

**PENGARUH HARGA TIKET, FASILITAS DAN AKSESIBILITAS TERHADAP
KEPUTUSAN BERKUNJUNG TAMAN MARGASATWA SERULINGMAS
BANJARNEGARA**

Ratna Suryani¹, M. Wahyu²

¹Dosen STIE Tamansiswa Banjarnegara

²Mahasiswa STIE Tamansiswa Banjarnegara

Jl. Mayjend. Panjaitan No. 29, Banjarnegara, 53414

Email : stietambara@stietsbanjarnegara.ac.id

Abstract

The problem that occurred in Serulingmas Wildlife Park is the unstable number of tourist visits.

By 2016 the number of visits is quite volatile, which tends to decline at the end of the year. This study aims to determine the effect of ticket prices, facilities, and accessibility partially or simultaneously against the decision to visit. This research is a quantitative descriptive research. The data were collected using questionnaires, the data obtained from the sample of research population were visitors of Serulingmas Wildlife Park as many as 100 people. Data were analyzed using multiple linear regression analysis. The results showed that the variable of ticket price, facilities and accessibility partially and simultaneously influence the visiting decision. The variable that has the most dominant influence on the visiting decision is the facility. This study only examines the price of tickets, facilities and accessibility that affect the decision to visit by 34%. Suggestions for future researchers, researchers should be able to develop research with other variables such as attractiveness, promotion, etc. that affect visiting decisions.

Keywords: Price, Facility, Accessibility, and visiting Decision

A. Pendahuluan

Pariwisata merupakan sektor penunjang pertumbuhan ekonomi sebagai sumber penerimaan devisa, membuka lapangan kerja sekaligus kesempatan berusaha. Hal ini didukung dengan Indonesia yang memiliki keanekaragaman hayati baik flora maupun fauna yang menempati daratan dan lautan. Kekayaan hayati itulah yang menjadikan Indonesia memiliki banyak tempat wisata yang menarik untuk dikunjungi.

Tabel Kunjungan wisatawan Taman Margasatwa Serulingmas Tahun 2016

No.		Kunjungan Wisatawan
1.	Januari	30.234
2.	Februari	14.416
3.	Maret	38.930
4.	April	23.679
5.	Mei	31.667
6.	Juni	10.323
7.	Juli	95.103
8.	Agustus	9.798
9.	September	27.741
10.	Oktober	19.505
11.	Nopember	10.870
12.	Desember	23.398
Jumlah		335.764

Sumber: Taman Margasatwa Serulingmas, 2017

Dari data tersebut menunjukkan jumlah pengunjung Taman Margasatwa Serulingmas selama tahun 2016 mengalami penurunan diakhir tahun dibandingkan jumlah pengunjung pada awal sampai pertengahan tahun 2016. Harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa (Kotler dan Armstrong 2008:121). Wisatawan akan cenderung selektif terhadap pilihan objek wisata yang dituju, hal yang tidak luput diperhatikan pertama kali oleh pengunjung adalah berapa harga tiket masuk ke obyek wisata

Fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum jasa ditawarkan kepada konsumen (Tjiptono, 2004:19). Taman Margasatwa Serulingmas merupakan salah satu objek wisata andalan Kabupaten Banjarnegara.

Aksesibilitas merupakan suatu ukuran potensial atau kemudahan orang untuk mencapai tujuan dalam suatu perjalanan Bambang Susantono (2004:24)". Sarana transportasi yang mudah tentu akan mempermudah pula wisatawan berkunjung ke Taman Margasatwa Serulingmas.

Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pengaruh harga tiket terhadap keputusan berkunjung Taman Margasatwa Serulingmas Banjarnegara.
2. Mengetahui pengaruh fasilitas terhadap keputusan berkunjung Taman Margasatwa Serulingmas Banjarnegara.

3. Mengetahui pengaruh aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung Taman Margasatwa Serulingmas Banjarnegara.
4. Mengetahui pengaruh harga tiket, fasilitas dan aksesibilitas secara simultan terhadap keputusan berkunjung Taman Margasatwa Serulingmas Banjarnegara.

