
Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas Wisata dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Obyek Wisata Taman Sari Buwana Tradisional Farming di Kabupaten Tabanan

Gede Bagus Pramahesta Adi Putra ⁽¹⁾

Ni Luh Adisti Abiyoga Wulandari ⁽²⁾

⁽¹⁾⁽²⁾Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Bisnis dan Pariwisata, Universitas Hindu Indonesia
e-mail: dedepremahesta@yahoo.com

ABSTRACT

This research aims to test the influence of tourist attractions, tourist facilities and destination image on the decision to visit tourists at taman Sari Buwana Traditional Farming in Tabanan Regency. This research was conducted on tourists from Taman Sari Buwana Traditional Farming in Tabanan Regency. The population in this study includes all tourists of Taman Sari Buwana Traditional Farming objects in 2020 as many as 260 people with sample determination techniques used, namely accidental sampling techniques as many as 72 people. Data collection is carried out through observations, interviews, documentation studies and questionnaires. The analysis techniques used are Multiple Linear Regression Analysis, Coefficient of Determination, T Test and Test F. The results of the study showed that 1) Tourist Attractions have a positive and significant effect on Tourist Visiting Decisions on Traditional Buwana Farming Park Attractions in Tabanan Regency 2) Tourist Facilities have a positive and significant effect on Tourist Visiting Decisions on Traditional Buwana Farming Park Attractions in Tabanan Regency 3) Citra Destinations have a positive and significant influence on the Decision to Visit Tourists at Taman Sari Buwana Traditional Farming Attractions in Tabanan Regency. It is expected that there will be policies regarding tourist attractions, tourist facilities and destination image well to improve tourist visit decisions.

Keywords: *Human resource development; Organizational Culture; Employee Performance*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh daya tarik wisata, fasilitas wisata dan citra destinasi terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada obyek wisata Taman Sari Buwana Tradisional Farming di Kabupaten Tabanan. Penelitian ini dilakukan pada para wisatawan obyek Taman Sari Buwana Tradisional Farming di Kabupaten Tabanan. Populasi dalam penelitian ini meliputi seluruh wisatawan obyek Taman Sari Buwana Tradisional Farming pada Tahun 2020 sebanyak 260 orang dengan teknik penentuan sampel yang digunakan yaitu teknik *accidental sampling* sebanyak 72 orang. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, studi dokumentasi dan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah Analisis Regresi Linear Berganda, Koefisien Determinasi, Uji T dan Uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Daya Tarik Wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan pada Obyek Wisata Taman Sari Buwana Tradisional Farming di Kabupaten Tabanan 2) Fasilitas Wisata berpengaruh positif dan

signifikan terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan pada Obyek Wisata Taman Sari Buwana Tradisional Farming di Kabupaten Tabanan 3) Citra Destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan pada Obyek Wisata Taman Sari Buwana Tradisional Farming di Kabupaten Tabanan. Diharapkan adanya kebijakan mengenai daya tarik wisata, fasilitas wisata dan citra destinasi dengan baik guna meningkatkan keputusan berkunjung wisatawan.

Kata kunci: *Human resource development ; Organizational Culture ; Kinerja Pegawai*

Pendahuluan

Menurut Barret dan Giantari (2015:34), pengembangan kepariwisataan adalah suatu usaha untuk mengembangkan atau memajukan daya tarik wisata agar daya tarik tersebut menjadi lebih baik dan lebih menarik dari segi tempat dan benda, hal tersebut ada untuk menarik wisatawan untuk mengunjunginya. Pertumbuhan pariwisata di dunia saat ini semakin pesat berkat kemajuan teknologi dan komunikasi yang membuat kehidupan masyarakat semakin maju. Kemajuan di era globalisasi ini menuntut perusahaan untuk dapat berdagang dengan cepat dan aman serta berdagang dalam menghadapi persaingan di lingkungan bisnis.

