 tahun yaitu sebanyak 18 orang atau 18%.

Tabel 2. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1.	Laki-laki	57	57%
2.	Perempuan	43	43%
Total		100	100%

Sumber: Data primer diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 2. menunjukkan bahwa responden dengan jenis kelamin Laki-laki lebih banyak daripada responden dengan jenis kelamin perempuan. Responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 57 orang dengan persentase 57% dan responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 43 orang dengan persentase 43%.

Tabel 3. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

No.	Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1.	Pelajar/Mahasiswa	63	63%
2.	PNS (Pegawai Negeri Sipil)	9	9%
3.	Karyawan Swasta	14	14%
4.	Pengusaha/Berdagang	8	8%
5.	Dan lain-lain	6	6%
Total		100	100%

Sumber: Data primer diolah, 2022

Hasil dari Tabel 3. bahwa data responden menurut pekerjaan yang paling banyak mengunjungi destinasi wisata alam Air Terjun Sikulikap adalah dominan Pelajar/Mahasiswa dengan jumlah 63 orang atau 63% dan setelah itu diikuti oleh responden dengan pekerjaan sebagai Karyawan Swasta dengan jumlah 14 orang atau 14%.

Uji Validitas

Tabel 4. Uji Validitas

Variabel	Indikator	r hitung	r tabel	Kriteria
Fasilitas (X ₁)	Item 1	0,751	0,1966	Valid
	Item 2	0,716	0,1966	Valid
	Item 3	0,591	0,1966	Valid
	Item 4	0,693	0,1966	Valid
	Item 5	0,796	0,1966	Valid
	Item 6	0,725	0,1966	Valid
	Item 7	0,662	0,1966	Valid
	Item 8	0,577	0,1966	Valid
	Item 9	0,573	0,1966	Valid
	Item 10	0,593	0,1966	Valid
	Item 11	0,695	0,1966	Valid
	Item 12	0,544	0,1966	Valid
	Item 13	0,743	0,1966	Valid
	Item 14	0,675	0,1966	Valid
Harga Tiket (X ₂)	Item 1	0,783	0,1966	Valid
	Item 2	0,729	0,1966	Valid
	Item 3	0,678	0,1966	Valid
	Item 4	0,771	0,1966	Valid
	Item 5	0,767	0,1966	Valid
	Item 6	0,538	0,1966	Valid
Keputusan Berkunjung (Y)	Item 1	0,688	0,1966	Valid
	Item 2	0,725	0,1966	Valid
	Item 3	0,679	0,1966	Valid
	Item 4	0,781	0,1966	Valid
	Item 5	0,683	0,1966	Valid
	Item 6	0,721	0,1966	Valid
	Item 7	0,763	0,1966	Valid
	Item 8	0,680	0,1966	Valid
	Item 9	0,733	0,1966	Valid
	Item 10	0,649	0,1966	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2022

Pada tabel 4 menunjukkan bahwa semua indikator adalah valid, hal ini ditandai dengan nilai r hitung > r tabel (0,1966).

Uji Reliabilitas

Tabel 5. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Alpha
Fasilitas (X ₁)	0,904	0,60
Harga Tiket (X ₂)	0,789	0,60
Keputusan Berkunjung (X ₃)	0,887	0,60

Sumber: Data primer diolah, 2022

Pada tabel 5 diatas menunjukkan bahwa semua indikator adalah reliabel, hal ini ditandai dengan nilai cronbach's alpha > 0,60.

Uji Normalitas

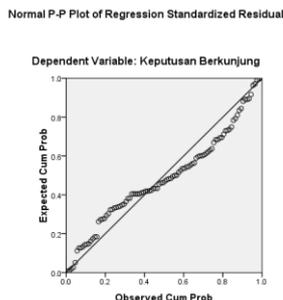
Tabel 6. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.53604361

Konferensi Nasional Sosial dan Engineering Politeknik Negeri Medan Tahun 2022

Most Extreme Differences	Absolute	.111
	Positive	.111
	Negative	-.102
Kolmogorov-Smirnov Z		1.114
Asymp. Sig. (2-tailed)		.167
a. Test distribution is Normal.		

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS, 2022



Gambar 5. P-Plot Hasil Pengujian Normalitas
 Sumber: Data diolah menggunakan SPSS, 2022

Pada tabel 6 nilai asump.sig.(2-tailed) menunjukan lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa residual terdistribusi normal dan dapat dilihat pada gambar 5 titik-titik paa gambar menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal pada gambar, sehingga dapat disimpulkan juga bahwa residual terdistribusi normal yang artinya asumsi klasi tentang kenormalan telah terpenuhi.

