PENGARUH DAYA TARIK WISATA DAN FASILITAS AIR TERJUN CURUG GANGSA TERHADAP NIAT PENGUNJUNG DI KECAMATAN KASUI KABUPATEN WAY KANAN

(Skripsi)

Oleh

Rudi Apriadi
NPM 1611011054

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2021

ABSTRAK

PENGARUH DAYA TARIK WISATA DAN FASILITAS AIR TERJUN CURUG GANGSA TERHADAP NIAT PENGUNJUNG DI KECAMATAN KASUI KABUPATEN WAY KANAN

Oleh
Rudi Apriadi

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh daya tarik wisata dan fasilitas air terjun curug gangsa terhadap niat pengunjung di Kecamatan Kasui Kabupaten Way Kanan. Populasi yang digunakan dalam penelitian adalah masyarakat yang berkunjung ke wisata air terjun curug gangsa Kasui Kabupaten Way Kanan. Pada penelitian ini, terdapat 26 item pertanyaan (16 pertanyaan tentang daya tarik wisata dan 10 pertanyaan tentang niat pengunjung). Batas minimal responden untuk penelitian ini adalah 26 x 5 = 130. Dengan demikian responden yang diambil sebanyak 130 responden. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel menggunakan metode *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* yaitu teknik penarikan sampel dimana sampel yang dipilih berdasarkan pertimbangan-pertimbangan atau kriteria-kriteria tertentu.

Berdasarkan hasil penelitian diatas, maka peneliti memberikan kesimpulan bahwa daya tarik dan fasilitas Air Terjun Curug Gangsa memberikan pengaruh terhadap niat pengunjung dengan hasil koefisiensi 0,004 atau < 0,05.

Kata Kunci: Daya Tari Wisata, Fasilitas, Niat Pengunjung dan Air Terjun Curug Gangsa Kecamatan Kasui Kabupaten Way Kanan

ABSTRACT

THE EFFECT OF TOURISM ATTRACTION AND WATER FACILITIES OF CURUG GANGSA WATERFALL ON VISITOR'S INTENTION IN KASUI DISTRICT, WAY KANAN REGENCY

By
Rudi Apriadi

The purpose of this study was to determine the effect of tourist attractions and facilities of Curug Gangsa Waterfall on visitor intentions in Kasui District, Way Kanan Regency. The population used in this research is people who visit Curug Gangsa Kasui waterfall tour, Way Kanan Regency. In this study, there were 26 question items (16 questions about tourist attraction and 10 questions about visitor intentions). The minimum respondent limit for this research is 26 x 5 = 130. Thus, 130 respondents are taken. The method used in sampling using non-probability sampling method with purposive sampling technique is a sampling technique where the sample is selected based on certain considerations or criteria.

Based on the results of the research above, the researchers conclude that the attractiveness and facilities of Curug Gangsa Waterfall have an influence on visitor intentions with a coefficient of 0.004 or <0.05.

Keywords: Tourism Dance Power, Facilities, Visitor Intentions and Curug Gangsa Waterfall, Kasui District, Way Kanan Regency

PENGARUH DAYA TARIK WISATA DAN FASILITAS AIR TERJUN CURUG GANGSA TERHADAP NIAT PENGUNJUNG DI KECAMATAN KASUI KABUPATEN WAY KANAN

Oleh

Rudi Apriadi

Skripsi

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
SARJANA MANAJEMEN

Pada

Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2021

Judul Skripsi : **PENGARUH DAYA TARIK WISATA DAN FASILITAS AIR TERJUN CURUG GANGSA TERHADAP NIAT PENGUNJUNG DI KECAMATAN KASUI KABUPATEN WAY KANAN**

Nama Mahasiswa : **Rudi Apriadi**

Nomor Pokok Mahasiswa : **1611011054**

Jurusan : **Manajemen**

Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis**

MENYETUJUI

1. Komisi Pembimbing

Aida Sari, S.E., M.Si.	**Dwi Asri Siti Ambarwati, S.E., M.Sc.**
NIP 19620127 198703 2 003	NIP 19770324 200812 2 001

2. Ketua Jurusan Manajemen

Aripin Ahmad, S.E., M.Si.
NIP 19600105 198603 1 005

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : **Aida Sari, S.E., M.Si.**

Sekretaris : **Dwi Asri Siti Ambarwati, S.E., M.Sc.**

Penguji Utama : **Rinaldi Bursan, S.E., M.Si.**

2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Nairobi, S.E., M.Si.
NIP 19660621 199003 1 003

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : **13 Oktober 2021**

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi dengan judul "Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Fasilitas Air Terjun Curug Gangsa Terhadap Niat Pengunjung di Kecamatan Kasui Kabupaten Way Kanan" adalah karya saya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan atas karya orang lain dengan cara yang tidak sesuai dengan tata etika ilmiah yang berlaku dalam masyarakat akademik atau yang disebut *Plagiarisme*.
2. Hak Intelektual atas karya ilmiah ini diserahkan sepenuhnya kepada Universitas Lampung.

Atas pernyataan ini, apabila dikemudian hari ternyata ditemukan adanya ketidakbenaran, saya bersedia menanggung akibat dan sanksi yang diberikan kepada saya, saya bersedia dan sanggup dituntut sesuai dengan hukum yang berlaku

Bandar Lampung, September 2021

Peneliti

Rudi Apriadi

NPM. 1611011054

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Kasui pada tanggal 23 November 1995. Penulis merupakan putra dari pasangan Bapak Saidul Hasan dan Ibu Suwana, Anak ke tujuh dari tujuh bersaudara.

Dengan rahmat Allah SWT. Penulis menyelesaikan Pendidikan Formalnya yang dimulai dari SDN 2 Jaya Tinggi Kecamatan Kasui Way Kanan 2008, SMP N 1 Kasui Way Kanan 2011, SMA: Madrasah Aliyah Raudlatul Muta'allimin Kasui Way Kanan 2014.

Penulis terdaftar menjadi mahasiswa Manajemen, Fakultas Ekonomis dan Bisnis, Universitas Lampung pada tahun 2016 melalui jalur PMPAP. Selama menjadi mahasiswa penulis terdaftar dan aktif dibeberapa Unit Kegiatan Mahasiswa, seperti Sekretaris Badan Pengurus Harian ROIS FEB Unila 2016-2017, Kepala Departemen Syiar Islam ROIS FEB Unila 2017-2018 dan Tutor Bimbingan Belajar Al Qur'an Unila 2017-2018.

Penulis melaksanakan Program Pengabdian Kepada Masyarakat yaitu KKN di Desa Sumber Jaya kecamatan Waway Karya Kabupaten Lampung Timur selama 40 Hari pada Tanggal 01 Juli 2019 s/d 09 Agustus 2019.

MOTTO

“Sebaik baik manusia adalah yang bermanfaat bagi orang lain”

(Hr. Ahmad, Thabrani, Daruqutni)

“Tidak Masalah Jika Kamu Berjalan dengan lambat, asalkan kamu tidak pernah berhenti berusaha”

(Confucius)

“Ilmu Tanpa adab ibarat api tanpa kayu bakar, dan adab tanpa ilmu ibarat jasad tanpa ruh”

(Syaikh Abu Zakaria Yahya)

PERSEMBAHAN

Bismillahirahmanirrahim

Segala puji milik Allah SWT atas rahmat dan nikmat yang telah diberikan, kupersembahkan karya ini sebagai tanda bakti dan cinta kasihku kepada :

Orang Tuaku

Ayah Saidul Hasan dan Ibunda Suwana yang selalu senantiasa tanpa pamrih untuk berdoa dan memberikan kasih sayang yang tidak pernah habis kepada putranya, terima kasih telah menjadi penyemangat dan pemberi motivasi dalam menyelesaikan kuliahku.

SANWACANA

Bismillahirrohmaanirrohim,

Alhamdulillah, puji syukur atas kehadirat Allah SWT. yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **"Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Fasilitas Air Terjun Curug Gangsa Terhadap Niat Pengunjung di Kecamatan Kasui Kabupaten Way Kanan".** Skripsi ini adalah salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan dan memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada program studi Strata 1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.

Dalam skripsi ini, peneliti memperoleh bantuan dan bimbingan serta petunjuk dari berbagai pihak sehingga membantu mempermudah proses penyusunan skirpsi ini. Maka dalam kesempatan ini, dengan segala kerendahan hati, peneliti ingin menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih yang tulus kepada :

1. Bapak Dr. Nairobi, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
2. Bapak Aripin Ahmad, S.E., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
3. Bapak Dr. Ribhan, S.E., M.Si. selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
4. Ibu Aida Sari, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Utama, atas kesediaannya memberikan nasihat selama Peneliti menjadi mahasiswa dan bimbingan, masukan, kritik, saran, dan bantuan kepada Peneliti sehingga dapat menyelesaikan Skripsi ini.
5. Ibu Dwi Asri Siti Ambarwati, S.E., M.Sc. selaku Dosen Pembimbing Pendamping, atas kesediaannya memberikan bimbingan, saran dan kritik dalam proses penyelesaian skripsi ini.

