

PENGARUH LOKASI, FASILITAS, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG PADA WISATA GOA MARGO TRESNO

Cerdas Dwi Saputra^{1*}, Rino Sardanto²

^{1),2)} Universitas Nusantara PGRI Kediri, Jl. KH. Ahmad Dahlan No.76, Kec. Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur

cerdasdwi2@gmail.com*

Informasi Artikel

Tanggal Masuk : 24/6/2025

Tanggal Revisi : 2/7/2025

Tanggal Diterima : 7/7/2025

Abstract

This study aims to analyze the influence of location, facilities, and service quality on the decision to visit Goa Margo Tresno, both partially and simultaneously. The theories used in this study are the theories of location, facilities, and service quality. The research method employed is quantitative. The population in this study consists of visitors to Goa Margo Tresno. A sample of 40 respondents was selected using a non-probability sampling technique with an accidental sampling approach. The analytical tool used is multiple regression analysis with SPSS 25 software. The t-test results indicate that, partially, location and facilities do not have a significant effect, whereas service quality has a significant effect on the decision to visit. The regression analysis shows that the variables of location, facilities, and service quality have a positive influence on the decision to visit. The coefficient of determination test shows that 42.8% of visitors' decisions to visit Goa Margo Tresno are influenced by location, facilities, and service quality, while the remaining 57.2% are influenced by other variables not examined in this study.

Keywords: Location, Facilities, Service Quality, Decision To Visit

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh lokasi, fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap keputusan berkunjung pada wisata Goa Margo Tresno secara parsial dan simultan. Teori yang digunakan pada penelitian adalah teori lokasi, fasilitas, dan kualitas pelayanan. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung wisata Goa Margo Tresno. Sampel yang digunakan sebanyak 40 responden, menggunakan teknik non probability sampling dengan pendekatan accidental sampling. Alat analisis menggunakan regresi berganda dengan software SPSS 25. Hasil uji t menunjukkan secara parsial lokasi dan fasilitas tidak berpengaruh signifikan, sedangkan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Analisis regresi menunjukkan variabel lokasi, fasilitas, kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap variabel keputusan berkunjung. Uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa 42,8% keputusan berkunjung wisatawan di Goa Margo Tresno dipengaruhi oleh lokasi, fasilitas, dan kualitas pelayanan. Sedangkan sisanya 57,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Lokasi, Fasilitas, Kualitas Pelayanan, Keputusan Berkunjung

PENDAHULUAN

Provinsi Jawa Timur yang merupakan salah satu provinsi di Indonesia juga memiliki banyak sekali tempat-tempat pariwisata yang bagus dan tidak kalah menarik dengan provinsi yang lain. Pariwisata di Jawa Timur, khususnya di daerah Kediri, Blitar, Tulungagung, Nganjuk menawarkan berbagai destinasi menarik yang menggabungkan keindahan alam, sejarah, dan budaya lokal. Kediri misalnya memiliki berbagai tempat ikonik, termasuk Monumen Simpang Lima Gumul yang terkenal atas kepopulerannya mirip The Arc de Triomphe Paris. Di Blitar, wisatawan bisa mengunjungi makam Presiden Soekarno, serta menikmati keindahan alam pegunungan dan pantai yang eksotis. Sementara itu, Tulungagung memiliki daya tarik wisata alam yang menakjubkan, seperti pantai-pantai dan bukit-bukit hijau di sekitarnya, terlebih lagi sekarang sudah ada Jalur Lintas Selatan (JLS) yang dibangun melewati pantai yang indah nan cantik.

Sementara itu Nganjuk dikenal dengan wisata alam seperti air terjun Sedudo beserta pemandangan hijau di kawasan pegunungan Wilis dan Goa Margo Tresno kecamatan Ngluyu yang terkenal akan sejarah, alam, dan kepercayaan lokalnya. Keempat daerah ini juga kaya akan tradisi dan kuliner khas yang memperkaya pengalaman wisatawan, menjadikan Jawa Timur sebagai destinasi yang menarik dan penuh pesona. Kabupaten Nganjuk sebagai salah satu daerah di Provinsi Jawa Timur yang memiliki potensi wisata cukup banyak dengan prospek ke depan sangat menjanjikan. Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan pihak Dinas Kepemudaan, Olahraga, Kebudayaan, dan Pariwisata (DISPORABUDPAR) Kabupaten Nganjuk ada beberapa objek wisata yang dikelola (yang ada tiket retribusinya) antara lain wisata alam Air Terjun Sedudo, Roro kuning, Taman Rekreasi Anjuk

Ladang (TRAL), Sri Tanjung Wisata Tirta dan Goa Margo Tresno. Berikut ini data jumlah kunjungan wisatawan ke obyek wisata kabupaten Nganjuk:

Table 1. Data Kunjungan Wisata Kabupaten Nganjuk

NO	Lokasi / Obyek Wisata	Jumlah Kunjungan Wisatawan				Jumlah
		2021	2022	2023	2024	
1	Goa Margo Tresno	5040	8288	7999	3496	24.823
2	Air Terjun Sedudo	24573	33143	40193	31673	129.582
3	Roro Kuning	9703	16704	17780	9806	53.993
4	Taman Rekreasi Anjuk ladang	8407	23276	10347	9342	51.372
5	Sri Tanjung Wisata Tirta	24024	34265	37961	33517	129.767
Jumlah Total		71747	115676	114280	87834	389.537

Sumber: DISPORABUDPAR kabupaten Nganjuk, 2024

Berdasarkan data tersebut dapat dilihat bahwa wisata Goa Margo Tresno memiliki jumlah kunjungan wisatawan yang paling sedikit dibandingkan jumlah kunjungan wisatawan objek wisata lainnya. Hal ini dapat disebabkan karena kurangnya peran pemerintah dalam pengelolaannya. Pemerintah memiliki peran penting dalam menciptakan lingkungan yang mendukung pariwisata, baik melalui kebijakan fiskal, peraturan, maupun penyediaan fasilitas yang memadai [1]. Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang pariwisata menjelaskan peran pemerintah daerah dalam peningkatan potensi pariwisata yaitu, memfasilitasi, mendorong penanaman modal, pengembangan pariwisata, mengelola pariwisata, dan mengalokasikan anggaran untuk peningkatan potensi pariwisata.

Goa Margo Tresno merupakan objek wisata yang berada di dusun Cabean, desa Sugihwaras, kecamatan Ngluyu. Terletak di kawasan hutan lindung dengan jarak tempuh terbilang jauh sekitar 30 km dari pusat kota. Lokasinya yang terpencil dan berada di area perbukitan dengan akses jalan yang menanjak dan berliku memberikan suasana yang sejuk dan alami. Destinasi wisata Goa Margo tresno ini berupa Goa Margo Tresno, kolam renang Margo Mulyo, dan sumber alami yang biasa disebut sumber ubalan. Selain itu, sumber air alami ini juga dimanfaatkan untuk kolam renang, irigasi persawahan, serta kebutuhan konsumsi masyarakat sekitar.