Pesatnya pertumbuhan pariwisata di Bali dapat dilihat dari meningkatnya jumlah orang yang berwisata ke tempat-tempat wisata. Dari tahun 2016 hingga 2018, pertumbuhan kunjungan wisman di Provinsi Bali mencapai 29,51 persen per tahun. Sebelum tahun 2000, jumlah wisman masih di kisaran satu juta, namun kini jumlah wisman sudah berada di level empat juta. Kembali pada tahun 2017, jumlah wisatawan asing saat erupsi Gunung Agung mencapai lebih dari lima juta orang di akhir tahun 2017 (Kompas.com, 2019). Kunjungan wisatawan ke pulau Bali tentunya juga berdampak pada sektor-sektor lain yang lebih mengembangkan pariwisata ini, serta sektor-sektor yang terkait dengan pariwisata (Indra dan Bayu, 2015). Selanjutnya akan dijelaskan data jumlah kunjungan wisatawan asing dan lokal di Provinsi Bali selama lima tahun terakhir, dengan kunjungan wisatawan terbesar pada tahun 2019 dengan pertumbuhan sebesar 3,37%, sedangkan dengan kunjungan wisatawan terendah pada tahun 2020. dapat mendukung peningkatan kunjungan wisatawan pada tahun 2021. Juga tidak mudah untuk menciptakan wisata budaya baru dalam persaingan dengan dunia pariwisata khususnya wisata budaya yang sedang menghadapi kendala. Perusahaan perlu lebih meningkatkan dan memodernisasi fasilitas wisata yang ditawarkan dengan menciptakan wahana yang dapat dinikmati semua orang, menghadirkan pengalaman positif yang akan direkomendasikan orang lain dan menarik wisatawan untuk mengunjunginya. objek wisata. Teofilia, 2017).

Dalam mengembangkan suatu daerah tujuan wisata, berbagai faktor yang mempengaruhi keberadaan daerah tujuan wisata harus diperhatikan. Menurut Pendit (2017: 14), faktor-faktor

tersebut berkaitan dengan tiga poin utama yang dibutuhkan suatu kawasan yang luas untuk menjadi daerah tujuan wisata, yaitu memiliki atraksi atau atraksi (atraksi) yang mudah dijangkau dengan mobil (aksesibilitas). dan menyediakan tempat untuk dikunjungi wisatawan. Pengambilan keputusan mengacu pada konsep keputusan pembelian konsumen berdasarkan keputusan kunjungan wisatawan, seperti dalam penelitian Jalilvanda dan Samiei (dalam Fitri, et al, 2015: 3). Keputusan berkunjung adalah keputusan konsumen untuk mengatasi masalah dengan menggunakan atau memanfaatkan semua informasi yang diketahui dan kemudian mengeksplorasi berbagai alternatif yang dapat mereka pilih.

Selain itu, wisatawan memilih salah satu dari sekian banyak alternatif yang tersedia untuk memutuskan wisata yang diinginkan. Kemudian wisatawan dapat membuat karakter berikut. Proses pengambilan keputusan untuk suatu kunjungan adalah sama, tetapi proses pengambilan keputusan didasarkan pada kebutuhan dan keinginan yang berbeda dari setiap individu. Daya tarik wisata adalah sesuatu yang memiliki daya tarik yang dapat dilihat dan dinikmati yang bernilai jual di pasar wisata (Zaenuri, 2012). Menurut Ridwan dan Windry (2019:83), daya tarik wisata adalah suatu objek atau unsur yang memegang peranan yang sangat penting dalam kegiatan wisata, karena daya tarik wisata merupakan unsur utama yang mempunyai nilai daya tarik bagi wisatawan yang datang ke tempat wisata tersebut. tujuan. atau coba. Menurut Jorgensen dalam Hud (2017), citra destinasi tidak hanya didefinisikan sebagai karakteristik destinasi, tetapi juga kesan keseluruhan dari destinasi tersebut. Gambar destinasi berdasarkan penilaian wisatawan dapat berbeda-beda pada setiap orang (Hanif, dkk, 2016: 46).

