

PENGARUH FASILITAS DAN *E-WOM* TERHADAP KEPUTUSAN
BERKUNJUNG DI DAYA TARIK TAMAN NIRWANA
SUNGAI BARAMEH KOTA PADANG

SKRIPSI



RESTIYANI
19135122/2019

**PROGRAM STUDI D4 MANAJEMEN PERHOTELAN
DEPARTEMEN PARIWISATA
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2023**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH FASILITAS DAN *E-WOM* TERHADAP KEPUTUSAN
BERKUNJUNG DI DAYA TARIK TAMAN NIRWANA SUNGAI
BARAMEH KOTA PADANG

Nama : Restiyani
NIM/BP : 19135122/2019
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, November 2023

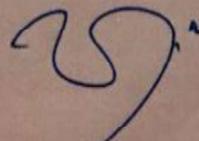
Disetujui Oleh:

Pembimbing



Nidia Wulansari, S.E, M.M
NIP. 199111192019032018

Kepala Departemen Pariwisata FPP UNP



Feri Ferdian, S.ST, M.M, Ph.D, CHE
NIP. 199202262020121012

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Dinyatakan Lulus Setelah dipertahankan di Depan Tim Penguji Skripsi Program
Studi D4 Manajemen Perhotelan Departemen Pariwisata Fakultas Pariwisata dan
Perhotelan
Universitas Negeri Padang

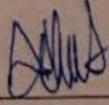
Judul : Pengaruh Fasilitas Wisata dan *E-WOM* Terhadap
Keputusan Berkunjung Di Daya Tarik Taman Nirwana
Sungai Baramah Kota Padang
Nama : Restiyani
NIM/BP : 19135122/2019
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, November 2023

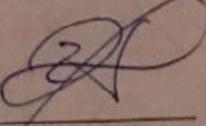
Nama

Tanda Tangan

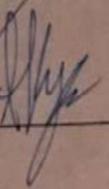
1. Ketua : Nidia Wulansari, S.E, M.M

1. 

2. Anggota : Hijriyantomi Suyuthie, SIP, MM

2. 

3. Anggota : Arif Adrian, S.E, M.SM

3. 



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
DEPARTEMEN PARIWISATA

Jl. Prof Dr. Hamka Kampus UNP Air Tawar Padang 25131

Telp. (0751)7051186

Email : pariwisata@fpp.unp.ac.id

Laman: <http://pariwisata.fpp.unp.ac.id>

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Restiyani
NIM/TM : 19135122 / 2019
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul,

“Pengaruh Fasilitas Wisata dan *E-WOM* Terhadap Keputusan Berkunjung Di Daya Tarik Taman Nirwana Sungai Baramah Kota Padang” adalah benar merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari karya orang lain. Apabila sesuatu saat terbukti saya melakukan plagiat, maka saya bersedia di proses dan menerima sanksi akademis maupun hukum sesuai dengan hukum dan ketentuan yang berlaku, baik di Universitas Negeri Padang maupun di masyarakat negara.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan rasa tanggung jawab sebagai anggota masyarakat ilmiah.

Diketahui,

Kepala Departemen Pariwisata

Feri Ferdian, S.ST, M.M, Ph.D, CHE
NIP. 199202262020121012

Saya yang menyatakan,



Restiyani
NIM. 19135122

ABSTRAK

Restiyani, 2023 : Pengaruh Fasilitas Wisata dan *E-WOM* Terhadap Keputusan Berkunjung Di Daya Tarik Taman Nirwana Sungai Baramah Kota Padang. Skripsi, Program Studi D4 Manajemen Perhotelan Universitas Negeri Padang

Penelitian ini berawal dari pengamatan peneliti karena banyaknya komentar negatif maupun positif yang ditulis pengunjung melalui sosial media. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor yang paling penting dalam melihat keputusan berkunjung dari variabel fasilitas wisata dan *electronic word of mouth* di Daya Tarik Taman Nirwana Sungai Baramah Kota Padang.

