

## PENGARUH E-WOM, DAYA TARIK, *DESTINATION IMAGE*, DAN FASILITAS TERHADAP MINAT BERKUNJUNG DI OBJEK WISATA BUKIT SOEHARTO PONOROGO

Yuliana Nur Hikmah<sup>1)</sup>, Hari Purwanto<sup>2)</sup>

<sup>1</sup>Universitas PGRI Madiun

[nurhikmahyuliana@gmail.com](mailto:nurhikmahyuliana@gmail.com)

<sup>2</sup>Universitas PGRI Madiun

[hari888purwanto@unipma.ac.id](mailto:hari888purwanto@unipma.ac.id)

### Abstract

*This study aims to prove that Interest in Visiting Bukit Soeharto tourist attractions is influenced by E-WOM, Attractiveness, Destination Image, and Facilities. This study used a quantitative approach. The population of this study is all people who have visited Bukit Soeharto Ponorogo with a total of 384 people. The method of this study used a quantitative approach using the Lemeshow formula, so that 384 respondents were obtained. The sampling technique used is purposive sampling. The results of this study show that Electronic Word of Mouth has a positive and significant effect on Visiting Interest, Attractiveness has a positive and significant effect on Visiting Interest, Destination Image has a positive and significant effect on Visiting Interest, and Facilities have a positive and significant effect on Visiting Interest.*

**Keywords:** E-WOM, Attractions, Destination Image, Facilities

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan bahwa Minat Berkunjung pada objek wisata Bukit Soeharto dipengaruhi oleh E-WOM, Daya Tarik, *Destination Image*, dan Fasilitas. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian ini yaitu seluruh Masyarakat yang pernah mengunjungi Bukit Soeharto Ponorogo dengan jumlah 384 orang. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui penggunaan rumus Lemeshow, sehingga diperoleh 384 responden. Teknik pengambilan sampel yang diterapkan ialah *purposive sampling*. Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwasanya *Electronic Word of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung, Daya Tarik berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung, *Destination Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung, dan Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung.

**Kata Kunci:** E-WOM, Daya Tarik, *Destination Image*, Fasilitas

## 1. PENDAHULUAN

Pariwisata termasuk sektor yang menyumbang devisa terbesar sesudah sektor migas di Indonesia CNBC Indonesia (2021). Hal tersebut menjadi dasar pemerintah dalam mulai melakukan pengembangan dalam beragam usaha pada bidang pariwisata sekaligus pembangunan dalam beragam objek wisata sebagai bentuk mensejahterakan masyarakat yang ada di sekitar lokasi wisata. Sebab pariwisata menjadi suatu industri yang menguntungkan sekaligus mempunyai prospek yang baik ke depannya dalam memenuhi kebutuhan manusia.

Selaras pada perkembangan industri pariwisata di Indonesia khususnya Jawa Timur, muncul wisata-wisata baru yang beraneka ragam. Mulai dari wisata

alam yang memanjakan mata maupun wisata hiburan untuk sekedar bermain. Berwisata menjadi salah satu kebutuhan masyarakat di tengah penatnya bekerja dimana mereka membutuhkan tempat untuk sejenak mengistirahatkan tubuh. Wisata pun mampu diterapkan sebagai sarana Pendidikan bagi kanak-kanak, remaja, atau mampu pula dewasa. Maka karenanya, untuk memenuhi rasa inginkan dalam melakukan kegiatan bersantai dan berwisata (Batubara, 2020).

Pariwisata termasuk industri yang memiliki peranan penting dalam peningkatan pendapatan Indonesia yang termasuk suatu negara dengan alamnya yang indah sekaligus budayanya yang beragam, sehingga kebutuhan untuk mengembangkan industri pariwisata sangatlah penting. Sudah jelas memang pariwisata termasuk sektor yang dinilai menggiurkan dan memiliki potensi dalam berkembang menjadi aset untuk dijadikan sebagai sumber pendapatan bagi bangsa dan negara.

