



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 4 Tahun 2024 Page 6496-6511

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Pengaruh Harga Paket Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisata Arung Jeram Di Sungai Bingei

Nurul Fatihah Faisal^{1✉}, Edi Putra Berutu²

Politeknik Negeri Medan

Email: nurul.f.faisal.7@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Penelitian ini dilakukan pada wisata arung jeram di Sungai Bingei, yang juga disebut "Sungai Bingei" atau "Sei Bingei" oleh penduduk setempat, terutama di desa Sei Bingei, Binjai, Kabupaten Langkat. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel *independent* yaitu variabel Harga Paket Wisata (X^1) dan variabel Daya Tarik Wisata (X^2) serta variabel *dependen* yaitu keputusan berkunjung (Y). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga paket dan daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung wisata arung jeram sungai bingei. Berdasarkan tujuan dari penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian *explanatory research* dengan pendekatannya yaitu kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 4500 jiwa dan sampel sebanyak 100 jiwa seluruh pengunjung wisata arung jeram sungai bingei. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga paket dan daya tarik secara simultan berpengaruh terhadap keputusan berkunjung di destinasi wisata arung jeram di sungai bingei. Variabel harga paket secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung di destinasi arung jeram sungai bingei dengan t-hitung sebesar 5.109 sedangkan variabel daya tarik berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung di destinasi arung jeram sungai bingei dengan t-hitung sebesar 8.220.

Kata Kunci : *Daya Tarik Wisata, Harga, Keputusan Berkunjung*

Abstract

This research was conducted on rafting tours on the Bingei River, which is also called "Sungai Bingei" or "Sei Bingei" by local residents, especially in Sei Bingei village, Binjai, Langkat Regency. The variables used in this study consisted of the independent variables, namely the variable Tour Package Prices (X1) and the Tourist Attractiveness variable (X2) and the dependent variable, namely the decision to visit (Y). The purpose of this study was to find out how the effect of package prices and tourist attractions on the decision to visit the Bingei river rafting tour. Based on the objectives of this study, researchers used explanatory research with a quantitative approach. The population in this study was 4500 people and a sample of 100 people were all visitors to the Bingei river rafting tour. The results of this study indicate that package prices and attractions simultaneously influence the decision to visit a rafting tourist destination on the Bingei River. The package price variable partially has a positive and significant effect on the decision to visit the Bingei river rafting destination with a t-count of 5.109 while the attractiveness variable has a positive and significant effect on the decision to visit the Bingei river rafting destination with a t-count of 8.220.

Keywords: *Tourist Attraction, Price, Visit Decision*

PENDAHULUAN

Sungai Bingei adalah suatu sungai di provinsi Sumatra Utara, yang berhulu di Sungai Wampu. Sungai ini terletak sekitar 1400 km sebelah barat laut ibu kota Jakarta. Sungai Bingei melintasi Kota Binjai, sepanjang 15 km dengan luas daerah aliran sungai 150 km² di wilayah Binjai Utara.

Di sungai ini, Atraksi wisata utama yang ditawarkan adalah Arung jeram. Selain merupakan sungai yang relatif tidak begitu besar namun arus Sungai Bingei terkenal cukup deras. Jeram-jeramnya cukup banyak dan bervariasi. Meskipun deras dengan banyak jeram, tapi tidak membahayakan, sehingga kegiatan arung jeram ini dapat dilakukan oleh semua kalangan, termasuk anak-anak.

Untuk sampai di destinasi ini, hanya butuh waktu sekitar satu jam perjalanan dari Kota Medan dan setengah jam dari Binjai Terdapat beberapa pilihan yang dapat diikuti oleh peminat arung jeram untuk mengarungi Sungai Bingei. Rute yang umum diikuti oleh wisatawan adalah rute Namo Nangka hingga Bendungan Namu Sira - sira dengan jarak tempuh sekitar 7 km dan lama pengarungan mencapai 2 jam.

