

ABSTRAK

Wahda Hani Batubara: Pengaruh Daya Tarik Wisata, Lokasi, dan harga terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Danau Singkarak (Studi Pada Pengunjung Obyek Wisata Halal Danau Singkarak Sumatera Barat.

Keputusan Berkunjung/Pembelian merupakan tahap dalam proses pengambilan keputusan dimana konsumen benar-benar membeli. Beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan adalah daya tarik wisata, lokasi, dan harga. Telah terjadi penurunan pengunjung yang drastis danau singkarak pada bulan Mei 2018 Mengakibatkan sepi pengunjung danau singkarak.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis: 1) pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan. 2) pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan. 3) pengaruh harga Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan. Dan 4) pengaruh daya tarik wisata, lokasi dan harga terhadap keputusan berkunjung wisatawan.

Keputusan Berkunjung/keputusan Pembelian yaitu tindakan seseorang dalam mengambil suatu keputusan. Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki daya tarik untuk dilihat dan dinikmati yang di jual ke pasar wisata. Lokasi adalah tempat dimana suatu usaha atau aktifitas dilakukan. Harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif. Analisis data yang digunakan untuk melihat hubungan antara variabel independen (Daya Tarik Wisata, Lokasi, dan Harga terhadap variabel dependen (keputusan Berkunjung Wisatawan) adalah Uji Validitas, Uji Realibilitas, analisis regresi linier berganda, analisis korelasi. Kemudian pengujian hipotesis (uji t dan uji f), dan analisis Determinasi. Uji Hipotesis menggunakan taraf nyata 0,05 atau 5%. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan bantuan *Software Statistical Product and Service Solution (SPSS) 22,0 For windows*.

Berdasarkan hasil Penelitian, dapat disimpulkan bahwa: 1) secara parsial daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan dengan t hitung lebih besar dari t tabel ($2.033 > 0,1985$), dengan tingkat signifikansi $0,045 < 0,05$. 2) Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan berkunjung wisatawan dengan t hitung lebih besar dari t tabel ($7.326 > 0,1985$), dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. 3) harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan berkunjung wisatawan dengan t hitung lebih besar dari t tabel ($3.881 > 0,1985$), dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Dan 4) koefisien regresi secara bersama-sama diperoleh F hitung $>$ F tabel ($70.784 > 3,090$), dan diperoleh nilai signifikansi F sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil Koefisien Determinasi diperoleh R-Square dengan nilai sebesar 68,9% yang menunjukkan bahwa ketiga variabel bebas mampu menjelaskan perubahan yang terjadi pada Keputusan berkunjung wisatawan danau singkarak Solok, Sumatera Barat sebesar 68,9%. Sisanya 31,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

Wahda Hani Batubara: The Effect of Tourism Attraction, Location and Price on the Singkarak Lake Tourist Visiting Decision (Study on Shingkar Tourism Objects of Lake Singkarak, West Sumatra.

The Visit / Purchasing Decision is the stage in the decision making process where consumers actually buy. Some factors that influence tourists' decision to visit are tourist attraction, location, and price. There has been a drastic decline in visitors to Lake Singkarak in May 2018 resulting in deserted Lake Singkarak visitors.

This study aims to determine and analyze: 1) the influence of Travel Attraction on Tourist Visit Decisions. 2) the effect of Location on the Tourist Visit Decision. 3) the effect of prices on tourists' visiting decisions. And 4) the influence of tourist attraction, location and price on tourist visiting decisions.

Visiting Decision / Purchasing decision is someone's action in making a decision. A tourist attraction is anything that has an attraction to see and enjoy that is sold to the tourist market. Location is a place where a business or activity is carried out. Price is the amount of money billed for a product

The method used in this research is descriptive and verification methods with a quantitative approach. Analysis of the data used to see the relationship between the independent variables (Travel Attraction, Location, and Price of the dependent variable (Tourist Visit decision) are Validity Test, Reliability Test, multiple linear regression analysis, correlation analysis, then hypothesis testing (t test and test f), and Determination analysis Hypothesis testing uses a real level of 0.05 or 5% Data processing in this study uses the help of Statistical Software and Service Solution (SPSS) 22.0 for windows.

Based on the results of the study, it can be concluded that: 1) partially tourist attraction has a positive and significant effect on tourist visiting decisions with t arithmetic greater than t table ($2,033 > 0,1985$), with a significance level of $0,045 < 0,05$. 2) Location has a positive and significant influence on tourist decision to visit with t arithmetic greater than t table ($7,326 > 0,1985$), with a significance level of $0,000 < 0,05$. 3) the price has a positive and significant influence on the decision to visit tourists with t arithmetic greater than t table ($3,881 > 0,1985$), with a significance level of $0,000 < 0,05$. And 4) the regression coefficients are jointly obtained F arithmetic > F table ($70,784 > 3,090$), and obtained a significance value of F of $0,000 < 0,05$. Determination coefficient results obtained by R-Square with a value of 68.9% which shows that the three independent variables are able to explain the changes that occur in the decision to visit the tourists of Lake Singkarak Solok, West Sumatra by 68.9%. The remaining 31.1% is influenced by other variables not examined by researchers.