Jenis penelitian ini adalah deskriptif dan kuantitatif. Populasi penelitian ini dengan Kriteria populasi yaitu pengunjung yang pernah berkunjung di Taman Nirwana, pernah melihat review mengenai Taman Nirwana di media sosial dan pengunjung yang berusia diatas 20 tahun, yang berjumlah 120 responden. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner (angket) dengan menggunakan skala likert yang telah teruji validitas dan reliabilitasnya, selanjutnya data dianalisis melalui analisis deskriptif dengan metode analisis data yang dipakai adalah analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS 23.00.

Berdasarkan hasil penelitian yaitu: (1) Fasilitas Wisata dengan kategori memadai(38%), *electronic word of mouth* dengan kategori memadai (39%) dan Keputusan Berkunjung dengan kategori memadai (41%). Nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ diberikan pada nilai F yang diestimasi sebesar 63,875. Hal ini menunjukkan bahwa X1 dan X2 memiliki dampak yang besar terhadap Y. Berdasarkan hal ini, jika hipotesis ketiga (H3) yang menyatakan bahwa X1 dan X2 memiliki dampak terhadap Y secara bersamaan, maka hipotesis ini adalah tepat, maka nilai koefisien regresi untuk X1 dan X2 masing-masing adalah 0.268 dan 0.293, dengan tingkat signifikansi $0.000 < 0.013$. Kemudian, nilai Adjust R square sebesar 0,514 yang menunjukkan bahwa variabel X1 dan X2 memiliki pengaruh sebesar 51,4% terhadap Y sedangkan variabel lainnya memiliki pengaruh sebesar 48,6%. Hasilnya, dapat disimpulkan dari penelitian ini bahwa H_0 dapat diterima.

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

KATA PENGANTAR



Alhamdulillahirabbila'lamin, Segala puji hanya bagi Allah SWT, karena atas berkat rahmat dan hidayah-Nya, peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**Pengaruh Fasilitas dan E-WOM Terhadap Keputusan Berkunjung di Daya Tarik Wisata Taman Nirwana Sungai Baramah Kota Padang**”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu tahap penyelesaian penulisan skripsi D4 Manajemen Perhotelan dan guna untuk memperoleh gelar Sarjana Sains Terapan (S.ST) pada Departemen Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.

Dalam proses penyusunan skripsi ini tidak lepas dari dukungan semangat serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, melalui skripsi ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Dra Asmar Yulastri, M.Pd, Ph.D., selaku Dekan Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
2. Bapak Feri Ferdian, S.ST., M.M., Ph.D., CHE., selaku Kepala Departemen Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
3. Ibu Nidia Wulansari, S.E., M.M., selaku Pembimbing Skripsi yang telah banyak mengajari serta membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Pasaribu, S.ST.Par., M.Si.Par., CHE, selaku Dosen Penasehat Akademik.
5. Seluruh Dosen, tenaga Administrasi dan Teknisi D4 Manajemen Perhotelan Departemen Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.

6. Terkhusus kepada kedua Orang Tua yang telah memberikan *support* penuh kepada peneliti serta keluarga yang telah banyak memberi dukungan kepada penulis baik berupa moril dan materil.
7. Terakhir terima kasih kepada seluruh teman-teman mahasiswa yang turut membantu dalam penulisan skripsi ini, namun namanya tidak dapat disebutkan satu persatu.

Peneliti sangat menyadari skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat diperlukan untuk perbaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan bagi pembaca khususnya.

Padang, Agustus 2023

Penulis

Restiyani

19135122/ 2019

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	I
DAFTAR GAMBAR.....	I
DAFTAR TABEL	II
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Batasan Masalah.....	9
D. Rumusan Masalah.....	9
E. Tujuan Penelitian.....	10
F. Manfaat Penelitian	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
A. Aspek-aspek Teoritis.....	13
B. Kerangka Konseptual	21
C. Hipotesis Penelitian.....	23
BAB III METODE PENELITIAN	24
A. Jenis Penelitian	24
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	24
C. Variabel Penelitian	25
D. Definisi Operasional Variabel	25
E. Populasi dan Sampel.....	26
F. Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data	28