Meskipun memiliki potensi alam yang menarik, fasilitas yang tersedia di Goa Margo Tresno masih tergolong terbatas dan kurang terawat. Seperti tidak tersedia pusat informasi pada sekitar kawasan wisata, fasilitas pendukung pada kolam renang (seluncuran air/*waterslide*, ruang ganti, dan kondisi toilet yang kebersihannya kurang terawat), dan kebersihan sekitar kawasan wisata yang kurang diperhatikan. Namun, fasilitas umum seperti toilet, gazebo, dan warung makan tersedia pada kawasan wisata Goa Margo Tresno. Selain itu, kualitas pelayanan terhadap wisatawan juga masih terbilang kurang baik, khususnya dalam hal proses pelayanan administrasi memasuki wisata dan respon staf dalam melayani kebutuhan atau keluhan pengunjung wisata. Hal ini menunjukkan perlunya peningkatan kualitas fasilitas dan layanan guna mendukung kenyamanan wisatawan serta pengelolaan kawasan yang lebih baik.

Kurangnya kualitas pelayanan yang baik, fasilitas pendukung yang terbatas, lokasi dan akses jalan menuju wisata yang terbilang kurang baik, serta minimnya upaya pemerintah dalam mengelola pariwisata, membuat wisatawan mempertimbangkan hal tersebut sebelum menentukan keputusan berkunjung. Keputusan berkunjung sebagai proses yang mirip dengan keputusan pembelian, yang melibatkan tahapan: mengenali kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian [2]. Dalam konteks pariwisata, ini berarti wisatawan melalui proses serupa sebelum memutuskan untuk mengunjungi suatu destinasi. Ini menunjukkan bahwa berkunjung tidak hanya sekadar perjalanan fisik, tetapi juga melibatkan sebuah pertimbangan sebelum melakukan kunjungan wisata. Pertimbangan yang baik dari segi tujuan, manfaat, maupun dampaknya ini sangat penting dilakukan sebelum memutuskan untuk berkunjung.

Ahli mengatakan keputusan pembelian oleh konsumen merupakan bagian dari perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka [2]. Dalam menentukan keputusan berkunjung pada tempat wisata, biasanya wisatawan selalu dipengaruhi oleh beberapa faktor. Seperti hasil penelitian yang pernah dilakukan bahwa lokasi, kualitas pelayanan, fasilitas dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung [3]. Dan penelitian lainnya menyatakan bahwa lokasi, promosi, dan fasilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan untuk berkunjung ke objek wisata Pantai Blado Munjungan [4].

Faktor yang mempengaruhi keputusan berkunjung yang pertama adalah lokasi, lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen [5]. Pendapat lainnya menyatakan bahwa lokasi adalah tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya [6]. Dalam objek penelitian ini karena lokasi yang terbilang kurang strategis dan akses menuju lokasi wisata terbilang kurang bagus, hal ini yang mungkin menjadi pertimbangan para wisatawan jika ingin memutuskan untuk berkunjung ke Goa Margo Tresno. Berdasarkan dengan hasil penelitian terdahulu lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung, artinya semakin baik lokasi obyek wisata, maka akan semakin tinggi pula peningkatan keputusan berkunjung [7]. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung ke Snowbay waterpark TMII. Dengan demikian semakin baik lokasi wisatanya maka semakin meningkat keputusan berkunjung wisatawan untuk datang ke Snowbay waterpark TMII [8]. Penelitian lainnya juga menyatakan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Coffeshop Feodal & Roastery Kota Kediri [9]. Lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada CV. Nagha Asmara [10].

Faktor yang mempengaruhi keputusan berkunjung selanjutnya adalah fasilitas. Fasilitas merupakan sarana maupun prasarana yang penting dalam usaha meningkatkan kepuasan seperti memberi kemudahan, memenuhi kebutuhan dan kenyamanan bagi pengguna jasa. Menurut ahli fasilitas sebagai segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen. Fasilitas dapat berupa bangunan, peralatan, dan perlengkapan lainnya yang memungkinkan konsumen untuk menggunakan jasa dengan lebih mudah dan nyaman [2]. Fasilitas merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan, dimana dengan adanya fasilitas dapat membuat wisatawan merasa nyaman saat melakukan aktivitas wisata.

Fasilitas berperan besar dalam mengembangkan pariwisata khususnya daya tarik wisatawan, dengan adanya fasilitas yang baik dan lengkap maka akan membawa nilai tambah bagi tempat objek wisata dan meningkatkan peluang bagi wisatawan untuk memutuskan berkunjung. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu fasilitas memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap keputusan berkunjung ke objek wisata Pantai Blado Munjungan [4]. Berdasarkan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh terhadap keputusan berkunjung, maka dari itu pihak manajemen tempat wisata Goa Margo Tresno sebaiknya memaksimalkan atau meningkatkan aspek fasilitas yang ada. Hal ini juga didukung hasil penelitian dari penelitian terdahulu bahwa terdapat pengaruh signifikan antara fasilitas terhadap keputusan berkunjung ke objek wisata Bukit Khayangan Kota Sungai Penuh [11]. Hasil penelitian lainnya juga menyebutkan terdapat pengaruh signifikan antara fasilitas terhadap kepuasan pengunjung Kolam Renang Tirtayasa Kediri [12]. Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko madu honey di kampung madu desa bringin pare [13].

Dalam memutuskan berkunjung pada sebuah wisata konsumen juga mempertimbangkan faktor kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan pariwisata adalah tindakan atau perbuatan seorang atau organisasi bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan ataupun karyawan [14]. Kualitas pelayanan adalah kelengkapan fitur suatu produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memberikan kepuasan terhadap suatu kebutuhan. Dalam konteks penelitian ini kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak wisata Goa Margo Tresno terhadap wisatawan ini terbilang kurang baik [2].

Sebagai salah satu faktor yang memiliki pengaruh besar terhadap keputusan konsumen untuk berkunjung ke suatu tempat kualitas pelayanan perlu diperhatikan, pelayanan yang baik tidak hanya dilihat dari seberapa cepat pelayanan diberikan, tetapi juga dari seberapa profesional dan staf yang ramah dalam menangani kebutuhan atau keluhan konsumen. Dalam sebuah studi menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Artinya semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh pengelola obyek wisata, maka akan semakin tinggi pula peningkatan keputusan berkunjung [7]. Hasil penelitian lainnya juga menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian [15]. Oleh karena itu, pihak pariwisata perlu fokus pada peningkatan kualitas pelayanan dengan memberikan pelatihan rutin kepada karyawan, mendengarkan masukan dari pelanggan, serta terus berinovasi untuk memenuhi harapan mereka.

Peneliti tertarik meneliti wisata Goa Margo Tresno karena terdapat fenomena jumlah kunjungan wisata yang lebih rendah dibandingkan dengan destinasi wisata lain yang dikelola oleh DISPORABUDPAR kabupaten Nganjuk. Dalam penelitian sebelumnya cenderung membahas bagaimana peran DISPORABUDPAR dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di kabupaten Nganjuk [16]. Sedangkan dalam penelitian ini cenderung

membahas adakah pengaruh antara faktor lokasi, fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap keputusan berkunjung pada wisata Goa Margo Tresno.