6. Bapak Rinaldi Bursan, S.E.,M.Si. selaku Dosen Penguji Utama pada ujian komprehensif skripsi, atas kesediannya dalam memberikan pengarahan dan pengetahuan dalam proses penyelesaian skripsi ini.
7. Yuningsih, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Akademik atas kesediaannya memberikan nasihat selama Peneliti menjadi mahasiswa dan bimbingan, masukan, kritik, saran, dan bantuan kepada Peneliti sehingga dapat menyelesaikan Skripsi ini.
8. Bapak dan Ibu Dosen beserta Staff dan Karyawan Program Studi Manajemen, atas segala ilmu dan pengetahuan yang telah diberikan selama Peneliti menjadi Mahasiswa.
9. Ayahku Saidul Hasan (Alm) dan Ibuku Suwana, terimakasih atas segala doa, dukungan setiap hari, motivasi, setiap keringat yang terus mengalir membalutiku, karena cinta dan kasih sayang dari kalianlah, aku bisa terus semangat menjalani kehidupan ini dan mengejar mimpiku.
10. Kakakku Yarwansyah, Ayukku Hirana, serta Keluarga Besarku, terimakasih atas segala doa, semangat, dukungan, motivasi, perhatian dan pelajaran hidup bagi saya, semoga kalian diberikan kebahagiaan, kesehatan dan selalu dalam lindungan Allah SWT.
11. Sahabat-Sahabat Seperjuangan Agung Mefriansyah, Prastio Ibnu Romadoni, Moh. Athian Manan, Paris Mulhak Lubis, Heri Kurniawan, Muchlis Annas, Ade Tri Darma Pertiwi DS, Ririn Nafisa Ulfa, Khusnul Novianti Putri, Mira Idhistya Besila, Intan Mayang Rarasati, dan Fitriyana, atas segala persahabatan, doa, dukungan, pengalaman hidup dan kebersamaan selama perkuliahan, semoga kita semua sukses dan selalu dalam lindungan Allah SWT.
12. Teman Seperjuangan ROIS FEB Unila atas segala perjuangan, doa, dukungan, pengalaman hidup dan kebersamaan selama perkuliahan, semoga kita semua sukses dan selalu dalam lindungan Allah SWT.
13. Etika Bayu Pratiwi Terimakasih atas segala doa, semangat, dukungan, motivasi, kebersamaan, perhatian dan pelajaran hidup bagi saya, semoga kita sukses, diberikan kesehatan, dan selalu dalam lindungan Allah SWT.

14. Sahabat Kost-an Saya Agung, Iwil, Ucup, Dimas, Gilang, Harun, Wili, Jamil, Irpan dan Redo.
15. Teman-teman KKN Desa Sumber Jaya Kecamatan Waway Karya Kabupaten Lampung Timur. Garri Abdi Nusantara, M. Afdal Arif, Shinta Clara P, Linda Fatmawati, Anastasya Cindy G, dan Aulia Khairunnisa. Terimakasih banyak sudah menjadi keluarga kecil bahagia selama lebih dari 40 hari bersama berbagi pengalaman.
16. Keluarga Besar Himpunan Mahasiswa Jurusan Manajemen (HMJ Manajemen) terimakasih atas segala kebersamaan dan pengalaman hidup bagi saya.
17. Segenap informan penelitian di Curug Gangsa Kecamatan Kasui Kabupaten Way Kanan. Terimakasih atas informasi dan juga data-data, bantuan, dan juga waktu luang yang telah diberikan kepada penulis, penulis merasa sangat terbantu dengan bantuan-bantuannya dalam proses penelitian, sehinggga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
18. Terimakasih untuk Almamater Tercinta Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
19. Semua pihak yang telah membantu, memberikan motivasi serta doa kepada peneliti yang tidak dapat disampaikan satu persatu peneliti ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya

Akhir kata, peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, akan tetapi sedikit harapan semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi kita semua.

Bandar Lampung, 13 Oktober 2021
Peneliti,

Rudi Apriadi

DAFTAR ISI

Halaman

DAFTAR ISI ..... **iv**

DAFTAR TABEL ..... **vi**

DAFTAR GAMBAR ..... **vii**

DAFTAR LAMPIRAN ..... **viii**

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian 1

B. Rumusan Masalah 6

C. Tujuan Penelitian 6

D. Manfaat Penelitian 6

1. Untuk Akademisi 6

2. Untuk Praktisi 6

II. TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

A. Obyek Wisata 7

1. Definisi Obyek wisata 7

2. Jenis Obyek wisata 7

3. Pengunjung dan Karakteristiknya 9

B. Daya Tarik Wisata *(Destination Attraction)* 11

1. Pengertian 11

C. Fasilitas 15

1. Pengertian 15

D. Niat Pengunjung 16

1. Pengertian 16

2. Indikator Niat 18

E. Penelitian Terdahulu 19

F. Kerangka Pemikiran 20
G. Hipotesis Penelitian 20
III. METODE PENELITIAN
A. Jenis Penelitian 21
B. Populasi 21
C. Sampel 21
D. Jenis Dan Sumber Data 22
1. Data Primer 22
2. Data Sekunder 22
E. Rancangan Penelitian 23
F. Definisi Operasional 23
G. Uji Validitas Dan Reliabilitas 25
1. Uji Validitas 25
2. Uji Releabilitas 26
H. Analisis Data 26
1. Analisis Regresi Linear Sederhana 26
2. Koefisien Determinasi (R2) 27

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
A. Hasil Penelitian 28
1. Uji Validitas 28
2. Uji Reliabilitas 29
3. Analisis Univariat 29
4. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana 31
B. Pembahasan 32
1. Pengaruh Daya Tarik Terhadap Niat Pengunjung 32
2. Pengaruh Fasilitas Terhadap Niat Pengunjung 33

V. PENUTUP
1. Kesimpulan 34
2. Saran 34
DAFTAR PUSTAKA 35

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1. Kunjungan Wisatawan 4

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 19

Tabel 3.1. Definisi Operasional 23

Tabel 4.1. Hasil Uji Validitas 28

Tabel 4.2. Hasil Uji Reliabilitas 29

Tabel 4.3. Distribusi Frekuensi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 28

Tabel 4.4. Distribusi Frekuensi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 30

Tabel 4.5. Distribusi Frekuensi Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan 30

Tabel 4.6. Distribusi Frekuensi Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 30

Tabel 4.7. Model Summary 31

Tabel 4.8. ANOVA[b] 31

Tabel 4.9. Coefficients[a] 31

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1.1. Wisata Air Terjun Curug Gangsa 4
Gambar 1.2. Panorama Air Terjun Curug Gangsa 5
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran 25

DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran **Halaman**

1. Kuesioner Penelitian L-2
2. Data Hasil Penelitian L-7
3. Hasil Uji Validitas L-10
4. Hasil Reliabilitas L-10
5. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana L-13

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Negara Republik Indonesia merupakan Negara yang memiliki potensi sumber daya alam yang berlimpah, keanekaragaman hayati dan peninggalan sejarah/budaya. Berlimpahnya sumber daya alam yang ada dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi ketika sumber daya tersebut dapat di kelola dengan baik sesuai dengan apa yang paling diniati masyarakat sehingga pemanfaatan sumber daya alam tersebut tidak akan menghabiskan waktu ataupun materi akibat ketidakberhasilan dalam mengelola suatu sumber daya.

Pariwisata merupakan salah satu pemanfaatan sumber daya alam yang dapat bernilai ekonomi tinggi bagi suatu daerah yang mengelola sumber daya alam menjadi suatu tempat wisata yang dapat menarik pengunjung baik dari dalam maupun dari luar negeri, disamping bernilai ekonomi yang tinggi, pariwisata dapat menumbuhkan dan meningkatkan rasa bangga terhadap bangsa sehingga akan tumbuh masyarakat yang lebih peduli terhadap suatu bangsa. Pariwisata adalah hal yang diniati oleh setiap individu, karena dapat menghilangkan kejenuhan, berkembangnya kreativitas dan mampu menunjang produktivitas suatu individu.