Pertanian Tradisional Taman Sari Buwana di Kabupaten Tabanan merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pariwisata. Sarana wisata Taman Sari Buwana merupakan kegiatan semi sosial yang dikembangkan sehubungan dengan konsep pariwisata berkelanjutan. Daya tarik wisata yang ditawarkan berkaitan dengan potensi sumber daya desa itu sendiri, sumber daya alam dan sumber daya manusia. Melalui wisata alternatif ini akan meningkatkan harapan terhadap keterampilan lokal dan perekonomian desa.

Hasil observasi dan wawancara singkat dengan peneliti ditemukan di Taman Sari Buwana banyak keluhan yang dialami wisatawan mengenai fasilitas wisata yang disediakan seperti lahan parkir yang kurang luas sehingga membuat wisatawan merasa terganggu saat memarkirkan mobilnya. Masalah lain yang peneliti temukan adalah kurangnya gambaran yang berbeda tentang destinasi yang ditawarkan oleh wisatawan, sehingga wisatawan hanya menikmati destinasi wisata yang monoton atau itu saja, memaksa wisatawan untuk berpikir dalam memilih objek wisata. Pengunjung mengeluhkan produk wisata salah satunya tidak adanya arahan yang jelas dari objek

wisata Pertanian Tradisional Taman Sari Buwana sehingga menyulitkan pengunjung untuk menemukan wisata pertanian tradisional Taman Sari Buwana.

Beberapa pengunjung juga mengeluhkan beberapa sarana dan prasarana umum pertanian tradisional Taman Sari Buwana, seperti toilet dan pertokoan, kurang bersih. Seperti WC yang terawat baik dan WC di dekat tempat parkir yang tidak bersih dan bau, wisatawan terpaksa mencoba perjalanan ke pertanian tradisional Taman Sari Buwana, tidak nyaman dan tidak nyaman. Selain belum tersedianya sarana dan prasarana, wisatawan juga mengeluhkan minimnya pengelolaan kawasan wisata Pertanian Tradisional Taman Sari Buwana. Selain produk wisata Pertanian Tradisional Taman Sari Buwana, citra destinasi sebagai citra wisata Pertanian Tradisional Taman Sari Buwana menyebabkan beberapa pengunjung menjadi monoton dan mangkir setelah mengunjungi pertanian tradisional Taman Sari Buwana. Hal ini disebabkan banyaknya masalah yang dialami wisatawan. Rata-rata peningkatan jumlah pengunjung dari tahun 2016 hingga 2018 sangat baik pada pertanian tradisional Taman Sari Buwana dan pada tahun 2019 jumlah pengunjung pertanian tradisional Taman Sari Buwana mengalami penurunan karena fasilitas yang belum lengkap dan produk yang kurang bervariasi. ditawarkan. , dan pada tahun 2020 jumlah pengunjung juga mengalami penurunan, selain alasan utama tidak lengkapnya latar belakang dan minimnya berbagai produk layanan destinasi, penyebab penurunan lainnya adalah pandemi COVID. 19.

Menurut Pedit (2016: 142), daya tarik wisata, seperti segala sesuatu yang menarik dan layak untuk dikunjungi dan dilihat, pada dasarnya dapat dibagi menjadi dua kelompok, yaitu daya tarik wisata alam dan daya tarik wisata buatan. Penelitian yang dilakukan oleh Ayu Listia Ningrum (2019) menyatakan bahwa daya tarik berpengaruh positif dan penting terhadap keputusan berkunjung ke objek wisata Pantai Muarareja Indah. Merupakan daya tarik wisata dengan keunikan, kenyamanan dan nilai berupa keanekaragaman, kekayaan alam, budaya dan hasil buatan yang menarik wisatawan. Berdasarkan uraian tersebut, dapat dikembangkan hipotesis sebagai berikut:

H1 : Daya Tarik Wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada obyek wisata Taman Sari Buwana Tradisional Farming di Kabupaten Tabanan.

