

**PENGARUH DAYA TARIK WISATA TERHADAP KEPUTUSAN  
BERKUNJUNG KE OBJEK WISATA ALAHAN PANJANG RESORT  
DANAU DIATAS KABUPATEN SOLOK**

**Jurnal**



**FANNY YOLANDA**

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

**PENGARUH DAYA TARIK WISATA TERHADAP KEPUTUSAN  
BERKUNJUNG KE OBJEK WISATA ALAHAN PANJANG RESORT  
DANAU DIATAS KABUPATEN SOLOK**



**FANNY YOLANDA**

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

PERSETUJUAN PEMBIMBING  
PENGARUH DAYA TARIK WISATA TERHADAP KEPUTUSAN  
BERKUNJUNG KE OBJEK WISATA ALAHAN PANJANG RESORT  
DANAU DIATAS KABUPATEN SOLOK

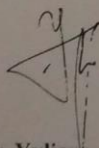
Fanny Yolanda

Artikel ini Disusun berdasarkan Skripsi Fanny Yolanda Untuk Persyaratan  
Wisuda Periode September 2017 Dan Telah Diperiksa/Disetujui Oleh Kedua  
Pembimbing

Padang, Agustus 2017

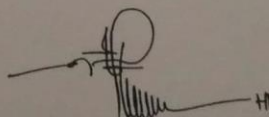
Disetujui oleh,

Pembimbing I,



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

Pembimbing II,



Heru Pramudia, SST, Par., M.Sc  
NIDN. 001612802

**PENGARUH DAYA TARIK WISATA TERHADAP KEPUTUSAN  
BERKUNJUNG KE OBJEK WISATA ALAHAN PANJANG RESORT  
DANAU DIATAS KABUPATEN SOLOK**

**Fanny Yolanda<sup>1</sup>, Yuliana<sup>2</sup>, Heru Pramudia<sup>2</sup>**  
**Program Studi D4 Manajemen Perhotelan**  
**Jurusan Pariwisata**  
**FPP Universitas Negeri Padang**  
**Email: [yolanda12.fanny@gmail.com](mailto:yolanda12.fanny@gmail.com)**

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung ke Objek Wisata Alahan Panjang Resort Danau Diatas Kabupaten Solok. Penelitian ini merupakan deskriptif kuantitatif bentuk hubungan kausal. Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah rata-rata pengunjung yang berkunjung perbulan yaitu 3.107 orang. Jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 97 orang yang diambil menggunakan rumus riduwan. Teknik pengambilan sampel adalah *non probability sampling (purposive sampling)*. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebar angket atau kuisisioner berdsarkan Skala *Likert* yang teruji validitas dan reliabilitasnya. Hasil analisis regresi linear sederhana diperoleh F hitung 113.831 dengan sig 0,000 < 0,05 maka variabel daya tarik wisata mempengaruhi variabel keputusan berkunjung, dengan R Square 0,545. Artinya daya tarik wisata mempengaruhi keputusan berkunjung sebesar 54,5% dan 45,5% dipengaruhi oleh faktor lain

**Kata kunci: Daya Tarik Wisata, Keputusan Berkunjung**

---

<sup>1</sup>Prodi D4 Manajemen Perhotelan untuk wisuda periode September

<sup>2</sup>Dosen Jurusan Pariwisata FPP-UNP

**THE INFLUENCE OF TOURIST ATTRACTION TO VISITOR DECISION  
AT ATTRACTION ALAHAN PANJANG RESORT DANAU DIATAS  
KABUPATEN SOLOK**

***Abstract***

*This study aims to determine the effect of tourist attraction to the visitor decision at Alahan Panjang Resort Danau Diatas. This type of research is quantitative descriptive form of the causal connection. The population in this study is the average number of guest visited 3.107 people per month. The number of samples in this study are numbered 97 people were taken using the formula Riduwan. The sampling technique is non probability sampling., (purposive sampling). Collecting data using a questionnaire based on Likert Scale which has proven is validity and reliability. Result of simple linear regression analysis obtained Fcount 113.831 with sig  $0,000 < 0,05$ , then the variable can explain the variabel tourist attraction with R Square of 0,0545. This means that tourist attraction affects to the visitor decision by 54,5% and 45,5% influenced by other factors.*

