

PENGARUH DAYA TARIK WISATA, PERCEIVE VALUE DAN KELOMPOK ACUAN TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN DI OBJEK WISATA RAWA BENTO JERNIH JAYA KABUPATEN KERINCI

Anggia Ayu Lestari¹, Reni Yuliviona², Melifia Liantifa³
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sakti Alam Kerinci^{1,3}
Universitas Bung Hatta²
Email : anggialestari66@gmail.com

Abstract

This research aims to determine the influence of tourist attractions, location and reference groups partially and simultaneously on tourists' visiting decisions at the Rawa Bento Jernih Jaya tourist attraction, Kerinci district. The sample in this study was 80 tourists from Rawa Bento Jernih Jaya, Kerinci Regency, using the Accidental Sampling method. The data analysis tool used is multiple linear regression analysis at an alpha level of 0.05. The population used in this research were tourists at the Rawa Bento tourist attraction, Kerinci Regency. This research method uses a non-probability sampling technique with an accidental sampling technique. The data obtained from the questionnaire was then processed and analyzed using multiple linear regression analysis via SPSS software. The results of the research show that there is a significant and positive influence between tourist attraction on the decision to visit the Rawa Bento tourist attraction, Kerinci Regency. There is a significant and positive influence between Perceive Value on the decision to visit the Rawa Bento tourist attraction, Kerinci Regency. There is a significant influence between the groups. Reference to the decision to revisit the Rawa Bento tourist attraction, Kerinci Regency and there is a significant and positive influence between Tourist Attraction, Perceive Value and Reference Group on the Decision to Revisit the Rawa Bento Tourist Attraction, Kerinci Regency.
Keywords: Tourist Attraction, Perceive Value, Reference Group, Return Visit Decision, Tourist Attraction

PENDAHULUAN

Kemajuan dalam bidang ekonomi selama ini telah membawa perkembangan yang pesat dalam bidang usaha. Hal itu dapat dilihat dari banyaknya perusahaan, baik yang bergerak dibidang jasa maupun barang. Salah satu bidang usaha yang berkembang pesat dalam bidang usaha jasa. Industry jasa merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya tidak merupakan produk dalam

bentuk fisik atau konstruksi. Salah satu yang bergerak dibidang jasa yaitu industri pariwisata.

Melalui Undang-undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang pemerintahan daerah, pariwisata adalah salah satu urusan pemerintah pilihan bagi daerah yang memiliki potensi pariwisata. Hal ini memberikan kewenangan bagi daerah untuk melakukan perencanaan, pengembangan dan

pengelolaan pariwisata di daerah. Kemajuan dalam bidang ekonomi selama ini telah membawa perkembangan yang pesat dalam bidang usaha. Hal itu dapat dilihat dari banyaknya perusahaan, baik yang bergerak dibidang jasa maupun barang. Di alam Jambi khusus nya daerah kerinci salah satunya Rawa Bento Desa Jernih Jaya yang letaknya jauh dari pemukiman warga seolah tersembunyi dibalik lebatnya hutan yang masih arsi dan sangat eksotis dan menawan. Meskipun letaknya yang tersembunyi dan terpencil, sama sekali tak menyurutkan niat wisatawan untuk berkunjung ke Rawa bento. Suasana alami nan lestari pun seolah menjadi magnet, yang membuat wisatawan betah berlama-lama menikmati pemandangan yang indah.

Secara Geografis wisata Rawa Bento terletak di Desa Jernih Jaya, Kecamatan Gunung Tujuh , Provinsi Jambi. Objek wisata ini dikelola langsung oleh BUMDES Desa Jernih Jaya. Rawa Bento ini cukup unik dengan lokasi wisata yang di kelilingi oleh hutan dan padang rumput yang luas dan juga lahan basah , dengan ketinggian 1.333 mdpl luas lokasi sekitar 1000 Ha.

