

## Jurnal Pijar

### Studi Manajemen dan Bisnis

<https://e-journal.naurendigiton.com/index.php/pmb>

Vol. 1 No. 2, 2023, Hal. 342 - 355

ISSN 2963-0606 (Online)

ISSN 2964-9749 (Print)

## PENGARUH DAYA TARIK WISATA, AKSESIBILITAS, FASILITAS, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN DI UMBUL PONGGOK

Umi Nurchomariyah<sup>1</sup>, Aditya Liliyan<sup>2</sup>

Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta, Sukoharjo

### Abstrak

Studi ini dilakukan dengan tujuan untuk mengkaji pengaruh keanggunan, aksesibilitas, pusat dan frase of mouth terhadap keputusan berwisata wisatawan di Umbul Ponggok. Non-probability sampling menjadi teknik pengambilan sampel yang digunakan, yaitu penggunaan metode purposive sampling. Total 100 lalu lintas menuju daya tarik wisata Umbul Ponggok dijadikan sampel dalam observasi. menggunakan fakta primer dan teknik rangkaian informasi dengan cara menyebarkan kuesioner, penggunaan regresi linier berganda sebagai analisis informasi dengan perangkat lunak model SPSS 26 untuk teknik informasi. Hasilnya menunjukkan bahwa daya tarik wisata tidak terlalu mempengaruhi pilihan wisatawan untuk pergi ke Umbul Ponggok. Aksesibilitas berpengaruh besar terhadap pilihan wisatawan berkunjung ke Umbul Ponggok. Fasilitas tidak terlalu mempengaruhi keputusan wisatawan berkunjung ke Umbul Ponggok. Word of mouth berpengaruh besar terhadap keputusan wisatawan berkunjung ke Umbul Ponggok. Daya tarik wisatawan, aksesibilitas, Fasilitas, dan Word of mouth secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Umbul Ponggok.

### Kata Kunci:

Daya Tarik Wisatawan, Aksesibilitas, Fasilitas, Word Of Mouth, Keputusan Berkunjung Wisatawan

### Abstract

*This studies changed into achieved with the purpose of examining the affect of elegance, accessibility, facility and word of mouth on vacationers' travelling decisions at Umbul Ponggok. Non-probability sampling became used as a sampling technique, the use of a purposive sampling method. a complete of 100 traffic to the Umbul Ponggok traveller appeal had been used as samples inside the observe. using primary facts and information series techniques by means of dispensing questionnaires, the usage of multiple linear regression as information analysis with SPSS model 26 software tools to technique information. The effects showed that vacationer enchantment did now not drastically affect the choice to go to vacationers at Umbul Ponggok. Accessibility has a substantial impact on the selection to visit vacationers at Umbul Ponggok. facility do no longer notably affect the decision to visit vacationers at Umbul Ponggok. word of mouth has a great effect on the decision to go to tourists at Umbul Ponggok. traveler attraction, accessibility, facility, and word of mouth together significantly have an effect on the decision to visit travelers at Umbul Ponggok.*

### Keywords:

*Traveler Attraction, Accessibility, Facility, Word Of Mouth, Vacationer go to choice..*

Alamat Korespondensi

E-mail: [umychomariyah24@gmail.com](mailto:umychomariyah24@gmail.com)

## PENDAHULUAN

Klaten yakni kota yang terletak di Jawa Tengah, sudah tidak asing lagi bahwa Klaten terkenal dengan wisata airnya. Klaten memiliki pasokan air yang sangat melimpah, dapat dipastikan dengan pabrik Aqua yang berada di Klaten karena sudah terbukti kejernihan airnya. Sumber daya alam yang ada dimanfaatkan oleh masyarakat sebagai objek wisata air yang banyak sekali dikunjungi wisatawan, dengan itu maka terbuka banyak lapangan pekerjaan pariwisata yang dapat dijadikan sebagai mata pencaharian. Mampu mengembangkan perekonomian desa melalui pendapatan tempat wisata untuk kesejahteraan masyarakat desa.

Obyek Wisata Umbul Ponggok Klaten yakni perusahaan wisata air, yang dioperasikan oleh Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Ponggok dan membuktikan keberadaannya dengan menyediakan jasa wisata taman bawah air (Nursingih & Aprianti, 2021). Banyak wisatawan berkunjung bukan hanya dari dalam kota saja, namun ketika hari libur tiba wisatawan dari berbagai kota berdatangan mengunjungi Objek Wisata Umbul Ponggok. Bukan hanya Umbul Ponggok saja masih banyak umbul dan wisata air di Klaten yang memiliki keunikan masing-masing. Keunikan objek wisata termasuk dalam daya tarik yang disuguhkan untuk menarik wisatawan datang. Umbul ponggok dipenuhi dengan ikan, namun airnya tidak amis karena mengalir terus. Selain tempat untuk orang dewasa Umbul Ponggok juga ada kolam anak untuk bermain air dan berenang.

Hal yang mampu membuat obyek wisata ramai oleh pengunjung salah satunya dengan adanya daya tarik yang disuguhkan oleh obyek wisata tersebut. Obyek wisata biasanya memiliki keunikan yang berbeda agar mampu menarik wisatawan untuk datang berkunjung (Rini & Apriyanti, 2022). Perjalanan wisata memiliki indikator yang dapat mempengaruhi kunjungan wisatawan yakni aksesibilitas merupakan kemudahan mencapai tujuan wisata, yang sering diabaikan oleh wisatawan saat membuat rencana wisata, dalam upaya mempengaruhi anggaran perjalanan mereka (Isdarmanto 2017). Fasilitas adalah infrastruktur yang harus di disediakan oleh tempat destinasi wisata. fasilitas penting karena fasilitas merupakan hal yang dibutuhkan oleh pengunjung destinasi wisata (Rokhayah & Ana Noor Andriana, 2021). *Word of mouth* adalah salah satu elemen terpenting yang memengaruhi pilihan seseorang untuk berbelanja atau menggunakan produk/jasa (Parastiwi & Farida, 2018).