Menurut Isdarmant (2016:15), segala fasilitas yang fungsinya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan wisatawan di daerah tujuan wisata. Fasilitas termasuk akomodasi untuk bermalam, seperti restoran atau warung makan dan minuman. Penelitian yang dilakukan oleh Eka Gustiyani, Ana Noor (2021), menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap

keputusan wisatawan berkunjung ke pantai keraton. Artinya fasilitas yang baik yang disediakan oleh pengelola wisata dapat menarik wisatawan untuk berkunjung. Berdasarkan uraian tersebut, dapat dikembangkan hipotesis sebagai berikut:

H2 : Fasilitas wisata berpengaruh positif dan signifikan positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada obyek wisata Taman Sari Buwana Tradisional Farming di Kabupaten Tabanan.

Menurut Hanif et al (2016), citra suatu destinasi adalah keyakinan atau pengetahuan tentang destinasi tersebut dan bagaimana perasaan wisatawan dalam perjalanannya. Penelitian yang dilakukan oleh Ibnu Hernowo (2018) menyatakan bahwa citra destinasi memiliki pengaruh positif dan penting terhadap keputusan berkunjung dengan mendorong wisatawan ke hortimart agrocentre. Artinya destinasi foto yang bagus dapat meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung. Berdasarkan uraian tersebut maka dapat dibuat hipotesis, yaitu:

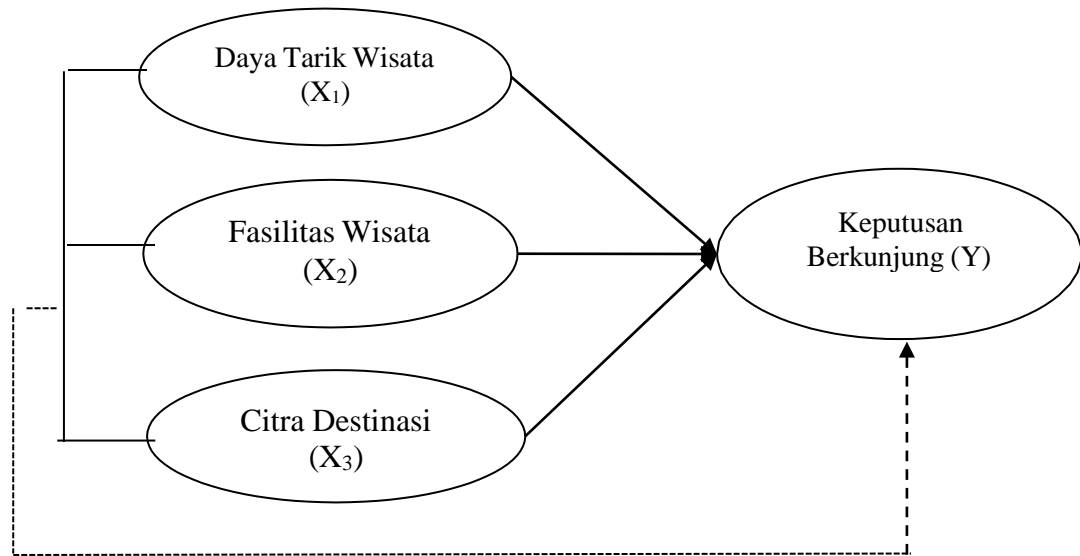
H3 : Citra Destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan berkunjung pada obyek wisata Taman Sari Buwana Tradisional Farming di Kabupaten Tabanan.

Menurut Yoeti (2016), daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang menarik wisatawan untuk berkunjung ke tempat tersebut. Menurut Tjiptono (2016), fasilitas seharusnya menyediakan fasilitas fisik untuk memudahkan pengunjung melakukan aktivitas yang memenuhi kebutuhannya. Menurut Hanif et al (2016), citra suatu destinasi adalah keyakinan atau pengetahuan tentang destinasi tersebut dan bagaimana perasaan wisatawan dalam perjalanannya. Penelitian yang dilakukan oleh Yanuar (2017) menyatakan bahwa daya tarik wisata, fasilitas wisata, dan citra destinasi juga berpengaruh positif dan penting terhadap keputusan wisatawan untuk berkunjung ke Menara B29 Lumajang. Berdasarkan uraian tersebut, maka dimungkinkan untuk membuat hipotesis, yaitu:

H4 : Daya tarik wisata, fasilitas wisata, citra destinasi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada obyek wisata Taman Sari Buwana Tradisional Farming di Kabupaten Tabanan.