Berikut ini adalah perbandingan jumlah data kunjungan wisatawan rawa bento dengan wisata lain pada tabel berikut:

Tabel 1. Data Perbandingan Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Berbagai Objek Wisata di Kabupaten Kerinci

NO	TAHUN	Kunjungan Rawa Bento	Kunjungan di Pantai Koto Petai	Kunjungan di Depati Coffe
1.	2018	2.231 Orang	1.300 Orang	23.417 Orang
2.	2019	2.047 Orang	6.500 Orang	23.867 Orang
3.	2020	2.960 Orang	9.000 Orang	14.400 Orang
4.	2021	1.167 Orang	7.500 Orang	15.320 Orang

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa jumlah kunjungan dari tahun 2018 sampai 2020 pada objek wisata Rawa Bento sangat sedikit dan terjadi penurunan, Jumlah kunjungan di wisata rawa bento adalah tahun 2018 sebanyak 2.231 Orang, tahun 2019 sebanyak 2.047 Orang, pada tahun 2020 sebanyak 2.960 Orang dan tahun 2021 sebanyak 1.167 Orang. Dapat simpulkan bahwa fenomena keputusan berkunjung di wisata rawa bento terus mengalami penurunan jumlah pengunjung setiap tahunnya, karena kurangnya minat wisatawan yang berkunjung ke wisata rawa bento.

TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Schiffman dan kanuk (2014) ada 3 faktor yang mempengaruhi Keputusan Berkunjung meliputi : 1. Bauran pemasaran

(marketing mix) terdiri dari produk, Harga, Promosi, Tempat/distribusi, proses, orang, sarana fisik. 2. Lingkungan social budaya terdiri dari keluarga, sumber informasi, sumber non komersial, sub budaya dan budaya. 3. Bidang psikologis terdiri dari motivasi, persepsi, pengetahuan, kepribadian, sikap.

Menurut Kotler dan amstrong (2014) faktor yang mempengaruhi keputusan berkunjung yaitu sebagai berikut : 1. Faktor budaya. 2. faktor social terdiri dari kelompok Acuan, keluarga, peran dan status. 3. Faktor pribadi terdiri dari usia dan siklus hidup keluarga, pekerjaan dan lingkungan ekonomi, gaya hidup, kepribadian. 4. Faktor psikologis terdiri dari motipasi, presepsi.

Menurut Nuraeni (2013), daya tarik wisata adalah hal-hal yang menarik perhatian wisatawan yang dimiliki oleh suatu daerah tujuan wisata. Daya tarik wisata erat kaitannya dalam keputusan berkunjung. Pengunjung pastinya ingin mendapatkan kepuasan dari apa yang mereka lihat. Wisata yang dapat menarik pengunjungnya mempunyai kelebihan daya tarik tersendiri bagi pengunjungnya. Artinya, jika daya tarik mampu menjadikan daya tarik sendiri bagi pengunjung, maka keputusan berkunjung semakin meningkat. Hal ini sesuai dengan teori Utama yang menyatakan bahwa daya tarik daerah untuk tujuan wisata akan mampu

menarik wisatawan untuk mengunjunginya jika memenuhi syarat-syarat pengembangan daerahnya. Syarat-syarat tersebut antara lain daya tarik dapat disaksikan (*what to see*), aktivitas wisata yang dapat dilakukan (*what to do*), sesuatu yang dapat dibeli (*what to buy*), alat transportasi (*what to arrive*), dan penginapan (*where to stay*).

Fenomena Daya Tarik Wisata yang dapat dilihat Rawa Bento ini adalah fasilitas berwisata yang belum lengkap di Rawa Bento seperti tidak adanya penjual makanan dan minuman sehingga menyulitkan wisatawan, tidak adanya fasilitas umum seperti kamar mandi dan mushola selain dari pada itu juga masih kurang nya prahu boat yang di gunakan sehingga menyulitkan pengunjung untuk pergi ke rawa bento dengan harus menunggu wisatawan lain sampai di dermaga terlebih dahulu agar pengunjung yang baru sampai dapat ke lokasi rawa bento dengan boat yang di sediakan oleh penyelenggara wisata. Kondisi ini menunjukkan bahwa indikator Fasilitas, Infrastruktur, Jasa Pengangkutan bermasalah.