**Tabel 1. Data Pengunjung Umbul Ponggok**

No	Tahun	Jumlah Pengunjung
1.	2015	367.000
2.	2016	495.621
3.	2017	355.078
4.	2018	331.551
5.	2019	297.581
6.	2020	62.983
7.	2021	95.562

Sumber: BUMDes Ponggok 2022

Tabel 1 menjelaskan data kunjungan wisatawan Umbul Ponggok selama 7 tahun terakhir, pada tahun 2016 pengunjung Umbul Ponggok meningkat sebesar 35% dari tahun 2015. Penurunan yang signifikan pada obyek wisata Umbul Ponggok terjadi pada tahun 2020 jumlah kunjungan wisatawan sebanyak 62.983 dimana saat itu angka penyebaran virus *Covid-19* sedang tinggi dan adanya PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) membuat jumlah wisatawan, penghasilan dari wisata Umbul Ponggok mengalami penurunan yang cukup drastis

dari sebelumnya. Bukan hanya Umbul Ponggok saja, namun sejumlah sektor pariwisata lainnya di Indonesia juga mengalami dampak penurunan jumlah wisatawan. Sehingga saat diberlakukannya *New Normal* semua mulai memperbaiki dan menambahkan daya tarik tempat wisata untuk menarik minat wisatawan datang. *New normal* adalah perubahan perilaku masyarakat yang tetap melakukan aktivitas seperti biasa, namun wajib menerapkan protokol kesehatan untuk mencegah penularan Covid-19 (Aryawati et al., 2019). Pada tahun 2021 Umbul Ponggok mulai kembali dikunjungi wisatawan walaupun dengan jumlah yang masih sedikit.

Berdasarkan dari jumlah pengunjung Objek Wisata Umbul Ponggok per tahun dalam kurun waktu 7 tahun terakhir maka dapat disimpulkan bahwa pada tahun 2016 pendapatan meningkat dikarenakan tingginya minat foto di dalam air dengan beberapa properti yang disediakan. Tahun 2017 sempat mengalami penurunan 45% dari tahun 2016 dan penurunan jumlah pendapatan Umbul Ponggok paling drastis terjadi pada tahun 2020 saat terjadinya penyebaran virus *Covid-19*. Pada tahun 2021 mulai adanya peningkatan jumlah pendapatan dikarenakan wisatawan sudah mulai bisa untuk berkunjung ke objek wisata dan tempat lainnya.

Tahun 2020 adanya penyebaran virus *Covid-19* yang membuat sektor ekonomi masyarakat menurun, sektor wisata sepi wisatawan bahkan sampai tutup, dan banyak sektor lainnya yang mengalami penurunan. Dampak yang ditimbulkan sangat luar biasa, tidak terkecuali pada objek wisata Umbul Ponggok yang berada di Kota Klaten. Umbul Ponggok mengalami penurunan jumlah wisatawan yang drastis akibat dari dampak *Covid-19*, yang membuat Umbul Ponggok sempat tutup dan diizinkan buka kembali dengan membatasi jumlah wisatawan setiap harinya. Penurunan jumlah wisatawan berpengaruh juga terhadap minat kunjung objek wisata Umbul Ponggok saat ini, dikarenakan masih banyak orang yang enggan berkunjung ketempat wisata dan keramaian. Dalam hal ini Umbul Ponggok meningkatkan beberapa fasilitasnya untuk menjaga daya tarik dari wisata dan juga meningkatkan kembali minat kunjung wisatawan.

## **KAJIAN TEORI**

### **Daya Tarik Wisata**

(Zaenuri 2012) menyatakan bahwa daya tarik wisata atau atraksi wisata adalah penyajian atau pertunjukan unik sesuai preferensi wisatawan dan pada akhirnya dapat memuaskan keinginan wisatawan tersebut. Dalam (Daulay et al., 2022) Menurut UU Nomor 10 Tahun 2009, daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan. Umbul ponggok sendiri terkenal dengan wisata taman bawah airnya, yang dapat digunakan sebagai tempat untuk snorkeling, berfoto dibawah air dengan pemandangan ekosistem bawah air yang indah ditambah dengan keberadaan ikan-ikan air tawar. Menurut Eddyono 2021 dalam (Anam et al., 2021) Indikator daya tarik objek wisata meliputi keunikan objek wisata, pemandangan, keamanan yang diberikan, keindahan alam yang tersaji, kualitas kunjungan, dan tingkat pelayanan. Sejalan dengan hasil penelitian yang sudah ada oleh (Anam et al., 2021) semakin baik citra Waduk Malahayu sebagai salah satu wisata unggulan di Kabupaten Brebes akan menggugah wisatawan untuk mengunjungi wisata ini, namun tidak secara luas. Pada penelitian (Setiyorini et al., 2018) menunjukkan hasil bahwa daya tarik wisata berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung.

