



THE INFLUENCE OF TOURISM ATTRACTION ON TOURISTS' VISITING DECISIONS IN THE GREAT ASIA AFRICA, LEMBANG, WEST BANDUNG DISTRICT

PENGARUH DAYA TARIK WISATA TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN DI THE GREAT ASIA AFRICA, LEMBANG, KABUPATEN BANDUNG BARAT

Alexander Mervin Cahyana¹, Imam Ardiansyah²

^{1,2} Program Studi Hospitality dan Pariwisata, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora,
Universitas Bunda Mulia

E-mail: alexandermvnn@gmail.com¹, iardiansyah@bundamulia.ac.id²

ARTICLE INFO

Correspondent

Alexander Mervin Cahyana
alexandermvnn@gmail.com

Key words:

*career development,
organizational culture,
leadership, job satisfaction*

Website:

[https://idm.or.id/JSER/index.
php/JSER](https://idm.or.id/JSER/index.php/JSER)

Page: 263 – 275

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of various tourism attraction factors on tourists' decisions to visit The Great Asia Africa, Lembang. The research findings indicate that attractions have a significant influence on the decision to visit, with a significance value of 0.007 and a T-value of 2.773. Conversely, accessibility, amenities, and activities do not have a significant influence on the decision to visit, with significance values of 0.279, 0.146, and 0.207, respectively. However, ancillary services show a significant influence with a significance value of 0.025 and a T-value of 2.278. Simultaneously, the tourism attraction factors, including attractions, accessibility, amenities, activities, and ancillary services, have a significant influence on tourists' decisions to visit, as indicated by an F-value of 35.690, which is greater than the F-table value of 3.94, with a significance of 0.000. The coefficient of determination at 65.5% indicates that the variation in the decision to visit can be explained by the tourism attraction variables, while the remaining 34.5% is influenced by other factors outside the studied variables. This study provides important insights for the management of The Great Asia Africa, Lembang, to focus on improving attractions and ancillary services to increase tourists' interest in visiting.

Copyright © 2024 JSER. All rights reserved.

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
Koresponden Alexander Mervin Cahyana alexandermvnn@gmail.com Kata kunci: pengembangan karir, budaya organisasi, kepemimpinan, kepuasan kerja Website: https://idm.or.id/JSER/index.php/JSER Hal: 263 – 275	Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh berbagai faktor daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung wisatawan di The Great Asia Africa, Lembang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa atraksi memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung dengan nilai signifikansi sebesar 0,007 dan nilai Thitung sebesar 2,773. Sebaliknya, aksesibilitas, amenities, dan aktivitas tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung, masing-masing dengan nilai signifikansi sebesar 0,279, 0,146, dan 0,207. Namun, ancillary service menunjukkan pengaruh signifikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,025 dan nilai Thitung sebesar 2,278. Secara simultan, daya tarik wisata yang meliputi atraksi, aksesibilitas, amenities, aktivitas, dan ancillary service memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan, ditunjukkan oleh nilai Fhitung sebesar 35,690 yang lebih besar dari Ftabel sebesar 3,94, dengan signifikansi sebesar 0,000. Koefisien determinasi sebesar 65,5% menunjukkan bahwa variasi keputusan berkunjung dapat dijelaskan oleh variabel daya tarik wisata, sementara sisanya sebesar 34,5% dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel yang diteliti. Penelitian ini memberikan wawasan penting bagi pengelola The Great Asia Africa, Lembang untuk fokus pada peningkatan atraksi dan ancillary service guna meningkatkan minat berkunjung wisatawan. <i>Copyright © 2024 JSER. All rights reserved.</i>

PENDAHULUAN

Lembang adalah kecamatan yang ada di Bandung Barat, Provinsi Jawa Barat, Indonesia. Wilayah Lembang dikenal sebagai sebuah kawasan wisata yang populer di Jawa Bara, terutama karena keindahan alamnya yang menakjubkan (Afifah *et al.*, 2018). Sejarah berdirinya Lembang dimulai pada masa pemerintahan Kerajaan Sunda pada abad ke-14. Pada saat itu, wilayah Lembang dikenal sebagai daerah yang subur dan produktif untuk pertanian, terutama untuk tanaman kopi dan sayuran. Pada abad ke-17, Lembang menjadi bagian dari kekuasaan Kesultanan Mataram yang dipimpin oleh Sultan Agung. Lembang juga menjadi pusat perdagangan penting, terutama untuk perdagangan hasil pertanian dan barang barang kerajinan tangan. Setelah zaman kolonial Belanda, Lembang menjadi wilayah administratif yang terletak di bawah kendali pemerintah Hindia Belanda. Pada masa itu, Lembang menjadi pusat pengembangan Perkebunan kopi yang sangat sukses dan membangun jalan raya yang menghubungkan Lembang dengan kota Bandung yang saat itu masih merupakan kota kecil.

