

## PENGARUH PROMOSI, FASILITAS, DAN AKSESIBILITAS TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG PADA OBJEK WISATA WADUK PACAL BOJONEGORO

Latifa Nur Safitri<sup>1</sup> Sigit Santoso<sup>2</sup>

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Email : [latifanursafitri21@gmail.com](mailto:latifanursafitri21@gmail.com) [sigitsantoso@untag-sby.ac.id](mailto:sigitsantoso@untag-sby.ac.id)

### Abstract

*The purpose of this study is to evaluate the impact of promotion, facilities, and accessibility on visitors' decisions to visit the Pacal Bojonegoro Reservoir. This study employs a quantitative methodology, collecting data using a questionnaire that is subsequently analyzed with the assistance of IBM SPSS Version 27 software. There were one hundred responders in the sample for this study from Pacal Bojonegoro Reservoir tourists with primary data sources. The validity and reliability test was the instrument utilized in this study. Multiple linear regression analysis was the data analysis method, and the T, F, and coefficient of determination ( $R^2$ ) tests were employed to evaluate the hypothesis. The results of the research state that the promotion variables, facilities and accessibility have a significant influence on the decision to visit the Pacal Bojonegoro Reservoir tourist attraction.*

*Keywords: Promotions, Facilities, Accessibility, Visiting Decisions*

### Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengevaluasi pengaruh promosi, fasilitas, serta aksesibilitas terhadap keputusan pengunjung berkunjung ke Waduk Pacal Bojonegoro. Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif, pengumpulan data menggunakan kuesioner yang selanjutnya dianalisis dengan bantuan perangkat lunak IBM SPSS Versi 27. Sampel penelitian ini berjumlah seratus responden yang berasal dari wisatawan Waduk Pacal Bojonegoro dengan sumber data primer. Uji validitas dan reliabilitas merupakan instrumen yang digunakan dalam penelitian ini. Analisis regresi linier berganda adalah metode analisis data, dan uji T, F, dan koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengevaluasi hipotesis. Hasil penelitian menyatakan bahwa variabel promosi, fasilitas dan aksesibilitas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan mengunjungi objek wisata Waduk Pacal Bojonegoro.

Kata Kunci : Promosi, Fasilitas, Aksesibilitas, Keputusan Berkunjung

### Article History

Received: Juli 2024

Reviewed: Juli 2024

Published: Juli 2024

Plagirism Checker No 234

Prefix DOI : Prefix DOI :

10.8734/Musytari.v1i2.365

Copyright : Author

Publish by : Musytari



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

## LATAR BELAKANG

Indonesia mempunyai potensi besar dalam sektor pariwisata karena kekayaan sumber daya alam dan budayanya. Salah satu hal yang menggerakkan perekonomian negara adalah pariwisata. Mengingat potensi wisata alam dan budaya yang sangat besar, pertumbuhan ekonomi negara ini diharapkan akan didorong oleh sektor pariwisata. Jawa Timur mempunyai banyak peluang pariwisata di Kabupaten Bojonegoro, dan salah satunya adalah pariwisata.

Waduk Pacal yang terletak di kawasan Kedungsumber, Kecamatan Temayang, merupakan wisata potensial di Kabupaten Bojonegoro. Waduk Pacal Ini merupakan waduk buatan yang dibangun oleh pemerintah Belanda. Bendungan kokoh yang memiliki gaya khas kolonial Belanda menjadi daya tarik tersendiri dari waduk ini. Menara bendungan juga menunjukkan tahun pembangunan bendungan. Sungguh mengejutkan bahwa struktur bendungan tersebut masih kokoh dan dalam kondisi baik hingga saat ini. Keadaan ini menawarkan potensi pengembangan yang sangat besar bagi wilayah tersebut. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Bojonegoro terus berupaya agar lebih banyak masyarakat yang berkunjung ke Waduk Pacal.

**Tabel 1**  
**Data Wisatawan Destinasi Wisata Waduk Pacal Bojonegoro**

No	Tahun	Wisatawan Nusantara
1	2023	52.664 Orang
2	2022	21.380 Orang
3	2021	32.445 Orang
4	2020	14.829 Orang
5	2019	30.540 Orang
<b>Total</b>		<b>151.858 orang</b>

*Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Bojonegoro*

Berdasarkan data pada tabel diatas pada kurun waktu 5 tahun terjadi perubahan kunjungan, sehingga jumlah kunjungan ke Wisata Waduk Pacal Bojonegoro berfluktuatif. Hal ini memperlihatkan bahwasannya wisata Waduk Pacal selama ini telah dikelola dengan baik, namun masih belum dapat meningkatkan keputusan berkunjung secara optimal. Beberapa strategi untuk menaikkan jumlah pengunjung wisata Waduk Pacal yaitu dengan mengimplementasikan promosi yang pas serta memberi fasilitas lengkap juga menyediakan sarana maupun prasarana yang layak untuk wisatawan yang akan datang berkunjung ke lokasi wisata Waduk Pacal yang berada di pertengahan hutan jati agar terjadi peningkatan dalam keputusan berkunjung.