G. Instrumen Penelitian.....	29
H. Uji Coba Instrumen Penelitian.....	32
I. Teknik Analisis Data	35
J. Uji Persyaratan Analisis	36
K. Pengujian Hipotesis.....	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	40
A. Hasil Penelitian	40
B. Uji Persyaratan Analisis	67
C. Pengujian Hipotesis.....	70
D. Pembahasan	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	81
A. Kesimpulan.....	81
B. Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA.....	85
Lampiran.....	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 . Ulasan tentang perilaku pasca pembelian	5
Gambar 2 . Ulasan tentang penilaian alternatif	6
Gambar 3 . Kerangka Konseptual	22

DAFTAR TABEL

Tabel 1 . Data Jumlah Pengunjung Taman Nirwana	4
Tabel 2 . <i>Riview</i> negatif pengunjung mengenai fasilitas Taman Nirwana	6
Tabel 3 . Komentar negatif pengujung di media sosial	7
Tabel 4 . Pilihan Jawaban Skala Likert pada variabel X1, X2 dan variabel Y	30
Tabel 5 . Kisi-kisi Instrumen.....	31
Tabel 6 . Hasil uji validitas	32
Tabel 7 . Hasil uji reliablitas variabel fasilitas wisata	34
Tabel 8 . Hasil uji reliabilitas variabel <i>E-WOM</i>	34
Tabel 9 . Hasil uji reliabilitas variabel keputusan berkunjung	35
Tabel 10 . Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	41
Tabel 11 . Karakteristik responden berdasarkan usia	41
Tabel 12 . Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan	42
Tabel 13 . Karakteristik responden berdasarkan asal pengunjung	42
Tabel 14 . Karakteristikn responden berdasarkan berapa kali berkunjung	43
Tabel 15 . Data statistik variabel fasilitas wisata	43
Tabel 16 . Distribusi frekuensi data variabel fasilitas wisata	44
Tabel 17 . Data statistik indikator kelengkapan fasilitas	45
Tabel 18 . Distribusi frekuensi data indikator kelengkapan fasilitas	46
Tabel 19 . Data statistik indikator kualitas fasilitas	46
Tabel 20 . Distribusi frekuensi data indikator kualitas fasilitas	47
Tabel 21 . Data statistik indikator kemudahan menggunakan fasilitas.....	48
Tabel 22 . Distribusi frekuensi data indikator kemudahan menggunakan fasilitas ...	49
Tabel 23 . Data statistik indikator kebersihan fasilitas	50
Tabel 24 . Distribusi frekuensi data indikator kualitas fasilitas	51

Tabel 25 . Data statistik variabel <i>E-WOM</i>	52
Tabel 26 . Distribusi frekuensi data variabel E-WOM	53
Tabel 27 . Data statistik indikator <i>intensity</i>	53
Tabel 28 . Distribusi frekuensi data indikator <i>intensity</i>	54
Tabel 29 . Data statistik indikator <i>Valance of opinion</i>	55
Tabel 30 . Distribusi frekuensi data indikator <i>Valance of Opinion</i>	56
Tabel 31 . Data statistik indikator <i>content</i>	56
Tabel 32 . Distribusi frekuensi data indikator <i>content</i>	57
Tabel 33 . Data statistik variabel keputusan berkunjung	58
Tabel 34 . Distribusi frekuensi data variabel keputusan berkunjung.....	59
Tabel 35 . Data statistik indikator pengenalan kebutuhan	60
Tabel 36 . Distribusi frekuensi data pengenalan kebutuhan.....	61
Tabel 37 . Data statistik indikator pencarian informasi	61
Tabel 38 . Distribusi frekuensi data indikator pencarian informasi.....	62
Tabel 39 . Data statistik indikator evaluasi alternatif	63
Tabel 40 . Distribusi frekuensi data indikator evaluasi alternatif.....	64
Tabel 41 . Data statistik indikator keputusan pembelian	64
Tabel 42 . Distribusi frekuensi data indikator keputusan pembelian.....	65
Tabel 43 . Data statistik indikator perilaku pasca pembelian.....	66
Tabel 44 . Distribusi frekuensi data indikator perilaku pasca pembelian	67
Tabel 45 . Uji Normalitas	68
Tabel 46 . Uji heteroskedastisitas	69
Tabel 47 . Uji multikolinearitas.....	70