Tabel 1. Data Pengunjung Wisatawan Bandung Barat

Wisatawan	2022	2023
Wisatawan Mancanegara	21.241	3.996
Wisatawan Lokal	4.447.943	3.476.351

Berdasarkan dari Badan Pusat Statistik (BPS) kota Bandung Barat jumlah wisatawan yang berkunjung dari luar negeri pada tahun 2022 adalah sebanyak 21.241 wisatawan yang berkunjung, lalu mengalami penurunan pada tahun 2023 adalah sebanyak 3.996 wisatawan yang berkunjung. Sedangkan, wisatawan lokal yang berkunjung pada tahun 2022 adalah 4.447.943 wisatawan, dan pada tahun 2023 mengalami penurunan dengan jumlah 3.476.351 wisatawan.

Menurut World Tourism Organization (UNWTO), pariwisata dicirikan sebagai aktivitas individu yang melaksanakan perjalanan ditempat di luarnya lingkungan mereka, hampir satu tahun untuk olahraga, bisnis, serta harapan lain. Penjelasan ini mencakup berbagai kegiatan perjalanan melibatkan perpindahan tidak tetap dari tempat tinggalnya sehari hari seseorang ke lokasi yang berbeda (Angraini, 2015). Tujuan perjalanan tersebut dapat beragam, termasuk rekreasi untuk bersantai dan hiburan, perjalanan bisnis untuk pertemuan atau konferensi, kunjungan ke kerabat atau teman, serta tujuan religius atau tujuan pendidikan.

Industri perjalanan yaitu salah satu perusahaan yang diharapkan sanggup meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan menjadi pendukung perdagangan asing dinegara tersebut. Industri Pariwisata ialah suatu industri yang belum menyediakan produk namun mengiklankan destinasi liburan atau tempat berlibur yang setiap daerahnya mempunyai ciri khas tersendiri dan dilengkapi dengan kantor-kantor yang menunjang aktivitas wisatawan disekitarnya. Industri ini mencakup berbagai macam perusahaan yang berbeda seperti bisnis bantuan, makanan, perdagangan, transportasi dan hotel sebagai kenyamanan. Smith dan French dalam (Sindi & Althalets, 2022) mencirikan pariwisata sebagai perpaduan koneksi antara administrasi dan produk untuk menciptakan produk berwisata.

The Great Asia Africa merupakan pariwisata dikawasan Lembang, Bandung yang berdiri diatas tanah yang memiliki luas kurang lebih lima hektar. Tempat wisata ini diresmikan pada tahun 2019. *The Great Asia Africa* memakai gambaran pembelajaran kebudayaan dan juga sejarah tradisional negara-negara di Asia-Afrika. Bagi wisatawan diajak untuk mengetahui bermacam kebudayaan dari 7 negara dikawasan Asia dan Afrika. Ketujuh negara tersebut yaitu Korea, Thailand, India, Indonesia, Jepang, Afrika, serta Timur Tengah.

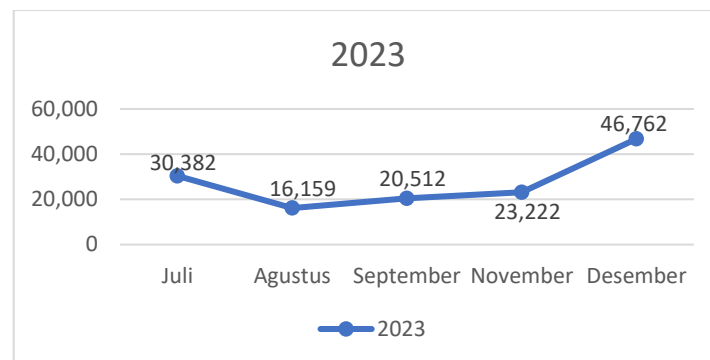
The Great Asia Africa menampilkan kemegahan dimiliki oleh negara-negara dikawasan Asia dan Afrika melalui minatur dan replika yang sangat mirip dengan negara-negara tersebut. Bukan hanya bangunan, disana juga wisatawan dapat menyewa pakaian adat dan mencoba makanan tradisional khas negara-negara Asia dan Afrika.