***Keyword: Tourist Attraction, Visitor Decision***





## **A. Pendahuluan**

Sektor pariwisata di Indonesia saat ini telah memberikan sumbangan dalam meningkatkan devisa maupun lapangan kerja. Sektor pariwisata juga membawa dampak sosial, ekonomi, maupun dalam konteks pelestarian dan pengelolaan lingkungan, sumber daya alam, dan budaya yang semakin arif dan bijaksana. Kegiatan pariwisata sangat berperan dalam proses pembangunan dan pengembangan wilayah-wilayah tertentu yang memiliki potensi wisata. Dalam pembangunan dan pengembangan pariwisata di suatu daerah, perlu mengetahui perilaku pengunjung. Untuk menarik minat berkunjung wisatawan maka pihak manajemen perusahaan jasa pariwisata harus melakukan strategi pemasaran yang tepat dalam memasarkan jasa pariwisata serta menawarkan keunggulan-keunggulan dan kualitas yang ada pada jasa pariwisata tersebut.

Menurut Schiffman dan Kanuk (2008:485), “Keputusan pembelian adalah proses penyeleksian terhadap dua pilihan alternatif atau lebih yang menghasilkan keputusan untuk membeli atau tidak membeli”. Pilihan alternatif harus tersedia ketika konsumen akan mengambil keputusan. Menurut Schiffman dan Kanuk (2008:8), “Pengambilan keputusan pembelian dipengaruhi faktor eksternal dan internal”. Oleh sebab itu, suatu daerah tujuan wisata harus memiliki daya tarik yang dapat membuat pengunjung atau wisatawan berkunjung ke suatu daerah tujuan wisata.

Menurut Marpaung (2002:78), “Daya tarik wisata adalah suatu bentukan dari aktifitas dan fasilitas yang berhubungan, yang dapat menarik



minat wisatawan atau pengunjung untuk datang ke suatu daerah atau tempat tertentu”. Daya tarik wisata merupakan salah satu unsur penting dalam pengembangan kepariwisataan. Dimana daya tarik wisata dapat menyukseskan program pemerintah dalam melestarikan adat dan budaya bangsa sebagai aset yang dapat dijual kepada wisatawan. Kabupaten Solok yang merupakan salah satu kabupaten yang ada di Sumatera Barat yang saat ini mengalami pertumbuhan yang sangat pesat di bidang pariwisata yang memiliki beberapa objek wisata salah satu yang diandalkan adalah Objek Wisata Alahan Panjang Resort Danau Diatas. Namun daya tarik yang dimiliki Objek Wisata Alahan Panjang Resort Danau Diatas belum dikembangkan dengan baik, sehingga berpengaruh terhadap tingkat kunjungan.

Setelah peneliti melakukan pra penelitian pada tanggal 11 Februari 2017 terdapat beberapa permasalahan. Pertama tingkat kunjungan ke Objek Wisata Alahan Panjang Resort Danau Diatas mengalami fluktuasi. Permasalahan kedua tidak adanya petunjuk arah jalan ke Objek Wisata Alahan Panjang Resort Danau Diatas. Disamping itu permasalahan yang ketiga tidak adanya brosur mengenai Objek Wisata Alahan Panjang Resort Danau Diatas yang disebarkan sebagai alat untuk mempromosikan Objek Wisata Alahan Panjang Resort Danau Diatas.