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata di Indonesia menjadi salah satu sumber pemasukan terbesar yang dimiliki Negara saat ini dengan memanfaatkan seluruh potensi wisata yang ada, setiap daerah di Indonesia bisa mengembangkan sektor pariwisata mereka dengan tujuan menghasilkan dan meningkatkan pendapatan asli daerah masing-masing, menurut Meyers (2009), pariwisata adalah aktivitas perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu dari tempat tinggal semula ke daerah tujuan. Tujuannya bukan untuk menetap atau mencari nafkah melainkan hanya untuk bersenang-senang, memenuhi rasa ingin tahu, menghabiskan waktu senggang atau waktu libur serta tujuan-tujuan lainnya.

Daya tarik merupakan segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, kemudahan, dan nilai yang berwujud keanekaragaman kekayaan alam maupun buatan manusia yang menarik dan mempunyai nilai untuk dikunjungi dan dilihat oleh wisatawan. Daya tarik merupakan salah satu faktor yang memotivasi wisatawan untuk melakukan kunjungan pada sebuah objek wisata. Sehingga daya tarik memiliki peran penting dalam mempengaruhi keputusan wisatawan dalam memilih objek wisata yang akan dikunjungi (Pratama, 2021)

Menurut Jalivand dkk., (2012) keputusan berkunjung wisatawan sama dengan keputusan pembelian konsumen. Menurut Swastha dan Handoko (2012) keputusan pembelian adalah sebuah pendekatan penyelesaian masalah

pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya yang terdapat dari pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, evaluasi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan tingkah laku setelah pembelian. Indikator keputusan berkunjung sebagai berikut : 1. pengenalan masalah 2. pencarian informasi, 3. penilaian alternatif, 4. keputusan berkunjung, 5. perilaku pasca pembelian .

Menurut (Isdarmanto, 2017) dalam memilih objek wisata yang akan dikunjungi, keputusan seseorang dipengaruhi faktor rasional dan irasional. Salah satu Faktor Rasional yang dimaksud adalah Fasilitas. Unsur Fasilitas dan Jasa Pelayanan wisata menjadi salah satu yang harus dikelola. Kotler (2009) menyatakan bahwa fasilitas adalah segala sesuatu yang sengaja disediakan oleh penyedia jasa untuk dipakai serta dinikmati oleh konsumen yang bertujuan memberikan tingkat kepuasan maksimal. Indikator untuk mengukur Fasilitas Wisata menurut Sumayang (2011) antara lain: 1. kelengkapan, kebersihan, dan kerapian fasilitas yang ditawarkan, 2. kondisi dan fungsi fasilitas yang akan ditawarkan. 3. kemudahan letak fasilitas dan penggunaan fasilitas yang ditawarkan.

Selain dari fasilitas, keputusan berkunjung juga dapat dipengaruhi oleh *e-wom*. Hasil penelitian tentang E-WOM menjelaskan bahwa *E-WOM* memiliki pengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian atau keputusan berkunjung (Sindunata & Wahyudi, 2018; Sudarita & Tandyonomanu, 2020).. *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)* adalah mengkomunikasikan informasi mengenai kualitas produk, pelayanan

termasuk pengalaman positif maupun negatif yang dilakukan oleh orang yang akan membeli produk, orang yang telah membeli produk, atau siapa pun yang ingin berkomentar terkait dengan sebuah produk maupun layanan kepada konsumen lainnya dalam bentuk tulisan, suara, gambar, video atau kombinasi keseluruhannya dengan menggunakan forum online, email, mesin pencari dan platform online lainnya (Auliya, dkk, 2017). Menurut Goyette (2019) dapat diukur dalam tiga indikator yang diantaranya adalah *intensity* (intensitas), *valence of opinion* (valensi pendapat), *content* (konten/isi).

