

## Analisis Keputusan Berkunjung Ke Objek Wisata Puncak Pato Lintau Era New Normal Covid-19

Maria Ulfa<sup>1</sup>, Kurnia Illahi Manvi<sup>2</sup>

Universitas Negeri Padang

email : [marulfa1998@gmail.com](mailto:marulfa1998@gmail.com) , [hakymstp3@gmail.com](mailto:hakymstp3@gmail.com)

### Abstrak

Penelitian dilakukan guna menganalisis Keputusan Berkunjung Ke Objek Wisata Puncak Pato Lintau Era New Normal Covid-19. Jenis penelitian digolongkan pada penelitian asosiatif kausal dengan teknik kuantitatif. Populasi penelitian ialah pengunjung yang datang ke Objek Wisata Puncak Pato Lintau Era New Normal Covid-19 dengan teknik *Purposive Sampling* berjumlah 94 responden. Peneliti melakukan pengumpulan data dengan mengedarkan angket atau kuesioner menggunakan *skala likert* berjumlah 30 pernyataan yang sudah teruji validitas, dan reliabilitasnya. Teknik analisis menggunakan SPSS 20.00. Hasil penelitian secara umum dapat diperoleh bahwa Keputusan Berkunjung Ke Objek Wisata Puncak Pato Lintau Era New Normal Covid-19 [1] Dikategori sangat baik memperoleh hasil sebanyak 52,12%, [2] Pengkategorian baik diperoleh sebanyak 38,29%, [3] Persentase pencarian kategori cukup menunjukkan sebanyak 9,57%, [4] Persentase pengkategorian buruk menunjukkan hasil 0%, [5] Kategori sangat buruk menunjukkan persentase 0%. Menurut hasil penghitungan statistik pada variabel keputusan berkunjung (Y) menunjukkan pada klasifikasi skor  $\geq 43,33$ - $<51,99$  menunjukkan kategori baik dengan persentase 38,29%.

**Kata kunci :** *Keputusan Berkunjung, Objek Wisata Puncak Pato Lintau*

### Abstract

The study was conducted to analyze the decision to visit the Pato Lintau Peak Tourism Object in the New Normal Covid-19 era. This type of research is classified as causal associative research with quantitative techniques. The research population is visitors who come to the Peak Pato Lintau Tourism Object in the New Normal Covid-19 Era with the Purposive Sampling technique, totaling 94 respondents. Researchers collect data by distributing questionnaires or questionnaires using a Likert scale of 30 statements that have been tested for validity and reliability. The analysis technique used SPSS 20.00. The results of the research in general can be obtained that the Decision to Visit Pato Lintau Peak Tourism Object in the New Normal Covid-19 Era [1] In the very good category, the results are 52.12%, [2] The good category is 38.29%, [3] The percentage of category searches is enough to show as much as 9.57%, [4] The percentage of bad categorization shows the results of 0%, [5] The very bad category shows the percentage of 0%. According to the results of statistical calculations on the visiting decision variable (Y) it shows the classification score  $43.33$ - $<51.99$  indicates a good category with a percentage of 38.29%.

**Keywords:** Decision to Visit, Peak Tourism Object of Pato Lintau

### PENDAHULUAN

Pariwisata yaitu segala bentuk kegiatan wisata yang didukung dengan bermacam fasilitas dan layanan yang telah disiapkan oleh masyarakat, usahawan, pemerintah pusat dan pemerintah daerah (UU No. 10 Tahun 2009)[1]. Pariwisata Indonesia sudah jauh berkembang, kemajuan dalam bidang usaha dimasa sekarang sudah dalam proses kenaikan setiap tahun. Mengikuti daya saing pasar didunia usaha saat ini yang sudah berkembang dengan cepat, semua jenis usaha harus mempunyai ciri khas supaya kehadiran perusahaan beroperasi dengan aman dan yang dituju perusahaan bisa terwujud secara maksimal. Salah satu usaha

yang mencapai tingkat pengembangan yang sangat cepat yaitu di bidang pariwisata. Menurut Sugijama (2011) mengatakan "Pariwisata merupakan serangkaian aktivitas, dan penyedia pelayanan untuk terpenuhinya kebutuhan atraksi wisata, transportasi, dan pelayanan lainnya yang diberikan untuk pemenuhan kebutuhan perjalanan seseorang atau sekelompok orang"[2]