Uji Multikolinearitas

Tabel 7. Hasil Uji Multikolinearitas

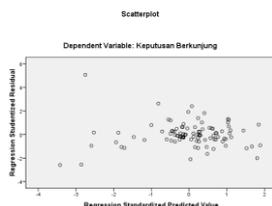
Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF	
	B	Std. Error	Beta				
1 (Constant)	12.887	3.330		3.870	.000		
Fasilitas	.444	.063	.611	7.063	.000	.775	1.291
Harga Tiket	.129	.115	.097	2.120	.001	.775	1.291

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

Sumber: Data primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel 7 pada bagian “*Collinearity Statistics*” diketahui nilai tolerance untuk variabel Fasilitas (X₁) dan Harga Tiket (X₂) adalah 0,775 lebih besar dari 0,10. Sementara nilai VIF (Variance Inflation Factor) Fasilitas (X₁) dan Harga Tiket (X₂) adalah 1,291<10,00. Maka mengacu pada dasar pengambilan keputusan dalam uji multikolinearitas dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas pada model regresi.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 6. Scatterplot
 Sumber: Data primer diolah, 2022

Dari gambar tersebut dapat disimpulkan titik data menyebar di atas dan di bawah secara acak di bawah sumbu Y dan tidak membentuk suatu pola yang teratur. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak mengalami heteroskedastisitas, dengan kata lain model regresi bersifat homoskedastisitas dan layak digunakan untuk memprediksi keputusan berkunjung di destinasi wisata alam Air Terjun Sikulikap.

Analisis Linier Berganda

Tabel 8. Hasil Analisis Linear Berganda

Model	Coefficients ^a						Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta					
1 (Constant)	12.887	3.330			3.870	.000		
Fasilitas	.444	.063	.611		7.063	.000	.775	1.291
Harga Tiket	.129	.115	.097		2.120	.001	.775	1.291

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

Sumber: Data primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel 8 di dapat nilai konstanta dan koefisien regresi sehingga dapat dibentuk persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 12.887 + 0,444X_1 + 0,129X_2 + e \quad (1)$$

Persamaan model di atas dapat diartikan sebagai berikut:

a (Konstanta) : 12,887 artinya konstanta sebesar 12,887 menyatakan bahwa jika tidak ada variabel X, yaitu Fasilitas dan Harga tiket maka Keputusan Berkunjung Wisatawan adalah sebesar 12,887 dengan asumsi faktor lain konstan.

b₁X₁ : 0,444 menyatakan bahwa setiap terjadi peningkatan Fasilitas akan mempengaruhi Keputusan Berkunjung Wisatawan sebesar 0,444 dengan asumsi faktor lain konstan.

b₂X₂ : 0,129 menyatakan bahwa setiap peningkatan Harga Tiker akan mempengaruhi Keputusan Berkunjung Wisatawan sebesar 0,129 dengan asumsi faktor lain konstan.

Uji t (Secara Parsial)

Tabel 9. Hasil Uji t (Parsial)

Model	Coefficients ^a						Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta					
1 (Constant)	12.887	3.330			3.870	.000		
Fasilitas	.444	.063	.611		7.063	.000	.775	1.291
Harga Tiket	.129	.115	.097		2.120	.001	.775	1.291

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

Sumber: Data primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel di atas, berikut adalah penjabaran dari masing-masing variabel:

Uji t parsial antara Fasilitas (X₁) terhadap Keputusan Berkunjung (Y)

Dari tabel 9 di atas dapat diamati bahwa variabel fasilitas berpengaruh dilihat dari nilai t hitung (7,063) yang lebih besar dari nilai t tabel (1,985). Hasil signifikansi dilihat menunjukkan bahwa variabel fasilitas signifikan bisa dilihat dari nilai (Sig.) 0,000 < 0,05 nilai Sig. yang telah ditetapkan. Maka dapat disimpulkan variabel fasilitas berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan berkunjung H₀ ditolak H_a diterima.

Uji t parsial antara Harga Tiket (X₂) terhadap Keputusan Berkunjung (Y)

Konferensi Nasional Sosial dan Engineering Politeknik Negeri Medan Tahun 2022

Berdasarkan tabel 9 di atas dapat diamati bahwa variabel harga tiket berpengaruh dari nilai t hitung (2,120) yang lebih besar dari nilai t tabel (1,985). Hasil signifikansi dilihat menunjukkan variabel harga tiket berpengaruh signifikan dilihat dari nilai (Sig.) $0,001 < 0,05$ nilai Signifikan yang telah ditetapkan. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel harga tiket berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan berkunjung ditolak H_0 diterima H_a .

Uji F (Secara Simultan)

Tabel 10. Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	965.903	2	482.952	37.845	.000 ^a
	Residual	1237.857	97	12.761		
	Total	2203.760	99			

a. Predictors: (Constant), Harga Tiket, Fasilitas
b. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

Sumber: Data primer diolah, 2022

Dari tabel 10 di atas dapat dilihat bahwa nilai probabilitas yang dihitung adalah sebesar 0,000 nilai ini lebih kecil dari probabilitas yang ditentukan ($\alpha : 0,05$). Berdasarkan kriteria pengujian hipotesis apabila nilai probabilitas yang dihitung (0,000) lebih kecil daripada nilai probabilitas yang ditentukan (0,05) maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Uji Koefisien Determinasi (R^2) atau R-square

Tabel 11. Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.762 ^a	.538	.427	3.57231

a. Predictors: (Constant), Harga, Fasilitas
b. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

Sumber: Data primer diolah, 2022

Nilai *Adjusted R Square* = 0,538 berarti 53,8% faktor-faktor keputusan berkunjung dijelaskan oleh variabel bebas (Fasilitas dan Harga Tiket) sedangkan sisanya 46,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diketahui oleh penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Fasilitas (X_1) Terhadap Keputusan Berkunjung (Y)

Hasil analisis deskriptif terhadap variabel fasilitas menunjukkan bahwa fasilitas mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Responden menyatakan fasilitas yang disediakan oleh pengelola destinasi wisata alam Air Terjun Sikulikap sudah baik menyatakan sikap positif terhadap fasilitas yang disediakan meliputi kenyamanan fasilitas yang disediakan kondisi peralatan yang terawat, fasilitas yang masih berfungsi dengan baik dan fasilitas yang mudah digunakan.

Pengaruh Harga Tiket (X_2) Terhadap Keputusan Berkunjung (Y)

Harga tiket juga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Responden menyatakan bahwa harga tiket yang telah ditetapkan oleh pengelola destinasi wisata alam air Terjun Sikulikap sudah baik menyatakan sikap positif terhadap harga tiket yang telah ditetapkan.

Pengaruh Fasilitas (X_1) dan Harga Tiket (X_2) Terhadap Keputusan Berkunjung (Y)

Berdasarkan hasil penelitian fasilitas dan harga tiket secara simultan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Besarnya pengaruh variabel dependen (keputusan berkunjung) adalah 53,8% sedangkan sisanya 46,2% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel fasilitas dan harga tiket. Pengaruh variabel independen (fasilitas dan harga tiket) terhadap variabel dependen (keputusan berkunjung) bersifat positif yang artinya setiap kenaikan variabel independen akan diikuti oleh kenaikan variabel dependen.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan kepada wisatawan destinasi wisata alam Air Terjun Sikulikap mengenai Pengaruh Fasilitas dan Harga Tiket Terhadap Keputusan Berkunjung di destinasi wisata alam Air Terjun Sikulikap Kab. Karo Sumatera Utara maka dapat disimpulkan sebagai berikut: (1) Fasilitas (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan berkunjung dilihat dari nilai t hitung (7,063) yang lebih besar dari nilai t tabel (1,985). Hasil signifikansi dilihat menunjukkan bahwa variabel fasilitas signifikan bisa dilihat dari nilai (Sig.) $0,000 < 0,05$ nilai Sig. yang telah ditetapkan. (2) Harga Tiket (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan berkunjung dilihat dari nilai t hitung (2,120) yang lebih besar dari nilai t tabel (1,985). Hasil signifikansi dilihat menunjukkan variabel harga tiket signifikan dilihat dari nilai (Sig.) $0,001 < 0,05$ nilai Sig. yang telah ditetapkan. (3) Fasilitas (X_1) dan Harga Tiket (X_2) memberikan pengaruh simultan atau bersama-sama sebesar 53,8% terhadap keputusan berkunjung (Y). sedangkan sisanya sebesar 46,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diamati di dalam penelitian ini.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terima Kasih Kepada Politeknik Negeri Medan melalui Pusat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (P3M) yang telah mendanai penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Faradisa, Isti, Leonardo Budi H, and Maria M Minarsih. 2016. “*Analisis Pengaruh Variasi Produk, Fasilitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Indonesian Coffeeshop Semarang (Icos Cafe)*” *Journal of Management* 2(2): 1–13. <http://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/view/517/503>.
- Hurriyati, Ratih. 2015. “*An Analysis Of Place Branding To Exchange The Image Of Bandung City And Its Implication Toward The Decisions To Visist Tourism Destination*” *Jurnal Pendidikan Sains Sosial Kemanusiaan*. Vol.8 (1) Mei ISSN 1979-0112.
- Kotler dan Amstrong. 2013. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid I*. Jakarta: Erlangga.
- Nicklouse Christian Lempoy. 2015. “*Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Fasilitas, Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Taman Wisata Toar Lumimuut (Taman Eman) Sonder.*” *Emba* 3(1): 1072–83. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/download/7867/7428>.
- Sasmita, Anggun. 2017. “*Kajian Aspek Fasilitas Wisata Berdasarkan Konsep Geotourism Pada Kawasan Wisata Desa Silalahi, Kaldera Toba, Skripsi*”. Medan: USU.
- Sukardi. 2021. “*Pengaruh Daya Tarik, Harga, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Di Objek Wisata Pantai Lungkak Kecamatan Keruak Kabupaten Lombok Timur, Skripsi*”. Mataram.
- Sulistiyana, R. T, Hamid. D, A. D. F. 2015. “*Pengaruh Fasilitas Wisata dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Museum Satwa)*. *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*,25(2),86214.

Konferensi Nasional Sosial dan Engineering Politeknik Negeri Medan Tahun 2022

Sumayang, Lalu. 2003. *Dasar-dasar Manajemen Produksi dan Operasi*. Jakarta: Salemba Empat.

Tjiptono, Fandy. 2019. *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.