Meskipun objek wisata Goa Margo tresno memiliki potensi besar seperti keindahan alam, namun fasilitas yang kurang memadai, lokasi atau akses yang kurang strategis dan kondisi akses jalan kurang bagus, dan kualitas pelayanan yang kurang baik, dapat mempengaruhi jumlah pengunjung yang datang. Kondisi ini menimbulkan pertanyaan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi rendahnya kunjungan wisatawan. Dengan meneliti fenomena ini, peneliti berharap dapat mengidentifikasi hambatan yang ada serta memberikan masukan kepada pengelola wisata untuk meningkatkan kunjungan wisata di destinasi tersebut. Masalah-masalah ini menjadi gap penelitian yang menarik untuk dikaji lebih lanjut, khususnya dalam mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan berkunjung pada wisata Goa Margo Tresno.

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan, maka peneliti mengajukan judul penelitian “Pengaruh Lokasi, Fasilitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Wisata Goa Margo Tresno Kecamatan Ngluyu Kabupaten Nganjuk”.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menguji hipotesis dengan data yang diolah secara statistik menggunakan aplikasi SPSS. Dilakukan di wisata Goa Margo Tresno kecamatan Ngluyu kabupaten Nganjuk pada oktober 2024 – juni 2025. Penelitian melibatkan observasi dan pengisian kuesioner oleh 40 responden berusia 20-50 tahun yang berkunjung ke wisata Goa Margo Tresno. Sampel dipilih secara acak dengan metode Accidental Sampling. Instrumen penelitian menggunakan skala Likert dalam kuesioner tertutup, dengan uji validitas dan reliabilitas dilakukan menggunakan IBM SPSS Statistic 25. Data primer diperoleh langsung dari responden, sementara data sekunder dari dokumen, artikel, dan wawancara. Teknik pengumpulan data mencakup observasi dan kuesioner, yang selanjutnya diolah statistik untuk menguji hipotesis dan menyimpulkan hasil.

Analisis variabel dilakukan terhadap Lokasi (akses, visibilitas, dan tempat), Fasilitas (perencanaan ruang dan perlengkapan/perabotan), Kualitas Pelayanan (keandalan, ketanggapan, jaminan, dan berwujud), dan Keputusan berkunjung (tujuan wisata, jenis perjalanan, biaya, dan waktu). Metode regresi linier berganda digunakan untuk mengevaluasi pengaruh variabel independen masing-masing terhadap variabel dependen. Untuk memastikan bahwa analisis regresi valid, asumsi klasik seperti heteroskedastisitas, normalitas, linearitas dan multikolinearitas diuji. Karakteristik responden dan bagaimana jawaban kuesioner didistribusikan juga digambarkan dengan analisis deskriptif.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Dalam deskripsi variabel, variabel independen/beabas dan variabel dependen/terikat dijelaskan. Berikut ini adalah ringkasan hasil jawaban atau tanggapan responden mengenai variabel penelitian mengenai Lokasi, fasilitas, kualitas pelayanan dan keputusan berkunjung pada wisata Goa Margo Tresno kecamatan Ngluyu kabupaten Nganjuk.

Deskripsi Data Variabel Lokasi

Merujuk tanggapan atau jawaban responden memperlihatkan bahwa nilai rata-rata dari variabel lokasi (X1) yang tersusun dari indikator akses, visibilitas, dan tempat adalah 4,21, termasuk dalam kategori baik, artinya pengunjung wisata Goa Margo Tresno memiliki persepsi yang baik terhadap lokasi wisata. Penjelasan mengenai pertanyaan-pertanyaan yang terdapat dalam variabel lokasi (X1) yaitu sebagai berikut:

1. Data kuesioner mengindikasikan bahwa tanggapan responden terkait indikator akses dengan pernyataan “Selama dalam perjalanan saya merasa akses menuju lokasi wisata Goa Margo Tresno dapat dijangkau sarana transportasi dengan mudah” pada item $X_{1.1}$ adalah 15% responden menanggapi netral, 50% menanggapi setuju, dan 35% menanggapi sangat setuju.
2. Data kuesioner mengindikasikan bahwa tanggapan responden terkait indikator akses dengan pernyataan “Saya merasa dalam perjalanan menuju lokasi wisata Goa Margo Tresno terdapat layanan informasi seperti arah atau plang menuju lokasi wisata” pada item $X_{1.2}$ adalah 12,5% responden menanggapi netral, 47,5% menanggapi setuju, dan 40% menanggapi sangat setuju.
3. Data kuesioner mengindikasikan bahwa tanggapan responden terkait indikator visibilitas dengan pernyataan “Saya merasa wisata Goa Margo Tresno dapat dengan mudah dikenali, dilihat, dan diakses oleh wisatawan baik secara fisik maupun melalui media informasi” pada item $X_{1.3}$ adalah 5% responden

menjawab tidak setuju, 20% menanggapi netral, 50% menanggapi setuju, dan 25% menanggapi sangat setuju.

4. Data kuesioner mengindikasikan bahwa tanggapan responden terkait indikator visibilitas dengan pernyataan "Saya merasa informasi perjalanan menuju wisata Goa Margo Tresno mudah didapat dari berbagai sumber" pada item $X_{1.4}$ adalah 2,5% responden menanggapi tidak setuju, 25% menjawab netral, 40% menanggapi setuju, dan 32,5% menanggapi sangat setuju.
5. Data kuesioner mengindikasikan bahwa tanggapan responden terkait indikator tempat dengan pernyataan "Saya rasa lokasi wisata Goa Margo Tresno yang berada di kawasan hutan lindung dan terdapat sumber alami menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan" pada item $X_{1.5}$ adalah 10% responden menanggapi netral, 42,5% menanggapi setuju, dan 47,5% menanggapi sangat setuju.
6. Data kuesioner mengindikasikan bahwa tanggapan responden terkait indikator tempat dengan pernyataan "Saya merasa kepercayaan lokal dan sejarah pada lokasi wisata Goa Margo Tresno memiliki nilai tersendiri bagi wisatawan yang ingin belajar pada budaya lokal" pada item $X_{1.6}$ adalah 2,5% responden menanggapi netral, 47,5% menanggapi setuju, dan 50% menanggapi sangat setuju.