Masalah keempat adalah tidak adanya atraksi wisata yang ditampilkan di sekitar Objek Wisata Alahan Panjang Resort Danau Diatas. Masalah kelima tidak ditemukan rumah makan. Selain itu masalah keenam, tidak terdapatnya toko *souvenir* di sekitar objek wisata Alahan Panjang Resort

Danau Diatas, Serta masalah yang ketujuh , kurangnya fasilitas rekreasi yang ditawarkan di Objek Wisata Alahan Panjang Resort Danau Diatas.

Permasalahan yang telah diuraikan di atas menjadi hambatan pelaksanaan kegiatan pariwisata di Objek Wisata Alahan Panjang Resort Danau Diatas sehingga mempengaruhi keputusan berkunjung. Adapun tujuan khusus dari penelitian ini adalah mendeskripsikan tentang daya tarik wisata di Objek Wisata Alahan Panjang Resort Danau Diatas, mendeskripsikan tentang keputusan berkunjung ke Objek Wisata Alahan Panjang Resort Danau Diatas, menganalisis pengaruh daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung ke Objek Wisata Alahan Panjang Resort Danau Diatas.

## **B. Metode Penelitian**

Jenis penelitian ini digolongkan kepada penelitian deskriptif kuantitatif bentuk hubungan kausal. Populasi penelitian ini adalah jumlah rata-rata pengunjung yang berkunjung perbulan 3.017 orang. Jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 97 orang yang diambil menggunakan rumus riduwan. Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Teknik pengambilan sampel yaitu dengan menggunakan *purposive sampling*.

Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data Primer dalam penelitian ini adalah data penilaian tentang daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung ke Objek Wisata Alahan Panjang Resort Danau Diatas Kabupaten Solok dengan menyebarkan kuisisioner (angket). Data sekunder dalam penelitian ini adalah data jumlah kunjungan ke Objek Wisata Alahan Panjang Resort Danau Diatas Kabupaten Solok.

Teknik pengolahan dan analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, dilakukan untuk memperoleh gambaran distribusi frekuensi data yang mencakup nilai maksimal dan minimal, *mean*, *median*, *mode*, standar deviasi.

Menurut Arikunto (2010) pengkategorian dapat diklasifikasikan menjadi 5 yaitu:

1. Kategori sangat baik :  $\geq (Mi + 1,5 Sdi) - \text{Keatas}$
2. Kategori baik :  $(Mi + 0,5 Sdi) - < (Mi + 1,5 Sdi)$
3. Kategori cukup :  $(Mi - 0,5 Sdi) - < (Mi + 0,5 Sdi)$
4. Kategori buruk :  $(Mi - 1,5 Sdi) - < (Mi - 0,5 Sdi)$
5. Kategori sangat buruk :  $< (Mi - 1,5 Sdi) - \text{Kebawah}$

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

$Mi = 1/2$  (skor ideal maksimum + skor ideal minimum)

$Sdi = 1/6$  (skor ideal maksimum – skor ideal minimum)

Dimana:  $Mi$  = Skor rata-rata ideal

$Sdi$  = Simpangan baku

## C. Hasil Penelitian Dan Pembahasan

### 1. Hasil Penelitian

Setelah dilakukan perhitungan mengenai pengaruh daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung ke Objek Wisata Alahan Panjang Resort Danau Diatas Kabupaten Solok yang dikumpulkan melalui kuisioner dan disebarakan kepada 97 responden penelitian dengan 30 pertanyaan yang terbagi dalam 9 indikator seperti tabel-tabel di bawah ini:

#### a. Deskripsi Variabel Daya Tarik Wisata (X)

Data Daya Tarik Wisata (X) dikumpulkan melalui pernyataan yang terdiri dari 16 butir pernyataan. Selanjutnya disebarakan kepada 97 responden untuk dijabarkan data daya tarik wisata

**Tabel 2. Klasifikasi Skor Variabel Daya Tarik Wisata (X)**

<b>Kategori</b>	<b>Skor</b>	<b>f</b>	<b>Persentase(%)</b>
Sangat Baik	<b>&gt; 64</b>	3	3
Baik	<b>53 ≤ 64</b>	20	21
Kurang Baik	<b>43 ≤ 53</b>	51	53
Tidak Baik	<b>32 ≤ 43</b>	16	16
Sangat Tidak Baik	<b>&lt; 32</b>	7	7
Total		97	100

Berdasarkan tabel di atas tentang deskripsi data variabel daya tarik wisata 53% berada pada kategori kurang baik.

