

Pengaruh Preferensi Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Mifan Waterpark & Resort Padang Panjang

Dea Purnama¹, Rose Rahmidani²

¹²Universitas Negeri Padang
e-mail: deapurnama573@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh preferensi wisatawan terhadap keputusan berkunjung pada Objek Wisata Mifan Waterpark & Resort Padang Panjang. Jenis penelitian ini adalah kausatif. Sedangkan, populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang pernah mengunjungi dan pernah menginap di Objek Wisata Mifan. Jumlah sampel penelitian ditentukan berdasarkan rumus William Cochran, sebanyak 97 orang dan dipilih dengan menggunakan teknik Purpositive sampling. Data yang digunakan adalah jenis data primer yang diperoleh melalui penyebaran angket kepada masyarakat Indonesia dengan kriteria yang sudah ditetapkan. Metode analisis yang digunakan adalah analisi regresi sederhana dengan menggunakan SPSS 21. Hasil penelitian menunjukkan bahwa preferensi wisatawan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung pada Objek Wisata Mifan Waterpark & Resort Padang Panjang.

Kata Kunci: *Preferensi Wisatawan, Keputusan Berkunjung*

Abstract

This study aims to determine the influence of tourist preferences on the decision to visit the Mifan Waterpark & Resort Padang Panjang tourist attraction. This type of research is causative. The population in this study were tourists who had visited and stayed at the Mifan tourist attraction. The number of research samples was determined based on William Cochran's formula, as many as 97 people and selected using purposive sampling techniques. The data used is a type of primary data obtained through distributing questionnaires to the Indonesian people with predetermined criteria. The analytical method used is simple regression analysis using SPSS 21. The results of the research show that tourist preferences have a significant influence on the decision to visit the Mifan Waterpark & Resort Padang Panjang tourist attraction.

Keywords: *Tourist Preferences, Destinasion to Visit*

PENDAHULUAN

Pertumbuhan industri pariwisata dapat meningkatkan pendapatan devisa negara, memperluas kesempatan berusaha, dan menciptakan lapangan kerja baru bagi penduduk setempat, sehingga meningkatkan pendapatan pemerintah dan masyarakat. Selain sektor ekspor migas, sektor pariwisata merupakan penyumbang devisa negara terbesar dan juga dapat meningkatkan kesejahteraan perekonomian masyarakat setempat. (Aisyah &Edwar,2012)

Sumatera Barat salah satu provinsi yang cukup besar dengan banyak tujuan wisata dan merupakan tujuan wisata populer di Indonesia. Provinsi Sumatera Barat kaya akan keindahan alam dan keanekaragaman budaya yang dapat dikembangkan menjadi destinasi ekowisata, wisata bahari, dan jenis wisata lainnya. Mifan Waterpark & Resort Padang Panjang yang terletak di Jalan Sultan No. 252, Silaing Bawah, Padang Panjang, Sumatera Barat, merupakan salah satu tempat wisata di Sumatera Barat yang berpotensi untuk dikembangkan menjadi objek wisata terbaik dan menarik. minat wisatawan. Mifan Waterpark & Resort Padang Panjang menjadi waterpark terbesar pertama di Sumatera Barat dengan dua arena waterpark & Drypark. Berikut data perbandingan pengunjung dari tahun 2018 sampai tahun 2022.

Tabel 1. Data Pengunjung Mifan Waterpark & Resort Padang Panjang dari tahun 2018 -2022

NO	Tahun	Jumlah Pengunjung
1	2018	162.833
2	2019	194.053
3	2020	137.605
4	2021	59.762
5	2022	57.389

(Sumber : Dinas Pemuda dan Olahraga, Budaya dan Pariwisata Kota Padang Panjang 2023)

Berdasarkan data diatas terlihat bahwa terjadinya fluktuasi dari tahun ketahun, dimana dari tahun 2018 ke tahun 2019 sempat terjadi kenaikan jumlah pengunjung namun, ditahun 2019 ke tahun 2020 terjadi penurunan pengunjung, begitu juga di tahun 2020 ke tahun 2021 terjadi penurunan pengunjung yang sangat signifikan sekali, dari tahun 2021 ke tahun 2022 juga terjadi penurunan jumlah pengunjung sebanyak 2.373 orang.

Peneliti melakukan observasi awal yang bertujuan untuk memperkuat data sekunder tersebut dengan melakukan penyebaran angket melalui *google form* yang menggambarkan kecendrungan keputusan wisatawan dalam memilih objek wisata pemandian. Hal tersebut dapat dilihat pada diagram dibawah ini:



Gambar 1. Hasil Observasi Awal Terkait Keputusan Berkunjung pada Objek Wisata Pemandian yang Berada di Sumatera Barat.

Dari diagram diatas dapat dilihat bahwa objek wisata Mifan Waterpark Padang Panjang berada pada urutan ke empat dengan perentase pemilihan 11,7% dan dapat dilihat bahwa kebanyakan orang lebih memilih untuk berkunjung ke Mega Mendung Padang Panjang, Batang Tabik Waterpark 50 Kota dengan berbagai alasan salah satunya yaitu memberikan variasi produk yang menarik dan sama namun harga lebih murah dan lokasi mudah dijangkau.

Keputusan wisatawan dalam memilih Objek Wisata ini berkaitan dengan perilaku konsumen. Perilaku konsumen dapat dikatakan sebagai unsur penting dalam kegiatan pemasaran destinasi wisata yang perlu diketahui oleh pengelola atau pihak objek wisata untuk mengetahui tentang apa yang ada dalam pemikiran seseorang konsumen pada waktu sebelum, sedang, setelah melakukan kunjungan pada objek wisata tersebut (Hidayah, 2019: 14). Keputusan wisatawan merupakan tahap proses keputusan dimana pengunjung secara aktual melakukan pemilihan terhadap objek wisata. Sehingga dapat juga dikatakan bahwa keputusan berkunjung wisatawan merupakan suatu proses dalam menentukan kunjungan dan melakukan kegiatan perjalanan objek wisata. Menurut Tjiptono (2008:19) pengambilan keputusan dapat dikatakan sebagai suatu proses yang lebih mendahulukan tindakan-tindakan individual yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menggunakan, menentukan produk dan jasa yang digunakan. Keputusan untuk memilih sebuah objek wisata pada dasarnya merupakan salah satu bentuk pengambilan keputusan (Pitana dan Gayatri : 2005).

Seiring dengan kemajuan pembangunan daerah, semakin banyak tempat wisata yang memiliki berbagai macam fasilitas dan keunggulan yang menarik. Wisatawan sekarang memiliki lebih banyak pilihan dalam memilih tempat wisata. Faktor pengambilan keputusan lainnya adalah preferensi, atau kecenderungan untuk memilih satu pilihan daripada yang lain.

Menurut Kotler (2005:203) Preferensi wisatawan juga dapat didefinisikan sebagai faktor-faktor yang dipertimbangkan ketika mengambil keputusan. Faktor-faktor tersebut meliputi atribut, minat, kepercayaan, dan kepuasan. Salah satu yang mendasari pengunjung untuk berkunjung ke Mifan Waterpark ini karena adanya keunggulan dan kelebihan yang ditawarkan dan disediakan ke wisatawan baik dari segi sarana dan prasarana, letak atau lokasinya, serta kondisi fisik daripada wisata pemandian lainnya. Dengan adanya preferensi wisatawan ini objek wisata Mifan Waterpark dapat dipertimbangkan oleh wisatawan sebagai tempat untuk berekreasi.

Daya tarik yang ada di Mifan Waterpark Padang Panjang adalah salah satunya lingkungan yang masih asri.

Namun beberapa tahun belakangan ini pengunjung yang datang ke Mifan Waterpark Padang Panjang mengalami penurunan. Penyebab terjadinya penurunan pengunjung salah satunya yaitu banyaknya pesaing dengan menghadirkan produk wisata dan fasilitas yang sama namun dengan harga yang lebih terjangkau dan menawarkan pelayanan yang lebih baik serta faktor lainnya yang lebih mempengaruhi.

Berdasarkan fenomena yang penulis amati serta yang dilihat dilapangan, oleh karena itu penulis ingin meneliti apakah physical evidence, produk wisata dan preferensi wisatawan berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Maka penulis menulis penelitian dengan judul "Pengaruh Physical Evidence, Produk Wisata Dan Preferensi Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Mifan Waterpark & Resort Padang Panjang".

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dan sampel penelitian ini adalah pengunjung yang pernah mengunjungi dan menginap di Objek Wisata Mifan. Jumlah sampel penelitian yang berjumlah 97 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling, berdasarkan rumus William Cochran. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner (angket) yaitu berupa daftar pernyataan yang akan diajukan kepada responden atau objek penelitian yaitu wisatawan yang pernah menginap dan mengunjungi objek wisata Mifan Waterpark Padang Panjang, dengan menggunakan skala likert. Metode analisis yang digunakan yaitu analisis regresi sederhana, menggunakan program SPSS versi 21. Adapun teknik analisa data dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Uji t. Uji t dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen secara individual dalam menjelaskan variabel dependen. Kriteria pengujian yakni nilai signifikansi harus lebih kecil dari 0,05
- b. Koefisien Determinasi. Uji Koefisien determinasi digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen (Ghozali,2018). Nilai R² antara nol sampai satu. Pada perhitungan koefisien determinan akan diketahui seberapa besar persentase variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Semakin kecil nilai R² dapat diartikan semakin terbatas kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Sedangkan semakin besar nilai R² maka variabel-variabel independen mampu memberikan lampiran hampir semua informasi pada variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN
Uji t (Parsial)

Tabel 2. Hasil Uji t Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	19.702	2.660		7.406	.000
1 Preferensi wisatawan	.354	.044	.639	8.098	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

Sumber : Data Olahan SPSS, 2023

Hipotesis:

Berdasarkan hasil uji t pada tabel diatas, diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 19,702 > t_{tabel} (1,984) dengan nilai sig 0,000 < 0,05 berarti H0 ditolak. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa preferensi wisatawan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung pada Objek Wisata Mifan Waterpark & Resort Padang panjang.

Uji Koefesien Determinan

Tabel 3. Hasil Uji Koefesien Determinan Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.639 ^a	.408	.402	2.259

a. Predictors: (Constant), Preferensi wisatawab

Sumber : Data Olahan SPSS,2023

Seperti terlihat pada tabel di atas,R Square sebesar 0,408. Dapat disimpulkan bahwa preferensi pengunjung mempunyai pengaruh terhadap 40,8% perilaku keputusan mengunjungi objek wisata Mifan Waterpark & Resort Padang Panjang. Sedangkan sisanya sebesar 59,2% dipengaruhi oleh faktor lain

Pembahasan

Pengaruh Preferensi Wisatawan terhadap Keputusan Berkunjung pada Objek Wisata Mifan Waterpark Padang Panjang.

Hasil penelitian dan pengujian hipotesis menunjukkan bahwa preferensi wisatwan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan Objek Wisata Mifan Waterpark Padang Panjang. Hal ini dilihatkan oleh hasil analisis regresi sederhana dengan nilai koefesien positif sebesar 0.354 dan nilai signifikasi pada uji t sebesar 0,000 < 0,05. Hal ini berarti preferensi wisatawan objek wisata Mifan Waterpark & Resort Padang Panjang sangat baik ketika melakukan kunjungan ke objek wisata Mifan Waterpark & Resort Padang Panjang.

Dari hasil tersebut dapat diketahui semakin bagus preferensi wisatawan yang ditawarkan maka akan semakin tertarik wisatawan untuk mengunjungi objek wisata

Mifan dan semakin meningkatkan pula keputusan berkunjung wisatawan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Iftariani, Deanti (2021) tentang “Pengaruh Preferensi Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Objek Wisata Istano Basa Pagaruyung Batusangkar” menyebutkan bahwa preferensi wisatawan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung. Jadi, dapat diambil kesimpulan bahwa preferensi wisatawan berpengaruh terhadap keputusan berkunjung pada Objek Wisata Mifan Waterpark & Resort Padang Panjang.

Keputusan Berkunjung

“Konsumen membuat preferensi merek dalam kumpulan pilihan saat mereka membuat keputusan pembelian.” menurut Kotler dan Keller (2009: 188). Selain itu, pelanggan dapat memutuskan untuk membeli merek yang paling populer. Saat melakukan pembelian, mereka dapat memilih dari lima opsi: merek, pemasok, kualitas, waktu, dan metode pembayaran. Menurut Wardhani (2016:28) Proses yang terjadi sebelum tindakan orang-orang yang terlibat langsung dalam proses membeli, menggunakan, dan memilih barang dan jasa yang akan digunakan disebut pengambilan keputusan. Hal ini dilakukan agar risiko dan potensi ketidakpastian dapat dihindari.

Indikator keputusan pembelian menurut Kotler dan Amstrong (2018) yaitu :

- 1) Pengenalan masalah
- 2) Pencarian Informasi
- 3) Evaluasi Alternatif
- 4) Keputusan Pembelian
- 5) Perilaku Pasca Pembelian

Preferensi Wisatawan

Menurut Mowen dan Minor (2012) menjelaskan bahwa preferensi terbentuk dari suatu persepsi terhadap sebuah produk yang ditawarkan. Menurut Rahardja & Manurung, Preferensi adalah skill konsumen dalam mengutamakan prioritas pilihan agar dapat mengambil keputusan, preferensi konsumen sebagai opsi suka atau tidak suka seseorang terhadap produk baik berupa barang atau jasa yang ditawarkan. Jadi, dapat disimpulkan bahwa preferensi wisatawan merupakan rasa kesukaan, pilihan atau suatu hal yang disukai wisatawan terhadap beberapa pilihan objek wisata.

Indikator preferensi wisatawan menurut Ihsan (2020) yaitu:

1. Kenyamanan lokasi
2. Pelayanan yang diberikan
3. Kelengkapan fasilitas
4. Kemudahan aksesibilitas
5. Daya tarik wisata

SIMPULAN

Preferensi wisatawan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung pada Objek Wisata Mifan Waterpark & Resort Padang Panjang. Artinya semakin tinggi preferensi wisatawan mempengaruhi keputusan berkunjung

yang diberikan oleh Objek Wisata Mifan Waterpark & Resort Padang Panjang maka semakin besar pula tingkat keputusan berkunjung yang akan dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, S.N dan M. Edwar. 2013. Pengaruh Baurah Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Berkunjung Objek Wisata Maharani Zoo dan Goa Lamongan. *Jurnal Economic*.
- Ihsan, Mohammad, Ade Perdana Siregar. "Peran Preferensi Memediasi Pengaruh Revitalisasi Produk Wisata terhadap Keputusan Berkunjung Objek Wisata Danau Sipin Jambi". *Ekonomis: Journal of Economics and Business*. Vol. 4, No, 1 (2020): 100 – 105
- Kotler, Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Erlangga. Jakarta
- Mowen, John C dan Minor, Micheal. (2012). *Perilaku Konsumen dialih bahasakan oleh Dwi Kartika Yahya*. Jakarta: Erlangga.
- Pitana, I Gde dan Gayatri, Putu G. (2005). *Sosiologi Pariwisata*, Yogyakarta: CV Andi Offset
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Strategi Pemasaran*, ed. 3, Yogyakarta, Andi.
- Wardhani, Widya. 2013. "Pengaruh Persepsi Dan Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Hunian Green Product." *Journal of Management* 6.