Deskripsi Data Variabel Fasilitas

Merujuk tanggapan atau jawaban responden memperlihatkan bahwa nilai rata-rata dari variabel fasilitas (X2) yang terdiri dari indikator perencanaan ruang dan perlengkapan/perabotan adalah 3,9, termasuk dalam kategori baik, artinya pengunjung wisata Goa Margo Tresno memiliki persepsi yang baik terhadap fasilitas wisata. Uraian terkait butir-butir pertanyaan yang termasuk pada variabel fasilitas (X2) disampaikan sebagai berikut :

1. Data kuesioner mengindikasikan bahwa tanggapan responden terkait indikator perencanaan ruang dengan pernyataan "Saya merasa perencanaan ruang seperti fasilitas, perlengkapan atau perabotan yang disediakan pihak wisata Goa Margo Tresno sangat membantu pengunjung wisata" pada item $X_{2.1}$ adalah 15% responden menanggapi netral, 67,5% menanggapi setuju, dan 17,5% menanggapi sangat setuju.
2. Data kuesioner mengindikasikan bahwa tanggapan responden terkait indikator perencanaan ruang dengan pernyataan "Saya merasa tata letak atau *lay out* ruang pada kawasan wisata Goa Margo Tresno sudah sesuai dengan jasa yang ditawarkan dan meningkatkan daya tarik wisatawan" pada item $X_{2.2}$ adalah 35% responden menanggapi netral, 50% menanggapi setuju, dan 15% menanggapi sangat setuju.
3. Data kuesioner mengindikasikan bahwa tanggapan responden terkait indikator perlengkapan/perabotan dengan pernyataan "Saya merasa semua aspek fisik atau fasilitas yang disediakan pihak wisata Goa Margo Tresno sudah mendukung dan memberikan kenyamanan serta kemudahan bagi wisatawan selama mereka melakukan aktivitas wisata" pada item $X_{2.3}$ adalah 20% responden menanggapi netral, 57,5% menanggapi setuju, dan 22,5% menanggapi sangat setuju.
4. Data kuesioner mengindikasikan bahwa tanggapan responden terkait indikator perlengkapan/perabotan dengan pernyataan "Saya merasa kondisi fasilitas (perlengkapan/perabotan) yang disediakan pihak wisata Goa Margo Tresno dalam keadaan baik" pada item $X_{2.4}$ adalah 35% responden menjawab netral, 55% menjawab setuju, dan 10% menjawab sangat setuju.

Deskripsi Data Variabel Kualitas Pelayanan

Merujuk pada tanggapan atau jawaban responden memperlihatkan bahwa nilai rata-rata dari variabel kualitas pelayanan (X3) yang terdiri dari indikator keandalan, ketanggapan, jaminan, dan berwujud adalah 3,99, termasuk dalam kategori baik, artinya pengunjung wisata mempunyai persepsi yang baik terhadap kualitas pelayanan yang disediakan pihak wisata. Uraian terkait butir-butir pertanyaan yang termasuk pada variabel kualitas pelayanan (X2) disampaikan sebagai berikut:

1. Data kuesioner mengindikasikan bahwa tanggapan responden terkait indikator keandalan (*reliability*) dengan pernyataan "Saya merasa pelayanan yang diberikan pihak wisata Goa Margo Tresno dapat diandalkan dan dipercaya oleh pengunjung wisata" pada item $X_{3.1}$ adalah 2,5% responden menanggapi tidak setuju, 15% menanggapi netral, 57,5% menanggapi setuju, dan 25% menanggapi sangat setuju.
2. Data kuesioner mengindikasikan bahwa tanggapan responden terkait indikator keandalan (*reliability*) dengan pernyataan "Saya merasa pihak wisata Goa Margo Tresno selalu konsisten dalam memberikan pelayanan kepada pengunjung wisata" pada item $X_{3.2}$ adalah 15% responden menanggapi netral, 67,5% menanggapi setuju, dan 17,5% menanggapi sangat setuju.
3. Data kuesioner mengindikasikan bahwa tanggapan responden terkait indikator ketanggapan (*responsiveness*) dengan pernyataan "Saya merasa ketanggapan pihak wisata Goa Margo Tresno dalam

- memberikan sebuah pelayanan dan mengayomi pengunjung sudah baik” pada item $X_{3.3}$ adalah 22,5% responden menanggapi netral, 57,5% menanggapi setuju, dan 20% menanggapi sangat setuju.
4. Data kuesioner mengindikasikan bahwa tanggapan responden terkait indikator ketanggapan (*responsiveness*) dengan pernyataan “Saya merasa pihak wisata Goa Margo Tresno tanggap dalam merespon keluhan dan menyelesaikan masalah pengunjung wisata” pada item $X_{3.4}$ adalah 40% responden menanggapi netral, 37,5% menanggapi setuju, dan 22,5% menanggapi sangat setuju.
 5. Data kuesioner mengindikasikan bahwa tanggapan responden terkait mengenai indikator jaminan (*assurance*) dengan pernyataan “Saya merasa pelayanan yang diberikan pihak wisata Goa Margo Tresno memberikan rasa aman dan nyaman saat melakukan kunjungan wisata” X_3 adalah 17,5% responden menanggapi netral, 55% menanggapi setuju, dan 27,5% menanggapi sangat setuju.
 6. Data kuesioner mengindikasikan bahwa tanggapan responden terkait indikator jaminan (*assurance*) dengan pernyataan “Saya merasa pihak wisata Goa Margo Tresno dapat dipercaya dalam memberikan pelayanan untuk memastikan pengalaman wisata yang aman, nyaman, dan memuaskan” pada item $X_{3.6}$ adalah 17,5% responden menanggapi netral, 57,5% menanggapi setuju, dan 25% menanggapi sangat setuju.
 7. Data kuesioner mengindikasikan bahwa tanggapan responden terkait indikator berwujud (*tangibles*) dengan pernyataan “Saya merasa kebersihan/kondisi fasilitas, penampilan staf, dan peralatan yang disediakan pihak wisata Goa Margo Tresno terbilang memadai dan sesuai dengan pelayanan yang ditawarkan” pada item $X_{3.7}$ adalah 27,5% responden menanggapi netral, 60% menanggapi setuju, dan 12,5% menanggapi sangat setuju.
 8. Data kuesioner mengindikasikan bahwa tanggapan responden terkait indikator berwujud (*tangibles*) dengan pernyataan “Saya merasa dalam memberikan sebuah pelayanan pihak wisata Goa Margo Tresno sudah terealisasi dengan baik” pada item $X_{3.8}$ adalah 17,5% responden menanggapi netral, 60% menanggapi setuju, dan 22,5% menanggapi sangat setuju.

Deskripsi Data Variabel Keputusan Berkunjung

Merujuk pada tanggapan atau jawaban responden memperlihatkan bahwa nilai rata-rata pada variabel keputusan berkunjung (Y) yang terdiri dari indikator tujuan wisata, jenis perjalanan, biaya, dan waktu adalah 4,05, termasuk dalam kategori baik, artinya pengunjung memiliki persepsi yang baik terhadap keputusan berkunjung pada wisata. Uraian terkait butir-butir pertanyaan yang termasuk pada variabel keputusan berkunjung (Y) disampaikan sebagai berikut:

