

**PENGARUH DAYA TARIK WISATA, AKSESIBILITAS, FASILITAS
DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN
BERKUNJUNG DI PANTAI PANCER DOOR PACITAN**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas-tugas dan Syarat-syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Program Studi S1 Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Disusun Oleh :
Rani Charisma Putri
19120155

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SURAKARTA
TAHUN 2023**

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Rani Charisma Putri
NIM : 19120155
Program Studi : Manajemen
Judul : Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Fasilitas Dan
Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan
Berkunjung Di Pantai Pancer Door Pacitan

Disetujui dan Disahkan :

Hari : Kamis

Tanggal : 9 Februari 2023

Pembimbing,



Aditya Lillyan, S.M.B., M.M

NIDN. 0606118902

Mengetahui



Kepala Program Studi Manajemen

Tri Ratna Pamikatsih, S.E., M.B.A

NIDN. 0610119201

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Rani Charisma Putri
NIM : 19120155
Program Studi : Manajemen
Judul : Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Fasilitas Dan
Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan
Berkunjung Di Pantai Pancer Door Pacitan

Skrripsi ini telah diuji dan dipertahankan dihadapan tim penguji skripsi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta (STIE Surakarta) dan diterima untuk memenuhi persyaratan gelar Sarjana Manajemen.

Pada Hari : Selasa
Tanggal : 7 Maret 2023

Tim Penguji

Tanda Tangan

Ketua

: Ida Ayu Kade.R.K., S.E., M.M.



Anggota

: Aditya Liliyan, S.M.B., M.M.



Mengetahui,
Ketua STIE Surakarta



Dr. Budi Istiyanto, S.E., M.M., M.H
NIDN. 0625127401

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul :

PENGARUH DAYA TARIK WISATA, AKSESIBILITAS, FASILITAS DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI PANTAI PANCER DOOR PACITAN

tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan dalam suatu perguruan tinggi lain dan tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya. Apabila dikemudian hari saya terbukti melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh perguruan tinggi batal saya terima.

Surakarta, 7 Februari 2023

Yang memberikan pernyataan



Rani Charisma Putri

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

“Rasulullah bersabda : Barangsiapa yang keluar untuk menuntut ilmu, maka ia berada di jalan Allah hingga ia pulang.”

HR. Tirmidzi

“Tidak ada kesuksesan tanpa kerja keras. Tidak ada keberhasilan tanpa kebersamaan. Tidak ada kemudahan tanpa doa”

Ridwan Kamil

“Tidak ada yang terlalu sulit jika kamu membaginya menjadi pekerjaan-pekerjaan kecil”

Henry Ford

Persembahan

Degan rasa syukur, skripsi ini saya persembahkan kepada Allah SWT, kedua orang tua tercinta yang selalu mendukung dan mendoakan, saudara-saudaraku yang selalu memberi semangat dan sahabat-sahabatku yang selalu membantu dan menemaniku.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan hidayah-Nya, sehingga penulisan Skripsi yang berjudul “Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Fasilitas dan *Electronic Word Of Mouth* terhadap Keputusan Berkunjung di Pantai Pancer Door Pacitan” ini dapat berjalan dengan baik dan lancar. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana manajemen Strata I di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.

Penyusunan skripsi ini telah mendapatkan banyak dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan setulus hati menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Budi Istiyanto, S.E., M.M., M.H selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.
2. Ibu Tri Ratna Pamikatsih, S.E., M.B.A selaku ketua program studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.
3. Bapak Aditya Liliyan, S.M.B., M.M selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan saran dan masukannya.
4. Bapak dan Ibu dosen/karyawan STIE Surakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan sarana prasarana selama peneliti menempuh Pendidikan
5. Seluruh pegawai Dinas Pariwisata Kabupaten Pacitan yang telah memberikan izin dan membantu peneliti melakukan penelitian.
6. Kedua orang tua tercinta yang telah memberikan doa, dukungan dan semangat baik secara moral maupun material dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Sahabatku tim bengkal (Alisya dan Ainaya), srikandi (Bety dan Mila) dan tiga er (Eri dan Ria) yang selalu mendampingi saya disaat suka maupun duka serta memberi saya semangat dan dukungan untuk mengerjakan dan menyelesaikan skripsi.
8. Teman-teman seperjuangan yang selalu memberikan dorongan dan semangat.

9. Orang spesial yang selalu menemani, membantu, dan selalu sabar mendengarkan keluh kesah saya serta yang selalu memberikan semangat dan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu namanya.

Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena adanya keterbatasan ilmu dan pengalaman yang dimiliki peneliti, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan. Akhir kata, semoga hasil penelitian ini dapat menambah wawasan bagi pembaca dan dapat bermanfaat untuk perkembangan dan peningkatan ilmu pengetahuan.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Surakarta, 7 Februari 2023

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
A. Landasan Teori.....	11
1. Pariwisata	11
2. Daya Tarik Wisata	12
3. Aksesibilitas	14
4. Fasilitas.....	17
5. <i>Electronic Word Of Mouth</i>	19

6. Keputusan Berkunjung	20
B. Penelitian Terdahulu	22
C. Kerangka Pikir	29
D. Hipotesis Penelitian.....	30
BAB III METODE PENELITIAN.....	35
A. Objek Penelitian	35
B. Jenis dan Sumber Data	35
C. Populasi dan Sampel	36
D. Teknik Pengumpulan Data.....	38
2. Metode kuesioner	38
3. Studi Kepustakaan	39
E. Definisi Operasional.....	40
F. Teknik Analisis Data.....	46
1. Uji Instrumen Data	46
2. Uji Asumsi Klasik	47
3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	48
4. Uji Hipotesis.....	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	51
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	51
B. Deskripsi Data Responden	53
C. Hasil Analisis Data.....	57
D. Pembahasan.....	69
BAB V PENUTUP.....	73
A. Kesimpulan	73
B. Saran.....	74

DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN	79

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jumlah Pengunjung Dan Pendapatan Pantai Pancer Door tahun 2019-2022	6
Tabel 2. Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3. Skala Likert	39
Tabel 4. Definisi Operasional	40
Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	54
Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	55
Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	56
Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Daerah	57
Tabel 10. Hasil Uji Validitas Variabel Daya Tarik Wisata	58
Tabel 11. Hasil Uji Validitas Variabel Aksesibilitas	59
Tabel 12. Hasil Uji Validitas Variabel Fasilitas	59
Tabel 13. Hasil Uji Validitas Variabel Electronic Word Of Mouth	60
Tabel 14. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Berkunjung	60
Tabel 15. Hasil Uji Reliabilitas	61
Tabel 16. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	62
Tabel 17. Hasil Uji Multikolinearitas	63
Tabel 18. Hasil Uji Heteroskedastisitas Metode Uji Gletser	64
Tabel 19. Coefficients ^a	65
Tabel 20. Hasil Uji t	66
Tabel 21. Hasil Uji f	68
Tabel 22. Model Summary	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pemikiran	29
------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	78
Lampiran 2. Tabulasi Data.....	82
Lampiran 3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	87
Lampiran 4. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	92
Lampiran 5. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	96

ABSTRAK

Rani Charisma Putri. 19120155, 77 Halaman, Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Fasilitas dan *Electronic Word Of Mouth* terhadap Keputusan Berkunjung di Pantai Pancer Door Pacitan, 2023.

Sektor pariwisata berpotensi mendukung perkembangan ekonomi Indonesia. Keadaan alam Indonesia yang merupakan negara kepulauan memiliki banyak potensi wisata yang dapat dikembangkan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh daya tarik wisata, aksesibilitas, fasilitas dan *electronic word of mouth* terhadap keputusan berkunjung di Pantai Pancer Door Pacitan.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dengan menentukan kriteria-kriteria tertentu. Kriteria sampel dalam penelitian ini adalah pengunjung pantai Pancer Door Pacitan yang pernah mengunjungi pantai Pancer Door minimal satu kali dan memiliki usia lebih dari 15 tahun. Teknik pengumpulan data melalui kuesioner. Teknik analisis yang digunakan yaitu (1) Uji instrumen data yang terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas (2) Uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas (3) Analisis regresi linear berganda dan (4) Uji hipotesis yang terdiri dari uji t, uji f dan uji koefisien determinasi. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan alat bantu SPSS Statistic for Windows versi 26.

Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa variabel daya tarik wisata (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung, variabel aksesibilitas (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung, variabel fasilitas (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung, dan variabel *electronic word of mouth* (X4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Berdasarkan hasil uji f menunjukkan bahwa variabel daya tarik wisata, aksesibilitas, fasilitas, dan *electronic word of mouth* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan berkunjung.

Kata Kunci : Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Fasilitas, *Electronic Word Of Mouth*, Keputusan Berkunjung

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia mempunyai beragam keistimewaan yang membantu mendorong perkembangan ekonomi. Selain dari sektor pertanian, perdagangan, industri dan pertambangan, sektor pariwisata juga berpotensi mendukung perkembangan ekonomi Indonesia. Keadaan alam Indonesia yang merupakan negara kepulauan memiliki banyak potensi wisata yang dapat dikembangkan disetiap daerah yang mampu mendatangkan wisatawan lokal maupun mancanegara, dengan banyaknya potensi yang dimiliki menjadikan Indonesia sebagai salah satu daerah tujuan wisata.

Berada di pesisir selatan Pulau Jawa, Kabupaten Pacitan memiliki daya tarik bahari yang luar biasa. Dengan garis pantai sepanjang 70,71 km, Pacitan adalah negeri sejuta ombak. Memiliki garis pantai yang cukup panjang, dengan 85 pantai tersebar di tujuh kabupaten yakni Sudimoro, Ngadirojo, Tulakan, Kebonagung, Pacitan, Pringkuku dan Donorojo. Di Kota Pacitan terdapat pantai Pancer Door yang merupakan bagian pantai dari teluk Pacitan yang berhadapan langsung dengan samudera hindia dan berlokasi di Kelurahan Ploso, Pacitan. Tempat wisata yang berada di Kota Pacitan Jawa Timur memiliki daya tarik tersendiri bagi masyarakat Pacitan yang menginginkan tujuan tempat wisata alam.

Menurut Sammeng dalam (Faikar dan Erlangga, 2016) daya tarik wisata adalah sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, keaslian, dan nilai yang mendorong wisatawan untuk berkunjung. Pentingnya sumber daya pariwisata adalah untuk pengenalan, penggunaan, pemeliharaan dan peningkatan daya tarik wisata. (Suwantoro, 2015) mengungkapkan bahwa daya tarik wisata atau objek wisata merupakan potensi yang mendorong para wisatawan hadir ke suatu daerah yang memiliki tujuan wisata.

Saat ini, Pantai Pancer Door menjadi spot populer bagi masyarakat Kota Pacitan dan sekitarnya. Atraksi Budaya Sedekah Laut yang diadakan di Pantai Pancer Door merupakan tradisi bagi masyarakat Pacitan, khususnya bagi pencari ikan yang bertempat di sekitar pantai. Festival sedekah laut yang merupakan ungkapan terimakasih, rezeki dan berkah hasil laut merupakan sumber penghasilan para nelayan. Festival Laut Sedekah tahunan menarik pengunjung yang antusias ke Pantai Pancer Door.

Selain itu, daya tarik Pantai Pancer Door adalah menawarkan panorama ombak khas laut selatan yang mempesona. Ombaknya sangat besar dan peselancar sering menggunakan area yang luas untuk menunjukkan kemampuannya melawan gelombang tinggi. Di area ini sering mengadakan berbagai acara selancar dan berperahu. Pohon cemara juga ditanam di sepanjang jalan menuju Pantai Pancer Door yang berfungsi sebagai sabuk laut.

Dengan berkembangnya bisnis pariwisata di daerah, maka didorong bermunculan berbagai usaha penunjang seperti *homestay*, restoran dan usaha souvenir. Objek wisata dengan pesona tersendiri tentu akan menarik

wisatawan. Begitu juga dengan destinasi wisata yang dapat menyediakan fasilitas dan aksesibilitas wisata yang memenuhi kebutuhan pengunjung untuk memberikan kenyamanan dan memenuhi kebutuhan mereka selama tinggal.

Aspek lain diantaranya yang berpengaruh terhadap keputusan berkunjung yaitu faktor aksesibilitas, yaitu tersedianya kemudahan untuk menuju tempat wisata yang tak jarang terlalaikan oleh sebagian para pengunjung dalam perencanaan perjalanan wisata, sehingga dapat mempengaruhi *budget* perjalanan wisata. Menurut (Febrina, 2015) aksesibilitas adalah sarana dan infrastruktur untuk mencapai tujuan. Akses jalan, ketersediaan transportasi, dan rambu-rambu jalan merupakan aspek penting dari setiap tujuan perjalanan. Transportasi umum sangat penting bagi pengunjung individu. Sebagian besar pengunjung merencanakan perjalanan mereka sendiri, melewati agen perjalanan, dan sangat bergantung pada fasilitas umum.

Akses yang menuju ke objek wisata pantai Pancer Door cukuplah sederhana. Dari alun-alun Pacitan dapat mengenakan kendaraan pribadi ataupun transportasi umum lainnya menuju pantai kurang lebih dengan jarak tempuh 10-13 menit. Pantai ini mempunyai satu pintu masuk utama. Di dalam pantai ini memiliki 2 tempat wisata yaitu pantai selatan dan utara, untuk menuju ke bagian utara, akses jalan hanya bisa dilalui untuk kendaraan bermotor saja karena akses jalan menuju pantai utara yang belum diaspal, banyak bebatuan, rerumputan dan jalan yang sangat sempit.

Potensi wisata mulai diperhatikan oleh pemerintah daerah Pacitan di kawasan pantai Pancer Door yang menyediakan area taman dan berbagai

fasilitas untuk publik baik hiburan, edukasi maupun olahraga. Fasilitas yaitu sarana yang mempermudah pengunjung melakukan suatu aktifitas. Salah satu pertimbangan pengunjung untuk menentukan pemilihan objek adalah perlengkapan. Semakin banyak fasilitas yang tersedia di suatu objek wisata, pengunjung akan semakin puas dan semakin besar kemungkinan mereka akan kembali ke objek wisata tersebut sebagai pilihan yang lebih disukai berdasarkan persepsi yang mereka peroleh dari fasilitas yang tersedia. . Salah satu unsur terpenting penunjang destinasi wisata adalah fasilitas. Dengan memberikan kepuasan dan kenyamanan dengan pelayanan yang hanya dapat ditemukan di kawasan wisata, dengan fasilitas yang lengkap dan perawatan yang baik.

Pada wisata pantai Pancer Door terdapat panggung, *jogging track*, spot foto, tempat parkir, toilet, bumi perkemahan yang dipakai untuk kegiatan-kegiatan kepramukaan dan pecinta alam serta salah satu fasilitas edukasi yang dibangun di kawasan pantai Pancer Door adalah Museum Geopark Gunung Sewu yang isinya berbagai hal terkait geologi yang berada di Pacitan seperti struktur tanah sampai macam-macam jenis batuan kapur yang ditemukan di daerah Pacitan. Selain itu terdapat fasilitas masjid apung yang dibangun diatas air.

Beberapa fasilitas yang disediakan belum dirasakan manfaatnya oleh pengunjung secara maksimal. Contohnya lahan parkir yang kurang sehingga jika terjadi kepadatan pengunjung parkir kendaraan dialihkan di depan taman-taman dan masjid apung yang kapasitasnya masih sangat kecil.

Ketika wisatawan puas, mereka kembali dan mengajak orang lain untuk mengunjungi tempat yang sama. Informasi dari teman dan orang lain dapat berupa penilaian, pengalaman, komentar, atau yang dikenal dengan *Word Of Mouth*. Namun dengan berkembangnya dunia teknologi, calon wisatawan kini dapat mengakses informasi dan ulasan tersebut melalui internet. Ini dikenal sebagai *EWOM (Electronic Word Of Mouth)*.