### 1) Atraksi

Data yang diperoleh dari 97 orang responden tentang atraksi yang terdiri dari 4 item pertanyaan, dapat dilihat pada tabel klasifikasi data berikut ini:

**Tabel 3. Deskripsi Daya Tarik Wisata dengan Indikator Atraksi**

<b>Kategori</b>	<b>Skor</b>	<b>f</b>	<b>Persentase(%)</b>
Sangat Baik	<b>&gt; 16</b>	8	8
Baik	<b>13 ≤ 16</b>	29	30
Kurang Baik	<b>11 ≤ 13</b>	42	43
Tidak Baik	<b>8 ≤ 11</b>	14	15
Sangat Tidak Baik	<b>≤ 8</b>	4	4
Total		97	100

Berdasarkan tabel di atas tentang indikator atraksi ,43% berada pada kategori kurang baik.

### 2) Aksesibilitas

Data yang diperoleh dari 97 orang responden tentang aksesibilitas yang terdiri dari 3 item pertanyaan, dapat dilihat pada tabel klasifikasi data berikut ini:

**Tabel 4. Deskripsi Data Daya Tarik Wisata dengan Indikator Aksesibilitas**

Kategori	Skor	f	Persentase(%)
Sangat Baik	$> 12$	11	12
Baik	$10 \leq 12$	46	47
Kurang Baik	$8 \leq 10$	26	27
Tidak Baik	$6 \leq 8$	10	10
Sangat Tidak Baik	$< 6$	4	4
Total		97	100

Berdasarkan tabel di atas tentang indikator aksesibilitas ,47%

berada pada kategori baik.

### 3) Amenitas

Data yang diperoleh dari 97 orang responden tentang amenitas yang terdiri dari 5 item pertanyaan, dapat dilihat pada tabel klasifikasi data berikut ini:

**Tabel 6. Deskripsi Data Daya Tarik Wisata dengan Indikator Amenitas**

Kategori	Skor	f	Persentase(%)
Sangat Baik	$> 20$	0	0
Baik	$17 \leq 20$	23	24
Kurang Baik	$13 \leq 20$	51	52
Tidak Baik	$10 \leq 13$	18	19
Sangat Tidak Baik	$\leq 10$	5	5
Total		97	100

Berdasarkan tabel di atas tentang indikator amenitas ,52%

berada pada kategori kurang baik.

### 4) Ancillary Service

Data yang diperoleh dari 97 orang responden tentang amenitas yang terdiri dari 4 item pertanyaan, dapat dilihat pada tabel klasifikasi data berikut ini:

**Tabel 6. Deskripsi Data Daya Tarik Wisata dengan Indikator *Ancillary Service***

Kategori	Skor	f	Persentase(%)
Sangat Baik	$> 16$	0	0
Baik	$13 \leq 16$	26	27
Kurang Baik	$11 \leq 13$	32	33
Tidak Baik	$8 \leq 11$	30	31
Sangat Tidak Baik	$\leq 8$	9	9
Total		97	100

Berdasarkan tabel di atas tentang indikator amenitas ,33% berada pada kategori kurang baik.

**b. Deskripsi Variabel Keputusan Berkunjung (Y)**

Data Keputusan Berkunjung (Y) dikumpulkan melalui pernyataan yang terdiri dari 14 butir pernyataan. Selanjutnya disebarkan kepada 97 responden untuk dijabarkan data keputusan berkunjung.