1. Data kuesioner mengindikasikan bahwa tanggapan responden terkait indikator tujuan wisata dengan pernyataan “Dalam menentukan wisata Goa Margo Tresno sebagai tujuan wisata saya mempertimbangkan informasi yang saya dapat mengenai wisata dari berbagai sumber” pada item $Y_{1.1}$ adalah 10% responden menanggapi netral, 55% menanggapi setuju, dan 35% menanggapi sangat setuju.
2. Data kuesioner mengindikasikan bahwa tanggapan responden terkait indikator tujuan wisata dengan pernyataan “Saya merasa informasi mengenai wisata Goa Margo tresno mudah didapat melalui berbagai sumber seperti website, google map, sosial media dan sebagainya” pada item $Y_{1.2}$ adalah 10% responden menanggapi netral, 42,5% menanggapi setuju, dan 47,5% menanggapi sangat setuju.
3. Data kuesioner mengindikasikan bahwa tanggapan responden terkait indikator jenis perjalanan dengan pernyataan “Dalam berkunjung ke wisata Goa Margo Tresno saya mempertimbangkan jenis perjalanan yang akan dilalui” pada item $Y_{1.3}$ adalah 27,5% responden menanggapi netral, 55% menanggapi setuju, dan 17,5% menanggapi sangat setuju.
4. Data kuesioner mengindikasikan bahwa tanggapan responden terkait indikator jenis perjalanan dengan pernyataan “Saya merasa jenis perjalanan menuju wisata Goa Margo tresno termasuk dalam kategori mudah” pada item $Y_{1.4}$ adalah 30% responden menanggapi netral, 50% menanggapi setuju, dan 20% menanggapi sangat setuju.
5. Data kuesioner mengindikasikan bahwa tanggapan responden terkait indikator biaya dengan pernyataan “Dalam berkunjung ke wisata Goa Margo tresno saya mempertimbangkan biaya yang akan digunakan selama perjalanan serta aktivitas wisata” pada item $Y_{1.5}$ adalah 2,5% responden menjawab tidak setuju, 17,5% menanggapi netral, 50% menanggapi setuju, dan 30% menanggapi sangat setuju.
6. Data kuesioner mengindikasikan bahwa tanggapan responden terkait indikator biaya dengan pernyataan “Saya merasa biaya yang digunakan selama berkunjung pada wisata Goa Margo Tresno sebanding dengan pengalaman/benefit yang saya peroleh” pada item Y_1 adalah 2,5% responden menanggapi tidak setuju, 30% menanggapi netral, 47,5% menanggapi setuju, dan 20% menanggapi sangat setuju.

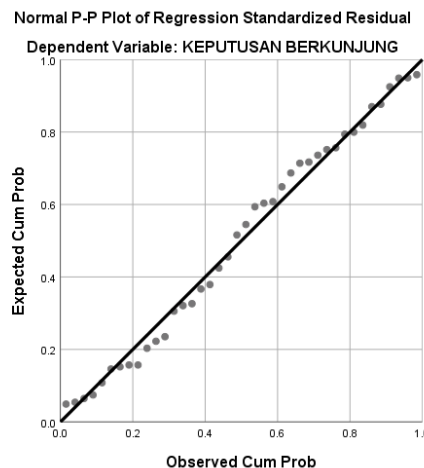
7. Data kuesioner mengindikasikan bahwa tanggapan responden terkait indikator waktu dengan pernyataan "Dalam berkunjung ke wisata Goa Margo tresno saya mempertimbangkan waktu yang akan digunakan selama perjalanan serta aktivitas wisata" pada item Y_{1.7} adalah 20% responden menanggapi netral, 52,5% menanggapi setuju, dan 27,5% menanggapi sangat setuju.
8. Data kuesioner mengindikasikan bahwa tanggapan responden terkait indikator waktu dengan pernyataan "Saya merasa waktu yang digunakan selama berkunjung pada wisata Goa Margo Tresno sebanding dengan pengalaman/benefit yang saya peroleh" pada item Y_{1.8} adalah 17,5% responden menanggapi netral, 60% menanggapi setuju dan 17,5% menanggapi sangat setuju

Asumsi Klasik

Data yang digunakan untuk penelitian adalah data primer; analisis regresi linier berganda digunakan. Untuk memenuhi persyaratan model regresi linier berganda, beberapa asumsi klasik diuji; uji asumsi klasik yang digunakan adalah sebagai berikut:

Uji Normalitas

Pengujian khusus diperlukan untuk mengetahui apakah variabel yang diuji memiliki distribusi normal. Data yang memiliki distribusi normal atau hampir normal biasanya memiliki dasar untuk regresi yang baik. Pola penyebaran titik data terhadap garis diagonal menentukan keputusan: jika titik data tersebar dekat dan mengikuti arah garis diagonal, data memenuhi kriteria normalitas; sebaliknya, jika titik data tersebar jauh dan tidak mengikuti arah garis diagonal, data tidak memenuhi asumsi normal. Gambar berikut menunjukkan hasil uji plot probabilitas normal:



Sumber: Output SPSS, 2025

Gambar 1. Hasil Uji Normal Probability Plots

Gambar 1. menunjukkan hasil uji plot probabilitas normal. Data berdistribusi normal, dibuktikan dengan sebaran titik-titik di sekitar dan sepanjang diagonal. Oleh karena itu, model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinieritas

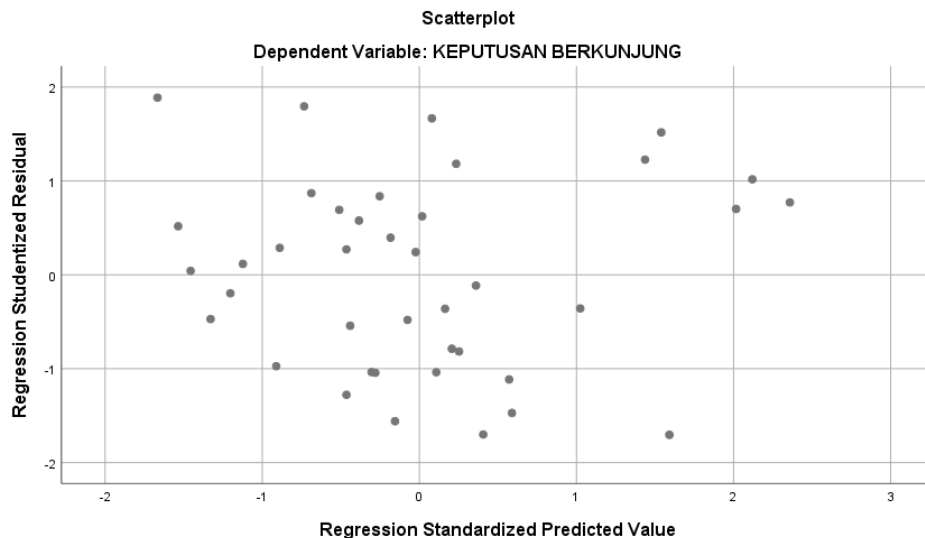
Uji multikolinearitas ini di uji untuk melihat apakah terdapat korelasi yang kuat antara variabel independen dengan model regresi. Model regresi yang baik tidak akan korelasi apapun. Matriks korelasi antara toleransi dan VIF digunakan untuk menguji multikolinearitas, seperti yang terlihat pada Tabel 5. Nilai VIF yang lebih besar dari 10 menunjukkan multikolinearitas, dan nilai toleransi yang kurang dari 0,10 menunjukkan adanya masalah multikolinearitas. Hasil uji multikolinieritas, termasuk matriks korelasi antara nilai toleransi dan VIF, disajikan sebagai berikut:

1. Uji multikolinieritas menunjukkan variabel lokasi memiliki nilai VIF sebesar 1,741, nilai tolerance sebesar 0,574.
2. Uji multikolinieritas menunjukkan variabel fasilitas memiliki nilai VIF sebesar 1,511, , nilai tolerance sebesar 0,662.
3. Uji multikolinieritas menunjukkan variabel kualitas pelayanan memiliki nilai VIF sebesar 1,857, nilai tolerance sebesar 0,539.