Selain dari daya Tarik wisata ada juga faktor lain yang mempengaruhi keputusan berkunjung yaitu lokasi, Menurut Tjiptono (2015) Lokasi adalah mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah

penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen ke pada konsumen.

Berdasarkan fenomena tersebut, maka perlu adanya penelitian mengenai faktor yang dapat mempengaruhi jumlah pengunjung terhadap objek wisata alam. Abbasi et al. (2021) menyatakan bahwa nilai yang di rasakan oleh wisatawan ketika berkunjung dapat berpengaruh terhadap keinginan para wisatawan untuk kembali berkunjung di masa mendatang, dimana pada penelitiannya juga disebutkan bahwa persepsi nilai wisatawan memiliki pengaruh terhadap minat berkunjung kemabli. Persepsi nilai dianggap sebagai faktor penting yang dapat mempengaruhi kepuasan karena sebelum pelanggan ingin mengunjungi kembali, mereka cenderung akan mengingat kembali serta menganalisis informasi yang didapat dan secara otomatis akan berprasangka mengenai produk atau layanan baik dari segi nilai harga ataupun nilai fungsional (Slack et al., 2021).

Kelompok acuan juga salah satu faktor penting dalam pengambilan keputusan Berkunjung. Kelompok acuan dapat diartikan seorang individu atau sekelompok orang yang secara nyata mempengaruhi perilaku seseorang. Dari sudut pandang pemasar, kelompok acuan adalah kelompok yang dianggap sebagai kerangka acuan bagi para individu dalam pengambilan keputusan

pembelian. Kelompok acuan digunakan seseorang sebagai dasar untuk perbandingan atau sebuah referensi dalam membentuk respon afektif, kognitif, dan perilaku. Sehingga dapat memberikan standar (norma atau nilai) yang dapat menjadi perspektif penentu mengenai bagaimana seseorang berfikir atau berperilaku.

Menurut Haryogi dan Iriani (2015) mendefinisikan bahwa “kelompok acuan adalah orang atau kelompok orang yang mempengaruhi secara bermakna perilaku individu”.

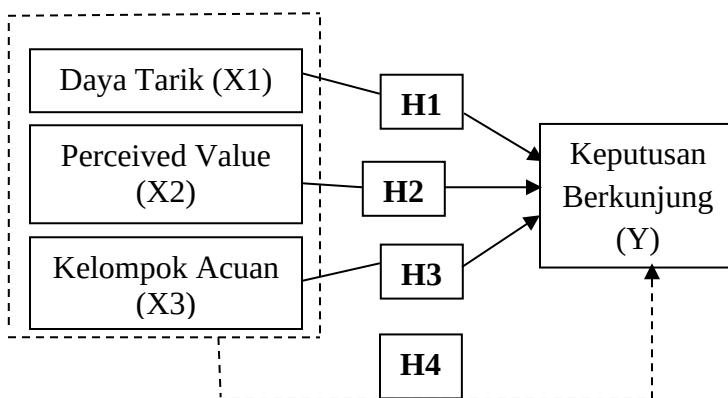
Fenomena kelompok acuan yang dapat dilihat dari pengunjung rawa bento jernih jaya kabupaten kerinci yaitu kebanyakan dari pengunjung atau masyarakat dari kelompok seseorang akan saling berinteraksi dan bertukar pikiransatu sama lain. Berkumpul setelah menjalani aktivitas yang melelahkan bukan halyang asing lagi bagi semua orang. Seseorang lebih memilih menghabiskan waktu senggangnya dengan berkumpul bersama komunitasnya di kafe atau restoran, tujuannya untuk melepas penat, tetapi di wisata rawa bento lebih tenang, aman untuk waktu bersantai, pemandangan yang sangat bagus ditambah lagi dengan adanya gunung kerinci akan menjadikan suasana lebih baik setelah di ajak atau di rekomendasikan oleh orang lain seperti teman, rekan kerja yang sudah lebih dulu

mencoba ke tempat wisata rawa bento, karena pengunjung yang merasa puas terhadap suasana yang indah untuk waktu yang dirasakan akan menyatakan hal-hal baik dan mereka akan merekomendasikan atau mengajak teman, keluarga, rekan kerja mereka untuk mencoba hal yang sama, berawal dari mulut ke mulut inilah wisata rawa bento yang di kenal dan disukai oleh masyarakat. Berdasarkan fenomena dari kelompok acuan maka indikator pengalaman dari kelompok acuan berdampak baik.