**Tabel 7. Deskripsi Data Variabel Keputusan Berkunjung**

Kategori	Skor	f	Persentase(%)
Sangat Baik	$> 56$	5	5
Baik	$47 \leq 56$	21	22
Kurang Baik	$37 \leq 47$	57	59
Tidak Baik	$28 \leq 37$	9	9
Sangat Tidak Baik	$\leq 28$	5	5
Total		97	100

Berdasarkan tabel di atas tentang variabel keputusan berkunjung ,59% berada pada kategori kurang baik.

**1) Pengenalan Kebutuhan**

Data yang diperoleh dari 97 orang responden tentang pengenalan kebutuhan yang terdiri dari 3 item pertanyaan, dapat dilihat pada tabel klasifikasi data berikut ini:

**Tabel 8. Deskripsi Data Keputusan Berkunjung dengan Indikator Pengenalan Kebutuhan**

Kategori	Skor	f	Persentase(%)
Sangat Baik	$> 12$	13	13
Baik	$10 \leq 12$	45	46
Kurang Baik	$8 \leq 10$	28	29
Tidak Baik	$6 \leq 8$	9	10
Sangat Tidak Baik	$\leq 6$	2	2
Total		97	100

Berdasarkan tabel di atas tentang indikator pengenalan kebutuhan, 46% berada pada kategori baik.

## 2) Pencarian Informasi

Data yang diperoleh dari 97 orang responden tentang pencarian informasi yang terdiri dari 3 item pertanyaan, dapat dilihat pada tabel klasifikasi data berikut ini:

**Tabel 9. Deskripsi Data Keputusan Berkunjung dengan Indikator Pencarian Informasi**

Kategori	Skor	f	Persentase(%)
Sangat Baik	$> 12$	6	7
Baik	$10 \leq 12$	44	45
Kurang Baik	$8 \leq 10$	36	37
Tidak Baik	$6 \leq 8$	9	9
Sangat Tidak Baik	$\leq 6$	2	2
Total		97	100

Berdasarkan tabel di atas tentang indikator pencarian informasi, 45% berada pada kategori baik.

## 3) Pengevaluasian Alternatif

Data yang diperoleh dari 97 orang responden tentang pengevaluasian yang terdiri dari 3 item pertanyaan, dapat dilihat pada tabel klasifikasi data berikut ini:

**Tabel 10. Deskripsi Data Keputusan Berkunjung dengan Indikator Pengevaluasian Alternatif**

Kategori	Skor	f	Persentase(%)
Sangat Baik	$> 12$	3	3
Baik	$10 \leq 12$	43	44
Kurang Baik	$8 \leq 10$	37	38
Tidak Baik	$6 \leq 8$	8	8
Sangat Tidak Baik	$\leq 6$	6	7
Total		97	100

Berdasarkan tabel di atas tentang indikator pengevaluasian alternatif ,44% berada pada kategori baik.

#### 4) Keputusan Berkunjung

Data yang diperoleh dari 97 orang responden tentang pengevaluasian yang terdiri dari 2 item pertanyaan, dapat dilihat pada tabel klasifikasi data berikut ini:

**Tabel 11. Deskripsi Data Keputusan Berkunjung dengan Indikator Keputusan Berkunjung**

Kategori	Skor	f	Persentase(%)
Sangat Baik	$> 8$	3	3
Baik	$7 \leq 8$	34	35
Kurang Baik	$5 \leq 7$	40	41
Tidak Baik	$4 \leq 5$	13	14
Sangat Tidak Baik	$\leq 5$	7	7
Total		97	100

Berdasarkan tabel di atas tentang indikator keputusan berkunjung ,41% berada pada kategori kurang baik.