Ketiga nilai VIF kurang dari 10 dan nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 menunjukkan bahwa tidak ada multikolinieritas antara variabel independen dalam model regresi ini.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menentukan apakah variabel residual berbeda antara pengamatan dalam model regresi satu dengan yang lain. Model regresi yang baik menunjukkan homoskedastisitas, yaitu variabel residual tetap konsisten. Dua kriteria dapat digunakan untuk mengidentifikasi heteroskedastisitas. Yang pertama adalah jika pola tertentu, seperti gelombang, ditemukan pada grafik scatterplot. Kedua, jika titik-titik tersebar di atas dan di bawah nilai 0 pada sumbu Y tanpa membentuk pola tertentu, maka heteroskedastisitas tidak terjadi. Gambar 2 berikut menunjukkan hasil uji heteroskedastisitas menggunakan grafik scatterplot :



Sumber: *Output SPSS*, 2025

Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas Grafik Scatterplots

Gambar 2 menunjukkan bahwa titik-titik tersebar secara acak dan tidak menunjukkan pola tertentu; titik-titik tersebar baik di atas maupun di bawah 0 pada sumbu Y. Ini menunjukkan bahwa heteroskedastisitas tidak terjadi dalam model regresi.

Uji Linieritas

Uji linearitas bertujuan mengetahui apakah model regresi yang digunakan memiliki hubungan yang linear atau tidak antara variabel independen dan variabel dependen. Uji ini merupakan salah satu asumsi penting dalam analisis regresi, yang apabila tidak terpenuhi maka model regresi tidak valid secara statistik. Uji linearitas dapat dilakukan melalui test of linearity. Dasar pengambilan keputusan yang digunakan adalah apabila Nilai *Sig. Deviation From Linearity* > 0,05 berkesimpulan Uji Linearitas sudah terpenuhi. Hasil analisis linearitas adalah sebagai berikut:

1. Pada baris *Deviation From Linearity* dari variabel (Y) dan (X1) sebesar 0,906.
2. Pada baris *Deviation From Linearity* dari variabel (Y) dan (X2) sebesar 0,427.
3. Pada baris *Deviation From Linearity* dari variabel (Y) dan (X3) sebesar 0,192.

Dari tiga variabel tersebut memiliki nilai *Sig. Deviation From Linearity* lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa uji linearitas dari tiga variabel tersebut sudah terpenuhi.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk menentukan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Berikut ini adalah hasil analisis regresi linier berganda, berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda, diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 8,479 + 0,125 X_1 + 0,193 X_2 + 0,556 X_3 + \epsilon$$

Persamaan regresi di atas mempunyai angka makna sebagai berikut :

1. Konstanta = 8,479
Nilai tersebut menunjukkan bahwa jika variabel Lokasi (X1), Fasilitas (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3) bernilai 0, maka nilai Keputusan Berkunjung (Y) adalah 8,479.
2. Koefisien $X_1 = 0,125$

Variabel X_1 (lokasi) mempunyai pengaruh positif terhadap variabel Y (keputusan berkunjung) dengan koefisien regresi sebesar 0,125 satuan, artinya jika terjadi kenaikan variabel X_1 sebesar 1 satuan, maka Y akan naik sebesar 0,125 satuan dengan asumsi variabel Fasilitas (X_2) dan Kualitas pelayanan (X_3) tetap atau konstan.

3. Koefisien $X_2 = 0,193$

Variabel X_2 (fasilitas) mempunyai pengaruh positif terhadap variabel Y (keputusan berkunjung) dengan koefisien regresi sebesar 0,193 satuan, artinya jika terjadi peningkatan variabel X_2 sebesar 1 satuan, maka Y akan naik sebesar 0,193 dengan asumsi variabel Lokasi (X_1) dan Kualitas pelayanan (X_3) tetap atau konstan.

4. Koefisien $X_3 = 0,556$

Variabel X_3 (kualitas pelayanan) mempunyai pengaruh positif terhadap variabel Y (keputusan berkunjung) dengan koefisien regresi sebesar 0,556 satuan, artinya jika terjadi peningkatan variabel X_3 sebesar 1 satuan, maka Y akan naik sebesar 0,556 dengan asumsi variabel Lokasi (X_1) dan Fasilitas (X_2) tetap atau konstan.

5. Variabel berpengaruh paling dominan

Berdasarkan hasil analisis linier berganda, dapat disimpulkan bahwa variabel yang berpengaruh paling dominan adalah variabel kualitas pelayanan (X_3) yang memiliki nilai koefisien B (beta) paling besar yaitu sebesar 0,556.

Analisis Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Koefisien determinasi, atau disesuaikan R^2 , menunjukkan seberapa baik model dapat menjelaskan variasi variabel dependen dengan variabel bebasnya. Nilai disesuaikan $R^2 = 0$ menunjukkan bahwa variabel bebas tidak menjelaskan variasi variabel dependen, sementara nilai disesuaikan $R^2 = 1$ menunjukkan bahwa variabel bebas menjelaskan sepenuhnya variasi variabel dependen. Hasil uji koefisien determinasi untuk lokasi, fasilitas, dan kualitas pelayanan adalah diketahui nilai *adjusted R²* sebesar 0,428. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen lokasi, fasilitas, dan kualitas pelayanan mampu menjelaskan variabel dependen (keputusan berkunjung) sebesar 42,8% dan sisanya 57,2% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis

Hipotesis penelitian diuji dengan uji-t (parsial) dan uji-F (simultan) yang dijelaskan di bawah ini :

Uji-t (Uji Parsial)

Analisis ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Berikut adalah hasil uji parsial menggunakan uji-t, yang dibandingkan dengan tingkat signifikansi 0,05:

1. Berdasarkan hasil perhitungan tabel 10 diperoleh nilai signifikansi variabel lokasi sebesar 0,522 yang mana nilai tersebut lebih besar dari 0,05, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya variabel lokasi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung.
2. Berdasarkan hasil perhitungan tabel 10 diperoleh nilai signifikansi variabel fasilitas sebesar 0,572 yang mana nilai tersebut lebih besar dari 0,05, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya variabel fasilitas secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung.
3. Berdasarkan hasil perhitungan tabel 10 diperoleh nilai signifikansi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,002 yang mana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung.

Uji-F (Uji Simultan)

Uji-F digunakan untuk menguji bagaimana variabel independen lokasi, fasilitas, dan kualitas pelayanan secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu keputusan berkunjung. Uji-F dapat dicari dengan membandingkan hasil dari probabilitas *value*. Berikut hasil pengujian secara simultan menggunakan uji-F yang nilainya akan dibandingkan dengan signifikansi 0,05 dapat dilihat pada tabel 2.