### **Aksesibilitas**

Aksesibilitas adalah cara untuk memudahkan wisatawan mengunjungi suatu tempat tujuan wisata, baik melalui kemudahan transportasi, informasi maupun jalan menuju tempat tujuan wisata (Rokhayah & Ana Noor Andriana, 2021). Aksesibilitas merupakan kondisi jalan yang dilalui wisatawan saat akan pergi menuju suatu lokasi objek wisata (K. Dewi et al., 2021). Aksesibilitas adalah cara penyediaan sarana transportasi untuk wisatawan yang mempengaruhi faktor biaya, efektifitas waktu dan jarak tempuh serta kenyamanan saat berwisata (Ruray & Pratama, 2020). Umbul Ponggok yakni obyek wisata yang mudah dan aman diakses oleh wisatawan. Hidayat 2017 dalam (Anam et al., 2021) Indikator aksesibilitas meliputi akses

informasi untuk mempermudah mencapai tujuan wisata dan akses fasilitas lengkap, akses jalan yang dilalui untuk mencapai tujuan obyek wisata, dan lokasi parkir kendaraan untuk wisatawan. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh (Rini & Apriyanti, 2022) aksesibilitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung. Pada penelitian (Rokhayah & Ana Noor Andriana, 2021) menunjukkan hasil bahwa aksesibilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan secara parsial.

### **Fasilitas**

(Isdarmanto, 2017) *Amenity* atau amenitas (fasilitas) merupakan semua infrastruktur pendukung yang dapat memenuhi kebutuhan dan kebutuhan wisatawan saat berkeliling tempat wisata. Jayaprakash 2017 dalam (Nurbaeti et al., 2021) Fasilitas wisata merupakan pelengkap destinasi pada obyek wisata yang dapat digunakan sebagai pemenuh kebutuhan wisatawan yang berkunjung dan menikmati perjalanan wisata. Fasilitas menjadi nilai tambah bagi wisatawan karena dapat menunjang kegiatan lain wisatawan dan juga memberikan kepuasan wisatawan pada saat mengunjungi tempat wisata. (Marpaung, 2019) Indikator fasilitas meliputi kelengkapan, kebersihan objek wisata, fungsi dan fisik fasilitas pelayanan yang ada di suatu objek wisata. sejalan dengan penelitian yang sudah ada oleh (Rokhayah & Ana Noor Andriana, 2021) menunjukkan bahwa fasilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan secara parsial. Namun hasil berbeda di tunjukan oleh penelitian (Daulay et al., 2022) menunjukkan hasil berbeda yaitu bahwa Fasilitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel keputusan berkunjung.

### **Word Of Mouth**

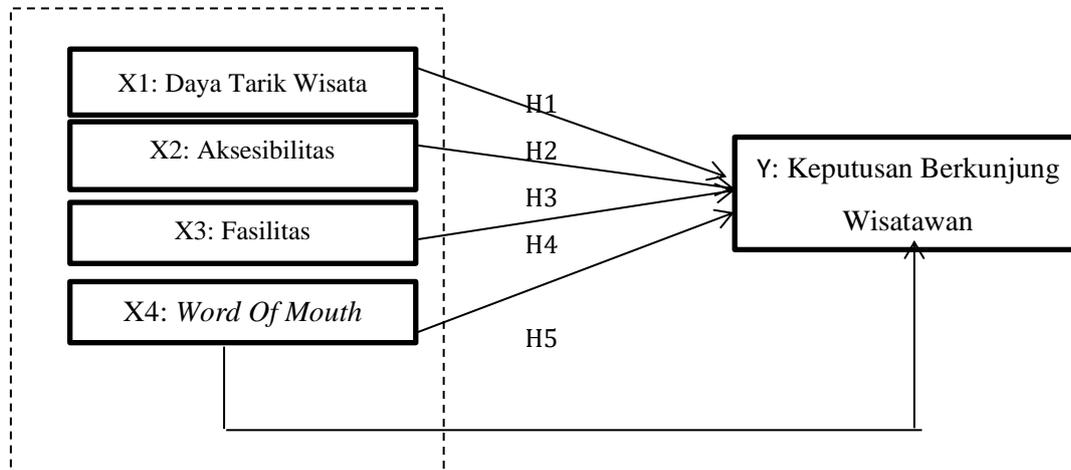
Danang 2014 dalam (Junaida, 2019) menyatakan bahwa dalam pariwisata *Word of Mouth* bermakna sebagai informasi yang diberikan oleh wisatawan yang sudah pernah melakukan kunjungan ke suatu tempat wisata lalu menceritakan atau memberikan informasi kepada orang lain tentang pengalaman wisatnya ke tempat wisata tersebut. Sehingga dengan adanya informasi dari mulut ke mulut dapat membuat suatu objek wisata lebih cepat dikenal di masyarakat. *Word of Mouth* adalah satu cara efektif untuk mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan, dikarenakan kepercayaan wisatawan dibangun melalui informasi dan rekomendasi dari konsumen di masa lalu atau oleh orang terdekat (K. Dewi et al., 2021). Sugiyanto (2020) dalam (Anam et al., 2021) menjelaskan bahwa indikator *Word of Mouth* mencakup rekomendasi orang-orang terdekat, informasi yang relevan dan terpercaya, menginformasikan kepada orang lain mengenai objek wisata, memberi ajakan kepada teman untuk mengunjungi objek wisata. Pada penelitian (Setiyorini et al., 2018) menunjukan bahwa variabel *Word of Mouth* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung. Pada penelitian (Junaida, 2019) dapat disimpulkan bahwa *word of mouth* (X2) terbukti memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan atau meningkatkan *word of mouth* (X2) menyebabkan peningkatan yang signifikan pada keputusan berkunjung wisatawan.

