

**PENGARUH *DESTINATION IMAGE* DAN AKSESIBILITAS
TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN GOA BATU
KAPAL SOLOK-SELATAN**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan (S. Pd)

Departemen Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Padang



YETRA REFLI ZALDI

2019/19053029

DEPARTEMEN PENDIDIKAN EKONOMI

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS NEGERI PADANG

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

**"PENGARUH *DESTINATION IMAGE* DAN AKSESIBILITAS TERHADAP
KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN GOA BATU KAPAL SOLOK SELATAN"**

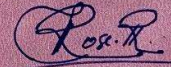
Nama : Yetra Refli Zaldi
BP/NIM : 2019/19053029
Keahlian : Tata Niaga
Departemen : Pendidikan Ekonomi
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Disetujui oleh,
Kepala Departemen Pendidikan Ekonomi



Dr. Frivatmi, S.Pd., M.Pd
NIP. 19820514 200604 2 001

Padang, Februari 2024
Pembimbing



Rose Rahmidani, S.Pd.MM
NIP. 19790806 200801 2 013

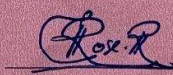
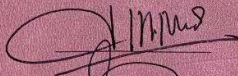

HALAMAN PENGESAHAN LULUS UJIAN SKRIPSI

*Dinyatakan Lulus Setelah Dipertahankan di Depan Tim Penguji Skripsi
Departemen Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi dan bisnis
Universitas Negeri Padang*

**"PENGARUH DESTINATION IMAGE DAN AKSESIBILITAS TERHADAP
KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN GOA BATU KAPAL SOLOK SELATAN"**

Nama : Yetra Refli Zaldi
BP/NIM : 2019/19053029
Keahlian : Tata Niaga
Departemen : Pendidikan Ekonomi
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Padang, Februari 2024

Nomor	Jabatan	Tim Penguji	Tanda tangan
1	Ketua	Rose Rahmidani S.Pd,MM	
2	Anggota	Dr. Rino, S.Pd, M.Pd., MM	
3	Anggota	Dr. Dessi Susanti, S.Pd., M.Pd	

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Yetra Refli Zaldi
Nim/ Tahun Masuk : 19053029/2019
Tempat/Tanggal Lahir : Lubuk Malako/ 08 Oktober 2000
Jurusan/Keahlian : Pendidikan Ekonomi/ Tata Niaga
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Nomor Handphone : 085274252268
Judul : PENGARUH *DESTINATION IMAGE* DAN AKSESIBILITAS
TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN GOA
BATU KAPAL SOLOK SELATAN

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Karya tulis (skripsi) saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik (sarjana), baik di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang maupun Program Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan pemikiran saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain yang telah ditulis atau dipublikasikan kecuali secara eksplisit dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka
4. Karya tulis/skripsi ini sah apabila telah ditanda tangani Asli oleh Tim Pembimbing, Tim Penguji dan Ketua Jurusan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar akademik yang telah diperoleh karena karya tulis/skripsi ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Padang, Oktober 2023

Yang menyatakan



Yetra Refli Zaldi
NIM. 19053029

ABSTRAK

Yetra Refli Zaldi (2019/19053029) : Pengaruh *Destination Image* dan Aksesibilitas terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Goa Batu Kapal Solok Selatan

Pembimbing : Rose Rahmidani, S.Pd, M.M

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Destination Image* dan Aksesibilitas terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Goa Batu Kapal Solok Selatan. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu wisatawan yang pernah berkunjung ke objek wisata Goa Batu Kapal Solok Selatan. Adapun penetapan jumlah sampel menggunakan rumus *chocran* yaitu sebanyak 97 sampel. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Data yang digunakan adalah jenis data primer dengan kriteria yang telah ditetapkan. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda dengan menggunakan SPSS 21.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) *Destination Image* dan Aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung. (2) *Destination Image* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung. (3) Aksesibilitas Berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung.