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

Taman Nirwana merupakan salah satu wisata bahari di Kota Padang, yang berada di 25 km dari pusat kota padang tepatnya di kelurahan Sungai Baramah Kecamatan Lubuk Begalung. Taman Nirwana ini dahulu bernama Pantai Tirta. Taman Nirwana menghadirkan pemandangan pantai yang berhadapan langsung dengan Pelabuhan Teluk Bayur. Sebuah pelabuhan tertua dan pelabuhan alam terbesar di pantai barat Sumatera. Daya tarik wisata ini ramai dikunjungi pada waktu liburan dan pada hari raya besar

seperti Hari Raya Idul Fitri dan Perayaan Natal. Berikut ini data jumlah kunjungan wisatawan di Daya Tarik Wisata Taman Nirwana dalam 5 tahun terakhir.

Tabel 1. Data Jumlah Pengunjung Taman Nirwana

No.	Tahun	Jumlah Pengunjung	Target Pengunjung
1.	2018	8.500	10.000
2.	2019	7.780	10.000
3.	2020	6.300	10.000
4.	2021	16.200	10.000
5.	2022	9.400	10.000
Jumlah		48.180	

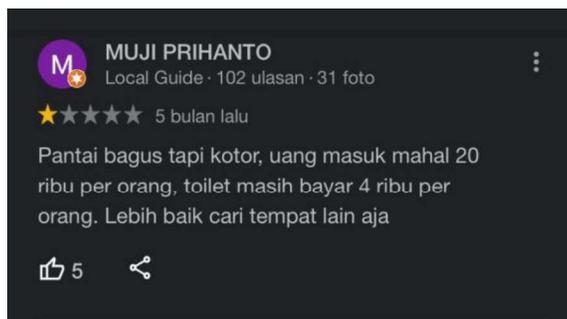
Sumber : Pengelola Pantai Nirwana (2023)

Berdasarkan tabel 1 diatas terlihat bahwa jumlah pengunjung mengalami fluktuatif, dimana 3 tahun pertama mengalami penurunan pengunjung setiap tahunnya sedangkan di tahun 2021 terdapat peningkatan pengunjung yang tinggi dan mencapai target pengunjung pada tahun 2022 jumlah pengunjung kembali turun kemudian tidak sesuai dengan target pengunjung.

Berdasarkan hasil wawancara dari 10 pengunjung yang pernah berkunjung ke Daya Tarik Pantai Nirwana 7 dari pengunjung tersebut menyatakan adanya perilaku pasca pembelian di mana pengunjung merasa ketidakpuasan, serta melakukan penilaian alternatif yang berdampak kepada keputusan pengunjung di mana pengunjung tidak merekomendasikan daya tarik Taman Nirwana sebagai tempat wisata, 3 orang lainnya menyatakan

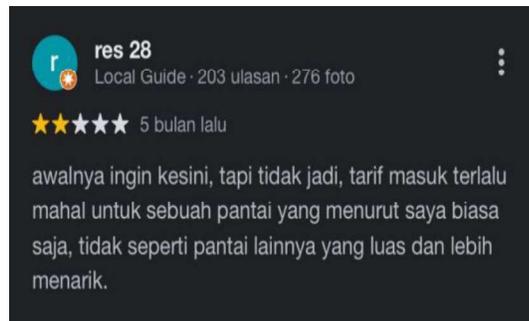
puas hanya dengan melihat pemandangan atau menikmati sunset dari pantai tersebut.

Selain dari wawancara yang dilakukan penulis menemukan ulasan (*review*) pengunjung tentang objek wisata pantai Taman Nirwana Sungai Baramah Kota Padang. Beberapa permasalahan yang penulis temukan mengenai indikator keputusan berkunjung yaitu perilaku pasca pembelian dimana pengunjung tidak merekomendasikan Taman Nirwana lebih baik mencari tempat lain aja. Penilaian negatif tersebut bisa berdampak langsung pada keputusan berkunjung calon pengunjung yang membaca penilaian tersebut. Permasalahan tersebut penulis amati melalui ulasan pengunjung di *Google review* sebagai berikut :



Gambar 1. Ulasan tentang perilaku pasca pembelian
Sumber : Google review, diakses pada Februari 2023

Permasalahan berikutnya yang penulis temukan mengenai indikator keputusan berkunjung yaitu penilaian alternatif dimana pengunjung tidak jadi berkunjung karena tarif yang mahal dan mencari alternatif tempat wisata yang lain. Permasalahan tersebut penulis amati melalui ulasan pengunjung di *Google review* sebagai berikut :



