

**ANALISIS FAKTOR PROMOSI, AKSESIBILITAS DAN BUKTI FISIK TERHADAP  
KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN  
(Studi pada Destinasi Wisata Gunung Beruk Desa Karangpatihan Kecamatan  
Balong Kabupaten Ponorogo)**

**Erika Primadewi <sup>1)</sup>**

**Rispantyo <sup>2)</sup>**

**Suprihatmi Sri Wardiningsih <sup>3)</sup>**

<sup>1, 2, 3)</sup> Program Studi Magister Manajemen Universitas Slamet Riyadi Surakarta  
e-mail: <sup>1)</sup> erikaprimadewi@gmail.com

**ABSTRACT**

*The marketing mix in tourism marketing includes 8P, which is an extension of the generally accepted traditional 4P. The eight "P" are product, price, place, promotion, packaging, programming, people and partnership. Some of these factors have a significant influence on the desire of tourists to visit the place or tourist destination concerned (Purnamasari, 2011: 15). This study aims to determine the effect of promotion, accessibility, and physical evidence the interest or decision of tourists visiting Mount Beruk Tourism Object Karangpatihan Village Balong District Ponorogo Regency. The data used in this study are primary data with data collection methods using questionnaire techniques. The sampling technique used was accidental sampling with data analysis performed using multiple linear regression analysis techniques. This research concludes that promotion influences tourist visiting decisions. Accessibility has no effect on tourist visiting decisions and physical evidence has an effect on tourist visiting decisions and all have a positive relationship with tourist visiting decisions. Based on the value of the coefficient of determination, when compared with a predetermined standard, it is in the current position.*

**Keywords:** *Influence, Promotion, Accessibility, Physical Evidence, Visiting Decisions*

**PENDAHULUAN**

Bergulirnya Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa telah menjadi tonggak utama bagi kemajuan desa di seluruh Indonesia dimana terjadi perubahan paradigma secara besar-besaran di semua aspek yang berkaitan dengan penyelenggaraan pemerintahan desa. Salah satu yang menjadi amanat undang-undang tersebut adalah adanya pemberian hak otonom kepada desa untuk mengelola keuangannya sendiri termasuk dalam upaya untuk menggali sumber-sumber keuangan melalui potensi yang ada di wilayahnya. Pembentukan atau pembangunan destinasi wisata di masing-masing desa kemudian menjadi salah satu cara yang ditempuh oleh pemerintah desa yang bersangkutan dalam rangka untuk meningkatkan pendapatan asli desanya (Latifah, Dkk. 2016: 5).

Pemberdayaan desa melalui pengembangan destinasi wisata ini telah menjadi trend di berbagai desa di Kabupaten Ponorogo khususnya yang memiliki potensi secara alamiah salah satunya dilakukan oleh Pemerintah Desa Karangpatihan Kecamatan Balong melalui pembangunan Wana Wisata Gunung Beruk yang dirintis sejak tahun 2015 melalui pemanfaatan dana desa. Pembangunan wana wisata

Gunung Beruk merupakan salah satu *pilot project* yang berhasil dilakukan dan tercatat serta diakui oleh pemerintah daerah kabupaten Ponorogo sehingga telah memberikan kontribusi bagi pendapatan desa Karangpatihan.

Wana wisata Gunung Beruk dalam pengelolaannya dilakukan oleh pemerintah desa Karangpatihan meskipun secara kepemilikan lahan masih banyak yang dimiliki oleh pihak Perhutani. Meskipun demikian juga dilakukan pakta integritas diantara keduanya. Bagi pemerintahan desa tentu ini menjadi bagian penting dari upaya untuk meningkatkan pendapatan desa sebagaimana yang telah di amanatkan oleh Undang-undang Desa bahwa Pemerintah Desa diberikan hak otonomi untuk melakukan pengelolaan keuangannya termasuk bagaimana caranya meningkatkan pendapatan desa.