Kata Kunci : Destination Image, Aksesibilitas, Keputusan Berkunjung

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Destination Image* dan Aksesibilitas terhadap Keputusan Berkunjung wisatawan Goa Batu Kapal Solok Selatan”.Shalawat beserta salam tidak lupa pula penulis ucapkan untuk Nabi besar Muhammad SAW yang telah menjadi suri tauladan bagi manusia dalam menuju kebaikan

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan bantuan yang banyak dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada Ibu Rose Rahmidani, S.Pd., M.M selaku pembimbing yang telah banyak memberikan ilmu, pengetahuan, waktu serta masukan dengan penuh kesabaran dalam mengarahkan dan membimbing penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Perengki Susanto, SE, M.Sc, Ph.D. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang
2. Ibu Dr. Friyatmi, S.Pd, M.Pd selaku Kepala Departemen Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Padang.
3. Bapak Dr.Rino, S.Pd, M.Pd, M.M selaku penguji I dalam penelitian ini.
4. Ibu Dr. Dessi Susanti S.Pd, M.Pd Selaku penguji II dalam penelitian ini.

5. Teristimewa untuk ayah, ibu dan kakak penulis dan keluarga besar yang telah memberikan do'a beserta dukungan moril, materil dan motivasi hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Untuk diri sendiri, terimakasih telah bisa dan mau berjuang, terimakasih telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang sudah dilalui dengan baik. Semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi banyak orang.
7. Terkhusus untuk para sahabat dan teman-teman semuanya yang sudah memberikan semangat dan menemani penulis selama penulisan skripsi.
8. Teman-teman departemen Pendidikan Ekonomi angkatan 2019 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang yang sama-sama berjuang dalam menyelesaikan skripsi

Semoga segala bentuk bantuan dan dukungan dari segala pihak dinilai ibadah di sisi Allah SWT. Penulis menyadari dengan segala kekurangan dan keterbatasan penullis, skripsi ini jauh dari kata kesempurnaan, baik dari segi isi maupun penyajian. Oleh krena itu, penulis mengharapkan masukan berupa kritikan dan saran. Harapan penulis semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan tambahan ilmu bagi penulis khususnya dan teman-teman pada umumnya.

Padang, 2023

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi masalah	11
C. Batasan masalah.....	11
D. Rumusan masalah.....	12
E. Tujuan penelitian.....	12
F. Manfaat penelitian.....	12
BAB II KAJIAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS	14
A. Kajian Teori	14
1. Konsep Keputusan Berkunjung	14
2. Konsep <i>Destination Image</i>	19
3. Konsep Aksesibilitas	22
B. Penelitian Terdahulu	27
C. Kerangka Konseptual	30
D. Hipotesis Penelitian.....	31
BAB III METODE PENELITIAN.....	33
A. Jenis Penelitian.....	33
B. Tempat dan Waktu Penelitian	33
C. Populasi dan Sampel	33
D. Jenis dan Sumber Data	35
E. Teknik Pengumpulan Data.....	36
F. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	36
G. Instrumen Penelitian.....	38
H. Uji Instrumen Penelitian.....	39
I. Teknik Analisis Data.....	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	51
A. Gambaran Umum Tempat Penelitian.....	51

B. Analisis Hasil Penelitian	53
C. Analisis Induktif.....	62
D. Pembahasan.....	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	77
A. Kesimpulan	77
B. Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN.....	90

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Arus kunjungan objek wisata Goa Batu Kapal 2017-2023	4
Tabel 2. Definisi Operasional	37
Tabel 3. Skala Likert Alternatif jawaban	38
Tabel 4 Hasil uji coba validitas variabel Keputusan berkunjung (Y)	40
Tabel 5 Hasil uji coba validitas Aksesibilitas (X2).....	41
Tabel 6 Hasil uji coba validitas Destination Image (X1).....	41
Tabel 7 Kriteria besarnya koefisien Realibilitas	42
Tabel 8 Hasil uji reliabilitas	42
Tabel 9 Kriteria TCR	45
Tabel 10 Karakteristik responden berdasarkan umur.....	53
Tabel 11 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 12 karakteriskik responden berdasarkan pekerjaan	55
Tabel 13 Data Deskriptif Keseluruhan Variabel.....	56
Tabel 14 Distribusi Frekuensi variabel Destination Image.....	57
Tabel 15 Distribusi Frekuensi variabel Aksesibilitas.....	59
Tabel 16. Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Berkunjung	60
Tabel 17. Hasil Uji Normalitas	63
Tabel 18. Hasil uji Heteroskedasitas.....	64
Tabel 19. Hasil uji multikolinearitas.....	65
Tabel 20. Hasil analisis regresi berganda.....	66
Tabel 21. Hasil Uji F.....	67