Kerangka Konseptual Penelitian adalah suatu hubungan atau kaitan antara konsep satu terhadap konsep yang lainnya dari masalah yang ingin diteliti. Berguna untuk menghubungkan atau menjelaskan secara panjang lebar tentang suatu topik yang akan dibahas. Dalam hal ini adalah Pengaruh Daya Tarik Wisata (X1) Perceived Value (X2) Kelompok Acuan (X3) terhadap Keputusan Berkunjung (Y) berpengaruh baik secara parsial maupun simultan.

Dari data yang dijelaskan diatas tersebut maka dari itu kita dapat membuat kerangka pemikiran mengapa Wisatawan memutuskan untuk berkunjung di wisata Rawa Bento Jernih Jaya Kabupaten Kerinci, ada beberapa variabel yang menjadi pertimbangan yang diperhitungkan oleh konsumen berikut adalah kerangka pemikiran teoritisnya.

Gambar 1. Kerangka Konseptual



METODE PENELITIAN

Populasi Dan Sampel

Sebelum melaksanakan penelitian harus ditentukan terlebih dahulu populasi yang akan diteliti sebagai objek dari penelitian. Menurut Sugiyono (2017) menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Karena jumlah populasi yang terlalu banyak sehingga tidak memungkinkan untuk peneliti meneliti seluruhnya, maka penelitian ini diteliti dengan sampel.

Populasi penelitian adalah seluruh Wisatawan di objek Wisata Rawa Bento Jernih Jaya yang jumlah sampel nya tidak di ketahui. Sampel adalah bagian dari populasi yang diharapkan mampu mewakili dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2017) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik

yang dimiliki oleh populasi. Sampel dilakukan karena peneliti memiliki keterbatasan dalam melakukan penelitian baik dari segi waktu, tenaga, dan jumlah populasi yang sangat banyak. Maka peneliti harus mengambil sampel yang benar-benar representatif (dapat mewakili).

Metode Dan Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan kuantitatif, sementara alat analisis data yang digunakan uji validitas dan reliabilitas, koefisien determinasi, uji hipotesis dan regresi bertingkat dengan SPSS 21 FOR WINDOWS

Hasil Dan Pembahasan

Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 80 responden yang mengisi kuesioner. Daya Tarik Wisata secara Parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Rawa Bento Jernih Jaya Kabupaten Kerinci dimana besarnya pengaruh daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung yaitu 78%

Perceive Value berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung wisatawan di objek wisata Rawa Bento Jernih Jaya Kabupaten Kerinci. Dimana besarnya pengaruh perceive value terhadap keputusan berkunjung sebesar 11,907%.

Kelompok Acuan secara Parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Rawa Bento Jernih Jaya Kabupaten Kerinci. Dimana besarnya pengaruh kelompok acuan terhadap keputusan berkunjung sebesar 23,25%.

Daya Tarik Wisata, Lokasi dan kelompok Acuan secara Simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Rawa Bento Jernih Jaya Kabupaten. Dimana besar pengaruh secara simultan yaitu sebesar 89,3%.

Uji Validitas Dan Reliabilitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisioner. Uji validitas bertujuan memastikan apakah masing-masing pertanyaan layak masuk dalam variabel yang ditentukan. Pengujian validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} (*Correlated Item-Total*) dengan r_{tabel} . atau data dikatakan valid jika $r_{hitung} > 0,30$ maka dapat disimpulkan bahwa butir instrumen tersebut valid.