### **Keputusan Berkunjung**

Keputusan berkunjung adalah kesimpulan dari pilihan yang diambil untuk pergi mendatangi suatu tempat (Cahyono & Pradana, 2021). Keputusan berkunjung merupakan salah satu tahapan didalam proses pengambilan keputusan untuk berkunjung ke suatu tempat diawali melalui tahap pengenalan hingga wisatawan yakin akan mengunjungi tempat tersebut (K. Dewi et al., 2021). Pengambilan keputusan berkunjung sangat penting untuk menentukan wisata yang akan dituju, wisatawan memiliki pilihan beberapa objek wisata yang akan didatangi kemudian diambil keputusan untuk berkunjung ke objek wisata yang dipilih. Menurut Piatana (2005) dalam (Kristiutami, 2017) menyatakan untuk menetapkan keputusan berkunjung melalui 5 tahapan yaitu, keperluan dan keinginan melakukan kunjungan, mencari informasi dan penilaian tempat yang dituju, keputusan untuk melaksanakan perjalanan wisata, mempersiapkan untuk melakukan perjalanan wisata, mengevaluasi perjalanan berwisata. Berdasarkan hasil dari penelitian sebelumnya (Cahyono & Pradana, 2021) menyatakan hasil bahwa keputusan berkunjung masuk

dalam kategori baik secara keseluruhan. Penelitian (Rokhayah & Ana Noor Andriana, 2021) menyatakan hasil bahwa daya tarik, fasilitas dan aksesibilitas berpengaruh signifikan secara bersamaan terhadap keputusan berkunjung wisatawan.

Kerangka Pikir:



#### **HIPOTESIS:**

H1 = Daya tarik wisata berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan.

H2 = Aksesibilitas berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan.

H3 = Fasilitas berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan.

H4 = *Word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan.

H5 = Daya tarik wisata, aksesibilitas, fasilitas, *word of mouth* secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan.

#### **METODE PENELITIAN**

##### **Populasi dan Sampel**

Metode penelitian menggunakan metode kuantitatif. Penentuan responden ditetapkan dengan menggunakan *Non-probability Sampling*, dengan teknik *purposive* sampling. Yaitu teknik pengambilan sampel dengan adanya suatu pertimbangan (Sugiyono 2011). Pertimbangan atau kemampuan yang ditetapkan untuk dijadikan responden adalah wisatawan yang pernah mengunjungi objek Wisata Umbul Pongkok sebanyak 1 kali. Populasi adalah generalisasi objek atau subjek yang mempunyai ukuran dan karakteristik tertentu yang telah diputuskan melalui peneliti untuk dipelajari dan diperoleh kesimpulan (Siyoto 2015). Penelitian ini menggunakan populasi wisatawan yang pernah berkunjung ke objek wisata Umbul Pongkok, jumlah sampel dalam penelitian

Sampel yang digunakan sebanyak 100 wisatawan Umbul Poggok, diambil menurut Roscoe (1982) dalam (Sugiyono 2011) ukuran layak mengenai sampel suatu penelitian yaitu 30 sampai 500. Teknik pengumpulan data responden dilakukan melalui penyebaran kuesioner.

##### **Analisis Data**

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji Validitas Reliabilitas, uji Asumsi Klasik dan uji hipotesis dengan menggunakan program software SPSS model 26. Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah setiap pertanyaan dari setiap variabel layak atau tidak untuk digunakan dalam penelitian, dan uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah alat ukur masih layak digunakan untuk penelitian sejenis atau tidak. (Rokhayah & Ana Noor Andriana, 2021). Uji validitas dari data yang didapat melalui penyebaran kuesioner antar masing-

masing skor indikator dengan diperoleh skor penilaian pada masing-masing variabel > 0,05 dan skor Cornbach's Alpha > 0,70 untuk dinyatakan reliabel (K. Dewi et al., 2021).

Uji asumsi klasik, Ghozali (2018) dalam (Anam et al., 2021) uji asumsi klasik mencakup uji normalitas yang digunakan untuk mengidentifikasi normalitas variabel residual, jika nilai *Asymp sig (2-tailed)* > 0,05 data dikatakan normal. Uji multikolinearitas yang digunakan untuk menguji ada atau tidaknya hubungan linier antara variabel independen satu dengan independen lainnya, jika hasil nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) < 10 artinya dalam variabel-variabel tersebut tidak terjadi multikolinieritas. Dan uji heteroskedastisitas untuk mendapati apakah ada ketidaksamaan residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya, jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan residual mutlak > 0,05 tidak terjadi masalah heterokedastisitas (Rokhayah & Ana Noor Andriana, 2021).

Kemudian melakukan pengujian hipotesis yaitu uji-t (secara parsial) untuk mendapat hasil bahwa variabel independen berpengaruh secara individual terhadap variabel dependen, jika nilai *sig* < 0,05 atau nilai t hitung > t tabel maka ada pengaruh variabel yang tidak memihak terhadap variabel yang dibentuk secara terpisah. Uji-F (secara simultan) digunakan untuk mengetahui bahwa semua variabel independen berpengaruh secara bersama terhadap variabel dependen, Jika nilai *sig* < 0,05 atau nilai F hitung > F tabel maka ada pengaruh dari variabel yang tidak memihak pada variabel yang ditetapkan secara kolektif (Rokhayah & Ana Noor Andriana, 2021). Kemudian Uji *Adjusted R Square* untuk mengetahui koefisien determinasi, hasil akan diubah bentuk menjadi persentase (M. K. Dewi et al., 2020). Dan uji analisis regresi linier berganda untuk mendapati apakah daya tarik, aksesibilitas, fasilitas, dan *word of mouth* mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan di obyek wisata Umbul Ponggok, dengan persamaan:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan:

Y	= Keputusan Berkunjung
a	= Konstanta
$b_1, b_2, b_3, b_4$	= Koefisien Regresi Variabel Y dengan X
$X_1$	= Daya Tarik Wisata
$X_2$	= Aksesibilitas
$X_3$	= Fasilitas
$X_4$	= <i>Word Of Mouth</i>
e	= <i>Error</i>