B. Landasan Toeri

1. Keputusan Berkunjung

Teori keputusan berkunjung dalam penelitian ini diadopsi dari teori keputusan pembelian karena variabel dan dimensinya yang sama sehingga memungkinkan untuk menggunakan teori keputusan pembelian menjadi keputusan berkunjung, untuk mengukur keputusan berkunjung menurut Kotler dan Armstrong (2008:129). Keputusan untuk melakukan perjalanan wisata pada dasarnya sama dengan keputusan pembelian, yaitu mengeluarkan uang untuk mendapatkan kepuasan. Proses pengambilan keputusan seorang wisatawan melalui lima fase, yaitu kebutuhan atau keinginan untuk melakukan perjalanan, pencarian dan penilaian informasi, keputusan melakukan perjalanan wisata, persiapan perjalanan dan pengalaman wisata, dan evaluasi kepuasan perjalanan wisata. (Kotler dan Keller 2009:208).

Lebih lanjut menurut Swastha dan Handoko (2000:57) proses pengambilan keputusan untuk membeli terdiri atas 5 (lima) tahap, yaitu sebagai berikut:

- a. Menganalisis keinginan dan kebutuhan
- b. Pencarian informasi dari sumber-sumber yang ada
- c. Penilaian dan pemilihan (seleksi) terhadap alternatif pembelian
- d) Keputusan untuk membeli
- d. Perilaku sesudah pembelian.

2. Harga

Harga menurut Armstrong (2008:121). Bagi produsen harga dapat menjadi strategi dalam penjualan produk, ini karena harga menjadi aspek yang tampak jelas bagi para pembeli. Besar kecilnya akan mempengaruhi banyak sedikitnya permintaan dari konsumen, di sisi lain produsen tidak bisa sembarangan menetapkan harga karena konsumen seringkali menghubungkan harga dengan kualitas.

Kotler dan Armstrong (2008:278) menambahkan indikator yang mencirikan harga yaitu :

- a) Keterjangkauan harga
- b) Kesesuaian harga dengan kualitas produk

- c) Daya saing harga
- d) Kesesuaian harga dengan manfaat

3. Fasilitas

Fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum jasa ditawarkan kepada konsumen (Tjiptono, 2004:19). Fasilitas merupakan salah satu dimensi dari kualitas pelayanan yang disebutkan Parasuraman dalam Lupiyoadi (2015), yaitu dimensi bukti fisik (*tangible*). Bukti fisik adalah aspek-aspek nyata yang bisa dilihat dan diraba. Dimensi bukti fisik ini mencakup: (1) kemutakhiran peralatan dan teknologi, (2) kondisi sarana, (3) kondisi SDM perusahaan, dan (4) keselarasan fasilitas fisik dengan jenis jasa yang diberikan (khususnya untuk bangunan kantor perusahaan). Fasilitas disini juga dapat merupakan dari serangkaian indikator dari produk yaitu fitur. Fitur ini dapat berupa, toilet, parkir, kafeteria, ragam produk dan ragam atraksi.

Sumayang (2003:124) menjelaskan beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam penyediaan fasilitas antara lain: papan, kebersihan, dan kerapian fasilitas yang ditawarkan adalah keadaan fasilitas perusahaan yang dilengkapi oleh atribut yang menyertainya dan didukung dengan kebersihan dan kerapian saat konsumen menggunakan fasilitas tersebut.

- a. Kondisi dan fungsi fasilitas yang akan ditawarkan adalah fasilitas yang berfungsi dengan baik dan tidak mengalami kerusakan.
- b. Kemudahan menggunakan fasilitas yang ditawarkan adalah fasilitas yang ditawarkan kepada konsumen adalah fasilitas yang sudah familier bagi konsumen sehingga konsumen dapat menggunakannya dengan mudah.
- c. Kelengkapan alat yang digunakan adalah alat yang digunakan oleh konsumen sesuai dengan spesifikasinya.

