

**PENGARUH CITRA DESTINASI TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG
DI OBJEK WISATA PANTAI CAROCOK PAINAN**

JURNAL



EDRI SULSA PUTRA

**PROGRAM STUDI D4 MANAJEMEN PERHOTELAN
JURUSAN PARIWISATA
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
Wisuda Periode September 2017**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

PENGARUH CITRA DESTINASI TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI
OBJEK WISATA PANTAI CAROCOK PAINAN

EDRI SULSA PUTRA

Artikel ini disusun berdasarkan skripsi Edri Salsa Putra untuk persyaratan wisuda
periode September 2017 yang telah diperiksa/disetujui oleh kedua pembimbing

Padang, Agustus 2017

Pembimbing I



Dr. Yuliana, SP, M.Si
NIP. 19700727 199703 2003

Pembimbing II



Hjriyantomi Suyuthie, SIP, MM
NIP. 19780903 201012 1001

PENGARUH CITRA DESTINASI TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI OBJEK WISATA PANTAI CAROCOK PAINAN

Edri Salsa Putra¹, Yuliana², Hijriyantomi Suyuthie²
Program Studi D4 Manajemen Perhotelan
FPP Universitas Negeri Padang
Email: edrisulsaputra@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra destinasi terhadap keputusan berkunjung di objek wisata Pantai Carocok Painan. Jenis penelitian ini digolongkan kepada asosiatif kausal. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung yang datang berkunjung ke objek wisata Pantai Carocok Painan. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *sampling insidental* sebanyak 100 orang. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuisioner (angket) dengan menggunakan skala *likert* yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Selanjutnya data dianalisis melalui analisis regresi linear sederhana dan analisis koefisien determinan (R square), dengan menggunakan bantuan Program Komputer SPSS versi 16.00. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Citra destinasi berada pada kategori baik (59%). (2) Keputusan berkunjung berada pada kategori baik (40%). (3) Hasil uji regresi linear sederhana diperoleh dengan R Square sebesar 0,504 dengan taraf sig. $0,000 < 0,05$. Artinya citra destinasi mempengaruhi keputusan berkunjung secara signifikan sebesar 50,4%, dan sisanya 49,6% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata kunci: Citra Destinasi, Keputusan Berkunjung.

¹Prodi Manajemen Perhotelan

²Dosen Jurusan Pariwisata FPP UNP

THE EFFECTS OF DESTINATION IMAGE ON DECISION TO VISIT IN PANTAI CAROCOK PAINAN

Edri Salsa Putra¹, Yuliana², Hijriyantomi Suyuthie²
Program Studi D4 Manajemen Perhotelan
FPP Universitas Negeri Padang
Email: edrisulsaputra@gmail.com

Abstract

The purpose of research is to determine the effects of destination image toward decision to visit in Pantai Carocok Painan. The type of research is classified as associative causal. The population in this research is the visitors who come to visit Pantai Carocok Painan. The sampling technique in this research is the incidental sampling of 100 people. Data collection technique is done by spreading the questionnaire by using Likert scale that has been tested the validity and reliability. Further data is simple linear regression analysis and determinant coefficient analysis (R square), using SPSS Computer Program 16.00. The results showed that: (1) The image of the destination was in good category (59%). (2) The visiting decision is in good category (40%). (3) The result of simple linear regression test is obtained with R Square equal to 0,504 with sig level. 0,000 <0.05. This means that the destination image influences the visiting decision significantly by 50.4%, and the remaining 49.6% is influenced by other factors.

Keywords: Destination Image, Decision to Visit

¹Prodi Manajemen Perhotelan

²Dosen Jurusan Pariwisata FPP UNP

A. Pendahuluan

Objek wisata merupakan perwujudan dari pada ciptaan, tata hidup, seni budaya,serta sejarah bangsa dan keadaan alam yang mempunyai daya tarik wisata bagi wisatawan untuk dikunjungi. Untuk terjaganya keberlangsungan dari usaha pariwisata, maka objek wisata tersebut harus bisa mempertahankan dan meningkatkan jumlah pengunjungnya. Melakukan kunjungan sama dengan melakukan pembelian terhadap suatu produk atau jasa. Kotler dan Amstrong (2009 :146) mengatakan keputusan pembelian adalah tahap proses keputusan dimana konsumen secara aktual melakukan pembelian produk. Keputusan berkunjung akan diukur melalui 3 indikator. Hariadi (2013 : 74) memaparkan indikator keputusan pembelian yaitu minat membeli dikarenakan adanya kebutuhan atau keinginan, lalu keputusan membeli atas dasar informasi dan sumber-sumber yang berkaitan, dan keputusan membeli setelah melakukan penilaian dan seleksi terhadap berbagai alternatif.