Metode Penelitian

Peneliti menghubungkan hubungan antara variabel Daya Tarik Wisata (X_1), Fasilitas Wisata (X_2), dan Citra Destinasi (X_3) dengan variabel keputusan Berkunjung Wisatawan (Y) pada obyek wisata Taman Sari Buwana Tradisional Farming di Kabupaten Tabanan. Berdasarkan uraian tersebut maka gambar kerangka berpikir dapat dilihat pada gambar 1



Gambar 1. Kerangka Berpikir
Sumber : Rokhayah dan Andriana (2021)

Penelitian ini dilakukan pada obyek wisata Taman Sari Buwana Tradisional *Farming* di Kabupaten Tabanan yang beralamat di Br.Beng Kaja, Desa Tunjuk, Kecamatan Tabanan, Kabupaten Tabanan. Populasi dalam penelitian ini adalah para wisatawan obyek Taman Sari Buwana Tradisional *Farming* pada Tahun 2020 sebanyak 260 orang. Jumlah sampel ditentukan dengan rumus slovin sehingga jumlah sampel sebanyak 72 orang responden, dimana metode penentuan sampel menggunakan *accidental sampling* yaitu wisatawan yang berkunjung pada obyek wisata Taman Sari Buwana Tradisional *Farming* di Kabupaten Tabanan. Metode pengumpulan data dengan metode observasi serta kuesioner yang dimana kemudian dilanjutkan dengan teknik analisis data uji asumsi klasik serta analisis regresi linear berganda, uji F dan uji T.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dapat dilihat pada Tabel 1 bahwa hasil uji validitas, maka hasil uji reliabilitas yang digunakan sebagai valid terbukti dari nilai koefisien korelasi >30 dan reliabilitas terlihat dari nilai cronbach's alpha lebih besar dari 0,60 .

Tabel 1. Hasil Uji Instrumen Penelitian

| No | Variabel Penelitian | Item Pernyataan | Validitas | | Reliabilitas | |
|----|--------------------------|-----------------|--------------------|-------|------------------|----------|
| | | | Koefisien Korelasi | Ket | Cronbach's Alpha | Ket |
| 1 | Daya Tarik Wisata (X1) | X1.1 – X1.8 | | | 0,858 | |
| 2 | Fasilitas Wisata (X2) | X2.1-X2.8 | > 0,30 | Valid | 0,689 | Reliabel |
| 3 | Citra Destinasi (X3) | X3.1-X3.8 | | | 0,806 | |
| 4 | Keputusan berkunjung (Y) | Y1-Y8 | | | 0,826 | |

Sumber : Data diolah (2022)

Tabel 2 menunjukkan jumlah wisatawan laki-laki di peternakan tradisional Taman Sari Buwana di Kabupaten Tabanan, yaitu 19 orang, yaitu 26,4 persen lebih sedikit dari jumlah wisatawan, yaitu 53 orang dengan persentase 73,6 persen. Responden lainnya berusia 39-50, yaitu 29 orang dengan persentase 40,3 persen, 26 orang berusia 17-27 dengan persentase 36,1 persen dan lainnya berusia 28-38 dengan 17 persen dengan 23,6 persen. Lulusan SMA/SMK sebanyak 44 orang dengan porsi 61,1 persen dan pegawai terkecil yang lulus diploma sebanyak 12 orang dengan porsi 16,7 persen. Pegawai swasta berjumlah 30 orang dengan persentase 41,7 persen dan jumlah terkecil sebagai ibu rumah tangga adalah 11 orang dengan persentase 15,3 persen. Informasi responden diperoleh dari teman/kerabat sebanyak 44 orang dengan persentase 61,1 persen dan dari media sebanyak 28 orang dengan persentase 38,9 persen.