4. Aksesibilitas

Aksesibilitas adalah keterjangkauan pelayanan. Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2011 menyatakan bahwa aksesibilitas pariwisata adalah semua jenis sarana dan prasarana transportasi yang mendukung pergerakan wisatawan dari wilayah asal wisatawan ke destinasi pariwisata maupun pergerakan di dalam wilayah destinasi pariwisata dalam kaitan dengan motivasi kunjungan wisata. Menurut Tjiptono dan Chandra (2006:70) aksesibilitas adalah salah satu dimensi kualitas pelayanan dari sepuluh dimensi kualitas pelayanan yang diajukan oleh Parasuraman, Zeithaml & Berry. Tjiptono dan Chandra (2006:70) menjelaskan kesepuluh dimensi tersebut, yaitu:

- a. *Reliability*, mencakup dua hal pokok, yaitu konsistensi kerja (*performance*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependability*). Hal ini berarti perusahaan memberikan jasanya secara tepat semenjak saat pertama (*right the first time*). Selain itu juga berarti bahwa perusahaan yang bersangkutan memenuhi janjinya, misalnya menyampaikan jasanya sesuai dengan jadwal yang disepakati.
- b. *Responsiveness*, yaitu kemauan atau kesiapan para karyawan untuk memberikan jasa yang dibutuhkan pelanggan.
- c. *Competence*, artinya setiap orang dalam suatu perusahaan memiliki keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat memberikan jasa tertentu.
- d. *Acces*, meliputi kemudahan untuk dihubungi dan ditemui. Hal ini berarti lokasi fasilitas jasa yang mudah dijangkau, waktu menunggu yang tidak lama, saluran komunikasi perusahaan mudah dihubungi dan lain-lain.
- e. *Courtesy*, meliputi sikap sopan santun, respek, perhatian dan keramahan yang dimiliki para *contact personnel* (seperti resepsionis, operator telepon dan lain-lain).
- f. *Communication*, artinya memberikan informasi kepada pelanggan dalam bahasa yang dapat dipahami, serta mendengarkan saran atau keluhannya.
- g. *Credibility*, yaitu sifat jujur dan dapat dipercaya. Kredibilitas mencakup nama perusahaan, reputasi perusahaan, karakteristik pribadi *contact personnel* dan interaksi dengan pelanggan.
- h. *Security*, yaitu aman dari bahaya, risiko, atau keragu-raguan. Aspek ini meliputi keamanan secara fisik (*physical safety*), keamanan finansial (*financial security*) dan kerahasiaan (*confidentiality*).
- i. *Understanding or Knowing the Customer*, yaitu usaha untuk memahami kebutuhan pelanggan.
- j. *Tangibles*, yaitu bukti fisik dari jasa, bisa berupa fasilitas fisik, peralatan yang dipergunakan, representasi fisik dari jasa (misal kartu kredit plastik).

Penelitian Terdahulu

Penelitian	Variabel	Hasil
Aisyah dan Edwar (2013), "Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa terhadap Keputusan Mengunjungi Objek Wisata Maharani Zoo dan Goa Lamongan (Studi Para Pengunjung Maharani Zoo dan Goa Lamongan)".	<i>Variabel Bebas:</i> <ul style="list-style-type: none"> • Produk • Harga • Promosi • Lokasi • Orang • Proses • Bukti fisik <i>Variabel Terikat:</i> <ul style="list-style-type: none"> • Keputusan Wisatawan 	<ul style="list-style-type: none"> • Produk, harga, promosi, lokasi, orang, proses dan bukti fisik secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengambilan keputusan mengunjungi objek wisata Maharani Zoo dan Goa Lamongan. • Secara parsial hanya produk, harga dan lokasi yang mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap keputusan mengunjungi objek wisata Maharani Zoo dan Goa Lamongan.
Yuliani dan Yuniati (2013), "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Berkunjung dan Menikmati Wisata di Delta Fishing".	<i>Variabel Bebas:</i> <ul style="list-style-type: none"> • Fasilitas • Lokasi • Kualitas Pelayanan • Harga <i>Variabel Terikat:</i> <ul style="list-style-type: none"> • Keputusan Wisatawan 	Baik secara simultan maupun parsial fasilitas, lokasi, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen berkunjung dan menikmati wisata di Delta Fishing.
Husein dan Palupiningdyah (2014), "Pengaruh Lokasi dan Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan"	<i>Variabel Bebas:</i> <ul style="list-style-type: none"> • Lokasi • Fasilitas <i>Variabel Terikat:</i> <ul style="list-style-type: none"> • Keputusan Wisatawan 	Ada pengaruh positif lokasi dan fasilitas terhadap keputusan berkunjung wisatawan Pikatan Water Park Temanggung.
Lempoy, dkk (2015), "Pengaruh Harga, Lokasi, dan Fasilitas terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Taman Wisata Toar Lumimuut (Taman Eman) Sonder".	<i>Variabel Bebas:</i> <ul style="list-style-type: none"> • Harga • Lokasi • Fasilitas <i>Variabel Terikat:</i> <ul style="list-style-type: none"> • Keputusan Konsumen 	Baik secara simultan maupun parsial harga, lokasi, dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa Taman Wisata Toar Lumimuut.
Syahrul (2015), "Pengaruh Daya Tarik, Fasilitas dan Aksesibilitas terhadap Keputusan Wisatawan Asing Berkunjung Kembali Ke Aloita Resort di Kab. Kep. Mentawai".	<i>Variabel Bebas:</i> <ul style="list-style-type: none"> • Daya Tarik • Fasilitas • Aksesibilitas <i>Variabel Terikat:</i> <ul style="list-style-type: none"> • Keputusan Wisatawan 	Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik, fasilitas dan aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan wisatawan asing berkunjung.

