



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 1 Tahun 2024 Page 11546-11558

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

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

Pengaruh *Word of Mouth* (WOM), Fasilitas dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Di Wisata Pinus Camp 2 Songgon

Paulia Andri Kristina^{1✉}, Priangga Eko Saputra², Rifka Arinda Noviasari³

Universitas 17 Agustus 1945 Banyuwangi

Email: pauliaandrikristina@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh Word of mouth, Fasilitas dan Daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung di wisata pinus camp 2 Songgon. Penelitian ini menggunakan teknik probability sampling, dan menggunakan Metode Simple Random Sampling. Dalam penentuan jumlah sampel penelitian penulis menggunakan rumus Hair et al, dengan jumlah sampel sebanyak 80 Responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, kuesioner dan menggunakan jenis data primer dan data sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial word of mouth, fasilitas dan daya tarik wisata berpengaruh terhadap keputusan berkunjung di wisata pinus camp 2 Songgon, dan secara simultan word of mouth, fasilitas, dan daya tarik wisata berpengaruh terhadap keputusan berkunjung di wisata pinus camp 2 Songgon.

Kata Kunci: *Word Of Mouth (WOM), Fasilitas, Daya Tarik Wisata, Keputusan Berkunjung*

Abstract

This research was conducted with the aim of finding out the influence of word of mouth, facilities and tourist attractions on the decision to visit Pine Camp 2 Songgon. This research uses probability sampling techniques, and uses the Simple Random Sampling Method. In determining the number of research samples the author used the Hair et al formula, with a sample size of 80 respondents. The data collection techniques used in this research were observation, interviews, questionnaires and used primary data and secondary data. The results of the research show that partially word of mouth, facilities and tourist attractions influence the decision to visit the Pine Camp 2 Songgon tourist attraction, and simultaneously word of mouth, facilities and tourist attractions influence the decision to visit the Pine Camp 2 Songgon tourist attraction.

Keywords: *Word Of Mouth (WOM), Facilities, Tourist Attractions, Decision to Visit*

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang berbentuk kepulauan dan memiliki keragaman budaya yang tinggi dan sumber daya alam yang melimpah. Kondisi geografis dan kemajemukan budaya di Indonesia menjadi daya tarik untuk pengembangan sektor pariwisata. Pariwisata merupakan salah satu sektor yang berpengaruh dalam perekonomian negara Indonesia sebab sektor pariwisata mampu menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar lokasi destinasi wisata. Pariwisata juga merupakan sumber pendapatan terbesar kedua setelah minyak dan gas, menurut Mudrikah (2014)

Banyuwangi sebagai salah satu Kabupaten di Jawa Timur yang mempunyai potensi wisata yang perlu untuk dikembangkan, wilayah yang memiliki Cagar Alam dan Taman Nasional, serta keindahan pantainya menjadikan Banyuwangi sebagai objek wisata lokal maupun mancanegara. Potensi alam dan sumber daya manusia mempunyai pengaruh besar dalam membangun perkembangan pariwisata Banyuwangi. Besarnya pengaruh yang ditimbulkan oleh adanya kegiatan pariwisata yang memiliki sifat positif perlu dikembangkan secara berkesinambungan dan berkelanjutan, tetapi apabila berpengaruh pada hal-hal yang bersifat negatif bagi masyarakat sedapat mungkin dihindari, dikurangi atau bahkan dihilangkan sama sekali, menurut Purwati (2016)

Kecamatan Songgon adalah kecamatan di Banyuwangi yang terletak di dataran tinggi, Kecamatan Songgon selain terkenal dengan penghasil durian yang melimpah juga terkenal sebagai salah satu kecamatan yang memiliki banyak tempat wisata seperti, Air terjun telunjuk raung, rowo banyu, air terjun lider, dan lain-lain. Pinus camp 2 memiliki keunikan tempat wisata dengan menyuguhkan atraksi petualangan rafting atau arung jeram, Outbound, Camping, dan keindahan suasana pinggir sungainya, Pinus camp berlokasi di

Desa Sumberbulu Kecamatan Songgon. Area lokasinya yang berada ditengah sawah dengan suguhan pemandangan indah berupa sungai badeng, hutan pinus, hamparan persawahan, serta Gunung Raung. Dari keunikan yang ada hal ini dapat mempengaruhi wisatawan untuk berkunjung di wisata pinus camp 2 Songgon.