Tabel 2. Karakteristik Responden

| Kategori | Jumlah (Orang) | Persentase (%) |
|---------------------------|----------------|----------------|
| Jenis Kelamin | | |
| Laki – Laki | 19 | 26,4 |
| Perempuan | 53 | 73,6 |
| Total | 72 | 100 |
| Usia | | |
| 17-27 Tahun | 26 | 36,1 |
| 28-38 Tahun | 17 | 23,6 |
| 39-50 Tahun | 29 | 40,3 |
| Total | 72 | 100 |
| Tingkat Pendidikan | | |
| SMA/SMK | 44 | 61,1 |
| Sarjana | 16 | 22,2 |
| Diploma | 12 | 16,7 |
| Total | 72 | 100 |
| Pekerjaan | | |
| Karyawan Swasta | 30 | 41,7 |
| Pegawai Negeri | 13 | 18,1 |
| Pelajar/Mahasiswa | 18 | 25,0 |
| Ibu Rumah Tangga | 11 | 15,3 |
| Total | 72 | 100 |
| Informasi | | |
| Teman/Kerabat | 44 | 61,1 |
| Media | 28 | 38,9 |
| Total | 72 | 100 |

Sumber : Data diolah (2022)

Tabel 3 menunjukkan besarnya nilai Asymp. Tanda tangan (2-tailed) adalah 0,200 yang lebih besar dari 0,05 yang berarti data lebih terdistribusi. Semua variabel bebas memiliki nilai toleransi > 0.10, serta nilai VIF < 10. Artinya tidak terdapat tanda-tanda multikolinearitas pada model regresi. Nilai kedua variabel pada masing-masing model memiliki nilai rata-rata lebih besar dari 0,05, hal ini tidak berarti heteroskedastisitas.

Tabel 3. Hasil Uji Asumsi Klasik

| Variabel | Normalitas | Multikolineritas | | Heteroskedastisitas |
|------------------------|------------------------|------------------|-------|---------------------|
| | Asymp. Sig. (2-tailed) | Tolerance | VIF | Sig |
| Daya Tarik Wisata (X1) | | .666 | 1.501 | .520 |
| Fasilitas Wisata (X2) | 0,200 | .327 | 3.054 | .436 |
| Citra Destinasi (X3) | | .390 | 2.563 | .787 |

Sumber : Data diolah (2022)

Berdasarkan Tabel 4, koefisien determinasi diberikan dari nilai koefisien determinasi (R^2) 0,547. Artinya variabel terikat keputusan berkunjung (Y) dapat dijelaskan oleh tiga variabel bebas yaitu daya tarik wisata (X1), fasilitas wisata (X2) dan citra destinasi (X3) sebesar 54,7%, sedangkan sisanya 0,453 atau 45,3% variabel atau faktor lain di luar model penelitian.

Tabel 4. Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

| Model Summary ^b | | | | |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .684 ^a | .547 | .510 | 4.462 |

Sumber : Data diolah (2022)

Persamaan regresi yang didapatkan yaitu $Y = 26,219 + 0,179 X_1 + 0,488 X_2 + 0,520 X_3 + e$ diperoleh dari hasil regresi pada Tabel 5 yang memiliki interpretasi sebagai berikut :

Nilai koefisien regresi daya tarik wisata sebesar 0,179 (positif), nilai t-hitung (1,625) > t-tabel (1,667) dengan signifikan $0,0009 < \alpha (0,05)$. Hal ini berarti bahwa secara statistik pada taraf kepercayaan (α) = 5%, secara parsial daya tarik wisata (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung (Y). Artinya jika daya tarik wisata meningkat (X_1) maka keputusan pengunjung (Y) juga meningkat. Hipotesis bahwa daya tarik wisata (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mencoba (Y) terbukti benar. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Saputra dan Yuliana (2021), Priyatny (2019), Irviana (2019) dan Ningruma (2019) yang mengklaim bahwa daya tarik wisata memiliki pengaruh positif dan penting dalam pengambilan keputusan.