Hipotesis Penelitian

H₁ : Ada pengaruh harga tiket terhadap keputusan berkunjung Taman Margasatwa Serulingmas Banjarnegara.

H₂ : Ada pengaruh fasilitas terhadap keputusan berkunjung Taman Margasatwa Serulingmas Banjarnegara.

H₃ : Ada pengaruh aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung Taman Margasatwa Serulingmas Banjarnegara.

H₄ : Ada pengaruh harga tiket, fasilitas dan aksesibilitas secara simultan terhadap keputusan berkunjung Taman Margasatwa Serulingmas Banjarnegara.

C. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode survey, yang merupakan

metode pengumpulan data primer dengan menggunakan pertanyaan lisan maupun tertulis. Adapun maksud penelitian kuantitatif adalah penelitian ini bertujuan melakukan pengujian hipotesis yang dalam hal ini bersifat kausal dengan menggunakan instrumen statistik.

2. Tempat dan waktu penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Taman Margasatwa Serulingmas Banjarnegara dimulai bulan Mei sampai dengan Agustus 2017

3. Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan data jumlah pengunjung taman margasatwa serulingmas banjarnegara tahun 2016 yang berjumlah 27.980 orang. Jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan rumus slovin yaitu sebanyak 100 responden.

4. Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan adalah uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, dan pengujian hipotesis F dan uji hipotesis t.

a. Uji Validitas

Uji Validitas Pengujian validitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengukur apakah instrument yang digunakan dalam penelitian benar-benar mampu mewakili semua aspek yang dianggap sebagai kerangka konsep. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis korelasi tata jenjang Spearman (rank Spearman). Adapun rumus yang digunakan adalah sebagai berikut: (Arikunto, 2013:75).

$$\rho_{XY} = \frac{6 \sum D^2}{N(N^2 - 1)}$$

$$= 1 -$$

$$N(N^2 - 1)$$

Keterangan :

ρ_{XY} = Koefisien korelasi tata jenjang

D = Difference

N = Banyaknya subjek

a. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur bahwa instrumen penelitian bebas dari kesalahan persepsi sehingga menghasilkan hasil yang konsisten dan dapat digunakan pada kondisi yang berbeda-beda. Untuk menguji reliabilitas

digunakan *Cronbach Alpha* dengan program SPSS.

b. Uji normalitas

Uji Normalitas dimaksud untuk mengetahui apakah residual yang diteliti berdistribusi normal atau tidak (Ghozali 2006:147). Kurva nilai residual terstandar dikatakan menyebar dengan normal apabila nilai *kolmogorov-smornov* $Z < Z$ tabel; atau nilai *Asymp.sig*(2 tailed) $> \alpha$.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance (Ghozali, 2005: 105) dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinearitas antar variabel, salah satu caranya adalah dengan melihat dari nilai Varince Inflation factor (VIF) dari masing-masing variabel bebas terdapat variabel terikatnya. Jika nilai VIF tidak lebih dari 6,0, maka model tidak terdapat multikolinearitas.

d. Analisis Regresi Linear Beranda

Menurut Sugiyono (2010:277) analisis regresi linear berganda adalah analisis yang digunakan peneliti, bila bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + b_3.X_3 + e$$

Pengujian Hipotesis secara simultan menggunakan uji F dan secara parsial dengan uji t Uji F digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh bersama sama antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji statistik t atau uji parsial bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel bebas secara individual dalam menjelaskan variabel terikat Ghozali (2005:110). Uji t digunakan untuk menguji koefisien regresi secara parsial dari variabel independennya. Kriterianya .