Tabel 22. Hasil uji t.....	68
Tabel 23. hasil Koefisien Determinasi.....	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Indikator keputusan pembelian	17
Gambar 2 Kerangka Konseptual	31

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sektor pariwisata di Indonesia kini menjadi pemasukan yang besar dalam meningkatkan pendapatan Negara. Dikutip dari website bps.go.id mengatakan Jumlah kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) dari Januari hingga Oktober 2022 tercatat mencapai 5,47 juta kunjungan dengan persentase kenaikan sebesar 215,16 persen dibandingkan dengan jumlah kunjungan wisman pada periode yang sama pada tahun 2021. Pariwisata kini merupakan hal penting yang sudah menjadi bagian hidup masyarakat dunia bahkan dikalangan penghasilan menengah ke atas, berwisata merupakan suatu kebutuhan pokok bagi masyarakat. Di Indonesia banyak provinsi yang memiliki destinasi wisata menarik, salah satunya provinsi yang memiliki potensi destinasi wisata yang menarik adalah Sumatera Barat.

Sumatera Barat memiliki pemandangan alam yang indah serta dikenal beradat dan berbudaya. Sumatera Barat memiliki beberapa destinasi wisata seperti: Jam Gadang, Pantai Gandoria, Pantai Padang, Puncak Lawang, Lembah Harau, Pantai Carocok, Danau Singkarak, Danau di Atas Danau di Bawah, Istana Basa Pagaruyuang dan masih banyak objek wisata alam di Sumatera Barat yang bisa dikunjungi oleh wisatawan. Dalam meningkatkan pariwisata, masyarakat Sumatera Barat terus berinovasi untuk menciptakan tempat-tempat wisata yang bagus.

Salah satu daerah yang memiliki destinasi wisata menarik dan memiliki potensi wisata yang besar untuk dikembangkan adalah di Kabupaten Solok Selatan. Solok Selatan memiliki potensi pariwisata yang sudah menjadi destinasi wisata favorit bagi wisatawan. Kabupaten Solok Selatan yang memiliki jarak 106 Km dari Kota Padang ini menyimpan objek wisata yang tak kalah menariknya dengan objek wisata lainnya yang ada di sekitar Kota Padang. Solok Selatan mendapat julukan Kota Seribu Rumah Gadang karena ditempat ini banyak terdapat objek wisata diantaranya yaitu: wisata Rumah Gadang Minang Kabau, Kebun Teh Liki, Puncak Bangun Rejo, Air Terjun Kembar, Pemandian Hot Water Boom, Tubing Ducati, Air Terjun Tansi Ampek, dan Goa Batu Kapal. Hal ini dikarenakan potensi alam eksotis yang dimiliki oleh Solok Selatan sangat menarik untuk dikunjungi, disamping itu kearifan lokal dan kekayaan budayanya yang melimpah juga menarik minat wisatawan untuk datang berkunjung ke Solok-Selatan.

Solok-Selatan dikenal dengan keindahan wisata alam yang memanjakan mata wisatawan yang berkunjung yaitu Goa Batu Kapal. Goa Batu Kapal ini adalah sebuah batu kapur yang tertancap ke bumi pada kedalaman 20 meter dan menjulang keangkasa setinggi 86 meter yang mana ketika dilihat dari luar seperti kapal yang sedang berlayar pada hamparan kebun kelapa sawit yang di dalamnya terdapat sekat-sekat ruangan layaknya sebuah kapal, inilah alasan mengapa warga setempat menamakan onggokan batu kapur ini dengan Goa Batu Kapal. Sehingga Goa Batu Kapal ini

merupakan salah satu objek wisata di Kabupaten Solok Selatan yang memiliki prospek cukup potensial untuk dikelola dan dikembangkan.