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach alpha	Standar Reabilitas	Keterangan
Keputusan Pembelian	0,752	0,60	Reliable

Daya Tarik Wisata	0,749	0,60	Reliable
Perceive Value	0,754	0,60	Reliable
Kelompok Acuan	0,752	0,60	Reliable

Sumber : Data Primer Diolah 2022

Pengujian Hipotesis

Pengaruh daya tarik wisata (X1) lokasi (X2) dan kelompok acuan (X3) terhadap keputusan berkunjung (Y)

Untuk menjawab hipotesis pengaruh daya tarik wisata, lokasi dan kelompok acuan terhadap keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata rawa bento di gunakan persamaan

$$Y = 13,885 + 0,727 X_1 - 0,127 X_2 + 0,284 X_3$$

Tabel 3. Pengaruh daya tarik wisata (X1) lokasi (X2) dan kelompok acuan (X3) terhadap keputusan berkunjung (Y)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	13.855	4.147		3.341	.001
1 DAYA TARIK WISATA	.727	.063	.838	11.453	.000

PERCEIVE VALUE KELOMPOK ACUAN	.873	.119	.096	1.006	.289
N	.284	.066	.291	4.285	.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN BERKUNJUNG

Tabel 4. Besar Pengaruh Daya Tarik Wisata (X1), Perceive Value (X2) Dan Kelompok Acuan (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Rawa Bento Jernih Jaya Kabupaten Kerinci

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df 1	df 2	Sig. F Change
1	.945 ^a	.893	.889	.965	.893	211.267	3	76	.000

a. Predictors: (Constant), KELOMPOK ACUAN, DAYA TARIK WISATA, Perceive Value

Berdasarkan analisis tabel 4 terdapat *R Square* (Determinasi) adalah 0,893 (adalah pengkuadratan dari koefisien korelasi 0,945 (a). Untuk mengetahui besar kecilnya pengaruh variabel Daya Tarik Wisata, Perceive Value dan Kelompok Acuan terhadap Keputusan Berkunjung dapat ditentukan dengan rumus Koefisien Determinasi sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 KD &= r^2 \times 100\% \\
 &= (0,945)^2 \times 100\% \\
 &= 0,893 \times 100\% \\
 &= 89,3\%
 \end{aligned}$$

Kontribusi variabel Daya Tarik Wisata, Perceive Value dan Kelopak Acuan terhadap Keputusan Berkunjung sebesar 89,3 %, sedangkan sisanya 16,7 % dapat dipengaruhi oleh variable lain di luar penelitian ini.

Uji Asumsi Klasik

Tabel 9 uji normalitas kolmogorov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

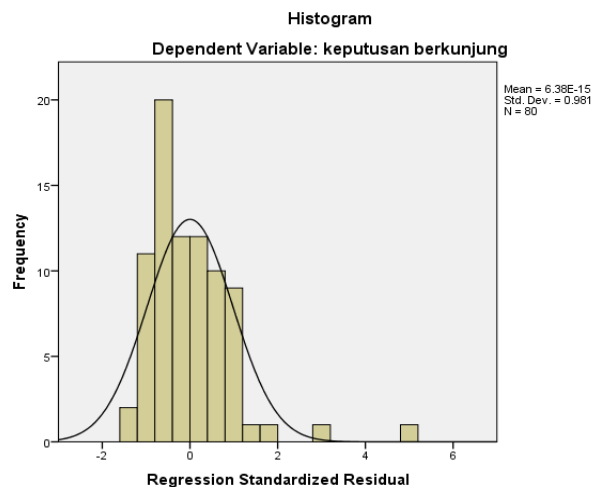
		Unstandardize d Residual
N		80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean Std. Deviation	0E-7 .94633204
Most Extreme Differences	Absolute Positive Negative	.115 .115 -.091
Kolmogorov-Smirnov Z		1.029
Asymp. Sig. (2-tailed)		.240