Kabupaten Tanah Datar adalah kabupaten yang terletak di Provinsi Sumatera Barat, Indonesia, dengan ibu kota Batusangkar. Kabupaten Tanah Datar mempunyai nama lain yaitu Luhak Nan Tuo. Penduduk Minangkabau mempercayai jika asal muasal penduduk Minangkabau yaitu dari Kabupaten Tanah Datar, yang mana dari Dusun Tuo Pariangan, Kecamatan Pariangan. Kabupaten Tanah Datar dipenuhi dengan banyaknya peninggalan sejarah adat Minangkabau, yang berupa benda ataupun penataan budaya adat Minangkabau. Ikrar "Adat Basandi Syarak, Syarak Basandi Kitabullah" dikenal dengan sebutan Sumpah Satie dan dilahirkan di Kabupaten Tanah Datar, tepatnya di Bukit Marapalam Puncak Pato, Kecamatan Lintau Buo Utara.

Kawasan Puncak Pato adalah nama objek wisata alam dan budaya yang berada di Kenagarian Batu Bulek, Kecamatan Lintau Buo Utara, Kabupaten Tanah Datar, Provinsi Sumatera Barat. Dinamakan Puncak Pato karena berada di daerah dataran tinggi dari Nagari Batu Bulek. Berdasarkan observasi yang penulis lakukan, ditemukan fakta masalah objek wisata Puncak Pato ini yaitu jalan menuju lokasi objek wisata yang kurang baik karena aspalnya yang sudah rusak dan belum ada tindakan lanjut dari pihak pemerintahan. Sampah masih banyak berserakan di mana-mana sehingga membuat objek wisata menjadi kotor dan terlihat kurang terawat. Jarangnya penyelenggaraan event di objek wisata Puncak Pato padahal tempat ini sangat cocok untuk diadakannya event untuk pameran budaya, pertemuan antara pemerintah dengan masyarakat sekitar ataupun untuk acara perlombaan.

Menurut Basu Swastha dan T Hani Handoko (2012: 15), keputusan pembelian adalah sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan yang terdiri dari pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi dan evaluasi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan tingkah laku pembeli [3]. Adapun Indikator Keputusan Berkunjung antara lain : meningkatkan kualitas pelayanan, lokasi, tarif/harga, dan daya tarik.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif asosiatif kausal. Pendapat Sugiyono, metode kausal (2019:56) yaitu Hubungan yang bersifat sebab akibat, dibedakan menjadi dua variabel *independen* (variabel yang mempengaruhi) dan variabel *dependen* (dipengaruhi) [4]. Jenis penelitian dengan metode asosiatif kausal menggunakan teknik kuantitatif. *Purposive Sampling* adalah teknik untuk pengambilan sampel. Sampel sebanyak 94 responden dengan kriteria yakni pengunjung yang datang ke Objek Wisata Puncak Pato Lintau. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menyebarkan angket atau kuesioner dan tersusun berbentuk pernyataan tertutup dan diberikan kepada responden secara langsung menggunakan *skala likert*, yang teruji validitas dan reliabilitasnya. Data primer dan data sekunder merupakan jenis data yang digunakan pada penelitian ini. Teknik analisis dengan analisis data statistik deskriptif. Analisis dengan pembuatan tabel dan distribusi frekuensi variabel, pengklarifikasian indikator dengan rumus rata-rata ideal (Mi), dan standar deviasi (sdi) menggunakan bantuan program SPSS 20.00.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil Penelitian terhadap pengunjung Objek Wisata Puncak Pato Lintau, melalui kuesioner yang disebar kepada 94 responden dengan 13 pernyataan yang terbagi dalam 4 indikator selanjutnya memberikan poin pada hasil dengan *skala likert*. Perolehan olah data yang sudah dilakukan terkait variabel minat keputusan berkunjung dapat dilihat pada tabel:

**Tabel 1. Deskripsi Data Variabel Keputusan Berkunjung (Y)**

Kategori	Kelas Interval	Frekuensi	Persentase(%)
SangatBaik	$\geq 51,99$	49	52,12
<b>Baik</b>	<b><math>\geq 43,33 - &lt;51,99</math></b>	<b>36</b>	<b>38,29</b>
Cukup	$\geq 37,67 - <43,33$	9	9,57
Buruk	$\geq 26,01 - <37,67$	0	0
SangatBuruk	$<26,01$	0	0
Total		94	100