Wisata Waduk Pacal menggunakan Instagram dan Facebook sebagai media promosi di media sosial. Sebagai akun untuk membagikan informasi di Instagram yaitu @waduk\_pacal.story sedangkan satu akun di Facebook yaitu @Waduk Pacal. Namun dilihat dari unggahan mempromosi objek wisata Waduk Pacal yang sangat minim juga dapat mempengaruhi keputusan wisatawan guna berkunjung. Wisatawan yang mengunjungi Waduk Pacal biasanya mengetahui wisata ini dari mulut ke mulut dibandingkan melalui social media.

Wisatawan akan membutuhkan fasilitas yang memudahkan wisatawan saat berada di luar lingkungan kesehariannya. Objek wisata Waduk Pacal Bojonegoro memiliki fasilitas yang cukup baik. Waduk Pacal menarik pengunjung karena suasananya yang sejuk. Wisata Waduk Pacal juga bisa digunakan sebagai tempat berfoto, karena tatanan tempatnya sangat rapi dan bangunannya memiliki arsitektur khas colonial Belanda. Namun dilain sisi

pihak wisata Waduk Pacal sendiri disini juga belum menyediakan tempat penginapan untuk pengunjung yang berasal dari luar daerah Kabupaten Bojonegoro.

Salah satu faktor tak kalah penting dalam industri pariwisata adalah aksesibilitas. Objek wisata Waduk Pacal terletak kurang lebih 35 kilometer dari pusat kota Bojonegoro. Jalan menuju Waduk Pacal bisa ditempuh menggunakan roda dua maupun roda empat. Namun saat menggunakan roda empat akan mengalami sedikit kesulitan jika bersimpangan dengan pengendara roda empat yang lainnya karena akses jalan yang kurang lebar.

## **KAJIAN TEORITIS**

### **Promosi**

Periklanan adalah kombinasi strategis periklanan, aktivitas penjualan pribadi, dan public relations yang membantu bisnis mencapai tujuan pemasaran (Kotler, 2004). Periklanan adalah jenis pemasaran yang bertujuan untuk mempromosikan informasi tentang suatu produk atau jasa ke pasar, untuk membuat produk atau jasa tersebut diketahui konsumen dan dengan demikian mempromosikan pembelian atau penggunaannya.

### **Fasilitas**

Sumber daya fisik yang tersedia sebelum layanan diberikan untuk pelanggan disebut fasilitas (Kotler, 2019). Suatu destinasi menawarkan jasa yang membantu atau memperlancar aktivitas wisatawan. Layanan ini disebut fasilitas. Suatu tempat dapat lebih menarik wisatawan melalui kesan positif dari pengunjung sebelumnya apabila mempunyai fasilitas yang tepat untuk memenuhi standar layanan dan memuaskan pelanggan.

### **Aksesibilitas**

Aksesibilitas merupakan prasarana atau sarana yang menjadikan suatu daerah tujuan wisata mudah dijangkau (Isdarmanto, 2017). Bagi pariwisata, aksesibilitas sangat penting karena memungkinkan pengunjung mengakses objek wisata dengan mudah. Ketersediaan dapat mempengaruhi harga perjalanan dan wisatawan.

### **Keputusan Berkunjung**

Keputusan berkunjung seseorang merupakan pilihan antara dua pilihan atau lebih (Schifman dan Kanuk, 2007). Konsumen dan pengunjung harus datang langsung ke suatu daerah tujuan wisata untuk mendapatkan pelayanan tanpa menggunakan biro perjalanan, itulah sebabnya industri pariwisata menggunakan istilah "berkunjung". Dengan kata lain, keputusan untuk mengunjungi suatu tujuan adalah keputusan berkunjung.