Menurut Henning dkk dalam (Rahmawati, 2018) *EWOM* adalah pernyataan positif atau negatif yang dibuat tentang suatu produk atau perusahaan oleh pelanggan potensial, aktual, atau mantan pengunjung yang tersedia untuk sejumlah besar orang dan institusi melalui Internet. Teknologi internet ini memungkinkan calon wisatawan memperoleh informasi yang dapat mereka gunakan sebagai acuan dalam pengambilan keputusan kunjungannya.. (Christie, Chandramely N, 2017) mengartikan *EWOM* yaitu komentar atau informasi yang terkait jasa dan barang yang ada pada forum *online*. *EWOM* menjadi salah satu variabel penting dalam keputusan berkunjung karena merupakan metode promosi efektif. Ketika pengunjung merasakan puas saat mengunjungi objek wisata, maka akan cenderung menceritakan pengalamannya kepada orang lain dan dapat menyebar dan menjangkau ke khalayak global lebih mudah dan cepat. Pada promosi *online* terdapat informasi yang lebih lengkap dari obyek wisata yang berada di Kabupaten Pacitan. Hal ini membuktikan bahwa Disparbudpora Kabupaten Pacitan sudah melakukan penyebaran informasi wisata melalui internet kepada calon wisatawan.

Munculnya minat para pengunjung tidak hanya karena keindahan wisatanya saja tetapi aksesibilitas, fasilitas dan *EWOM*. Sambil menikmati atraksi tersebut, aksesibilitas dan fasilitas yang memenuhi kebutuhan mereka membuat wisatawan datang kembali. Aksesibilitas dan fasilitas yang memadai ditujukan agar wisatawan merasa nyaman, tinggal lebih lama dan mendapatkan kesan terbaik dari objek wisata yang dikunjungi. Untuk menikmati keindahan Pantai Pancer Door, untuk satu orang bisa membayar tiket masuk mulai dari Rp 5.000. Dari tahun 2019 hingga 2022, jumlah wisatawan yang berkunjung ke Pantai Pancer Door tidaklah stabil.

Tabel 1. Jumlah Pengunjung Dan Pendapatan Pantai Pancer Door tahun 2019-2022

Tahun	Jumlah Pengunjung	Jumlah Pendapatan
2019	54.985	Rp 274.925.000
2020	40.728	Rp 203.640.000
2021	43.251	Rp 216.255.000
2022	63.037	Rp 315.185.000

Sumber: Dinas Pariwisata Kabupaten Pacitan, 2022

Berdasarkan tabel 1 dapat dilihat bahwa jumlah pengunjung pantai Pancer Door tahun 2019 sebanyak 54.985 pengunjung dengan pendapatan Rp 274.925.000, tahun 2020 sebanyak 40.728 pengunjung dengan pendapatan Rp 203.640.000, tahun 2021 sebanyak 43.251 pengunjung dengan pendapatan Rp 216.255.000, dan pada tahun 2022 sebanyak 63.037 pengunjung dengan

pendapatan Rp 315.185.000. Pada tahun 2020 jumlah pengunjung dan pendapatan pantai Pancer Door mendapati jumlah penurunan pengunjung yang cukup signifikan sebesar 14.257 pengunjung. Pasalnya kebijakan *stay at home* akibat penyebaran virus corona sangat membatasi pergerakan orang, melarang keluar rumah dan melarang pertemuan besar, serta banyak calon wisatawan membatalkan kunjungannya ke tempat Objek Daya Tarik Wisata (ODTW). Manajemen ODTW pun telah memutuskan untuk menutup Pantai Pansarda dari kunjungan wisatawan domestik maupun mancanegara sebagai upaya membatasi bahkan memutus mata rantai penyebaran virus Covid-19. Tahun 2021 sampai tahun 2022 jumlah wisatawan yang berkunjung mengalami kenaikan cukup signifikan setelah berkurangnya penyebaran Covid-19 dan dibukanya kembali *event-event* yang ada di pantai Pancer Door seperti Sirkuit Nasional Voli Pantai, Kangen Mlaku Suroan, *Pace Festival*, *Pacitan Adventure Tourism* dan lainnya.

Data diatas dapat disimpulkan jumlah pengunjung Pantai Pancer Door dari tahun 2019 sampai dengan tahun 2022 mengalami perkembangan yang kurang stabil. Untuk mewujudkan wisata pantai Pancer Door Pacitan banyak peminat pengunjungnya tentunya harus bisa membuat pengunjung merasa nyaman dan dapat menjadikan obyek wisata Pantai Pancer Door menjadi salah satu pilihan destinasi untuk masyarakat. Oleh karena itu, pengelola harus melakukan beberapa pengembangan untuk lebih meningkatkan jumlah pengunjung, juga dari segi daya tarik wisata, aksesibilitas, fasilitas dan *electronic word of mouth*.

Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “PENGARUH DAYA TARIK WISATA, AKSESIBILITAS, FASILITAS DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI PANTAI PANCER DOOR PACITAN”

B. Rumusan Masalah

Dengan latar belakang tersebut, permasalahan penelitian dirumuskan sebagai berikut.:

1. Apakah daya tarik wisata berpengaruh terhadap keputusan berkunjung pada obyek wisata Pantai Pancer Door ?
2. Apakah aksesibilitas berpengaruh terhadap keputusan berkunjung pada obyek wisata Pantai Pancer Door ?
3. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap keputusan berkunjung pada obyek wisata Pantai Pancer Door ?
4. Apakah *electronic word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan berkunjung pada obyek wisata Pantai Pancer Door ?
5. Apakah daya tarik wisata, aksesibilitas, fasilitas dan *electronic word of mouth* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan berkunjung di objek wisata Pantai Pancer Door Pacitan ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah diatas, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui pengaruh daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung pada obyek wisata Pantai Pancer Door.
2. Mengetahui pengaruh aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung pada obyek wisata Pantai Pancer Door
3. Mengetahui pengaruh fasilitas terhadap keputusan berkunjung pada obyek wisata Pantai Pancer Door.
4. Mengetahui pengaruh *electronic word of mouth* terhadap keputusan berkunjung pada obyek wisata Pantai Pancer Door.
5. Mengetahui pengaruh daya tarik wisata, aksesibilitas, fasilitas dan *electronic word of mouth* secara simultan terhadap keputusan berkunjung pada obyek wisata Pantai Pancer Door.

D. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis, diantaranya :

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan serta memberikan masukan untuk pengembangan ilmu

pengetahuan dalam bidang manajemen pemasaran khususnya berhubungan dengan keputusan berkunjung.

2. Manfaat praktis

a. Bagi Peneliti

Hasil dalam penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan wawasan, pemahaman dan pengalaman berhubungan dengan daya tarik wisata, aksesibilitas, fasilitas dan *electronic word of mouth* terhadap keputusan berkunjung serta faktor lain yang mempengaruhinya.

b. Bagi Instansi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan bermanfaat bagi pemerintah daerah kota Pacitan dalam rangka meningkatkan keputusan berkunjung khususnya di pantai Pancer Door.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini dimaksudkan untuk menambah bibliografi dan dijadikan sebagai sumber belajar dalam bidang ilmu manajemen pemasaran khususnya bidang atraksi wisata, aksesibilitas, fasilitas, dan *electronic word of mouth* dalam keputusan kunjungan..

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Pariwisata

Menurut UU No. 10 pada Tahun 2009, pariwisata bisa diartikan kegiatan wisata yang didukung berbagai fasilitas dan layanan yang disediakan oleh dunia usaha, pemerintah, dan pemerintah daerah.

Pariwisata mengacu pada perpindahan sementara dan jangka pendek orang ke tempat-tempat di mana mereka biasanya tidak tinggal atau bekerja, dan kegiatan yang mereka lakukan selama tinggal di tempat-tempat itu (Soekadijo, 2013).

Sementara itu menurut pandangan lain, pariwisata adalah bagian integral dari kehidupan manusia, terutama yang berkaitan dengan kegiatan sosial dan ekonomi. Kegiatan wisata memiliki dua ciri khas yaitu dilakukan melalui perjalanan yang melampaui ruang lingkup kehidupan, dan durasi perjalanan yang tidak terlalu lama.

Menurut Hunziker dan Krapf dalam (Vany, 2015) pariwisata adalah kehadiran orang asing di suatu tempat, kecuali mereka tinggal di sana untuk melakukan pekerjaan penting yang bermanfaat permanen atau sementara.