Beberapa operator arung jeram, menjual paket wisata arung jeram Sungai Bingei sehingga di waktu libur biasanya Sabtu dan Minggu sungai ini ramai oleh wisatawan yang berwisata arung jeram. Berikut adalah harga paket arung jeram oleh salah satu operator

wisata arung jeram di Sumatera utara yaitu Explore Sumatera :

Paket reguler *rafting* Sungai Bingei : Rp 285.000 /org Fasilitas :

- *Welcome drink*
- Perlengkapan *rafting* (pelampung, *helmet*, dayung)
- Pemandu
- Makan siang (prasmanan)
- Transportasi lokal (dari *camp* hingga *explore* menuju *start point*)
- Asuransi
- Retribusi & parkir kawasan wisata

Jumlah keputusan pembelian paket wisata arung jeram ke sungai bingei masih mengalami fluktuasi dari tahun ke tahun, didukung dengan pemahaman kebutuhan dan motivasi wisatawan harus benar-benar dikenali sehingga dapat mempengaruhi proses keputusan pembelian dengan strategi pemasaran yang dilakukan.

Berdasarkan data kunjungan wisatawan tahun 2018-2022 (Explore Sumatera), jumlah pengunjung wisata arung jeram sungai bingei pada tahun 2018-2022 mengalami fluktuatif. Tahun 2018 jumlah pengunjung sebanyak 4556 orang. Di Tahun 2019 terjadi sedikit penurunan angka kunjungan menjadi 4367 orang. Pada tahun 2020 dan 2021 terjadi penurunan angka yang sangat signifikan karena terjadinya pandemi Covid -19 yaitu 215 dan 150 orang pengunjung. Sedangkan pada tahun 2022 mulai terjadi kenaikan karena pandemi Covid-19 sudah berakhir. Hal ini mengindikasikan terjadi fluktuasi jumlah pengunjung setiap tahunnya. Perlu dilakukan pengembangan oleh pengelola antara lain daya tarik wisata dan Harga Paket Wisata Sehingga menjadikan objek wisata Arung Jeram Sungai Bingei banyak dikunjungi oleh wisatawan domestik dan mancanegara.

Berdasarkan paparan latar belakang diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :
(1) Untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga paket wisata terhadap keputusan berkunjung wisata arung jeram di sungai bingei. (2) Untuk mengetahui bagaimana pengaruh daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung wisata arung jeram di sungai bingei. (3) Untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga paket dan daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung wisata arung jeram di sungai bingei.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian explanatory research dengan pendekatannya yaitu kuantitatif. Explanatory research merupakan penelitian yang dilakukan untuk menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel penelitian melalui pengujian hipotesis (Ferdinand, 2011). Penelitian ini dilakukan di kawasan wisata arung jeram sungai Bingei pada bulan Juni – Juli 2023. Pemilihan lokasi dilakukan dengan sengaja (purposive).

Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung yang berkunjung ke wisata arung jeram di sungai bingei. Target populasi dalam penelitian ini adalah 750 orang. Dengan jumlah populasi 750 yang diketahui, maka teknik yang digunakan dalam menentukan sampel adalah menggunakan teknik slovin. Dari hasil perhitungan menggunakan rumus slovin, didapat jumlah sampelsebanyak 88,2 yang dibulatkan menjadi 88 jiwa.

Sugiyono (2015) menyatakan bahwa terdapat 2 jenis data yaitu data kuantitatif dan kualitatif.

1. Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau data, atau data kuantitatif yang diangkakan (scoring).
2. Data kualitatif adalah data penelitian yang berdasarkan pada filsafatpost positivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah dimana peneliti adalah sebagai instrument. Data dikumpulkan dengan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer yang diperoleh langsung dari wisatawan yang datang ke wisata arung jeram sungai Bingei. Data primer dalam penelitian ini merupakan identitas umum pengunjung seperti kuesioner, observasi, maupun gambar. Sedangkan data sekunder dalam penelitian ini, adalah data jumlah pengunjung selama beberapa tahun lalu beserta buku, jurnal, skripsi, e-book yang berhubungan dengan judul penelitian.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan cara melakukan observasi dan menyebarkan kuesioner. Pada penelitian ini dilakukan observasi dengan mengamati secara langsung objek penelitian dalam hal ini yaitu wisata arung jeram di Sungai Bingei. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Responden untuk pengisian kuesioner penelitian ini adalah pengunjung yang berkunjung ke wisata arung jeram di Sungai Bingei dengan rentang usia 16 – 60 tahun. Dalam penelitian ini, kuesioner menggunakan pengukuran skala Likert.

Teknik Pengolahan Data

1. Uji Validasi dan Reliabilitas

Uji validasi dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang telah disusun benar-benar mampu mengukur apa yang harus diukur. Uji reliabilitas yaitu suatu pengujian berkaitan dengan serangkaian indikator variabel penelitian yang konsisten dalam pengukuran.

2. Uji Asumsi Klasik

Pada uji asumsi klasik digunakan uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heterokedestisitas.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini data hasil kuesioner selanjutnya akan dianalisis dengan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda dengan menggunakan variabel terikat (Y) dan dua variabel bebas (X1, dan X2).

4. Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Menurut Priyanto (2010:66) koefisien determinasi digunakan untuk menjelaskan seberapa besar sumbangan variabel bebas terhadap variabel terikat.

5. Uji Hipotesis

Dalam uji hipotesis digunakan Uji Parsial (Uji t) dan Uji Simultan (Uji F).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Hasil Pengumpulan dan Pengolahan Data

1. Identitas Responden

a. Gambaran Umum Responden Menurut Usia

Berdasarkan data, diketahui bahwa usia yang terbanyak yang mengunjungi destinasi wisata arung jeram di sungai Bingei adalah yang berusia 17-25 tahun yaitu sebanyak 75 orang atau 75%.

b. Gambaran Umum Responden Menurut Jenis Kelamin

Berdasarkan data, menunjukkan bahwa responden dengan jenis kelamin Laki-laki sebanyak 40 orang dengan persentase 40% dan responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 60 orang dengan persentase 60%. Hal ini berarti menunjukkan bahwa wisatawan yang mengunjungi destinasi wisata arung jeram sungai bingei paling banyak adalah jenis kelamin perempuan.

c. Gambaran Umum Responden Menurut Pekerjaan

Berdasarkan data, diketahui bahwa data responden menurut pekerjaan yang paling

banyak mengunjungi destinasi wisata arung jeram sungai bingei adalah dominan Mahasiswa dengan jumlah 54 orang atau 54% dan setelah itu diikuti oleh responden dengan pekerjaan sebagai karyawan swasta dengan jumlah 38 orang atau 38%.

2. Analisis Deskriptif

Dalam penelitian ini setiap variabel diukur dengan menggunakan skala Likert dengan rentang skala 1-5. Adapun cara untuk menentukan interval antar kelas adalah sebagai berikut:

Dengan demikian kategori skala dapat ditentukan sebagai berikut :

1,00-1,80 = Sangat Tidak Setuju

1,81-2,60 = Tidak Setuju

2,61-3,40 = Netral

3,41-4,20 = Setuju

4,20 -5 = Sangat Setuju

a. Deskriptif Variabel Harga (X1)

Tabel 1. Distribusi Jawaban Responden Variabel Harga (X1)

Item	SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)		Jumlah	Skor
	F	Fx5	F	Fx4	F	Fx3	F	Fx2	F	Fx1		
X1.1	31	155	38	152	22	66	4	8	5	5	100	386
X1.2	21	105	44	176	25	75	5	10	5	5	100	371
X1.3	37	185	34	136	16	48	7	14	6	6	100	389
X1.4	33	165	34	136	19	57	8	16	6	6	100	380
X1.5	33	165	35	140	15	45	11	22	6	6	100	378
X1.6	30	150	37	148	21	63	6	12	6	6	100	379
Rata-Rata Variabel Harga												