Beragam sebab suatu orang memilih wisata ialah berekreasi, bersantai, menghibur diri, berpetualangan, dan mencari tempat untuk berfoto secara keren yang kerap dilakukan generasi muda. Kota Ponorogo di Provinsi Jawa Timur masih memiliki keunikan tersendiri yang menarik perhatian pengunjung .

Ponorogo memiliki ragam pilihan wisata , salah satunya adalah Objek wisata Bukit Soeharto . Bukit Soeharto ada pada Desa Biting, Kecamatan Badegan , Kabupaten Ponorogo. Bukit ini berada di batasProvinsi Jawa Timur dengan Provinsi Jawa Tengah, sehingga akses menuju bukit ini sangatlah mudah karena berada di jalan provinsi. Jika akan menuju ke Wonogiri melalui Ponorogo pun sudah pasti akan melalui Bukit ini.

Selain karena dinamakan Bukit Soeharto, pada tahun 1784 pun Presiden Soeharto memang pernah mengunjungi bukit ini sekaligus meresmikannya. The Smiling General, Julukan Soeharto Pun membangun monumen diatas bukit itu, sebagai tanda beliau pernah singgah Hal ini terbukti dari monumen yang ada di bukit ini. Namun, sayangnya bukit ini tidak dikelola secara baik saat itu. Hingga di tahun 2017 mulai dilakukan perbaikan oleh warga sekitar dengan melakukan penghijauan dan perbaikan fasilitas di Bukit Soeharto.

Meskipun buka pertamanya di tahun 2020, bukit seluar 7 hektar ini telah kerap didatangi oleh wisatawan. Di objek ini selain terdapat patung Soeharto, terdapat pula gazebo, taman main anak, tempat istirahat, tempat makan, sekaligus taman bunga. Pun terdapat pula pemandangan gunung yang menjadi daya tarik. Bukit Soeharto ini dibuka tahun 2020 lalu saat wabah COVID19 melanda seluruh dunia,”tutur ketua pengelola Bukit Soeharto, Wahyu Bintoro.

Patung Soeharto yang dibangun di bukit ini ada dua, dengan ukuran 2 meter dan satunya lagi berukuran dua kali dari patung satunya. Dengan ukuran yang besar membuat patung ini menjadi salah satu spot favorite dari pengunjung untuk berfoto. Selain itu, taman bermain anak pun membuat banyak orang tua yang

memilih Bukit Soeharto untuk dikunjungi. Sambil menunggu anaknya bermain, kerap kali orang tua memantaunya dari gazebo yang disediakan oleh destinasi ini. Bahkan jika ingin makan pun, banyak tempat makan yang menyuguhkan beragam menu pilihan.

Dengan mendengar namanya saja bukit ini sudah pasti mengingatkan perjuangan dari salah satu presiden Indonesia, yakni Soeharto. Selain itu, konsep alam yang disuguhkan menjadi daya tarik tersendiri untuk mengunjungi destinasi. Konsep perpaduan antara sejarah dan alam yang bersatu membuat destinasi ini menjadi salah satu yang patut untuk dikunjungi.

Mengacu pada data dari dokumen pengelola Bukit Soeharto, pengunjung wisata Bukit Soeharto mengalami pasang surut di tiap tahunnya. Jumlah pengunjung ini kerap kali disebabkan kondisi yang ada, seperti akhir tahun, hari raya, dan libur sekolah. Berikut adalah data dari pihak pengelola Bukit Soeharto terkait jumlah pengunjung dalam kurung waktu tiga tahun terakhir, yakni sejak tahun dibuka 2020 hingga 2022.