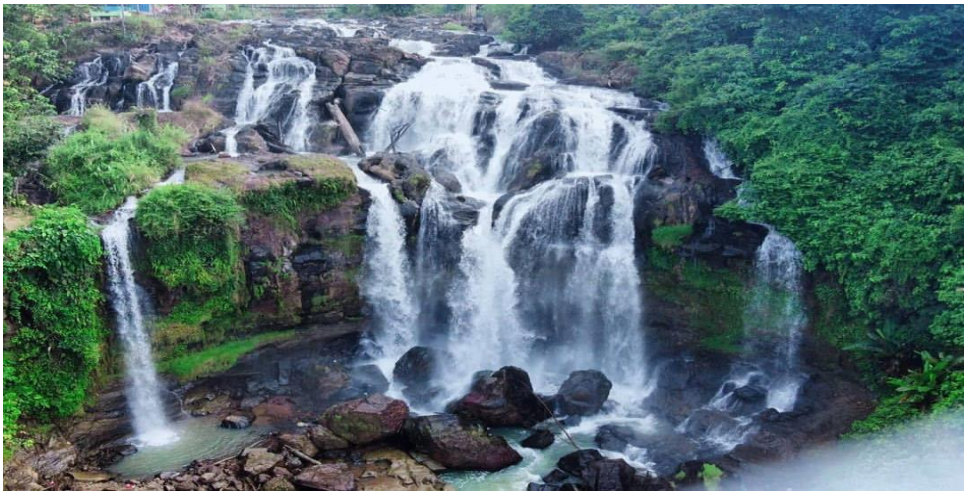
Dasar hukum pengembangan pariwisata yang sesuai dengan prinsip pengembangan adalah Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan (Pasal 6: Pembangunan kepariwisataan dilakukan berdasarkan asas sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 yang diwujudkan melalui pelaksanaan rencana pembangunan kepariwisataan dengan

memperhatikan keanekaragaman, keunikan, dan kekhasan budaya dan alam, serta kebutuhanmanusia untuk berwisata). Pasal 8: 1) Pembangunan kepariwisataan dilakukan terdiri atas rencana induk pembangunan kepariwisataan nasional, rencana induk pembangunan kepariwisataan provinsi, dan rencana induk pembangunan kepariwisataan kabupaten/kota. 2) Pembangunan kepariwisataan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan bagian integral dari rencana pembangunan jangka panjang nasional. Pasal 11: Pemerintah bersama lembaga yang terkait dengan kepariwisataan menyelenggarakan penelitian dan pengembangan kepariwisataan untuk mendukung pembangunan kepariwisataan) serta (Pasal 12: 1) Aspek- aspek penetapan kawasan strategis pariwisata).

Dalam era globalisasi sekarang ini, bidang pariwisata merupakan salah satu kegiatan yang mempunyai peranan yang sangat strategis dalam menunjang pembangunan perekonomian nasional. Sektor ini dicanangkan selain sebagai salah satu sumber penghasil devisa yang cukup andal, juga merupakan sektor yang mampu menyerap tenaga kerja dan mendorong perkembangan investasi. Untuk mengembangkan sektor ini pemerintah berusaha keras membuat rencana dan berbagai kebijakan yang mendukung kearah kemajuan sektor ini. Salah satu kebijakan tersebut adalah menggali, menginventarisir dan mengembangkan obyek-obyek wisata yang ada sebagai daya tarik utama bagi wisatawan.

Kabupaten Way Kanan memiliki potensi di sektor pariwisata. Kabupaten Way Kanan memiliki peninggalan sejarah yang tercatat dalam buku-buku sejarah. Peninggalan-peninggalan sejarah tersebut sangat menarik untuk dikunjungi. Tidak heran memang jika pemerintah kabupaten setempat sangat menaruh perhatian terhadap pariwisata. Pembangunan kepariwisataan pada hakekatnya merupakan upaya untuk mengembangkan dan memanfaatkan obyek dan daya tarik wisata yang terwujud antara lain dalam bentuk kekayaan alam yang indah, keragaman flora dan fauna, kemajemukan tradisi dan seni budaya, dan peninggalan purbakala.

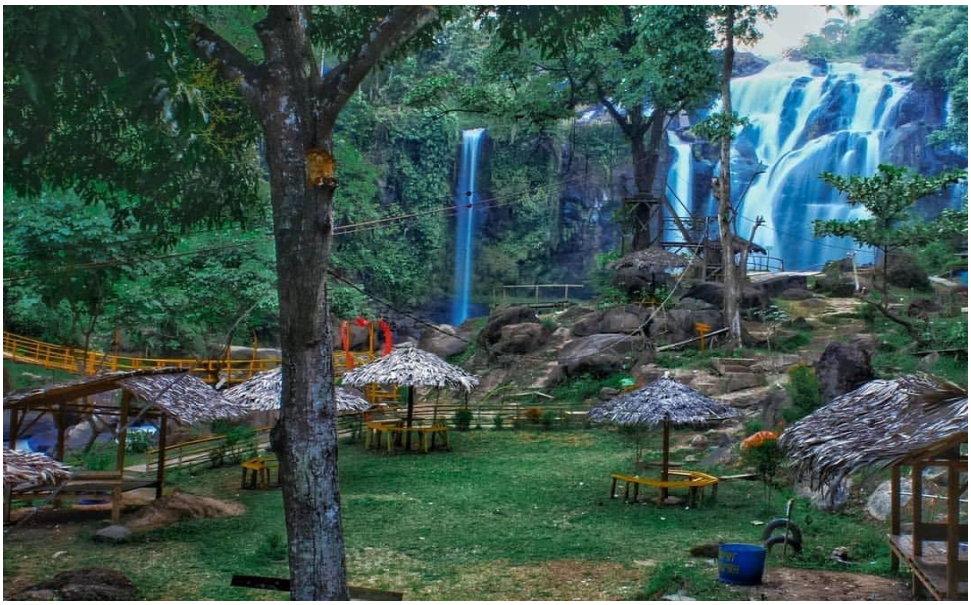
Air Terjun Curug yang terletak di Desa Kasui, Kecamatan Kasui sekitar 3 km dari kota Way Kanan dapat ditempuh kendaraan dengan waktu 15 menit dan melewati jalan menanjak dan berkelok-kelok. Air Terjun Curug jatuh dari ketinggian 100 meter dari puncak gunung. Airnya sangat jernih, lagipula panorama alam disekitar kawasan itu yang terdiri dari pegunungan dan banyak ditumbuhi pepohonan yang berusia ratusan tahun, membuat hawa di daerah itu semakin sejuk dan dingin. Di dalam kawasan hutan banyak terdapat satwa liar, seperti kera, juga burung aneka ragam, dimana kicauan burung banyak menghiasi kawasan air terjun itu (Zainuddin Tika, 2012).



Gambar 1.1. Wisata Air Terjun Curug Gangsa

Berdasarkan data observasi yang dilakukan oleh penulis setelah memasuki gerbang objek wisata Air Terjun Curug, akses jalan yang ada pada kawasan wisata tersebut cukup membahayakan nyawa seorang pengunjung karena akses jalan setapak yang dilalui tidak mempunyai pembatas jalan yang dapat mencegah seorang pengunjung terjatuh pada jurang yang berada disamping kiri akses jalan setapak tersebut, dan setelah melewati akses jalan setapak kita harus melewati bebatuan besar yang cukup licin sehingga pengunjung harus berhati-hati melewati batuan tersebut. Keindahan alam yang juga tidak terawat pada kawasan tersebut seperti prasarana bangunan yang sudah tidak terawat dan sampah yang bertebaran

dimana-mana membuat pemandangan yang berada di kawasan Air Terjun Curug sangat tidak elok dipandang, tidak adanya tempat peristirahatan dan warung-warung yang disediakan bagi seorang pengunjung untuk menikmati keindahan Air Terjun Curug ini, melihat permasalahan yang ada membuat ketertarikan seorang pengunjung sangat kurang untuk berwisata di Air Terjun Curug karena keamanan dan kenyamanan bagi seorang pengunjung.



Gambar 1.2. Panorama Air Terjun Curug Gangsa

Berdasarkan data kunjungan wisatawan di wisata air terjun curug gangsa tahun 2018-2019 adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1. kunjungan wisatawan

No	Tahun	Jumlah Kunjungan
1	2018	23.120 pengunjung
2	2019	15.312 pengunjung

(Sumber: Wisata Air Terjun Curug, 2019)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa pada tahun 2018 jumlah pengunjung wisata air terjun curug gangsa mencapai 23.120 orang, dan pada tahun 2019 jumlah pengunjung wisata air terjun curug gangsa mengalami penurunan yang signifikan hingga mencapai 15.312 orang, hal ini dikarenakan banyak faktor yang mempengaruhi seperti kurangnya fasilitas keamanan, sehingga pengunjung merasa tidak nyaman saat bermain di area air terjun, kurangnya lahan parkir, kurangnya akses

informasi dan kurangnya kebersihan lingkungan pada sekitar air terjun curug ganggsa.