1. Hipotesis diterima jika nilai signifikan $< 0,05$
2. Hipotesis ditolak jika nilai signifikan $> 0,05$

D. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil Penelitian

Uji Validitas dan Reabilitas

Item	P-Value	Sig	Keterangan
Harga tiket 1	0.05	0.693	Valid
Harga tiket 2	0.05	0.224	Valid
Harga tiket 3	0.05	0.384	Valid
Fasilitas 1	0.05	0.356	Valid
Fasilitas 2	0.05	0.597	Valid
Fasilitas 3	0.05	0.118	Valid
Fasilitas 4	0.05	0.525	Valid
Aksesibilitas 1	0.05	0.489	Valid
Aksesibilitas 2	0.05	0.491	Valid
Aksesibilitas 3	0.05	0.448	Valid
Aksesibilitas 4	0.05	0.118	Valid
Keputusan berkunjung 1	0.05	0.311	Valid
Keputusan berkunjung 2	0.05	0.476	Valid
Keputusan berkunjung 3	0.05	0.451	Valid
Keputusan berkunjung 4	0.05	0.570	Valid
Keputusan berkunjung 5	0.05	0.510	Valid

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa item harga tiket, fasilitas, aksesibilitas dan keputusan

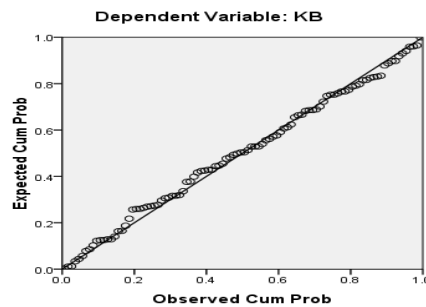
berkunjung dinyatakan valid sehingga digunakan pada penelitian sesungguhnya.

Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Keterangan
Keputusan Berkunjung	0.741	Reliabel
Harga	0.616	Reliabel
Fasilitas	0.630	Reliabel
Aksesibilitas	0,671	Reliabel

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua item pertanyaan dari empat variabel yang diteliti adalah reliabel karena mempunyai nilai Cronbach Alpha > 0.60.

Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Pada P-plot terlihat data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis histogram menuju pola distribusi normal, hal ini berarti variable dependen memenuhi asumsi normalitas. Dapat disimpulkan bahwa kedua variable dependen dan independen memiliki distribusi normal.

Uji Multikolinieritas

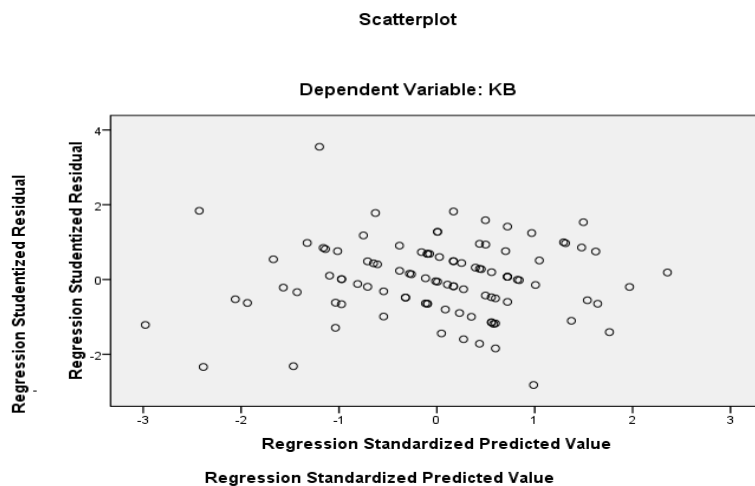
Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan korelasi antar variabel bebas (independen). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat masalah multikolinieritas. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas dapat dilihat pada nilai *tolerance* dan VIF. Apabila nilai toleransi di atas 0,1 dan nilai VIF di bawah 10 maka tidak terjadi multikolinieritas. Hasil uji multikolinieritas untuk model regresi pada penelitian ini disajikan pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.6 Uji Multikolinieritas

A. Dimensi	B. Nilai toleransi	C. VIF
D. Harga tiket	E. . 710	F. 1.409
G. Fasilitas	H. . 668	I. 1.496
J. Aksesibilitas	K. .931	L. 1.074

Sumber: Data Primer 2017

Dari tabel di atas terlihat bahwa semua dimensi yaitu harga tiket, fasilitas dan aksesibilitas mempunyai nilai toleransi di atas 0,1 dan nilai VIF di bawah 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas



Pada grafik *scatterplot* terlihat bahwa titik- titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun bawah angka nol pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi dapat di pakai untuk memprediksi keputusan berkunjung berdasarkan variable bebas atau independen yaitu Harga tiket, Fasilitas, dan Aksesibilitas.

