



## Pengaruh Fasilitas Dan *E-Wom* Terhadap Keputusan Berkunjung Di Daya Tarik Taman Nirwana Sungai Baramah Kota Padang

Restiyani <sup>1</sup>, Nidia Wulansari <sup>2</sup>

Universitas Negeri Padang

Email: [nidia.wulansari@fpp.unp.ac.id](mailto:nidia.wulansari@fpp.unp.ac.id)

**Abstract.** The research was conducted against the background of visitor complaints on social media about tourist facilities. The goal of this study was to determine how visitor decisions at Padang City's Baramah River Nirwana Park attraction were influenced by tourist amenities and E-WOM. With a causal associative methodology, the research is descriptive and quantitative. Population criteria are visitors who have visited Taman Nirwana, have seen reviews about Taman Nirwana on social media and visitors over 20 years old. Purposive sampling was used to collect 120 respondents. Data was collected from questionnaires that have been tested valid and reliable. Multiple linear regression tests were used to test the research hypothesis with the help of SPSS 23.00, obtaining the results, namely: (1) Tourist Facilities with adequate category (38%), electronic word of mouth with adequate category (39%) and Visiting Decision with adequate category (41%). A significant value of  $0.000 < 0.05$  is assigned to the estimated F score of 63.875. This indicates that the effects of X1 and X2 on Y are significant. This means that the hypothesis (H3) is accepted X1, X2 simultaneously affect Y, then the regression coefficient value for variable X1 is 0.268 with a significance value of  $0.000 < 0.05$  and variable X2 is 0.293 with a significance value of  $0.013 < 0.05$ . This means that every 1 unit increase in tourist facilities will increase 0.268 visiting decisions and every 1 unit increase in E-WOM will increase 0.293 visiting decisions. Then the Adjust R square value of 0.514 is obtained, which means that the effect of variables X1 and X2 on Y is 51.4%, while 48.6 is influenced by other factors. so it can be concluded in this study that  $H_a$  is accepted.

**Keywords:** Tourism Facilities, Electronic Word of Mouth and visitors' satisfaction.

**Abstrak.** Penelitian yang dilakukan untuk mengetahui faktor yang paling penting dalam melihat keputusan berkunjung dari fasilitas wisata dan *E-WOM*. Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk menguji pengaruh fasilitas wisata dan *E-WOM* terhadap keputusan berkunjung di Daya Tarik Taman Nirwana Sungai Baramah Kota Padang. Dengan metodologi asosiatif kausal, penelitian ini bersifat deskriptif dan kuantitatif. Kriteria populasi yaitu pengunjung yang pernah berkunjung di Taman Nirwana, pernah melihat review mengenai Taman Nirwana di media sosial dan pengunjung yang berusia diatas 20 tahun. *Purposive sampling* digunakan untuk mengumpulkan 120 responden. Data dikumpulkan dari kuesioner yang sudah teruji valid dan reliabel. Uji regresi linier berganda digunakan untuk menguji hipotesis penelitian dengan bantuan SPSS 23.00, memperoleh hasil yaitu: (1) Fasilitas Wisata dengan kategori memadai(38%), *electronic word of mouth* dengan kategori memadai (39%) dan Keputusan Berkunjung dengan kategori memadai (41%). Nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  diberikan pada nilai F yang diestimasi sebesar 63,875. Hal ini menunjukkan bahwa X1 dan X2 memiliki dampak yang besar terhadap Y. Berdasarkan hal ini, jika hipotesis ketiga (H3) yang menyatakan bahwa X1 dan X2 memiliki dampak terhadap Y secara bersamaan, maka hipotesis ini adalah tepat, maka nilai koefisien regresi untuk X1 dan X2 masing-masing adalah 0.268 dan 0.293, dengan tingkat signifikansi  $0.000 < 0.013$ . Hal ini menunjukkan bahwa untuk setiap kenaikan 1 unit fasilitas wisata, 0,268 lebih banyak orang akan memutuskan untuk datang, dan untuk setiap kenaikan 1 unit *E-WOM*, 0,293 lebih banyak orang akan memutuskan untuk berkunjung. Kemudian, nilai Adjust R square sebesar 0,514 yang menunjukkan bahwa variabel X1 dan X2 memiliki pengaruh sebesar 51,4% terhadap Y sedangkan variabel lainnya memiliki pengaruh sebesar 48,6%. Hasilnya, dapat disimpulkan dari penelitian ini bahwa  $H_a$  dapat diterima.

**Kata kunci:** Fasilitas Wisata, *electronic word of mouth* dan Keputusan Berkunjung.

### LATAR BELAKANG

Pariwisata di Indonesia menjadi salah satu sumber pemasukan terbesar yang dimiliki Negara saat ini dengan memanfaatkan seluruh potensi wisata yang ada, setiap daerah di Indonesia bisa mengembangkan sektor pariwisata mereka dengan tujuan menghasilkan dan meningkatkan pendapatan asli daerah masing-masing.

Keputusan kunjungan wisatawan sama dengan keputusan pembelian konsumen, menurut Jalivand dkk. (2012). Swastha dan Handoko (2012) menyatakan bahwa keputusan pembelian adalah sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia yang melibatkan pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, evaluasi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian guna memenuhi keinginan dan kebutuhannya. Fasilitas dan layanan terkait pariwisata merupakan komponen penting yang harus dikelola. Untuk mengakomodasi pengunjung yang tinggal sementara di lokasi wisata yang mereka kunjungi, fasilitas harus berfungsi sebagai tempat di mana pengunjung dapat bersantai, menikmati, dan terlibat dalam kegiatan yang ditawarkan di sana (Nasution et al., 2020).