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

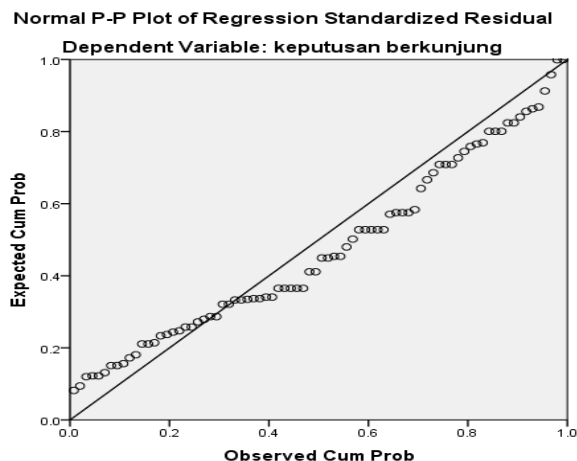
Dikatakan normal apabila $> 0,05$ dan kita lihat pada tabel signifikan yaitu 0,240 yang berarti normal

Uji Normalitas Histogram



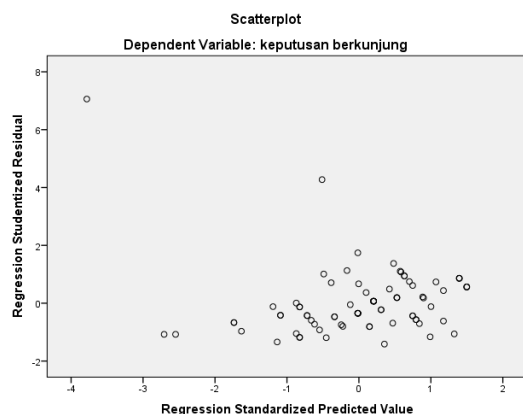
Data di katakan normal karena grafik di atas berbentuk lonceng dan tidak condong ke kiri atau ke kanan, sehingga dengan pola di atas ini berdistribusi normal.

Uji Normalitas Standar Residual



Data di katakan normal jika titik pada gambar mengikuti garis lurus diagonal.

Uji normalitas scatterplot



Data dapat di katakana normal jika titik pada gambar bertebaran atau tidak bertumpu pada satu titik.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data dan pembahasan sebagaimana diuraikan pada bab sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan yakni sebagai berikut :

1. Daya Tarik Wisata secara Parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Rawa Bento Jernih Jaya Kabupaten Kerinci dimana besarnya pengaruh daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung yaitu 78%
2. Perceive Value secara Parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung wisatawan di objek wisata Rawa Bento Jernih Jaya Kabupaten Kerinci. Dimana besarnya

pengaruh lokasi terhadap keputusan berkunjung sebesar 63%.

3. Kelompok Acuan secara Parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Rawa Bento Jernih Jaya Kabupaten Kerinci. Dimana besarnya pengaruh kelompok acuan terhadap keputusan berkunjung sebesar 23,25%.
4. Daya Tarik Wisata, Perceive Value dan kelompok Acuan secara Simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Rawa Bento Jernih Jaya Kabupaten. Dimana besar pengaruh secara simultan yaitu sebesar 89,3%.

DAFTAR PUSTAKA

- Haryogi & Sri Setyo Iriani. 2015. Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelompok Acuan Terhadap Keputusan pembelian Smartphone Merek Samsung Galaxy. Jurnal Ilmu Manajemen (JIM) Vol. 1, No. 4.
- Kotler & Keller. 2013. Manajemen Pemasaran, Edisi Bahasa Indonesia, Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler & Armstrong. 2014. Manajemen Pemasaran Jasa, Jakarta Salemba Empat.

- Nuraeni. 2013. Daya Tarik Wisata, Yayasan
Aini Syam: Pekanbaru.
- Riantika, I. (2016). Pengaruh Electronic Word
of Mount, Daya Tarik dan Lokasi
Terhadap Keputusan Berkunjung
Wisatawan di Curug Sidoharjo.
Repository Universitas Sanata
Dharma Yogyakarta. 49-50,91.
- Scifman & Kanuk. 2014. Perilaku Konsumen.
Jakarta: Indeks
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian
Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.
Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2015. Strategi Pemasaran.
Yogyakarta: Cv. Andi.