Dari uraian diatas perlu disadari oleh pemerintah daerah dalam hal ini Dinas Kebudayaan dan Pariwisata yang sangat berperan penting dalam mengembangkan suatu objek wisata mengingat bahwa objek wisata Air Terjun Curug adalah salah satu tempat wisata yang mempunyai potensi yang sangat besar dalam menumbuhkan pendapatan daerah. Solusi-solusi yang dimaksud dalam hal ini adalah strategi terkait dengan pengembangan objek wisata Air Terjun Curug agar dapat lebih berdaya saing dalam menarik wisatawan. Strategi sebagai bentuk upaya yang dilakukan untuk menciptakan dan melestarikan kawasan wisata dengan menggunakan dimensi-dimensi strategi yang menciptakan strategi yang sesuai dengan pengembangan kawasan obyek wisata Air Terjun Curug ini. Sehingga dengan demikian pemerintah dalam hal ini Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dapat mengambil langkah yang strategis dari pilihan yang ada. Strategi menjadi sangat penting bagi pengembangan sebuah organisasi/perusahaan dalam rangka pencapaian tujuan, baik tujuan jangka pendek maupun jangka panjang. Analisa dalam pengembangan strategi berdasarkan dimensi-dimensi strategi yang digunakan yaitu Tujuan, Kebijakan dan Program (Ghoshal :2003).

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis ingin melakukan penelitian tentang **“Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Fasilitas Air Terjun Curug Gangsa Terhadap Niat Pengunjung di Kecamatan Kasui Kabupaten Way Kanan”.**

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah daya tarik wisata dan fasilitas air terjun curug gangsa berpengaruh terhadap niat pengunjung di Kecamatan Kasui Kabupaten Way Kanan.
2. Seberapa tinggi daya tarik wisata dan fasilitas air terjun curug gangsa berpengaruh terhadap niat pengunjung di Kecamatan Kasui Kabupaten Way Kanan.

C. Tujuan Penelitan

Untuk mengetahui pengaruh daya tarik wisata dan fasilitas air terjun curug gangsa terhadap niat pengunjung di Kecamatan Kasui Kabupaten Way Kanan.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak. Pihak-pihak yang dimaksudkan antara lain adalah :

1) Untuk Akademisi

   Temuan penelitian ini diharapkan untuk dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang pemasaran, terutama sebagai acuan bagi studi ilmiah tentang pengaruh daya tarik wisata dan fasilitas air terjun curug gangsa terhadap niat pengunjung dalam berkunjung ke wisata air terjun curug gangsa, juga untuk memberikan sumbangan informasi yang dapat menambah pengetahuan dan membuka cakrawala berpikir bagi pembacanya mengenai keindahan alam seperti air terjun curug gangsa.

2) Untuk Praktisi

   Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat membantu manajemen Dinas Budaya Dan Pariwisata, agar dapat membuat program pemasaran terpadu yang lebih baik, yang efektif dan efisien sehingga bisa menimbulkan kesan baik yang mendalam di benak pengunjung dan pada akhirnya dapat menjaga citra positif Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dimata masyarakat.

II. TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

A. Obyek Wisata

1. Definisi Obyek wisata

Menurut Ismayanti (2010), obyek wisata adalah perwujudan daripada ciptaan manusia, tata hidup, seni budaya serta sejarah bangsa dan tempat atau keadaan alam yang mempunyai daya tarik untuk dikunjungi wisatawan. Sedangkan obyek wisata alam adalah obyek wisata yang daya tariknya bersumber pada keindahan sumber daya alam dan tata lingkungannya.

Wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati obyek dan daya tarik wisata. Seorang wisatawan berkunjung ke suatu tempat/daerah/negara karena tertarik oleh sesuatu yang menarik dan menyebabkan wisatawan berkunjng ke suatu tempat/daerah/negara disebut daya tarik dan atraksi wisata (Muljadi, A.J, 2009).

2. Jenis Obyek wisata

Penggolongan jenis obyek wisata akan terlihat dari ciri-ciri khas yang ditonjolkan oleh tiap-tiap obyek wisata. Menurut Anonymous (2012) Objek wisata dikelompokan ke dalam tiga jenis, yaitu :

a) Objek wisata alam, misalnya : laut, pantai, gunung (berapi), danau, sungai, fauna (langka), kawasan lindung, cagar alam, pemandangan alam dan lain-lain.
b) Objek wisata budaya, misalnya : upacara kelahiran, tari-tari (tradisional), musik (tradisional), pakaian adat, perkawinan adat, upacara turun ke sawah, upacara panen, cagar budaya, bangunan bersejarah, peninggalan tradisional, festival budaya, kain tenun

(tradisional), tekstil lokal, pertunjukan (tradisional), adat istiadat lokal, museum dan lain-lain.

c) Objek wisata buatan, misalnya : sarana dan fasilitas olahraga, permainan (layangan), hiburan (lawak atau akrobatik, sulap),

d) ketangkasan (naik kuda), taman rekreasi, taman nasional, pusat-pusat perbelanjaan dan lain lain. Dalam membangun obyek wisata tersebut harus memperhatikan keadaan sosial ekonomi masyarakat setempat, sosial budaya daerah setempat, nilai- nilai agama, adat istiadat, lingkungan hidup, dan obyek wisata itu sendiri.

Pembangunan obyek dan daya tarik wisata dapat dilakukan oleh Pemerintah, Badan Usaha maupun Perseorangan dengan melibatkan dan bekerjasama pihak-pihak yang terkait. Dalam UU No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan disebutkan bahwa 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. Kata wisatawan (*tourist*) merujuk kepada orang. Secara umum wisatawan menjadi subset atau bagian dari *traveler* atau *visitor* (I Gde Pitana & I Ketut Surya, 2009:35)

Berdasarkan hal tersebut diatas, obyek wisata dapat diklasifikasikan berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia. Pada dasarnya obyek wisata air terjun Bissapu ini mempunyai kekayaan alam dan hasil buatan manusia karena selain memiliki air terjun dengan keindahan alamnya juga terdapat campur tangan manusia diantaranya jalan setapak dan beberapa bangunan yang disediakan.

Komponen Produk Wisata Produk wisata (*tourism product*) merupakan suatu produk yang terdiri dari produk nyata (*tangible*) dan produk tidak nyata (*intangible*), dikemas dalam suatu kesatuan rangkaian pejalanan yang hanya dapat dinikmati apabila seluruh komponen dapat memberikan pengalaman yang baik bagi orang yang melakukan perjalanan atau

menggunakan produk tersebut. Komponen produk wisata tersebut adalah sebagai berikut:

a) Daya Tarik Wisata (*Attraction*) Setiap destinasi memiliki daya tarik berbeda-beda sesuai potensi yang dimiliki, berikut merupakan jenis daya tarik yang di tampilkan di destinasi wisata : Daya tarik wiata alam seperti laut, pantai, gunung, sungai, hutan, danau, air terjun, bukit. Daya tarik wisata buatan seperti tarian, upacara adat, lagu, bangunan, ukir, lukis.

b) Fasilitas dan Pelayanan (*Amenity*) Disamping daya tarik wisata, wiatawan dalam melakukan kegiatan wisata membutuhkan adanya fasilitas yang menunjang perjalanan tersebut. Fasilitas tersebut saling terkait dan melengkapi satu sama lain, sehingga dalam suatu perjalanan wisata seluruh komponen yang digunakan tidak dapat dipisahkan. Komponen fasilitas dan pelayanan perjalanan terdiri dari fasilitas transportasi, fasilitas makan dan minum, fasilitas penginapan, fasilitas sarana ibadah.

c) Kemudahan mencapai destinasi wisata (*Accessbility*) Dalam suatu perjalanan wisata terdapat pula faktor yang tidak kalah penting untuk mempengaruhi kepuasan wisatawan, yaitu faktor aksesbilitas seperti prasarana jalan yang sudah tersedia, transportasi yang nyaman, dan kondisi lalu lintas.

3. Pengunjung dan Karakteristiknya

Bila diperhatikan, orang-orang yang datang berkunjung ke suatu tempat atau negara, biasanya mereka disebut sebagai pengunjung yang terdiri dari beberapa orang dengan bermacam-macam motivasi kunjungan termasuk didalamnya adalah wisatawan, sehingga tidak semua pengunjung termasuk wisatawan. Menurut *International Union of Official Travel Organizatio*n (IUOTO), pengunjung yaitu setiap orang yang datang ke suatu negara atau tempat tinggal lain dan biasanya dengan maksud apapun kecuali untuk

melakukan pekerjaan yang menerima upah. Pengunjung digolongkan dalam dua kategori, yaitu:

1) Wisatawan (*tourist*) Pengunjung yang tinggal sementara sekurang-kurangnya selama 24 jam di negara yang dikunjunginya dan tujuan perjalanannya dapat digolongkan kedalam klasifikasi sebagai berikut: Pesiar (*leisure*), untuk keperluan rekreasi, liburan, kesehatan, studi, keagamaan dan olahraga. Hubungan dagang (*business*), keluarga, konferensi, misi, dan lain sebagainya.
2) Pelancong (*exursionist*) Pengunjung sementara yang tinggal di suatu negara yang dikunjungi dalam waktu kurang dari 24 jam. Dari beberapa pengertian tersebut, dalam penelitian ini yang dimaksud dengan pengunjung adalah seseorang yang melakukan kunjungan pada objek dan daya tarik wisata. Karakteristik pengunjung dapat dibedakan ke dalam dua jenis, yaitu karakteristik sosial-ekonomi dan karakteristik perjalanan wisata (Kotler Philip, 2000).