Gambar 2. Ulasan tentang penilaian alternatif

Sumber : *Google review*, diakses pada Februari 2023

Adapun permasalahan mengenai indikator keputusan berkunjung bukan hanya memberikan rekomendasi kepada orang lain dan keinginan untuk membeli produk saja tetapi juga terkait dengan fasilitas, adapun ketidakpuasan pengunjung dengan fasilitas yang disediakan oleh pengelola Taman Nirwana penulis rangkum pada tabel 2 berikut :

Tabel 2 . Riview negatif pengunjung mengenai fasilitas Taman Nirwana

No	Fasilitas	Jumlah	Review
1.	Tempat Beristirahat	4	<p>“ Fasilitas pondok sangat tidak baik “</p> <p>“ Arena bersantai yang kurang “</p> <p>“ Bangku dah patah-patah “</p> <p>“ Gazebo udah buntut “</p>
2.	Area Pantai	5	<p>“ Banyak sampah, sampah pampers bekas dan plastik”</p> <p>“ Banyak sampah yang menghiasi di hamparan pasirnya”</p> <p>“ Sekarang terlihat kurang bersih, sampah berserakan dan sampai ketengah laut sampahnya...mengkhawatirkan”</p>

			<p>“ Sayangnya banyak sampah “</p> <p>“ Pantainya banyak sampah di dalam air “</p>
--	--	--	--

Sumber : *Google Riview* mengenai fasilitas (2023)

Permasalahan berikutnya yang penulis temukan pada media sosial terdapat komentar negatif pengunjung, di mana pesan yang disampaikan oleh akun tiktok yang membuat konten tentang Taman Nirwana berbeda dengan komentar yang ada di video tikok tersebut. Di mana ulasan negatif tersebut bisa berdampak kepada calon pengunjung dan jumlah pengunjung. Adapun komentar negatif tersebut dapat dilihat dari tabel 3 sebagai berikut :

Tabel 3. Komentar negatif pengunjung di media sosial

No.	Komentar pengunjung di media sosial
1.	“ Perasaan kemarin waktu kesana mengecewakan banget!”
2.	“Aku seminggu kemarin ke sini, sepi, jembatannya gak bisa di lewati waktu kami kesana, airnya kotor beda ama yang di video tiktok”
3.	“Kemarin aku kesana tapi ga sebagus video tiktok”
4.	“ Pantai yang nggak akan aku kunjungi lagi keknya, kecewa berat”
5.	“Tiket masuknya mahal Rp. 20.000, fasilitas tidak lengkap”

Sumber : Tiktok, Komentar negatif (2023)

Berdasarkan uraian permasalahan yang sudah dipaparkan di atas, sangat penting dilakukannya penelitian ini karena penyediaan fasilitas sangat berpengaruh dan menjadi penentu dari keputusan berkunjung. Apabila

fasilitas yang diberikan tidak sesuai harapan pengunjung tentu akan berdampak pada keputusan berkunjung tersebut.

Terciptanya *electronic word of mouth* disebabkan rasa puas pengunjung pada sebuah fasilitas. *Electronic word of mouth* juga menjadi salah satu sumber informasi utama untuk pengunjung dan bersifat independen. Karnanya *electronic word of mouth* lebih dapat dipercaya dari pada sumber informasi lainnya. Ulasan yang negatif dapat berpengaruh kepada jumlah pengunjung, maka dari latar belakang dan uraian permasalahan di atas peneliti tertarik untuk mengangkat judul penelitian tentang “ **Pengaruh Fasilitas dan *E-WOM* Terhadap Keputusan berkunjung Di Daya Tarik Taman Nirwana Sungai Baramah Kota Padang**”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan masalah yang peneliti kemukakan pada latar belakang, maka identifikasi masalah yang peneliti temukan adalah :

1. Adanya perilaku pasca pembelian dimana pengunjung tidak merekomendasikan Taman Nirwana dan lebih memilih tempat lain.
2. Adanya penilaian alternatif yang berdampak kepada keputusan pengunjung yang tidak jadi berkunjung dan lebih memilih tempat wisata yang lain.
3. Terdapat keluhan pengunjung mengenai kondisi dan fungsi fasilitas di mana tempat beristirahat yang kurang serta tidak layak digunakan dan bangku-bangku yang sudah patah.