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari penyebaran kuesioner kepada 100 responden dengan ketentuan pernah mengunjungi umbul ponggok minimal sebanyak 1 kali didapati hasil bahwa dari 100 wisatawan 62% pengunjung didominasi oleh wisatawan perempuan dan 38% wisatawan laki-laki. Didapat responden yang berkunjung ke Umbul Ponggok dengan umur 10-20 tahun sebanyak 26%, dengan umur 21-30 tahun sebanyak 57%, umur 31-40 tahun sebanyak 9%, dan umur 41-50 tahun sebanyak 8%. Pengunjung objek wisata Umbul Ponggok lebih banyak mahasiswa yaitu sebesar 46% , pelajar sebanyak 11%, karyawan sebanyak 25%, dengan pekerjaan wiraswasta sebanyak 16%, dan 2% dengan pekerjaan lainnya. Responden dengan pendapatan sebesar < Rp.500.000 sebanyak 36%, responden dengan pendapatan sebesar Rp.500.000 – Rp. 1.000.000 sebanyak 17%, responden dengan pendapatan sebesar Rp. 1.000.000 – Rp. 2.500.000 sebanyak 26%, dan responden dengan pendapatan Rp. > 2.500.000 sebanyak 21%.

### Hasil Uji Validitas

Sebelum dianalisis lebih lanjut dilakukan uji validitas terlebih dahulu, untuk mengetahui kelayakan pertanyaan dari indikator masing-masing variabel valid atau tidak. Dengan cara membandingkan  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$ , menentukan  $r_{tabel}$  yaitu  $df = N-2$  (pada derajat 5% atau 0,05). Apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka dapat dikatakan valid menurut Sujarweni (2012) dalam (Anam et al., 2021).

**Tabel 3. Hasil Uji Validitas**

Variabel	Item	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
Daya Tarik Wisata	$DTW_1$	0,677	0,1966	Valid
	$DTW_2$	0,738		
	$DTW_3$	0,809		
	$DTW_4$	0,832		
	$DTW_5$	0,791		
Aksesibilitas	$A_1$	0,786	0,1966	Valid
	$A_2$	0,784		
	$A_3$	0,787		
	$A_4$	0,762		
	$A_5$	0,763		
Fasilitas	$F_1$	0,808	0,1966	Valid
	$F_2$	0,728		
	$F_3$	0,794		
	$F_4$	0,712		
	$F_5$	0,747		
Word Of Mouth	$WOM_1$	0,742	0,1966	Valid
	$WOM_2$	0,813		
	$WOM_3$	0,866		
	$WOM_4$	0,815		
Keputusan Berkunjung	$KB_1$	0,625	0,1966	Valid
	$KB_2$	0,465		
	$KB_3$	0,780		
	$KB_4$	0,793		
	$KB_5$	0,810		

Sumber : Data Primer Diolah 2023

Merujuk pada tabel 3 didapat hasil dari uji validitas butir pertanyaan indikator dari masing-masing variabel adalah valid, dilihat dari hasil  $r_{hitung} > r_{tabel}$  0,1966. Kesimpulannya, dapat dikatakan bahwa kuesioner layak untuk penelitian selanjutnya, atau kuesioner sesuai kriteria dan valid.

#### Hasil Uji Reliabilitas

Instrumen selanjutnya adalah dilakukannya uji reliabilitas, sebagai ukuran kestabilan responden dalam menjawab pertanyaan didalam kuesioner. Apabila nilai *Cronbach's Alpha* > 0,70 maka hasil yang didapat reliabel menurut Sujarweni (2012) dalam (Anam et al., 2021).

**Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Koefisien	Keterangan
Daya Tarik Wisata	0,828	0,70	Reliabel
Aksesibilitas	0,827		
Fasilitas	0,812		
Word Of Mouth	0,822		
Keputusan Berkunjung	0,746		

Sumber : Data Primer Diolah 2023

Merujuk pada tabel 4 diketahui bahwa hasil dari uji reliabilitas masing-masing variabel adalah reliabel. Dikarenakan *Cronbach's Alpha* yang dihasilkan dari masing-masing variabel > 0,70.

#### Hasil Uji Asumsi klasik

##### a. Uji Normalitas

Selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik salah satunya yaitu uji normalitas, yang digunakan untuk mengetahui apakah data yang digunakan berdistribusi secara normal atau tidak. Dapat dilihat melalui grafik atau kurve berbentuk normal.

**Tabel 5. Hasil Analisis Kolmogorov - Smirnov Test**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,27901415
Most Extreme Differences	Absolute	,086
	Positive	,086
	Negative	-,067
Test Statistic		,086
Asymp. Sig. (2-tailed)		,066 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.  
b. Calculated from data.  
c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Data Primer Diolah 2023

Pengujian secara statistik yang merujuk pada tabel 5 hasil analisis kolmogorov – smirnov test nilai sig > 0,05 yang artinya data berdistribusi secara normal.

### Uji Multikolinearitas

Uji asumsi klasik selanjutnya adalah uji multikolinearitas, bertujuan agar mendapatkan ada atau tidaknya hubungan korelasi antara variabel independen. Dengan melihat hasil nilai VIF < 10 yang artinya tidak terjadi multikolinearitas.

**Tabel 6. Hasil Analisis Uji Multikolinearitas**

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	X1_Daya Tarik Wisata	,393	2,542
	X2_Aksesibilitas	,280	3,573
	X3_Fasilitas	,377	2,655
	X4_Word Of Mouth	,472	2,121

a. Dependent Variable: Y\_Keputusan Berkunjung

Sumber : Data Primer Diolah 2023

Merujuk pada tabel 6 hasil analisis uji multikolinearitas variabel daya tarik, aksesibilitas, fasilitas dan word of mouth bebas multikolinearitas, dikarenakan nilai VIF < 10.