Saat berkunjung kesana, wisatawan akan melewati jalur yang menurun, jalur ini biasa disebut dengan skywalk. Jalur yang dilalui itu kuat dan cukup lebar. Jalur skywalk juga memiliki pembatas dipinggirnya sehingga aman untuk dilalui tanpa harus takut terjatuh. Untuk Ibu hamil, disabilitas, maupun lansia, tidak perlu

khawatir karena The Great Asia Africa memiliki fasilitas berupa lift sehingga memudahkan untuk naik maupun turun.

The Great Asia Africa berlokasi beralamat di Jl. Raya Lembang – Bandung, No.71, Gudangkahuripan, Lembang, Bandung Barat. Bagi wisatawan yang tidak membawa kendaraan pribadi, bisa memakai kendaraan umum dengan rute seperti: jika wisatawan dari terminal Leuwipanjang maka kamu bisa naik bus damri dengan tujuan ke terminal Ledeng. Dari terminal ledeng diteruskan dengan naik angkot kearah Lembang. Tetapi jika tidak mau ribet wisatawan bisa memesan transportasi online seperti gojek, grab, dan sebagainya dengan tujuan *The Great Asia Africa*.

Selain *The Great Asia Africa* ada juga tempat lainnya yang terletak di Lembang misalnya *Farm House, Floating Market, dan The Lodge Maribaya*



Grafik 1. Data Kunjungan Wisatawan di The Great Asia Africa Lembang

Dalam melakukan kunjungan wisatawan, banyak faktor yang diperhatikan wisatawan, antara lain kenyamanan dan kualitas menarik. Kenyamanan menjadi salah satu komponen yang menjamin kelancaran kunjungan wisatawan. Apabila kemudahan diberikan dengan baik dan cukup maka akan memberikan kenyamanan dan pengalaman positif bagi wisatawan. Selain kenyamanan, kualitas menarik adalah hal penting lainnya. Apabila tempat wisata di suatu destinasi wisata kurang bagus maka akan menarik wisatawan untuk mengunjunginya. Jika hal ini dapat diberikan dengan baik maka akan berdampak pada pilihan wisatawan.

METODE PENELITIAN

Subjek

Subjek penelitian yang digunakan yakni individu dari wisatawan yang mengunjungi *The Great Asia Africa Lembang*, dengan rentang usia mulai dari 17 tahun - 40 tahun, dan juga merupakan wisatawan mancanegara maupun lokal

Objek

Objek penelitian yang digunakan adalah daya tarik bagi wisatawan yang datang di *The Great Asia Africa Lembang*. Pemilihan objek wisata didasarkan pada ketertarikan peneliti terhadap dampak daya tarik wisata pada keputusan berkunjungnya wisatawan di *The Great Asia Africa Lembang*.

Jenis Penelitian

Metode penelitian dapat dilaksanakan pada penelitian ini memiliki sifat kuantitatif. Pendekatan yang digunakan bersifat deskriptif dengan tujuan untuk menjelaskan secara rinci objek penelitian atau hasil penelitian.

Data Primer

Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data primer secara independent dengan melaksanakan observasi secara langsung di lokasi wisata, melakukan wawancara dengan pihak pengelola dan staf, serta menyebarkan kuesioner pada responden.

1. Observasi

Observasi melibatkan pengamatan langsung di lapangan untuk menilai faktor-faktor yang relevan, yang kemudian dapat didukung melalui wawancara dan survei.

2. Wawancara

Pada titik ketika para peneliti perlu membuat laporan mendasar untuk membedakan isu yang akan diteliti, serta untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang perspektif dan pertemuan responden. Teknik ini juga digunakan Ketika jumlah responden dalam penelitian terbatas atau kecil.

3. Kuesioner

Teknik ini memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data dari sejumlah responden secara efisien dan dapat diandalkan.