Dalam hal ini karakteristik pengunjung memberikan pengaruh yang tidak langsung terhadap pengembangan pariwisata. Tidak dapat diterapkan secara langsung langkah-langkah yang harus dilakukan hanya dengan melihat karakteristik pengunjung, melainkan perlu melihat keterkaitan dengan persepsi pengunjung. Pengunjung pada suatu objek wisata memiliki karakteristik dan pola kunjungan, kebutuhan ataupun alasan melakukan kunjungan ke suatu objek wisata masing-masing berbeda hal ini perlu menjadi pertimbangan bagi penyedia pariwisata sehingga dalam menyediakan produk dapat sesuai dengan niat dan kebutuhan pengunjung. Adapun karakteristik pengunjung meliputi:

a) Jenis kelamin yang dikelompokkan menjadi laki-laki dan perempuan.
b) Usia adalah umur responden pada saat survey.
c) Kota atau daerah asal adalah daerah tempat tinggal responden.
d) Tingkat pendidikan responden.
e) Status pekerjaan responden.
f) Status perkawinan responden.
g) Pendapatan perbulan responden.

Sedangkan pola kunjungan responden merupakan alasan utama perjalanan adalah motif atau tujuan utama dilakukannya perjalanan tersebut meliputi:

a) Maksud kunjungan yang merupakan tujuan utama melakukan perjalananwisata.
b) Frekuensi kunjungan adalah banyaknya kunjungan ke objek wisata yangpernah dilakukan oleh responden.
c) Teman perjalanan adalah orang yang bersama-sama dengan responden melakukan perjalanan wisata.
d) Lama waktu kunjungan adalah jumlah waktu yang dihasilkan responden selama berada di objek wisata.
e) Besar pengeluaran adalah jumlah pengeluaran atau biaya selama melakukan perjalanan wisata.

B. Daya Tarik Wisata *(Destination Attraction)*

1. Pengertian

Daya tarik adalah kualitas yang menyebabkan minat, keinginan, atau tarikan pada seseorang atau sesuatu. Daya Tarik Wisata sejatinya merupakan kata lain dari obyek wisata namun sesuai peraturan pemerintah Indonesia tahun 2009 kata obyek wisata sudah tidak relevan lagi untuk menyebutkan suatu daerah tujuan wisatawan maka digunakanlah kata " Daya Tarik Wisata" maka untuk mengetahui apa arti dan makna dari daya tarik wisata di bawah ini adalah beberapa definisi/pengertian mengenai Daya Tarik Wisata menurut beberapa ahli :

- Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 tahun 2009, Daya Tarik Wisata dijelaskan sebagai segala sesuatu yang memiliki keunikan, kemudahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan wisatawan.
- A. Yoeti dalam bukunya "*Pengantar Ilmu Pariwisata*" tahun 1985 menyatakan bahwa daya tarik wisata atau "*tourist attraction*", istilah yang lebih sering digunakan, yaitu segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi orang untuk mengunjungi suatu daerah tertentu

- Nyoman S. Pendit dalam bukunya "*Ilmu Pariwisata*" tahun 1994 mendefiniskan daya tarik wisata sebagai segala sesuatu yang menarik dan bernilai untuk dikunjungi dan dilihat.
- Dari beberapa pengertian diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang mempunyai daya tarik, keunikan dan nilai yang tinggi, yang menjadi tujuan wisatawan datang ke suatu daerah tertentu.

Produk wisata merupakan sebuah paket yang tidak hanya tentang keindahan atau eksotisme suatu tempat wisata, tapi dalam arti yang lebih luas. produk wisata mencakup daya tarik, fasilitas dalam saat berwisata, dan juga akses menuju tempat wisata tersebut (Malhotra, Naresh K. 2010).

Menurut Basiya dan Rozak (2012), daya tarik tempat tujuan wisata merupakan motivasi utama bagi pengunjung untuk melakukan kunjungan wisata. Menurutnya destinasi wisata dikelompokkan menjadi empat daya tarik, yaitu :

1) Daya tarik wisata alam *(natural attraction)* yang meliputi pemandangan alam daratan, pemandangan alam lautan, pantai, iklim atau cuaca.
2) Daya tarik wisata berupa arsitektur bangunan *(building attraction)* yang meliputi bangunan dan arsitektur bersejarah, bangunan dan arsitektur modern, arkeologi
3) Daya tarik wisata yang dikelola khusus *(managed visitor attractions)*, yang meliputitempat peninggalan kawasan industi seperti yang ada di Inggris, Theme Park di Amerika, Darling Harbour di Australia
4) Daya tarik wisata budaya *(culturalattraction)* yang meliputi teater, musium,tempat bersejaah, adat-istiadat, tempat-tempat religius, peristiwa-peristiwa khusus seperti festival dan drama bersejarah *(pageants)*, dan *heritage* seperti warisan peninggalan budaya
5) Daya tarik wisata sosial seperti gaya hidup penduduk di tempat tujuan wisata. Elemen-elemen daya tarik tempat tujuan wisata merupakan pilihan pengunjung dan yang mendorong bagi pengunjung untuk

melakukan kunjungan wisata. Daya tarik tempat tujuan wisata ini terdiri dari :

a) Daya tarik wisata alam yang meliputi pemandangan alam daratan, pemandangan alam lautan, pantai, iklim, dan ciri kas geografis lainnya dari tempat tujuan wisata.
b) Daya tarik wisata berupa bangunan-bangunan yang meliputi bangunan-bangunan dengan arsitektur modern, arsitektur bersejarah, monumen, promenades, taman dan kebun, *convention center*, *arkeologi*, *manage visitor attractions generally*, lapangan golf, toko-toko khusus, dan *themed retailareas*.
c) Daya tarik wisata budaya yang meliputi *history and folklore*, *religion and art*, teater, musik, tari-tarian *(dance)* dan *entertainment* lainnya, museum, dan peristiwa-peristiwa khusus seperti festival dan drama bersejarah *(pageants)*.
d) Daya tarik wisata sosial seperti gaya hidup, bahasa penduduk di tempat tujuan wisata, serta kegiatan sehari-hari. Produk jasa dikatakan berkualitas atau tidak berkualitas tergantung pada persepsi individu (konsumen) dalam menginterpretasikan jasa yang dibeli atau dikonsumsi.

Lebih lanjut Maryani, E. (1991), mengelompokkan destinasi wisata menjadi 4 daya tarik, yaitu :

1) Daya tarik wisata alam *(natural attraction)* yang meliputi pemandangan alam daratan, pemandangan alam lautan, pantai, iklim atau cuaca.
2) Daya tarik wisata berupa arsitektur bangunan *(building attraction)* yang meliputi bangunan dan arsitektur bersejarah, bangunan dan arsitektur modern, arkeologi.
3) Daya tarik wisata yang dikelola khusus *(managed visitor attractions)*, yang meliputi tempat peninggalan kawasan industi seperti yang ada di Inggris, *Theme Park* di Amerika, *Darling Harbour* di Australia.

4) Daya tarik wisata budaya *(cultural attraction)* yang meliputi teater, musium, tempat bersejaah, adat-istiadat, tempat-tempat *religius*, peristiwa-peristiwa khusus seperti festival dan drama bersejarah *(pageants)*, dan *heritage* seperti warisan peninggalan budaya.
5) Daya tarik wisata sosial seperti gaya hidup penduduk di tempat tujuan wisata.

Penelitian yang dilakukan oleh Cahyadi, Rusli dan Jajang Gunawan. (2009), menyimpulkan bahwa daya tarik wisata alam *(natural attraction)*, daya tarik wisata berupa arsitektur bangunan *(building attraction)*, daya tarik wisata budaya *(cultural attraction)*, dan daya tarik wisata sosial *(social attraction)* masing-masing memiliki pengaruh langsung dan positif terhadap kepuasan pengunjung. Cahyadi, Rusli dan Jajang Gunawan. (2009) dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa kualitas daya tarik wisata alam *(natural attraction)*, kualitas daya tarik wisata berupa arsitektur bangunan *(building attraction)*, daya tarik wisata budaya *(cultural attraction)*, dan daya tarik wisata sosial *(social attraction)* memiliki hubungan langsung dan positif terhadap niat berkunjung ulang para pengunjung.