**Tabel 1. Data Pengunjung Bukit Soeharto Tahun 2020-2022**

NO.	BULAN	JUMLAH PENGUNJUNG		
		2020	2021	2022
1.	JANUARI	534	205	781
2.	FEBRUARI	556	186	542
3.	MARET	202	189	478
4.	APRIL	-	231	509
5.	MEI	-	409	778
6.	JUNI	-	307	663
7.	JULI	-	56	782
8.	AGUSTUS	314	-	606
9.	SEPTEMBER	301	-	583
10.	OKTOBER	467	245	571
11.	NOVEMBER	509	404	584
12.	DESEMBER	548	570	638
	<b>TOTAL</b>	<b>3431</b>	<b>2802</b>	<b>7515</b>

Sumber: Dokumen Bukit Soeharto

Berdasar pada tabel di atas dapat disimpulkan bahwa Bukit Soeharto mengalami naik turun jumlah pengunjung dalam tiga tahun terakhir. Pada tahun 2020 Bukit Soeharto memperoleh kunjungan wisatawan sebanyak 3431 sedangkan pada tahun 2021 mengalami penurunan sebanyak 2802 dan terjadi peningkatan di tahun 2022 dengan total pengunjung sebanyak 7515. Hal tersebut juga tidak terlepas dari keberadaan pandemi covid-19 yang mengharuskan tempat wisata tutup dalam beberapa kurun waktu. Namun, dari data kunjungan di tahun 2022 mendapati jumlah pengunjung yang naik secara drastis. Hal ini

memperlihatkan bahwa minat berkunjung ke Bukit Soeharto mulai dilirik kembali oleh banyak wisatawan.

Pada bidang pariwisata, minat wisatawan dalam melakukan kunjungan pada sebuah objek wisata kerap kali didasari oleh berbagai hal, seperti halnya E-WOM, daya tarik, destination image, dan fasilitas yang tersedia. Sehingga penelitian ini pun memiliki tujuan dalam mengetahui pengaruh E-WOM, Daya Tarik, *Destination Image*, dan Fasilitas terhadap Minat Berkunjung di Objek Wisata Bukit Soeharto Ponorogo.

## 2. KAJIAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESA

### 2.1 E-WOM (*Electronic Word of Mouth*)

Menurut Hennig-Theurau, (2004) mengemukakan *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) ialah sebuah pernyataan dalam bentuk positif atau negative mengenai sebuah masalah, topik, atau destinasi yang dikemukakan pada sebuah sarana selayaknya kolom berpendapat atau ulasan yang ada pada media sosial milik pengelola atau perusahaan. Keberadaan E-WOM memberi kemudahan orang lain dalam menentukan keputusan sebelum membeli produk/jasa atau mengunjungi suatu tempat. E-WOM juga dianggap sebagai pemberian ulasan berupa testimoni dan pernyataan positif atau negatif dari konsumen pada suatu jasa atau produk. Dalam sekali menuliskan nama destinasi di kolom pencarian internet maka akan bermunculan pula penilaian atau ulasan dari berbagai kalangan. E-WOM sebagai media komunikasi online untuk saling bertukar pengetahuan terkait sebuah jasa atau produk yang sudah digunakan oleh sesama konsumen yang tidak saling bertatap muka, (Aziza & Purwanto, 2022). Menurut Goyette (2010) sebagai langkah dalam melakukan pengukuran pengaruh *electronic word of mouth* yakni menerapkan indikator berupa intensitas, konten, pendapat positif, dan pendapat negatif.

### 2.2 Daya Tarik

Heny & Aditya (2022) mengemukakan daya tarik terhadap objek wisata termasuk bagian yang cenderung penting, kian menarik dan baiknya daya tarik dari suatu objek wisata sudah pasti mampu mengundang sekaligus menarik rasa ingin orang lain agar berkunjung yang selanjutnya berubah menjadi minat untuk berkunjung ke wisata yang bersangkutan. Daya tarik yang disediakan dapat termasuk segala hal yang mempunyai keragaman tempat wisata dan mempunyai nilai tersendiri dalam benak orang lain. Menurut Putra & Wulandari, (2023). Setiap wisata pasti memiliki daya tariknya sendiri dengan disesuaikan oleh wisata yang ditawarkan. Wisata alam kerap kali disuguhkan dengan keadaan atau nuansa alam, seperti taman bunga, kebun teh, dan telaga. Sedangkan wisata buatan merupakan objek berwisata yang sengaja manusia

rancang, seperti wahana kolam renang, taman bermain, dan museum. Spillane Zen . (2017) mengemukakan terdapat lima indikator penting dalam daya tarik objek wisata yakni *attraction, facilities, infrastructure, transportation, dan hospitality*.