Berdasarkan pengertian para ahli dapat disimpulkan bahwa pariwisata adalah “suatu kegiatan wisata yang dilakukan oleh satu orang atau lebih,

yang diselenggarakan dalam waktu singkat dari satu tempat ke tempat lain dengan tujuan untuk melihat-lihat atau beristirahat”. Lebih lanjut dapat dikatakan bahwa orang yang melakukan perjalanan dalam suatu perjalanan menuntut barang dan jasa yang berbeda sejak mereka meninggalkan tempat asal ke tempat tujuan dan kembali ke tempat asal.

2. Daya Tarik Wisata

Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009, tempat wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai keanekaragaman alam, budaya serta merupakan objek atau tujuan kunjungan wisata. (Ketut, 2009) mengungkapkan bahwa daya tarik wisata adalah suatu industri yang berfokus pada penyediaan daya tarik atau tempat wisata kepada wisatawan. Lokasi utamanya terutama di kawasan tempat wisata tertentu, namun dalam beberapa hal juga terletak di kawasan transit. Misalnya, taman budaya, tempat dan benda alam, cagar budaya dll.

(Suwantoro, 2015) menunjukkan bahwa daerah tujuan wisata disebut juga dengan tujuan wisata adalah suatu potensi yang membawa wisatawan ke suatu tujuan.

a. Pemanfaatan tempat tujuan dan tempat wisata dikelompokkan:

- 1) Pemanfaatan tempat dan tempat wisata alam
- 2) Pemanfaatan tempat tujuan dan tempat wisata budaya
- 3) Pemanfaatan tempat dan tempat wisata wisata

Tempat tujuan wisata harus dirancang dan dibangun atau secara profesional. berhasil menarik wisatawan ke daerah tujuan wisata,

pembangunannya harus direncanakan sedemikian rupa sehingga memenuhi kriteria tertentu.

b. Secara umum daya tarik suatu daerah tujuan wisata didasarkan pada:

- 1) Terdapat sumber daya yang dapat menimbulkan perasaan tenang, keindahan, kenyamanan dan kebersihan.
- 2) Ada kesempatan baik untuk dikunjungi.
- 3) Memiliki fitur khusus.
- 4) Sarana dan prasarana penunjang pelayanan wisatawan di lokasi.
- 5) Tempat wisata alam menarik karena keindahan alam pegunungan, sungai, pantai, pasir, hutan, dll.
- 6) Destinasi wisata budaya sangat menarik, karena memiliki nilai khusus berupa atraksi kesenian dan upacara adat, suatu nilai luhur yang terkandung dalam suatu benda.

(Sunaryo, 2013) tempat wisata sering diklasifikasikan menurut jenis dan temanya, yang biasanya dibagi menjadi tiga jenis:

a. Daya Tarik Wisata Alam

Merupakan tempat tujuan wisata yang dikembangkan berdasarkan keindahan dan keunikan alam, misalnya: pantai dengan pasir putih elegan, deburan ombak dan akses pemandangan matahari terbit atau terbenam, terumbu karang dan ikan dengan berbagai kekayaan lautnya. , danau dengan pemandangan panorama, pegunungan dengan atraksi vulkanik dan hutan dengan vegetasi asli. dan Savannah.

b. Daerah tujuan wisata budaya

Yaitu daerah tujuan wisata yang lebih dikembangkan berdasarkan karya dan kreasi rakyat berupa warisan budaya serta nilai-nilai budaya yang masih hidup dalam kehidupan masyarakat.

c. Destinasi Khusus

Destinasi wisata yang lebih berkembang atas dasar kegiatan yang ditujukan untuk memenuhi keinginan wisatawan tertentu. (Soleh, 2017) pariwisata memiliki tiga komponen indikator yaitu:

- 1) Ada keindahan
- 2) Ada sumber atau tujuan
- 3) Ada sarana dan prasarana

3. Aksesibilitas

Perjalanan wisata juga memiliki faktor yang tidak kalah pentingnya untuk mempengaruhi kepuasan wisatawan yaitu faktor aksesibilitas yang berarti kemudahan mencapai tujuan wisata yang terkadang diabaikan oleh wisatawan dalam merencanakan suatu perjalanan, sehingga biasanya dapat mempengaruhi anggaran perjalanan. Suatu objek yang memiliki daya tarik sangat sulit untuk menjadi industri pariwisata jika objek tersebut tidak didukung oleh aksesibilitas yang memadai. Kegiatan pariwisata sangat bergantung pada transportasi dan komunikasi, karena faktor jarak dan waktu sangat mempengaruhi keinginan seseorang untuk melakukan perjalanan. Yang membuat suatu Kawasan lebih banyak di kunjungi

adalah sarana akses seperti infrastruktur jalan, obyek dekat dengan bandara dan ada transportasi untuk menuju daerah tujuan wisata.

(Suwantoro, 2015) menyatakan bahwa aksesibilitas merupakan aspek penting dalam mendukung pengembangan pariwisata karena menyangkut pengembangan destinasi pariwisata. Tanpa jaringan transportasi, suatu daerah tujuan wisata tidak dapat menerima kunjungan wisatawan. Tujuan wisata adalah titik akhir dari perjalanan dan harus memenuhi persyaratan aksesibilitas, yaitu. tujuan wisata harus mudah dijangkau dan mudah ditemukan.

(Soekadijo, 2013) menunjukkan aksesibilitas yang terdiri dari akses informasi, dimana fasilitas harus mudah ditemukan dan mudah diakses, harus ada akses dengan kondisi jalan yang dapat dilalui dan akses menuju tempat wisata serta perjalanan harus ada ujungnya. Oleh karena itu, harus selalu ada:

a. Akses informasi.

Dengan kemajuan, orang-orang yang menyalurkan segala macam keinginan telah membuat dunia ini menjadi tempat tanpa batas. Memasukkan informasi yang lengkap tentu akan memudahkan wisatawan dalam memilih destinasi. Informasi ini dapat berupa kampanye dan publikasi.

- b. Akses jalan dan kondisi jalan akses objek wisata harus terhubung dengan infrastruktur publik.

Keadaan jalan umum dan jalan akses menentukan aksesibilitas suatu daerah tujuan wisata. Aksesibilitas ini merupakan syarat yang sangat penting bagi destinasi wisata..

- c. Pada akhir suatu perjalanan, suatu objek wisata membutuhkan terminal atau tempat parkir.

Baik akses jalan maupun tempat parkir harus memenuhi kebutuhan jumlah wisatawan yang diharapkan serta jenis dan jumlah kendaraan yang akan mereka gunakan.

Salah satu komponen utama pariwisata adalah aksesibilitas, pergerakan orang dan wisatawan yang lancar dari satu tempat ke tempat lain. Tentunya Anda membutuhkan transportasi untuk bergerak dan transportasi untuk bergerak. Menurut Tjiptono (Joint A, 2020), aksesibilitas adalah tempat yang dapat dilalui atau dijangkau dengan mudah oleh angkutan umum. Indikator aksesibilitas adalah::

- 1) Jarak
- 2) Akses ke tempat lokasi
- 3) Transportasi
- 4) Arus lalu-lintas

Menurut Sefaji dkk dalam (Joint A, 2020), tingkat aksesibilitas dapat diukur dengan ketersediaan dan kedekatan transportasi. Selain faktor jarak, aksesibilitas menuju suatu destinasi dapat dipengaruhi oleh faktor

lain seperti faktor waktu perjalanan, fktor biaya atau biaya perjalanan, faktor intensitas penggunaan lahan, dan faktor pendapatan..

4. Fasilitas

Fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus tersedia sebelum layanan diberikan kepada konsumen. Fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat memfasilitasi atau mendukung dimulainya suatu usaha. Fasilitas merupakan beberapa variabel pemasaran jasa yang memegang peranan cukup penting, karena jasa yang disampaikan kepada konsumen memerlukan fasilitas pendukung dalam penyampaianya

Menurut (Sunaryo, 2013), sarana wisata adalah berbagai sarana dan fasilitas dimana wisatawan dapat beristirahat dan bersantai dengan nyaman serta bermalam saat mengunjungi suatu destinasi.