Keputusan berkunjung dipengaruhi oleh beberapa faktor, hal yang mempengaruhi wisatawan dalam melakukan keputusan berkunjung yaitu karakteristik wisatawan, citra destinasi, gambaran perjalanan, dan keunggulan daerah tujuan wisata (Pitana dan Gayatri, 2005 : 73). Citra destinasi cukup penting dalam mempengaruhi seseorang melakukan kunjungan. Menurut Tasci dan Kozak (2006 :304) citra destinasi adalah persepsi individu terhadap karakteristik destinasi yang dapat dipengaruhi oleh informasi promosi, media serta banyak faktor lainnya. Chi C. G.Q. & Qu, H. (2008) mengklasifikasikan atribut citra destinasi menjadi 9 aspek yang akan dijadikan pengukuran

indikator pada penelitian ini yaitu lingkungan, atraksi alam, entertaint, atraksi sejarah, infrastruktur, aksesibilitas, relaksasi, aktivitas luar ruangan, dan harga atau nilai.

Pantai Carocok Painan merupakan obyek wisata andalan yang dikelola oleh pemerintah Kabupaten Pesisir Selatan yang pengunjungnya paling banyak dibandingkan dengan obyek wisata lainnya yang ada di Kabupaten Pesisir Selatan, namun beberapa tahun terakhir ini mengalami penurunan jumlah wisatawan. Penurunan pengunjung tersebut penulis asumsikan diakibatkan oleh citra destinasi.

Berdasarkan wawancara peneliti kepada 10 orang wisatawan yang sudah pernah berkunjung ke Pantai Carocok Painan, 80% mereka menyatakan tidak ada lagi niat dan keinginan untuk berkunjung ke Pantai Carocok Painan, kemudian 60% mereka juga menyatakan bahwa jarang mendengar dan melihat informasi tentang Pantai Carocok Painan, sehingga tidak terfikirkan lagi bagi mereka untuk berkunjung ke Pantai Carocok Painan, hal ini dapat dikaitkan dengan permasalahan yang menyangkut keputusan berkunjung.

Berdasarkan wawancara tersebut juga didapati alasan dari permasalahan keputusan berkunjung yang mana alasan tersebut menyangkut permasalahan tentang citra destinasi. Mereka mengatakan bahwa masih banyak sampah yang berserakan disekitar objek wisata, sehingga lingkungan menjadi kotor dan hilangnya kenyamanan dalam berwisata, lalu pemandangan alam yang hilang keindahannya akibat air dibawah jembatan sering surut, kemudian tidak adanya penambahan permainan, kegiatan, dan aktivitas wisata yang membuat

wisatawan menjadi bosan, dan kurang diadakannya *entertaint* acara hiburan, pameran, festival, even budaya, dan pertunjukan lainnya. Semua hal ini tergambar dalam observasi penulis ketika berkunjung di Pantai carocok Painan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk : 1) Mendeskripsikan citra destinasi di objek wisata Pantai Carocok Painan, 2) Mendeskripsikan keputusan berkunjung di objek wisata Pantai Carocok Painan, 3) Menganalisis pengaruh citra destinasi terhadap keputusan berkunjung di objek wisata Pantai Carocok Painan.

B. Metodologi Penelitian

Jenis penelitian ini adalah di golongan kepada penelitian asosisatif kausal. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung yang berkunjung di objek wisata Pantai Carocok Painan dari tahun 2013-2016 dengan rata-rata 58.643. Sampel penelitian ini berjumlah 100 orang dengan teknik *non probability sampling*, dengan menggunakan *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuisioner (angket)

Teknik pengolahan dan analisis data dengan metode pengkategorian penilaian dengan menggunakan rumus Arikunto (2010) yaitu:

- a. Kategori sangat baik : $\geq (M_i + 1,5 S_{di}) - \text{Keatas}$
- b. Kategori baik : $(M_i + 0,5 S_{di}) - <(M_i + 1,5 S_{di})$
- c. Kategori cukup / Cukup baik : $(M_i - 0,5 S_{di}) - <(M_i + 0,5 S_{di})$
- d. Kategori buruk / Kurang baik : $(M_i - 1,5 S_{di}) - <(M_i - 0,5 S_{di})$
- e. Kategori sangat buruk / Tidak baik : $< (M_i - 1,5 S_{di}) - \text{Kebawah}$