Regresi Linear Berganda

Tabel 4.7 Rekapitulasi Analisis Regresi Linear Berganda

Dimensi	B	Beta	T _{hitung}	Probabilitas (Sig. t)	Keterangan
Harga tiket	,25	,270	2,792	,006	Signifikan
Aksesibilit	,18	,202	2,396	,019	Signifikan
N = 100					
R = ,603					
R Square = ,364					
Adjusted R Square = ,344					
Konstanta = 10.583					

Sumber: Data Primer yang diolah, 2017

Dari nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,344 atau 34%, angka ini menunjukkan bahwa dimensi Harga (X1), Fasilitas (X2) dan Aksesibilitas (X3) memberikan kontribusi terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 34%. Dari hasil analisis ini juga diketahui bahwa variabel bebas (X) yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian produk (Y) adalah

dimensi Fasilitas (X2). Hal ini dibuktikan dengan nilai Beta dari dimensi Fasilitas (X2) sebesar ,332 atau sebesar 33% yang merupakan Beta terbesar dibandingkan Beta dimensi lainnya, yaitu dimensi Harga tiket (X1) sebesar ,270 atau 27% dan dimensi Aksesibilitas (X3) sebesar ,202 atau 20%.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Pengaruh Harga tiket (X₁) terhadap keputusan berkunjung (Y) di Taman Margasatwa Serulingmas Banjarnegara

Pengaruh X₁ terhadap Y dengan probabilitas sebesar $0,006 < 0,05$, menunjukkan bahwa variabel Harga tiket secara signifikan dan positif mempengaruhi keputusan berkunjung. Penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Lempoy, dkk (2015) yang menyimpulkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa Taman Wisata.

2. Fasilitas (X₂) terhadap keputusan berkunjung (Y) di Taman Margasatwa Serulingmas Banjarnegara

Pengaruh X₂ terhadap Y dengan probabilitas sebesar $0,001 < 0,05$, menunjukkan bahwa variabel Fasilitas secara signifikan dan positif mempengaruhi keputusan berkunjung. Penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Husein dan Palupiningdyah (2014) yang menyimpulkan bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan Pikatan Water Park Temanggung. Lempoy, dkk (2015) juga menyimpulkan hal yang sama bahwa fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa Taman Wisata Toar Lumimuut. Demikian halnya Syahrul (2015) yang juga menyimpulkan bahwa fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan wisatawan asing membeli tiket wisata.

3. Pengaruh Aksesibilitas (X₃) terhadap keputusan berkunjung (Y) di Taman Margasatwa Serulingmas Banjarnegara

Pengaruh X₃ terhadap Y dengan probabilitas sebesar $0,019 < 0,05$, menunjukkan bahwa variabel Aksesibilitas secara signifikan dan positif mempengaruhi keputusan berkunjung. Penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dikemukakan oleh Aisyah dan Edwar(2013:17) yang menyimpulkan bahwa akses lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mengunjungi objek wisata

Maharani Zoo dan Goa Lamongan. Yuliani dan Yuniati (2013:9) menyimpulkan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen berkunjung dan menikmati wisata di Delta Fishing. Husein dan Palupiningdyah (2014:6) menyimpulkan hal yang sama bahwa bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan Pikatan Water Park Temanggung. Lempoy, dkk (2015:1081) juga menyimpulkan hal yang sama bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa Taman Wisata Toar Lumimuut. Hanya Syahrul (2015:78) yang secara lebih spesifik menyimpulkan bahwa aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan wisatawan asing berkunjung.

