

FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN BEDENGAN MALANG MELALUI E-WOM SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

(FACTORS INFLUENCING DECISIONS TO VISIT BEDENGAN MALANG TOURISTS VIA E-WOM AS A MEDIATION VARIABLE)

Putra Irwandi¹, Bunga Wirda^{1*}, Aulia Adetya¹, Muh Kadri S²

Program Studi Magister Sains Agribisnis, IPB University¹, Program Studi Biosains Hewan,
IPB University²

Jl. Raya Dramaga, Babakan, Kec. Dramaga, Kabupaten Bogor, Jawa Barat 16680¹

Email: putrairwandi3000@gmail.com¹, bungawirda16@gmail.com^{1*},

adetyaadetya@apps.ipb.ac.id¹, smuhkad@gmail.com²

ABSTRAK

Objek Wisata Bedengan merupakan salah satu objek wisata strategis yang berada di kawasan Malang Jawa Timur. Objek wisata ini menyajikan keindahan alam dan unsur edukasi yang menjadi nilai strategis dan menjadi keistimewaan lokasi ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan di Wisata Bedengan dengan variabel E-WoM sebagai mediasi. Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif eksplanatori. Teknik pengambilan sample dilakukan secara *purposive* dengan pertimbangan tertentu. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 150 responden yang dikumpulkan melalui penyebaran kuisioner online melalui *google form*, dan dokumentasi. Variabel yang digunakan antara lain Aksesibilitas (X1), Citra Destinasi (X2), Fasilitas (X3), E-WoM (Z), dan Keputusan Berkunjung (Y1). Analisis data menggunakan *Partial Least Square Structural Equation Model* (PLS-SEM) dengan bantuan *software smartpls* versi 3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Aksesibilitas (X1) dan fasilitas (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap E-WoM. Sedangkan Citra Destinasi (X2) berpengaruh terhadap E-WoM dan E-WoM (Z) secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Hal ini ditandai dengan nilai p value dan t-statistik kurang dari 0,05 (t-statistik < 0.05 taraf 5%) Hal ini mengindikasikan bahwa jika pengelola Objek Wisata Bedengan ingin meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, maka perlu memperhatikan lebih detail terkait dengan pembenahan akses, membangun citra destinasi yang kuat, dan peningkatan fasilitas yang tersedia serta menyusun strategi E-WoM yang tepat.

Kata Kunci: Aksesibilitas, Citra Destinasi, Fasilitas, E-WoM, Keputusan Berkunjung

ABSTRACT

The Bedengan tourist attraction is one of the strategic tourist attractions in the Malang area, East Java. This tourist attraction presents natural beauty and educational elements which are of strategic value and are the specialty of this location. This research aims to identify factors that influence tourists' visiting decisions at Bedengan Tourism with the E-WoM variable as mediation. The approach in this research uses explanatory quantitative methods. The sampling technique was carried out purposively with certain considerations. The number of respondents in this research was 150 respondents who were collected through distributing online questionnaires via Google Form, and documentation. The variables used include Accessibility (X1), Destination Image (X2), Facilities (X3), E-WoM (Z), and Visiting Decision (Y1). Data analysis used *Partial Least Square Structural Equation Model* (PLS-SEM) with the help of *SmartPLS* software version 3.0. The research results show that accessibility (X1) and facilities (X3) do not have a significant effect on E-WoM. Meanwhile, Destination Image (X2) influences E-WoM and E-WoM (Z) directly has a positive and significant influence on tourists' visiting decisions. This is indicated by a p value and t-statistic of

less than 0.05 (t-statistic < 0.05 level 5%) This indicates that if the Bedengan tourist attraction management wants to increase the number of tourist visits, they need to pay more attention to details related to improving access. , building a strong destination image, and improving available facilities as well as developing an appropriate E-WoM strategy.

Keywords: Accessibility, Destination Image, Facilities, E-WoM, Visiting Decisions

PENDAHULUAN

Pariwisata memiliki peranan yang penting dalam percepatan pertumbuhan ekonomi nasional. Tidak hanya sebagai penyedia lapangan pekerjaan namun juga dapat meningkatkan standar hidup dan pendapatan masyarakat untuk hidup produktif dan menghasilkan subsektor lainnya di sekitar wilayah pariwisata. Dari aspek budaya pariwisata juga memiliki dampak pada pelestarian nilai-nilai kebudayaan dan religiusitas di berbagai lokasi. Pengelolaan pariwisata diharapkan dapat memanfaatkan keseluruhan potensi dan sumberdaya yang ada di wilayah tersebut menjadi daya tarik (Irwandi, 2024). Hal ini terlihat banyak dari pariwisata nasional yang mulai menggeliat dalam beberapa tahun terakhir dan concern dalam pembangunan wisata. Misalnya terlihat dari pembenahan wisata, peningkatan sarana dan prasarana, event dan kegiatan bertaraf nasional hingga internasional, pelaksanaan sadar wisata dan pengembangan desa wisata (Pattipeilohy, 2023)