Berdasarkan tabel 1, dapat dilihat bahwa jawaban responden terhadap variabel Harga dalam kategori "Setuju", dimana diperoleh rata-rata skor sebesar 3,81.

b. Deskriptif Variabel Daya Tarik (X2)

Tabel 2. Distribusi Jawaban Responden Variabel Daya Tarik (X2)

Item	SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)		Jumlah	Skor	Rata-rata
	F	Fx5	F	Fx4	F	Fx3	F	Fx2	F	Fx1			
X2.1	25	125	42	168	21	63	9	18	3	3	100	377	3.77
X2.2	28	140	43	172	16	48	9	18	4	4	100	382	3.82
X2.3	27	135	36	144	26	78	8	16	3	3	100	376	3.76
X2.4	27	135	43	172	21	63	5	10	4	4	100	384	3.84
X2.5	29	145	38	152	17	51	12	24	4	4	100	376	3.76

X2.6	22	110	42	168	23	69	10	20	3	3	100	370	3.7
Rata-Rata Variabel Daya Tarik												3.78	

Berdasarkan tabel 2, dapat dilihat bahwa jawaban responden terhadap variabel fasilitas dalam kategori "Setuju", dimana diperoleh rata-rata skor sebesar 3,78.

c. Deskriptif Variabel Keputusan Berkunjung (Y)

Tabel 3. Distribusi Jawaban Responden Variabel Keputusan Berkunjung (Y)

Item	SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)		Jumlah	Skor	Rata-rata
	F	Fx5	F	Fx4	F	Fx3	F	Fx2	F	Fx1			
Y1	28	140	37	148	23	69	6	12	6	6	100	375	3.75
Y2	27	135	32	128	27	81	9	18	5	5	100	367	3.67
Y3	34	170	34	136	20	60	6	12	6	6	100	384	3.84
Y4	4	20	10	40	20	60	34	68	32	32	100	220	2.2
Y5	26	130	43	172	21	63	6	12	4	4	100	381	3.81
Y6	27	135	37	148	23	69	10	20	3	3	100	375	3.75
Y7	37	185	34	136	14	42	10	20	5	5	100	388	3.88
Rata-Rata Variabel Daya Tarik												3.56	

Berdasarkan tabel 3, dapat dilihat bahwa jawaban terhadap variabel keputusan berkunjung wisatawan dalam kategori "Setuju", dimana diperoleh rata-rata skor sebesar 3,56.

Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Tabel 4. Uji Validitas

Variabel	Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
Harga Paket (X1)	Item 1	0,918	0,361	Valid
	Item 2	0,765	0,361	Valid
	Item 3	0,895	0,361	Valid
	Item 4	0,918	0,361	Valid
	Item 5	0,791	0,361	Valid
	Item 6	0,878	0,361	Valid
Daya Tarik Wisata (X2)	Item 1	0,837	0,361	Valid
	Item 2	0,959	0,361	Valid
	Item 3	0,715	0,361	Valid
	Item 4	0,896	0,361	Valid
	Item 5	0,929	0,361	Valid

Keputusan Berkunjung (Y)	Item 6	0,903	0,361	Valid
	Item 1	0,881	0,361	Valid
	Item 2	0,547	0,361	Valid
	Item 3	0,750	0,361	Valid
	Item 4	0,891	0,361	Valid
	Item 5	0,919	0,361	Valid
	Item 6	0,898	0,361	Valid
	Item 7	0,869	0,361	Valid

Sumber: Diolah menggunakan SPSS,2023

Tabel 4 menyatakan bahwa seluruh butir pernyataan telah valid karena r hitung $>$ r tabel karena itu peneliti memasukkan semua item dalam kuesioner. Maka dapat dilanjutkan pada tahap pengujian reliabilitas.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Item Pernyataan	Croach's Alpha	Keterangan
Harga(X1)	Pernyataan 1 sd 6	0,930	Reliabel
Daya Tarik(X2)	Pernyataan 7 sd 12	0,938	Reliabel
Keputusan Berkunjung (Y)	Pernyataan 13 sd 19	0,918	Reliabel