### b. Uji Heteroskedastisitas

Uji asumsi klasik selanjutnya yaitu uji heteroskedastisitas, merupakan uji yang bertujuan untuk mendapatkan apakah ada perbedaan yang tidak sama antara satu pengamatan dengan lainnya.

**Tabel 7. Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	,488	,188		2,595	,011
	X1_Daya Tarik Wisata	,032	,059	,087	,542	,589
	X2_Aksesibilitas	-,030	,063	-,091	-,479	,633
	X3_Fasilitas	-,024	,063	-,063	-,386	,700
	X4_Word Of Mouth	-,044	,048	-,134	-,912	,364

a. Dependent Variable: ABS\_RES1

Sumber: Data Primer Diolah 2023

Merujuk pada tabel 7 hasil analisis uji heteroskedasitas didapat bahwa variabel – variabel independen tidak terjadi heteroskedasitas, dikarenakan hasil dari sig. X1,X2,X3,X4 > 0,05.

### Uji Hipotesis

#### a. Uji T (Parsial)

Uji t diperlukan untuk menganalisis apakah masing-masing variabel independen saling berkaitan secara individual terhadap variabel dependen atau tidak. Dengan kriteria :

- Jika nilai sig > 0,05 maka Ho diterima dan Ha ditolak. Yang artinya tidak ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.
- Jika nilai sig < 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima. Yang artinya terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

**Tabel 8. Hasil Analisis Uji t**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,265	,280		4,516	,000
X1_Daya Tarik Wisata	,028	,088	,031	,319	,750
X2_Aksesibilitas	,344	,094	,425	3,676	,000
X3_Fasilitas	,078	,093	,083	,837	,405
X4_Word Of Mouth	,282	,071	,352	3,951	,000

a. Dependent Variable: Y\_Keputusan Berkunjung

Sumber : Data Primer Diolah 2023

Merujuk pada tabel 8 hasil analisis uji t dapat diketahui hasil sebagai berikut:

1. *p-value* (sig.) untuk X1 adalah 0,750 > 0,05 dan nilai  $t_{hitung}$  0,319 <  $t_{tabel}$  (a = 0,05) 1,66105. Dengan kata lain Ho diterima dan Ha ditolak, yang memiliki arti bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Umbul Ponggok.
2. Pada X2 diperoleh nilai *p-value* (sig.) 0,000 < 0,05 dan nilai  $t_{hitung}$  3,676 >  $t_{tabel}$  1,66105. Dengan kata lain Ho ditolak dan Ha diterima, yang memiliki arti bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Umbul Ponggok.
3. Pada X3 diperoleh nilai *p-value* (sig.) 0,405 > 0,05 dan nilai  $t_{hitung}$  0,837 <  $t_{tabel}$  1,66105. Dengan kata lain Ho diterima dan Ha ditolak, yang memiliki arti bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara fasilitas terhadap keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Umbul Ponggok.

4. Pada X4 diperoleh nilai *p-value* (sig.)  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} 3,951 > t_{tabel} 1,66105$ . Dengan kata lain  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang memiliki arti bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *word of mouth* terhadap keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Umbul Ponggok.

**b. Uji F (Anova/Simultan)**

Uji F diperlukan sebagai analisis variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen atau tidak.

**Tabel 9. Hasil Analisis Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	Hb Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	14,003	4	3,501	43,151	,000 <sup>b</sup>
Residual	7,707	95	,081		
Total	21,710	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X4, X1, X3, X2

Sumber : Data Primer Diolah 2023

Merujuk pada tabel 9 yang diperoleh dari analisis uji F adalah didapat nilai hasil  $F_{hitung} 43,151 > F_{tabel} 2,47$  dan nilai *p-value* (sig.)  $0,000 < 0,05$ . Dengan kata lain  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang memiliki arti bahwa daya tarik wisata, aksesibilitas, fasilitas dan *word of mouth* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Umbul Ponggok.

**c. Uji Determinasi**

**Tabel 10. Hasil Analisis Uji Determinasi**

C					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,803 <sup>a</sup>	,645	,630	,28483	1,712

a. Predictors: (Constant), X4, X1, X3, X2

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Primer Diolah 2023

Merujuk pada tabel 10 hasil analisis uji determinasi dapat diketahui bahwa nilai Adjusted R Square adalah 0,630 artinya presentase sumbangan pengaruh variabel daya tarik wisata, aksesibilitas, fasilitas dan *word of mouth* terhadap keputusan berkunjung wisatawan adalah 63% sisa 37% pengaruh keputusan berkunjung wisatawan adalah dari variabel lain yang tidak masuk didalam penelitian ini salah satunya variabel sosial media.