Selain dari fasilitas, keputusan berkunjung juga dapat dipengaruhi oleh *e-wom* hal ini didukung dari hasil penelitian tentang E-WOM menjelaskan bahwa *E-WOM* memiliki pengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian atau keputusan berkunjung (Sindunata & Wahyudi, 2018; Sudarita & Tandyonomanu, 2020). Electronic Word Of Mouth (E-WOM) mengacu pada penyebaran informasi tentang kualitas produk dan layanan, serta pengalaman positif dan negatif, kepada konsumen lain melalui penggunaan forum online, email, mesin pencari, dan platform online lainnya oleh orang yang sedang mempertimbangkan untuk membeli produk, orang yang telah membeli produk, atau siapa saja yang ingin mengomentari produk atau layanan (Auliya, dkk., 2017).

Pada sektor pariwisata, kota Padang merupakan salah satu kota yang terbilang sangat berkembang karena memiliki daya tarik wisata yang beraneka ragam, dimulai dari wisata budaya, wisata alam, wisata sejarah, wisata religi, dan wisata kuliner. Jenis wisata alam terbagi menjadi 2 yaitu wisata cagar alam dan wisata bahari, wisata bahari memiliki daya tarik tersendiri dimana wisatawan dapat melakukan berbagai aktivitas wisata yaitu memancing, menyelam, melihat taman-taman laut dengan melihat pemandangan indah dibawah permukaan air dan melihat keindahan sunset maupun sunrise.

Taman Nirwana merupakan objek wisata bahari yang ada di Kota Padang. Tepatnya berada di kota Sungai Baramah, Kecamatan Lubuk Begalung, 25 kilometer dari pusat kota Padang. Pantai Tirta adalah nama terdahulu dari Taman Nirwana ini. Pemandangan pantai dari Taman Nirwana berada tepat di seberang Pelabuhan Teluk Bayur. Di pantai barat Sumatera, pelabuhan ini merupakan pelabuhan alami terbesar dan tertua. Hari libur termasuk hari besar seperti Natal dan Idul Fitri menarik banyak orang ke objek wisata ini.

Keputusan berkunjung dipengaruhi oleh ketidakpuasan dan kesesuaian harapan pengunjung dengan fasilitas wisata yang disediakan oleh pengelola, review negatif mengenai

fasilitas wisata yang diberikan oleh pengunjung disosial media mempengaruhi penurunan jumlah pengunjung di Daya Tarik Taman Nirwana Sungai Baramah Kota Padang.

Keputusan Berkunjung untuk datang akan terpengaruh jika fasilitas yang ditawarkan tidak sesuai dengan harapan tamu. Pengalaman positif pengunjung dengan sebuah fasilitas mengarah pada pengembangan promosi dari mulut ke mulut secara elektronik. *Electronic word of mouth* juga menjadi salah satu sumber informasi utama untuk pengunjung dan bersifat independen. Karnanya *electronic word of mouth* lebih dapat dipercaya dari pada sumber informasi lainnya. Ulasan yang negatif dapat berpengaruh kepada jumlah pengunjung, maka dari latar belakang dan uraian permasalahan di atas peneliti tertarik untuk mengangkat judul penelitian tentang “ **Pengaruh Fasilitas dan E-WOM Terhadap Keputusan Berkunjung Di Daya Tarik Taman Nirwana Sungai Baramah Kota Padang**”

## **KAJIAN TEORITIS**

### **Keputusan Berkunjung**

Menurut Kotler dan Keller dalam Abdulrahman (2018) “Keputusan berkunjung adalah perilaku pembelian seseorang dalam menentukan suatu pilihan tempat wisata untuk mencapai kepuasan sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen yang meliputi pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian dan perilaku setelah pembelian”. Indikator-indikator dari keputusan berkunjung: Identifikasi masalah, pencarian informasi, penilaian alternatif, keputusan kunjungan, dan perilaku pasca pembelian

### **Fasilitas Wisata**

Fasilitas adalah semua fasilitas yang fungsinya memenuhi kebutuhan pengunjung yang tinggal sementara waktu di daerah tujuan wisata yang dikunjunginya, dimana mereka dapat santai menikmati dan berpartisipasi dalam kegiatan yang tersedia di daerah tujuan wisata tersebut (Nasution et al., 2020). Yoeti (2015) mencantumkan indikator-indikator berikut untuk mengukur fasilitas pariwisata: 1. Kelengkapan fasilitas; 2. Kualitas fasilitas. 3. Aksesibilitas fasilitas. 4. Kebersihan fasilitas.

### **E-WOM**

*E-Wom* adalah komunikasi informal yang diarahkan pada konsumen melalui teknologi berbasis internet yang terkait dengan penggunaan atau karakteristik barang dan jasa tertentu. Termasuk komunikasi antara produsen dan konsumen serta antara konsumen itu sendiri (Litvin et al., 2017). Menurut Goyette (2019) dapat diukur dalam tiga indikator

yang diantaranya adalah *intensity* (intensitas), *valence of opinion* (valensi pendapat), *content* (konten/isi).