#### 5) Perilaku Pasca Berkunjung

Data yang diperoleh dari 97 orang responden tentang pengevaluasian yang terdiri dari 3 item pertanyaan, dapat dilihat pada tabel klasifikasi data berikut ini:



**Tabel 12. Deskripsi Data Keputusan Berkunjung dengan Indikator Perilaku Pasca Berkunjung**

Kategori	Skor	f	Persentase(%)
Sangat Baik	$> 12$	3	3
Baik	$10 \leq 12$	23	24
Kurang Baik	$8 \leq 10$	53	55
Tidak Baik	$6 \leq 8$	13	13
Sangat Tidak Baik	$\leq 6$	5	5
Total		97	100

Berdasarkan tabel di atas tentang indikator perilaku pasca berkunjung, 55% berada pada kategori kurang baik.

## 2. Uji Persyaratan Analisis

### a. Uji Normalitas

Nilai Sig untuk variabel daya tarik wisata adalah 0,129 dan untuk keputusan berkunjung adalah 0,062. Dengan nilai  $>$  dari 0,05, maka dapat dikatakan bahwa kedua data terdistribusi normal.

### b. Uji Homogenitas

Berdasarkan hasil analisis uji homogenitas, diperoleh nilai Sig adalah 0,222 dengan taraf signifikansi  $>$  0,05. Ini artinya nilai signifikansi data lebih besar dari taraf signifikansi. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa data berasal dari populasi yang mempunyai varians yang sama atau data bersifat homogen.

### c. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah hubungan variabel X dan variabel Y bersifat linear atau tidak.

#### d. Uji Regresi Linear Sederhana

Regresi linear sederhana dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan(bersama-sama).

**Tabel 13. Hasil Uji R Square Variabel X terhadap Variabel Y**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.738 <sup>a</sup>	.545	.540	5.223

a. Predictors: (Constant), Daya\_Tarik\_Wisata

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai R Square 0,545 artinya pengaruh variabel X terhadap variabel Y adalah sebesar 54,5%.

**Tabel 14. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3105.174	1	3105.174	113.821	.000 <sup>a</sup>
	Residual	2591.713	95	27.281		
	Total	5696.887	96			

a. Predictors: (Constant), Daya\_Tarik\_Wisata

b. Dependent Variable: Keputusan\_Berkunjung

Berdasarkan hasil uji regresi linear sederhana di atas, di peroleh nilai Fhitung 113.831 dengan sig.  $0,000 < 0,05$ . Jadi variabel daya tarik wisata mempengaruhi keputusan berkunjung. Selanjutnya untuk mengetahui besar koefisien regresi antara variabel daya tarik wisata (X) terhadap keputusan berkunjung (Y), maka dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 15. Hasil Uji Regresi Variabel X Terhadap Y**

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.096	3.279		2.774	.007
	Daya_Tarik_Wisata	.731	.069	.738	10.669	.000

a. Dependent Variable: Keputusan\_Berkunjung

Dari tabel di atas didapatkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b \cdot x = 9.096 + 0.731 \cdot x$$

Berdasarkan tabel di atas diperoleh t hitung 10.669 dan t tabel dengan taraf signifikan 0.000 maka t hitung > t tabel (10.669 > 2.774) maka dapat disimpulkan bahwa daya tarik wisata mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berkunjung. Selanjutnya koefisien regresi sebesar 0.731 pada taraf signifikan 0.000 < 0.05. Artinya setiap peningkatan sebesar 1 satuan daya tarik wisata akan meningkatkan 0,731 satuan keputusan berkunjung.

### 3. Pembahasan

#### a. Daya Tarik Wisata

Analisis penelitian tentang daya tarik wisata, berada pada persentase sebesar 53% pada rentang skor  $43 \leq 53$  kategori kurang setuju. Dengan demikian dapat digambarkan daya tarik wisata kurang baik di Objek Wisata Alahan Panjang Resort Danau Diatas. Menurut Marpaung (2002:78), "Daya tarik wisata adalah suatu bentukan dari aktifitas dan fasilitas yang berhubungan, yang dapat menarik minat

wisatawan atau pengunjung untuk datang ke suatu daerah atau tempat tertentu”.