Sumber: Data yang diolah SPSS, 2023

Berdasarkan tabel 5, dapat dilihat nilai dari variabel Harga (X1) sebesar 0,930, variabel daya tarik (X2) sebesar 0,938, dan variabel Keputusan Berkunjung (Y) sebesar 0,918. Kerena nilai *Cronbach's Alpha* di atas 0,60 maka disimpulkan semua item pernyataan dalam kuesioner dalam penelitian ini adalah reliabel.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Tabel 6. Uji Normalitas Kolgomorov-Smirnov

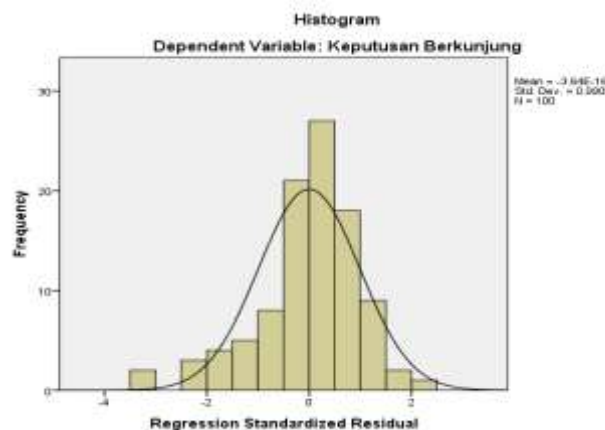
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2.87246570
	Absolute	.111
Most Extreme Differences	Positive	.054
	Negative	-.111

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.

Sumber: Data diolah SPSS, 2023

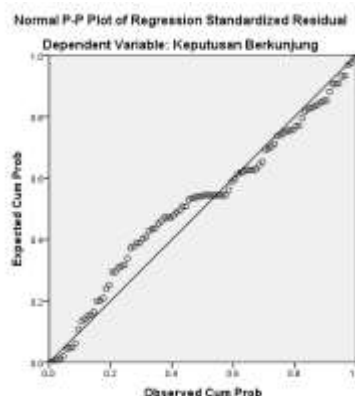
Dari tabel 6, dapat disimpulkan bahwa hasil pengujian berdistribusi normal bisa dilihat dari nilai Asymp.Sig. (2-tailed) lebih besar dari 0,05.



Gambar 1. Histogram

Sumber: SPSS

Berdasarkan gambar 1, histogram tersebut dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal dilihat dari data menyebar merata ke kiri dan ke kanan.



Gambar 1. P-Plot

Sumber: SPSS

Dari gambar 2, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal dilihat dari titik-titik pada gambar menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal pada gambar.

2. Uji Multikolineritas

Tabel 7. Uji Multikolineritas

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics		
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF	
	B	Std. Error	Beta					
(Constant)	.996	1.319		.755	.452			
1	Harga	.406	.079	.363	5.109	.000	.403	2.479
	Daya Tarik	.717	.087	.585	8.220	.000	.403	2.479

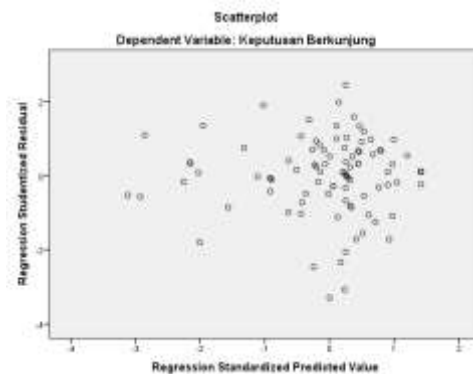
a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

Sumber: SPSS,2023

Berdasarkan tabel 7, pada bagian "Collinearity Statistics" diketahui nilai tolerance untuk variabel harga(X1) dan daya tarik (X2) adalah 0,403 lebih besar dari 0,10. Sementara nilai VIF (Variance Inflation Factor) adalah 2.479 < 10,00. Maka mengacu pada dasar pengambilan keputusan dalam uji multikolineritas dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolineritas pada model regresi.