Untuk menentukan skor rata-rata ideal digunakan patokan kurva normal sebagai berikut:

$$M_i = 1/2 \text{ (skor ideal maksimum + skor ideal minimum)}$$

$$S_{di} = 1/6 \text{ (skor ideal maksimum - skor ideal minimum)}$$

C. Hasil dan Pembahasan

1. Analisis Deskriptif Data

a. Deskripsi Variabel Citra Destinasi

Data citra destinasi (X) dikumpulkan melalui pernyataan yang terdiri dari 37 butir pernyataan. Selanjutnya disebarakan kepada 100 orang responden. Data yang diperoleh dari penelitian pada variabel citra destinasi di objek wisata Pantai Carocok Painan sebagai berikut:

Tabel 1. Deskripsi Variabel Citra Destinasi

Kategori	Rentang Skor	f	%
Sangat Baik	$\geq 147,99$	14	14
Baik	123,33 - < 147,99	59	59
Cukup Baik	98,67 - < 123,33	22	22
Kurang Baik	5,51 - < 98,67	5	5
Tidak Baik	$\leq 75,51$	0	0
Jumlah		100	100

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa dari 100 orang responden untuk variabel citra destinasi (X) dapat dikelompokkan sebagai berikut: Kategori sangat baik menunjukkan sebanyak 14%, kategori baik menunjukkan sebanyak 59%, kategori cukup baik menunjukkan 22%, kategori kurang baik menunjukkan

5%, dan untuk kategori tidak baik menunjukkan sebanyak 0%. Berdasarkan perhitungan statistik variabel citra destinasi (X) berada pada klasifikasi skor $123,33 - < 147,99$ menunjukkan kategori baik dengan persentase 59%.

b. Deskripsi Variabel Keputusan Berkunjung

Data keputusan berkunjung (Y) dikumpulkan melalui pernyataan yang terdiri dari 8 butir pernyataan. Selanjtnya disebarkan kepada 100 orang responden. Data yang diperoleh dari penelitian pada variabel keputusan berkunjung di objek wisata Pantai Carocok Painan sebagai berikut:

Tabel 2. Deskripsi Variabel Keputusan Berkunjung

Kategori	Rentang Skor	f	%
Sangat Baik	$\geq 31,99$	35	35
Baik	26,66 - < 31,99	40	40
Cukup Baik	21,34 - < 26,66	23	23
Kurang Baik	16,01 - < 21,34	2	2
Tidak Baik	$\leq 16,01$	0	0
Jumlah		100	100

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa dari 100 orang responden untuk variabel keputusan berkunjung (Y) dapat dikelompokkan sebagai berikut: Kategori sangat baik menunjukkan sebanyak 35%, kategori baik menunjukkan sebanyak 40%, kategori cukup baik menunjukkan 23%, kategori kurang baik menunjukkan 2%, dan untuk kategori tidak baik menunjukkan sebanyak 0%.

Berdasarkan perhitungan statistik variabel keputusan berkunjung (Y) berada pada klasifikasi skor $26,66 - < 31,99$ menunjukkan kategori baik dengan persentase 40%.

2. Uji Persyaratan Analisis

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui data yang diperoleh terdistribusi normal atau tidak. Pada penelitian ini, nilai signifikansi (sig.) yang diperoleh dari perhitungan atau nilai probabilitas (p) adalah 0,529 dan $(p) > 0,05$, maka data pada penelitian ini berdistribusi normal

b. Uji Homogenitas

Uji homogenitas dilakukan untuk mengetahui apakah kedua variabel homogen atau tidak. Pada penelitian ini nilai signifikansi (Sig.) yang diperoleh dari perhitungan atau nilai probabilitas (p) adalah 0,445 dan $(p) > 0,05$, maka data pada penelitian ini dikatakan homogen atau berasal dari varian yang sama.

c. Uji Linieritas

Uji linieritas adalah untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat linier atau tidak. Pada penelitian ini, nilai signifikan (sig.) deviation from linearity adalah 0,397 dan $\text{sig} > 0,05$, maka dua variabel pada penelitian ini dikatakan mempunyai hubungan linier.