Menurut (Utama N., 2017) jasa pariwisata adalah semua jasa terpenting dan mendasar yang memungkinkan lembaga pariwisata bertahan dan berkembang untuk melayani pengunjung. Diantaranya adalah:

a. Prasarana pariwisata :

- 1) Prasarana perhubungan, meliputi jalan raya, jembatan dan terminal bus, rel kereta api dan stasiun, pelabuhan udara dan pelabuhan laut.
- 2) Instalasi pembangkit listrik dan instalasi air bersih.
- 3) Instalasi penyulingan bahan bakar minyak.
- 4) Sistem pengairan atau irigasi untuk kepentingan pertanian, peternakan dan perkebunan.

- 5) Sistem perbankan dan moneter.
- 6) Sistem telekomunikasi seperti telepon, pos, telegraf, faksimili dan lain-lain.
- 7) Prasarana kesehatan seperti rumah sakit dan pusat kesehatan masyarakat.
- 8) Prasarana, keamanan, Pendidikan dan hiburan.

b. Sarana pariwisata

Fasilitas wisata adalah fasilitas atau perusahaan yang secara langsung atau tidak langsung memberikan pelayanan kepada wisatawan, dan kualitas fasilitas wisata ditentukan oleh jumlah pengunjung.

Fasilitas wisata antara lain:

- 1) Biro perjalanan
- 2) Perusahaan angkutan, khususnya angkutan wisata.
- 3) Agen perjalanan
- 4) Agen perjalanan
- 5) Cabang biro perjalanan umum
- 6) Industri pariwisata
- 7) Hotel dan jenis akomodasi
- 8) Penunjang sarana lain

Menurut (Rosida, 2018) yang menjabarkan beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam penyediaan fasilitas, indikator fasilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- 1) Kelengkapan, kebersihan, dan kerapian fasilitas

- 2) Kondisi dan fungsi fasilitas
- 3) Kemudahan menggunakan fasilitas

5. ***Electronic Word Of Mouth***

(Jotopurnomo dkk, 2015) mengatakan bahwa perkembangan teknologi yang pesat, khususnya dalam WWW (World Wide Web), telah memungkinkan komunikasi lisan yang tidak hanya tatap muka tetapi juga dapat menjadi WOM. Komunikasi verbal melalui media online disebut *electronic word of mouth*.

Menurut Jansen (Wijaya dan Tommi, 2014), kata *elektronik word of mouth*, hampir seperti format WOM, menawarkan cara berbagi informasi yang berbeda, banyak di antaranya bersifat anonim atau rahasia.

(Humaira dan Aulia, 2016) menjelaskan bahwa *electronic word of mouth* merupakan digitalisasi dari WOM tradisional. Sementara WOM dikomunikasikan secara langsung antara para pihak, komunikasi elektronik dari mulut ke mulut membutuhkan media komunikasi, media elektronik.

Menurut Henning dalam (Rahmawati, 2018), pentingnya EWOM (Electronic Word Of Mouth) adalah pernyataan positif dan negatif yang tersedia dari pelanggan potensial, aktual atau mantan tentang suatu produk atau perusahaan. banyak orang dan institusi melalui Internet. (Christie, Chandramely N, 2017) menjelaskan bahwa *EWOM* adalah komentar ataupun informasi terkait barang dan jasa yang terdapat dalam forum *online*.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa EWOM mengacu pada pernyataan positif atau negatif tentang informasi tempat atau produk tertentu yang pernah dialami dan kemudian dikomunikasikan melalui media online.

Menurut (Apriani, 2017), Electronic Word of Mouth dapat diukur dengan indikator sebagai berikut:

- a. Intensitas, yaitu seberapa banyak komunikasi EWOM dilakukan di Internet dan seberapa banyak informasi tersedia di Internet.
- b. Valance Opini, mis. pendapat positif atau negatif konsumen tentang produk, layanan, atau merek yang disajikan di web.
- c. Konten atau topik EWOM, menarik atau tidak, mengandung atau tidak mengandung. Kualitas konten juga dipengaruhi oleh pentingnya informasi yang disampaikan.

6. Keputusan Berkunjung

Pengambilan keputusan kunjungan merupakan proses dimana pengunjung mengevaluasi dan memilih opsi yang diinginkan berdasarkan aspek tertentu (Aprilia dkk, 2015). Kunjungan wisatawan merupakan istilah yang sering digunakan untuk menyebut orang yang berkunjung ke suatu daerah tujuan wisata (Putra dkk, 2015). Teori yang melatarbelakangi keputusan kunjungan mirip dengan keputusan pembelian, begitu pula (Suwarduki dan Yulianto, 2016) yang berpendapat bahwa teori yang mendasari keputusan pembelian sama dengan keputusan kunjungan. (Aprilia dkk., 2015) juga membandingkan keputusan kunjungan dengan

keputusan pembelian. (Putra dkk. 2015) menjelaskan bahwa dalam dunia pasar, kunjungan wisatawan dapat diartikan sama dengan keputusan pembelian.

Menurut (Kotler dan Armstrong, 2008), alasan keputusan pembelian adalah merek yang paling diinginkan diantara beberapa pilihan yang tersedia. Keputusan pembelian konsumen merupakan rangkuman dari tiga tahapan proses yaitu proses pemasukan informasi, proses penelaahan keputusan pembelian konsumen, dan proses yang berpuncak pada proses keputusan konsumen (Nitisusatro, 2013).

Dengan demikian keputusan berkunjung dapat digambarkan sebagai serangkaian proses dimana pengunjung mengumpulkan dan mengevaluasi informasi, mengidentifikasi pilihan alternatif, dan membuat keputusan yang paling tepat untuk mengunjungi suatu tempat. Ketika datang ke pariwisata, keputusan untuk berkunjung adalah serangkaian proses dimana wisatawan mengumpulkan dan mengevaluasi informasi tentang suatu tujuan, mengidentifikasi pilihan alternatif, dan membuat keputusan yang paling tepat untuk mengunjungi tujuan tersebut.

Selain itu, menurut Schmoll dalam (Humaira dan Aulia, 2016) terdapat empat tahap-tahap keputusan berkunjung wisatawan yaitu:

a. *The travel stimuli*

Yang berarti pengaruh lingkungan eksternal seperti promosi

b. *Certain external variables*

Yang berarti tahapan mengenai kepercayaan wisatawan, citra destinasi, pengalaman wisatawan,

c. Personal and social factors

Yang berarti faktor pribadi dan sosial dimana masalah sosial berpengaruh pada kegiatan wisata seperti status sosial ekonomi, karakter individu .

d. The features of touristic services

Merupakan kualitas pelayanan, perbandingan harga dan nilai, fasilitas dan atraksi yang ditawarkan.

Menurut (Kotler dan Armstrong 2008) indikator dalam keputusan berkunjung yaitu :

- a. Kemantapan berkunjung setelah mengetahui informasi objek wisata.
- b. Berkunjung karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan.
- c. Berkunjung karena mendapat rekomendasi dari orang lain

B. Penelitian Terdahulu

Hasil-hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan.

Tabel 2. Penelitian Terdahulu

Peneliti	Judul	Alat Analisis	Hasil
Anjar Hari Kiswanto (2018)	Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Objek wisata Dampo Awang Beach	Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda	Variabel harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berkunjung. Lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung objek wisata. Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung.
Sulfi Abdulhaji dan Ibnu Sina Hi. Yusuf (2016)	Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas, dan Fasilitas Terhadap Citra Objek Wisata Danau Tolire Besar Di Kota Ternate	Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda	Atraksi berpengaruh secara signifikan terhadap citra objek wisata. Aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap citra objek wisata.

			Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap citra objek wisata
Alfatory Rheza Syahrul (2015)	Pengaruh Daya Tarik, Fasilitas dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Wisatawan Asing Berkunjung Kembali Ke Aloita Resort Di Kabupaten Kep. Mentawai	Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda	Daya tarik secara signifikan berpengaruh terhadap keputusan wisatawan asing berkunjung ke Aloita resort. Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan wisatawan asing berkunjung ke Aloita resort. Aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan wisatawan asing untuk kembali berkunjung ke Aloita resort.
Rezki (2015)	Pengaruh Fasilitas Wisata dan Harga	Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda	Fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Harga berpengaruh secara

	Terhadap Kepuasan Konsumen (studi pada museum satwa)		signifikan terhadap kepuasan konsumen.
Eka Rosyidah (2017)	Pengaruh Dayat Tarik Wisata Dan Fasilitas Layanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Pantai Balekambang Kabupaten Malang	Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda	Daya tarik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Fasilitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan
Widiyanto, dkk (2017)	Pengaruh E- WOM di Instagram terhadap Minat	Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana	<i>Electronic Word of Mouth</i> berpengaruh signifikan terhadap

	Berkunjung dan Dampaknya pada Keputusan Berkunjung (Survei pada Pengunjung Hawaii Waterpark Malang)		Minat Berkunjung. <i>Electronic Word of Mouth</i> berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung. Minat berkunjung berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung
Hapsari, dkk (2014)	Pengaruh Atribut Produk Wisata dan <i>Electronic Word Of Mouth (EWOM)</i> terhadap Keputusan Berkunjung pada Obyek Wisata Umbul	Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda	Atribut produk wisata memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan Berkunjung. <i>EWOM</i> memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung,

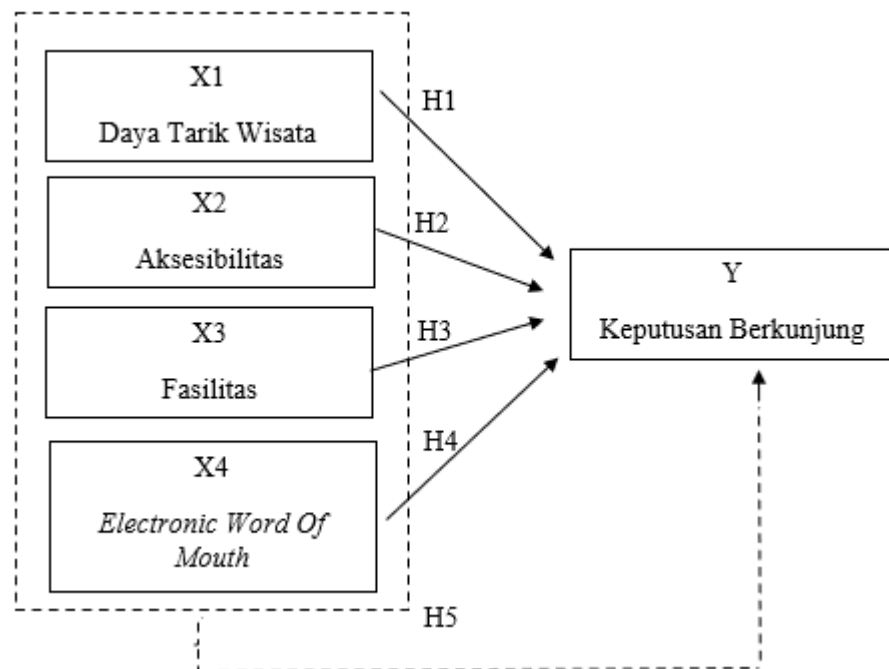
	Sidomukti Kabupaten Semarang		
Aprilia, dkk (2015)	Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> terhadap Minat Berkunjung serta Dampaknya pada Keputusan Berkunjung (Survei pada Pengunjung Tempat Wisata “Jawa Timur Park 2” Kota Batu)	Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda	<i>Word Of Mouth</i> berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung. <i>Word Of Mouth</i> berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung.
Koko, dkk (2022)	Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Fasilitas	Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda	Variabel daya tarik wisata berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Variabel

	Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Pantai Siangau Kabupaten Bangka Barat		aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Variabel fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung.
Triana, dkk (2021)	Pengaruh Fasilitas, <i>Electronic Word Of Mouth</i> , Dan <i>Destination Image</i> Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Pada Pengunjung Objek Wisata	Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda	Variabel fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Variabel <i>Electronic Word Of Mouth</i> berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Variabel <i>destination image</i> berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung.

	Pantai Suwuk Kebumen)		
--	--------------------------	--	--

Sumber : Penelitian terdahulu

C. Kerangka Pikir



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan tabel diatas terdapat dua variabel yaitu variabel dependen dan variabel independen.

1. Variabel Dependen

Menurut Sujarweni dalam (Nurusyifa N.U., 2013) variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan berkunjung (Y).

2. Variabel Independen

Variabel independen atau variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab timbulnya variabel dependen/terikat. Variabel independen dalam penelitian ini adalah daya tarik wisata (X1), aksesibilitas (X2), fasilitas (X3) dan *electronic word of mouth* (X4).

D. Hipotesis Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2015:63) menyatakan hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian dinyatakan dalam bentuk kalimat. Kami katakan tentatif karena jawaban baru yang diberikan didasarkan pada teori yang relevan dan bukan fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Oleh karena itu, hipotesis dapat juga disajikan sebagai tanggapan teoretis terhadap perumusan masalah penelitian.

1. Pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Keputusan Berkunjung

Alfatory (2015) meneliti tentang Pengaruh Daya Tarik, Pelayanan dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Wisatawan Mancanegara Untuk Kembali Ke Aloita Resort di Kabupaten Kep. Mentawai. Berdasarkan hasil Uji t diperoleh nilai t hitung variabel bebas yaitu daya tarik lebih besar dibanding t tabel. Dengan demikian, hipotesis penelitian diterima, yaitu daya tarik secara parsial mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Wisatawan Asing Berkunjung Kembali Ke Aloita Resort Di Kabupaten Kep. Mentawai.

Penelitian ini juga didukung oleh penelitian dari Eka Rosyidah (2017) yang melakukan penelitian mengenai Pengaruh Dayat Tarik Wisata Dan Fasilitas Layanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Pantai Balekambang Kabupaten Malang. Hasil uji statistik didapatkan ada hubungan yang signifikan antara daya tarik wisata dengan Keputusan Berkunjung. Berdasarkan hal tersebut dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut :

H1: Daya Tarik Wisata berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung di Pantai Pancer Door Pacitan

2. Pengaruh Aksesibilitas terhadap Keputusan Berkunjung

Sulfi (2016) melakukan penelitian Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas, dan Fasilitas Terhadap Citra Objek Wisata Danau Tolire Besar Di Kota Ternate. Penelitian ini menunjukkan bahwa aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap citra objek wisata Danau Tolire Besar di Kota Ternate.

Penelitian yang dilakukan oleh Alfattory (2015) yang meneliti Pengaruh Daya Tarik, Fasilitas Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Wisatawan Asing Berkunjung Kembali Ke Aloita Resort Di Kabupaten Kep. Mentawai. Berdasarkan hasil Uji t diperoleh nilai t hitung variabel bebas yaitu aksesibilitas lebih besar dibanding t tabel. Dengan demikian, hipotesis penelitian diterima, yaitu aksesibilitas secara parsial mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Wisatawan Asing Berkunjung Kembali Ke Aloita Resort Di Kabupaten Kep. Mentawai.

Berdasarkan hal tersebut dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut :

H2: Aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung di Pantai Pancer Door Pacitan.

3. Pengaruh Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung

Rezky (2015) melakukan penelitian Pengaruh Fasilitas Wisata dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (studi pada museum satwa) Penelitian ini menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (studi pada museum satwa).

Penelitian ini juga didukung oleh penelitian dari Anjar (2018) yang meneliti Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Objek wisata Dampo Awang Beach. Hasil uji statistik didapatkan ada hubungan yang signifikan antara fasilitas dengan keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Dampo Awang Beach.

Berdasarkan hal tersebut dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut :

H3: Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung di Pantai Pancer Door Pacitan.

4. Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* terhadap Keputusan Berkunjung

Hapsary dkk, (2014) meneliti tentang Pengaruh Atribut Produk Wisata dan *Electronic Word Of Mouth (EWOM)* terhadap Keputusan Berkunjung pada Obyek Wisata Umbul Sidomukti Kabupaten Semarang. Penelitian ini menunjukkan bahwa *electronic word of mouth* berpengaruh signifikan

terhadap keputusan berkunjung pada obyek wisata Umbul Sidomukti Kabupaten Semarang.