Data Sekunder

Data sekunder digunakan sebagai tambahan atau pendukung terhadap data primer yang telah dikumpulkan oleh peneliti. Dengan menggunakan data sekunder, peneliti dapat memperkaya analisisnya, membandingkan temuan, atau mengkonfirmasi hasil penelitian yang telah ada sebelumnya.

Populasi

Dalam penelitian ini, populasi yang hendak diambil yaitu wisatawan yang berkunjung di The Great Asia Africa Lembang. Pada data populasi yang datang berkunjung di The Great Asia Africa Lembang pada periode (Juni – Desember 2023), terdapat total 176.174 wisatawan yang datang berkunjung, dimana selama periode ini wisatawan yang datang kurang lebih dari 1 kali.

Sampel

Cara mengambil sampel, peneliti memanfaatkan non-probability sampling yaitu menggunakan purposive sampling. Pertimbangan dalam mengambil teknik purposive sampling dikarenakan sampel yang sama dengan penelitian yang hendak dijalankan, dimana sampel tersebut yaitu responden atau partisipan yang telah berkunjung atau pernah mengunjungi The Great Asia Africa Lembang sebelumnya atau yang sudah pernah mengunjungi lebih dari satu kali.

Dari perhitungan rumus Slovin, peneliti memanfaatkan batas toleransi kesalahan sejumlah 10%, sehingga peneliti mendapatkan jumlah sampel sejumlah 99,94327 yang dibulatkan menjadi 100 orang menjadi sampel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	Sub Variabel	Item Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
Daya Tarik Wisata (X)	Atraksi (X1)	1	0,858	0,3610	Valid
		2	0,867	0,3610	Valid
		3	0,842	0,3610	Valid
	Aksesibilitas (X2)	1	0,665	0,3610	Valid
		2	0,790	0,3610	Valid
		3	0,824	0,3610	Valid
	Amenities (X3)	1	0,878	0,3610	Valid
		2	0,924	0,3610	Valid
		3	0,911	0,3610	Valid
	Aktivitas (X4)	1	0,888	0,3610	Valid
		2	0,844	0,3610	Valid
		3	0,841	0,3610	Valid
	Ancillary Service (X5)	1	0,839	0,3610	Valid
		2	0,897	0,3610	Valid
		3	0,860	0,3610	Valid
Keputusan Berkunjung (Y)	Keputusan Berkunjung (Y)	1	0,713	0,3610	Valid
		2	0,761	0,3610	Valid
		3	0,696	0,3610	Valid
		4	0,732	0,3610	Valid
		5	0,738	0,3610	Valid
		6	0,707	0,3610	Valid
		7	0,845	0,3610	Valid
		8	0,775	0,3610	Valid
		9	0,772	0,3610	Valid

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

Berdasarkan Tabel 2, diperoleh nilai r hitung > r tabel sehingga setiap item butir pernyataan valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Minimal Cronbach's Alpha	Keterangan
Atraksi	0,813	0,6	Reliabel
Aksesibilitas	0,628	0,6	Reliabel
Amenities	0,887	0,6	Reliabel
Aktivitas	0,817	0,6	Reliabel
Ancillary Service	0,830	0,6	Reliabel
Keputusan Berkunjung	0,900	0,6	Reliabel

Sumber: Data yang diolah menggunakan SPSS versi 25, tahun 2024

Hasil menunjukkan variabel Daya Tarik Wisata (X) dengan sub variabel Atraksi, Aksesibilitas, Amenities, Aktivitas, dan Ancillary Service mendapatkan hasil Cronbach Alpha > 0,6 dan variabel Keputusan Berkunjung (Y) mendapatkan hasil 0,900 dimana variabel tersebut > standard minimal Cronbach Alpha yang ditentukan yakni 0,6. Sehingga bisa ditarik kesimpulan bahwasannya kedua variabel tersebut dianggap reliabel.