## **METODE PENELITIAN**

Teknik kuantitatif diterapkan kedalam penelitian agar mengetahui bagaimana variabel bebas mempengaruhi variabel terikat. Analisis data pada penelitian ini diolah dengan alat statistik yaitu aplikasi software statistik SPSS. Di Desa Kedungsumber, Kecamatan Temayang, Kabupaten Bojonegoro, survei ini dilakukan. Seluruh pengunjung yang berkunjung ke objek wisata waduk pacal bojonegoro menjadi kelompok sasaran penelitian ini. Dalam penelitian menggunakan data langsung dan data tidak langsung. Metode sampel yang diambil lalu digunakan dalam penelitian ini ialah nonprobability sampling. Purposive sampling diterapkan di penelitian ini yaitu metode dimana peneliti memilih sampel berdasarkan faktor-faktor tertentu. Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai metode pengumpulan data.

### **Uji Instrumen**

#### **Uji Validitas**

Pengujian Validitas digunakan untuk menilai ketepatan atau keakuratan suatu alat ukur. Jika faktor-faktor tersebut dikonfigurasi dengan benar dan suatu kuesioner atau instrumen survei memiliki nilai validitas 0,30 atau lebih, maka dianggap valid untuk penelitian ini. Namun jika nilai validitasnya kurang dari 0,30 maka dianggap tidak valid. (Sugiyono, 2016).

**Uji Reliabilitas**

Reliabilitas digunakan untuk mengukur instrumen yang bersifat konstruk atau alat ukur variabel. Instrumen variabel ialah instrument yang mengukur objek yang sama beberapa kali dan menghasilkan data yang identik. Alat sebagai pengukur reliabilitas yaitu Cronbach Alpha. Untuk pengujian ini menggunakan batasan nilai sebesar 0,6. Oleh karena itu, alat tersebut dianggap reliabel jika nilai alfa Cronbach 0,6 atau lebih besar, dan tidak dapat dapat dinyatakan reliable saat nilai alfa cronbach tidak melebihi 0,6.

**Uji Asumsi Klasik****Uji Normalitas**

Tujuan melakukan pengujian normalitas yaitu memastikan variabel residual didalam model regresi berdistribusi normal. Dengan tingkat signifikansi sebesar 5% dapat dinyatakan normal apabila nilai probabilitas melebihi 0,05 hasilnya data terdistribusi normal. Saat nilai probabilitasnya tidak melebihi 0,05 berarti tidak benar data tersebut berdistribusi normal.

**Uji Multikolinearitas**

Tujuan utama pengujian multikolinearitas yaitu agar mengetahui ada atau tidaknya model regresi penelitian ini menunjukkan hubungan antar variabel bebas. Ketika nilai tolerance lebih besar dari 0,1, yang menunjukkan bahwa tidak ada korelasi antar variabel independent, dan mempunyai nilai VIF dibawah 10, berarti model regresi tersebut terhindar gejala multikolinearitas

**Uji Heterokedastisitas**

Heteroskedastisitas menguji perbedaan varians residual antar periode pengamatan. Dengan melihat pola gambar scatterplot, dilihat bagaimana cara memprediksi jika terdapat heteroskedastisitas pada model pengamatan.

**Metode Analisis Data****Analisis Regresi Berganda**

Penelitian ini memanfaatkan analisis regresi berganda, untuk digunakan menguji apakah promosi, fasilitas dan juga aksesibilitas mempengaruhi keputusan mengunjungi di wisata Waduk Pacal Bojonegoro. Persamaan regresi linier berganda adalah:

$$Y = a + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + e$$

**Analisis Koefisien Determinasi**

Koefisien determinasi merupakan ukuran seberapa jauhnya suatu model menjelaskan ragam variabel terikat. Nilainya berada antara 0 dan 1.

**Teknik Pengujian Hipotesis****Uji F (Simultan)**

Uji simultan (Uji F) yaitu pengujian signifikansi suatu persamaan untuk mengukur berapa besarnya suatu variabel bebas (X) dapat mempengaruhi variabel terikat (Y) di saat yang bersamaan. Uji ini dilaksanakan dengan mengadakan perbandingan antara Fhitung bersama Ftabel yakni ketika Fhitung melebihi Ftabel serta tingkat signifikansi < 0,05 mengakibatkan H0 tidak ditolak (ada pengaruh), sebaliknya ketika Fhitung tak melebihi Ftabel dan signifikansi > 0,05 mengakibatkan H0 tidak di terima (tidak terdapat pengaruh).