3. Uji Heteroskedastisitas

Berikut adalah gambar uji heteroskedastisitas menggunakan *scatterplot*.



Gambar 2. Scatterplot

Sumber: SPSS,2023

Dari gambar tersebut dapat disimpulkan titik data menyebar di atas dan di bawah secara acak di bawah sumbu Y dan tidak membentuk suatu pola yang teratur. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak mengalami heteroskedastisitas.

Uji Analisis Linear Berganda

Tabel 8. Hasil Uji Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	Coefficients		Coefficients					
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
	(Constant)	.996	1.319		.755	.452		
1	Harga	.406	.079	.363	5.109	.000	.403	2.479
	Daya Tarik	.717	.087	.585	8.220	.000	.403	2.479

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

Sumber: SPSS,2023

Berdasarkan tabel 10, diketahui bahwa nilai konstanta α sebesar 0,996 dan koefisien regresi $\beta_1 = 0,406$; $\beta_2 = 0,717$. Nilai konstanta dan koefisien regresi (α, β_1, β_2) ini dimasukkan kedalam persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Sehingga persamaan regresinya menjadi sebagai berikut:

$$Y = 0,996 + 0,406 X_1 + 0,717 X_2 + e$$

Arti dari persamaan regresi berganda ini adalah sebagai berikut:

1. Nilai konstanta (α) sebesar 0,996 dengan nilai positif, tanda positif pada koefisien konstanta ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan yang terjadi pada variabel independen akan mengakibatkan peningkatan pada variabel dependen begitu juga sebaliknya tanda negatif menunjukkan bahwa setiap peningkatan yang terjadi pada variabel dependen. Maka dapat diartikan bahwa keputusan berkunjung akan bernilai 0,996 apabila masing-masing variabel independent bernilai sama dengan nol.
2. Nilai koefisien regresi variabel harga bernilai positif. Koefisien regresi variabel Harga sebesar 0,406 menyatakan bahwa setiap harga naik satu kali atau 1% akan meningkatkan keputusan berkunjung sebesar 0,406 %. Hal ini dapat diartikan bahwa harga mempunyai arah positif dalam pengaruhnya terhadap keputusan berkunjung.
3. Nilai koefisien regresi variabel daya tarik bernilai positif. Koefisien regresi variabel daya tarik sebesar 0,717 menyatakan bahwa setiap daya tarik naik satu kali atau 1% akan meningkatkan keputusan berkunjung sebesar 0,717%. Hal ini dapat diartikan bahwa daya tarik mempunyai arah positif dalam pengaruhnya terhadap keputusan

berkunjung.

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda tersebut dapat juga diketahui bahwa variabel yang paling dominan mempengaruhi keputusan berkunjung pada objek wisata arung geram sungai bingei adalah daya tarik dengan nilai koefisien regresi 0,717 dan variabel Harga dengan nilai koefisien regresi 0,406.

Uji Hipotesis

Tabel 9. Hasil Uji T (Parsial Test)

Model	Coefficients ^a				t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			
	B	Std. Error	Beta			
	(Constant)	.996	1.319		.755	.452
1	Harga	.406	.079	.363	5.109	.000
	Daya Tarik	.717	.087	.585	8.220	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