Uji Normalitas

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.00212924
Most Extreme Differences	Absolute	.069
	Positive	.069
	Negative	-.062
Test Statistic		.069
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Hasil olah data spss

Skor yang signifikansi melalui normalitas *Kolmogorov-Smirnov* yakni sejumlah 0,200 dimana angka ini $> 0,05$ sehingga bisa ditarik kesimpulan bahwasannya data model regresi berdistribusi secara normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	19.768	1.648		11.998	.000		
	ATRAKSI	.458	.380	.243	1.205	.231	.181	5.525
	AKSESIBILITAS	-.490	.257	-.280	-1.903	.060	.340	2.943
	AMENITIES	.197	.397	.108	.496	.621	.157	6.364
	AKTIVITAS	.378	.425	.208	.891	.375	.135	7.411
	ANCILLARY_SERVICE	.432	.361	.237	1.199	.234	.188	5.305
a. Dependent Variable: KEPUTUSAN_BERKUNJUNG								

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN_BERKUNJUNG

Sumber: Pengolahan data dengan SPSS versi 25, 2024

Skor *tolerance* $> 0,1$ dan skor VF < 10 yang artinya tidak adanya korelasi antara variabel *independent*, maka data tersebut terjadinya multikolinearitas. Sehingga data dapat dianalisis lebih lanjut Uji multikolinearitas menggunakan nilai *tolerance* dan variance inflation factor (VIF). Jika nilai *tolerance* $> 0,1$ dan nilai VIF < 10 , maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas dalam model tersebut.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas Melalui Tabel Coefficients

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.128	1.650		4.925	.000
	ATRAKSI	.858	.309	.326	2.773	.007
	AKSESIBILITAS	-.228	.210	-.096	-1.089	.279
	AMENITIES	.473	.322	.187	1.466	.146
	AKTIVITAS	.436	.344	.175	1.270	.207
	ANCILLARY SERVICE	.667	.293	.265	2.278	.025

a. Dependent Variable: TOTAL.Keputusan Berkunjung

Sumber: Data yang diolah menggunakan SPSS versi 25, tahun 2024

Berdasarkan grafik dan tabel diatas, pada grafik *scatterplot* penyebaran titik-titik terdistribusi dibagian bawah dan dibagian atas angka nol pada sumbu Y, dan nilai signifikansi dari ke lima dimensi yang ada di variabel daya tarik wisata $> 0,05$. Jadi bisa ditarik kesimpulan bahwasannya model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Berganda

Tabel 7. Hasil Uji Analisa Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.128	1.650		4.925	.000
	ATRAKSI	.858	.309	.326	2.773	.007
	AKSESIBILITAS	-.228	.210	-.096	-1.089	.279
	AMENITIES	.473	.322	.187	1.466	.146
	AKTIVITAS	.436	.344	.175	1.270	.207
	ANCILLARY SERVICE	.667	.293	.265	2.278	.025

a. Dependent Variable: TOTAL.KEPUTUSAN BERKUNJUNG

Sumber: Data yang diolah menggunakan SPSS versi 25, tahun 2024

Pada tabel 7 diatas, persamaan regresi dapat dirumuskan dibawah ini:

$$Y = 8,128 + 0,858X_1 + - 0,228X_2 + 0,473X_3 + 0,436X_4 + 0,667X_5$$

Y = Keputusan Berkunjung

X1 = Atraksi

X2 = Aksesibilites

X3 = *Amenities*

X4 = Aktivitas

X5 = *Ancillary Service*

Persamaan regresi dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta 8,128 berarti jika atraksi, aksesibilitas, *amenities*, aktivitas, *ancillary service* bernilai nol, maka nilai keputusan berkunjung wisatawan adalah sebesar 8,128 poin.
2. Skor koefisien regresi untuk atraksi (X1.1) adalah sejumlah 0,858 yang artinya apabila peningkatan pada atraksi (X1.1) dengan nilai variabel X lain secara konstan, jadi keputusan berkunjung wisatawan (Y) juga akan naik sebanyak 0,858.
3. Skor koefisien regresi untuk aksesibilitas (X1.2) adalah - 0,228 yang artinya jika peningkatan pada aksesibilitas (X1.2) dengan nilai variabel X lain secara konstan, maka keputusan berkunjung wisatawan (Y) juga akan naik sebanyak - 0,228.
4. Skor koefisien regresi untuk *amenities* (X1.3) adalah sebesar 0,473 yang artinya jika peningkatan pada *amenities* (X1.3) dengan nilai variabel X lain secara konstan, jadi keputusan berkunjung wisatawan (Y) juga akan naik sebanyak 0,473.
5. Skor koefisien regresi untuk aktivitas (X1.4) yakni 0,436 yang berarti jika peningkatan pada aktivitas (X1.4) dengan nilai variabel X lain secara konstan, jadi keputusan berkunjung wisatawan (Y) juga pasti naik sebanyak 0,436.
6. Skor koefisien regresi untuk *ancillary service* (X1.5) yakni 0,667 yang berarti jika peningkatan pada *ancillary service* (X1.5) dengan nilai variabel X lain secara

konstan, maka keputusan berkunjung wisatawan (Y) juga pasti naik sebanyak 0,667.