**Tabel 2. Hasil Uji-F (simultan)
ANOVA^a**

Model		F	Sig.
1	Regression	10.747	.000 ^b
	Residual		
	Total		

a. Dependent variabel : Keputusan Berkunjung

b. Predictor : (Constant), Kualitas Pelayanan, fasilitas, Lokasi

Sumber: Data primer diolah, 2025.

Berdasarkan hasil uji-f pada tabel 2. diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 yang mana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05, maka hipotesis H₀ ditolak dan H_a diterima. Artinya, variabel lokasi, fasilitas, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan berkunjung.

Pembahasan

Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Berkunjung

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis (H₁) lokasi diperoleh nilai tidak signifikan terhadap keputusan berkunjung, pada tabel uji-t yang sudah dilakukan oleh peneliti memperoleh nilai 0,522 > 0,05, dengan hal tersebut dinyatakan bahwa H_a ditolak dan H₀ diterima. Selain itu, hasil analisis regresi linier berganda juga menunjukkan bahwa nilai beta pada variabel lokasi sebesar 0,125 dimana nilai tersebut menandakan hubungan positif antara variabel lokasi dengan keputusan berkunjung. Dengan demikian, lokasi memiliki potensi untuk meningkatkan keputusan berkunjung meskipun pengaruhnya tidak signifikan. Hal yang menjadi lokasi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berkunjung pada wisata Goa Margo Tresno karena pengunjung tidak terlalu mementingkan faktor lokasi dan lebih berfokus pada pengalaman aktivitas wisata yang ditawarkan. Tetapi jika semua variabel dikombinasikan atau secara simultan maka akan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung.

Hasil ini tidak sejalan dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh Pratama et al., (2023) dengan judul "Pengaruh Lokasi, Promosi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Pantai Blado Trenggalek" yang menyatakan lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung. Perbedaan hasil ini dapat disebabkan oleh perbedaan jumlah sampel, perbedaan teknik pengambilan sampel, dan perbedaan teori indikator yang digunakan.

Pengaruh Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis (H₂) fasilitas diperoleh nilai tidak signifikan terhadap keputusan berkunjung, pada tabel uji-t yang sudah dilakukan oleh peneliti memperoleh nilai 0,572 > 0,05, dengan hal tersebut dinyatakan bahwa H_a ditolak dan H₀ diterima. Selain itu, hasil analisis regresi linier berganda juga menunjukkan bahwa nilai beta pada variabel fasilitas sebesar 0,193 dimana nilai tersebut menandakan hubungan positif antara variabel fasilitas dengan keputusan berkunjung. Dengan demikian, fasilitas memiliki potensi untuk meningkatkan keputusan berkunjung meskipun pengaruhnya tidak signifikan. Hal yang menjadi fasilitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berkunjung pada wisata Goa Margo Tresno karena pengunjung tidak terlalu memperdulikan bagaimana perlengkapan atau kondisi fasilitas yang disediakan, namun pengunjung lebih mementingkan pengalaman aktivitas wisata yang ditawarkan. Tetapi jika semua variabel dikombinasikan atau secara simultan maka akan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh Yunarsyah et al., (2023) dengan judul "Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Harga Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi pada Wisatawan Ledok Amprong di Kabupaten Malang)" yang menyatakan fasilitas secara parsial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan berkunjung pada Wisatawan Ledok Amprong di Kabupaten Malang.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Berkunjung

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis (H₃), hasil analisis uji-t menunjukkan diperoleh nilai signifikansi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,002 < 0,05, maka H₀ ditolak dan H_a diterima, artinya variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Selain itu, hasil analisis regresi linier berganda juga menunjukkan bahwa nilai beta pada variabel kualitas pelayanan sebesar 0,556 dimana nilai tersebut menandakan hubungan positif antara variabel kualitas pelayanan dengan keputusan berkunjung. Temuan ini menarik untuk dikaji lebih lanjut, mengingat bahwa kondisi kualitas pelayanan yang ada di lapangan dinilai masih belum optimal. Hal ini dapat dijelaskan melalui beberapa kemungkinan. Pertama, meskipun kualitas

pelayanan belum mencapai standar ideal, pengunjung tetap memberikan penilaian positif karena adanya ekspektasi yang rendah, pengalaman yang kurang memuaskan di tempat lain, atau karena daya tarik utama wisata yang lebih pada wisata Goa Margo Tresno. Kedua, pengaruh signifikan yang ditunjukkan dalam hasil uji regresi tidak serta merta menandakan bahwa kualitas pelayanan telah baik, tetapi menunjukkan bahwa jika kualitas pelayanan ditingkatkan, maka keputusan berkunjung juga berpotensi meningkat. Temuan ini menegaskan bahwa kualitas pelayanan tetap merupakan faktor penting dalam meningkatkan keputusan berkunjung wisatawan. Oleh karena itu, perbaikan secara bertahap dan konsisten dalam aspek pelayanan baik dari sisi staf, kenyamanan, maupun kecepatan layanan dapat menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan jumlah kunjungan di masa mendatang.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh Mahiri et al., (2021) dengan judul "Pengaruh Lokasi, Fasilitas Wisata dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Wisatawan Mengunjungi Obyek Wisata Panyaweuyan Bukit Mercury Sayang Kaak Argapura Dalam Rangka Mengoptimalkan Potensi Ekowisata Unggulan Di Kabupaten Majalengka" yang menyebutkan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung.

Pengaruh Lokasi, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Berkunjung

Berdasarkan hasil analisis uji-f diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 yang mana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05, maka hipotesis H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, variabel lokasi, fasilitas, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan berkunjung.

Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi (*adjusted R²*) diperoleh nilai sebesar 0,428. Hal ini menunjukkan besarnya pengaruh dari variabel independen yaitu (X_1) lokasi, (X_2) fasilitas, dan (X_3) kualitas pelayanan terhadap variabel dependen (Y) keputusan berkunjung adalah sebesar 42,8% dan sisanya 57,2% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini.

Dengan demikian dapat dikatakan variabel lokasi dan fasilitas tidak terlalu memiliki pengaruh yang signifikan jika dibandingkan dengan variabel kualitas pelayanan, namun jika ketiga variabel tersebut digabungkan akan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh lokasi, fasilitas, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan berkunjung pada wisata Goa Margo Tresno kecamatan Ngluyu kabupaten Nganjuk. Dari analisis penelitian yang dilakukan dan pembahasan yang telah dikemukakan maka dapat ditarik Kesimpulan berikut : 1) Ada pengaruh positif dan tidak signifikan antara variabel lokasi terhadap keputusan berkunjung pada wisata Goa Margo Tresno. 2) Ada pengaruh positif dan tidak signifikan antara variabel fasilitas terhadap keputusan berkunjung pada wisata Goa Margo tresno. 3) Ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan berkunjung pada wisata Goa Margo Tresno. 4) Ada pengaruh signifikan secara simultan yaitu lokasi, fasilitas, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan berkunjung pada wisata Goa Margo tresno.