Malang sebagai salah satu pusat wisata yang ada di Jawa Timur menyajikan magnet pariwisata yang wajib dikunjungi oleh wisatawan. Berbagai macam sumber daya tarik pariwisata memiliki kualitas, akses, dan ragam yang menarik. Malang juga dikenal sebagai destinasi unggulan pariwisata. Mulai dari kategori wisata kuliner, wisata tradisional, nuansa budaya, alam dan pemandangan, serta sejarah yang menarik dan mudah dijumpai di Malang. Berbagai pilihan belanja, cita rasa, dan pesona Malang menjadikan Malang wajib dikunjungi oleh wisatawan. Perkembangan yang masif dan kompetitif menjadikan Malang juga memberikan kepuasan kepada wisatawan khususnya keindahan alam lokasi wisata, salah satunya adalah Bedengan.

Wisata Bedengan secara geografis berada di Desa Selorejo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang. Lokasi wisata ini terletak di daerah perkebunan jeruk dan banyak didatangi oleh turis. Terdapat aliran air berarus deras dan berbatu besar yang berasal dari sumber mata air langsung yang melewati lokasi wisata tersebut dengan dominasi wilayah pegunungan. Berada di ketinggian 700-1200 mpdl kawasan ini sejuk dan cocok dijadikan sebagai kawasan wisata alam dengan pemandangan menarik. Wisata Bedengan Malang juga dikenal dengan area perkemahan dengan deretan pohon pinus dan aliran sungai yang menarik perhatian wisatawan lokal ataupun nasional. Selain itu, bisa dijadikan sebagai tempat *healing* terbaik

dikala jenuh dan menepi dari hiruk-pikuk area perkotaan (Putri Raflesia Arifin, 2017). Namun, bedengan masih belum optimal dalam pengelolaan dan fasilitas yang dimiliki. Terdapat banyak potensi yang jika sarana dan prasarannya dikembangkannya mampu menarik minat wisatawan. Kawasan wisata bedengan juga mendukung acara *outbound* berbasis edukasi yang diadakan oleh sekolah, instansi ataupun *event organizer* sehingga menjadikan peluang utama selain perkemahan.

Salah satu faktor yang sangat berpengaruh dalam keputusan berkunjung wisata adalah Aksesibilitas, Citra Destinasi, Fasilitas, E-WoM. Aksesibilitas merupakan kemudahan yang disediakan dalam mencapai destinasi wisata yang ada. Jika suatu wisata tidak didukung oleh adanya aksesibilitas yang baik maka susah untuk berkembang, juga didukung oleh adanya sarana transportasi dan komunikasi karena jarak dan waktu mempengaruhi keputusan seseorang untuk melakukan perjalanan wisata (Suwantoro, 2015). Citra destinasi didefinisikan sebagai aktivitas dan fasilitas yang saling berhubungan dan berkorelasi dalam menarik kunjungan wisatawan ke suatu daerah (Anshika, 2021). Sedangkan fasilitas didefinisikan sebagai semua kelengkapan utama dan dasar yang memungkinkan pariwisata dapat hidaup dan berkembang sehingga memberikan pelayanan terbaik kepada wisatawan (Nugroho, 2022). Fasilitas juga berupa sarana dan prasarana yang disediakan perusahaan untuk memudahkan, mendapatkan atau memakai barang maupun jasa supaya memberikan penilaian dan rasa puas dipikiran konsumen atau orang yang memakainya (Angga & Putra, 2017). E-WoM memiliki pengertian bahwa bentuk kesediaan konsumen untuk membagikan informasi secara sukarela kepada orang lain untuk melakukan atau menggunakan sesuatu atau penyebaran informasi secara sukarela dengan berbagai media kepada konsumen atau wisatawan sehingga menimbulkan interaksi antar aktivitas tersebut (Mahaputra, 2019). Keputusan berkunjung merupakan suatu keputusan yang diambil oleh seseorang yang akan melakukan perjalanan ke suatu tempat wisata tertentu untuk berlibur. Keputusan pengunjung untuk memilih objek wisata yang dipilih pada dasarnya merupakan salah satu bentuk pengambilan keputusan (Angga & Putra, 2017).