Penelitian ini juga didukung oleh penelitian dari Widiyanto, dkk (2017) yang meneliti Pengaruh E-WOM di Instagram terhadap Minat Berkunjung dan Dampaknya pada Keputusan Berkunjung (Survei pada Pengunjung Hawaii Waterpark Malang). Hasil uji statistik didapatkan ada hubungan yang signifikan antara *electronic word of mouth* terhadap Minat Berkunjung dan Dampaknya pada Keputusan Berkunjung (Survei pada Pengunjung Hawaii Waterpark Malang). Berdasarkan hal tersebut dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut :

H4: *Electronic Word Of Mouth* berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung di Pantai Pancer Door Pacitan.

5. Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Fasilitas dan *Electronic Word Of Mouth* secara simultan terhadap keputusan berkunjung

Koko, dkk (2022) melakukan penelitian tentang Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Pantai Siangau Kabupaten Bangka Barat. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial objek wisata, aksesibilitas dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan wisatawan berkunjung ke Pantai Saingau Kabupaten Bangka Barat. Sedangkan hasil uji F menunjukkan bahwa atraksi, aksesibilitas dan fasilitas secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan wisatawan berkunjung ke Pantai Siangau di Kabupaten Bangka Barat.

Penelitian ini juga didukung oleh penelitian dari Triana, dkk (2021) yang meneliti tentang Pengaruh Fasilitas, *Electronic Word Of Mouth*, Dan *Destination Image* Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Pada Pengunjung Objek Wisata Pantai Suwuk Kebumen). Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung, *electronic word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung, citra destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Serta fasilitas, *electronic word of mouth*, dan citra destinasi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Berdasarkan hal tersebut dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut :

H5 : Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Fasilitas dan *Electronic Word Of Mouth* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung di Pantai Pancer Door Pacitan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Daya tarik wisata berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung pada obyek wisata Pantai Pancer Door.
2. Aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung pada obyek wisata Pantai Pancer Door.
3. Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung pada obyek wisata Pantai Pancer Door.
4. *Electronic word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung pada obyek wisata Pantai Pancer Door.
5. Daya tarik wisata, aksesibilitas, fasilitas dan *electronic word of mouth* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung pada obyek wisata Pantai Pancer Door.

B. Saran

Saran yang dapat peneliti berikan kepada pengelola Pantai Pancer Door dan bagi peneliti selanjutnya yaitu :

1. Daya tarik wisata, melakukan inovasi yang berbeda seperti adanya daya tarik budaya agar lebih dikenal oleh masyarakat dalam maupun luar yang bertujuan untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.
2. Aksesibilitas, sebaiknya pihak pengelola lebih meningkatkan, memperbanyak dan memperbaiki aksesibilitas seperti rambu-rambu penunjuk arah yang disebar pada jalan utama menuju lokasi wisata yang dibutuhkan oleh wisatawan yang baru pertama kali datang mengunjungi Pantai Pancer Door Pacitan
3. Fasilitas, menambahkan fasilitas penginapan berbintang untuk para pengunjung Pantai Pancer Door serta menambahkan pemandu wisata di Pantai Pancer Door Pacitan karena bukan hanya Pantai Pancer Door namun terdapat Museum Geopark, dan memastikan ketersediaan Rupiah di destinasi baik dalam bentuk ATM, valuta asing, maupun elektronisasi transaksi wisata.
4. *Electronic word of mouth*, memperhatikan tampilan akun instragram dan website dari pengelola wisata menjadi lebih kreatif dalam mendesain unggahan foto atau video ke akun media sosial ataupun internet sehingga tampilan akun menjadi lebih menarik dan memberikan fitur-fitur unik yang disukai oleh *follower* atau pengikut.

5. Bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian sejenis diharapkan menambahkan variabel-variabel lain di luar variabel yang sudah ada dalam penelitian ini, diharapkan pula menambah jumlah sampel agar hasil penelitian lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfatory, R. S. (2015). Pengaruh Daya Tarik, Fasilitas Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Wisatawan Asing Berkunjung Kembali Ke Aloita Resort Di Kabupaten Kepulauan Mentawai. Universitas PGRI Sumba.
- Almustofa. (2014). Pengaruh Lingkungan Kerja, Motivasi Kerja, Disiplin Kerja terhadap Kinerja Pegawai (Studi Pada Pegawai Perum Bulog Divisi Regional Jakarta). Universitas Diponegoro.
- Anjar, H. K. (2018). Pengaruh Harga, Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Dampo Awang Beach. Universitas Negri Semarang.
- Apriani, D. (2017). Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian pada Bakso Boedjangan Bandung. Universitas Telkom.
- Aprilia, Fitri, Srikandi Kumadji, dan A. K. (2015). Pengaruh Word-of-Mouth terhadap Minat Berkunjung serta Dampaknya pada Keputusan Berkunjung (Survei pada Pengunjung Tempat Wisata “Jawa Timur Park 2” Kota Batu). *JAB*, 24(1). <https://doi.org/1.162450/jiab.2015.6321>
- Arikunto, S. (2013). Prosuder Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. Jakarta. Rineka Cipta.
- Candana. (2018). Pengaruh Disiplin Kerja, Lingkungan Kerja dan Insentif terhadap Kinerja Karyawan PT. Incasi Raya Muaro Sakai Kecamatan Pancung Soal Kabupaten Pesisir Selatan. *Jurnal EKOBISTEK*, 7(1). <https://ejournal.umm.ac.id/index.php/jmb/article/view/7053>
- Christie dan Chandramely N. (2017). Analisis Pengaruh Electronic Word-of-Mouth dan Citra Merek terhadap Niat Pembelian Ulang pada Merek Smartphone Samsung dan Iphone. *Jurnal Manajemen Bisnis*. <http://e-journal.uajy.c.id>.
- Eka, R. (2017). Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Fasilitas Layanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Pantai Balekambang Kabupaten Malang. Universitas Negri Malang.
- Erlangga, F. (2016). Analisis Persepsi Wisatawan Mengenai Penurunan Kualitas Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung. *Jurnal Pariwisata*, 3(2). <https://www.semanticscholar.org/paper/0a80efb55c14>
- Febrina, N. (2015). Persepsi Wisatawan Tentang Daya Tarik Wisata Pemandian Tirta Alami Kabupaten Padang Pariaman. *Universitas Negri Padang*
- Gusriani. (2018). Pengaruh Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Di Dinas Kesehatan Kabupaten Takalar. *Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar*.
- Hapsari, N., Nawazirul, L., dan Widiartanto. (2014). Pengaruh Atribut Produk Wisata dan *Electronic Word Of Mouth (EWOM)* terhadap Keputusan

- Berkunjung pada Obyek Wisata Umbul Sidomukti Kabupaten Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 3(4). <https://doi.org/10.14710/jiab.2014.6556>
- Humaira dan Aulia (2016). Analisis Faktor Elektronik Word of-Mouth (EWOM) dalam Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Wisatawan. *Tourism and Hospitality Essentials (THE) Journal*, 6(2). <https://ejournal.upi.edu/index.php/thejournal/article/view/5515>
- Jotopurnomo, Sofiani, Stephanie Laurensia, dan H. S. (2015). Pengaruh Harga, Brand Image, dan Electronic Word-of-Mouth terhadap Minat Beli Reservasi Hotel Secara Online. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa* 3 (1). <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemenperhotelan/article/view/9>
- Ketut, I. G. P. & I. (2009). Pengantar Ilmu Pariwisata. Yogyakarta. Andi.
- Koko Ardiansyah, Sumar, Ari Agung. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas dan Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Pantai Siangau Kabupaten Bangka Barat. *Jurnal Ilmu Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 11(1). <https://doi.org/10.33319/jeko.v11i1.102>
- Kotler, Philip. and Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Erlangga. Alfabeta.
- Nitisusatro, M. (2013). Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan. Bandung. Alfabeta.
- Nurusyifa N.U. (2013). Pengaruh Kepuasan Kerja dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan dengan Organizational Citizenship Behavior sebagai Variabel Intervening (Studi Pada PT BPRS Harta Insan Karimah Surakarta). *Institut Agama Islam Negeri Salatiga*.
- Putra, Gagah BS, Srikandi Kumadji, dan K. H. (2015). Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Minat Berkunjung dan Keputusan Berkunjung (Survei pada Pengunjung Taman Rekreasi PT. Selecta, Kota Batu, Jawa Timur). *Universitas Brawoijaya*
- Rahmawati. (2018). Pengaruh Dimensi Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *UIN Raden Intan Lampung*.
- Rezky, T. (2015). Pengaruh Fasilitas Wisata dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Museum Satwa). *Jurnal Administrasi Bisnis* 25 (2). <http://administrasibisnis.s.ac.id/index.php/jab/article/view/1017>
- Rosida, F. (2018). Pengaruh Harga Dan fasilitas Terhadap Kunjungan Wisata Di Pantai Air Bangis Kabupaten Pasaman Barat. *UIN Sumatra Utara*.
- Sendi, A. (2020). Pengaruh Aksesibilitas, Inovasi Dan Kualitas Pelayanan Fasilitas Publik Terhadap Keputusan Penumpang Disabilitas Di Kereta Rel Listrik Jakarta. *STIE Indonesia Jakarta*.
- Soekadijo, R. . (2013). *Anatomi Pariwisata*. Jakarta. Gramedia Pustaka Utama.