Hasil penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam pengembangan teori perilaku konsumen wisata, khususnya dalam konteks destinasi lokal seperti Goa Margo Tresno. Ditemukannya pengaruh positif namun tidak signifikan dari variabel lokasi dan fasilitas terhadap keputusan berkunjung mengindikasikan bahwa faktor-faktor fisik dan geografis tidak selalu menjadi determinan utama dalam model keputusan konsumen wisata, khususnya dalam destinasi yang mengandalkan keunikan pengalaman. Sebaliknya, variabel kualitas pelayanan menunjukkan pengaruh positif dan signifikan, yang memperkuat teori bahwa interaksi sosial dan persepsi layanan memiliki peranan krusial dalam membentuk kepuasan dan loyalitas wisatawan. Selain itu, temuan mengenai pengaruh signifikan secara simultan dari ketiga variabel terhadap keputusan berkunjung mendukung pendekatan multidimensional dalam memahami keputusan konsumen, bahwa kombinasi faktor-faktor pemasaran dan manajerial lebih mampu menjelaskan perilaku wisatawan dibandingkan masing-masing variabel secara terpisah. Oleh karena itu, penelitian ini memperkaya wacana akademik dalam teori pemasaran destinasi dengan menyoroti pentingnya integrasi antar variabel dalam membangun daya tarik wisata.

Hasil penelitian ini memberikan acuan strategis bagi pengelola destinasi wisata Goa Margo Tresno dalam merumuskan kebijakan pengembangan pariwisata. Temuan bahwa variabel lokasi dan fasilitas tidak berpengaruh signifikan secara individual terhadap keputusan berkunjung menunjukkan bahwa pengelola tidak dapat hanya mengandalkan aspek fisik atau geografis sebagai kekuatan utama destinasi. Sebaliknya, fokus perlu diarahkan pada peningkatan kualitas pelayanan dan pengembangan pengalaman serta aktivitas wisata yang menarik dan berkesan. Hal ini selaras dengan hasil yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan, sehingga aspek seperti keramahan petugas, kecepatan layanan, dan kenyamanan interaksi harus menjadi

prioritas utama. Di sisi lain, meskipun fasilitas tidak secara langsung memengaruhi keputusan kunjungan, pemeliharaan fasilitas tetap diperlukan sebagai bentuk dukungan terhadap kepuasan pengunjung.

Berdasarkan hasil penelitian, saran dari peneliti untuk meningkatkan keputusan berkunjung wisatawan adalah disarankan agar pengelola wisata tetap mempertimbangkan faktor lokasi atau akses menuju wisata, karena lokasi atau akses tetap menjadi hal penting dalam menciptakan aksesibilitas yang mudah dan kenyamanan perjalanan, meningkatkan faktor fasilitas wisata meskipun tidak berpengaruh signifikan, karena fasilitas juga merupakan hal utama dalam penunjang kenyamanan maupun kepuasan wisatawan dalam berwisata, meningkatkan kualitas pelayanan, dan pengelola dapat lebih memfokuskan upaya promosi pada peningkatan kualitas pengalaman dan aktivitas wisata yang ditawarkan, karena aspek tersebut lebih berperan dalam menarik minat pengunjung.

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk menemukan faktor yang mempengaruhi keputusan berkunjung pada wisata Goa Margo Tresno, selain dari lokasi, fasilitas, dan kualitas pelayanan. Hal ini disebabkan ketiga variabel independen dalam penelitian ini hanya dapat menjabarkan 42,8% dari variabel dependen yaitu keputusan berkunjung. Hasil penelitian selanjutnya diharapkan lebih akurat dari pada penelitian ini karena variabel atau aspek lain yang dapat mempengaruhi dan menyempurnakan untuk menciptakan Gambaran yang lebih lengkap tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Kotler P, Bowen JT, Makens JC, Baloglu S. *Marketing for hospitality and tourism*. 2017.
- [2] Kotler P, Keller KL. *Marketing management always learning marketing management*. 15th ed. Pearson; 2016.
- [3] Yunarsyah RT, Widarko A, Khalikussabir. Pengaruh lokasi, kualitas pelayanan, fasilitas dan harga terhadap keputusan berkunjung (studi pada wisatawan ledok amprong di kabupaten malang). *E - J Ris Manaj* 2023;12:438–47.
- [4] Pratama CR, Jauhari A, Saputra BM. Pengaruh lokasi, promosi dan fasilitas terhadap keputusan berkunjung pada objek wisata pantai Blado Trenggalek. *Neraca Manajemen, Akunt Ekon* 2023;1. <https://doi.org/https://doi.org/10.8734/mnmae.v1i1.292>.
- [5] Tjiptono F. *Strategi pemasaran prinsip & penerapan*. 1st ed. Yogyakarta: Andy.; 2019.
- [6] Alma B. *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Bandung: Alfabeta; 2019.
- [7] Mahiri EA, Hakim A, Sumaryana FD, Agung T. Pengaruh lokasi, fasilitas wisata dan kualitas pelayanan terhadap keputusan wisatawan mengunjungi obyek wisata panyaweuyan bukit mercury sayang kaak argapura dalam rangka mengoptimalkan potensi ekowisata unggulan di kabupaten Majalengka 2021;4. <https://doi.org/https://doi.org/10.32670/comanagement.v4i2.1233>.
- [8] Sianturi HC, Paludi S. Signifikasi produk wisata, persepsi harga dan lokasi dalam mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan ke Snowbay Waterpark TMII. *Khasanah Ilmu - J Pariwisata Dan Budaya* 2022;13:38–46. <https://doi.org/10.31294/khi.v13i1.11103>.
- [9] Dwiyaning NR, Subagyo, Sardanto R. Lokasi, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada coffeshop di kota Kediri. 2020.
- [10] Mukti DRG, Samari, Sardanto R. Analisis harga, promosi, dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada CV nagha asmara. *Simp Manaj Dan Bisnis II* 2023;2:170–9.
- [11] Sarmigi E, Parasmala E. Pengaruh fasilitas, lokasi, dan harga terhadap keputusan berkunjung ke objek wisata bukit khayangan kota sungai penuh. *Al-Dzhab* 2021;2:93–105. <https://doi.org/10.32939/dhb.v2i2.946>.
- [12] Ernestivita G, Subagyo. Harga, fasilitas, dan kualitas pelayanan sebagai penunjang kepuasan pengunjung kolam renang Tirtayasa Kediri 2020:18–30.
- [13] Nugrahani NR, Muslih B, Sardanto R. Pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko madu honey di kampung madu desa Bringin Pare 2024.
- [14] Kasmir. *Customer service excellent: teori dan praktik*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada; 2017.
- [15] Putra CIR, Samari, Sardanto R. Analisis variasi produk, kualitas pelayanan dan word of mouth terhadap keputusan pembelian cafe ndalem simbah gondang nganjuk 2022.
- [16] Yuasta DA. Peran dinas kebudayaan dan pariwisata dalam meningkatkan kunjungan wisatawan (studi pengembangan ekowisata di kabupaten Nganjuk). *PREDIKSI J Adm Dan Kebijak* 2012. <https://doi.org/10.31293/pd.v22i1.6858>.