Sumber: SPSS,2023

Tingkat kesalahan yang digunakan dalam penelitian ini adalah (α) = 5% atau 0,05 dan derajat kebebasan (df) = (n-k). Adapun perhitungannya dapat dituliskan sebagai berikut:

$$t_{tabel} = t(\alpha/2 ; n-k) = 1,984$$

Berdasarkan hasil perhitungan yang ditunjukkan pada tabel diatas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Pada variabel Harga (X1) diperoleh nilai t-hitung sebesar 5.109 dengan signifikansi 0,000. Oleh karena itu t-hitung (5.109) > t-tabel (1,984) dan tingkat signifikansinya 0,000 < 0,05. Hal tersebut berarti variabel Harga (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung (Y) pada objek wisata arung jeram sungai bingei.
- 2) Pada Variabel daya tarik (X2) diperoleh nilai t-hitung sebesar 8.220 dengan signifikansi 0,000. Oleh karena itu t-hitung (8.220) > t-tabel (1,984) dan tingkat signifikansinya 0,000 < 0,05. Hal tersebut berarti variabel daya tarik (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung (Y) pada objek wisata arung jeram sungai bingei.

1. Uji F (Simultan)

Tabel 10. Uji Simultan (F test)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3310.145	2	1655.073	196.537	.000 ^b
	Residual	816.855	97	8.421		
	Total	4127.000	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

b. Predictors: (Constant), Daya Tarik, Harga

Sumber : SPSS,2023

Berdasarkan tabel diatas, nilai F-hitung 196.537 dan signifikan 0,000. Nilai signifikansi untuk pengaruh harga (X1) dan daya tarik (X2) secara simultan terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F-hitung $196.537 > F\text{-tabel } 3,09$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh harga (X1), dan daya tarik (X2) secara simultan terhadap Y. Yang berarti variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen keputusan berkunjung.

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

Tabel 11. Determinasi R square

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.896 ^a	.802	.798	2.902

a. Predictors: (Constant), Daya Tarik, Harga

b. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

Sumber: SPSS,2023

Berdasarkan tabel diatas, besarnya nilai R square menunjukkan bahwa hubungan antara variabel independen dan keputusan pengunjung memiliki hubungan sebesar 0,798 yang berarti 79.8% faktor-faktor keputusan berkunjung dapat dijelaskan oleh

variabel independen yaitu harga dan daya tarik sedangkan sisanya 20,2% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak dimasukkan dalam model regresi.

Pembahasan

Pengaruh Harga terhadap Keputusan Berkunjung

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda dan uji-t menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien variabel harga sebesar 0,406 dan hasil nilai t-hitung yaitu $5.109 > t$ -tabel yaitu 1,984 dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.

Dari hasil penelitian pengujian parsial menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Hal tersebut mencerminkan bahwa pengelola arung jeram sungai bingei menetapkan harga yang baik dan mempengaruhi keputusan wisatawan mengunjungi destinasi wisata arung jeram sungai bingei secara signifikan.

Pengaruh Daya Tarik terhadap Keputusan Berkunjung

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda dan uji-t menyatakan bahwa daya tarik berpengaruh secara parsial terhadap keputusan berkunjung. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien variabel daya tarik sebesar 0,717 dan hasil nilai nilai t-hitung yaitu $8.220 > t$ -tabel yaitu 1,984 dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Dari hasil penelitian pengujian parsial menunjukkan bahwa daya tarik berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung pada objek wisata arung jeram sungai bingei

Pengaruh Harga Paket dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dan daya tarik wisata berpengaruh secara simultan atau bersamaan terhadap keputusan berkunjung wisata arung Jeram sungai bingei. Hal ini dapat dilihat dari hasil penelitian uji F simultan pada tabel 4.13 nilai F-hitung 196.537 dan signifikan 0,000. Nilai signifikansi untuk pengaruh harga (X1) dan daya tarik (X2) secara simultan terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F-hitung $196.537 > F$ -tabel 3,09. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh harga (X1), dan daya tarik (X2) secara simultan terhadap Y. Yang berarti variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen keputusan berkunjung.