Didasarkan atas latar belakang tersebut, Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan di Wisata Bedengan dengan variabel E-WoM sebagai mediasi.

METODE PELAKSANAAN

Pendekatan penelitian yang dilakukan menggunakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan salah satu penelitian yang bersifat sistematis, terencana, terstruktur, dengan jelas sejak awal pembuatan hingga desain penelitian (Asrin, 2022). Penelitian kuantitatif mencakup keseluruhan spectrum yang ada dengan kriteria yang juga diterapkan dalam beberapa kegiatan seperti perhitungan, pemverifikasian serta penganalisisan data untuk semua jenis pengukuran (Priyono, 2008). Penelitian dilakukan di Kota Malang pada pengunjung yang sudah pernah datang ke Wisata Bedengan Malang. Penentuan lokasi dilakukan secara sengaja atau *purposive* berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu. Penelitian ini dilaksanakan secara *online* melalui *google form* dengan target responden yaitu pengunjung yang sudah pernah datang minimal satu kali kunjungan. Teknik yang digunakan dalam penentuan sampel ini yaitu teknik *purposive sampling* (Qomari, 2009). Jumlah sampel responden yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 150 responden, dimana jumlah tersebut cukup untuk melakukan penelitian dengan menggunakan analisis SEM-PLS (*Structural Equation Modelling*). Menurut Hair, Joseph F., G. Tomas M. Hult., Christian M. Ringle., (2017) bahwa ukuran sampel yang digunakan dalam SEM-PLS tidak terlalu besar yaitu sekitar 30-100 sampel. Sehingga dapat dikatakan bahwa jumlah sampel pada penelitian ini cukup untuk mewakili populasi yang ada. Analisis yang digunakan adalah analisis *Structural Equation Modelling* merupakan salah satu teknik analisis yang dapat dilakukan untuk menjawab pertanyaan rumusan masalah yang ada. Pemilihan ini SEM dilakukan yang PLS (*Partial Least Square*) didasarkan pada pendekatan *component based structural equation modelling*. Hal ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kunjungan wisata bedengan Malang dengan E-WoM sebagai Mediasi dengan bantuan software Smart PLS 4.0 (Solimun *et al.*, 2017).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Pentingnya karakteristik responden dilakukan untuk melihat adanya persebaran keragaman yang dilihat dari beberapa aspek antara lain jenis kelamin, umur, pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan. Hal ini bertujuan dapat memberikan gambaran dan karakteristik yang jelas terkait dengan topik penelitian.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Deskripsi	Jumlah Responden	Persentase
Jenis kelamin	Laki-Laki	65	43,34%
	Perempuan	85	56,66%
	Total	150	100,00%
Usia	17-19	12	8,00%
	20-25	80	53,34%
	25-30	38	25,33%
	>30	20	13,33%
	Total	150	100.00 %
Pekerjaan	Siswa/Mahasiwa	60	40,00%
	Pegawai Kontrak	35	23,33%
	PNS/Pejabat	35	23,33%
	Guru/Dosen	20	13,34%
	Total	150	100,00%
Pendapatan	<Rp1.000.000	43	28,67 %
	Rp1.000.000-Rp3.000.000	80	53,33%
	> Rp3.000.000	27	18%
	Total	150	100, 00 %

Sumber: Penulis (2024)

Karakteristik responden yang digunakan untuk melihat berbagai kriteria yang didasarkan atas jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan pendapatan. Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa jumlah responden didominasi oleh Perempuan sebesar 85 orang (56,66%). Karakteristik jenis kelamin digunakan untuk mengetahui persentase apakah laki-laki atau perempuan yang memiliki perhatian terhadap pilihan wisata. Tidak hanya jenis kelamin, karakteristik dari usia juga penting untuk dianalisis. Usia responden ialah usia pada saat penelitian ini dilakukan dinyatakan dalam tahun. Berdasarkan tabel tersebut responden rata-rata berada pada usia 20-25 tahun, dengan jumlah 80 orang (53,34%). Usia merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap tingkat partisipasi dan pengambilan keputusan seseorang sesuai dengan bakat, niat, dan keinginan. Seseorang berada pada usia yang produktif tentunya akan lebih mudah untuk mempertimbangkan pilihan. Usia produktif mempengaruhi seseorang agar lebih dinamis dan tanggap terhadap perkembangan lingkungan yang ada di sekitar mereka. Orang yang masih dalam usia produktif cenderung lebih berani dalam mengambil resiko pada keputusan yang diambil atau kegiatan yang sedang mereka tekuni walaupun pengalaman dapat terbilang cukup kurang. Usia merupakan salah satu faktor penting dalam kemampuan dan peningkatan kinerja seseorang dalam melakukan memilih sesuatu dan mengukur tingkat kepuasan diri. Kepuasan diri yang ada, erat kaitan dengan kemampuan fisik, mental, dan kesiapan dalam pengambilan keputusan sehingga mempengaruhi cara berpikir dalam melakukan kegiatan yang dilakukan. Sehingga