Monang Sitorus (2008) dalam skripsinya yang berjudul "Pengaruh Atraksi, Fasilitas dan Aksesibilitas Terhadap Nilai Pelanggan dan Citra Objek Wisata Danau Toba di Kabupaten Toba Samosir Provinsi Sumatra Utara" menyatakan bahwa atraktivitas dan fasilitas objek wisata dipinggiran Danau Toba Kabupaten Toba Samosir Provinsi Sumatra Utara sesuai tanggapan pengunjung berada pada kategori menarik namun kurang memadai seperti tenaga pemandu pariwisata masih kurang profesional, kondisi penginapan dan kondisi rumah makan/restoran yang masih dirasakan kurang. Secara parsial atraktivitas memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap nilai pengunjung, artinya kontribusi terhadap nilai maupun terhadap citra yang dirasakan oleh pengunjung lebih tinggi. Atraksi, Fasilitas,

Aksesibilitas berpengaruh positif signifikan terhadap citra objek wisata Danau Toba di Kabupaten Toba Samosir Provinsi Sumatra Utara.

Sopyan (2015) dalam skripsinya yang berjudul "Analisis Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Berkunjung Ulang Pengunjung Dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening (Studi Cagar Budaya Gedung Lawang Sewu)" menyatakan bahwa Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa daya tarik wisata, kualitas pelayanan, kepuasan pengunjung, dan niat berkunjung ulang pengunjung Cagar Budaya Gedung Lawang Sewu tergolong sedang. Hasil pengujian statistik menunjukkan bahwa variabel kepuasan pengunjung berpengaruh positif terhadap niat berkunjung ulang (hipotesis 1 diterima), variabel daya tarik berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung (hipotesis 2 diterima), variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung (hipotesis 3 diterima), variabel daya tarik berpengaruh positif terhadap niat berkunjung ulang (hipotesis 4 diterima), variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap niat berkunjung ulang pengunjung (hipotesis 5 diterima)**.**

C. Fasilitas

1. Pengertian

Menurut Tjiptono (2010) fasilitas adalah sumber daya fisik yang ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen. Menurut Sulastiyono (2006) fasilitas adalah penyediaan perlengkapan – perlengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para pengunjung dalam melaksanakan aktivitas-aktivitasnya atau kegiatan-kegiatannya. Dengan demikian kebutuhan - kebutuhan pengunjung dapat terpenuhi selama tinggal di tempat tujuannya.

Segala fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, kelengkapan, desain interior dan eksterior serta kebersihan fasilitas harus diperhatikan terutama

yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan atau didapat konsumen secara langsung.

Bagi organisasi yang menyediakan jasa, kualitas fasilitias yang ditawarkan akan menjadi salah satu faktor penentu kepuasan pengguna jasa tersebut. Sebagai penyedia layanan jasa (*intangible*), sarana atau fasilitas, selain hanya dapat dirasakan juga dapat dilihat. Misalnya kelayakan perlengkapan *out bound*, kebersihan kamar tidur dan kamar mandi, dan sebagainya. Dengan demikian, organisasi (perusahaan) harus memperhatikan kelayakan dan kenyamanan fasilitas yang disedikan, karena konsumen harus dipuaskan. Jika konsumen tidak puas, maka mereka akan meninggalkan perusahaan tersebut dan menjadi konsumen pesaing. Hal ini akan menyebabkan penurunan penjualan dan pada gilirannya akan menurunkan laba atau keuntungan.

D. Niat Pengunjung

1. Pengertian

Kamus Besar Bahasa Indonesia (Depdiknas, 2001) mendefinisikan kata "niat" memiliki makna kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah dan keinginan. Boleh dikatakan seseorang yang memiliki niat, cenderung akan berusaha mencoba dan berusaha untuk meraihnya. Kata niat mempunyai banyak penafsiran yang beragam. Berikut ini pengertian niat menurut para ahli:

a) H. C Witherington yang dikutip oleh Arikunto (2006) mendefinisikan niat merupakan kesadaran seseorang terhadap suatu objek, suatu masalah atau situasi yang mengandung kaitan dengan dirinya.
b) Muhibbin (2010) mendefinisikan niat sebagai kencenderungan dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu. Istilah niat sendiri merupakan terminology aspek kepribadian untuk menggambarkan adanya kemauan, dorongan *(force)* yang timbul dari dalam diri individu untuk memilih obyek lain yang sejenis.

Proses terjadinya niat pada seseorang menurut Charles yang dikutip oleh Suwantoro, Gamal (2004), dideskripsikan sebagai berikut:

a) Pada awalnya sebelum terlibat di dalam suatu aktivitas, seseorang mempunyai perhatian terhadap suatu obyek atau suatu situasi tertentu. Perhatian ini, akan menimbulkan keinginan untuk terlibat di dalam aktivitas.

Niat seseorang sifatnya tidaklah sama. Hal ini dikarenakan niat seseorang memiliki bentuk yang beragam. Suwantoro, Gamal. (2004) memberikan empat macam bentuk niat seseorang. Berikut empat macam niat menurut Super dan Crites:

a) Niat yang diekspresikan secara verbal Bentuk niat ini dapat dilihat dari sikap seseorang yang tercermin dari sikapnya. Misalnya dalam bentuk peryataan suka atau tidak suka, memilih atau tidak memilih.
b) Niat yang dinyatakan dalam bentuk kegiatan atau perbuatan Jenis niat ini dapat diketahui melalui keseringan seseorang dalam melakukan perbuatan tertentu. Semisal seseorang dapat dikatakan berniat pada suatu produk A dikarenakan orang tersebut sering membeli produk A.
c) Niat yang tidak jelas Niat jenis ini tidak dapat dilihat dari bentuk perilakunya baik ituverbal maupun dalam kegiatan, sebab niat ini tersembunyi dalam diri seseorang. Jenis niat ini dapat diketahui melalui tes obyektif. Tes obyektif sendiri merupakan metode untuk menggali niat atau peryataan seseorang dengan memberikan pertanyaan pendek *(short answer test)* dengan jawaban ya-tidak *(yes-no test).*
d) Niat yang masih laten (terpendam) Niat laten merupakan bentuk niat seseorang yang terpendam dalam diri seseorang. Namun, memiliki potensi untuk muncul. Niat jenis ini hanya bisa diketahui dengan mengikuti *test inventori. Test inventori* sendiri merupakan bentuk ujian untuk mengukur karakteristik kepribadian atau keterampilan seseorang. Niat merupakan salah satu aspek psikologis yang mempunyai pengaruh cukup besar terhadap perilaku. Selain itu, niat juga merupakan sumber motivasi yang akan mengarahkan seseorang dalam melakukan apa yang mereka lakukan. Mengingat perilaku

merupakan tindakan aktual individu akibat faktor-faktor yang mempengaruhinya berhubungan dengan konsumsi.

Niat menggunakan *(interest to use)* dapat didefinisikan sebagai bentuk keinginan pengguna untuk menggunakan atau menggunakan kembali suatu obyek tertentu. Niat untuk menggunakan merupakan salah satu aspek psikis manusia yang cenderung untuk memberikan perhatian atau merasa senang lebih besar kepada obyek tersebut, dimana perasaan ini dapat mendorong seseorang untuk mencapai tujuan niat menggunakan digambarkan sebagai situasi seseorang sebelum melakukan tindakan. Niat menggunakan juga dapat dijadikan sebagai dasar untuk memprediksi perilaku atau tindakan seseorang. Terkait hal ini, posisi niat menggunakan apabila dilihat dari teori perilaku konsumen dalam keputusan pembelian terletak pada perilaku pasca pembelian.

2. Indikator Niat

Menurut Sumarwan (2004), terdiri dari tiga indikator. Indikator inilah yang peneliti pakai dalam penelitian, ketiga indikator tersebut yaitu:

1) Ketertarikan pada obyek niat, yaitu calon konsumen atau konsumen memiliki perhatian yang selalu tertuju dan terpusat pada *e-money*.
2) Perasaan senang, yaitu calon konsumen atau konsumen yang berniat untuk menggunakan *e-money* terlihat memiliki perasaan senang dalam menggunakan *e-money* dalam bertransaki.
3) Kecenderungan untuk menggunakan, yaitu sering tidaknya calon konsumen atau konsumen berkeinginan untuk menggunakan *e-money* dalam bertransaksi sehari-hari. Konsumen yang niat menggunakannya tinggi akan terlihat dari frekuensinya dalam menggunakan *e-money* yang tinggi.

D Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu

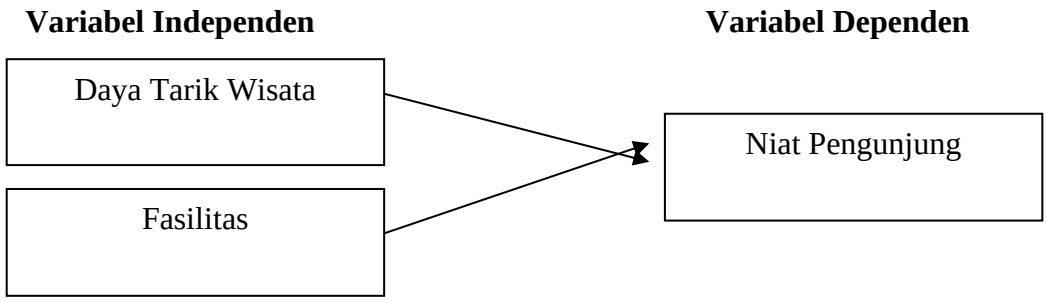
No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil
1.	Moh Jibran Lilik Prihadi Utomo, Iwan Alim Saputra	Potensi Pengembangan Daya Tarik Wisata di Kecamatan Marawola Barat Kabupaten Sigi.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa potensi wisata terdapat di empat desa yakni Desa Wayu, Matantimali, Dombu dan Wiapore.berdasarkan teknik skoring potensi wisata menunjukkan potensi wisata alam dan potensi wisata buatan kategori tinggi terdapat di satu desa yakni Desa Wayu skor 26. Desa Wayu memiliki atraksi wisata yang beragam yakni atraksi paralayang, *camping area*, sepeda gunung, pemandangan alam, acara seni musik.Aksesibilitas kriteria dekat. Sarana dan prasarana telah tersedia seperti *cottage*, toilet, kamar mandi, air bersih, warung,tempat parkir. Potensi wisata alam dan wisata buatan kategori sedang terdapat di dua desa yakni Desa Matantimali skor 16 dan Desa Dombu skor 15. Desa Matantimali dan Desa Dombu belum memiliki atraksi wisata yang beragam, aksesibilitas agak jauh, serta belum tersedia sarana dan prasarana. Potensi wisata budaya kategori tinggi terdapat di Desa Dombu skor 21.Desa Dombu memiliki potensi atraksi wisata budaya yang beragam seperti tari-tarian Morego, Motambah dan lain-lain. Sarana dan prasarana telah tersedia seperti banyaknya tempat dilaksanakan adat istiadat tersebut.
2.	Novita Rivaul Kiron, Sudarmatin, I Wayan Jaman Adi Putra	Faktor-faktor penentu Daya Tarik Wisata Budaya dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Wisatawan.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor budaya menjadi yang paling dominan yang menjadi pertimbangan wisatawan dan terdapat pengaruh positif signifikan antara budaya

			terhadap kepuasan wisatawan sebesar 23,3%.
3	Devin Cahya Triansya	*Influence of Tourism Destination Product and Image on Tourist Visiting Decision to* Kota Seribu Sungai Banjarmasin.	*The result found the positive influence of tourism destination products to the tourist visiting decision of 54.5% and the image of tourism destination on the tourist visiting decision of 53.4% and the rest of 45.5% and 46.6% influenced by other factors not examined. The results of the analysis also showed the effect of tourism destination products variable partially consisting of physical products, packages, and programs have an effect on the decision of tourists while people have no influence. As for the variable image of tourism destinations in partial consisting of cognitive image and affective image affect the decision of tourists visiting to* Kota Seribu Sungai Banjarmasin.

E. Kerangka Pemikiran

Kerangka pikir dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran



F Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

Ada pengaruh yang signifikan antara daya tarik wisata dan fasilitas air terjun curug gangsa terhadap niat pengunjung di Kecamatan Kasui Kabupaten Way Kanan.

III. METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandasan pada *filsafat positivisme* digunakan untuk meneliti pada populasi atau sempel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisi data bersifat kuantitatif/stastistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono 2010).

B. Populasi

Menurut Ghozali (2011:247), populasi adalah seluruh subjek penelitian berupa kumpulan sejumlah individu dengan kualitas serta ciri tertentu yang telah ditetapkan untuk diteliti. Berdasarkan definisi tersebut, maka populasi yang digunakan dalam penelitian adalah masyarakat yang berkunjung ke wisata air terjun curug gangsa Kasui Kabupaten Way Kanan.

C. Sampel

Menurut Ghozali (2011:1248), sampel adalah bagian dari populasi yang diambil dari sebagian sumber data dan dapat mewakili populasi. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel menggunakan metode *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* yaitu teknik penarikan sampel dimana sampel yang dipilih berdasarkan pertimbangan-pertimbangan atau kriteria-kriteria tertentu.

Pada penelitian ini, karakteristik yang digunakan dalam menentukan sampel yaitu menggunakan variabel (X) yaitu daya tarik wisata air terjun

curug gangsa dengan menggunakan lembar kuesioner,maka sampel dalam penelitian ini adalah mereka yang ingin mengunjungi air terjun curug gangsa. Sementara itu ukuran responden yang ideal dan *representative* pada kedua variabel dikalikan 5. Pada penelitian ini, terdapat 26 item pertanyaan (16 pertanyaan tentang daya tarik wisata dan 10 pertanyaan tentang niat pengunjung). Batas minimal responden untuk penelitian ini adalah 26 x 5 = 130. Dengan demikian responden yang diambil sebanyak 130 responden. Jumlah tersebut dianggap sudah cukup mewakili populasi yang diteliti karena sudah memenuhi batas maksimal sampel.

Pengambilan responden dilakukan dengan cara menyebarkan kuisioner secara *online* menggunakan google *form,* yang disebar melalui media sosial seperti *Instagram, Whatsapp, Line,* dan *Facebook,* dan untuk memastikan bahwa responden yang mengisi adalah masyarakat yang pernah mengunjungi wisata air terjun curug gangsa, pada kuisioner penelitian dicantumkan pertanyaan apakah responden pernah mengunjungi wisata air terjun curug gangsa atau tidak, sehingga peneliti bisa menentukan responden mana yang layak untuk di uji hasilnya.

D. Jenis Dan Sumber Data

Menurut Sugiyono (2010), terdapat 2 sumber data dalam penelitian, antara lain sebagai berikut:

1. **Data Primer**

   Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer di dapat melalui responden, pengamatan serta pencatatan langsung tentang keadaan yang ada di lapangan.

2. **Data Sekunder**

   Data sekunder adalah sumber yang tidak memberikan data kepada pengumpul data. Data sekunder umumnya berupa bukti atau catatan secara historis yang telah tersusun dalam arsip yang dipublikasikan dan tidak dipublikasikan.

E. Rancangan Penelitian

Dalam hal ini rancangan penelitian menggunakan metode *analitik* yaitu bentuk penelitian dengan melakukan analisis terhadap suatu variabel yang akan di teliti. Dalam penelitian ini variable yang akan diteliti adalah pengaruh daya tarik wisata budaya.

F. Definisi Operasional

Dalam penelitian ini terdapat dua macam variabel yang akan dikaji yaitu variabel bebas (*independent*) dan variabel terikat (*dependent*). Menurut Sugiyono (2014:165) "variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat)".Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu *daya tarik wisata*. Sedangkan variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini yaitu *niat pengunjung*.

Berikut ini dijelaskan mengenai operasional variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini :

Tabel 3.1. Definisi Operasional

No.	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
	Daya Tarik Wisata	Sebuah paket yang tidak hanya tentang keindahan atau eksotisme suatu tempat wisata, tapi dalam arti yang lebih luas. produk wisata mencakup daya tarik, fasilitas dalam saat berwisata, dan juga akses menuju tempat wisata tersebut	1. Kondisi air terjun sebagai daya tarik utama obyek wisata ini bersih 2. Saya merasa aman saat bermain di air terjun 3. Tersedia atraksi pendukung (misalnya wahana permainan) 4. Saya merasa aman ketika bermain di atraksi pendukung 5. Terdapat staf penjaga di setiap atraksi Pendukung 6. Kondisi atraksi pendukung baik 7. Atraksi pendukung bervariasi 8. Tersedia brosur informasi area obyek wisata 9. Secara umum, obyek wisata ini menarik untuk dikunjungi	Likert