## METODE PENELITIAN

Pendekatan asosiatif kausal digunakan untuk studi deskriptif kuantitatif pada penelitian ini. Terdiri dari tiga variabel pada penelitian ini yaitu Fasilitas Wisata (X1), *electronic word of mouth* (X2) dan Keputusan Berkunjung (Y). Sampel pada penelitian ini menggunakan rumus Hair, dengan melibatkan 120 orang yang akan disurvei. Kuesioner yang berisi 59 pernyataan didistribusikan kepada responden dan disusun dengan skala likert dengan lima pilihan jawaban. (1) Uji Normalitas, (2) Uji Heteroskedastisitas, dan (3) Uji Multikolinearitas digunakan untuk mengevaluasi persyaratan uji regresi linier berganda merupakan hipotesis penelitian ini.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

#### 1. Variabel Fasilitas Wisata (X1)

Data variabel fasilitas wisata dikumpulkan melalui pernyataan yang terdiri dari 32 pernyataan yang telah diuji validitas dan reabilitasnya. Selanjutnya angket disebarakan kepada 120 responden dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 1. Data statistik variabel fasilitas wisata**

Statistics		
Fasilitas Wisata		
N	Valid	120
	Missing	0
Mean		206,09
Median		207,50
Mode		224
Std. Deviation		31,807
Variance		1011,681
Range		160
Minimum		120
Maximum		280
Sum		24731

*Sumber: Hasil data olahan SPSS (2023)*

Data variabel fasilitas wisata yang dapat dilihat dari data di atas terdiri dari 32 pernyataan yang diajukan kepada pengunjung di Objek Wisata Taman Nirwana Sungai Baramah Kota Padang. Nilai mean sebesar 206.09, median 207.50, modus 224, standar deviasi 31.807, varians 1011.681, range 160, minimum 120, maksimum 280, dan nilai total 24731.

Skor pencapaian responden dapat digunakan untuk mengkategorikan temuan studi dan menjelaskan kategori evaluasi setelah analisis statistik dari variabel-variabel yang disebutkan di atas:

**Tabel 2. Distribusi frekuensi data variabel fasilitas wisata**

Kategori	Kelas Interval	Frekuensi	%
Sangat Baik	≥254	9	7 %
Baik	≥222-<254	33	28 %
<b>Cukup</b>	<b>≥190-&lt;222</b>	<b>45</b>	<b>38 %</b>
Buruk	≥158-<190	24	20 %
Sangat Buruk	<158	9	7 %
TOTAL		120	100 %

*Sumber: Hasil data olahan SPSS (2023)*

Berdasarkan tabel diatas mengenai data variabel fasilitas wisata dapat dilihat bahwa nilai *mean* sebesar 206,09 yang dimana nilai tersebut masuk kedalam kategori cukup dengan frekuensi 45 orang responden dan presentase 38 %,

## 2. Variabel *electronic word of mouth* (X2)

Data variabel *E-WOM* dikumpulkan melalui pernyataan yang terdiri dari 12 pernyataan yang telah diuji validitas dan reabilitasnya. Selanjutnya angket disebarkan kepada 120 responden untuk dijawab. Berdasarkan hasil yang diperoleh dari penelitian ini dapat dilihat pada tabel statistik dan tabel klasifikasi data berikut :

**Tabel 3. Data statistik variabel *E-WOM***

Statistics		
<i>E-WOM</i>		
N	Valid	120
	Missing	0
Mean		77,02
Median		78,00
Mode		84
Std. Deviation		11,681
Variance		136,454
Range		62
Minimum		43
Maximum		105
Sum		9242

*Sumber: Hasil data olahan SPSS (2023)*

Informasi untuk variabel *E-WOM* diperoleh dari 12 pernyataan yang diberikan kepada pengunjung di Taman Wisata Sungai Nirwana Baramah Kota Padang berdasarkan data yang disajikan di atas. Statistik tersebut adalah sebagai berikut: nilai rata-rata 77,02, nilai median 78,00, nilai modus 84, nilai standar deviasi 11,681, nilai varians 136,454, nilai range 62, nilai minimum 43, nilai maksimum 105, dan nilai total 9242.

Skor pencapaian responden dapat digunakan untuk mengkategorikan temuan studi dan menjelaskan kategori evaluasi setelah analisis statistik dari variabel-variabel yang disebutkan di atas:

**Tabel 4. Distribusi frekuensi data variabel E-WOM**

Kategori	Kelas Interval	Frekuensi	%
Sangat Baik	$\geq 95$	6	5 %
Baik	$\geq 83 < 95$	33	28 %
<b>Cukup</b>	<b><math>\geq 71 &lt; 83</math></b>	<b>47</b>	<b>39 %</b>
Buruk	$\geq 59 < 71$	27	22 %
Sangat Buruk	$< 59$	7	6 %
TOTAL		120	100 %

*Sumber: Hasil data olahan SPSS (2023)*

Berdasarkan tabel diatas mengenai data variabel fasilitas wisata dapat dilihat bahwa nilai *mean* sebesar 77,02 yang dimana nilai tersebut masuk kedalam kategori cukup dengan frekuensi 47 orang responden presentase 39 %.