### 2.3 Destination Image (Citra Destinasi)

*Image* atau citra termasuk suatu faktor yang memberi pengaruh pada keputusan wisatawan ketika berkunjung pada suatu objek wisata dan termasuk refleksi terhadap ekspektasi yang dimiliki terkait destinasi yang bersangkutan Muhamed (2021). Citra suatu destinasi terbentuk dari informasi yang ada untuk wisatawan, sehingga informasi memiliki peran yang utama untuk membentuk citra destinasi. *Destination image* termasuk rasa yakin atau pengetahuan terkait sebuah destinasi dan sesuatu yang terasa dari pengunjung ketika melakukan wisata. Citra destinasi tidak selalu terbentuk melalui adanya pengalaman atau kenyataan, tetapi mampu terbentuk sehingga menjadi faktor motivasi yang besar dalam menjalankan kunjungan wisata pada sebuah objek wisata. Citra destinasi termasuk gambaran dari seseorang terkait ciri khas wisata yang mampu terpengaruhi dari informasi promosi, media massa, dan faktor-faktor lain (Tasci & Kozak, 2006). Indikator citra destinasi menurut Chi & Qu (2008). Yaitu aksesibilitas, wisata alam, infrastruktur, dan relaksasi.

### 2.4 Fasilitas

Tjiptono (2014) mengemukakan fasilitas disebut sebagai sumber daya fisik yang harus disediakan yang memiliki peran utama untuk memberi pengaruh pada kualitas jasa dalam diri orang lain. Fasilitas mempunyai peran utama untuk membentuk persepsi orang lain secara bersama melalui citra destinasi yang juga ditetapkan dari informasi yang tersedia terkait suatu objek wisata yang akan memberi nilai terhadap kualitas produk atau jasa yang membekas dalam diri orang lain. Sari & Suyuthie (2022) juga mengemukakan bahwa fasilitas disebut sebagai segala hal dari keperluan wisatawan yang telah tersedia dalam bentuk fisik oleh pengelola yang sekaligus menjaga kebersihannya sebagai bentuk penunjang kegiatan wisatawan saat sedang berkunjung. Fasilitas termasuk suatu sarana yang dari awal memang sudah disediakan dengan disesuaikan dengan objek wisata. Hal tersebut dilakukan sebagai bentuk penunjang dalam memberi kepuasan bagi setiap wisatawan yang berkunjung. Prayogi (2020) mengemukakan ada tiga indikator fasilitas yakni keadaan dan kegunaan fasilitas, rasa mudah dalam memakai fasilitas, dan lengkap, bersih, sekaligus rapinya fasilitas.

### 2.5 Minat Berkunjung

Alvianna, S. & Alvindra, R. (2020) mengemukakan minat berkunjung disebut sebagai rasa yang muncul dalam benak calon pengunjung saat ada rasa ingin untuk melakukan kunjungan ke sebuah tempat yang menarik dengan beragam sebab. Minat yang terdapat pada diri wisatawan guna menghampiri lokasi wisata akan menjadi pendorong wisatawan untuk menetapkan keputusan berkunjung di tempat wisata tersebut. Tanjung, (2022) juga menyampaikan minat berkunjung mampu disebut sebagai hasrat seseorang dalam bertata laku dengan berdasar pada motivasi yang ada dalam benaknya agar berperilaku positif terhadap sebuah penawaran produk atau jasa. Minat kunjung ini secara umum termasuk sebuah keinginan yang muncul dalam benak seseorang terhadap suatu faktor yang mampu menarik perhatiannya yang mengakibatkan rasa ingin mengunjungi suatu tempat wisata. Menurut Ferdinand (2002), indikator dari minat berkunjung berupa minat transaksional, minat referensial, minat preferensi, dan minat eksploratif.

### 3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan metode kuantitatif. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif yang berguna dalam penganalisisan data dengan proses pendeskripsian atau penggambaran data yang sudah dikumpulkan. Populasi penelitian ini yaitu seluruh Masyarakat yang pernah mengunjungi Bukit Soeharto Ponorogo dengan jumlah 384 orang. Metode penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif melalui penggunaan rumus Lemeshow, sehingga diperoleh 384 responden. Teknik pengambilan sampel yang diterapkan adalah *purposive sampling*.