Berdasarkan tabel dapat dilihat yaitu 94 responden pada variabel keputusan berkunjung (Y) dapat dikategorikan yaitunya: perolehan di kategori sangat baik memperoleh hasil sebanyak 52,12%, persentase pengkategorian baik menghasilkan persentase 38,29%, Kategori cukup menunjukkan sebanyak 9,57%, buruk sebanyak 0%, perolehan sangat buruk sebanyak 0%. Menurut penghitungan statistik pada variabel keputusan berkunjung (Y) menunjukkan hasil klasifikasi skor  $\geq 43,33 - <51,99$  menunjukkan kategori baik dengan persentase 38,29%.

Selanjutnya variabel keputusan berkunjung (Y) akan di klasifikasi per indikator, yaitu sebagai berikut:

### Indikator Kualitas Pelayanan

Data tentang indikator kualitas pelayanan terdiri dari 3 item pernyataan, dapat dilihat pada tabel klarifikasi berikut :

**Tabel 2. Deskripsi Keputusan Berkunjung dari Indikator Kualitas Pelayanan Statistics**

Kualitas Pelayanan		
N	Valid	94
	Missing	0
Mean		11.56
Median		12.00
Mode		12
Std. Deviation		1.864
Variance		3.474
Range		8
Minimum		7
Maximum		15
Sum		1087

Sumber: Data Primer 2021 (Telah Diolah)

Pada tabel diperoleh poin untuk kualitas pelayanan tersebar dari poin terendah 7 poin teratas 15. Dari hasil distribusi poin tersebut diperoleh rata-rata (mean) sebanyak 11,56, poin tengah (median) sejumlah 12,00, poin yang sering muncul (mode) 12, simpangan baku (standar deviasi) 1,864, range 8 dan variansi 3,474.

Selanjutnya disajikan capaian reponden untuk menunjukkan kategori penilaian hasil penelitian menurut pernyataan pengunjung pada tabel:

**Tabel 3. Distribusi Frekuensi Keputusan Berkunjung pada Indikator Kualitas Pelayanan**

Kategori	Kelas Interval	Frekuensi	Persentase(%)
SangatBaik	$\geq 12$	36	38,29
<b>Baik</b>	<b><math>\geq 10 - &lt;12</math></b>	<b>44</b>	<b>46.80</b>
Cukup	$\geq 8 - <10$	18	19,14
Buruk	$\geq 6 - <8$	6	6,38
SangatBuruk	$<6$	0	0
Total		94	100

Sumber: Data Primer 2021 (Telah Diolah)

Berdasarkan tabel dapat dijabarkan yaitu 94 responden untuk indikator kualitas pelayanan dapat dikategorikan yaitu: perolehan sangat baik yaitu 38,29%, perolehan kategori baik memperoleh 46,80%, pengkategorian cukup yaitu 19,14%, perolehan hasil buruk 6,38%, sangat buruk sebanyak 0%. Dari penghitungan statistik indikator kualitas pelayanan terletak pada klasifikasi skor  $\geq 10$ -<12 merujuk pada kategori baik dengan perolehan persentase 46,80%.

### Indikator Lokasi

Data tentang indikator lokasi terdiri dari 3 item pernyataan, terdapat pada tabel klarifikasi yaitu

**Tablel 4. Deskripsi Keputusan Berkunjung dari Indikator Lokasi Statistics**

Lokasi		
N	Valid	94
	Missing	0
Mean		11.41
Median		12.00
Mode		12
Std. Deviation		1.774
Variance		3.149
Range		8
Minimum		7
Maximum		15
Sum		1073

Sumber : Data Primer 2021 (Telah Diolah)

Berdasarkan tabel diketahui skor indikator lokasi menyebar dari poin terendah 7 dan skor tertinggi 15. Dari distribusi skor didapat rata-rata (mean) sebanyak 11,41, skor tengah (median) sebesar 12,00, skor yang sering muncul (mode) 12, simpangan baku (standar deviasi) 1,774, range 8 dan variansi 3,149.

Selanjutnya disajikan pencapaian responden untuk kategori penilaian hasil penelitian menurut pernyataan pengunjung pada tabel:

**Tablel 5. Distribusi Frekuensi Keputusan Berkunjung dari Indikator Lokasi**

Kategori	Kelas Interval	Frekuensi	Persentase(%)
SangatBaik	$\geq 12$	23	24,46
<b>Baik</b>	<b><math>\geq 10 - &lt;12</math></b>	<b>47</b>	<b>50</b>
Cukup	$\geq 8 - <10$	17	18,08
Buruk	$\geq 6 - <8$	7	7,44
SangatBuruk	<6	0	0
Total		94	100

Sumber : Data Primer 2021 (Telah Diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan dari 94 responden untuk indikator lokasi dapat dikategorikan sebagai berikut: sangat baik diperoleh 24,46%, baik sebanyak 50%, cukup diperoleh 18,08%, buruk 7,44%, sangat buruk 0%. Berdasarkan penghitungan statistik Indikator Lokasi dengan klasifikasi  $\geq 10$ -<12 menunjukkan kategori baik dengan persentase 50%.

### Indikator Harga/Tarif

Data tentang indikator harga/tarif terdiri dari 4 item pernyataan, dapat dilihat pada tabel klarifikasi berikut :

**Tabel 6. Deskripsi Keputusan Berkunjung dari indikator Harga/Tarif**

Statistics		
Tarif/Harga		
N	Valid	94
	Missing	0
Mean		15.41
Median		16.00
Mode		16
Std. Deviation		2.086
Variance		4.353
Range		10
Minimum		10
Maximum		20
Sum		1449

Sumber : Data Primer 2021 (Telah Diolah)

Berdasarkan tabel dapat dilihat skor jawaban indikator Tarif/Harga menyebar dari skor terendah 10 dan skor tertinggi 20. Dari distribusi skor tersebut diperoleh rata-rata (mean) 15,41, skor tengah (median) 16,00, skor yang sering muncul (mode) 16, simpangan baku (standar deviasi) 2,086, range 10 dan variansi 4,353.

Selanjutnya disajikan pencapaian responden pada penilaian hasil dari penelitian menurut pernyataan pengunjung sebagai berikut:

**Tabel 7. Distribusi Frekuensi Keputusan Berkunjung indikator Harga/Tarif**

Kategori	Kelas Interval	Frekuensi	Persentase(%)
<b>Sangat Baik</b>	<b><math>\geq 15,99</math></b>	<b>49</b>	<b>52,12</b>
Baik	$\geq 13,33 < 15,99$	30	31,91
Cukup Baik	$\geq 10,67 < 13,33$	6	6,38
Buruk	$\geq 8,01 < 10,67$	3	3,19
Sangat Buruk	$< 8,01$	0	0
<b>Jumlah</b>		<b>88</b>	<b>100</b>

Sumber : Data Primer 2021 (Telah Diolah)

Berdasarkan tabel dapat dilihat 94 responden indikator harga/tarif dapat dikelompokkan sebagai berikut: perolehan sangat baik 52,12%, persentase baik sebanyak 31,91%, persentase cukup 6,38%, buruk sebanyak 3,19%, sangat buruk 0%. Menurut penghitungan indikator harga/tarif berada di klasifikasi skor  $\geq 15,99$  menunjukkan persentase sangat baik 52,12%.

### Indikator Daya Tarik

Data tentang indikator daya tarik terdiri dari 3 item pernyataan, dapat dilihat pada tabel klarifikasi berikut:

**Tablel 8. Deskripsi Keputusan Berkunjung dari Indikator Daya Tarik Statistics**

Daya Tarik Wisata		
N	Valid	94
	Missing	0
Mean		11.29
Median		11.00
Mode		10
Std.Deviation		1.670
Variance		2.788
Range		8
Minimum		7
Maximum		15
Sum		1061

Sumber : Data Primer 2021 (Telah Diolah)

Dari tabel tersebut diperoleh skor jawaban indikator daya tarik menyebarkan skor terendah 7 dan skor tertinggi 15. Dari distribusi skor diperoleh rata-rata (mean) sebesar 11,41, skor tengah (median) 12,00, poin sering muncul (mode) 12, simpangan baku (standar deviasi) 1,774, range 8 dan variansi 3,149.

Selanjutnya disajikan capaian responden untuk kategori penilaian penelitian menurut pernyataan pengunjung dapat dilihat pada tabel:

**Tablel 9. Distribusi Frekuensi Keputusan Berkunjung dari Indikator Daya Tarik**

Kategori	Kelas Interval	Frekuensi	Persentase(%)
SangatBaik	$\geq 12$	22	23,40
<b>Baik</b>	<b><math>\geq 10 - &lt;12</math></b>	<b>38</b>	<b>40,42</b>
Cukup	$\geq 8 - <10$	30	31,91
Buruk	$\geq 6 - <8$	4	4,25
SangatBuruk	$<6$	0	0
Total		94	100

Sumber : Data Parimer 2021 9 (Telah Diolah)

Berdasarkan tabel tersebut diperoleh yaitu dari 94 orang responden pada indikator daya tarik dikategorikan: pengkategorian sangat baik berada pada 23,40%, perolehan baik 40,42%, kategori cukup 31,91%, buruk sebesar 4,25%, sangat buruk diperoleh 0%. Dari penghitungan statistik indikator daya tarik menunjukkan hasil klasifikasi dengan skor  $\geq 10 - <12$  dengan pengkategorian baik pada persentase 40,42%.

### Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka disusun pembahasan tentang fasilitas wisata. Hasil dalam penelitian ini, dapat dijelaskan bahwa dari 94 responden untuk variabel keputusan berkunjung dapat diklasifikasikan bahwa persentase tertinggi berada pada kategorian baik dengan persentase (38,29%) pada klasifikasi skor  $\geq 43,33 - <51,99$

Hasil deskripsi data masing- masing indikator sebagai berikut :

### Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan yaitu tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian pada tingkatan keunggulan guna memenuhi tercapainya keinginan pengunjung. Hasil dari penelitian bahwa persentase tertinggi pada kategori baik menunjukkan sebanyak 46,80%. Diperoleh kesimpulan yaitu kualitas pelayanan sudah menunjukkan penilaian baik

### **Lokasi**

Lokasi yaitu penentuan suatu tempat yang dipilih untuk penyediaan jasa ataupun untuk suatu usaha yang didasarkan pada beberapa pertimbangan tertentu dan untuk penentuan kesuksesan sebuah usaha, dikarenakan lokasi usaha berkaitan erat dengan jenis usaha. Hasil dari penelitian bahwa persentase tertinggi pada kategori baik menunjukkan sebanyak 50%,. Dapat disimpulkan bahwa indikator lokasi menunjukkan pada penilaian baik

### **Harga/Tarif**

Tarif/Harga adalah salah satu unsur dari bauran pemasaran paling fleksibel, harga mampu berubah dengan cepat, namun harga juga menjadi masalah pertama dalam perusahaan yang harus dihadapi karena sangat berpengaruh terhadap tingkat penjualan, penerimaan penjualan, perolehan keuntungan, dan share pasar yang harus dicapai perusahaan. Hasil dari penelitian bahwa persentase tertinggi pada kategori sangat baik menunjukkan sebanyak 52,12%. Dapat disimpulkan bahwa harga/tarif sudah menunjukkan penilaian yang sangat baik

### **Daya Tarik**

Sesuatu yang memiliki keunikan tersendiri dan mampu menarik perhatian dari pengunjung ataupun wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata tersebut. Hasil dari penelitian bahwa persentase tertinggi pada Kategori baik menunjukkan sebanyak 40,42%. Dapat disimpulkan bahwa daya tarik menunjukkan penilaian baik.

### **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil dari penelitian tentang Analisis Keputusan Berkunjung Ke Objek Wisata Puncak Pato Lintau Era New Normal Covid-19, menunjukkan secara keseluruhan dengan kategori baik dengan persentase 38,29% Berlandaskan pada indikator variabel yaitu: 1. Indikator kualitas pelayanan hasil yang tertinggi berada pada kategori baik pada penilaian responden sebanyak 46,80%. 1. Indikator lokasi hasil yang tertinggi pada kategori baik dan penilaian responden sebesar 50,00%. 1. Indikator harga/tarif hasil yang tertinggi pada kategori sangat baik dengan penilaian responden sebesar 52,12%. 1. Indikator daya tarik hasil yang tertinggi pada kategori baik dengan penilaian responden sebesar 40,42%.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009, Tentang Daya Tarik Wisata.  
Basu Swastha dan T. Hani Handoko, Manajemen Pemasaran : Analisis Perilaku Konsumen.  
(Yogyakarta : BPF, 2012) 15.  
Sugiyono (2019:7). Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: CVAlbertya.