- Soleh, H. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Daya Tarik Wisata Air Terjun Aek Mertua Di Desa Tangun Kecamatan Bangun Purba Kabupaten Rokan Hulu Provinsi Riau. *Universitas Riau*.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung. Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung. Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung. Alfabeta.
- Sulfi, A., Ibnu, S., dan Yusuf. (2016). Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas, dan Fasilitas Terhadap Citra Objek Wisata Danau Tolire Besar Di Kota Ternate. *Jurnal Penelitian Humano* 7(2).
<http://ejournal.unkhair.ac.id/index.php/humano/article/view/317>
- Sunaryo, B. (2013). *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata*. Yogyakarta. Gava Media.
- Suwantoro, G. (2015). *Dasar-Dasar pariwisata*. Yogyakarta. Andi.
- Suwarduki, Puspa R, Edy Yulianto, dan M. K. M. (2016). Pengaruh Electronic Word-of-Mouth terhadap Citra Destinasi serta Dampaknya pada Minat dan Keputusan Berkunjung (Survei pada Followers Aktif Akun Instagram Indtravel yang Telah Mengunjungi Destinasi Wisata di Indonesia). *Jurnal Administrai Bisnis (JAB)*, 37(2).
<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/14>
- Triana Sari, Ari, dan Robetmi. (2021). Pengaruh Fasilitas, Electronic Word Of Mouth dan Destination Image terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Pada Pengunjung Objek Wisata Pantai Suwuk Kebumen). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis (JAB)*, 10(2). <https://doi.org/10.14710/jiab.2021.30407>
- Utama N. (2017). *Pengaruh Motivasi dan Disiplin Terhadap Kinerja Karyan PDAM Tirtanadi di Medan cabang Tuasan*. Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara.
- Vany, S (2015). *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Bandung. Alfabeta.
- Widiyanto., Sunarti, S., dan Edriana, P. (2017). Pengaruh E-WOM di Instagram terhadap Minat Berkunjung dan Dampaknya pada Keputusan Berkunjung (Survei pada Pengunjung Hawai Waterpark Malang). Universitas Brawijaya.
- Wijaya, Tommi, dan E. L. P. (2014). Pengaruh Electronic Word-of_Mouth (eWOM) terhadap Keputusan Pembelian Kamera DSLR. *Universitas Diponegoro*.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Responden yang terhormat,

Saya Rani Charisma Putri mahasiswa program studi Strata I Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta ingin mengadakan penelitian mengenai “PENGARUH DAYA TARIK WISATA, AKSESIBILITAS, FASILITAS DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI PANTAI PANCER DOOR PACITAN” untuk memperoleh gelar sarjana (S1). Untuk menunjang kelancaran penelitian ini, saya mohon kesediaan dan kerelaan Bapak/Ibu untuk mengisi daftar kuesioner ini dengan sebenar-benarnya. Jawaban yang Bapak/Ibu berikan akan dijaga kerahasiaannya. Data yang diperoleh hanya akan digunakan sebagaimana mestinya yaitu hanya sebatas untuk penelitian atau penyelesaian skripsi. Atas partisipasi serta kesediaan Bapak/Ibu untuk mengisi kuesioner ini, saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya.

Peneliti

Rani Charisma Putri
NIM.19120155

KUESIONER PENELITIAN

A. Identitas Responden

Nama : _____

Jenis Kelamin : ☐ Laki-laki ☐ Perempuan

Usia : ☐ 15-25 tahun ☐ 26-35 tahun
☐ 36-45 tahun ☐ ≥46 tahun

Pekerjaan : ☐ Wiraswasta ☐ PNS
☐ Pelajar/Mahasiswa ☐ Karyawan
☐ Lain-lain

Penghasilan : ☐ <Rp 1.000.000
☐ Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000
☐ Rp 2.000.000 - Rp 3.000.000
☐ >Rp 3.000.000

Asal Daerah : ☐ Jawa Timur ☐ Jawa Tengah
☐ Jawa Barat ☐ Luar Jawa

B. Petunjuk Pengisian

Kuesioner dibawah ini terdiri dari beberapa pernyataan. Bapak/Ibu cukup memberikan tanda check list (√) pada kotak jawaban yang menunjukkan tingkat persetujuan dan tidak setuju Bapak/Ibu terhadap setiap pernyataan. Jawaban yang Bapak/Ibu berikan tidak memiliki makna salah ataupun benar, oleh karena itu saya berharap Bapak/Ibu dapat memberikan jawaban sesuai dengan data pribadi, pendapat dan pandangan yang sebenarnya.

Keterangan :

STS = Sangat Tidak Setuju
 TS = Tidak Setuju
 N = Netral
 S = Setuju
 SS = Sangat Setuju

Daya Tarik Wisata						
No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1.	Pemandangan objek wisata Pantai Pancer Door Pacitan indah dan masih asri					
2.	Pantai Pancer Door menarik karena terdapat banyak tempat untuk bersantai dan istirahat seperti taman-taman					
3.	Pantai Pancer Door Pacitan menarik karena terdapat alat transportasi untuk bermain <i>track</i> disekitar pantai					

Aksesibilitas						
No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1.	Jarak Pantai Pancer Door dari pusat kota Pacitan tidak jauh					
2.	Terdapat papan penunjuk jalan untuk menuju ke Pantai Pancer Door					
3.	Terdapat area parkir luas dan aman untuk tempat transportasi di Pantai Pancer Door					
4.	Lalu lintas menuju Pantai Pancer Door tidak ada hambatan dan kondisi jalan menuju Pantai Pancer Door sudah beraspal dengan baik					

Fasilitas						
No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1.	Pantai Pancer Door memiliki fasilitas taman dengan panggung dan <i>jogging track</i> yang lengkap dan bersih					
2.	Terdapat taman bermain dan <i>jogging track</i> dengan kondisi baik dan masih berfungsi					
3.	Wisatawan dapat menggunakan fasilitas yang ada dengan nyaman dan mudah					

<i>Electronic Word Of Mouth</i>						
No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1.	Saya mendapat banyak informasi Pantai Pancer Door yang ditulis oleh pengguna situs jejaring sosial					

2.	Saya dapat mengetahui komentar positif dan negatif Pantai Pancer Door di media sosial					
3.	Terdapat konten yang menarik mengenai Pantai Pancer Door di media sosial dan melalui konten di media sosial saya dapat menentukan keputusan berkunjung di Pantai Pancer Door					

Keputusan Berkunjung						
No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1.	Memutuskan berkunjung ke Pantai Pancer Door karena fasilitas penunjang objek wisata Pantai Pancer Door yang cukup lengkap					
2.	Saya butuh berwisata untuk menghilangkan penat karena rutinitas kegiatan sehari-hari					
3.	Saya berwisata di Pantai Pancer Door karena mendapat info yang menarik dan rekomendasi dari orang lain					