Goa Batu Kapal ini booming pada Maret 2017, yang kemudian diresmikan pada tanggal 17 Agustus 2017 pada upacara bendera peringatan hari kemerdekaan. Dalam perkembangannya, Goa Batu Kapal memiliki cerita yang sangat melegenda, menurut pandangan masyarakat sekitar dan di publikasikan oleh Djawanews.com mengatakan bahwa pada zaman dahulu Goa Batu Kapal merupakan kapal yang kemudian dikutuk menjadi batu, yang mana terdapat juga sekitar 150-an ruangan (yang telah ditemukan) sehingga menyerupai interior sebuah kapal.

Potensi inilah yang harus dikembangkan oleh pemerintah dan dinas terkait untuk meningkatkan pendapatan daerah. Selain memiliki daya tarik yang besar, pemerintah melalui dinas terkait juga harus meningkatkan sarana dan prasarana dengan kualitas yang baik, karena jika suatu destinasi wisata memiliki sarana, prasarana dan aksesibilitas wisata yang lengkap maka wisatawan yang berkunjung akan merasa lebih nyaman dan betah untuk berlama lama di kawasan wisata tersebut. Namun kenyataannya, kondisi destinasi, sarana prasarana dan aksesibilitas wisata Goa Batu Kapal dapat dikatakan tidak maksimal sehingga dengan kondisi keadaan tersebut sangat berpengaruh kepada menurunnya jumlah wisatawan yang akan berkunjung pada objek wisata Goa Batu Kapal tersebut. Keputusan berkunjung merupakan hasil dimana wisatawan benar-benar memutuskan

untuk mengunjungi destinasi wisata yang di inginkan dari berbagai alternatif wisata yang ada.

Berikut data jumlah kunjungan wisatawan di Goa Batu Kapal Solok-Selatan.

Tabel 1. Data jumlah kunjungan objek wisata Goa Batu Kapal 2017-2023

No	Tahun	Jumlah Pengunjung
1	2017	35.353 Orang
2	2018	29.643 Orang
3	2019	19.211. Orang
4	2020	6.042 Orang
5	2021	645 Orang
6	2022	425 Orang

Sumber: Pengelola Wisata Goa Batu Kapal 2022 dan Pemerintah Nagari

Berdasarkan data diatas arus kunjungan Goa Batu Kapal tahun 2017-2022 terlihat kunjungan wisatawan mengalami penurunan yang signifikan setiap tahunnya. Penurunan arus kunjungan tersebut diduga terjadi karena rendahnya Citra Destinasi dan Aksesibilitas objek wisata Goa Batu Kapal tersebut yang semakin hari semakin mengalami kerusakan. Pada tahun 2022 kunjungan wisata pada Goa Batu Kapal mengalami penurunan yang sangat drastis dibandingkan dengan tahun sebelumnya, karena banyaknya fasilitas objek wisata Goa Batu Kapal yang rusak seperti jalan kayu yang menghubungkan antara satu Goa dengan Goa lainnya, WC umum yang tidak berfungsi dengan baik, serta akses menuju objek wisata tersebut yang masih belum lancar, penurunan arus kunjungan wisatawan Goa Batu Kapal ini juga disebabkan dengan adanya penyebaran virus Covid 19 yang semakin

tinggi. Dengan hal tersebut mengurangi perhatian dinas pariwisata dan pengelola wisata untuk merawat citra dan akses pada Goa Batu Kapal Solok Selatan dan pada tahun 2022 pengelola objek wisata Goa Batu Kapal beserta masyarakat memperbaiki fasilitas dan akses menuju objek wisata tersebut untuk dibuka pada hari Raya Idul Fitri. Dengan adanya perbaikan tersebut jumlah wisatawan yang berkunjung pada objek wisata Goa Batu Kapal Solok-Selatan mencapai 425 pengunjung. Hal ini juga diperoleh berdasarkan hasil survey awal terhadap kepuasan wisatawan yang sudah pernah berkunjung ke objek wisata Goa Batu Kapal Solok Selatan pada 10 bulan terakhir yang mana wisatawan kurang puas terhadap wisata Goa Batu Kapal Solok Selatan karena saat ini sudah sangat sepi dan akses menuju wisata sudah banyak mengalami kerusakan serta pada saat ini sudah tidak ada pengelola yang standby di lokasi wisata yang akan mengakibatkan wisatawan yang berkunjung tidak mendapatkan panduan atau pelayanan di objek wisata Goa Batu Kapal. Jadi permasalahan ini peneliti menduga bahwa hal ini akan sangat mempengaruhi keputusan wisatawan yang akan berkunjung ke objek wisata Goa Batu Kapal Solok Selatan saat ini.