Variabel terikat yang diterapkan pada penelitian ini ialah minat berkunjung. Penelitian ini dijalankan dalam melihat pengaruh E-WOM, Daya Tarik, *Destination Image*, dan Fasilitas. Teknik penganalisisan data yang diterapkan yakni penganalisisan regresi linier berganda melalui penggunaan dari aplikasi IBM SPSS Statistik 25.

### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Deskripsi Data Penelitian

Penelitian ini dijalankan di objek wisata Bukit Soeharto Ponorogo yang berada Jalan Raya Ponorogo-Wonogiri, Kec. Badegan, Kab. Ponorogo, Prov. Jawa Timur, Indonesia. Objek Wisata Bukit Soeharto berasal dari nama presiden RI ke dua yakni Ir. Soekarno dikelola oleh KUD Jaya Mandiri Sejahtera, Bedengan, Ponorogo yang merupakan Binaan Yayasan Mandiri. Pada tahun 1784, Presiden Soeharto pernah mengunjungi bukit ini sekaligus meresmikannya. The Smiling General, Julukan Soeharto dalam membangun wisata bukit ini, sebagai tanda beliau pernah singgah. Didekat pintu masuk

terdapat dua patung Soeharto yang berdiri tegak sekaligus menjadi ikon dari wisata ini. Selain itu, wisata ini juga mempunyai taman, gazebo, taman bermain, dan kolam berenang.

### 4.2 Uji Validitas

Uji validitas diterapkan dalam melihat valid atau tidak kuesioner. Ghazali (2018), mengemukakan yakni tiap pertanyaan disebut valid jika  $r$  hitung (dari  $r$  setir butir mampu mengacu ke kolom (*Pearson Correlation*) lebih besar dibanding  $r_{tabel}$ . atau mampu pula mengacu pada nilai  $Sig \leq 0,05$  sehingga disebut valid. Hasil pengujian Validitas dari Variabel E-WOM, diperoleh nilai  $r$  hitung  $> r_{tabel}$  (0,113) beserta nilai  $Sig \leq 0,05$  sehingga setiap pertanyaan yang diterapkan pada penelitian ini mampu dikatakan valid. Perolehan dari pengujian Validitas Variabel Daya Tarik, terlihat yakni penilaian  $r$  hitung  $> r_{tabel}$  (0,113) beserta penilaian  $Sig \leq 0,05$  sehingga seluruh pertanyaan yang diterapkan pada penelitian ini valid. Perolehan pengujian Validitas Variabel *Destination Image*, terlihat yakni penilaian  $r$  hitung  $> r_{tabel}$  (0,113) dan penilaian  $Sig \leq 0,05$  sehingga seluruh pertanyaan yang diterapkan pada penelitian ini ialah valid. Perolehan dari pengujian Validitas Variabel Fasilitas, terlihat yakni penilaian  $r$  hitung  $> r_{tabel}$  (0,113) beserta penilaian  $Sig \leq 0,05$  sehingga seluruh pertanyaan yang diterapkan pada penelitian ini valid. Perolehan dari pengujian Validitas Variabel Minat Berkunjung, terlihat yakni penilaian  $r$  hitung  $> r_{tabel}$  (0,113) beserta penilaian  $Sig \leq 0,05$  sehingga seluruh pertanyaan yang diterapkan pada penelitian ini valid.

### 4.3 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2018) uji reliabilitas adalah besarnya kemampuan dari instrumen penelitian, instrumen yang reliabel berarti ketika diterapkan berulang kali dalam pengukuran objek tertentu akan memperoleh data yang selaras pula. Agar mampu melakukan pengukuran reliabilitas menerapkan statistik *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ). Selanjutnya oleh Ghazali (2018), mengemukakan bahwasanya instrumen pada penelitian mampu disebut reliabel jika pada suatu nilai *Cronbach's Alpha*  $\geq 0,70$ . Nilai reliabilitas atas tiap variabel pada penelitian ini melebihi 0,700. Sehingga dari tiap variabel mampu disebut reliabel.