**Uji T (Parsial)**

Pengujian koefisien regresi parsial atau uji T dilaksanakan agar dapat melihat ada atau tidaknya yang mempengaruhi suatu variabel bebas kepada variabel terikat. Bila hasil thitung melebihi ttabel akibatnya variabel bebas mendapatkan pengaruh kepada variabel terikat secara signifikan, dan bila thitung tidak melebihi ttabel, variabel bebas tidak mendapatkan pengaruh ke variabel terikat secara signifikan.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Karakteristik responden menurut jenis kelamin, yang mana responden perempuan lebih mendominasi dalam kunjungan pada wisata waduk pacal sebanyak 61 dengan presentase 61% dibanding dengan responden pria sebanyak 39 (39%).

Berdasarkan usia, terdapat 21 responden berusia 17–20 tahun, yaitu 21%, 70 responden berusia 21–30 tahun, mencakup 70%, dan 31–40 responden persentasenya sebesar 9%, dan 0 responden berusia lebih dari 40 tahun. Dengan demikian, terlihat bahwa sebagian besar responden yang pernah mengunjungi wisata Waduk Pacal Bojonegoro berusia antara 21 hingga 30 tahun.

Mengenai pekerjaan responden, 45 orang di antaranya adalah pelajar mencakup 45% jawaban, 4 orang bekerja di perusahaan swasta berjumlah 4%, dan 0 orang di antaranya adalah PNS, sedangkan responden yang bekerja lain-lain sebanyak 51 orang dengan presentase 51%.

### Hasil Uji Validitas

Dalam penelitian ini jumlah sampel adalah 100 orang, dan ukuran df dapat dihitung  $100-2 = 98$ , dengan  $\alpha = 0,05$  sehingga menghasilkan r tabel sebesar 98, yaitu 0,1654. Variabel promosi, fasilitas, aksesibilitas, serta keputusan berkunjung semuanya menunjukkan r hitung melebihi r tabel. Dengan begitu, bisa dikatakan bahwa semua pernyataan mengenai indikator variabel adalah benar.

### Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 2  
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Alpha	Keterangan
Promosi (X1)	0,856	> 0,60	Reliabel
Fasilitas (X2)	0,772	> 0,60	Reliabel
Aksesibilitas (X3)	0,866	> 0,60	Reliabel
Keputusan Berkunjung (Y)	0,805	> 0,60	Reliabel

Sumber : Output SPSS.27, data primer diolah 2024

Dari pengujian reliabilitas diatas menunjukkan bahwa nilai dari Croanbach's Alpha pada variabel Promosi, Fasilitas, Aksesibilitas, dan Keputusan Berkunjung > 0,60 sehingga bisa diambil kesimpulan semua item pernyataan dalam kuesioner reliabel sehingga layak dipergunakan bagi instrument pada penelitian.

### Uji Asumsi Klasik

#### 1. Uji Normalitas

Uji one sampel kolmogorov smirnov (KS) digunakan dalam uji normalitas data pada penelitian ini. Dalam uji tersebut memiliki kriteria yaitu apabila nilai probabilitas Signifikan melebihi 0,05 artinya data tersebut normal, sedangkan jika data tidak melebihi 0,05 artinya data tersebut dikatakan tidak normal. Hasil pengujian one sampel kolmogrov Smirnov (KS), memiliki nilai distribusi normal karena Asymp.Sig 2 Tailed (0,200) melebihi  $\alpha = 0,05$  yang menandakan data berdistribusi normal.

#### 2. Uji Multikolibearitas

Berdasarkan hasil dari uji Multikoleniaritas variabel promosi (X1) nilai VIF 3,939, variabel Fasilitas (X2) nilai VIF 2,866, dan variabel Aksesibilitas (X3) nilai VIF 2,869 sehingga disimpulkan bahwa ketiga variabel X tidak terjadi multikolinieritas dikarenakan hasil dari nilai VIF yaitu diantara 1 sampai dengan 10.

#### 3. Uji Heterokedastisitas



$df = N - K$  (total sampel - total variabel) adalah rumus mencari T tabel. Diketahui, T-tabel sebesar 1,660 didapat dari  $df = N - K = 100 - 4 = 96$ , dengan signifikansi 5% (0,05). Jika nilai signifikansi tidak melebihi 0,05 begitu pula thitung melebihi ttabel maka  $H_0$  diterima sesuai kriteria pengujian, sedangkan  $H_0$  ditolak bila nilai signifikansi diatas 0,05 serta thitung tidak melebihi ttabel.