4. Terdapat keluhan pengunjung mengenai kebersihan di Taman Nirwana seperti banyaknya sampah plastik dan limbah bekas pampers yang masih berserakan.
5. Adanya komentar negatif yang dituliskan oleh pengunjung yang tersebar di media sosial.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti membatasi masalah sebagai berikut :

1. Fasilitas wisata
2. *Electronic word of mouth (E-WOM)*
3. Keputusan berkunjung
4. Pengaruh fasilitas dan *E-WOM* terhadap keputusan berkunjung di Taman Nirwana Sungai Baramah Kota Padang

D. Rumusan Masalah

1. Bagaimana fasilitas di Taman Nirwana Sungai Baramah Kota Padang ?
2. Bagaimana *E-WOM* di Taman Nirwana Sungai Baramah Kota Padang ?
3. Bagaimana keputusan berkunjung di Taman Nirwana Sungai Baramah Kota Padang ?
4. Bagaimana pengaruh fasilitas terhadap keputusan berkunjung di Taman Nirwana Sungai Baramah Kota Padang ?
5. Bagaimana pengaruh *E-WOM* terhadap keputusan berkunjung di Taman Nirwana Sungai Baramah Kota Padang ?

6. Bagaimana pengaruh fasilitas dan *E-WOM* terhadap keputusan berkunjung di daya tarik di Taman Nirwana Sungai Baramah Kota Padang ?

E. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Umum

Tujuan umum dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh fasilitas, *E-WOM* terhadap keputusan berkunjung di daya tarik di Taman Nirwana Sungai Baramah Kota Padang.

2. Tujuan Khusus

- a. Mendeskripsikan fasilitas di Taman Nirwana Sungai Baramah Kota Padang.
- b. Mendeskripsikan *E-WOM* di Taman Nirwana Sungai Baramah Kota Padang.
- c. Mendeskripsikan keputusan berkunjung di Taman Nirwana Sungai Baramah Kota Padang.
- d. Menganalisis pengaruh fasilitas terhadap keputusan berkunjung di Taman Nirwana Sungai Baramah Kota Padang.
- e. Menganalisis pengaruh *E-WOM* terhadap keputusan berkunjung di Taman Nirwana Sungai Baramah Kota Padang.
- f. Menganalisis pengaruh fasilitas dan *E-WOM* terhadap keputusan berkunjung di Taman Nirwana Sungai Baramah Kota Padang.

F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang penulis harapkan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi pengelola
 - a. Untuk memberikan informasi tambahan serta masukan bagi pengelola di Taman Nirwana Sungai Baramah Kota Padang tentang fasilitas dan *E-WOM* terhadap keputusan berkunjung.
 - b. Untuk membantu pengelola dalam menentukan strategi berkelanjutan dalam meningkatkan fasilitas sehingga terciptanya keputusan berkunjung berkunjung di Taman Nirwana Sungai Baramah Kota Padang.
2. Bagi Departemen Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan
 - a. Untuk menambah pengetahuan dan bahan pertimbangan bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian lebih lanjut tentang fasilitas dan *E-WOM* terhadap keputusan berkunjung.
 - b. Sebagai salah satu rujukan dalam mata kuliah kepariwisataan
3. Bagi peneliti lain
 - a. Sebagai bahan acuan bagi peneliti lain yang berkepentingan untuk mengkaji lebih lanjut permasalahan sejenisnya.
 - b. Untuk menambah referensi sebagai pengembangan keilmuan.
4. Bagi penulis
 - a. Untuk menerapkan teori dan memperdalam ilmu pengetahuan terutama yang berkaitan dengan pengaruh fasilitas dan *E-WOM* terhadap keputusan berkunjung.

- b. Salah satu syarat yang harus dipenuhi guna memperoleh gelar sarjana Sains Terapan.