Keputusan untuk melakukan perjalanan wisata pada dasarnya sama dengan keputusan pembelian, keputusan berkunjung dalam memilih serta mengevaluasi dua atau lebih alternatif yang ada (Mardiyani & Murwatiningsih, 2015). Menurut Kotler dan Keller (2009) terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen yaitu rangsangan pemasaran yang terdiri dari produk dan jasa, harga, distribusi

dan komunikasi. Kemudian rangsangan lain berupa ekonomi, teknologi, politik dan budaya, selanjutnya dipengaruhi psikologi konsumen yang dilihat dari motivasi, persepsi, pembelajaran dan memori serta karakteristik konsumen dan proses pengambilan keputusan pembelian yang menimbulkan keputusan pembelian tertentu yang terdiri dari pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, serta perilaku pasca pembelian. Namun menurut Pitana dan Gayatri (2005) keputusan berkunjung dapat dipengaruhi oleh karakteristik wisatawan, kesadaran akan manfaat perjalanan, gambaran perjalanan, serta keunggulan daerah tujuan wisata. Dari beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan berkunjung tersebut, maka peneliti menduga bahwa faktor yang mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan ke Goa Batu Kapal Solok-Selatan dipengaruhi oleh *destination image* dan Aksesibilitas yang didukung oleh teori (Pitana dan Gayatri 2005) dan teori Pitana dan Ketut (2000:128). Untuk menyelesaikan masalah tersebut, dapat dilihat bagaimana wisatawan menjadikan daya tarik wisata sebagai bahan pertimbangan yang kuat. Hal lain yang juga dapat mempengaruhi keputusan berkunjung dilihat dari lokasi yang strategis dan tidak membutuhkan banyak waktu, tinggi/rendahnya tarif yang ditentukan tentunya akan memberikan imbas dan timbal balik pada wisatawan. Serta adanya fasilitas yang lengkap dan kenyamanan pada pelayanan yang diberikan harus mampu menimbulkan kepuasan yang akan mengakibatkan seberapa sering wisatawan melakukan kunjungan dalam waktu berbeda (Dewi, 2018).

Citra destinasi merupakan hal yang sangat penting dan berpengaruh terhadap keputusan dalam melakukan kunjungan terhadap suatu destinasi. Seperti yang dikatakan Pitana dan Ketut (2000:128) dalam (Priyanto dkk, 2016) mengungkapkan bahwa Keputusan Berkunjung terjadi dan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya: Produk wisata, *Destination image*, dan *Word of mouth*.

Pencitraan yang baik akan berpotensi kepada wisatawan untuk melakukan kunjungan lagi di waktu yang akan datang, dan sebaliknya pencitraan yang buruk akan berdampak pada destinasi wisata yang terpuruk, seperti halnya yang terjadi di kawasan Goa Batu Kapal saat ini dimana citra destinasi pada objek wisata ini dapat dikatakan bernilai negatif atau memiliki citra yang kurang memuaskan. Seperti yang diliput dari padek.jawapost.com 2022 menyebutkan bahwa setiap tahunnya fasilitas dan sarana prasarana yang ada di Goa Batu Kapal mengalami kerusakan dan tidak ada perbaikan secara signifikan. Hal ini akan memperburuk citra dari Goa Batu Kapal tersebut, seperti jembatan penghubung antara goa yang terbuat, wahana permainan yang sudah lapuk, dan banyaknya pemandangan yang sudah tidak terjaga lagi kebersihannya. Hal tersebut akan mempengaruhi keputusan wisatawan untuk berkunjung pada destinasi tersebut, karena seorang wisatawan sebelum membuat suatu keputusan untuk melakukan kunjungan akan melihat bagaimana bagus atau tidaknya citra destinasi pada suatu objek wisata yang tertanam dalam pikiran seseorang. Citra destinasi dalam benak wisatawan tidak selamanya selaras

dengan kondisi nyata yang ada pada destinasi itu sendiri dan juga penilaian yang diberikan wisatawan berbeda antara satu individu dengan yang lainnya (Setyaningsih & Murwatiningsih, 2017). Seperti penelitian yang dilakukan (Andersson et al., 2022) mengatakan bahwa citra destinasi melibatkan persepsi terhadap suatu destinasi sebelum dan sesudah kunjungan ke destinasi tersebut. Ketika seorang wisatawan membuat keputusan untuk melakukan perjalanan, kemungkinan besar ia akan mempertimbangkan citra destinasi dan atribut destinasi untuk menentukan ke mana harus pergi.

Kemudian selain citra destinasi, Aksesibilitas merupakan faktor yang mempengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan untuk berkunjung, karena dalam pengambilan keputusan dapat dianggap sebagai kegiatan konsumen memilih suatu produk atau jasa dalam melakukan keputusan pembelian (Kotler dan Armstrong, 2003, dalam Dian 2018). Sebelum melakukan perjalanan wisata, seorang pengunjung terlebih dahulu melakukan sebuah proses mental untuk sampai pada keputusan, menyangkut kapan akan melakukan perjalanan, berapa lama, ke mana, dengan cara bagaimana, dan seterusnya. Proses pengambilan keputusan ini sangat penting bagi pembangunan pariwisata terkait dengan berbagai fakta yang mempengaruhi keputusan berkunjung ke suatu destinasi wisata. Seperti penelitian yang dilakukan (Zhang et al., 2023) mengemukakan bahwa rute akses yang ada akan mempengaruhi kepuasan wisatawan terhadap suatu wisata tersebut dan akan mempertimbangkan jarak, waktu, dan faktor lain yang dipertimbangkan wisatawan ketika merencanakan rute

dalam proses pariwisata, dan mengedepankan keputusan jalur wisata yang memuaskan wisatawan dan dapat memberikan pengalaman baru.

Berdasarkan pengamatan peneliti dan juga komentar yang peneliti temukan pada situs web Goa Batu Kapal pada aksesibilitas kawasan wisata Goa Batu Kapal ditemukan akses jalan menuju Goa tersebut belum lancar, karena belum di perbaiki oleh pemerintah dinas pariwisata setempat yang mana jalannya masih berlobang atau banyak batu batuan serta ketika dilanda hujan akses jalan akan licin yang mengakibatkan sulitnya kendaraan untuk keluar dari area wisata tersebut. Diperkuat juga dengan penelitian yang dilakukan oleh (Mulyati & Masruri, 2019) yang menyatakan bahwa aksesibilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Sehingga semakin baik aksesibilitas suatu destinasi wisata, maka akan semakin tinggi keputusan berkunjung wisatawan.

Permasalahan yang dipaparkan diatas dimana pada satu sisi calon pengunjung memiliki banyak pilihan wisata yang ada di Solok-Selatan, disisi lain mau tidak mau Goa Batu Kapal harus terus berbenah mulai dari membangun citra yang positif di dalam benak wisatawan. Dan Aksesibilitas menuju objek wisata Goa Batu Kapal guna menciptakan sesuatu yang unik, *trend* dan *booming* agar citra destinasi wisata tidak tergerus ditengah persaingan wisata yang akan mengakibatkan pengunjung Goa Batu Kapal berkurang dan mengalami penurunan pendapatan pada suatu objek wisata, baik itu masyarakat dan juga dinas pariwisata Solok Selatan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Huda dkk., 2019) menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan pada variabel citra destinasi terhadap keputusan berkunjung wisatawan Coban Jahe. dan penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Khairunnisah, dkk, 2020) Pengaruh variabel citra destinasi halal menunjukkan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan berkunjung kembali wisatawan di Pantai Tanjung Aan. Semakin baik citra wisata halal menurut persepsi wisatawan belum tentu mampu menciptakan keinginan wisatawan untuk berkunjung kembali. Dan juga penelitian yang dilakukan (Yulianto & Mawardi, 2016) Citra Destinasi berpengaruh tidak signifikan terhadap Keputusan Berkunjung Hal ini dikarenakan Citra Destinasi yang melekat pada pariwisata Indonesia tidak mampu mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan lokal secara langsung, sehingga dibutuhkan faktor-faktor pendorong lain seperti Electronic Word of Mouth sebagai mediator untuk memperkenalkan merek sehingga dapat memicu dorongan untuk melakukan kunjungan wisata.

Kemudian penelitian yang dilakukan (Rokhayah & Ana Noor Andriana, 2021) menunjukkan bahwa variabel aksesibilitas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Keputusan Berkunjung Wisatawan pantai Istana Amal Kabupaten Penajam Paser Utara. Hal ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Hasanah et al., 2023) menyatakan bahwa variabel aksesibilitas tidak berpengaruh Sehingga

signifikan terhadap kunjungan ke kawasan taman Purbakala Bukit Siguntang Kota Palembang.

Berangkat dari permasalahan dan perbedaan research gap penelitian terdahulu dimana masih banyaknya variabel destinasi image dan aksesibilitas yang berpengaruh dan tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **“Pengaruh *Destination Image* Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Goa Batu Kapal Solok Selatan”**

B. Identifikasi masalah

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian diatas, maka ditemukan beberapa identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Terjadinya penurunan yang signifikan pada keputusan berkunjung wisatawan di Goa Batu kapal Solok-Selatan
2. Lingkungan objek wisata Goa Batu Kapal Solok-Selatan yang masih kurang terjaga keasriannya
3. Wisata Goa Batu Kapal Solok-Selatan masih memiliki citra negatif di benak konsumen karena fasilitas yang kurang terjaga
4. Jalan menuju objek wisata Goa Batu Kapal Solok-Selatan yang belum lancar

C. Batasan masalah

Dalam memberikan penjelasan tentang penelitian ini, peneliti memberikan batasan ruang lingkup permasalahan yaitu pengaruh

Destination image dan Aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada destinasi Wisata Goa Batu Kapal Solok-Selatan.

D. Rumusan masalah

Berdasarkan batasan masalah yang telah dikemukakan di atas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *Destination Image* dan Aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke objek wisata Goa Batu Kapal Solok-Selatan?
2. Bagaimana pengaruh *Destination Image* terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke objek wisata Goa Batu Kapal Solok-Selatan?
3. Bagaimana pengaruh Aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke objek wisata Goa Batu Kapal Solok-Selatan?

E. Tujuan penelitian

Peneliti dalam melakukan penelitian ini memiliki beberapa tujuan yang ingin dicapai, yaitu untuk menganalisis:

1. Pengaruh *Destination Image* dan Aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke objek wisata Goa batu Kapal Solok-Selatan
2. Pengaruh *Destination Image* terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke objek wisata Goa Batu Kapal Solok-selatan
3. Pengaruh Aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke objek wisata Goa Batu Kapal Solok-Selatan

F. Manfaat penelitian

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan wawasan serta menambah khasanah kepustakaan khususnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Departemen Pendidikan Ekonomi keahlian Tata Niaga di Universitas Negeri Padang. Serta dapat digunakan sebagai tambahan dalam referensi dan rekomendasi bagi peneliti selanjutnya yang mengadakan penelitian dibidang pemasaran yang terkait dengan *Destination image*, Aksesibilitas dan keputusan berkunjung.

2. Manfaat praktis

- a. Bagi penulis adalah sarana untuk memperdalam dan memperluas ilmu pengetahuan yang diperoleh selama melakukan penelitian
- b. Bagi akademik adalah sebagai sumbangan ilmiah kepada fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang
- c. Bagi pengelola objek wisata Goa Batu Kapal sebagai pertimbangan untuk merencanakan strategi dalam pemasaran yang berkaitan dengan *Destination Image* dan Aksesibilitas