**Tabel 4**  
**Perbandingan t Hitung dan t Tabel**

Variabel	T hitung	T tabel	Sig.	Keterangan
Promosi	3.242	1,660	0,002	ttabel < thitung
Fasilitas	2.861	1,660	0,005	ttabel < thitung
Aksesibilitas	2.890	1,660	0,005	ttabel < thitung

Sumber : Output SPSS.27, data primer diolah 2024

Tabel 4 memperlihatkan promosi berpengaruh keputusan berkunjung. variabel fasilitas mempengaruhi Keputusan berkunjung. Keputusan berkunjung dipengaruhi oleh variabel aksesibilitas (X3).

## PEMBAHASAN

### Pengaruh Promosi (X1) terhadap Keputusan Berkunjung (Y)

Didapatkan hasil dari penelitian memperlihatkan bahwa iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mengunjungi tempat wisata Waduk Pacal Bojonegoro. Hal ini menggambarkan bahwa promosi yang efektif dapat menciptakan minat dan keinginan untuk mengunjungi suatu tempat atau mengambil bagian dalam suatu kegiatan. Oleh karena itu, strategi promosi yang tepat dapat meningkatkan kunjungan dengan menarik minat calon pengunjung dan memengaruhi keputusan mereka untuk mengalokasikan waktu dan sumber daya untuk berkunjung.

### Pengaruh Fasilitas (X2) terhadap Keputusan Berkunjung (Y)

Didapatkan hasil dari penelitian yang menyatakan fasilitas punya pengaruh positif serta signifikan terhadap keputusan mengunjungi di objek wisata Waduk Pacal Bojonegoro. Ini menggambarkan ketersediaan fasilitas yang memadai, termasuk akomodasi, transportasi, dan infrastruktur pendukung lainnya, dapat memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi pengunjung selama kunjungan mereka. Oleh karena itu, investasi dalam pengembangan dan perawatan fasilitas yang berkualitas dapat menjadi strategi yang efektif dalam menarik dan mempertahankan minat pengunjung.

### Pengaruh Aksesibilitas (X2) terhadap Keputusan Berkunjung (Y)

Terdapat hasil dari penelitian menyatakan aksesibilitas mempunyai pengaruh positif serta signifikan terhadap keputusan berkunjung di Objek Wisata Waduk Pacal Bojonegoro. Ini memperlihatkan bahwa destinasi yang mudah diakses dengan berbagai pilihan transportasi dan memiliki infrastruktur yang mendukung seperti jalan yang baik, fasilitas parkir yang cukup akan lebih menarik bagi wisatawan potensial. Maka dari itu, peningkatan aksesibilitas merupakan strategi penting dalam mempromosikan dan meningkatkan kunjungan wisata.

### Pengaruh Promosi (X1), Fasilitas (X2), dan Aksesibilitas (X3) terhadap Keputusan Berkunjung (Y)

Hasil uji Simultan (F) memperlihatkan bahwa promosi, fasilitas, juga aksesibilitas, mempengaruhi keputusan berkunjung (Y) secara simultan. Faktor yang memengaruhi keputusan untuk berkunjung ada tiga yakni promosi, fasilitas, dan aksesibilitas. Promosi yang efektif dapat meningkatkan kesadaran dan minat pengunjung potensial terhadap suatu tempat atau destinasi. Namun, untuk mempertahankan minat tersebut, fasilitas yang memadai menjadi kunci. Selain itu, aksesibilitas yang mudah juga menjadi faktor penting,

karena wisatawan lebih memilih destinasi yang tidak sulit dijangkau serta dapat diakses dengan baik.

### **Kesimpulan**

Dari hasil dan analisis data yang sudah diuraikan sebelumnya, didapatkan kesimpulan penelitian berikut:

1. Adanya pengaruh secara parsial variabel promosi terhadap keputusan berkunjung.
2. Terdapat pengaruh secara parsial variabel fasilitas terhadap keputusan berkunjung.
3. Adanya pengaruh secara parsial variabel aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung.
4. Adanya pengaruh secara simultan variabel promosi, fasilitas, serta aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- (A.J, Muljadi, 2009) Kepariwisata dan Perjalanan. Jakarta : Raja Grafindo Persada  
(Isdarmanto, 2017) Dasar-Dasar Kepariwisata dan Pengelolaan Destinasi Pariwisata. Yogyakarta : Gerbang Media Aksara dan StiPrAm  
(Kotler, Philip, 2004) Manajemen Pemasaran. Jakarta : PT. Indeks  
(Kotler, P., dan Keller, K. L., 2019) Manajemen Pemasaran Edisi ke Tigabelas Jilid I. Jakarta : Erlangga  
(Schiffman dan Kanuk, 2007) Perilaku Konsumen. Jakarta : PT. Indeks  
Sugiyono, 2019. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta