

# FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET WISATA KE TAMAN NASIONAL GUNUNG MERBABU – JAWA TENGAH

Meylani Tuti<sup>1</sup>, Al Agus Kristiadi<sup>2</sup>, Devi Nurhasanah<sup>3</sup>

<sup>1</sup>STEIN, Jakarta

[meylanituti@yahoo.com](mailto:meylanituti@yahoo.com)

<sup>2</sup>STEIN, Jakarta

[aguskri@yahoo.com](mailto:aguskri@yahoo.com)

<sup>3</sup>STEIN, Jakarta

## ABSTRACT

*This study aims to determine the factors that influence decision making partially and simultaneously influence the decision to visit Mount Merbabu National Park. The population in this study is visitors in the Mount Merbabu National Park, with the sample used in this study as many as 90 people. The sampling technique used is accidental sampling. Data analysis method used in this research is validity test, reliability test, classic assumption test (normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test and linearity test). While hypothesis testing includes F test, t test and partial correlation analysis and coefficient of determination ( $R^2$ ). From the results of the analysis it can be seen that Tourist Characteristics ( $X_1$ ), Travel Benefits ( $X_2$ ), Travel Descriptions ( $X_3$ ) and Tourism Destination Areas ( $X_4$ ) have an influence on Visiting Decisions ( $Y$ ) both partially and simultaneously.*

**Keywords:** *Tourist Characteristics, Travel Benefits, Visiting Decisions.*

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Pertumbuhan pariwisata sebagai fenomena sosial dan sebagai usaha ekonomi yang semakin berkembang di masa kini. Pariwisata berkembang menjadi salah satu industri yang tumbuh semakin pesat dari tahun ke tahun. Pariwisata alam menjadi salah satu obyek wisata yang sangat di minati saat ini oleh para wisatawan domestik maupun wisatawan internasional. Peranan sektor pariwisata dalam meningkatkan perekonomian negara mampu membangkitkan aktivitas bisnis sehingga menghasilkan manfaat sosiokultur dan ekonomi yang signifikan bagi suatu negara.

Kepariwisata di Indonesia memiliki posisi yang strategis yang terletak diantara dua samudra dan dua benua. Posisi ini menguntungkan bagi berkembangnya pariwisata di Indonesia. Industri pariwisata Indonesia saat ini telah mencapai situasi dimana setiap daerah di Indonesia, menjadikan pariwisata sebagai salah satu industri untuk menambah pendapatan daerahnya. Meningkatnya jumlah wisata nusantara yang melakukan jumlah kunjungan wisata diikuti pula oleh meningkatnya jumlah kunjungan wisata mancanegara di Indonesia.

Suatu tempat wisata dikatakan dapat menarik wisatawan untuk datang berkunjung salah satunya adalah karena atribut

wisata yang ada di dalamnya. Unsur-unsur di dalam industri pariwisata antara lain : adanya sarana transportasi atau jasa angkutan, akomodasi, obyek wisata atau daerah tujuan wisata yang merupakan daya tarik agar orang-orang ingin berkunjung di lokasi tersebut. Obyek wisata dapat berupa wisata alam seperti: gunung, danau, sungai pantai, laut atau berupa obyek bangunan seperti museum, benteng, situs peninggalan sejarah dan lain-lain.

Jawa Tengah menjadi salah satu tujuan terfavorit wisatawan untuk berwisata salah satunya adalah Taman Nasional Gunung Merbabu, Boyolali-Jawa Tengah menjadi salah satu tujuan terfavorit bagi para wisatawan. Taman Nasional Gunung Merbabu terletak pada tempat yang strategis, mudah dijangkau dari berbagai kota di Jawa Tengah baik dengan menggunakan angkutan umum dan angkutan pribadi.

Kawasan Taman Nasional Gunung Merbabu ditunjuk berdasarkan Keputusan Menteri Kehutanan No. 13/Menhut-II/2004 tanggal 04 Mei 2004 tentang perubahan fungsi kawasan hutan lindung dan taman wisata alam pada kelompok hutan Merbabu seluas 5.725 hektare. Kawasan ini di nilai penting sebagai sumber mata air bagi masyarakat yang tinggal di sekitarnya. Selain itu, kawasan hutan merbabu juga merupakan habitat flora dan fauna yang dilindungi dan dilestarikan. Kawasan Taman Nasional sebagai Kawasan Pelestarian Alam (KPA), mempunyai tugas dan fungsi utama didalam melindungi sistem penyangga kehidupan, pengawetan keanekaragaman hayati dan menyediakan sumber daya

alam hayati untuk pemanfaatan berkelanjutan. Sistem pengelolaan Taman Nasional yang ditetapkan diharapkan mampu melestarikan dan mengembangkan kawasan konservasi ini sehingga mampu meningkatkan kesejahteraan dan pendapatan masyarakat sekitar.

Faktor pendorong Keputusan Berkunjung Wisata bagi para wisatawan 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, perisapan, dan evaluasi kepuasan perjalanan wisata. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan wisatawan menurut Pitana dan Gayatri (2005) di antara lain sebagai berikut: 1) karakteristik wisatawan : sosial, ekonomi, karakteristik perilaku (motivasi dan sikap); 2) manfaat perjalanan: pengetahuan terhadap destinasi dan citra destinasi; 3) gambaran perjalanan: jarak, lama tinggal, kendala waktu dan biaya, resiko, ketidakpastian, dan tingkat kepercayaan terhadap biro perjalanan wisata; 4) keunggulan daerah tujuan wisata: jenis dan atraksi, kualitas layanan, lingkungan fisik, situasi politik, aksesibilitas, dan perilaku masyarakat lokal terhadap wisatawan.

Dari faktor-faktor yang mempengaruhi seorang calon wisatawan untuk berkunjung wisata ke suatu tempat obyek wisata, sesuai dengan kebutuhan dan keinginan seorang calon wisatawan. Biasanya seorang calon wisatawan sudah mengetahui dan memiliki gambaran

perjalanan dari obyek wisata yang ingin di kunjungi sesuai dengan karakteristik wisatawan, manfaat perjalanan, gambaran perjalanan dan juga keunggulan daerah tujuan wisata. Taman Nasional Gunung Merbabu memiliki daya tarik dan keunggulan daerah tujuan wisata yang membuat wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara tertarik untuk berkunjung dan menjadi destinasi favorit bagi wisatawan yang menyukai petualangan terutama yang paling diminati pengunjung adalah pendakian ke Gunung Merbabu yang memiliki pesona keindahan alam yang indah. Pemandangan yang sangat indah dapat disaksikan disepanjang perjalanan tersebut. Dimana yang sudah banyak wisatawan ketahui bahwa daya tarik wisata yang tersedia di Taman Nasional Gunung Merbabu memberikan wisata yang menarik. Daya tarik dari obyek wisata yang dimiliki tersebut tentunya harus dapat dipelihara dengan baik oleh pihak pengelola, agar dapat mempertahankan wisatawan yang berkeinginan untuk berkunjung wisata di Taman Nasional Gunung Merbabu.

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh faktor karakteristik wisatawan terhadap keputusan berkunjung wisata ke Taman Nasional Gunung Merbabu ?
2. Bagaimana pengaruh faktor manfaat perjalanan terhadap keputusan berkunjung wisata ke Taman Nasional Gunung Merbabu ?

3. Bagaimana pengaruh faktor gambaran perjalanan terhadap keputusan berkunjung wisata ke Taman Nasional Gunung Merbabu ?
4. Bagaimana pengaruh faktor keunggulan daerah tujuan wisata terhadap keputusan berkunjung wisata ke Taman Nasional Gunung Merbabu?
5. Bagaimana pengaruh faktor karakteristik wisatawan, manfaat perjalanan, gambaran perjalanan, dan keunggulan daerah tujuan wisata secara bersama-sama terhadap keputusan berkunjung wisata ke Taman Nasional Gunung Merbabu ?

## **TINJAUAN TEORI**

### **Pariwisata**

Menurut Undang-Undang nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, yang dimaksud dengan Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah. Definisi lain mengatakan bahwa pariwisata adalah suatu kegiatan yang berhubungan dengan perjalanan untuk rekreasi, pelancong, turisme. Sedangkan Menurut Schulalard dalam Yoeti (2013) Pariwisata adalah sejumlah kegiatan, terutama yang ada kaitannya dengan kegiatan, terutama yang ada kaitannya dengan kegiatan perekonomian yang secara langsung berhubungan dengan masuknya, adanya pendiaman dan bergeraknya orang-orang asing keluar masuk suatu kota, daerah atau negara.

Sedangkan menurut Theobald dalam Judisseno (2017) Arti kata pariwisata merujuk pada kata "tourism" yang berasal

dari bahasa Latin *tornare* dari Yunani *tor-nos* yang berarti memutar; pergerakan mengitarititik pusat sedangkan kata “tour-ism” sendiri, yang merupakan bahasa Inggris modern, memiliki arti suatu proses perilaku orang yang melakukan perjalanan dari satu titik ketitiklainnya dan kembali ketitik semula. Sedangkan menurut Spillane dalam Hadiwijoyo (2012) Pariwisata adalah perjalanan dari satu tempat ketempat lain dan bersifat sementara, dilakukan perorangan ataupun kelompok sebagai usaha mencari keseimbangan, keserasian dalam dimensi sosial budaya dan ilmu.

### **Paket Wisata**

Menurut Yoeti (2013) paket wisata merupakan suatu perjalanan wisata yang direncanakan dan diselenggarakan oleh suatu travel agent atau biro perjalanan atas resiko dan tanggung jawab sendiri baik acara, lama waktu wisata dan tempat yang akan dikunjungi, akomodasi, transportasi, serta makanan dan minuman telah ditentukan oleh biro perjalanan dalam suatu harga yang telah ditentukan jumlahnya. Sedangkan, menurut Spillane dalam Hadiwijoyo (2012). Ada beberapa macam perjalanan pariwisata (paket wisata) bila ditinjau dari berbagai macam segi jumlahnya, wisata dibedakan atas :

1. *Individual Tour* (wisatawan perorangan), yaitu suatu perjalanan wisata yang dilakukan oleh satu orang atau sepasang suami-istri.
2. *Family Group Tour* (wisata keluarga), yaitu suatu perjalanan wisata yang dilakukan oleh serombongan keluarga yang masih mempunyai kekerabatan satu sama lain.
3. *Group Tour* (wisata rombongan), yaitu suatu perjalanan wisata yang dilakukan

bersama-sama dengan dipimpin oleh seorang yang bertanggung jawab atas keselamatan dan kebutuhan seluruh anggotanya.

### **Wisatawan**

Wisatawan adalah individu atau kelompok individu yang mempertimbangkan dan merencanakan tenaga beli yang di milikinya untuk perjalanan rekreasi dan berlibur, yang tertarik pada perjalanan pada umumnya dengan motivasi perjalanan yang pernah dilakukan, menambah pengetahuan, tertarik oleh pelayanan yang diberikan oleh suatu daerah tujuan wisata yang dapat menarik pengunjung di masa yang akan datang menurut Schmoll dalam Yoeti (2013). Sedangkan menurut berikut menurut Suryadana dan Octavia (2015) wisatawan adalah:

1. Wisatawan asing (*Foreign tourist*). Adalah orang asing yang melakukan perjalanan wisata, yang datang memasuki suatu negara lain yang bukan merupakan negara dimana ia biasanya tinggal.
2. *Domestic foreign tourist*. Adalah orang asing yang berdiam atau bertempat tinggal pada suatu negara, yang melakukan perjalanan wisata di wilayah negara dimana ia tinggal.
3. *Domestic tourist*. Adalah seorang warga negara suatu negara yang melakukan perjalanan wisata dalam batas wilayah negaranya sendiri tanpa melewati perbatasan negaranya.
4. *Indigeneous foreign tourist*. Adalah warga negara suatu negara tertentu, yang karena tugasnya atau jabatannya di luar negri, pulang kenegara asalnya dan melakukan perjalanan wisata di wilayah negaranya sendiri.

5. Transit *tourist* adalah wisatawan yang sedang melakukan perjalanan wisata kesuatu negara tertentu, yang menumpang kapal udara atau kapal laut atau pun keretaapi, yang terpaksa mampir atau singgah pada suatu pelabuhan, airport atau stasiun bukan atas kemauannya sendiri.

### **Wisata Mendaki Gunung**

Menurut Direktorat Jendral Pariwisata (1995) wisata mendaki gunung adalah suatu kegiatan yang membutuhkan keterampilan, kecerdasan, kekuatan, dan daya juang yang tinggi. Kegiatan ini bermanfaat bagi remaja untuk menguji kemampuan diri agar dapat bersekutu dengan alam yang keras dan penuh misteri. Melalui kegiatan ini juga, sebagai salah satu upaya untuk mengurangi rasa takut menantang kesukaran dan menumbuhkan rasa percaya diri. Mendaki gunung atau pendakian gunung (*mountaineering*) yang berarti suatu perjalanan yang meliputi “*Hill Walking*” sampai ekspedisi pendakian ke puncak-puncak tinggi dan sulit. Menurut Direktorat Jendral Pariwisata (1995) medan yang dihadapi *mountaineering* dapat dibagi sebagai berikut:

1. *Mountaineering* adalah suatu ekspedisi pendakian yang membutuhkan keterampilan, peralatan, dan pengetahuan tentang kemah induk, kemah depan, keterampilan mengorganisir dan perlengkapan tambahan, anatara lain oksigen, komunikasi dan lain-lain.
2. *Climbing* adalah pendakian yang ditekankan pada segi rekreasi disbanding ekspedisi. Contohnya seperti yaitu : *rock climbing, technical climbing, free climbing, snow and ice climbing*.

### **Faktor Mempengaruhi Keputusan Pembelian Paket Wisata**

Karakteristik perilaku menurut Morris dan Suherlan (2014) perilaku wisatawan adalah proses dan kegiatan yang terlibat ketika orang mencari, memilih, menggunakan, mengevaluasi, dan membuang produk dan jasa untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Sedangkan menurut Kotler dan Keller dalam Suherlan (2014) Perilaku wisatawan adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan membuang barang, layanan, ide, atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Perilaku wisatawan dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti yang dikemukakan Kotler dan Keller dalam Suherlan (2014) yaitu, faktor budaya, faktor sosial, faktor personal dan faktor psikologi.

Budaya, subbudaya dan kelas sosial merupakan faktor yang paling banyak mempengaruhi perilaku kunjungan pada wisatawan. Sub budaya terdiri dari kebangsaan, kepercayaan, ras, dan area geografis. Faktor sosial sebagai tambahan dari faktor budaya, faktor sosial terdiri dari referensi keluarga, kelompok, dan aturan sosial dan status berdampak pada perilaku kunjungan. Keputusan berkunjung juga dipengaruhi oleh karakteristik personal, yang termasuk dalam kategori ini adalah umur, pekerjaan dan ekonomi, kepribadian dan konsep diri, dan gaya hidup dan nilai. Karena beberapa karakteristik ini memiliki dampak yang langsung dalam perilaku wisatawan, hal ini sangat penting untuk pemasar dalam mendekati wisatawan. Terdapat empat kunci proses psikologi yaitu, motivasi, persepsi,

pembelajaran dan memori yang merupakan hal dasar untuk mempengaruhi tanggapan wisatawan.

Sedangkan Sikap wisatawan merupakan suatu perilaku tertentu, sikap lebih suatu proses kesadaran yang sifatnya individual. Selanjutnya Notoatmodjo dalam Suryadana (2014) menjelaskan bahwa sikap terdiri dari empat tingkatan yaitu:

1. Menerima (*Receiving*), bahwa subjek (orang) mau dan memperhatikan stimulus yang diberikan objek.
2. Merespon (*Responding*), memberikan jawaban bila ditanya. Mengerjakan dan menyelesaikan tugas yang diberikan adalah suatu indikasi dari sikap, karena dengan suatu usaha untuk menjawab pertanyaan atau mengerjakan tugas yang diberikan terlepas dari pekerjaan itu benar atau salah berarti orang menerima ide itu.
3. Menghargai (*Valuing*), mengajak orang lain untuk mengerjakan atau mendiskusikan suatu masalah.
4. Bertanggung jawab (*Responsible*), bertanggung jawab atas segala sesuatu yang telah dipilihnya dengan segala resiko yang mungkin timbul.

Menurut Seyldov (2016) Motivasi perjalanan seseorang dipengaruhi oleh faktor internal wisatawan itu sendiri dan faktor eksternal. Secara intrinsik, motivasi terbentuk karena adanya kebutuhan dan/atau keinginan manusia itu sendiri, sesuai dengan teori hirarki kebutuhan Maslow. Kebutuhan tersebut dimulai dari kebutuhan fisiologis, kebutuhan keamanan, kebutuhan sosial, kebutuhan prestise dan kebutuhan akan aktualisasi diri.

Motivasi ekstrinsik adalah motivasi yang terbentuknya dipengaruhi oleh

faktor-faktor eksternal, seperti norma sosial, pengaruh atau tekanan keluarga dan situasi kerja yang terinternalisasi dan kemudian berkembang menjadi kebutuhan psikologis. Motivasi wisatawan untuk melepaskan diri sejenak dari kegiatan rutin berfungsi untuk melepaskan diri sejenak dari kegiatan rutin untuk mengembalikan harmoni di masyarakat, sehingga pariwisata dapat dipandang sebagai salah satu bentuk terapi sosial. Sedangkan menurut Krippendorf dalam Pitana dan Gayatri (2005) motivasi seorang wisatawan melakukan perjalanan sangat bervariasi, dan motivasi tersebut tidak selalu bersifat tunggal, melainkan kombinasi dari berbagai motivasi.

### **Gambaran Perjalanan**

Menurut Pitana dan Gayatri (2005) Gambaran perjalanan adalah menentukan keputusan wisatawan untuk memilih tempat wisata yang akan mereka kunjungi. Gambaran perjalanan ini seperti seberapa jauh jarak yang harus di tempuh untuk sampai di tempat wisata, akan berapa lama tinggal di daerah tujuan wisata dan membutuhkan waktu dan biaya yang cukup banyak atau tidak. Jika menggunakan biro perjalanan para calon wisatawan juga akan memikirkan tingkat kepercayaan terhadap biro perjalanan tersebut. Apakah sesuai dengan yang diinginkan oleh para calon wisatawan atau tidak. Gambaran perjalanan menurut Pitana dan Gayatri (2005) yaitu: meliputi jarak, lama tinggal, tujuan wisata, kendala waktu dan biaya, bayangan akan resiko, ketidakpastian dan tingkat kepercayaan terhadap biro perjalanan wisata.

Jarak merupakan seberapa jauh jarak tempuh yang harus dilalui demi mencapai suatu tujuan. Sedangkan lama tinggal

ialah berapa lama waktu yang diperlukan atau berapa lama tinggal di lokasi tujuan wisata sehingga wisatawan dapat mengatur waktu berkunjungnya dengan baik sesuai dengan kebutuhan dan keinginan berkunjung wisatanya. Tujuan wisata merupakan unsur pokok yang harus diketahui karena sebelum wisatawan memutuskan untuk melakukan perjalanan wisata, wisatawan harus mengetahui terlebih dahulu mengenai obyek dari tujuan wisata tersebut. Sedangkan kendala waktu dan biaya adalah waktu yang dapat berubah-ubah atau tidak pasti bisa seperti jadwal perjalanan bisa jadi dikarenakan adanya kendala dalam perjalanan menuju lokasi wisata, sedangkan kendala biaya adanya biaya tambahan atau *overbudget* yang tidak diduga-duga.

Sementara bayangan akan resiko dalam perjalanan wisata ialah wisatawan harus siap dan sigap dalam mengambil keputusan sebelum memutuskan untuk berkunjung wisata apalagi dalam berkunjung wisata ke wisata alam dikarenakan jalur yang akan dilalui terkadang tidak mudah dijangkau atau tidak juga sulit untuk dijangkau, resiko lainnya yang harus diterima wisatawan adalah bayangan akan resiko jika sewaktu-waktu terpisah (hilang) dari wisatawan lainnya. Sedangkan ketidakpastian dalam suatu tujuan wisata ke wisata alam yaitu ketidakpastian seperti: kendala cuaca yang terkadang berubah-ubah, kendala obyek wisata terkadang ditutup secara umum secara tiba-tiba dan bisa juga kendala karena kondisi fisik yang tiba-tiba kurang mendukung untuk melakukan perjalanan wisata sehingga tidak bisa melanjutkan perjalanan menuju destinasi wisata tersebut.

Sebelum melakukan perjalanan wisata, sebagai calon peserta perjalanan wisata berhak mencari tahu dan mendapatkan informasi secara lengkap dari biro perjalanan wisata yang di percaya sebagai jasa paket wisata yang di beli dan digunakan oleh wisatawan yang ingin melakukan perjalanan, sehingga wisatawan merasa yakin, aman, nyaman dan percaya terhadap pelayanan dan fasilitas yang disediakan oleh pihak biro perjalanan wisata tersebut.

### **Keunggulan Daerah Tujuan Wisata**

Keunggulan daerah tujuan wisata meliputi: jenis dan sifat atraksi yang ditawarkan, kualitas layanan, lingkungan fisik dan sosial, situasi politik, aksesibilitas dan perilaku masyarakat lokal terhadap wisatawan. Jenis dan sifat atraksi wisata menurut Nuriata (2014) menyatakan bahwa dalam garis besar hanya ada 3 jenis atraksi wisata, yaitu :

- a) Atraksi wisata alam : daya pikat dari atraksi alam adalah semua keadaan fisik dan non fisik dari alam yang berhubungan dengan fenomena alam. Sebuah atraksi wisata alam dapat diidentifikasi kualitasnya atas pertimbangan berikut: keunikan atau keeksotikan dari bentang alam, topografi atau kontur dari tanah tempat atraksi, vegetasi, tumbuhan yang terdapat di atas lahan atraksi, warna yang ditimbulkan dari bentang alam dan kondisi atau suasana atraksi wisata alam. Ada beberapa bentuk atraksi wisata alam yang dikenal secara umum, yaitu:
  1. Keindahan alam, pemandangan atau panorama (*nature beauty / scenic attraction*). Jalan yang penuh panorama (*scenic road*), Gunung (*mountain*) dan Wisata air.
  2. Iklim atau cuaca (*climate attraction*)

3. Atraksi air (*water attraction*) seperti: kejernihan air (purification of water), laut (pantai), *inland waterways*.
  4. Flora dan Fauna.
- b) Atraksi wisata budaya (*cultural attraction*) mempunyai daya tarik yang kuat kepada wisatawan. Pada prinsipnya wisata budayaini bersumber dari tiga kekuatan pokok dari budaya, dalam hal ini adalah: Tradisi, Adat dan Agama. Atraksi budaya ini dapat dibentuk menjadi, budaya eksotik, kebiasaan (tradisi adat), agama atau kepercayaan, ziarah, prosesi agama, etnik, budaya moder, atraksi sejarah, dan eksposisi teknologi.
  - c) Atraksi wisata kombinasi alam dan budaya lainnya yang cukup menarik yaitu: tempat-tempat nostalgia, tempat lembaga pendidikan,sesuatu yang super (mendaki gunung), daerah perbelanjaan, event (*local event, national event, & universal event*).

Kualitas layanan (pelayanan) menurut Goetsch dan Davis dalam Sinaga & Utomo (2012) bahwa kualitas pelayanan adalah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Juga diartikan sebagai sesuatu yang berhubungan dengan terpenuhinya harapan / kebutuhan pelanggan, dimana pelayanan dikatakan berkualitas apabila dapat menyediakan produk dan jasa (layanan) sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan. Sedangkan dimensi pelayanan yang digunakan seperti yang dikemukakan menurut Tjiptono (2008) yaitu bukti langsung (*Tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*).

## Keputusan Berkunjung Wisata

Menurut Mathieson dan Wall dalam Pitana dan Gayatri (2005) keputusan untuk melakukan perjalanan wisata pada gilirannya adalah keputusan “pembelian”, yaitu mengeluarkan uang dan mendapatkan kepuasan. Namun pembelian dalam konteks pariwisata mempunyai beberapa kekeluasaan, paling tidak dalam hal-hal dibawah ini menurut Mathieson dan wall dalam pitana dan gayatri (2005) :

1. Produk yang dibeli adalah produk *intangible*, berupa pengalaman (*experience*). Meskipun ada bagian dari produk yang *tangible* (seperti cinder-mata), tetapi preparasinya sangat kecil terhadap total nilai pembelian.
2. Nilai pembelian umumnya besar, umumnya jauh lebih besar dibandingkan dengan pembelian barang-barang umum lainnya.
3. Pembelian bersifat spontan. Perjalanan wisata umumnya direncanakan jauh hari sebelumnya, termasuk perencanaan aspek finansial, pemilihan jenis akomodasi, transportasi, dan seterusnya.
4. Untuk menikmati produk yang dibeli, wisatawan harus mengunjungi daerah tujuan wisata secara langsung, berbeda dengan produk lain yang dapat dikirim kepada pembeli. Produk yang dibeli dalam pariwisata tidak dapat disimpan untuk dinikmati pada waktu yang berbeda.
5. Bagi sebagian wisatawan, mereka tidaklah *distante minimized*, bahkan menganggap perjalanan panjang sebagai bagian penting dari produk wisata yang di beli.



## Peneliti Terdahulu

**Tabel 1. Penelitian Terdahulu**

| <b>Nama Peneliti</b>             | <b>Judul Penelitian</b>   | <b>Metode</b>    | <b>Hasil Penelitian</b>   |
|----------------------------------|---|------------------|---|
| Reiza Miftah Wirakusuma (2014)   | Analisis Karakteristik Wisatawan Mancanegara terhadap Fasilitas Kawasan Prawirotaman  | Regresi Berganda | ada pengaruh secara simultan antara variabel Analisis Karakteristik Wisatawan Mancanegara terhadap Fasilitas Wisata Kawasan Prawirotaman.   |
| Syagir Kamil Ainul Fitroh (2017) | Pengaruh Atraksi Wisata dan Motivasi Wisatawan terhadap Keputusan Berkunjung Wisata Alam Kawah Ijen   | Regresi Berganda | ada pengaruh secara simultan antara variabel Analisis Atraksi Wisata terhadap Keputusan Berkunjung Wisata Alam Kawah Ijen.  |
| Ade Suherlan (2014)              | Analisis Karakteristik, Perilaku dan Motivasi Perjalanan Wisatawan asal Sulawesi Utara ke Jakarta   | Regresi Berganda | Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari karakteristik, perilaku dan motivasi baik secara simultan dan parsial terhadap keputusan berkunjung wisatawan asal sulawesi utara ke jakarta.                                     |
| Javid Seyldov (2016)             | Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Wisatawan Lokal Dalam Berkunjung Ke Azerbaijan  | Regresi Berganda | hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas destinasi, perilaku wisatawan dan infastruktur pariwisata terdapat pengaruh signifikan secara parsial dan simultan terhadap keputusan wisatawan lokal dalam berkunjung ke azerbaijan.                                    |
| Epi Syahadat (2005)              | Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Untuk Berkunjung Wisata di Taman Nasional Gunung Gede Pangrango                                     | Regresi Berganda | Penelitian ini menunjukkan bahwa faktor pelayanan, faktor sarana prasana, faktor obyek daya tarik wisata alam dan faktor keamanan memiliki pengaruh secara parsial maupun simultan terhadap keputusan untuk berkunjung wisata ke Taman Nasional Gunung Gede Pangrango |
| atna Putri Cintya (2012)         | Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata dan Experiental Marketing terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pengunjung Domestik Taman Wisata Candi Borobudur | Regresi Berganda | Penelitian ini menunjukkan bahwa citra destinasi, fasilitas wisata dan experiental marketing memiliki pengaruh secara parsial Dan simultan terhadap loyalitas kepuasan wisatawan domestik yang berkunjung wisata  |

## Hipotesis Penelitian

1. Ada pengaruh faktor karakteristik wisatawan terhadap keputusan berkunjung wisata ke Taman Nasional Gunung Merbabu.
2. Ada pengaruh faktor manfaat perjalanan terhadap keputusan berkunjung wisata ke Taman Nasional Gunung Merbabu.
3. Ada pengaruh faktor gambaran perjalanan terhadap keputusan berkunjung wisata ke Taman Nasional Gunung Merbabu.
4. Ada pengaruh faktor keunggulan daerah tujuan wisata terhadap keputusan berkunjung wisata ke Taman Nasional Gunung Merbabu
5. Ada pengaruh faktor karakteristik wisatawan, manfaat perjalanan, gambaran perjalanan, dan keunggulan daerah tujuan wisata secara bersama-sama terhadap keputusan berkunjung ke Taman Nasional Gunung Merbabu.

## METODOLOGI PENELITIAN

### Metode Penelitian

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah Metode Deskriptif Kuantitatif dengan melakukan survey berdasarkan data dengan melakukan penyebaran kuisioner kepada responden atau pengunjung Taman Nasional Gunung Merbabu.

### Populasi dan Sampel

Yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah Wisatawan yang berkunjung ke Taman Nasional Gunung Merbabu pada bulan Mei 2018. Sedangkan sampel pada penelitian ini adalah Wisatawan yang berkunjung ke Taman Nasional Gunung Merbabu

(TNGM). sebanyak 90 pengunjung dengan teknik pengambilan sampel adalah *accidental sampling*.

### Metode Pengumpulan Data

Dalam memperoleh data serta keterangan-keterangan yang diperlukan, digunakan beberapa teknik pengumpulan data. Hal ini dimaksudkan agar diketahui cara-cara atau teknik-teknik yang dipergunakan dalam upaya untuk memperoleh data dan informasi yang relevan dan aktual. Adapun jenis data yang dikumpulkan dalam penulis skripsi ini terdiri dari :

#### 1. Kueisioner

Penelitian ini menggunakan Skala Likert untuk mengetahui pengaruh karakteristik wisatawan, manfaat perjalanan, gambaran perjalanan, keunggulan daerah tujuan wisata dan keputusan kunjungan wisatawan di Taman Nasional Gunung Merbabu, dengan menentukan skor pada setiap pertanyaan sebagai berikut:

Tabel 2. Skala Likert

| Jawaban                   | Skor |
|---------------------------|------|
| Sangat Tidak Setuju (STS) | 1    |
| Tidak Setuju (TS)         | 2    |
| Netral (N)                | 3    |
| Setuju (S)                | 4    |
| Sangat Setuju (SS)        | 5    |

#### 2. Studi Kepustakaan

Studi pustaka yaitu metode pengumpulan data atau informasi dengan menggunakan buku-buku, jurnal-jurnal, internet, majalah, dan penelitian terdahulu yang berhubungan dengan objek penelitian dan bertujuan untuk menemukan teori, konsep serta variabel lain yang dapat mendukung penelitian.

## Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Pengujian validitas dilakukan dengan metode korelasi yaitu dengan melihat angka koefisien korelasi ( $r_{xy}$ ) dan nilai signifikansinya (*probabilitas statistika*) pada item korelasi yang menyatakan hubungan antara skor pertanyaan dengan skor total. Apabila nilai probabilitas statistik  $< \text{level of significant } 5\% = 0,05$  maka dapat dinyatakan item tersebut valid, sehingga seluruh pertanyaan dalam kuesioner dinyatakan valid. selanjutnya kuesioner tersebut akan digunakan dalam penelitian.

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Serta reliabilitas menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama menurut Singarimbun (1989). Adapun cara yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini adalah menggunakan Rumus Koefisien Alpha Cronbach. Dalam melakukan perhitungan *alpha* ( $\alpha$ ), digunakan alat bantu program komputer yaitu *SPSS for Windows 20* dengan menggunakan model *alpha*. Sedangkan dalam pengambilan keputusan reliabilitas, suatu instrumen dapat dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60.

### Metode Analisis Data

1. Persentase Karakteristik Responden dan Data Variabel
2. Analisis Kuantitatif
  - a. Uji normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variable terikat, variable bebas

atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak (Sunyoto, 2009). Pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji normalitas one sample kolmogorov smirnov dengan unstandardized residual, kriterian pengujiannya sebagai berikut :

Jika nilai signifikan  $> 0.05$ , maka data berdistribusi normal

Jika nilai signifikan  $< 0.05$ , maka data tidak berdistribusi normal

#### b. Uji Heteroskedastisitas

Cara mendeteksinya adalah dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *Scatterplot* antara SRESID dan ZPRED, dimana sumbu Y adalah telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ( $n - Y$ ) yang telah di-*standardized*. Sedangkan dasar pengambilan keputusan untuk uji heteroskedastisitas adalah sebagai berikut sebagai berikut ( Sunyoto, 2009):

a) Jika ada pola tertentu, seperti titik yang ada membentuk pola tertentu teratur (bergelombang, melebur kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah jadi heteroskedastisitas

b) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya toleransi di antara variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi toleransi di antara variabel bebas. Metode pengujian yang biasa

digunakan yaitu dengan melihat nilai *Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance* pada model regresi. jika nilai VIF kurang dari 10 dan *tolerance* lebih dari 0,1 maka model regresi bebas dari multikolinearitas.

d. Uji Linearitas

Pengujian linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah data yang kita miliki sesuai dengan garis linear atau tidak (apakah hubungan variabel yang hendak dianalisis mengikuti garis lurus atau tidak). Jadi, peningkatan atau penurunan kuantitas di salah satu variabel akan diikuti secara linear oleh peningkatan atau penurunan kuantitas di variabel lainnya. Jika signifikan pada *Linearity* < 0,05 maka dapat dikatakan terdapat hubungan yang linear antar variabel.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Persamaan Regresi dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa banyak pengaruh variabel independen atau bebas karakteristik wisatawan ( $X_1$ ), manfaat perjalanan ( $X_2$ ), gambaran perjalanan ( $X_3$ ), keunggulan daerah tujuan wisata ( $X_4$ ) dan keputusan kunjungan wisatawan ( $Y$ ). Rumus matematis dari regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah :  $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + \varepsilon$

Keterangan =

$Y$  = Keputusan berkunjung

$a$  = Konstanta

$b_1$  = Koefisien regresi antara karakteristik wisatawan dengan keputusan berkunjung

$b_2$  = Koefisien regresi manfaat perjalanan dengan keputusan berkunjung

$X_1$  = Variabel karakteristik wisatawan

$X_2$  = Variable manfaat perjalanan

$X_3$  = Variabel gambaran perjalanan wisata

$X_4$  = Variabel keunggulan daerah tujuan wisata

4. Uji F

Uji F pada dasarnya bertujuan untuk mengetahui apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model regresi mempunyai pengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen atau tidak (Latan dan Temalagi, 2013). Derajat kepercayaan yang digunakan adalah 0,05. Apabila nilai F hasil perhitungan lebih besar dari pada F menurut table maka hipotesis alternative, yang menyatakan bahwa semua variabel independen secara simultan berpengaruh signifikansi terhadap variabel dependen. Pada penelitian ini nilai F hitung akan dibandingkan dengan F tabel pada tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) 5% (0,05). Kriteria penilaian uji F ini adalah (Ghozali, 2016).

$H_0$  : Karakteristik wisatawan, manfaat perjalanan, gambaran perjalanan, keunggulan daerah tujuan wisata secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisata.

$H_1$  : Karakteristik wisatawan, manfaat perjalanan, gambaran perjalanan, Keunggulan daerah tujuan wisata secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisata.

Uji parsial (Uji t)

Hipotesis :

$H_0$  :  $b_i = 0$ , yaitu tidak ada pengaruh yang signifikan pada variabel

independen (karakteristik wisatawan, manfaat perjalanan, gambaran perjalanan, dan keunggulan daerah tujuan wisatawan) secara parsial terhadap keputusan berkunjung wisata.

$H_1: b_i \neq 0$ , yaitu ada pengaruh yang signifikan pada variabel independen (karakteristik wisatawan, manfaat perjalanan, gambaran perjalanan, dan keunggulan daerah tujuan wisatawan) secara parsial terhadap keputusan berkunjung wisata.

Kriteria pengujian

$t_{hitung} > t_{tabel}$  berarti  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_1$

$t_{hitung} < t_{tabel}$  berarti  $H_0$  diterima dan menolak  $H_1$

Jika tingkat signifikan  $< 0,05$  maka  $H_0$ , maka ditolak dan  $H_1$  diterima. Jika tingkat signifikan  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak

## 5. Koefisien Korelasi Parsial dan Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Pedoman untuk menginterpretasikan hasil koefisien sebagai berikut:

- Jika nilai  $r$  antara 0.01 - 0.19: hubungan  $x$  dengan  $y$  berada kategori sangat lemah.
- Jika nilai  $r$  antara 0.20 - 0.39: hubungan antara  $x$  dengan  $y$  berada pada kategori lemah.
- Jika nilai  $r$  antara 0.40 - 0.59: hubungan  $x$  dengan  $y$  berada pada kategori sedang.
- Jika nilai  $r$  antara 0.60 - 0.79: hubungan  $x$  dengan  $y$  berada pada kategori kuat.
- Jika nilai  $r$  antara 0.80 - 0.99: hubungan  $x$  dengan  $y$  berada pada kategori sangat kuat.
- Jika nilai  $r$  positif, berarti hubungan  $x$  dengan  $y$  berbanding lurus, artinya semakin besar  $x$ , maka  $y$  semakin besar.

Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel dependen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali,2016).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

**Tabel 3. Hasil Uji Validitas**

| Variabel                        | Pernyataan yang disebar | Tidak Valid | Cronbach's Alpha | Kesimpulan |
|---------------------------------|-------------------------|-------------|------------------|------------|
| Karakteristik Wisatawan         | 6                       | -           | 0,792            | Reliabel   |
| Manfaat Perjalanan              | 7                       | -           | 0,772            | Reliabel   |
| Gambaran Perjalanan             | 5                       | -           | 0,752            | Reliabel   |
| Keunggulan Daerah Tujuan Wisata | 6                       | -           | 0,784            | Reliabel   |
| Keputusan Berkunjung Wisata     | 4                       | -           | 0,819            | Reliabel   |

Sumber: Hasil olah data 2018

Dari tabel diatas dijelaskan bahwa seluruh item pernyataan dalam variabel

valid dan dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya. Hasil uji reliabilitas

dengan Cronbach Alpha > 0,6 tersebut menunjukkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini > 0,6. Sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing variabel dalam penelitian ini merupakan kuesioner yang handal.

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas Data

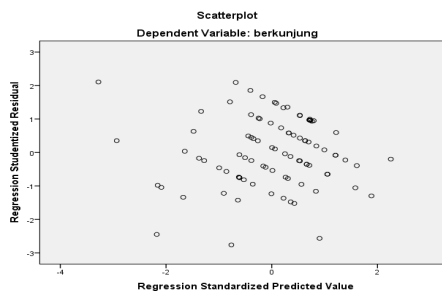
Tabel 4. Uji Normalitas Data

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test |                         |                     |
|------------------------------------|-------------------------|---------------------|
|                                    | Unstandardized Residual |                     |
| N                                  |                         | 90                  |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup>   | Mean                    | 0.000000            |
|                                    | Std. Deviation          | 1.53944287          |
| Most Extreme Differences           | Absolute                | 0.061               |
|                                    | Positive                | 0.034               |
|                                    | Negative                | -0.061              |
| Test Statistic                     |                         | 0.061               |
| Asymp. Sig. (2-tailed)             |                         | .200 <sup>c,d</sup> |

Sumber: Hasil olah data 2018

Dengan menggunakan taraf signifikansi  $\alpha = 5\%$  (0,05) diperoleh untuk variabel  $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$ ,  $X_4$  dan  $Y$  dengan menggunakan uji *One Sample Kolmogorov Smirnof*, di dapatkan bahwa data tersebut berdistribusi normal karena ditemukan nilai signifikansi pada hasil pengujian di atas adalah 0,200 yang mana nilai signifikansi > 0,05. Dapat ditarik kesimpulan atas pengujian di atas bahwa asumsi kenormalan data telah terpenuhi.

#### Uji Heterokedastisitas



Sumber: Hasil olah data 2018

Gambar 1 : Uji Heterokedastisitas

Dari gambar di atas dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar dengan pola yang tidak jelas di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heterokedastisitas pada model regresi.

#### Uji Multikolinearitas

Tabel 5. Uji Multikolinearitas

| Model                           | Collinearity Statistics |       |
|---------------------------------|-------------------------|-------|
|                                 | Tolerance               | VIF   |
| 1 (Constant)                    |                         |       |
| Karakteristik wisatawan         | 0.908                   | 1.101 |
| Manfaat perjalanan              | 0.783                   | 1.277 |
| Gambaran perjalanan             | 0.732                   | 1.365 |
| Keunggulan daerah tujuan wisata | 0.977                   | 1.024 |

Sumber: SPSS 24 for windows

Suatu variabel menunjukkan gejala multikolinearitas bisa dilihat dari nilai VIF (*Variance Inflation Factor*). Jika nilai VIF kurang dari 10 dan nilai Tolerance lebih dari 0,1 untuk kedua variabel maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi masalah multikolinearitas.

## Uji Linearitas

Table 6. Hasil Uji Linearitas  
ANOVA Table

|   |           | Sum of Squares | df | Mean Square | F      | Sig.  |
|---|-----------|----------------|----|-------------|--------|-------|
| Keputusan berkunjung*<br>karakteristik wisatawan          | Linearity | 23.191         | 1  | 23.191      | 7.445  | 0.008 |
| Keputusan berkunjung *<br>manfaat perjalanan              | Linearity | 49.561         | 1  | 49.561      | 17.293 | 0.000 |
| Keputusan berkunjung*<br>gambaran perjalanan              | Linearity | 51.164         | 1  | 51.164      | 17.976 | 0.000 |
| Keputusan berkunjung *<br>keunggulan daerah tujuan wisata | Linearity | 37.684         | 1  | 37.684      | 12.715 | 0.001 |

Berdasarkan hasil pengolahan data diatas dengan bantuan software SPSS versi 24 dapat diketahui bahwa nilai signifikan X1 (Karakteristik) pada linearity sebesar (0,008), nilai signifikan X2 (Manfaat Perjalanan) pada linearity sebesar (0,000), signifikan X3 (Gambaran Perjalanan) pada linearity sebesar (0,000) dan signifikan X4 (Keunggulan Daerah Tujuan Wisata) pada linearity sebesar (0,001). Karena signifikansi < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa antar variabel Motivasi dan Lingkungan Kerja terdapat

hubungan yang linier. Dengan ini maka asumsi linearitasnya terpenuhi.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Dengan menggunakan bantuan *software* SPSS versi 24, model regresi yang menunjukkan hubungan antara variabel karakteristik wisatawan, kesadaran akan manfaat perjalanan, gambaran perjalanan, keunggulan daerah tujuan wisata terhadap Keputusan berkunjung disajikan pada tabel 7. sebagai berikut :

Tabel 7. Model regresi linier berganda

| Model                           | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig.  |
|---------------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|-------|
|                                 | B                           | Std. Error | Beta                      |       |       |
| 1 (Constant)                    | 1.249                       | 2.604      |                           | 0.480 | 0.633 |
| Karakteristik wisatawan         | 0.117                       | 0.049      | 0.215                     | 2.381 | 0.020 |
| Manfaat perjalanan              | 0.108                       | 0.041      | 0.254                     | 2.611 | 0.011 |
| Gambaran perjalanan             | 0.111                       | 0.054      | 0.207                     | 2.053 | 0.043 |
| Keunggulan daerah tujuan wisata | 0.302                       | 0.078      | 0.337                     | 3.859 | 0.000 |

Sumber: SPSS 24 for windows (diolah penulis, 2018)

Dari tabel diatas dapat ditemukan bahwa model regresi yang dihasilkan adalah:

$$Y = 1,249 + 0,117X_1 + 0,108X_2 + 0,111X_3 + 0,302X_4 + \varepsilon$$

1. Nilai konstanta = 1,249 memberikan arti bahwa Keputusan Pembelian akan bernilai 1,249 jika seluruh variabel bebas memiliki nilai 0
2. Nilai Karakteristik sebesar 0,117 memberikan arti bahwa jika terjadi peningkatan Karakteristik sebesar 1 satuan, maka Keputusan Pembelian akan meningkat sebesar 0,117
3. Nilai Manfaat Perjalanan sebesar 0,108 memberikan arti bahwa jika terjadi kenaikan Manfaat Perjalanan sebesar 1 satuan, maka Keputusan Pembelian akan meningkat sebesar 0,108
4. Nilai Gambaran Perjalanan sebesar 0,111 memberikan arti bahwa Gambaran Perjalanan sebesar 1 satuan, maka Keputusan Pembelian akan meningkat sebesar 0,111
5. Nilai Keunggulan Daerah Tujuan Wisata sebesar 0,302 memberikan arti bahwa jika terjadi kenaikan Keunggulan Daerah Tujuan Wisata sebesar 1 satuan, maka Keputusan Pembelian akan meningkat sebesar 0,302

## Uji F

Hasil uji F dapat dilihat pada table dibawah :

**Tabel 8. Uji Anova**  
ANOVA<sup>a</sup>

| Model        | Sum of Square | df | Mean Square | F      | Sig.              |
|--------------|---------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 Regression | 110.302       | 4  | 27.576      | 12.385 | .000 <sup>b</sup> |
| Residual     | 189.253       | 85 | 2.227       |        |                   |
| Total        | 299.556       | 89 |             |        |                   |

a. Dependent Variable: berkunjung

b. Predictors: (Constant), keunggulan, manfaat, karakteristik, gambaran

Sumber: SPSS 24 for windows

Dari table diatas , diperoleh nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dengan menggunakan taraf nyata ( $\alpha$ ) 5% (0,05) dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima pada taraf nyata tersebut. Hal ini memberikan kesimpulan bahwa ada pengaruh atara variabel karakteristik, manfaat perjalanan, gambaran perjalanan, dan keunggulan secara simultan terhadap keputusan berkunjung wisata ke Taman Nasional Gunung Merbabu. Hal ini sesuai penelitian dari Wirakusuma (2014) bahwa ada pengaruh secara simultan antara variabel Analisis Karakteristik Wisatawan Mancanegara terhadap Fasilitas Wisata Kawasan Prawirotaman.

Menurut Yoeti (2013) Pariwisata adalah kegiatan yang di lakukan sementara waktu dan di selenggarakan dari satu tempat ketempat lain dengan maksud untuk mencari rekreasi dan hiburan untuk memenuhi keinginan yang beranekaragam, dan bukan untuk mencari pekerjaan. Dalam kegiatan kepariwisataan ada yang disebut subyek wisata yaitu orang-orang yang melakukan perjalanan wisata dan objek wisata merupakan tujuan wisatawan.

Untuk mendapat keputusan berkunjung, wisatawan memilih obyek wisata dari keunggulan daerah tersebut serta jarak perjalanan dan usia yang di batasi dari peraturan surat izin masuk kawasan konservasi taman nasional gunung merbabu . wisatawan memanfaatkan perjalanan wisata ke gunung merbabu untuk menambah wawasan dan pengalaman selama berkunjung ke Taman Nasional Gunung Merbabu.

Karakteristik wisatawan di taman nasional gunung merbabu di lihat dari



usia karena standar usia yang diperbolehkan untuk berkunjung ke taman nasional gunung merbabu di atas usia 15 Tahun. Pendidikan mulai dari siswa atau siswi SMP, SMA dan Mahasiswa. Faktor ekonomi dan sosial dalam maksud kemampuan, agama, dan budaya yang ada di lingkungan masyarakat sekitar kawasan taman nasional gunung merbabu cukup mendukung wisatawan untuk berkunjung wisata dikarenakan masyarakat sekitar gunung merbabu sangat ramah dan membantu wisatawan jika memerlukan bantuan dan budaya di sekitar taman nasional gunung merbabu cukup beragam mulai dari pekerjaan masing-masing masyarakat, kebanyakan dari masyarakat sekitar gunung merbabu berkerja sebagai petani dan wiraswasta.

Sedangkan manfaat perjalanan di taman nasional gunung merbabu, wisatawan akan mendapatkan pengalaman baru dan menambah wawasan tentang wisata alam. Gambaran perjalanan di taman nasional gunung merbabu mengenai jarak perjalananan menuju destinasi wisata cukup mudah dan mudah dijangkau oleh pengunjung wisata. Wisatawan memilih obyek wisata dari Keunggulan daerah tujuan wisata taman nasional gunung merbabu karena gunung merbabu memiliki daya tarik pemandangan wisata yang indah sehingga wisatawan tertarik dan ngambil keputusan untuk berkunjung wisata ke taman nasional gunung merbabu.

### Uji Parsial (Uji t)

Dengan melihat output *software* SPSS pada table 7. dijelaskan pengujian masing-masing variabel secara parsial adalah sebagai berikut :

Hasil uji t untuk variabel  $X_1$  (Karakteristik Wisatawan) diperoleh nilai signifikansi 0,020 dengan menggunakan batas signifikansi 0,05 sehingga  $0,020 < 0,05$ , yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Dengan demikian maka hipotesis pertama diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa Karakteristik Wisatawan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung. Hasil ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ainul (2017) dimana Karakteristik Wisatawan ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung (Y). Menurut Matheison dan Wall dalam Syahadat (2005) mengatakan bahwa karakteristik terdiri dari berbagai unsur yaitu Unsur sosial ekonomi wisatawan, Tingkat penggunaan dan pemanfaatan objek, lama tinggal wisatawan, tujuan tinggal. Berdasarkan penjelasan diatas, karakteristik wisatawan yang diteliti dalam penelitian ini adalah dari unsur ekonomi, jumlah, lama tinggal dan tujuan tinggal wisatawan nusantara yang berkunjung ke Taman Nasional Gunung Merbabu. Para wisatawan yang datang ke Gunung Merbabu, biasanya adalah para pecinta alam yang suka melakukan pendakian. Biasanya mereka akan *camping* selama 2 hari satu malam dengan tujuan mencapai puncak gunung merbabu kemudian turun kembali ke *basecamp* pendakian selo, tujuan berwisata untuk mendapatkan pengalaman baru mencoba jalur pendakian baru dan wawasan baru mengenai kegiatan wisata alam.

Hasil uji t untuk variabel  $X_2$  (Manfaat Perjalanan) diperoleh nilai signifikansi 0,011 dengan menggunakan batas signifikansi 0,05 sehingga  $0,011 < 0,05$  yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$

diterima. Dengan demikian maka hipotesis kedua diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa Manfaat Perjalanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung. Hasil ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Suherlan (2014) Nilai signifikansi  $t$  variabel Manfaat Perjalanan terhadap Keputusan Berkunjung Wisata sebesar 0,011 sehingga terbukti variabel manfaat perjalanan ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung ( $Y$ ). Menurut Sirait, Sudiyani dan Hadad (1997) kesadaran akan manfaat perjalanan adalah tentang apa yang akan dilihat, dikunjungi, dilakukan, dan dinikmati. Dalam kata lain dapat disimpulkan, bahwa manfaat dari suatu perjalanan adalah agar wisatawan dapat memilih suatu program perjalanan yang disesuaikan dengan waktu dan motivasinya. Para wisatawan yang berkunjung wisata ke gunung merbabu akan mencari informasi terlebih dahulu mengenai lokasi yang akan dituju kemudian mengambil keputusan untuk berkunjung wisata sesuai dengan keinginan dan motivasi kunjungannya.

Hasil uji  $t$  untuk variabel  $X_3$  (Gambaran Perjalanan) diperoleh nilai signifikansi 0,043 dengan menggunakan batas signifikansi 0,05 sehingga  $0,043 < 0,05$  yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Dengan demikian maka hipotesis ketiga diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa Gambaran Perjalanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung. Hasil ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Seyldov (2016) Nilai signifikansi  $t$  variabel Gambaran Perjalanan terhadap Keputusan Berkunjung sebesar 0,430 sehingga terbukti variabel Gambaran Perjalanan ( $X_3$ )

berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung ( $Y$ ). Sama halnya seperti pendapat Menurut Pitana dan Gayatri (2005) Gambaran Perjalanan Pariwisata merupakan deskripsi dari meliputi jarak, lama tinggal di daerah tujuan wisata tersebut, kendala waktu dan biaya, bayangan akan resiko dalam perjalanan, ketidakpastian, dan juga tingkat kepercayaan terhadap jasa perjalanan wisata tersebut sehingga wisatawan merasa nyaman serta aman di lokasi destinasi wisata tersebut. Taman Nasional Gunung Merbabu memberikan jalur menuju lokasi wisata yang jelas dengan jarak yang cukup mudah di jangkau sehingga wisatawan dapat dengan mudah melalui perjalanannya dengan aman. Tetapi, ada pula resiko dalam perjalanan seperti cedera, kelelahan ataupun kedinginan (*hypothermia*) selama perjalanan wisata. Taman Nasional Gunung Merbabu juga menyediakan Shelter kecil di setiap pos peristirahatan untuk wisatawan beristirahat sejenak sebelum melanjutkan perjalanan ke Pos selanjutnya.

Hasil uji  $t$  untuk variabel  $X_4$  (Keunggulan Daerah Tujuan Wisata) diperoleh nilai signifikansi 0,000 dengan menggunakan batas signifikansi 0,05 sehingga  $0,000 < 0,05$  yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Dengan demikian maka hipotesis ketiga diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa Keunggulan Daerah Tujuan Wisata berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung. Hasil ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Wirakusuma (2014) Nilai signifikansi  $t$  variabel Keunggulan Daerah Tujuan Wisata terhadap Keputusan Berkunjung sebesar 0,000 sehingga terbukti variabel Keunggulan Daerah Tujuan Wisata ( $X_4$ )

terhadap Keputusan Berkunjung (Y). Menurut Hadinoto dalam Wirakusuma (2014) adalah suatu kawasan spesifik yang dipilih oleh seorang pengunjung dimana ia dapat tinggal selama waktu tertentu, sedangkan menurut pengertian umum dari daerah tujuan wisata adalah sebuah tempat dan atau kawasan yang dapat memenuhi permintaan dan keinginan wisatawan untuk tinggal / berkunjung. Jadi, bisa disimpulkan bahwa daerah tujuan wisata merupakan tempat dimana segala kegiatan pariwisata bisa dilakukan dengan tersedianya segala fasilitas dan atraksi wisata untuk wisatawan. Dalam mendukung

keberadaan daerah tujuan wisata perlu ada unsur pokok yang harus mendapat perhatian agar wisatawan dapat tenang, aman dan nyaman didalam berkunjung. Unsur pokok tersebut adalah objek dan daya tarik wisata, prasarana wisata, sarana wisata, tata laksana/infrastruktur dan masyarakat dan lingkungan tersebut. Obyek wisata di gunung merbabu dengan pemandangan yang indah sehingga menarik wisatawan untuk berkunjung wisata, sarana dan prasana yang cukup memadai, serta sikap dan perilaku masyarakat sekitar kawasan gunung merbabu sangat baik dan ramah terhadap wisatawan yang berkunjung wisata

### Analisis Korelasi (r) dan Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Tabel 9. Korelasi & Determinasi

| variabel             | r parsial | kategori    | Koefisien Determinasi (%) | r tabel | kesimpulan |
|----------------------|-----------|-------------|---------------------------|---------|------------|
| karakteristik        | 0.250     | lemah       | 6.25                      | 0,207   | Nyata      |
| manfaat              | 0.272     | lemah       | 7.42                      | 0,207   | Nyata      |
| gambaran             | 0.217     | lemah       | 4.72                      | 0,207   | Nyata      |
| keunggulan           | 0.386     | lemah       | 14.90                     | 0,207   | Nyata      |
| Keputusan berkunjung | 0.607     | sangat kuat | 36.84                     | 0,207   | Nyata      |

Sumber : SPSS 24 for windows

Berdasarkan hasil analisis tabel 9. pada koefisien korelasi dan koefisien determinasi antara masing – masing variabel secara parsial maupun secara simultan ditemukan nilai koefisien korelasi parsial variabel Karakteristik Wisatawan dengan Keputusan Berkunjung adalah 0,250 artinya ada hubungan yang nyata tetapi kategori lemah. Hal ini disebabkan pada pernyataan “Taman Nasional Gunung Merbabu memiliki peraturan mengenai standar usia yang diperbolehkan untuk berkunjung ” sebanyak 10 responden dengan frekuensi 11,11% responden me-

rasa tidak setuju dengan pernyataan tersebut, hal ini dikarenakan beberapa respon tidak setuju dengan adanya standar usia yang diperbolehkan untuk melakukan kunjungan wisata mendaki gunung merbabu. Kemudian 2,222% responden memilih tidak setuju pada pernyataan “Pengunjung yang berwisata ke gunung merbabu dari berbagai daerah baik wisatawan lokal maupun mancanegara”. Hal ini di karenakan responden berpendapat bahwa yang berkunjung ke taman nasional gunung merbabu kebanyakan wisatawan lokal saja.

Kemudian sebanyak 2,222% memilih tidak setuju pada pernyataan “Saya mendapatkan banyak pengalaman mengenai wisata alam dan budaya sekitar kawasan gunung merbabu”. Hal ini dikarenakan tidak semua wisatawan yang menyukai wisata alam ada juga yang hanya ingin berwisata saja. Kemudian sebanyak 3,333% memilih tidak setuju pada pernyataan “Saya berkunjung ke gunung merbabu untuk liburan, relaksasi dan melepas kejenuhan aktivitas bekerja (refreshing)”. Hal ini sebabkan karena tidak semua wisatawan menyukai wisata alam bisa saja karena unsur keinginan berkunjung wisata dan memenuhi rasa keingintahuan berkunjung wisata ke gunung merbabu

Nilai koefisien determinasi variabel karakteristik wisatawan sebesar 6,25% memberi arti adanya karakteristik wisatawan yang didapatkan dari keputusan berkunjung di Taman Nasional Gunung Merbabu secara parsial adalah 6,25%. Sesuai Menurut Matheison dan Wall dalam Pitana dan Gayatri (2005) mengatakan bahwa karakteristik terdiri dari berbagai unsur yaitu, unsur sosial ekonomi wisatawan, tingkat penggunaan dan pemanfaatan objek, lama tinggal wisatawan, dan tujuan tinggal. Berdasarkan penjelasan diatas, karakteristik wisatawan yang diteliti dalam penelitian ini adalah dari unsur ekonomi, jumlah, lama tinggal dan tujuan tinggal wisatawan.

Nilai koefisien korelasi parsial variabel Manfaat Perjalanan dengan keputusan berkunjung adalah sebesar 0,272 artinya ada hubungan yang nyata dan masuk dalam kategori lemah. Hal ini di sebabkan pada pernyataan “Saya memilih

gunung merbabu sebagai obyek wisata yang ingin saya kunjungi atas referensi dari teman-teman saya”. Sebanyak 3,333% memilih tidak setuju. Hal ini dikarenakan tidak banyak dari wisatawan selalu mencari informasi terlebih dahulu sebelum berkunjung wisata. Kemudian sebanyak 1,111 memilih tidak setuju pada pernyataan “Saya berkunjung ke gunung merbabu setelah saya mendapatkan informasi dari media sosial”. Hal ini dikarenakan responden mengatakan bahwa dating berkunjung karena faktor rasa penasaran dan keinginan untuk sekedar berkunjung saja. Kemudian sebanyak 3,333% memilih tidak setuju pada pernyataan “Gunung merbabu memiliki daya tarik obyek wisata yang membuat banyak wisatawan ingin melakukan kunjungan wisata” dikarenakan beberapa responden tidak berkesempatan melihat indahnya pemandangan wisata alam gunung merbabu dikarenakan kelelahan. Kemudian sebanyak 2,222% memilih tidak setuju pada pernyataan “Gunung merbabu memiliki pemandangan alam yang sangat indah yang mendorong wisatawan untuk berkunjung wisata”. Hal ini dikarenakan responden tidak berhasil hingga puncak merbabu sehingga tidak bisa melihat indahnya pemandangan yang dimiliki gunung merbabu. Kemudian sebanyak 6,667% memilih tidak setuju pada pernyataan “Saya berkunjung ke gunung merbabu karena saya percaya akan keamanan selama melakukan perjalanan wisata di Gunung Merbabu”. Hal ini dikarenakan beberapa responden tidak yakin terhadap keamanan yang ada di gunung merbabu. Kemudian sebanyak 3,333% memilih tidak setuju pada pernyataan “Gunung merbabu memiliki akses jalur menuju lokasi wisata yang

cukup mudah dijangkau oleh pengunjung wisata”. Hal ini dikarenakan responden merasa jalur yang disediakan begitu sulit dan jauh. Kemudian sebanyak 1,111% memilih tidak setuju pada pernyataan “Berkunjung ke gunung merbabu dapat melatih kebugaran tubuh dan bermanfaat bagi kesehatan”. Hal ini dikarenakan responden berkunjung wisata untuk liburan dan mencari suasana baru.

Nilai koefisien determinasi variabel Manfaat Perjalanan Langsung dengan Keputusan Berkunjung adalah sebesar 7,42% dapat diartikan adanya manfaat perjalanan yang didapatkan dari keputusan berkunjung wisata di Taman Nasional Gunung Merbabu secara parsial adalah 7,42%. Hasil ini Menurut Sirait, Sudiyani dan Hadad (1997) kesadaran akan manfaat perjalanan adalah tentang apa yang akan dilihat, dikunjungi, dilakukan, dan dinikmati. Dalam kata lain dapat disimpulkan, bahwa manfaat dari suatu perjalanan adalah agar wisatawan dapat memilih suatu program perjalanan yang disesuaikan dengan waktu dan motivasinya.

Nilai koefisien korelasi parsial variabel Gambaran Perjalanan dengan Keputusan Berkunjung adalah sebesar 0,217 artinya ada hubungan yang nyata dan masuk dalam kategori lemah. Hal ini disebabkan pada pernyataan “Jalur pendakian gunung merbabu mudah dijangkau” sebanyak 11,11% memilih tidak setuju karena responden merasa bahwa jalur gunung merbabu sulit dijangkau. Kemudian sebanyak 1,111% memilih tidak setuju pada pernyataan “Paket tour gunung merbabu dengan harga yang relative terjangkau”. Hal ini dikarenakan

responden merasa bahwa harga paket wisata gunung merbabu tidak terjangkau.

Hal ini berarti gambaran perjalanan berpengaruh terhadap keputusan berkunjung namun lemah karena dalam variabel gambaran perjalanan jalur pendakian yang disediakan kurang memadai sehingga berpengaruh kepada keputusan berkunjung. Nilai koefisien determinasi variabel Gambaran Perjalanan dengan Keputusan Berkunjung adalah sebesar 4,72% dapat diartikan adanya Gambaran Perjalanan yang didapatkan keputusan berkunjung di taman nasional gunung merbabu secara parsial adalah 4,72%. Hasil ini sesuai dengan pendapat Pitana dan Gayatri (2005) Gambaran Perjalanan Pariwisata merupakan deskripsi yang meliputi jarak, lama tinggal di daerah tujuan wisata tersebut, kendala waktu dan biaya, bayangan akan resiko dalam perjalanan, ketidakpastian, dan juga tingkat kepercayaan terhadap jasa perjalanan wisata tersebut sehingga wisatawan merasa nyaman serta aman di lokasi destinasi wisata tersebut.

Nilai koefisien korelasi parsial variabel Keunggulan Daerah Tujuan Wisata dengan Keputusan Berkunjung adalah sebesar 0,386 artinya ada hubungan yang nyata dan masuk dalam kategori lemah. Hal ini disebabkan pada pernyataan “Taman Nasional Gunung Merbabu memiliki jalur favorite yaitu jalur selo.” Sebanyak 11,11% responden memilih tidak setuju karena, wisatawan berpendapat bahwa jalur pendakian selo terjal dan sulit di lewati. Karena dari hasil sebagian responden jalur pendakian merbabu via selo belum dapat di katakan sebagai salah satu jalur favorite pengunjung karena masih banyak

pengunjung lain yang memilih jalur lain di antaranya jalur wekas, cuntel, thekelan atau suwantiing.

Hal ini disebabkan pada pernyataan “Jalur pendakian TNGM mudah dijangkau” sebanyak 11,11% memilih tidak setuju karena beberapa responden merasa Nilai koefisien determinasi variabel Keunggulan Daerah Tujuan Wisata dengan Keputusan Berkunjung adalah sebesar 14,90% dapat diartikan adanya Keunggulan Daerah Tujuan Wisata yang didapatkan keputusan berkunjung di taman nasional gunung merbabu secara parsial adalah 14,90%. Menurut Hadinoto dalam Wirakusuma (2014) adalah suatu kawasan spesifik yang dipilih oleh seorang pengunjung dimana ia dapat tinggal selama waktu tertentu, sedangkan menurut pengertian umum dari daerah tujuan wisata adalah sebuah tempat dan atau kawasan yang dapat memenuhi permintaan dan keinginan wisatawan untuk tinggal/berkunjung. Jadi, bisa disimpulkan bahwa daerah tujuan wisata merupakan tempat dimana segala kegiatan pariwisata bisa dilakukan dengan tersedianya segala fasilitas dan atraksi wisata untuk wisatawan. Dalam mendukung keberadaan daerah tujuan wisata perlu ada unsur pokok yang harus mendapat perhatian agar wisatawan dapat tenang, aman dan nyaman di dalam berkunjung. Unsur pokok tersebut adalah objek dan daya tarik wisata, prasarana wisata, sarana wisata, tata laksana/infrastruktur dan masyarakat dan lingkungan tersebut.

Selanjutnya dari tabel 9. memberikan informasi nilai koefisien korelasi secara simultan (bersamaan) adalah 0,607 artinya ada hubungan yang nyata dengan kategori sangat kuat antara variable Karakteristik Wisatawan, Manfaat

Perjalanan, Gambaran Perjalanan, Keunggulan Daerah Tujuan Wisata dan Keputusan Berkunjung Wisata di Taman Nasional Gunung Merbabu. Kemampuan keempat variabel independen (Karakteristik Wisatawan, Manfaat Perjalanan, Gambaran Perjalanan, Keunggulan Daerah Tujuan Wisata) dalam menjelaskan keragaman variabel dependen (Keputusan berkunjung) adalah 36,84%.

Hal ini menunjukkan bahwa presentase pengaruh variabel bebas (Karakteristik Wisatawan, Manfaat Perjalanan, Gambaran Perjalanan, Keunggulan Daerah Tujuan Wisata) yang digunakan dalam model mampu menjelaskan sebesar 36,84% variasi variabel dependen (Keputusan Berkunjung). Sedangkan sisanya 63,16% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak tercantum dalam model penelitian ini yaitu karakteristik ekonomi dan sosial, pengetahuan mengenai destinasi, jarak lama tinggal, sifat atraksi, kualitas layanan dan aksesibilitas. Hasil ini sesuai dengan pendapat Pitana dan Gayatri (2005) Sebelum melakukan perjalanan wisata, seorang calon wisatawan terlebih dahulu melakukan sebuah proses mental, untuk sampai pada keputusan, menyangkut kapan akan melakukan perjalanan, berapa lama, kemana, dengan cara bagaimana dan seterusnya. Proses pengambilan keputusan ini sangat penting artinya bagi pembangunan pariwisata, terkait dengan berbagai fakta yang mempengaruhi keputusan, dan faktor-faktor ini dapat dipengaruhi dalam proses pemasaran pariwisata.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, maka

dapat diambil kesimpulan dari penelitian sebagai berikut :

1. Variabel Karakteristik secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisata dengan kontribusi sebesar 06,25%.
2. Pada variabel Manfaat perjalanan dapat diketahui bahwa Manfaat Perjalanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisata dengan kontribusi sebesar 07,42%
3. Variabel Gambaran Perjalanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisata dengan kontribusi sebesar 04,72%
4. Variabel Keunggulan Daerah Tujuan Wisata secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisata dengan kontribusi sebesar 14,90%
5. Dari hasil pembahasan ditemukan secara simultan atau bersama-sama variabel karakteristik wisatawan, manfaat perjalanan, gambaran perjalanan, keunggulan daerah tujuan wisata berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung wisata sebesar 36,84% sisanya 63,16% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## Saran

Berdasarkan pada kesimpulan yang berkaitan dengan penelitian ini, maka penulis mempunyai beberapa saran, antara lain :

1. Taman Nasional Gunung Merbabu di harapkan agar lebih di displinkan lagi dalam peraturan syarat dan ketentuan sebelum mengunjungi wisata alam di taman nasional gunung merbabu.

2. Taman Nasional Gunung Merbabu di harapkan agar lebih menjaga keamanan sekitar kawasan taman nasional gunung merbabu agar pengunjung lebih merasa nyaman dan aman.
3. Untuk kedepannya semoga dapat membantu pendapatan ekonomi untuk masyarakat sekitar Taman Nasional Gunung Merbabu dengan di adakannya jasa porter dan guide lebih untuk disetiap basecamp pendakian terutama selo.
4. Kedepannya untuk website resmi Taman Nasioal Gunung Merbabu agar terus memberikan informasi yang lengkap untuk calon wisatawan sebelum berkunjung ke Taman Nasional Gunung Merbabu

## DAFTAR PUSTAKA

- Ainul, Syakir. 2017. Pengaruh Atraksi Wisata Dan Motivasi Wisatawan Terhadap *Keputusan Berkunjung Wisata* Kawah Ijen. Fakultas Ilmu Administrasi: Universitas Brawijaya.
- Cintya, Ratna Putri. 2012. Pengaruh *Citra Destinasi*, Fasilitas Wisata dan *Experiential Marketing* terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pengunjung Domestik Taman Wisata Candi Borobudur. Usaha Perjalanan Wisata: Yogyakarta.
- Direktorat Jendral Pariwisata. 1995. *Panduan Wisata Remaja*. Jakarta: Departemen Pariwisata, Pos Dan Telekomunikasi.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan IBM SPSS 23*. Semarang: BPFE Universitas Diponegoro.
- Hadiwijoyo, Sakti Suryo. 2012. *Perencanaan Pariwisata Perdesaan*

- Berbasis Masyarakat*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Judisseno, Rismky K. 2017. *Aktivitas dan Kompleksitas Kepariwisata*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Latan, Hengky & Selva Temalagi. 2013. *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 2.0*. Bandung: ALFABETA
- Nuriata, S.E. 2014. *Paket Wisata*. Bandung: ALFABETA
- Pitana, Prof. DR. IGde & Gayatri, Ir. Putu G, M.Si. 2005. *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta : Andi.
- Seyldov, Javid, 2016. *Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Wisatawan Lokal Pengambilan Keputusan Dalam Memilih Tujuan Wisata*. Lithuania: Vilnius University.
- Sinaga, Endang Komesty & Utomo, Bambang Sapto. 2012. *Kualitas Pelayanan Pemanduan*. Bandung: Angkasa.
- Singarimbun, Masri. 1989. *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: LP3ES
- Sirait, MT BBA, Sudiyani, Dra, & Hadad Wahyu. 1997. *Perencanaan Pengoperasian Perjalanan Wisata*. Jakarta
- Suherlan Ade. 2014. *Analisis Karakteristik, Perilaku, Dan Motivasi Perjalanan Wisatawan Asal Sulawesi Utara Ke Jakarta*. UIN Syarif Hidayatullah: Jakarta
- Sunyoto, Danang. 2009. *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis*. Yogyakarta: Medpress.
- Suryadana, M Liga & Octavia Vanny. 2015. *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Bandung : ALFABETA CV
- Syahadat Epi. 2005. *Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Kunjungan Ke Taman Nasional Gunung Gede Pangrango*. Usaha Perjalanan Wisata: Bogor.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Service Management*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wirakusuma, Reiza Miftah, 2017. *Analisis Karakter Wisatawan Mancanegara terhadap Fasilitas Wisata Kawasan Prawirotaman*. Akademi Pariwisata: Bandung.
- Yoeti, Oka A. 2013. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.