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R²) yang bertujuan untuk melihat besarnya hubungan antara variabel bebas harga paket dan daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung wisata arung jeram sungai bingei. Hal ini dijelaskan dalam tabel 4.14 bahwa variabel harga paket dan daya tarik wisata dapat menjelaskan keputusan

berkunjung sebesar 79,8% sedangkan sisanya sebesar 20,2% keputusan berkunjung dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil dan penelitian pada Pengaruh harga dan daya tarik wisata Terhadap Keputusan Berkunjung di wisata arung jeram sungai bingei maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Harga berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan berkunjung wisata arung Jeram di sungai bingei dengan koefisien β harga bernilai positif sebesar 0,406 dan nilai t hitung $>$ t tabel yaitu sebesar 5.109 $>$ t-tabel yaitu 1,984 dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.
2. Daya tarik berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan berkunjung wisata arung Jeram di sungai bingei dengan koefisien β harga bernilai positif sebesar 0,717 dan hasil nilai nilai t-hitung yaitu 8.220 $>$ t-tabel yaitu 1,984 dan nilai signifikan sebesar $0, .000 < 0,05$.
3. Harga paket dan daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan berkunjung wisata arung Jeram di sungai bingei dan nilai koefisien determinasi sebesar 79.8% terhadap keputusan berkunjung. Hal ini dapat dilihat dari hasil penelitian uji F simultan pada tabel 4.13 nilai F-hitung 196.537 dan signifikan 0,000. Nilai signifikansi untuk pengaruh harga (X1) dan daya tarik (X2) secara simultan terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F-hitung 196.537 $>$ F-tabel 3,09. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh harga (X1), dan daya tarik (X2) secara simultan terhadap Y. Yang berarti variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen keputusan berkunjung. Sedangkan sisanya sebesar 20,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diamati di dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Jalilvand, Mohamad Reza and Neda Samiei. 2012. *The Effect of Word of Mouth on Inbound Tourists' Decision for Traveling to Islamic Destinations (The Case of Isfahan as a Tourist Destination in Iran)*. *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 3 No. 1.
- Kurnia, Ady. 2020. *Pengaruh Harga Dan Biaya Promosi Terhadap Peningkatan penjualan Tiket pada PT. Pakem Tours dan Travel Makassar*. Makassar: Universitas Indonesia Timur.
- Naufal, Ahmad Fauzan dan Sisca Eka Fitria. 2020. Analisis Pengaruh Paket Wisata Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Berlibur. *Jurnal Program Studi Manajemen Bisnis*

Telekomunikasi dan Informatika Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Bandung : Universitas Telkom.

- Hasanudin,. 2022. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Paket Wisata dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung Agrowisata Eptilu Garut. *Fakultas Sains dan Teknologi*. Jakarta : Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Nuraeni, B. S. 2014. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Kunjung Ulang Wisatawan Museum Ranggawarsita Semarang*. Jurnal Bisnis Strategi.
- Setyawan, Ananta Dharma. 2019. Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Harga Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Objek Wisata Coban Rais. Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Malang : Universitas Brawijaya.
- Sirait. 2017. *Pengaruh Harga dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Bukit Gibeon Kecamatan Ajibata Kabupaten Toba Samosir*. Medan : Universitas Negeri Medan.
- Soleh, Habib. 2017. Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Daya Tarik Wisata Air Terjun Aek Martua di Desa Tanjun Kecamatan Bangun Purba Kabupaten Rokan Hulu Provinsi Riau. *Jurnal Faculty of Social Science and Political Science*. Riau : Universitas Riau.
- Susianto, Budi, Johannes dan Syahmardi Yacob. 2022. Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Amenitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Desa Wisata Kabupaten Kerinci. Jurnal Ilmu Manajemen Terapan. Jambi : Universitas Riau.
- Susilo, Heri; Haryono, Andi Tri; W, M. M. (2018). *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen dengan Keputusan Berkunjung Sebagai Variabel Intervening di Hotel Amand Hills Bandungan*. Maharaja Agrasen Institute of Management and Technology Journal of IT & Management, 4.