Nilai koefisien regresi fasilitas wisata sebesar 0,488 (positif), nilai t-hitung (2,442) > t-tabel (1,667) dengan signifikan $0,007 < \alpha (0,05)$. Artinya secara statistik tingkat kepercayaan (α) = 5%, secara parsial fasilitas wisata (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung (Y). Artinya dengan bertambahnya jumlah fasilitas wisata (X_2) maka keputusan berkunjung (Y) juga akan meningkat. Hipotesis bahwa fasilitas wisata (X_2) berpengaruh positif dan penting terhadap keputusan pengunjung (Y) telah diuji. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Syahrula (2018), Rokhayah dan Andriana (2021), Priyatny (2019), Irviana (2019) dan

Suwastawy, dkk. (2021), yang menyatakan bahwa fasilitas wisata berpengaruh positif dan penting terhadap keputusan pengunjung.

Nilai koefisien regresi citra destinasi sebesar 0,520 (positif), nilai t-hitung (3,401) > t-tabel (1,667) dengan signifikan $0,001 < \alpha (0,05)$. Hal ini berarti bahwa secara statistik pada taraf kepercayaan (α) = 5%, secara parsial citra destinasi (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung (Y). Artinya jika citra destinasi meningkat (X_3) maka akan meningkatkan keputusan berkunjung (Y). Oleh karena itu, hipotesis bahwa citra destinasi (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung (Y) diuji. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Syahrula (2018), Hernowa (2018), Rokhayah dan Andriany (2021), Priyatny (2019), Irviana (2019) dan Suwastawy dkk. (2021), yang menyatakan bahwa fasilitas wisata memiliki pengaruh positif dan penting terhadap keputusan pengunjung.

Tabel 5. Hasil Uji-T

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 26.219 | 4.407 | | 5.949 | .000 |
| Daya Tarik Wisata | .179 | .110 | .223 | 1.625 | .009 |
| Fasilitas Wisata | .488 | .200 | .478 | 2.442 | .007 |
| Citra Destinasi | .520 | .153 | .610 | 3.401 | .001 |

Sumber : Data diolah (2022)

Hasil uji signifikan simultan (Uji F) yang dijelaskan pada Tabel 6 menunjukkan nilai F_{tabel} sebesar 0 dan nilai F_{hitung} sebesar 3,915, sehingga jika dibandingkan nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} dan F_{hitung} berada pada daerah penolakan H_0 maka H_3 diterima. Ini berarti bahwa daya tarik wisata (X_1), fasilitas wisata (X_2) dan citra destinasi (X_3) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan berkunjung (Y). Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa daya tarik wisata (X_1), fasilitas wisata (X_2) dan citra destinasi (X_3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung (Y) teruji kebenarannya.

Tabel 6. Hasil Uji-F

| Model | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|-------|-------------------|
| 1 | Regression | 233.889 | 3 | 77.963 | 3.915 | .000 ^b |
| | Residual | 1354.111 | 68 | 19.913 | | |
| | Total | 1588.000 | 71 | | | |

Sumber : Data diolah (2022)

Simpulan

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil analisis dapat ditarik kesimpulan bahwa : (1) Daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung

wisatawan pada obyek wisata Taman Sari Buwana Tradisional Farming di Kabupaten Tabanan.

(2) Fasilitas wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan keputusan berkunjung wisatawan pada obyek wisata Taman Sari Buwana Tradisional Farming di Kabupaten Tabanan.

(3) Citra destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan keputusan berkunjung wisatawan pada obyek wisata Taman Sari Buwana Tradisional Farming di Kabupaten Tabanan.

Saran penelitian yang dapat diberikan yaitu (1) desain penataan bangunan perlu dikembangkan seperti merenovasi bangunan (2) ditingkatkan dan dikembangkan seperti menambahkan tempat parkir yang luas (3) kondisi jalan menuju objek wisata Taman Sari Buwana perlu dipertimbangkan dengan baik agar wisatawan dapat menempuh jalan menuju objek wisata tersebut dengan baik dan tidak adanya gangguan.