Uji T

Pada hasil olah data pada tabel 7 tersebut, bisa diketahui hasil Uji T:

1. Pada variabel atraksi diperoleh skor T_{hitung} sebanyak 2,773, sehingga dapat diketahui bahwa $T_{hitung} > T_{tabel}$ yakni $2,773 > 1,98447$, jadi bisa ditarik kesimpulan bahwasannya H^1 diterima dan H^0 ditolak, yang berarti keputusan yang akan diambil adalah variabel atraksi berpengaruh pada keputusan berkunjung wisatawan di *The Great Asia Africa Lembang*.
2. Pada variabel aksesibilitas didapatkan skor T_{hitung} sebanyak -1,089, sehingga bisa dilihat bahwasannya $T_{hitung} < T_{tabel}$ yaitu $-1,089 < 1,98447$, jadi bisa ditarik kesimpulan bahwasannya H^1 ditolak dan H^0 diterima, yang berarti keputusan yang dapat diambil adalah variabel aksesibilitas tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan di *The Great Asia Africa Lembang*.
3. Pada variabel *amenities* didapatkan skor T_{hitung} sebanyak 1,446, sehingga bisa diketahui bahwasannya $T_{hitung} < T_{tabel}$ yaitu $1,466 < 1,98447$, jadi bisa ditarik kesimpulan bahwasannya H^1 ditolak dan H^0 diterima, yang berarti keputusan yang dapat diambil adalah variabel *amenities* tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan di *The Great Asia Africa Lembang*.
4. Pada variabel aktivitas didapatkan skor T_{hitung} sebesar 1,270, sehingga bisa diketahui bahwasannya $T_{hitung} < T_{tabel}$ yaitu $1,270 < 1,98447$, jadi bisa ditarik kesimpulan bahwasannya H^1 ditolak dan H^0 diterima yang berarti keputusan yang dapat diambil adalah variabel aktivitas tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan di *The Great Asia Africa Lembang*.
5. Pada variabel *ancillary service* diperoleh skor T_{hitung} sebanyak 2,278, sehingga dapat diketahui bahwa $T_{hitung} > T_{tabel}$ yaitu $2,278 > 1,98447$, jadi bisa ditarik kesimpulan bahwasannya H^1 diterima dan H^0 ditolak yang berarti keputusan yang dapat diambil adalah variabel *ancillary service* berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan di *The Great Asia Africa Lembang*.

Uji F

Tabel 8. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1110.032	5	222.006	35.690	.000 ^b
	Residual	584.718	94	6.220		
	Total	1694.750	99			
a. Dependent Variable: TOTAL.KEPUTUSAN BERKUNJUNG						
b. Predictors: (Constant), TOTAL.ANCILLARY SERVICE, TOTAL.AKSESIBILITAS, TOTAL.AMENITIES, TOTAL.ATRAKSI, TOTAL.AKTIVITAS						

Sumber: Data yang diolah menggunakan SPSS versi 25, tahun 2024

Uji F (Simultan) memiliki skor f hitung sejumlah $35,690 > 3,94$, serta skor Sig sebanyak $0,000 < 0,05$, Sehingga H^1 diterima dan H^0 ditolak. Hasil hipotesis menyatakan bahwasannya ada pengaruh antara daya tarik wisata (atraksi, aksesibilitas, *amenities*, aktivitas, dan *ancillary service*) terhadap keputusan berkunjung secara simultan.

Kofisien Determinasi

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.809 ^a	.655	.637	2.49407
a. Predictors: (Constant), TOTAL.ANCILLARY SERVICE, TOTAL.AKSESIBILITAS, TOTAL.AMENITIES, TOTAL.ATRAKSI, TOTAL.AKTIVITAS				
b. Dependent Variable: TOTAL.KEPUTUSAN BERKUNJUNG				

Sumber: Data yang diolah menggunakan SPSS versi 25, 2024

Nilai R yaitu sebanyak 0,809 atau dalam persentase hubungan antara variabel daya tarik wisata (X) terhadap keputusan berkunjung (Y) sebesar 80,9% dan hasil koefisien determinasi atau R square sebanyak 0,655 atau dalam persentase adalah 65,5%. Pada hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwasannya terdapat 65,5% dari variabel keputusan berkunjung yang dipengaruhi oleh variabel daya tarik wisata, sedangkan 0,345 atau dalam persentase 34,5% dipengaruhi oleh beberapa faktor atau variabel lain diluar variabel penelitian yang diteliti seperti, promosi, motivasi, dan lain sebagainya.