**d. Analisis Regresi Linear Berganda**

**Tabel 11. Hasil Analisis Uji Linear Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>		
Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
1 (Constant)	1,265	,280
X1_Daya Tarik Wisata	,028	,088
X2_Aksesibilitas	,344	,094
X3_Fasilitas	,078	,093
X4_Word Of Mouth	,282	,071

b. Dependent Variable: Y\_Keputusan Berkunjung

Sumber : Data Primer Diolah 2023

Merujuk pada tabel 11 hasil analisis uji regresi linear berganda maka dapat dianalisis menggunakan persamaan :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$
$$Y = 1,265 + 0,028X_1 + 0,344X_2 + 0,078X_3 + 0,282X_4 + e$$

Hasil persamaan regresi linear berganda tersebut, dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Nilai yang dimiliki konstanta (a) positif sebesar 1,265 yang memiliki arti meskipun daya tarik wisata, aksesibilitas, fasilitas, dan *word of mouth* tidak ada atau belum pasti maka keputusan berkunjung wisatawan akan tetap ada.
2. Variabel daya tarik wisata ( $b_1X_1$ ) memiliki nilai koefisien regresi yaitu sebesar 0,028 atau positif, yang berarti keputusan berkunjung wisatawan meningkat setiap ada peningkatan daya tarik wisata.
3. Variabel aksesibilitas ( $b_2X_2$ ) memiliki nilai koefisien regresi yaitu sebesar 0,344 atau positif, yang memiliki arti setiap ada peningkatan aksesibilitas maka keputusan berkunjung wisatawan meningkat.
4. Variabel fasilitas ( $b_3X_3$ ) memiliki nilai koefisien regresi yaitu sebesar 0,078 atau positif, memiliki arti keputusan berkunjung wisatawan meningkat setiap ada peningkatan fasilitas.
5. *Word of mouth* ( $b_4X_4$ ) memiliki nilai koefisien yaitu sebesar 0,282 atau positif, yang berarti setiap ada peningkatan *word of mouth* maka keputusan berkunjung wisatawan meningkat.

## **Pembahasan**

### **Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung**

Dari analisis yang dilakukan didapat hasil yakni tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara daya tarik terhadap keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Umbul Ponggok. Berbeda dengan hasil penelitian (Rifansyah & Sihombing, 2022) yang mendapat hasil bahwa daya tarik wisata memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke agrowisata sawah Pematang Johar. Hal tersebut dikarenakan banyaknya pilihan wisata air dikota Klaten dengan keindahan dan keunikan masing-masing, sehingga persaingan semakin ketat dan juga membuat wisatawan dapat memilih dimana wisata air yang akan dikunjungi. Selain itu objek wisata Umbul Ponggok sudah sejak lama beroperasi, membuat wisatawan ingin mencari suasana atau tempat berbeda sebagai destinasi wisata. Setiap ada peningkatan daya tarik wisata maka akan meningkatkan keputusan berkunjung wisatawan.

### **Pengaruh Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung**

Dari analisis yang telah dilakukan didapat hasil yakni aksesibilitas berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Umbul Ponggok. Serupa dengan hasil (Saputra, 2022) yang mendapat hasil yakni aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung ke wisata Tani Betet Nganjuk. Hal ini dikarenakan akses wisata yang mendukung, seperti jalan yang sudah beraspal dan tidak berlubang, terdapat petunjuk arah yang membuat wisatawan mudah untuk sampai tujuan wisata.

### **Pengaruh Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung**

Berdasarkan analisis yang dilakukan didapat hasil yakni fasilitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Umbul Ponggok. Berbeda hasil dengan penelitian (Rahmadayanti & Murtadlo, 2020) yang mendapat hasil bahwa fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Curug Goa Jalmo Kabupaten Pasuruan. Disebabkan saat pandemi *covid-19* objek wisata Umbul Ponggok sempat ditutup beberapa saat, objek wisata Umbul Ponggok kini sudah beroperasi kembali namun dampak dari hal tersebut membuat fasilitas yang ada perlu dilakukan perbaikan karena tidak terawat selama tidak ada wisatawan yang berkunjung.

### **Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan**

Berdasarkan analisis yang dilakukan didapat hasil terdapat pengaruh signifikan antara *word of mouth* terhadap keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Umbul Ponggok.

Serupa dengan hasil penelitian (Prakoso, 2022) yang mendapat hasil bahwa word of mouth berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Taman Marga Satwa Ragunan. Hal ini timbul karena komunikasi dari mulut ke mulut dilakukan semua orang setiap harinya, informasi mengenai suatu objek wisata sangat mudah sekali menyebar dan membuat pendengar berminat untuk mengunjunginya. Selain itu juga wisatawan yang pernah mengunjungi objek wisata dapat lebih jelas ketika memberikan informasi dari mulut ke mulut.

### **Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Fasilitas, dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan**

Dari analisis yang dilakukan didapat hasil bahwa daya tarik wisata, aksesibilitas, fasilitas dan *word of mouth* secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Umbul Ponggok. Meskipun daya tarik wisata, aksesibilitas, fasilitas, dan *word of mouth* tidak ada atau belum pasti maka keputusan berkunjung wisatawan akan tetap ada.

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Hasil yang didapat dari analisis yang dilakukan dapat disimpulkan yakni daya tarik wisata tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan di obyek wisata Umbul Ponggok. Aksesibilitas berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan di obyek wisata Umbul Ponggok. Fasilitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Umbul Ponggok. *Word of mouth* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Umbul Ponggok. Daya tarik wisata, aksesibilitas, fasilitas dan *word of mouth* secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Umbul Ponggok.

Dengan adanya penelitian ini ada beberapa faktor yang perlu diperbaiki atau ditingkatkan lagi bagi objek wisata Umbul Ponggok. Sehubungan dengan adanya pandemi beberapa waktu lalu menjadikan kurangnya daya tarik wisatawan untuk berkunjung dan juga fasilitas yang perlu dibersihkan serta dirawat agar mampu menarik dan membuat nyaman wisatawan yang berkunjung. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian yang sudah ada dengan variabel lainnya atau variabel tambahan selain daya tarik wisata, aksesibilitas, fasilitas, *word of mouth* yang nantinya dapat berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Umbul Ponggok.