### 3. Variabel Keputusan Berkunjung

Pernyataan yang terdiri dari 15 pernyataan yang telah divalidasi dan dievaluasi reliabilitasnya digunakan untuk mengumpulkan informasi mengenai variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan berkunjung. Selain itu, tabel berikut menunjukkan kuesioner yang diberikan kepada 120 responden:

**Tabel 5. Data statistik variabel keputusan berkunjung**

Statistics		
Keputusan berkunjung		
N	Valid	120
	Missing	0
Mean	102,43	
Median	102,50	
Mode	108	
Std. Deviation	15,434	
Variance	238,213	
Range	73	
Minimum	62	
Maximum	135	
Sum	12291	

*Sumber: Hasil data olahan SPSS (2023)*

Informasi mengenai variabel keputusan berkunjung dikumpulkan dari 15 pernyataan yang diberikan kepada pengunjung di Objek Wisata Taman Nirwana Sungai Baramah Kota Padang, seperti yang ditunjukkan oleh data di atas. Hal ini menghasilkan nilai *mean* sebesar 102,43, median sebesar 102,50, modus sebesar 108, varians sebesar 238,113, range sebesar 73, minimum sebesar 62, maksimum sebesar 135, dan sum sebesar 12291.

Skor pencapaian responden dapat digunakan untuk mengkategorikan temuan studi dan menjelaskan kategori evaluasi setelah analisis statistik dari variabel-variabel yang disebutkan di atas:

**Tabel 6. Distribusi frekuensi data variabel keputusan berkunjung**

Kategori	Kelas Interval	Frekuensi	%
Sangat Baik	$\geq 126$	9	7 %
Baik	$\geq 110 < 126$	26	22 %
<b>Cukup</b>	<b><math>\geq 95 &lt; 110</math></b>	<b>49</b>	<b>41 %</b>
Buruk	$\geq 79 < 95$	31	26 %
Sangat Buruk	$< 79$	5	4 %
TOTAL		120	100 %

*Sumber: Hasil data olahan SPSS (2023)*

Berdasarkan tabel diatas mengenai data variabel fasilitas wisata dapat dilihat bahwa nilai *mean* sebesar 102,43 yang dimana nilai tersebut masuk kedalam kategori cukup dengan frekuensi 49 orang responden dan presentase 41 %.

## Uji Persyaratan Analisis

### 1. Uji Normalitas

Uji Kolmogorov-Smirnov digunakan dalam uji normalitas penelitian ini. Taraf signifikansi yang digunakan sebagai dasar untuk menolak dan menerima kesimpulan bahwa suatu distribusi adalah normal atau tidak adalah  $> 0,05$ . Tabel berikut ini menunjukkan hasil uji normalitas:

**Tabel 7. Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		120
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	5,80441275
Most Extreme Differences	Absolute	,080
	Positive	,077
	Negative	-,080
Test Statistic		,080
Asymp. Sig. (2-tailed)		,060 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

*Sumber: Hasil data olahan SPSS (2023)*

Berdasarkan tabel diatas, Asymp. Sig adalah 0,060. Dapat dilihat pada uji yang telah dilakukan pada ketiga nilai tersebut  $> 0,05$  dan dapat dikatakan bahwa ketiga data terdistribusi normal.

## 2. Uji Heteroskedastisitas

Uji Gleser, yang melibatkan meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel independen, digunakan untuk menentukan ada tidaknya heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

- a. Tidak terjadi heteroskedastisitas apabila nilai signifikansinya  $> 0,05$
- b. Terjadi heteroskedastisitas apabila nilai signifikansinya  $< 0,05$

**Tabel 8. Uji heteroskedastisitas**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10,311	4,781		2,157	,033
	Fasilitas Wisata	-,051	,029	-,221	-1,765	,080
	E-WOM	,102	,078	,164	1,311	,192

a. Dependent Variable: RES2

*Sumber: Hasil data olahan SPSS (2023)*

### Hasil pengolahan

Variabel	Sig.	Keterangan
Fasilitas wisata	0,080	Sig. $> 0,05$
E-WOM	0,192	Sig. $> 0,05$

*Sumber: Hasil data olahan SPSS (2023)*

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas diatas, diperoleh nilai signifikansi fasilitas wisata sebesar 0,080 dan E-WOM sebesar 0,192. maka dapat dinyatakan kedua variabel diatas tidak terjadi heteroskedastisitas.

## 3. Uji Multikolinearitas

Untuk mengetahui apakah model regresi mengandung multikolinearitas:

- a. Suatu model regresi empiris nilai estimasi R2 cukup tinggi, tetapi banyak variabel independen yang secara individual tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

b. Dengan melihat matrik korelasi antar variabel bebas, dapat disimpulkan bahwa terdapat multikolinearitas jika terdapat korelasi yang tinggi antar variabel bebas ( $>0,09$ ) yang dibuktikan dengan nilai VIF dan Tolerance. Sebagai hasilnya, berikut ini dapat digunakan sebagai dasar perbandingan:

- 1) Dapat dikatakan tidak ada multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi jika nilai tolerance  $> 0,10$  dan nilai VIF
- 2) Jika nilai VIF lebih besar dari 10 dan nilai tolerance

**Tabel 9. Uji multikolinearitas**

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Fasilitas Wisata	,532	1,879
	E-WOM	,532	1,879
a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung			

*Sumber: Hasil data olahan SPSS (2023)*

Nilai tolerance yang diperoleh untuk variabel fasilitas wisata (X1) adalah 0,532 dan nilai VIF adalah 1,879, dan nilai tolerance E-WOM (X2) adalah 0,532 dan nilai VIF adalah 1,879, sesuai dengan hasil analisis uji multikolinieritas pada tabel di atas. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

### **Pengujian Hipotesis**

Pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui besar pengaruh variabel Fasilitas Wisata (X1), E-WOM (X2) dan Keputusan Berkunjung (Y)

H1 : Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung di Taman Nirwana Sungai Baramah Kota Padang.