#### **b. Keputusan Berkunjung**

Analisis penelitian tentang keputusan berkunjung, berada pada persentase sebesar 59% pada rentang skor  $37 \leq 47$  kategori kurang setuju. Dengan demikian dapat digambarkan keputusan berkunjung cukup baik di Objek Wisata Alahan Panjang Resort Danau Diatas. Keputusan berkunjung merupakan suatu proses penentuan keputusan yang pada awalnya wisatawan atau pengunjung memilih sejumlah alternatif yang terbaik untuk melakukan aktivitas-aktivitas di suatu tempat/objek kemudian membelanjakan uangnya di objek yang sudah ditentukan atau dipilih (Hasibuan, 2011).

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang dilakukan untuk mengetahui derajat pengaruh antara daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung ke Objek Wisata Alahan Panjang Resort Danau Diatas, Kabupaten Solok yang dilakukan dengan bantuan *SPSS 16.00*. Hasil uji regresi linear sederhana diperoleh  $t_{hitung}$  2.774 dengan taraf sig. 0,007. Maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh signifikan antara daya tarik wisata dengan keputusan berkunjung ke Objek Wisata Alahan Panjang Resort Danau Diatas. Selanjutnya diperoleh koefisien regresi sebesar 0,731 dengan nilai  $t_{hitung}$  2.744 pada sig.  $0,000 < 0,05$ . Artinya setiap peningkatan sebesar 1 satuan daya tarik wisata akan meningkatkan 0,731 satuan keputusan berkunjung. Kemudian nilai *R Square* 0,545 artinya pengaruh variabel X

terhadap variabel Y adalah sebesar 54,5%. Sedangkan sisanya 45,5 % dipengaruhi oleh faktor lain.

#### **D. Simpulan dan Saran**

##### **1. Simpulan**

- a. Daya tarik wisata di Objek Wisata Alahan Panjang Resort Danau Diatas Kabupaten Solok secara keseluruhan termasuk dalam kategori kurang baik.
- b. Keputusan berkunjung ke Objek Wisata Alahan Panjang Resort Danau Diatas Kabupaten Solok secara keseluruhan termasuk dalam kategori kurang baik.
- c. Terdapat Pengaruh yang signifikan antara Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Objek Wisata Alahan Panjang Resort Danau Diatas sebesar 54,5%, sedangkan sisanya 45,5% dipengaruhi oleh faktor lain.

##### **2. Saran**

Bagi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Solok diharapkan mampu memperhatikan dan mengembangkan daya tarik wisata yang lebih baik yang akan ditawarkan kepada pengunjung agar pengunjung lebih merasa puas dan mau berkunjung kembali ke Objek Wisata Alahan Panjang Resort Danau Diatas. Hal ini dapat dilakukan oleh pihak manajemen dengan cara menawarkan kegiatan-kegiatan baru di objek wisata, seperti mengadakan pertunjukan di objek wisata,

membangun wahana-wahana permainan yang dapat dinikmati oleh para pengunjung.

Disarankan agar penelitian ini menjadi bahan untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan, serta menjadi informasi yang memadai khususnya bagi pihak terkait dan menjadi bahan pembelajaran khususnya mahasiswa Jurusan Pariwisata.

**Catatan:** artikel ini disusun berdasarkan skripsi penulis dengan Pembimbing I Dr. Yuliana, S.P, M.Si dan Pembimbing II Heru Pramudia, SST, Par,M.Sc

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Arikunto, Suharsimi.2010.*Prosedur Pnelitian Suatu Pendekatan Praktik*.Jakarta: Rineka Cipta.

Hasibuan, Malayu.2011.*Manajemen Sumber Daya Manusia*.Jakarta: Bumi Aksara.

Marpaung.2002.*Pengetahuan Kepariwisataan*.Bandung: Alfabeta.

Schiffman dan Kanuk. 2008. *Perilaku konsumen*, Edisi 7. Jakarta: Indeks.