Kegiatan pemasaran dalam perusahaan perlu dilaksanakan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen. Bauran pemasaran merupakan inti dari pemasaran dalam memasarkan produk dan produsen sampai ke konsumen akhir. Bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan pemasar untuk mencapai tujuan pemasaran dalam pasar sasaran (Kotler dan Keller, 2011: 43).

Wana Wisata Gunung Beruk sampai dengan saat ini dapat dikatakan telah menjadi *pioneer* bagi pengembangan wisata serupa di Ponorogo. Keberadaannya sudah dikenal oleh masyarakat khususnya masyarakat Ponorogo. Argumentasi ini berdasarkan pada promosi yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Ponorogo melalui Bappeda dan juga di unggah di dalam laman Dinas Pariwisata setempat. Meskipun demikian juga masih terdapat persoalan-persoalan yang berkaitan dengan pemasaran. Pertama dari aspek promosi meskipun sudah dilakukan tetapi belum dilakukan secara massif dan berkelanjutan karena medianya terbatas. Dari aspek aksesibilitas dari tahun ke tahun pemerintah desa terus meningkatkan infrastruktur khususnya kualitas jalan, tetapi masih belum dapat dijangkau oleh kendaraan-kendaraan besar. Sedangkan dari aspek bukti fisik secara *view* tentu sudah cukup baik karena kondisi alam yang mendukung, tetapi dari bukti fisik yang lain seperti sarana dan prasarana masih banyak kekurangan (Observasi Awal, 2018).

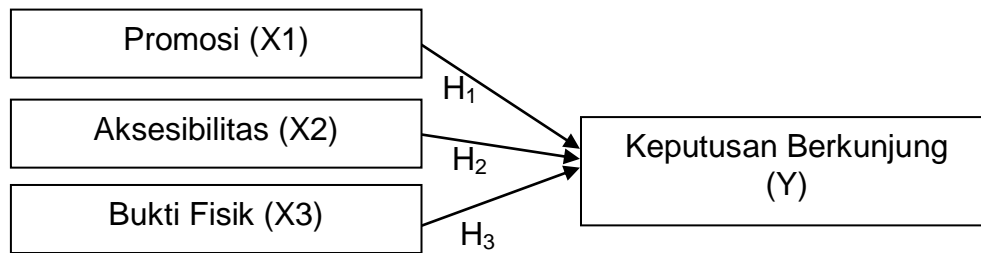
Persoalan yang terjadi pada Wana Wisata Gunung Beruk adalah pengembangan pemasaran di mana pengunjung rata-rata masih warga asli Ponorogo yang tinggal di Ponorogo belum menjamah daerah-daerah lain di Kabupaten Ponorogo. Oleh karena itu harus dilakukan kajian mendalam terkait dengan masalah yang mendorong pengunjung untuk mengunjungi tempat wisata Gunung Beruk. Apakah dari sisi pemasaran sudah dijalankan secara maksimal atau belum.

### **Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis signifikansi pengaruh promosi terhadap keputusan berkunjung Wisatawan di destinasi wisata Gunung Beruk Desa Karangpatihan Kecamatan Balong Kabupaten Ponorogo, menganalisis signifikansi pengaruh aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung wisatawan di destinasi wisata Gunung Beruk Desa Karangpatihan Kecamatan Balong Kabupaten Ponorogo, menganalisis signifikansi pengaruh bukti fisik terhadap keputusan berkunjung wisatawan di destinasi wisata Gunung Beruk Desa Karangpatihan Kecamatan Balong Kabupaten Ponorogo.

### **Kerangka Pemikiran**

Untuk menunjukkan suatu arah dari penyusunan agar dapat memperoleh gambaran yang lebih jelas, maka dalam penelitian ini peneliti membuat suatu kerangka pemikiran, yaitu sebagai berikut:



**Gambar I Skema Kerangka Pemikiran**

Keterangan:

1. Dalam penelitian ini variabel independen (bebas) terdiri dari Promosi (X1), Aksesibilitas (X2), dan Bukti Fisik (X3).
2. Dalam penelitian ini variabel dependen (terikat) adalah Keputusan Berkunjung (Y).