### **DAFTAR REFERENSI**

- Anam, M. S., Yulianti, W., Fitrihaloka, T., & Rosia, R. (2021). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Revisit Intention di Daya Tarik Wisata Waduk Malahayu. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 9(2), 337. <https://doi.org/10.24843/jdepar.2021.v09.i02.p12>
- Aryawati, P., Hariani, D., & Rina, A. (2019). *Manajemen Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) dalam Upaya Memulihkan Pendapatan Asli Desa (PADes) di Era New Normal (Studi Kasus BUMDes Tirta Mandiri Desa Ponggok Kecamatan Polanharjo Kabupaten Klaten)*. 1–15.
- Cahyono, A. T., & Pradana, M. (2021). Pengaruh Atribut Daya Tarik Wisata Dan Electronic Word Of Mouth ( EWOM ) Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Umbul Manten Klaten The Effect Of Tourism Product Attributes and Electronic Word Of Mouth (EWOM) On Visiting Decisions at Umbul Mant. *E Proceeding of Management*, 8(1), 152–163.

- Daulay, S. H. P. P., Emrizal, E., & Tondang, B. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Objek Wisata Pantai Bali Lestari. *Jurnal Creative Agung*, 12(1), 21–31.
- Dewi, K., Sudirman, I., & Andriani, R. (2021). Pengaruh Service Excellence, Aksesibilitas, dan Word of Mouth (WOM) terhadap Minat Wisatawan serta Implikasinya terhadap Keputusan Kunjungan Wisata Halal di Kabupaten Bandung Barat. *Media Wisata*, 19(2), 154–166. <https://doi.org/10.36276/mws.v19i2.129>
- Dewi, M. K., Rivandi, M., & Meirina, E. (2020). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Di Objek Wisata Pantai Air Manis Kota Padang. *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta*, 15(2), 14–22. <https://doi.org/10.37301/jmubh.v15i2.16895>
- Isdarmanto. (2017). *Dasar - Dasar Kepariwisata dan Pengelolaan Destinasi Paeiwisata*.
- Junaida, E. (2019). Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Wisata Berkunjung ke Taman Hutan Kota di Kota Langsa. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 146–155. <https://doi.org/10.33059/jseb.v10i2.1317>
- Kristiutami, Y. P. (2017). Pengaruh Keputusan Berkunjung Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Museum Geologi Bandung. *Jurnal Pariwisata*, 4(No.1), 53–62.
- Marpaung, B. (2019). Pengaruh Daya Tarik, Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Keselamatan Dengan Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Interventing Terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan. *Jurnal Penelitian Manajemen*, 1(2), 144–156.
- Nurbaeti, N., Rahmanita, M., Ratnaningtyas, H., & Amrullah, A. (2021). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Harga Dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Danau Cipondoh, Kota Tangerang. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 10(2), 269. <https://doi.org/10.23887/jish-undiksha.v10i2.33456>
- Nursinggih, T. R., & Aprianti. (2021). Analisis Kepuasan Pengunjung Objek Wisata Umbul Ponggok Klaten Ditinjau Dari Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2013–2015.
- Parastiwi, F. D., & Farida, N. (2018). Pengaruh Daya Tarik Dan Word-of-Mouth Terhadap Kunjungan Ulang Melalui Kepuasan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(2), 72. <https://doi.org/10.14710/jab.v6i2.16608>
- Prakoso, F. A. (2022). Analisis Word of Mouth , Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Mengunjungi Taman Margasatwa Ragunan dan Dampaknya terhadap Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Ilmu Manajemen Sosial Dan Humaniora JIMSH*, 4, 32–41. <https://doi.org/10.51454/jimsh.v4i1>.
- Rahmadayanti, T., & Murtadlo, K. (2020). Pengaruh Efektivitas Media Sosial , Daya Tarik , Harga Tiket , dan Fasilitas Pelayanan Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung di Curug Goa Jalmo Kabupaten Pasuruan. *Malia Jurnal Ekonomi Islam*, 12(1), 125–136.
- Rifansyah, M., & Sihombing, D. (2022). Pengaruh Fasilitas , Lokasi dan Daya Tarik Wisata terhadap Keputusan Berkunjung Agrowisata Sawah Desa Pematang Johar Kecamatan Labuhan Deli Kabupaten Deli Serdang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital MINISTAL*, 1(3), 153–170.

- Rini, R. S., & Apriyanti. (2022). *Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Harga, dan Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Pada Wisata Lembah Wilis Madiun. September.*
- Rokhayah, E. G., & Ana Noor Andriana. (2021). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas, dan Aksesibilitas terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Pantai Istana Amal Kabupaten Penajam Paser Utara. *Jurnal Kajian Dan Terapan Pariwisata*, 2(1), 10–18. <https://doi.org/10.53356/diparojs.v2i1.43>
- Ruray, T. A., & Pratama, R. (2020). Pengaruh Daya Tarik dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung pada Objek Wisata Pantai Akesahu Kota Tidore Kepulauan. *Jurnal Kawasa*, 11(2), 29–38.
- Saputra, T. A. (2022). Pengaruh Daya Tarik, Fasilitas, Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Wisata Tani Betet Nganjuk. *SIMBA Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi 4.*
- Setiyorini, A., Farida, U., & Kristiyana, N. (2018). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial, Word of Mouth, Dan Daya Tarik Wista Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Obyek Wisata Gunung Beruk Karangpatihan Balong. *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(2), 12–17. <https://doi.org/10.24269/iso.v2i2.185>
- Siyoto, S. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian* (Ayub, Ed.; Cetakan 1). Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. CV. ALFABETA.
- Zaenuri, M. (2012). *Perencanaan Strategis Kepariwisata Daerah Konsep dan Aplikasi*. e-Gov Publishing.