SIMPULAN

1. Pengaruh atraksi terhadap keputusan berkunjung wisatawan di The Great Asia Africa, Lembang, bahwa variabel ini berpengaruh terhadap variabel keputusan berkunjung, hal ini bisa dilihat pada hasil olah data bahwa nilai Sig sebanyak 0,007 dan nilai Thitung sebanyak 2,773. Sehingga dalam menentukan keputusan berkunjung dipengaruhi oleh faktor atraksi, karena wisatawan yang datang berkunjung sangat mementingkan atraksi di The Great Asia Africa, Lembang.
2. Pengaruh aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung wisatawan di The Great Asia Africa, Lembang, bahwasannya variabel ini tidak berpengaruh terhadap variabel keputusan berkunjung, hal ini bisa dilihat pada hasil olah data bahwasannya nilai Sig sebanyak 0,279 dan nilai THitung sebanyak -1,089. Sehingga dalam menentukan minat berkunjung tidak dipengaruhi oleh faktor aksesibilutas, karena wisatawan yang datang berkunjung tidak terlalu mementingkan aksesibilitas di The Great Asia Africa, Lembang.
3. Pengaruh amenities terhadap keputusan berkunjung wisatawan di The Great Asia Africa, Lembang, bahwasannya variabel ini tidak berpengaruh terhadap variabel keputusan berkunjung, hal ini bisa dilihat pada hasil olah data bahwasannya nilai Sig sebanyak 0,146 dan nilai Thitung sejumlah 1,466. Sehingga dalam menentukan keputusan berkunjung tidak dipengaruhi oleh faktor amenities, karena wisatawan yang datang berkunjung tidak terlalu mementingkan amenities di The Great Asia Africa, Lembang.
4. Pengaruh aktivitas terhadap keputusan berkunjung di The Great Asia Africa, Lembang, bahwasannya variabel aktivitas tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung, hal ini bisa dilihat pada hasil olah data bahwa nilai Sig sebanyak 0,207 dan nilai Thitung sejumlah 1,270. Sehingga dalam menentukan keputusan berkunjung tidak dipengaruhi oleh faktor aktivitas, karena wisatawan yang datang tidak terlalu mementingkan aktivitas di The Great Asia Africa, Lembang.

5. Pengaruh ancillary service terhadap keputusan berkunjung di The Great Asia Africa, Lembang, bahwa variabel ancillary service berpengaruh terhadap keputusan berkunjung, hal ini bisa diketahui pada hasil olah data bahwa skor signifikansi sebanyak 0,025 dan nilai Thitung 2,278. Sehingga dalam menentukan keputusan berkunjung dipengaruhi oleh faktor ancillary service, karena wisatawan yang datang mementingkan ancillary service di The Great Asia Africa, Lembang.
6. Pengaruh daya tarik secara simultan terhadap keputusan berkunjung di The Great Asia Africa, Lembang, bahwa variabel daya tarik wisata yang ada di The Great Asia Africa, Lembang, berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Fhitung memiliki nilai yang lebih besar dibandingkan Ftabel. Fhitung memiliki nilai sebesar 35,690 dan Ftabel memiliki nilai 3,94 dengan nilai Sig sebanyak 0,000. Sehingga H1 diterima, H1 memaparkan bahwasannya adanya pengaruh antara daya tarik wisata yang berupa atraksi, aksesibilitas, amenities, aktivitas, ancillary service secara simultan terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Bahwa dalam dimensi variabel daya tarik wisata yang sebesar 0,655 atau dalam presentase sebesar 65,5% dalam variabel daya tarik wisata yang memberikan pengaruh kepada keputusan berkunjung wisatawan, sedangkan terdapat sisa sebesar 0,345 atau dalam presentase sebesar 34,5% yang dipengaruhi oleh beberapa faktor ataupun variabel lain diluar variabel yang diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditia, A. (2019). Pengaruh Self Esteem dan Kemandirian Belajar terhadap Prestasi Belajar Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi. *Psikologi Perkembangan*, October 2013, 1-224.
- Afifah, R., Anisa, & Hakim, L. (2018). Penerapan Konsep Arsitektur Hijau pada Bangunan Pusat Penelitian dan Pengembangan Tanaman Herbal di Lembang Bandung. *Jurnal Arsitektur PURWARUPA*, 2(2), 93-98. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/purwarupa/article/view/2688>
- Agustina, T., Eva, N., Lestari, P., & Yanti, S. R. (2019). Hubungan Stres Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada PT Tunas Mobilindo Parama Jakarta Selatan. 17(2).
- Ali, M. M., Hariyati, T., Pratiwi, M. Y., & Afifah, S. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Penerapannya dalam Penelitian. *Education Journal*, 2(2), 1-6.
- Amin, J. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Indomie di Kecamatan Tarumajaya. *Stie*, 1(3), 41-52. <https://www.ejournal.stitpn.ac.id/index.php/bintang/article/view/716/476>
- Angraini, D. (2015). Kerjasama United Nations World Tourism Organization (Unwto) Dengan Indonesia dalam Pengembangan Sektor Pariwisata Di Pangandaran, Jawa Barat Tahun 2011-2013. *Jom Fisip*, 2(1), 1-15. <https://media.neliti.com/media/publications/32063-ID-kerjasama-united-nations-world-tourism-organization-unwto-dengan-indonesia-dalam.pdf>

- Daulay, S. H. P. P. D. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas dan Aksesibilitas terhadap Keputusan Berkunjung Ke Objek Wisata Pantai Bali Lestari. *Creative Agung*, 12(2), 1-19.
- 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>
- Hapsara, O., & Ahmadi, A. (2022). Analisis Keputusan Berkunjung Melalui Minat Berkunjung: Citra Destinasi dan Aksesibilitas Pada Geopark Merangin Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 11(01), 64-76. <https://doi.org/10.22437/jmk.v11i01.14802>
- Mahpudin, & Maulana, A. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Lokasi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Objek Candi Jiwa Batujaya Pada Masa Pandemi Covid - 19. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(1), 391-402. <https://doi.org/10.5281/zenodo.5850354>
- MARDIATMOKO, G.-. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda. *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333-342. <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>
- Padilah, T. N., & Adam, R. I. (2019). Analisis Regresi Linier Berganda Dalam Estimasi Produktivitas Tanaman Padi di Kabupaten Karawang. *FIBONACCI: Jurnal Pendidikan Matematika Dan Matematika*, 5(2), 117. <https://doi.org/10.24853/fbc.5.2.117-128>
- Undang Undang No. 32 Tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah, (2004).
- Undang-Undang nomor 10 tahun 2009 Tentang Kepariwisata, (2009).
- Prawira, D., & Trisna, P. (2022). Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung di Daya Tarik Wisata Pantai Pasir Jambak Kota Padang. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(1), 1178-1184.
- 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>
- Rossadi, L. N., & Widayati, E. (2018). Pengaruh Aksesibilitas, Amenitas, Dan Atraksi Wisata Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan ke Wahana Air Balong Waterpark Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta. *Journal of Tourism and Economic*, 1(2), 109-116. <https://doi.org/10.36594/jtec.v1i2.27>
- Ruray, T. A., & Pratama, R. (2020). Pengaruh Daya Tarik dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung pada Objek Wisata Pantai Akeshu Kota Tidore Kepulauan. *Jurnal Kawasa*, 11(2), 29-38. <http://www.jurnal.umm.ac.id/index.php/kawasa/article/view/443>
- Sindi, & Althalets, F. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Fasilitas Serta Aksesibilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan. *ETNIK: Jurnal Ekonomi - Teknik*, 1(7), 557.

Sugiyono. (2019a). Bab Iii (3). Metodologi Penelitian, 102.

Sugiyono. (2019b). Bab iii metoda penelitian. Jurnal Akuntansi Dan Keuangan, 3, 1-9.

Wulandari, R., Yuliar, A., & Widyaningsih. (2021). Pengaruh Potensi Daya Tarik Wisata dan Fasilitas Wisata terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Hutan Pinus Pasekan Wonogiri. Jurnal Kajian Pariwisata Dan Bisnis Perhotelan, 2(3), 325 329.