Daftar Pustaka

- Eka, Gustiani. (2021). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas, Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Pantai Istana Amal Kabupaten Penajam Paser Utara. *Jurnal Kajian dan Terapan Pariwisata*, 2(1).
- Huda Kamal Mustofa (2018). Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Objek Wisata Coban Jahe. *e-Journal Manajemen*, 4(2), 1-10.
- Huda, M. K., Rachma, N., & Hufron, M. (2019). Pengaruh citra destinasi, produk wisata dan word of mouth terhadap keputusan berkunjung ke wisata coban jahe. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 8(4).
- Ibnu, Hernowo. (2018). Pengaruh Produk Wisata Dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Melalui Motivasi Wisatawan Hortimart Agro Center. *Universitas Negeri Semarang*.
- Illah, A. N., Sularso, R. A., & Irawan, B. (2019). Pengaruh Citra Destinasi dan E-WoM di Media Sosial Instagram serta Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Berkunjung ke Objek Wisata B29 di Kabupaten Lumajang. *e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, 6(2), 164-170.
- Nur, Saifatun. (2021). Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata, Dan Strategi Electronic-Word Of Mouth (E-WOM) Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Bukit Kapur Selo Tirto Giri, Desa Sekapuk, Kecamatan Ujungpangkah, Kabupaten Gresik. *Jurnal Jiagabi Vol. 10, No. 2*.
- Nurhayati, N., Danial, M,D.R.,&Ramdan.M.,A (2019). Peran Citra Destinasi Dalam Meningkatkan Niat Wisatawan Berkunjung Kembali (Studi Kasus Pada Pengunjung Puncak Darma Geopark Ciletuh Kabupaten Sukabumi). *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, vol (08), No (10). 1123-1134.
- Mason D Robert. (2017). *Teknik Statistika Untuk Bisnis Dan Ekonomi*. Edisi kesembilan Jilid 2. Jakarta: Andi.
- Mursid, D. (2014). *Manajemen Pemasaran* (Vol. 7). Jakarta: PT.Bumi Aksara.
- Mowen, John C dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Alih Bahasa :Dwi Kartini. Edisi 5 jilid 2. Jakarta. PT. Erlangga
- Putra, E. S., Yuliana, Y., & Suyuthie, H. (2021). Pengaruh Citra Destinasi terhadap Keputusan Berkunjung di Objek Wisata Pantai Carocok Painan. *Journal of Home Economics and Tourism*, 15(2).

-
- Raihan, Wishal. (2020). Pengaruh Citra Destinasi dan Kepercayaan Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Domestik di Pantai Balekambang, Kabupaten Malang. *Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 8 No. 1.
- Safitasari, C., dan Mahtukhah, I. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Dan Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Melalui Keputusan Pengunjung. *Management Analysis Journal*, vol. 6, No. 3, pp 311-319.
- Setyaningsih, S., dan Murwatiningsih (2017). Pengaruh Motivasi, Promosi Dan Citra Destinasi Pada Kepuasan Pengunjung Melalui Keputusan Pengunjung. *Management Analysis Journal*, vol. 6, No. 2, pp: 124-133
- Syahputra, S dan Andjarwati, A, L. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Experiential Marketing Terhadap Niat Berkunjung Ulang Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Pengunjung Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar). *Jurnal Ilmu Manajemen*, vol. 7. No. 1, pp: 265-272.
- Syahrul, A. R. (2014). Pengaruh Daya Tarik, Fasilitas Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Wisatawan Asing Berkunjung Kembali Ke Aloita Resort Di Kab. Kep. Mentawai. *Jurnal Pelangi*, 7(1).
- Thamrin, A.,& Tantri, F. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Alfabeta
- Wiratna, S. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi.*, Yogyakarta: Pustaka Baru
- Yusuf, A.,&Sulaeman, E. (2014). Pengaruh Atribut Produk Wisata Terhadap Place Branding Dan Implikasinya Terhadap Keputusan Mengunjungi Destinasi Wisata Pantai (Survey Terhadap Wisatawan Nusantara di Kabupaten Karawang). *Jurnal Ilmiah Solusi*, vol. 1. No 1, pp:87-94