H2 : E-WOM berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung di Taman Nirwana Sungai Baramah Kota Padang.

H3 : Fasilitas dan E-WOM berpengaruh terhadap keputusan berkunjung di Taman Nirwana Sungai Baramah Kota Padang.

### **Uji Linear Berganda**

Uji linear berganda dilakukan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel Fasilitas Wisata ( $X_1$ ),  $E$ -WOM ( $X_2$ ) dan Keputusan Berkunjung ( $Y$ ). Berikut adalah hasil uji regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

**Tabel 10. Uji linear berganda**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	14796,220	2	7398,110	63,875	,000 <sup>b</sup>
	Residual	13551,105	117	115,821		
	Total	28347,325	119			
a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung						
b. Predictors: (Constant), E-WOM, Fasilitas Wisata						

*Sumber: Hasil data olahan SPSS (2023)*

Berdasarkan hasil pengujian yang disebutkan di atas, nilai F hitung adalah 63,875, dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Hal ini mengindikasikan bahwa pengaruh variabel  $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $Y$  adalah signifikan. Dengan demikian, hipotesis ( $H_3$ ) yang menyatakan bahwa  $X_1$  dan  $X_2$  secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap  $Y$  dapat diterima.

Selain itu, tabel berikut ini menunjukkan koefisien determinasi regresi antara variabel fasilitas wisata dan e-WOM terhadap keputusan berkunjung.

**Tabel 11. Uji koefisien determinasi regresi**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	24,613	7,097		3,468	,001
	Fasilitas Wisata	,268	,043	,553	6,308	,000
	E-WOM	,293	,116	,222	2,529	,013
a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung						

Sumber: Hasil data olahan SPSS (2023)

Berdasarkan tabel diatas, maka didapatkan persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y : a + B1X1 + B2X2$$

$$Y : 24,613 + 0,268 + 0,293$$

Berdasarkan persamaan tersebut di atas, nilai koefisien regresi untuk variabel X1 adalah 0,268 dan variabel X2 adalah 0,293 dengan nilai signifikansi masing-masing sebesar 0,000 dan 0,013.

Hal ini mengimplikasikan bahwa untuk setiap kenaikan satu satuan pada fasilitas wisata, maka 0,268 keputusan berkunjung akan meningkat dan untuk setiap kenaikan satu satuan pada E-WOM, maka 0,293 keputusan berkunjung akan meningkat.

Selanjutnya untuk mengetahui sejauh mana variabel X1 dan X2 mempengaruhi variabel Y. dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 12. Adjust R squad**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,722 <sup>a</sup>	,522	,514	10,762
a. Predictors: (Constant), E-WOM (X2), Fasilitas Wisata (X1)				

Sumber: Hasil data olahan SPSS (2023)

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh nilai adjusted R square sebesar 0,514 artinya pengaruh variabel X1 dan X2 terhadap Y adalah 51,4% sedangkan 48,6 dipengaruhi oleh faktor lain.

## Pembahasan

### 1. Fasilitas Wisata

Berdasarkan hasil temuan penelitian, variabel Fasilitas Wisata di antara 120 responden dapat dikatakan memuaskan dengan total nilai capaian responden sebesar 24.731, yang terletak di antara rentang  $\geq 190$  -  $< 222$  dengan presentase 38%. sehingga dapat disimpulkan bahwa Daya Tarik Taman Nirwana Sungai Baramah Kota Padang sudah menyediakan fasilitas wisata yang memadai untuk pengunjung tetapi fasilitas tersebut belum mencapai kepuasan bagi pengunjung dikarenakan tidak terwujudnya harapan pengunjung terhadap fasilitas tersebut. Hal ini dapat ditinjau dari kelengkapan fasilitas, kualitas dari fasilitas, kemudahan menggunakan fasilitas dan kebersihan fasilitas. Adapun rata-rata jawaban yang diberikan responden cukup atas tersedianya fasilitas. Peneliti juga menyarankan kepada pihak pengelola untuk meningkatkan SOP untuk menjaga dan merawat semua fasilitas di Nirwana Park, termasuk: 1)

Membuat jadwal perawatan rutin; membuat jadwal perawatan minimal tiga bulan sekali; dan 2) Menugaskan setiap karyawan dengan tugas masing-masing sehingga mereka bertanggung jawab atas kinerjanya. 3) Menjaga kebersihan area wisata setiap hari. Harus ada petugas yang bertugas setiap hari untuk membersihkan area sekitar pantai dan membuang semua sampah agar setiap orang yang berkunjung merasa nyaman. Akan lebih mudah untuk mengelola sampah dalam upaya menjaga lingkungan jika sampah organik dan non-organik dipisahkan di tempat sampah, dengan pengelola menyediakan dua tempat sampah di setiap lokasi.

Penelitian terdahulu dari (Rahmadayanti & Murtadlo, 2020) yang mendapat hasil bahwa fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Curug Goa Jalmo Kabupaten Pasuruan. Hasil pada penelitian ini sesuai dengan teori milik Seyidov dan Adomaitienė (2017) dan selaras dengan hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Suwastawa, dkk. (2021), dimana fasilitas wisata memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung pada pengunjung Pantai Pasir Kencana

## **2. E-WOM**

Berdasarkan hasil temuan penelitian, variabel *E-WOM* di antara 120 responden dapat dikatakan memuaskan dengan total nilai capaian responden sebesar 9.242, yang terletak di antara rentang  $\geq 71$  -  $< 83$  dengan presentase 39%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Daya Tarik Taman Nirwana Sungai Baramah Kota Padang sudah menyediakan *E-WOM* yang memadai untuk pengunjung. Hal ini ditinjau dari *Intensity*, *Valence Of Opinion* dan *Content*. *E-WOM* di Daya Tarik Taman Nirwana Sungai Baramah Kota Padang ditinjau dari hasil capaian responden yang dilihat dari *E-WOM*. Peneliti menyarankan kepada pihak pengelola Taman Nirwana untuk lebih memperhatikan umpan balik positif dan negatif yang ditinggalkan oleh pengunjung di media sosial tentang pengalaman mereka di sana. *E-WOM* (electronic word of mouth) merupakan wadah bagi pengunjung Taman Nirwana untuk mendiskusikan pengalaman menarik yang mereka alami di sana. Komentar pengunjung tentang kebersihan area pantai dapat menjadi panduan bagi pengelola untuk mempertahankannya berdasarkan pengalaman menyenangkan yang mereka rasakan dengan fasilitas tersebut. Dan sebaliknya, pihak pengelola dapat secara tidak langsung diperingatkan untuk meningkatkan tingkat ketidakpuasan yang dirasakan oleh pengunjung jika mereka memiliki pengalaman yang buruk. Banyak pengunjung yang mengantisipasi Taman Nirwana untuk lebih berkembang lagi berdasarkan *E-WOM* (electronic word of mouth).

Pada penelitian terlebih dahulu Sari (2017), menyatakan bahwa terdapat pengaruh *electronic word of mouth* signifikan positif terhadap keputusan berkunjung dengan nilai koefisien determinan ( $R^2$ ) yang didapat sebesar 51,3% di Desa Wisata Coban Rais BKPH

Pujon. Nurul, dkk (2014), menyatakan bahwa *electronic word of mouth* memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,067 di daya tarik wisata Umbul Sidomukti Kabupaten Semarang.

### 3. Keputusan Berkunjung

Berdasarkan hasil temuan penelitian, variabel Keputusan berkunjung di antara 120 responden dapat dikatakan memuaskan dengan total nilai capaian responden sebesar 12.291, yang terletak di antara rentang  $\geq 95$  -  $< 110$  dengan presentase 41%. sehingga dapat disimpulkan bahwa Daya Tarik Taman Nirwana Sungai Baramah Kota Padang cukup untuk membuat pengunjung merasakan kepuasan terhadap fasilitas dan *E-WOM*. Secara umum, responden berpendapat bahwa Daya Tarik Wisata Taman Nirwana Sungai Baramah Kota Padang memberikan kepuasan yang cukup. Peneliti juga menyarankan kepada pihak pengelola untuk menjaga fasilitas dan meningkatkan sesuai dengan kebutuhan pengunjung serta komentar-komentar negatif yang diberikan pengunjung agar dapat menjadi acuan bagi pengelola sehingga pengunjung merasa puas saat berkunjung serta memberikan komentar positif disosial media.

Hasil penelitian Indriyani Ratna Dewi (2018) menunjukkan bahwa secara parsial, untuk variabel *electronic word of mouth* dan fasilitas wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Hasil penelitian sarina anggga dan widiartanto (2023) menunjukkan bahwa secara parsial variabel fasilitas wisata dan *electronic word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan berkunjung.

### 4. Pengaruh Fasilitas Wisata terhadap Keputusan Berkunjung di Daya Tarik Taman Nirwana Sungai Baramah Kota Padang.

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara fasilitas wisata terhadap keputusan berkunjung pengunjung berkunjung di Daya Tarik Taman Nirwana Sungai Baramah Kota Padang dilakukan dengan menggunakan SPSS 23.00, nilai koefisien regresi untuk variabel X1 sebesar 0,268 dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ , artinya setiap peningkatan 1 satuan fasilitas wisata akan meningkatkan 0,268 keputusan berkunjung. Oleh karena itu, dapat disimpulkan dari pembahasan temuan penelitian di atas bahwa atraksi wisata memiliki dampak yang besar terhadap pilihan wisatawan. Kemampuan pengelola untuk memenuhi permintaan yang sesuai dengan harapan atau keinginan berdasarkan kebutuhan pengunjung,

Secara sederhana, merupakan hal yang menentukan keberhasilan fasilitas wisata. Kemampuan ini ditentukan dengan mengevaluasi secara cermat harapan pengunjung dan kebutuhan lainnya. Jika semakin diperhatikan fasilitas wisata, maka semakin meningkatnya

keputusan berkunjung pengunjung di Daya Tarik Taman Nirwana Sungai Baramah Kota Padang dan sebaliknya apabila fasilitas wisata menurun maka keputusan pengunjung berkunjung juga akan ikut menurun. Fasilitas wisata secara sederhana yaitu ukuran seberapa bagus fasilitas yang diberikan mampu sesuai dengan harapan pengunjung.

Penelitian terdahulu terdapat penelitian yang memiliki hasil bahwa fasilitas wisata dapat memengaruhi keputusan berkunjung wisatawan, penelitian tersebut dilakukan oleh Suwastawa, dkk. (2021) yang menyatakan hasil bahwa variabel fasilitas wisata berpengaruh secara positif dan signifikan pada variabel keputusan berkunjung. Hasil pada penelitian ini sesuai dengan teori milik Seyidov dan Adomaitienė (2017) dan selaras dengan hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Suwastawa, dkk. (2021), dimana fasilitas wisata memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung pada pengunjung Pantai Pasir Kencana

### **5. Pengaruh *E-WOM* Berkunjung di Daya Tarik Taman Nirwana Sungai Baramah Kota Padang.**

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara *E-WOM* terhadap keputusan berkunjung pengunjung berkunjung di Daya Tarik Taman Nirwana Sungai Baramah Kota Padang dilakukan dengan menggunakan SPSS 23.00, Dengan nilai signifikan sebesar  $0.013 < 0.05$ , nilai koefisien regresi untuk variabel  $X_2$  adalah 0.293.

Secara sederhana dapat dikatakan bahwa setiap kenaikan 1 satuan *E-WOM* akan mengakibatkan kenaikan kunjungan sebesar 0,293 satuan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan dari pembahasan hasil penelitian di atas bahwa *E-WOM* memiliki pengaruh yang besar terhadap pilihan berwisata. Media sosial merupakan tempat pertama yang dituju wisatawan sebelum memutuskan untuk berkunjung. Akibatnya, operator tempat wisata harus memperhitungkan media sosial.

Temuan penelitian ini konsisten dengan penelitian sebelumnya oleh Fitriana (Fitriana, 2021), yang menunjukkan bahwa variabel *electronic word-of-mouth* memiliki pengaruh positif yang kuat terhadap variabel keputusan berkunjung. Menurut Kumalasari (2018), Café Sawah di Desa Wisata Pujon Kidul menunjukkan bahwa dimensi-dimensi *electronic word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung.

### **6. Pengaruh Fasilitas Wisata dan *E-WOM* terhadap Keputusan Berkunjung di Daya Tarik Taman Nirwana Sungai Baramah Kota Padang.**

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang digunakan untuk mengetahui seberapa besarnya Pengaruh Fasilitas Wisata dan *E-WOM* terhadap Keputusan Berkunjung di Daya Tarik Taman

Nirwana Sungai Baramah Kota Padang dilakukan menggunakan SPSS 23.00. Nilai F sebesar 63,875,  $0,000 < 0,05$  dianggap signifikan. Hal ini mengindikasikan bahwa pengaruh X1 dan X2 terhadap Y adalah signifikan. Dengan demikian, jika hipotesis ketiga (H3) bahwa X1 dan X2 mempengaruhi Y secara simultan adalah benar, maka nilai koefisien regresi untuk X1 dan X2 masing-masing adalah 0.268 dan 0.293, dengan tingkat signifikansi masing-masing 0.000 dan 0.013. Hal ini menunjukkan bahwa untuk setiap kenaikan 1 unit dalam fasilitas wisata, 0,268 lebih banyak orang akan memutuskan untuk datang, dan untuk setiap kenaikan 1 unit dalam E-WOM, 0,293 lebih banyak orang akan memutuskan untuk berkunjung. Nilai Adjust R square adalah 0.514, menunjukkan bahwa variabel X1 dan X2 memiliki pengaruh sebesar 51.4% terhadap Y sedangkan variabel 48.6 dipengaruhi oleh faktor lainnya. Jadi dapat disimpulkan pada penelitian ini adalah  $H_0$  diterima.

Temuan penelitian ini konsisten dengan penelitian yang berjudul Pengaruh Fasilitas dan Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Taman Kyai Langgeng Kota Magelang, yang menemukan bahwa terdapat hubungan antara fasilitas dengan keputusan berkunjung serta terdapat hubungan antara fasilitas dengan keputusan berkunjung yang positif (Prasetyo, 2022).

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan data yang diperoleh dalam penelitian mengenai fasilitas wisata, *E-WOM* terhadap keputusan berkunjung di Daya Tarik Taman Nirwana Sungai Baramah Kota Padang, terdapat responden yang berjumlah 120 orang, kemudian telah dianalisa dan disimpulkan sebagai berikut :

1. Fasilitas wisata di Daya Tarik Taman Nirwana Sungai Baramah Kota Padang menunjukkan secara keseluruhan dari pernyataan 120 responden variabel fasilitas wisata memiliki nilai total pencapaian responden sebanyak 24.731 dan nilai mean sebesar 206,09 yang dimana nilai tersebut masuk kedalam kategori cukup dengan presentase 38 % dan frekuensi sebanyak 45 responden.
2. *E-WOM* di Daya Tarik Taman Nirwana Sungai Baramah Kota Padang menunjukkan secara keseluruhan dari pernyataan 120 responden variabel *E-WOM* memiliki nilai total pencapaian responden sebanyak 9.242 dan nilai mean sebesar 77,02 yang dimana nilai tersebut masuk kedalam kategori cukup dengan presentase 39 % dan frekuensi sebanyak 47 responden.
3. Keputusan berkunjung di Daya Tarik Taman Nirwana Sungai Baramah Kota Padang menunjukkan secara keseluruhan dari pernyataan 120 responden variabel keputusan

berkunjung memiliki nilai total pencapaian responden sebanyak 1.310 dan nilai mean sebesar 10,92 yang dimana nilai tersebut masuk kedalam kategori cukup dengan presentase 41 % dan frekuensi sebanyak 49 responden.