3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan teknik regresi linear sederhana dengan bantuan program SPSS 16.00. Berikut hasil uji hipotesis pada penelitian ini.

Tabel 3. Koefisien Determinasi (R square)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.710 ^a	.504	.499	2.87483

a. Predictors: (Constant), Citra_destinasi

b. Dependent Variable: Keputusan_berkunjung

Sumber: Hasil olah data primer (2017)

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai R square 0,504 artinya pengaruh X terhadap Y adalah sebesar 50,4%. Sedangkan 49,6% diduga dipengaruhi oleh faktor lain seperti karakteristik wisatawan, jarak, gambaran perjalanan, dan keunggulan daerah tujuan wisata.

Tabel 4. Hasil Signifikansi

ANOVA^p

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	823.064	1	823.064	99.588	.000 ^a
	Residual	809.936	98	8.265		
	Total	1633.000	99			

a. Predictors: (Constant), Citra_destinasi

b. Dependent Variable: Keputusan_berkunjung

Sumber Hasil Olah Data Primer (2017)

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai sig. 0,000. Artinya karena nilai Sig. $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan antara citra destinasi (X) dan keputusan berkunjung (Y).

Tabel 4. Koefisien Regresi Variabel X terhadap Y

Coefficients					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.083	2.464		2.063	.042
Citra_destinasi	.185	.019	.710	9.979	.000

a. Dependent Variable: Keputusan_berkunjung

Sumber: Hasil data olah primer

Dari Tabel 33 diatas, pada kolom B pada *Constant* (a) adalah 5,083, sedangkan nilai kepemimpinan (b) adalah 0,185, sehingga persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Dimana Y = variabel dependent yang diprediksi

a = konstanta

b = koefisien regresi

X = Variabel independent

Koefisien b dinamakan koefisien arah regresi dan menyatakan perubahan rata-rata variabel Y untuk setiap perubahan variabel X satu satuan. Perubahan ini merupakan penambahan bila b bertanda positif dan

penurunan bila b bertanda negative. Sehingga dari persamaan diatas dapat disimpulkan bahwa:

- a. Konstanta sebesar 5,083 menyatakan bahwa jika tidak ada nilai citra destinasi maka nilai keputusan berkunjung sebesar 5,083
- b. Koefisien regresi X sebesar 0,185 menyatakan bahwa setiap penambahan satu nilai citra destinasi, maka nilai keputusan berkunjung bertambah 0,185

4. Pembahasan

a. Citra Destinasi

Berdasarkan hasil penelitian, citra destinasi dikategorikan baik. Hal ini akan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan pengunjung di objek wisata Pantai Carocok Painan karena dengan bagusnya nya citra di objek wisata Pantai Carocok Painan maka akan berdampak dengan besarnya keinginan pengunjung untuk memutuskan kunjungan ke Pantai Carocok Painan

Citra destinasi di Pantai Carocok Painan dalam penelitian ini sudah masuk dalam kategori baik, hal ini perlu dipertahankan serta ditingkatkan lagi sehingga selanjutnya citra destinasi beserta seluruh indikatornya masuk dalam kategori yang lebih tinggi yaitu kategori sangat baik dan bisa meningkatkan karakteristik destinasi dan jumlah kunjungan di Pantai Carocok Painan. Menurut Tasci dan Kozak (2006 :304) citra destinasi adalah “persepsi individu terhadap karakteristik

destinasi yang dapat dipengaruhi oleh informasi promosi, media massa serta banyak faktor lainnya”.

b. Keputusan berkunjung

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa keputusan berkunjung di objek wisata Pantai Carocok Painan dikategorikan baik. Jika telah nampak citra destinasi yang baik maka pengunjung akan mengambil keputusan berkunjung ke Pantai Carocok Painan dengan melalui pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, dan memutuskan kunjungan sesuai dengan pendapat Dharmmesta dan Handoko (2000 :15) keputusan pembelian adalah sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya yang terdiri dari pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, evaluasi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan tingkah laku setelah pembelian.

c. Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung di Objek Wisata Pantai Carocok Painan