Dewi et al., (2020) mengemukakan bahwasannya keputusan berkunjung konsumen ke suatu objek wisata sangat erat kaitannya dengan perilaku konsumen, perilaku konsumen itu merupakan unsur penting dalam kegiatan pemasaran pariwisata yang perlu diketahui oleh perusahaan, karena perusahaan tidak mengetahui mengenai apa yang ada dalam pikiran seorang konsumen pada waktu sebelumnya, sedang dan setelah melakukan kunjungan pada suatu objek wisata. Adanya kecenderungan pengaruh harga, lokasi dan fasilitas terhadap keputusan berkunjung yang dilakukan oleh konsumen tersebut, mengisyaratkan bahwa manajemen perusahaan perlu mempertimbangkan aspek perilaku konsumen, terutama proses pengambilan keputusan berkunjung

Krisdiyasyah (2022) menyatakan bahwasannya keputusan berkunjung juga dipengaruhi oleh *word of mouth*, dikarenakan *word of mouth* ini mengacu pada pertukaran komentar, pemikiran, ide-ide antara dua konsumen atau lebih, yang dimana hal tersebut merupakan suatu bentuk dari pemasaran. *Word of mouth* merupakan komunikasi dari mulut ke mulut yang memberikan rekomendasi secara personal maupun non personal tentang suatu produk/jasa yang bertujuan memberikan informasi. Seseorang akan mengetahui keberadaan produk/jasa dari komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan maupun diluar sumber resmi perusahaan

Daulay (2022) menyatakan bahwa Keputusan berkunjung juga dipengaruhi oleh adanya fasilitas yang memenuhi kebutuhan wisatawan selama berwisata. Sehingga hal tersebut akan memberikan kesan yang baik terhadap destinasi wisata yang dikunjungi. Fasilitas yang tersedia pada wisata pinus camp 2 sudah cukup lengkap sehingga hal ini dapat memberikan kenyamanan bagi pengunjung dan memberikan daya tarik pengunjung lain untuk melakukan keputusan berkunjung di pinus camp 2 Songgon.

Selain *Word of Mouth* dan fasilitas faktor yang dapat mempengaruhi keputusan berkunjung yaitu daya tarik wisata, Daya tarik wisata adalah salah satu yang menjadi tujuan seseorang atau sekelompok orang untuk mengunjungi suatu destinasi wisata karena destinasi wisata tersebut memiliki makna tertentu (Setiyorini & Kristiyana, 2019). Pinus camp 2 yang mempunyai daya tarik wisata yang cukup potensial yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung.

Dari fenomena diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa word of mouth, fasilitas dan daya tarik wisata sangat berpengaruh kuat terhadap keputusan berkunjung hal ini di

perkuat dengan adanya gap teori dalam penelitian diatas. Dari variabel *word of mouth*, fasilitas dan daya tarik wisata menunjukkan adanya pengaruh terhadap keputusan berkunjung.

Alasan memilih objek wisata pinus camp 2 Songgon sebagai objek penelitian dikarenakan fenomena yang ada pinus camp 2 Songgon. Adapun fenomena atau masalah yang ada di wisata pinus camp 2 seperti fenomena *Word Of Mouth* (WOM) yang digunakan sebagai sarana promosinya yaitu informasi yang beredar tidak semuanya bersifat positif melainkan juga ada yang negatif. Fasilitas yang ada di pinus camp 2 juga masih ada kendala atau masalah yaitu wisatawan harus mengantri panjang saat ingin menggunakan toilet, pendopo atau tempat duduk untuk bersantai yang kurang ketika banyak pengunjung dan pendopo, kursi yang tersedia di pinggiran aliran sungai sudah banyak yang mulai rapuh. Daya tarik wisata yang seharusnya menjadi peran penting untuk menarik wisatawan namun di pinus camp 2 ini juga masih mengalami kendala seperti aksesibilitas jalan masuk menuju parkiran yang masih sulit dan sempit, petunjuk jalan menuju pinus camp 2 yang juga masih kurang Perjalanan dapat mempengaruhi wisatawan untuk melakukan kunjungan di destinasi wisata.

Berdasarkan Latar Belakang Masalah Diatas, Maka Peneliti Tertarik Untuk Menganalisis Dan Melakukan Penelitian Yang Berjudul "Pengaruh *Word Of Mouth* (Wom), Fasilitas dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Di Wisata Pinus Camp 2 Songgon".

METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian Penelitian ini berlokasi di wisata pinus camp 2 Songgon. Yang dimana objek penelitian adalah pengunjung wisata pinus camp 2 Songgon yang beralamat di Dusun Sumberagung, Desa Sumberbulu, Kecamatan Songgon, Kabupaten Banyuwangi. Sugiyono (2019:126) menjelaskan bahwa populasi adalah suatu wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah semua wisatawan yang sedang melakukan kunjungan dan yang belum pernah melakukan kunjungan di wisata pinus camp 2 Songgon. Menurut Sugiyono (2014:116) sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki jumlah dan karakteristik. Pengambilan sampel adalah langkah dalam menentukan ukuran sampel untuk melakukan peninjauan. Sampel dalam penelitian ini adalah wisatawan di pinus camp 2 Songgon. Penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling*. Sugiyono (2014:118) mendefinisikan *probability sampling* sebagai teknik pengambilan sampel yang memberikan setiap unsur (anggota) dalam suatu populasi kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi anggota

sampel. Metode pengambilan sampel penelitian ini yaitu dengan menggunakan *Simple Random Sampling*. Sugiyono (2018:82) menjelaskan bahwa dikatakan *simple* (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Dalam penentuan jumlah sampel penelitian menurut Roscoe dalam buku *research methods for business* (1982: 253) menyatakan bahwa ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah 30-500. Penentuan jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini menggunakan rumus Hair et al. (Makhendra dan Fitri, 2023:648) yang dapat ditentukan dengan cara mengalikan jumlah indikator dengan 5 sampai 10. Maka untuk jumlah sampel adalah 80 Responden. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan, observasi, wawancara, dan kuesioner. Dan menggunakan jenis data primer dan data sekunder.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Pada penelitian ini data dikatakan valid setelah dilakukan perbandingan koefisien korelasi r hitung $>$ r tabel hasil pengujian validitas instrument dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Uji Validitas Seluruh Variabel Penelitian

Variabel	Item	r tabel	r hitung	Sig.	Keterangan
<i>Word Of Mouth</i> (X1)	X1.1	0,2199	0,760	0,000	Valid
	X1.2	0,2199	0,735	0,000	Valid
	X1.3	0,2199	0,763	0,000	Valid
Fasilitas (X2)	X2.1	0,2199	0,706	0,000	Valid
	X2.2	0,2199	0,642	0,000	Valid
	X2.3	0,2199	0,692	0,000	Valid
	X2.4	0,2199	0,671	0,000	Valid
Daya Tarik Wisata (X3)	X3.1	0,2199	0,759	0,000	Valid
	X3.2	0,2199	0,696	0,000	Valid
	X3.3	0,2199	0,551	0,000	Valid
	X3.4	0,2199	0,803	0,000	Valid
Keputusan Berkunjung (Y)	Y1.1	0,2199	0,737	0,000	Valid
	Y1.2	0,2199	0,792	0,000	Valid
	Y1.3	0,2199	0,772	0,000	Valid
	Y1.4	0,2199	0,794	0,000	Valid

Y1.5	0,2199	0,678	0,000	Valid
------	--------	-------	-------	-------

Sumber : Data SPSS Diolah, 2024

Dapat dilihat bahwa seluruh variabel yang dari masing-masing item pernyataan dalam penelitian ini memiliki r hitung $>$ r tabel. Hal ini berarti pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini valid dan layak digunakan sebagai pengumpul data dan juga dapat digunakan untuk melakukan pengujian selanjutnya.

2. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menghitung *Cronbach Alpha* dari masing-masing item pernyataan dalam satu variabel. Untuk mengetahui hasil dari pengujian kehandalan alat ukur kuisioner dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 2. Uji Reliabilitas Seluruh Variabel Penelitian

Variabel	<i>Cronbach alpha</i>	Keterangan
<i>Word Of Mouth</i>	0,616	Reliabel
Fasilitas	0,608	Reliabel
Daya Tarik Wisata	0,663	Reliabel
Keputusan Berkunjung	0,827	Reliabel

Sumber : Data Olahan SPSS, 2024

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas seperti yang terlihat pada tabel 2 diatas, diketahui bahwa semua variabel memberikan nilai $\alpha >$ 0,6 sehingga dapat diartikan bahwa semua item pada masing-masing variabel yang telah digunakan dalam penelitian ini dikatakan reliabel dan dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya.

3. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Pengujian regresi linier berganda untuk menguji seberapa besar pengaruh variabel independen yaitu *Word of Mouth* (X1), Fasilitas (X2), dan Daya Tarik Wisata (X3) terhadap Keputusan Berkunjung (Y). Pengujian diperoleh hasil yang dapat dilihat dibawah ini.

Tabel 3 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefesien Regresi	t hitung	Sig.
Konstanta	-0,72	-0,301	0,764
<i>Word of Mouth</i>	0,301	2,139	0,036
Fasilitas	0,273	2,059	0,043
Daya Tarik Wisata	0,519	4,458	0,000

R	0,486
Adjusted R ²	0,466
F hitung	23,993
Sig. F	0,000

Sumber : Data Olahan SPSS, 2024

Dari tabel tersebut dapat diperoleh hasil persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = -0,72 + 0,301X_1 + 0,273X_2 + 0,519X_3$$

Analisis dari hasil persamaan regresi linier berganda tersebut dinyatakan sebagai berikut:

- a. $\beta_0 = -0,72$ artinya potongan garis regresi dengan sumbu Y terletak pada titik -0,72.
- b. $\beta_1 = 0,301$ artinya apabila variabel *Word of Mouth* (X1) mengalami kenaikan satu satuan maka akan meningkatkan Keputusan Berkunjung (Y) sebesar 0,301 dengan asumsi variabel lainnya tetap.
- c. $\beta_2 = 0,273$ artinya apabila variabel Fasilitas (X2) mengalami kenaikan satu satuan maka akan meningkatkan Keputusan Berkunjung (Y) sebesar 0,273 dengan asumsi variabel lainnya tetap.
- d. $\beta_3 = 0,519$ artinya apabila variabel Daya Tarik Wisata (X3) mengalami kenaikan satu satuan maka akan meningkatkan Minat Berkunjung Wisatawan (Y) sebesar 0,5119 dengan asumsi variabel lainnya tetap.

4. Uji Hipotesis

a. Uji F

Tabel 4 Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	150,489	3	50,163	23,993	,000 ^b
Residual	158,898	76	2,091		
Total	309,387	79			

Sumber : Data Olahan SPSS, 2024

Hasil analisis secara Uji F (simultan), maka dapat diketahui pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Dengan F hitung (23,993) > F tabel (2,725) maka H₀ ditolak, yang berarti variabel independen *Word of Mouth* (X1), Fasilitas (X2), Daya Tarik Wisata (X3) secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung (Y) pada wisatawan pinus camp 2 Songgon.

b. Uji t

Tabel 5 Uji t

Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-,720	2,394		-,301	0,764
Total_X1	0,301	0,141	0,210	2,139	0,036
Total_X2	0,273	0,133	0,191	2,059	0,043
Total_X3	0,519	0,116	0,450	4,458	0,000

Sumber : Data Olahan SPSS, 2024

Hasil analisis secara Uji t (parsial), maka akan diketahui pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel independen dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Word of Mouth* (X1) terhadap keputusan berkunjung (Y) Berdasarkan hasil perhitungan yang didapat, dinyatakan bahwa t hitung (2,139) > t tabel (1,992) maka H0 ditolak. Karena t hitung > t tabel, maka dapat dinyatakan bahwa variabel *Word of Mouth* (X1) secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung (Y). (Y).
- Fasilitas (X2) terhadap Keputusan Berkunjung (Y) Berdasarkan Hasil perhitungan yang didapat, dinyatakan bahwa t hitung (2,059) > t tabel (1,992) maka H0 ditolak. Karena t hitung > t tabel, maka dapat dinyatakan bahwa variabel Fasilitas (X2) secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung (Y).
- Daya Tarik Wisata (X3) terhadap Keputusan Berkunjung (Y) Berdasarkan Hasil perhitungan yang didapat, dinyatakan bahwa t hitung (4,458) > t tabel (1,992) maka H0 ditolak. Karena t hitung > t tabel, maka dapat dinyatakan bahwa variabel Daya Tarik Wisata (X3) secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung (Y).

5. Uji Determinasi R²

Tabel 6 Uji Determinasi R²

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,697	0,486	0,466	1,446

Sumber : Data Olahan SPSS, 2024

Nilai adjusted R square menunjukkan nilai sebesar 0,466 atau 46,6% artinya bahwa proporsi variabel Minat Berkunjung dapat dijelaskan oleh variabel *Word of Mouth* (X1), Fasilitas (X2), dan Daya Tarik Wisata (X3) sebesar 46,6%, sedangkan sisanya sebesar 53,4% dijelaskan variabel lain diluar penelitian ini.

6. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas diuji dengan menghitung nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan nilai *tolerance*. Hasil pengujian ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 7 Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
<i>Word of Mouth</i> (X1)	0,698	1,432	Non Multikolinieritas
Fasilitas (X2)	0,786	1,272	Non Multikolinieritas
Daya Tarik Wisata (X3)	0,662	1,510	Non Multikolinieritas

Sumber : Data Olahan SPSS, 2024

Dari hasil uji multikoleniaritas didapat hasil VIF, *Word of Mouth* (X1) sebesar 1,432, Fasilitas (X2) sebesar 1,272, dan Keputusan Berkunjung (X3) sebesar 1,510 dengan keadaan $VIF < 10$ maka dapat disimpulkan bahwa model regresi ini tidak mengalami multikolonieritas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 8 Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,540	1,665		,925	,358
1 Total_X1	-,146	,098	-,201	-1,489	,141
Total_X2	-,033	,092	-,045	-,357	,722
Total_X3	,111	,081	,189	1,366	,176

Sumber : Data Olahan SPSS, 2024

Dari hasil perhitungan heteroskedastisitas didapatkan hasil bahwa nilai sig > 0,05 atau t hitung < t tabel, maka dapat dipastikan model regresi ini tidak mengandung heteroskedastisitas.

7. Uji Normalitas

Tabel 9 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov

		Unstandardized Residual
N		80
Normal Paramater	Mean	0,000
	Std. Deviation	1,418
Most Extreme Differences	Absolute	0,114

	Positive	0,081	
	Negative	-0,114	
Test Statistics		0,114	
Asymp. Sig. (2 tailed)		0,11	
Monte Carlo Sig. (2 tailed)	Sig	0,229	
	99% Confidence	Lower Bound	0,218
		Upper Bound	0,240

Sumber : Data Olahan SPSS, 2024

Berdasarkan hasil uji normalitas pada penelitian ini variabel yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal karena hasil penelitian menunjukkan bahwa signifikansi 0,010 karena sudah diatas 0,05.

Pengaruh Word of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Secara Parsial

Berdasarkan hasil penelitian Uji t (parsial) dapat diketahui bahwa *Word of Mouth* secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di pinus camp 2 Songgon, dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa wisatawan pinus camp 2 Songgon, Banyuwangi memiliki Keputusan Berkunjung ke pinus camp 2 Songgon karena faktor *Word of Mouth*. Hasil Penelitian ini selaras dengan penelitian oleh Nisa dkk. (2023) bahwa word of mouth secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung Objek Wisata Linggoasri.

Pengaruh Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Secara Parsial

Berdasarkan hasil penelitian Uji t (parsial) dapat diketahui bahwa Fasilitas secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di pinus camp 2 Songgon, dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa wisatawan pinus camp 2 Songgon memiliki Keputusan Berkunjung ke pinus camp 2 Songgon karena faktor Fasilitas. Hasil Penelitian ini selaras dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ayu (2020) bahwa Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung di objek wisata Pantai Muarareja Indah.

Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Secara Parsial

Berdasarkan hasil penelitian Uji t (parsial) dapat diketahui bahwa Daya Tarik Wisata secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di pinus camp 2 Songgon, dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa wisatawan pinus camp 2 Songgon memiliki Keputusan Berkunjung ke pinus camp 2 Songgon karena faktor Daya Tarik Wisata. Hasil Penelitian ini selaras dengan penelitian oleh

Sugianto, & Marpaung (2020) bahwa Daya Tarik Wisata berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung Ulang Wisatawan Pada Pemandian Air Panas Sumber Padi Kabupaten Batu Bara.

Pengaruh *Word of Mouth*, Fasilitas, dan Daya Tarik Wisata Secara Simultan Terhadap Keputusan Berkunjung

Berdasarkan hasil penelitian Uji F (Simultan) dapat diketahui bahwa *Word of Mouth*, Fasilitas, dan Daya Tarik Wisata secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan di pinus camp 2 Songgon. Dalam hal ini faktor *Word of Mouth*, Fasilitas, dan Daya Tarik pada pinus camp 2 Songgon akan mampu menarik keputusan berkunjung wisatawan. Wisatawan akan tertarik apabila *Word of Mouth*, Fasilitas, dan Daya Tarik Wisata bersama-sama dilakukan guna menarik minat wisatawan untuk berkunjung. Dengan demikian pengurus wisata pinus camp 2 Songgon harus bisa berbenah lagi dalam memperhatikan faktor dalam *Word of Mouth*, Fasilitas, dan Daya Tarik Wisata yang dapat mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan. Sugianto, & Marpaung (2020) yang menunjukkan bahwa *Word Of Mouth* (WOM), Daya Tarik Wisata, dan Fasilitas Fasilitas berpengaruh secara simultan Terhadap Keputusan Berkunjung Ulang Wisatawan Pada Pemandian Air Panas Sumber Padi Kabupaten Batu Bara.

SIMPULAN

Penelitian ini akan membahas tujuan penelitian, yang mana tujuan penelitian tersebut adalah untuk mengetahui hubungan antara variabel *Word Of Mouth* (WOM), fasilitas, dan daya tarik wisata apakah berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap keputusan berkunjung di wisata pinus camp 2 Songgon.

- Berdasarkan hasil penelitian Uji t (parsial) dapat diketahui bahwa *Word of Mouth* secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di pinus camp 2 Songgon. Dengan Hasil perhitungan yang didapat, dinyatakan bahwa t hitung (2,139) > t tabel (1,992) maka H_0 ditolak.
- Berdasarkan hasil penelitian Uji t (parsial) dapat diketahui bahwa Fasilitas secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di pinus camp 2 Songgon. Dengan Hasil perhitungan yang didapat, dinyatakan bahwa t hitung (2,059) > t tabel (1,992) maka H_0 ditolak.
- Berdasarkan hasil penelitian Uji t (parsial) dapat diketahui bahwa Daya Tarik Wisata secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di pinus camp 2 Songgon. Dengan Hasil perhitungan yang didapat,

dinyatakan bahwa t hitung (4,458) > t tabel (1,992) maka H_0 ditolak.

- Berdasarkan hasil penelitian Uji F (Simultan) dapat diketahui bahwa Word of Mouth, Fasilitas, dan Daya Tarik Wisata secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan di pinus camp 2 Songgon. Dengan Hasil perhitungan yang diperoleh, dinyatakan bahwa F hitung (23,993) > F tabel (2,725) maka H_0 ditolak.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayu, L. 2020. Pengaruh Daya Tarik, Aksesibilitas, dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Di Objek Wisata Pantai Muarareja Indah Kota Tegal. Diss. Universitas Pancasakti.
- Daulay, S. 2022. "Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Objek Wisata Pantai Bali Lestari". *Jurnal Creative Agung* 12.2, 1-19.
- Dewi,, M. K., Rivandi, M., & Meirina, E. 2020. Pengaruh daya tarik wisata, fasilitas dan aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung di Objek Wisata Pantai Air Manis Kota Padang. *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta*, 15(2), 14-22.
- Erdiana, A. 2023. "Analisis Pengaruh Word Of Mouth, Diskon dan Motivasi Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif Produk Fashion Pada Konsumen Wanita." *Surakarta Management Journal* 5.1, 52-62.
- Khansa, R. 2021. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rockstar Gym (Studi Kasus Cabang Lippo Mall Puri Jakarta Barat).
- Krisdiyasyah, A. 2022. Pengaruh Daya Tarik, Citra Destinasi dan Word Of Mouth (Wom) Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Pada Pengunjung Pantai Menganti Kebumen).
- Limbong, A. 2023. Pengaruh Social Media Marketing, Citra Destinasi dan Daya Tarik terhadap Minat Berkunjung Wisata Lembah Pelangi Batam. Diss. Prodi Manajemen.
- Mudrikah, A. 2014. Kontribusi sektor pariwisata terhadap GDP Indonesia tahun 2004-2009. *Economics Development Analysis*, 3(2).
- Nisa, S., Budiarmo, A., & Sari Listyori. 2023. "Pengaruh Atribut Produk Wisata dan Word of Mouth terhadap Keputusan Berkunjung (Studi pada Objek Wisata Linggoasri Kabupaten Pekalongan)." . *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 12.2, 689-697.
- Nurchomariyah, U., & Liliyan, A. 2023. "Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Fasilitas dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Wisata di umbul Ponggok." . *Jurnal Pijar* 1.3, 342-355.
- PERDANA, F. 2022. Pengaruh Fasilitas dan Presepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggaran yang Dimediasi oleh keputusan konsumen. (Studi Konsumen Power Gym, Jakarta Utara). Diss. Sekolah tinggi ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.
- Pratama, I. G. S, & Wiraguna, I. M. I. 2019. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Wisatawan Berkunjung ke Bali Zoo di Singapadu, Gianyar. 01.

- Purwati, Y. M. 2016. PURW"Perubahan Sosial Ekonomi Masyarakat Nelayan Desa Kedungrejo Kecamatan Muncar Kabupaten Banyuwangi Tahun 2000-2015.
- Putra, G., & Ni Luh Adisti, W. 2023. "Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas Wisata dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Obyek Wisata Taman Sari Buwana Tradisional Farming di Kabupaten Tabanan.". *Manajemen Kewirausahaan dan Pariwisata*, 97-407.
- Rodhi, F. 2020. Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Berkunjung Ke Objek Wisata Asia Farm Pekanbaru. Diss. Universitas Islam Riau.
- Saleh, Y. M., & Said, M. 2019. *Konsep dan Strategi PEMASARAN*. Makasar.
- Saputra, T., Fauzi, R., & Apriyanti. 2022. "Pengaruh Daya Tarik, Fasilitas, dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Wisata Tani Betet Nganjuk." . *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi*, Vol. 4.
- Setiadi, B. 2018. "Pengaruh Harga, Lokasi dan Fasilitas Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan (Studi pada Objek Wisata Pantai Tiga Warna di Kabupaten Malang)". *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*.
- Setiyorini, A., & Kristiyana, N. 2019. "Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial, Word of Mouth, dan Daya Tarik Wista Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Obyek Wisata Gunung Beruk Karangpatihan Balong. *Setiyorini, Anis, and Naning Kristiya*ISOQUANT: *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 12-17.
- Sugianto, & Halimatussaddiyah, M. 2020. "Pengaruh Word Of Mouth (Wom), Daya Tarik Wisata, dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Ulang Wisatawan Pada Pemandian Air Panas Sumber Padi Kabupaten Batu Bara.". *Jurnal Manajemen, Ekonomi Sains (MES)*, 101-116.
- Widyaningrum, N., & Yunisa Djayanti Putri. 2020. "Gambaran Penerapan Physical Distancing Sebagai Upaya Menekan Persebaran Covid-19 Di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.". *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial 7.2*, 470-481.
- Winalda, I., & Sudarwanto, T. 2022. "Pengaruh Word Of Mouth dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Rumah Makan Bebek Sinjay Bangkalan.". *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN) 10.1*, 1573-1582.
- Wiradiputra, F., & Erlangga Brahmanto. . 2016. "Analisis Persepsi Wisatawan Mengenai Penurunan Kualitas Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung.". *Jurnal Pariwisata 3.2*, 129-137.