### 4.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Terkait suatu penelitian, keberadaan Analisis Linier Berganda terdapat manfaat dalam memperoleh penggambaran seluruh hubungan dari variabel bebas dengan terikat serta agar mengetahui kinerja di perusahaan secara simultan dan parsial. Ghazali (2018), mengemukakan yakni agar memperoleh

hasil yang sesuai alangkah baiknya agar menjalankan pengujian asumsi klasik dulu lalu menjalankan pengujian linier berganda. Analisis regresi linier berganda berguna dalam melihat keterkaitan dari variabel bebas terhadap terikat. Di bawah ini ialah hasil penganalisisan regresi linier berganda ialah :

**Tabel 3 Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,231	,754		2,814	,005
	EWOM	,331	,037	,362	9,268	,000
	Daya tarik	,570	,038	,596	13,227	,000
	<i>Destination Image</i>	,016	,025	,021	1,075	,287
	Fasilitas	-,020	,025	-,027	-1,390	,175

a. Dependent Variable: Minat pengunjung

Sumber : Data Primer yang diolah, 2023

Berdasar tabel tersebut mampu diperoleh koefisien korelasi berganda yang bisikan bahwa seluruh variabel bebas yakni variabel E-WOM (X1), Daya Tarik (X2), *Destination Image* (X3), dan Fasilitas (X4) mempunyai keterkaitan yang besar terhadap variabel terikat Minat Berkunjung (Y).

Mengacu pada hasil penganalisisan regresi berganda dari tabel di atas tersebut sehingga persamaan regresi linier berganda yang didapat ialah:

$$Y = 2,231 + 0,331X_1 + 0,570X_2 + 0,016X_3 - 0,020 + e$$

## 4.5 Uji Hipotesis

### 4.5.1 Uji Parsial (Uji t)

Perolehan atas uji t (uji parsial) menerapkan IBM SPSS Statistik 25 mampu mengacu dalam tabel berikut:

**Tabel 5 Hasil Uji t**

Variabel	t Hitung	Sig.	Keterangan
E-WOM	9,268	,000	Berpengaruh
Daya Tarik	13,227	,000	Berpengaruh
<i>Destination Image</i>	1,075	,287	Berpengaruh
Fasilitas	-1,390	,175	Berpengaruh
Variabel Dependen: Minat Berkunjung			

Sumber : Data Primer Hasil Pengolahan, 2023

Berdasar data tersebut mampu didapatkan yakni :

- Variabel E-WOM terhadap Minat Berkunjung memperoleh nilai thitung sejumlah 9,268 > ttabel sejumlah 1,966 dengan nilai signifikansi 0,0000

$< 0,05$  sehingga mampu dikatakan bahwa **H1 Diterima**. Hal tersebut mampu diperoleh simpulan bahwa E-WOM berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Berkunjung.

- b) Variabel Daya Tarik terhadap Minat Berkunjung memperoleh nilai thitung sejumlah  $13,227 > t_{tabel}$  sejumlah  $1,966$  dengan nilai signifikansi  $0,0000 < 0,05$  sehingga mampu dikatakan bahwa **H2 Diterima**. Hal tersebut mampu diperoleh simpulan bahwa Daya Tarik berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Berkunjung.
- c) Variabel *Destination Image* terhadap Minat Berkunjung memperoleh nilai thitung sejumlah  $1,075 > t_{tabel}$  sejumlah  $1,966$  dengan nilai signifikansi  $0,0000 < 0,05$  sehingga mampu dikatakan bahwa **H3 Diterima**. Hal tersebut mampu diperoleh simpulan bahwa *Destination Image* berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Berkunjung.
- d) Variabel Fasilitas terhadap Minat Berkunjung memperoleh nilai thitung sejumlah  $-1,390 > t_{tabel}$  sejumlah  $1,966$  dengan nilai signifikansi  $0,0000 < 0,05$  sehingga mampu dikatakan bahwa **H4 Diterima**. Hal tersebut mampu diperoleh simpulan bahwa Fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Berkunjung.

#### 4.5.2 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Menurut Ghozali (2016), Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) dipergunakan dalam melakukan pengukuran besaran kemampuan model variabel bebas dapat menguraikan variabel terikat. Hasil pengujian koefisien determinasi mampu diketahui pada tabel berikut.

**Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,647 <sup>a</sup>	,993	,917	,951
a. Predictors: (Constant), ewom, daya tarik, destination image, fasilitas.				
b. Dependent Variable: Minat pengunjung				

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Hasil dari uji koefisien determinasi di atas didapat nilai Adjusted  $R^2$  sejumlah  $0,917$ . Hal tersebut memperlihatkan bahwa minat berkunjung dipengaruhi dari E-WOM, Daya Tarik, *Destination Image*, dan Fasilitas sejumlah  $91,7\%$  dan siswanya sebesar  $8,3\%$  terpengaruhi dari faktor lainnya yang tidak diuraikan pada penelitian ini

## 5. KESIMPULAN

Mengacu pada hasil analisa data dalam penelitian ini, sehingga mampu diperoleh simpulan sebagaimana di bawah ini: 1) E-WOM berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung di Objek Wisata Bukit Soeharto Ponorogo. 2) Daya Tarik berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung di Objek Wisata Bukit Soeharto Ponorogo. 3) *Destination Image* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung di Objek Wisata Bukit Soeharto Ponorogo, 4) Fasilitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung di Objek Wisata Bukit Soeharto Ponorogo.

Berdasar hasil simpulan di atas saran pada penelitian ini ialah pengelola objek wisata Bukit Soeharto diharapkan untuk terus meningkatkan E-WOM, Daya Tarik, *Destination Image*, dan Fasilitas di Objek Wisata Bukit Soeharto Ponorogo ini sehingga dapat memberi dampak yang positif terhadap Minat Berkunjung seseorang. Apabila E-WOM, Daya Tarik, *Destination Image*, dan Fasilitas semakin berkembang maka akan berpengaruh pada minat berkunjung seseorang.

## 6. DAFTAR PUSTAKA

- Alvianna, S. & Alviandra, R., 2020. Pengaruh Destinasi Wisata dan Kepuasan Wisatawan terhadap Minat Berkunjung Kembali di Kampung Wisata Topeng Malang
- Batubara, R., 2020. Strategi Pengembangan Oukup sebagai Ekowisata Kesehatan Kabupaten Karo. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 25(2), pp. 121-132
- Ghozali, I., 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS* 23.
- Ghozali, I., 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS* 25
- Goyette, 2010. E-WOM: Word of Mouth Measurement Scale for E-Service Contex. *Journal of Administrative Sciences*, Volume 27, pp. 5-23
- Hennig-theurau, T., Gwinner, K., Walsh & Gremler, D., 2004. Electronic Word of Mouth Via Consumer Opinion Platforms: What MOTivates Customer to Articulate Themselves on the Internet. *Journal Interactive Marketing*, Volume 18, pp. 38-52
- Mohamed, G.A. dll (2021). Role of Tourism Advertising Campaigns In Improving Destination Image. *Journal of Sustainable Tourism And Entrepreneurship*, 3(1), pp. 75-88
- Prayogi, O., 2020. Pengaruh Harga, Lokasi, dan Fasilitas Wisata terhadap Keputusan Berkunjung pada Wisata Pantai Gemah Kabupaten Tulungagung (Studi pada Wisatawan Pantai Gemah). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 8(2)

- Sari, A. N. & Suyuthie, H., 2022. Pengaruh Fasilitas terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Pulau Angso Duo Pariaman. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(1), pp. 1130-1134
- Sugiyono, 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta
- Tanjung, Agustini dll. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas, dan *Electronic Word of Mouth* Terhadap Minat Kunjung pada Situ RawaGede. *Jurnal IKRAITH-EKONOMINKA*, 2(5), PP 1148-156
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: ANDI OFFSET