			10. Kondisi jalan menuju obyek wisata ini baik (sudah beraspal baik)	
	Fasilitas	Sumber daya fisik yang ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen	1. Jaringan komunikasi di objek wisata Air Terjun Curug lancar dan tidak terputus-putus (internet dan telepon seluler) 2. Lalu lintas di daerah objek wisata Air Terjun Curug sangat tertib 3. Wisatawan dapat menggunakan alat transportasi menuju objek wisata Air Terjun Curug 4. Sarana objek wisata di Air Terjun Curug sudah memadai 5. Terdapat loket tiket di setiap atraksi pendukung 6. Terdapat papan informasi tentang atraksi pendukung 7. Terdapat loket tiket sebelum masuk area obyek wisata air terjun curug gangsa 8. Kondisi loket tiket masuk baik 9. Jumlah loket tiket masuk obyek wisata memadai rsedia lahan parkir untuk kendaraan wisatawan	Likert
	Niat Pengunjung	Kencenderungan dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu. Istilah niat sendiri merupakan *terminology* aspek kepribadian untuk menggambarkan adanya kemauan, dorongan *(force)* yang timbul dari	1. Pengunjung yang ingin masuk ke wisata air terjun curug gangsa harus membayar tiket masuk yang telah ditentukan 2. Harga tiket masuk wisata air terjun curug gangsa dapat dijangkau semua kalangan masyarakat 3. Wisata air terjun curug gangsa merupakan wisata unggulan di kabupaten Way Kanan 4. Wisata air terjun curug gangsa memberi kenyamanan berwisata	Likert

		dalam diri individu untuk memilih obyek lain yang sejenis	terhadap pengunjung 5. Wisata air terjun curug gangsa terjaga keaslian dan kebersihan lingkungannya 6. Akses jalan menuju wisata air terjun curug gangsa sangat baik 7. Wisata air terjun curug gangsa memiliki fasilitas wisata yang memadai. 8. Fasilitas dapat dinikmati oleh semua pengunjung 9. Wisata air terjun curug gangsa memberikan keindahan alam yang membuat anda ingin berkunjung dan berwisata 10. Kenyamanan yang diberikan saat berwisata di air terjun curug gangsa membuat anda ingin kembali berkunjung di lain waktu	

G. Uji Validitas dan Reabilitas

1. Uji Validitas

Menurut (Suliyanto, 2018) validitas adalah alat ukur tingkat ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurannya. Instrumen penelitian valid artinya instrumen tersebut mampu mengukur apa yang harus diukur dengan tepat dan cermat.

Uji validitas dalam penelitian ini, menggunakan product moment pengolahan data yang dilakukan bantuan program SPSS *(statistical program and service solution)* 17 dalam uji validitas pada penelitian ini. Dengan menggunakan rumus dibawah sebagai berikut:

$$\boldsymbol{r_{xy}} = \frac{\mathrm{N} \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\}\{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :r_{xy} = Koefisien korelasi antar variabel X dan Y

N = Jumlah Sampel

X = Skor Variabel X

Y = Skor Variabel Y

Kriteria uji validitas instrumen ini adalah :

1. Menetukan nilai probabilitas (sig) pada nilai a sebesar 0,05 (5%)

a. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka H0 ditoalak dan Ha diterima.

b. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka H0 diterima Ha ditolak

2. Uji Releabilitas

Uji reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu kewaktu (Ghozali, 2009). Semakin tinggi reliabilitas suatu alat pengukur, semakin stabil pula alat pengukur tersebut. Dalam melakukan perhitungan Alpha, digunakan alat bantu program komputer yaitu SPSS for Windows versi 17.0 dengan menggunakan model Alpha. Sedangkan dalam pengambilan keputusan reliabilitas, suatu instrumen dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,6 (Ghozali, 2009).

H. Analisis Data

1. Analisis Regresi Linear Sederhana.

Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier sederhana, mengingat analisis regresi merupakan alat statistik yang bermanfaat untuk mengetahui hubungan antar variabel, yaitu variabel X (variabel independen) dan Y (variabel dependen). Menurut Siregar (2014) : "Regresi linier sederhana digunakan hanya untuk satu variabel bebas *(independent)* dan satu variabel tak bebas *(dependent)*". Rumus regresi linier sederhana sebagai berikut :

$$Y = a + b.X$$

Keterangan:

Y = Variabel Terikat (Niat Pengunjung)

X_1 = Variabel Bebas (Daya Tarik)

X_2 = Variabel Bebas (Fasilitas)

a dan b = Konstanta

(Sumber : Siregar, 2014)

2. Koefisien Determinasi (R2).

Koefisien Determinasi (R2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi antara nol dan satu. Nilai R2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas (Ghozali, 2011). Koefisien determinasi nol berarti variabel independen sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Apabila koefisien determinasi semakin mendekati satu, maka dapat dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Selain itu koefisien determinasi (R2) dipergunakan untuk mengetahui presentase perubahan variabel dependen/variable terikat (Y) yang disebabkan oleh variabel independen/variabel bebas (X).

V. PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian diatas, maka peneliti memberikan kesimpulan:

1 Diketahui besarnya korelasi antara variabel daya tarik dan fasilitas terhadap niat pengunjung sebesar 0,287, dimana terdapat nilai R square sebesar 0,082 yang artinya daya tarik dan fasilitas memberikan pengaruh niat pengunjung sebesar 0,82%.

2 Diketahui nilai F hitung sebesar 5,698 dengan tingkat signifikan sebesar 0,004 yang artinya variabel daya tarik dan fasilitas berpengaruh terhadap niat pengunjung

3 Diketahui bahwa daya tarik dan fasilitas Air Terjun Curug Gangsa memberikan pengaruh terhadap niat pengunjung dengan hasil koefisiensi 0,004 atau < 0,05.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan dalam penelitian ini, maka dapat dikemukakan beberapa saran sebagai berikut:

1. Variabel daya tarik wisata mempengaruhi minat berkunjung ulang wisatawan pada objek wisata Air Terjun Curug Gangsa, upaya yang dapat dilakukan dengan pengembangan yakni penataan dan mengelola objek wisata sehingga dapat menarik wisatawan untuk berkunjung ulang.

2. Variabel fasilitas berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang. Upaya yang dilakukan oleh pihak pengelola adalah meningkatkan kualitas fasilitas yang sudah ada dan mencukupi fasilitas yang kurang memadai sehingga wisatawan yang berkunjung terfasilitasi dengan baik pada saat berkunjung ulang pada objek wisata Air Terjun Curug Gangsa.

DAFTAR PUSTAKA

Andi. Prajogo. (1976). *Pengantar Pariwisata Indonesia.* Jakarta: Gramedia.

Anonymous. (2012). *Pengembangan Daya Tarik Wisata Unggulan:* Pusat Penelitian dan Pengembangan Kebijakan Kepariwisataan.

Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik (Edisi Revisi)*. Jakarta: Rineka Cipta.

Aritonang, Lerbin R. (2005). *Kepuasan Pelanggan. Pengukuran dan Penganalisisan Dengan SPSS.* Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Cahyadi, Rusli dan Jajang Gunawan. (2009). *Pariwisata Pusaka Masa Depan Bagi Kita, Alam dan Warisan Budaya Bersama*. Jakarta: Unesco & Program Vokasi Pariwisata Universitas Indonesia.

Fandy. 2007. *Strategi Pemasaran. Edisi Kedua*. Yogyakarta: Andi. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataan.

Ismayanti. (2010). *Pengantar Pariwisata.* Jakarta: PT Gramedia Widisarana Indonesia.

Kotler, Philip dan Gary Amstrong. (2009). *Principal of Marketing.* USA: Prentice Hall.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip. (2000). *Manajemen Pemasaran.* Jakarta: PT. Prenhallindo.

Malhotra, Naresh K. (2010). *Marketing Research*: An Applied Orientation Sixth Edition Pearson Education.

Maryani, E. (1991). *Pengantar Geografi Pariwisata.* Bandung: IKIP. Middleton,

Muljadi, A.J.. (2009). *Kepariwisataan dan Perjalanan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Pitana, I. Gede dan Gayatri, Putu G. (2005).*Sosiologi Pariwisata.* Yogyakarta:

Seaton, A.V. & Bennet.(1996). *The Marketing of Tourism Products*: Concepts, Issues, and Cases. London: International Thomson Business Press

Soekadijo. (2000). *Anatomi Pariwista*. Jakarta: Gramedia.

Sugiyono, (2007). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

Sumarwan, Ujang. *Perilaku Konsumen.* (2004). Bogor: Ghalia Indonesia.

Suryadana, M. Liga dan Vanny Octavia.(2015). *Pengantar Pemasaran Pariwisata.* Bandung: Alfabeta.

Suwantoro, Gamal. (2004). *Dasar-Dasar Pariwisata.* Yogyakarta: Andi. Tjiptono,

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 9 tahun 1990 tentang Kepariwisataan.

Undang-Undang Republik Indonesia tahun 1974 tentang Perkawinan. Wardiyanta. (2006). Metode Penelitian Pariwisata.Yogyakarta: And