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang digunakan untuk mengetahui derajat pengaruh antara citra destinasi terhadap keputusan berkunjung di objek wisata Pantai Carocok Painan yang dilakukan dengan bantuan program SPSS 16.00. Dalam penelitian ini Koefisien determinasi diperoleh R square 0,504 artinya pengaruh variabel X terhadap variabel Y adalah sebesar 50,4%. Sedangkan 49,6% diduga dipengaruhi oleh faktor lain seperti karakteristik wisatawan, jarak,

gambaran perjalanan , dan keunggulan daerah tujuan wisata. Sesuai pendapat Lawson dan Bovy (dalam Utama, 2016: 168) yang mendefinisikan konsep citra destinasi sebagai “ekspresi tentang sebuah pengetahuan, keyakinan diri, prasangka, hayalan, dan pikiran emosional seorang individu tentang objek atau tempat tertentu”. Jika sudah tertanam rasa keyakinan, prasangka dan pikiran yang baik tentang suatu objek tertentu maka individu tersebut akan tertarik untuk melihat dan mengunjungi objek tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari citra destinasi terhadap keputusan berkunjung di objek wisata Pantai Carocok Painan dengan taraf sig $0,000 < 0,05$, dan hipotesis yang diterima pada penelitian ini adalah H_a dan H_o ditolak. Semakin baik citra destinasi di objek wisata Pantai Carocok Painan maka semakin baik pula keputusan wisatawan untuk melakukan kunjungan di objek wisata Pantai Carocok Painan. Kemudian semakin buruk citra destinasi di objek wisata Pantai Carocok Painan maka semakin kecil pula keinginan pengunjung untuk memutuskan kunjungannya berwisata ke Pantai Carocok Painan.

D. Simpulan dan Saran

1. Simpulan

- a. Citra destinasi di objek wisata Pantai Carocok Painan dikategorikan baik yang berada pada klasifikasi skor $123,33 - < 147,99$ dengan persentase sebanyak 59%.

- b. Keputusan berkunjung di objek wisata Pantai Carocok Painan dikategorikan baik yang berada pada skor 26,66 - < 31,99 dengan persentase sebanyak 40%.
- c. Terdapat Pengaruh yang signifikan antara citra destinasi terhadap keputusan berkunjung di objek wisata Pantai Carocok Painan sebesar 50,4% dengan taraf signifikan sebesar 0,000.

E. Saran

1. Kepada Pengelola Objek Wisata Pantai Carocok Painan

Mengingat dari hasil penelitian yang menyatakan citra destinasi dan keputusan berkunjung dalam kategori baik, diharapkan pengelola dapat mempertahankan, dan meningkatkannya ke kategori yang lebih tinggi yaitu kategori sangat baik termasuk dengan seluruh indikator dari citra destinasi dan keputusan berkunjung, supaya setiap pengunjung yang datang ke Pantai carocok Painan, mereka akan merasa senang dan puas, sehingga objek wisata Pantai Carocok Painan kedepannya akan selalu ramai oleh pengunjung dan jumlah kunjungan akan selalu mengalami peningkatan.

2. Kepada Jurusan Pariwisata

Diharapkan penelitian ini berguna untuk menambah bahan referensi pembelajaran dipergustakaan, menambah pengetahuan, dan informasi yang dapat mempermudah rekan-rekan mahasiswa yang akan melakukan penelitian.

3. Kepada Peneliti Lainnya

Diharapkan peneliti lainnya untuk lebih memperluas kajian tentang faktor yang berhubungan dengan keputusan berkunjung, karena masih banyak faktor lain yang kemungkinan memberikan sumbangan signifikan terhadap keputusan berkunjung seperti karakteristik wisatawan, jarak, gambaran perjalanan, dan keunggulan daerah tujuan wisata.

Catatan: artikel ini disusun berdasarkan skripsi penulis dengan pembimbing I Dr. Yuliana, SP, M.Si dan Pembimbing II Hijriyantomi Suyuthie, SIP, MM

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto S, 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Basu Swastha Dharmmesta dan T. Hani Handoko. 2000. *Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Chi, Qing-Christina Geng dan Qu, Hailin. 2008. *Examining the structural relationships of destination image, tourist satisfaction and destination loyalty: An integrated approach* Science Direct Tourism Managemen
- Hariadi, Doni, 2013. *Pengaruh Produk, Harga dan distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Projector Microvision*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia: Surabaya.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2009. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12. jilid 2. Jakarta: Erlangga
- Pitana, I Gde dan Putu G. Gayatri. 2005. *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Tasci, D.A dan Kozak, M. 2006. *Destination Brands vs Destination Image: Do We Know What We Mean?*. Journal of Vacation Marketing.
- Utama, I Gusti Bagus. 2016. *Pengantar Industri Pariwisata*. Yogyakarta: Deepublish.