4. diperoleh nilai signifikan sebesar 0,000 dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,268 untuk variabel X1 (Fasilitas Wisata). Hal ini mengandung arti bahwa setiap penambahan satu satuan fasilitas wisata akan mengakibatkan peningkatan sebesar 0,268 keputusan berkunjung, atau dengan persentase sebesar 26,8%.
5. Diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,013 dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,293 untuk variabel X2 (*E-WOM*) akan mengakibatkan peningkatan sebesar 0,293 keputusan berkunjung, atau dengan persentase sebesar 29,3%.
6. Pengaruh Fasilitas Wisata dan *E-WOM* terhadap Keputusan Berkunjung di Daya Tarik Taman Nirwana Sungai Baramah Kota Padang dilakukan menggunakan SPSS 23.00. Nilai F sebesar 63,875,  $0,000 < 0,05$  dianggap signifikan. Hal ini mengindikasikan bahwa pengaruh X1 dan X2 terhadap Y adalah signifikan. Dengan demikian, jika hipotesis ketiga (H3) bahwa X1 dan X2 mempengaruhi Y secara simultan adalah benar, maka nilai koefisien regresi untuk X1 dan X2 masing-masing adalah 0.268 dan 0.293, dengan tingkat signifikansi masing-masing 0.000 dan 0.013. Hal ini menunjukkan bahwa untuk setiap kenaikan 1 unit dalam fasilitas wisata, 0,268 lebih banyak orang akan memutuskan untuk datang, dan untuk setiap kenaikan 1 unit dalam E-WOM, 0,293 lebih banyak orang akan memutuskan untuk berkunjung. Nilai Adjust R square adalah 0.514, menunjukkan bahwa variabel X1 dan X2 memiliki pengaruh sebesar 51.4% terhadap Y sedangkan variabel 48.6 dipengaruhi oleh faktor lainnya.

## DAFTAR REFERENSI

- Abd-Elaziz, M. E., Aziz, W. M., Khalifa, G. S., & Abdel-Aleem, M. (2015). Determinants of Electronic word of mouth (EWOM) influence on hotel customers' purchasing decision. *Journal of Faculty of Tourism and Hotels, Fayoum University*, 9(2/2), 194–223.
- Auliya, Z. F., Umam, M. R. K., & Prastiwi, S. K. 2017. Online Customer Reviews ( OTRs ) dan Rating : Kekuatan Baru pada Pemasaran Online di Indonesia Online Customer Reviews ( OTRs ) dan Rating : New Era in Indonesia OnlineMarketing. *Jurnal EBBANK*, 8(1)
- Fitriana. (2021). *Pengaruh E-WOM, Citra Destinasi, dan Fasilitas Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Wisata Soko Langit, Wonogiri* [Universitas Muhammadiyah Ponorogo].<http://eprints.umpo.ac.id/7481/>
- Hasan, A., & Setiyaningtyas, N. W. (2019). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Pada Media Sosial Facebook Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Desa Wisata Nglanggeran

Gunung kidul. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9),1689–1699. <https://doi.org/10.36276/mws.v1>

- Isnana, Iranita, & Sofia, M. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung di New Marjoly Beach and Resort dengan Kepuasan Pengunjung sebagai Variabel Intervening. In Repository Umrah (pp.1–18). <http://repository.umrah.ac.id/258>
- Jalilvand, M. R., & Samiei, N. (2012). The Effect of Electronic Word of Mouth on Brand Image and Purchase Intention: An empirical study in the automobile industry in Iran. *Marketing Intelligence & Planning*, 30(4), 1–11. Sekaran, Uma.2006. *Research Methods for Business*. Buku 2.Edisi 4. Jakarta: SalembaEmpat.
- Kumalasari, Reni Dewi (2018) *Analisis Pengaruh Electronic Word Of Mouth (Ewom) Terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung Di Café Sawah Desa Wisata Pujon Kidul*. Sarjana thesis, Universitas Brawijaya.
- Maulana, A. S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT.TOI. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 37–44. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i>
- Nasution, L., Anom, S., & Karim, A. (2020). Pengaruh Program Sapta Pesona Dan Fasilitas Terhadap tingkat Kunjungan Objek Wisata T-Gardendi Kecamatan Deli Tua Kabupaten Deli Serdang. *Jurnal Darma Agung*, 28(2), 211–230.
- Prasetyo, B. (2022). Pengaruh Fasilitas Dan *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Objek Taman Kyai Langgeng Kota Magelang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, Vol. 11, No. 2, 2022*
- Rahmadayanti, T., & Murtadlo, K. (2020). Pengaruh Efektivitas Media Sosial, DayTarik, Harga Tiket , dan Fasilitas Pelayanan Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung di Curug Goa Jalmo Kabupaten Pasuruan. *Malia Jurnal Ekonomi Islam*, 12(1), 125–136.
- Sari, Funkiya (2017) *Pengaruh Electronic Word Of Mouth (eWOM) Terhadap Minat Berkunjung Dan Keputusan Berkunjung (Studi pada Wisata Coban Rais BKPH Pujon)*. Sarjana thesis, Universitas Brawijaya.
- Sindunata, I., & Wahyudi, B. A. (2018). Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian di Agoda.com. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 6(1), 128–138.
- Sudarita, Y. M. I. M., & Tandyonomanu, D. (2020). Pengaruh E-WOM terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik. *Commercium*, 3(1).
- Swastha, Basu dan T. Hani Handoko. (2012). *Manajemen Pemasaran : Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : BPFE.
- Yoeti, O. A. (2015). *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. PT. Pradaya Paramita.