### Hipotesis Penelitian

Hipotesis Penelitian menurut Sugiyono (2014: 33), merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Berdasarkan rumusan masalah, teori dan kerangka pemikiran yang telah ditetapkan di dalam penelitian ini, maka hipotesis di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 1. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan

Menurut Sutisna (2012: 43), menyatakan bahwa promosi adalah usaha untuk menyampaikan pesan kepada publik terutama konsumen sasaran mengenai keberadaan produk di pasar. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh Pemerintah Desa Karangpatihan antara lain, pemasangan spanduk atau banner di beberapa tempat, media promosi secara online melalui website resmi, pemberian diskon atau potongan harga bagi wisatawan, menghibur rombongan anak usia dini, memberikan penjelasan alat peraga belajar dan, lain-lain.

Penelitian yang dilakukan oleh Pangestuti Endrianam dkk (2016) menghasilkan kesimpulan bahwa promosi berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Berdasarkan penjelasan dan penelitian di atas maka dalam penelitian ini dirumuskan hipotesis pertama sebagai berikut:

H1: Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan di destinasi wisata Gunung Beruk Desa Karangpatihan Kecamatan Balong Kabupaten Ponorogo.

#### 2. Pengaruh Aksesibilitas terhadap keputusan Berkunjung Wisatawan

Aksesibilitas adalah kemudahan untuk mencapai untuk bergerak dari satu tempat ke tempat lain dari satu wilayah. Dalam kegiatan pariwisata hanya mungkin berkembang dengan teknologi modern khususnya di bidang transportasi dan komunikasi. Transportasi ini sangat penting guna membantu para wisatawan, mengantar dari tempat asal atau tempat penginapan ke objek wisata (Yoestini. dkk, 2017: 3)

Semakin tinggi nilai aksesibilitas maka akan semakin tinggi pula tingkat kunjungan wisata ke objek wisata tersebut, karena suatu objek yang mudah dicapai oleh sarana transportasi jenis apapun jumlah wisatawan yang berkunjung pun akan lebih banyak dari pada objek wisata yang meskipun memiliki atraksi yang indah namun jika sulit diakses maka akan mempengaruhi jumlah wisatawan yang berkunjung.

Penelitian yang dilakukan oleh Alfatory (2015: 2) menyimpulkan bahwa aksesibilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Berdasarkan penjelasan dan penelitian di atas maka dalam penelitian ini dirumuskan hipotesis kedua sebagai berikut:

H2 : Aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan di destinasi wisata Gunung Beruk Desa Karangpatihan Kecamatan Balong Kabupaten Ponorogo.

### 3. Pengaruh Bukti Fisik terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan

Bukti fisik adalah lingkungan fisik perusahaan tempat jasa diciptakan dan tempat penyedia jasa dan konsumen berinteraksi, ditambah elemen tangible apa saja yang digunakan untuk mengkomunikasikan atau mendukung peranan jasa itu, (Lupiyoadi, 2009: 29).

Bukti fisik dalam wisata meliputi view alam yang dimiliki oleh objek wisata serta berbagai sarana dan prasarana pendukung yang diperuntukkan kepada wisatawan. Berdasarkan penjelasan tersebut maka semakin baik dan lengkap bukti fisik yang ada di tempat wisata semakin meningkatkan daya Tarik dan keputusan pengunjung atau wisatawan dan demikian pula sebaliknya.

Penelitian yang dilakukan oleh Yofina dan Afrinata (2018) menyimpulkan bahwa bukti fisik berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Berdasarkan penjelasan dan penelitian di atas maka dalam penelitian ini dirumuskan hipotesis ketiga sebagai berikut:

H3 : Bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan di destinasi wisata Gunung Beruk Desa Karangpatihan Kecamatan Balong Kabupaten Ponorogo.

## Metode Penelitian

Jenis penelitian yang dipakai adalah penelitian explanatory yaitu menjelaskan pengaruh variabel promosi, aksesibilitas dan bukti fisik terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Data yang digunakan di dalam penelitian ini adalah data primer dengan metode pengumpulan datanya menggunakan teknik kuesioner. Teknik sampling yang digunakan adalah *accidental sampling* dengan analisis data dilakukan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Populasi yang digunakan di dalam penelitian ini adalah pengunjung destinasi wisata Gunung Beruk Desa Karangpatihan Kecamatan Balong Kabupaten Ponorogo Tahun 2019. Adapun sampel yang digunakan di dalam penelitian ini adalah sebagian pengunjung destinasi wisata Gunung Beruk Desa Karangpatihan Kecamatan Balong Kabupaten Ponorogo Tahun 2019. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *accidental sampling* yaitu pengambilan sampel didasarkan pada kenyataan bahwa obyek penelitian ada di tempat penelitian secara kebetulan. Berikut adalah formulasi dan perhitungannya:

$$n = \frac{z^{1-\alpha/2P} (1-P)}{d^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

z = skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

p = maksimal estimasi = 0,5

d = alpha (0,10) atau sampling error = 10%

Melalui rumus di atas, maka jumlah sampel yang akan diambil adalah:

$$n = \frac{z_{1-\alpha/2P} (1-P)}{d^2}$$

$$n = 1,962.0,5 (1 - 0,5) 0,12$$

$$n = 3,8416. 0,25 0.01$$

$$n = 96,4 = 96$$

### Teknik Analisa Data

Dalam penelitian ini dilakukan beberapa tahap uji kualitas data pertama adalah uji validitas data kemudian uji reliabilitas serta uji asumsi klasik. Dalam penelitian ini pengolahan data dilakukan dengan menggunakan komputer dengan bantuan program SPSS 24.00. Metode analisis data yang digunakan adalah Analisis Regresi Linier Berganda. Analisis regresi digunakan untuk mencari bentuk pengaruh secara bersama-sama maupun sendiri-sendiri antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Model persamaan regresi yang digunakan sebagai berikut (Sugiyono, 2014: 44):

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y : Keputusan berkunjung

a : Bilangan konstanta

b<sub>1</sub>-b<sub>3</sub> : Koefisien regresi masing-masing variabel X

X<sub>1</sub> : Promosi

X<sub>2</sub> : Aksesibilitas

X<sub>3</sub> : Bukti fisik

e : *error*

Untuk mengetahui apakah suatu persamaan regresi yang dihasilkan baik untuk mengestimasi nilai variabel dependen atau tidak, dapat dilakukan dengan uji signifikansi parameter individual (uji statistik t). Selanjutnya dilakukan uji F digunakan untuk uji ketepatan model, apakah nilai prediksi mampu menggambarkan kondisi sesungguhnya dan terakhir adalah koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.

### Hasil Penelitian

Gambaran umum populasi dan responden berdasarkan jenis kelamin ditunjukkan pada Tabel 1, berdasarkan tingkat pendidikan ditunjukkan pada Tabel 2 dan berdasarkan umur ditunjukkan pada Tabel 3. Pada Tabel 1 diketahui bahwa Laki-laki lebih mendominasi sebagai responden yaitu sebesar 59,4%, sedangkan perempuan sebesar 40,6%.

**Tabel 1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
Perempuan	39	40,6
Laki-Laki	57	59,4
Jumlah	96	100,0

Sumber: Data primer yang diolah, 2020.

Pada Tabel 2 diketahui bahwa responden memiliki tingkat pendidikan S1 yaitu sebanyak 21%, SMA sebanyak 41%, dan SMP sebanyak 24% dan SD sebanyak 10%.

**Tabel 2. Deskripsi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan**

Pendidikan	Jumlah Responden	Persentase (%)
SD	10	10,4
SMP	24	25,0
SMA	41	42,7
Sarjana	21	21,9
Jumlah	96	100,0

Sumber: Data primer yang diolah, 2020.

Pada Tabel 3 diketahui bahwa usia responden penelitian dalam penelitian ini dari 96 responden terbagi atas usia antara 20-30 tahun sebanyak 26 orang (27,1%), 30-35 tahun sebanyak 34 orang (35,4%), 36-45 tahun sebanyak 32 orang (33,3%) dan di atas 46 tahun sebanyak 4 orang (4,2%). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa sebagian besar responden berusia antara 30 sampai dengan 35 tahun.

**Tabel 3. Deskripsi Responden Berdasarkan Umur**

Usia	Jumlah Responden	Persentase (%)
20 - 30 Tahun	26	27,1
30 - 35 Tahun	34	35,4
36 - 45 Tahun	32	33,3
46 - 60 Tahun	4	4,2
Total	96	100,0

Sumber: Data primer yang diolah, 2020.

### Uji Instrument Validitas Dan Reliabilitas

Menurut Ghazali (2005), uji signifikansi untuk melihat valid tidaknya data dapat dilakukan dengan membandingkan  $p$  value dengan  $\alpha$ . Sebuah variabel dikatakan valid apabila apabila  $p$  value < 0,05, sebaliknya apabila  $p$  value  $\geq$  0,05 tidak valid.

**Tabel 4. Hasil Uji Validitas Promosi**

Item Pernyataan	Sig	$\alpha$	Keterangan
X1.1	0,001	0,05	Valid
X1.2	0,000	0,05	Valid
X1.3	0,000	0,05	Valid
X1.4	0,000	0,05	Valid
X1.5	0,000	0,05	Valid
X1.6	0,000	0,05	Valid
X1.7	0,000	0,05	Valid

Sumber: Data kuesioner, 2020 (diolah)

Sesuai dengan hasil pengolahan data pada masing-masing variabel diketahui bahwa semua indikator yang digunakan dinyatakan valid di mana semua komponen variabel memiliki  $p$  value < (0,05) sehingga dinyatakan valid.

**Tabel 5. Hasil Uji Validitas Aksesibilitas**

Item Pernyataan	Sig	0,05	Keterangan
X2.1	0,000	0,05	Valid
X2.2	0,000	0,05	Valid
X2.3	0,000	0,05	Valid
X2.4	0,000	0,05	Valid
X2.5	0,000	0,05	Valid
X2.6	0,000	0,05	Valid
X2.7	0,000	0,05	Valid

Sumber: Data Hasil Pengolahan SPSS

Berdasarkan data sebagaimana yang ada di dalam tabel di atas diketahui bahwa semua item variabel memiliki  $p\ value < (0,05)$  sehingga dinyatakan valid.

**Tabel 6. Hasil Uji Validitas Bukti Fisik**

Item Pernyataan	Sig	0,05	Keterangan
X3.1	0,000	0,05	Valid
X3.2	0,000	0,05	Valid
X3.3	0,000	0,05	Valid
X3.4	0,000	0,05	Valid
X3.5	0,000	0,05	Valid
X3.6	0,000	0,05	Valid
X3.7	0,000	0,05	Valid

Sumber: Data hasil pengolahan SPSS

Berdasarkan data sebagaimana yang ada di dalam tabel di atas diketahui bahwa semua item variabel memiliki  $p\ value < (0,05)$  sehingga dinyatakan valid.

**Tabel 7. Hasil Uji Validitas Keputusan Berkunjung**

Item Pernyataan	Sig	0,05	Keterangan
Y1.1	0,000	0,05	Valid
Y1.2	0,000	0,05	Valid
Y1.3	0,000	0,05	Valid
Y1.4	0,000	0,05	Valid
Y1.5	0,000	0,05	Valid
Y1.6	0,000	0,05	Valid
Y1.7	0,000	0,05	Valid

Sumber: Data hasil pengolahan SPSS

Berdasarkan data sebagaimana yang ada di dalam tabel di atas diketahui bahwa semua item variabel memiliki  $p\ value < (0,05)$  sehingga dinyatakan valid.

Uji reliabilitas pada penelitian ini menunjukkan hasil bahwa semakin tinggi nilai koefisien yang didapatkan maka reliabilitas data yang diperoleh juga semakin tinggi. Adapun pengujian reliabilitas data kuesioner pada penelitian ini menghasilkan *output* di dalam tabel berikut ini:

**Tabel 8. Uji Reliabilitas**

No	Variabel	Nunaly Standard	Conbach Alpha	Keterangan
1	Promosi	0,6	0,651	Reliabel
2	Aksesibilitas	0,6	0,773	Reliabel
3	Bukti Fisik	0,6	0,643	Reliabel
4	K. Berkunjung	0,6	0,718	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2020.

Berdasarkan data sebagaimana yang ada di dalam tabel di atas diketahui bahwa masing-masing variabel reabel karena berada di atas angka 0,6 sehingga dikatakan reliabel.

### Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dari penelitian ini menunjukkan hasil sebagai berikut:

**Tabel 9. Uji Asumsi Klasik**

Uji Asumsi Klasik	Hasil Uji	Kesimpulan
Multikolinieritas	Nilai tolerance: 0,500; 0,514; 0,600 Nilai VIF: 1,999; 1,944; 1,666	Tidak ada multikolinieritas
Autokorelasi	Sig. 0,305 > 0,05	Terbebas dari masalah autokorelasi
Heteroskedastisitas	Sig. 0,443; 0,518; 0,455 > 0,05	Tidak ada heteroskedastisitas
Normalitas	0,367 > 0,05	Data residual berdistribusi normal

Sumber: Data primer yang diolah, 2020.

### Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda dari penelitian ini sebagai berikut:

**Tabel 10. Uji Regresi Linier Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	8,582	2,299		3,733	0,000
Promosi	0,216	0,106	0,241	2,029	0,045
Aksesibilitas	0,071	0,113	0,078	0,626	0,533
Bukti fisik	0,426	0,107	0,436	3,995	0,000
Uji F	26,635				0,000
Adjusted R Square	0,447				

Sumber: Data primer yang diolah, 2020.

Hasil regresi berganda di atas dapat dijabarkan dalam persamaan sebagai berikut:

$$Y = 8,582 + 0,216 X_1 + 0,071 X_2 + 0,426 X_3$$

Interpretasi analisis regresi linear berganda:



1. Konstanta sebesar 8,582 menyatakan bahwa besarnya keputusan berkunjung wisatawan (Y) positif dengan asumsi bahwa promosi (X1), aksesibilitas (X2), dan bukti fisik (X3) bernilai nol.
2. Koefisien regresi promosi (X1), sebesar 0,216 menyatakan bahwa setiap penambahan nilai promosi (X1), akan meningkatkan keputusan berkunjung wisatawan (Y), dengan asumsi aksesibilitas dan bukti fisik dianggap tetap.
3. Koefisien regresi sistem aksesibilitas (X2), sebesar 0,071 menyatakan bahwa setiap penambahan nilai aksesibilitas (X2), akan meningkatkan keputusan berkunjung wisatawan (Y) dengan asumsi promosi dan bukti fisik di anggap tetap.
4. Koefisien regresi bukti fisik (X3) sebesar 0,426 menyatakan bahwa setiap penambahan nilai bukti fisik (X3) akan meningkatkan kualitas keputusan berkunjung wisatawan (Y), dengan asumsi promosi dan aksesibilitas dianggap tetap.

### Uji t (uji signifikansi)

Berdasarkan tabel 10 tersebut dapat diketahui

1. Nilai t hitung 2,029 dengan nilai signifikansi sebesar  $0.045 < 0,05$  sehingga  $H_0$  ditolak sehingga hipotesis pertama terbukti kebenarannya artinya promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan.
2. Nilai t hitung 0,626 dengan nilai signifikansi sebesar  $0.533 > 0,05$  sehingga  $H_0$  diterima sehingga hipotesis kedua tidak terbukti kebenarannya artinya aksesibilitas tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan.
3. Nilai t hitung 3,995 dengan nilai signifikansi sebesar  $0.000 > 0,05$  sehingga  $H_0$  ditolak sehingga hipotesis ketiga terbukti kebenarannya artinya bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan.

### Uji F (uji ketepatan model)

Hasil Uji F diperoleh nilai F 26,635 dengan *p value*  $0,000 < 0,05$  berarti model tepat digunakan untuk memprediksi pengaruh variabel bebas terhadap variable terikat.

### Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Hasil koefisien determinasi diperoleh angka adjusted R square sebesar 0,447. Nilai koefisien R square sebesar 0,447 ini menunjukkan bahwa ketiga variabel memberi sumbangan pengaruh sebesar 44,7% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

## PEMBAHASAN

### 1. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan disimpulkan bahwa hipotesis pertama diterima artinya promosi berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Berdasarkan jawaban responden untuk variabel promosi diketahui bahwa skor yang paling banyak adalah jawaban setuju kemudian disusul oleh jawaban sangat setuju sehingga jawaban ini memberikan gambaran bahwa responden memiliki persepsi positif terhadap semua pertanyaan yang berhubungan dengan variabel promosi atau mereka banyak mengenal objek wisata Gunung Beruk dari promosi yang telah dilakukan oleh pengelola. Hal tersebut terjadi di semua sub variabel promosi. Berdasarkan kondisi riil di lapangan memang pemerintah desa karangpatihan kecamatan balong terus melakukan promosi secara besar-besaran baik di media cetak maupun di media elektronik. lebih spesifik lagi promosi juga dilakukan di media sosial.

Selain promosi yang dilakukan oleh pengelola dalam hal ini pemerintah Desa Karangpatihan, promosi juga dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Ponorogo serta BAPPEDA bahwa objek wisata Gunung Beruk masuk di dalam pilihan destinasi wisata yang dipromosikan di *website* dinas. Tentu kondisi ini sangat mempengaruhi informasi dan pengetahuan pengunjung sehingga kemudian mereka melakukan keputusan untuk mengunjungi objek wisata Gunung Beruk.

## 2. Pengaruh Aksesibilitas terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kedua disimpulkan bahwa hipotesis kedua ditolak artinya aksesibilitas tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Sama seperti jawaban responden terhadap variabel promosi, pada variabel aksesibilitas berdasarkan skor nilai tertinggi adalah jawaban setuju kemudian disusul oleh jawaban sangat setuju sehingga secara umum jawaban bermuatan positif lebih besar. Diketahui bahwa jawaban netral memiliki jumlah yang cukup banyak. Kondisi ini menjelaskan bahwa terdapat banyak responden yang tidak begitu memperhatikan masalah aksesibilitas dalam melakukan keputusan berkunjung.

Aksesibilitas menjadi salah satu faktor penting dalam penentuan keputusan berkunjung, tetapi jika dilihat dari sisi usia diketahui bahwa rata-rata pengunjung yang menjadi responden adalah mereka yang masih berada pada usia muda sehingga wajar kalau mereka tidak menempatkan aksesibilitas dalam arti kemudahan untuk menjangkau destinasi wisata ini sebagai indikator utama dalam penentuan keputusan berkunjung. Meskipun aksesibilitas kurang maksimal tetapi mereka tetap mengunjungi destinasi yang bersangkutan karena faktor lain seperti promosi maupun bukti fisik.

Aksesibilitas dalam pariwisata berkenaan dengan tingkat kemudahan seorang wisatawan mencapai suatu objek wisata. Aksesibilitas merupakan hal yang penting diperhatikan, mengingat aspek tersebut bisa memberikan pengaruh besar bagi wisatawan dalam menentukan keputusan berkunjung ke suatu objek wisata. Semakin tinggi nilai aksesibilitas maka akan semakin tinggi pula tingkat kunjungan wisata ke objek wisata tersebut, karena suatu objek yang mudah dicapai oleh sarana transportasi jenis apapun jumlah wisatawan yang berkunjung pun akan lebih banyak dari pada objek wisata yang meskipun memiliki atraksi yang indah namun jika sulit diakses maka akan mempengaruhi jumlah wisatawan yang berkunjung.

## 3. Pengaruh Bukti Fisik terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ketiga disimpulkan bahwa hipotesis ketiga diterima artinya bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Berdasarkan jawaban responden diketahui bahwa skor jawaban sangat setuju dalam hal ini paling banyak kemunculannya kemudian disusul oleh jawaban setuju. Hal ini menjadi wajar mengapa pengaruh variabel bukti fisik terhadap keputusan berkunjung adalah yang paling besar dibandingkan dengan variabel lainnya. Artinya bahwa pengunjung sangat memperhatikan bukti fisik dalam menentukan keputusannya.

*Physical evidence* (bukti fisik) sangat penting dalam *image* atau persepsi karena melalui bukti fisik ini konsumen siap untuk mengidentifikasi dan membandingkan suatu perusahaan jasa dengan perusahaan jasa lainnya sehingga dalam pengambilan keputusan penggunaan jasa konsumen tidak salah pilih.

## KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi, aksesibilitas dan bukti fisik terhadap keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Gunung Beruk Kecamatan Balong Kabupaten Ponorogo. Adapun hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut promosi berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Terdapat hubungan positif antara promosi dengan minat berkunjung wisatawan yang artinya bahwa semakin tinggi nilai promosi akan semakin meningkatkan nilai keputusan berkunjung wisatawan. Aksesibilitas tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Meskipun terdapat hubungan yang positif antara aksesibilitas dengan keputusan berkunjung wisatawan diketahui bahwa responden kurang memperhatikan pentingnya aksesibilitas hal ini karena usia responden rata-rata adalah usia muda yang lebih mementingkan bukti fisik dan memiliki keingintahuan yang tinggi. Bukti fisik tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Bukti fisik juga memiliki hubungan yang positif dengan keputusan berkunjung wisatawan, hal ini karena memang bukti fisik menjadi andalan yang ditawarkan oleh objek wisata Gunung Beruk yang merupakan wana wisata baru di Kabupaten Ponorogo. Berdasarkan nilai koefisien determinasi, jika dibandingkan dengan standar yang telah ditetapkan, maka ada pada posisi yang sedang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfatory, Rheza Syahrul. 2015. "Pengaruh Daya Tarik, Fasilitas dan Aksesibilitas terhadap Keputusan Wisatawan Asing Berkunjung Kembali Ke Aloita Resort di Kab. Kep. Mentawai." *Jurnal Pelangi: Research of Education and Development* Vol 7, No 1 Publisher: STKIP PGRI Sumbar
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Keempat Belas. Jakarta: Indeks.
- Latifah, Wahyuni, Endang Dwi Wahyuni, Guntur Kumar Mubaroq. 2016. "Analisis Efektivitas Sistem E – Village Budgeting dalam Pengelolaan Keuangan Desa di Kabupaten Banyuwangi (Studi Kasus pada Desa Genteng Wetan Kecamatan Genteng)." *Jurnal Reviu Akuntansi dan Keuangan*, vol 9 no 1, p. 107-113.
- Lupiyoadi, Rambat, 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa* (Edisi Ketiga). Jakarta: Salemba Empat.
- Pangestuti, Endriana, Sunarti dan hania. 2016. "Pengaruh Bauran Promosi terhadap Keputusan Berkunjung dengan Citra Destinasi Sebagai Variabel Mediasi (Survei pada Wisatawan Jawa Timur Park 1 Kota Batu)." *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*|Vol. 40 No.1 November.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutisna. 2012. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Yoestini dan Eva Sheila Rahma. 2017. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek terhadap Minat Beli dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian (Studi pada Pengguna Telepon Seluler Merek Sony Ericson di Kota Semarang)". *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*. Volume VI. No. 3. Desember. Hal. 261 – 276. Undip. Semarang.
- Yofina, Miko Afrinata. 2018. "Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran terhadap Minat Berkunjung Kembali pada Destinasi Wisata Pantai Carocok Painan Kabupaten Pesisir Selatan (Studi Kasus pada Wisatawan Domestik)." *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis* Vol. 6 No. 2, Desember