4. Pengaruh Harga tiket (X1), Fasilitas (X2), dan aksesibilitas (X3) terhadap keputusan berkunjung (Y) di Taman Margasatwa Serulingmas Banjarnegara

Nilai F hitung lebih besar dari F tabel ($18,326 > 2,700$) dengan tingkat signifikansi F hitung $< 0,05$ yaitu ($0,000 < 0,05$) maka H_0 ditolak. Oleh karena nilai probabilitas ($0,000$) lebih kecil dari $0,05$ maka dapat dikatakan bahwa variabel Harga (X1), Fasilitas (X2) dan Aksesibilitas (X3) secara bersama-sama mempunyai hubungan dan pengaruh terhadap keputusan berkunjung (Y). Dari hasil analisis ini dapat diinterpretasikan bahwa Harga tiket, Fasilitas dan Aksesibilitas mempunyai pengaruh terhadap keputusan berkunjung di Taman Margasatwa Serulingmas Banjarnegara sehingga sesuai hipotesis keempat yang dikemukakan. Penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dikemukakan oleh Lempoy, dkk (2015:1081) yang menyimpulkan bahwa secara simultan harga, lokasi (aksesibilitas), dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa Taman Wisata Toar Lumimuut.

E. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah:

1. Harga tiket secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung di Taman Margasatwa Serulingmas Banjarnegara.
2. Fasilitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung di Taman Margasatwa Serulingmas Banjarnegara.
3. Aksesibilitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung di Taman Margasatwa Serulingmas Banjarnegara.
4. Harga tiket, fasilitas dan aksesibilitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung di Taman Margasatwa Serulingmas

Banjarnegara.

Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan penelitian ini, maka dapat di ajukan saran sebagai berikut :

1. Bagi pengelola pariwisata

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pengelola atau penyedia objek wisata untuk meningkatkan kunjungan wisatawan yang mana pada penelitian ini meneliti menggunakan variable Harga tiket, Fasilitas, dan Aksesibilitas.

2) Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti variable-variable lain yang mempengaruhi Keputusan berkunjung, seperti variable promosi, daya tarik, dll. Peneliti selanjutnya juga dapat memperbaiki keterbatasan yang ada dalam penelitian ini dan menggunakan metode lain dalam meneliti keputusan berkunjung agar memperoleh hasil yang lebih bervariasi.

Daftar Pustaka

- A Kaelola. (2013). *Mau Jadi Pengusaha Jangan Cengeng*. Yogyakarta: Buku Pintar .
- Aisyah S.N & M Edwar. (2013). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa terhadap Keputusan Mengunjungi Objek Wisata Maharani Zoo dan Goa Lamongan (Studi Para Pengunjung Maharani Zoo dan Goa Lamongan). *eJournal Unesa* .
- AR Syahrul (2015). Pengaruh Daya Tarik, Fasilitas dan Aksesibilitas terhadap Keputusan Wisatawan Asing Berkunjung Kembali Ke Aloita Resort di Kab. Kep. Mentawai. *Jurnal Pelangi: Vol. 7, No. 1* , 71-82.
- Arikunto. (2007). *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Chandra, T. (2015). *Service, Quality dan Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Husein M & P. Palupiningdyah. (2014). Pengaruh Lokasi dan Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan. *Management Analysis Journal* , Vol. 3, No. 1.
- Irawan, H. (2015). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Kartajaya, H. (2001). *Marketing Plus 2000: Siasat Memenangkan Persaingan Globa*. Jakarta:

Gramedia Pustaka Utama.

Kotler P & K.L. Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran. Jilid 1, Edisi 13 (terjemahan)*.

Jakarta: Erlangga.

Lempoy N.C; S.L. Mandey; S.S.R. Loindong. (2015). Pengaruh Harga, Lokasi, dan Fasilitas terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Taman Wisata Toar Lumimuut (Taman Eman) Sonder. *Jurnal EMBA: Vol. 3, No. 1* , 1072-1083.

Lupiyoadi, R. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.

Setiadi. (2013). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan dan Keinginan*

Konsumen. Edisi Revisi. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R& D*. Bandung:

Alfabeta. Swastha, & Handoko. (2000). *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen*.

Yogyakarta:BPFE.

Swastha, B. (2000). *Pengantar Bisnis Modern, Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern*.

Jakarta: Liberty.

Yuniati, Yuliani. (2013). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Berkunjung dan Menikmati Wisata di Delta Fishing. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen Vol. 2, No. 2* ,

1-19.