pemilihan terhadap agrotourism tertentu juga dipengaruhi oleh usia (Rustandi et al., 2020; Sa'adah et al., 2021). Karakteristik lain yang mempengaruhi juga dilihat dari aspek pendapatan. Berdasarkan tabel tersebut, pendapatan tertinggi didominasi oleh pengunjung yang memiliki pendapatan sebesar Rp1000.000-Rp3000.000 dengan jumlah 80 orang (54%). Hal ini disebabkan bahwa didominasi oleh mahasiswa yang menganggap bahwa pendapatan dan membantu mereka untuk memilih tempat wisata yang favorit untuk dikunjungi. Data Pendapatan merupakan penghasilan yang didapatkan seseorang dari kegiatan penjualan barang atau jasa yang dilakukan untuk mendapatkan laba dan gaji sebagai upah. Dalam penelitian ini pengelompokan pendapatan sangat diperlukan untuk menganalisis kunjungan wisatawan yang ada. pendapatan seseorang tentu memiliki peran yang penting dimana seseorang dalam memuaskan kebutuhannya yang berhubungan dengan keputusan berkunjung yang akan dilakukan. Tentu pendidikan tidak sama antara individu satu dengan individu lainnya sehingga menanamkan sebuah pola pikir yang berbeda pula, dengan pola pikir yang berbeda tentunya dapat mempengaruhi perilaku seseorang dalam melakukan keputusan (Andrian et al., 2019).

Analisis SEM PLS

Pengujian Outer model

Model pengukuran dilakukan dalam menguji validitas konstruk dan realibel pada instrument atau item-item pertanyaan. Sebelum pengujian hipotesisi dilakukan maka penting untuk mengetahui prediksi hubungan antara variabel laten dalam model dengan evaluasi model pengukuran untuk verifikasi indikator dan variabel laten yang dapat diuji berikutnya. Validitas konvergen yang ada di tingkat indikator dapat diketahui melalui nilai *factor loading*. Suatu indikator dianggap valid jikalau nilai factor loading yang dimiliki diatas 0,5 ((J. F. Hair et al., 2014)). Sedangkan pada tingkat variabel, validitas konvergen diketahui dari nilai *Average Variance Extracted* (AVE). Suatu variabel dianggap valid ketika nilai AVE yang dimiliki diatas 0.5 (Chin, 2010) (Ssolimun et al., 2017) (Sholihin dan Ratmono, 2020). Uji validitas menggunakan *loading factor* pada penelitian ini ditunjukkan oleh tabel berikut :

Tabel 2. Hasil *Outer Loadings* dan *Cross loading*

	Aksesibilitas (X1)	Citra Destinasi (X2)	Fasilitas (X3)	E-WoM (Z)	Keputusan Berkunjung (Y)
X1.1	0.876	0.317	0.305	0.137	0.38
X1.2	0.817	0.363	0.498	0.149	0.355

X1.3	0.906	0.283	0.424	0.128	0.324
X2.1.	0.398	0.653	0.191	0.296	0.276
X2.2	0.294	0.797	0.403	0.5	0.584
X2.3	0.141	0.725	0.184	0.337	0.45
X3.1.	0.351	0.305	0.87	0.175	0.447
X3.2	0.535	0.348	0.888	0.195	0.514
X3.3	0.364	0.119	0.832	-0.069	0.243
Z1.1	0.028	0.29	0.13	0.657	0.274
Z1.2	0.123	0.466	0.168	0.9	0.502
Z1.3	0.199	0.521	0.282	0.87	0.569
Y1.1	0.313	0.54	0.473	0.516	0.886
Y1.2	0.48	0.524	0.575	0.529	0.878
Y1.3	0.315	0.563	0.353	0.46	0.821
Y1.4	0.313	0.57	0.494	0.499	0.902

Sumber: Penulis (2024)

Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa nilai outer loading antara indikator dengan variabel yang dituju secara keseluruhan memiliki nilai yang lebih besar dari nilai korelasi indikator dengan variabel lain. Hal ini dapat disimpulkan bahwa indikator dinyatakan valid dengan kata lain variabel laten mampu memprediksi indikatornya dengan lebih baik dibandingkan dengan indikator pada variabel lain. Setelah melakukan uji validitas, tahap selanjutnya yakni melakukan uji reliabilitas yang dilakukan dengan melihat nilai *Cronbach's alpha* sebagai batas bawah dan *Composite Reliability* sebagai batas atas konsistensi reliabilitas. Syarat nilai untuk menguji realibilitas yaitu menggunakan nilai *Composite reliability*, kuesioner dapat dikatakan reliabel komposit baik apabila nilai nya sebesar 0,7 dan kuesioner dapat dikatakan konsisten apabila *Cronchbach Alpha* nilainya > 0,6 (Solimun *et.al*, 2017). Berikut merupakan hasil tabel uji realibitas dengan menggunakan *composite realibility* dan *cronbach alpha* pada tabel dibawah ini :

Tabel 3. Pengujian Reliabilitas

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>rho_A</i>	<i>Composite Reliability</i>	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
Aksesibilitas (X1)	0.835	0.835	0.901	0.752
Citra Destinasi (X2)	0.674	0.599	0.77	0.529
Fasilitas (X3)	0.789	0.293	0.791	0.578
E-WoM (Z)	0.752	0.818	0.855	0.667
Keputusan Berkunjung (Y)	0.895	0.898	0.927	0.761

Sumber: Penulis (2024)

Pengujian Inner model

R-Squared (R^2)

Uji *R-Squared* dilakukan untuk menunjukkan berapa proporsi variabel respon yang dapat dijelaskan oleh variabel prediktor atau menguji seberapa pengaruh antara variabel eksogen terhadap variabel endogen. Menurut Hair *et al.*, (2013) mengatakan bahwa jika nilai

R^2 menunjukkan nilai antara 0 hingga 1, jika semakin mendekati 1 maka hubungan antar variabel tersebut memiliki prediksi yang tinggi atau hubungan yang sempurna. Berdasarkan uji R^2 pada penelitian ini didapatkan nilai pada variabel Y sebesar 0.534. Hal ini menunjukkan bahwa hasil penelitian ini berada diantara 0 hingga 1 yang menyatakan bahwa hubungan antar variabel memiliki akurasi yang tinggi. Jika memiliki hasil akurasi yang tinggi yaitu mendekati 1 maka nilai uji *R-squared* semakin baik.

Tabel 4. Nilai *R-Squared*

	<i>R Square</i>	<i>R Square Adjusted</i>
E-WoM (Z)	0.298	0.284
Keputusan Berkunjung (Y)	0.331	0.327

Sumber: Penulis (2024)

Effect Size (f²)

Nilai *effect size* digunakan untuk mengetahui apakah suatu prediktor variabel (eksogen) mempunyai sumbangan pengaruh terhadap variabel endogennya. Menurut Hair *et al.*, (2018) mengatakan bahwa jika nilai f^2 memiliki nilai >0.02 kategori kecil, nilai >0.15 kategori sedang dan nilai >0.35 kategori besar. Secara keseluruhan termasuk dalam kategori kecil. Nilai *effect size* pada penelitian ini disajikan pada tabel berikut.

Tabel 4. Hasil nilai F^2

	E-WoM (Z)	Keputusan Berkunjung (Y)
Aksesibilitas (X1)	0.006	
Citra Destinasi (X2)	0.334	
Fasilitas (X3)	0.006	
E-WoM (Z)		0.495

Sumber: Penulis (2024)

Goodness of Fit

Goodness Fit merupakan indeks dan ukuran kebaikan hubungan antar variabel laten satu dengan yang lainnya yang terkait dengan asumsi-asumsinya. Kriteria dari *Goodnes of Fit* bersifat *rule of thumb* yang artinya tidak mutlak. Apabila terdapat satu atau dua indikator model *fit and quality indices* yang tidak memenuhi kriteria tentunya masih bisa digunakan. dapat disimpulkan bahwa indeks ukuran kebaikan hubungan antar variabel laten (*inner model*) dikatakan baik Berikut merupakan hasil pengujian Goodness of Fit.

Tabel 5. Hasil *Goodness of Fit*

	<i>Saturated Model</i>	<i>Estimated Model</i>
SRMR	0.106	0.16
d_ULS	1.521	3.489
d_G	0.798	0.917
Chi-Square	634.581	697.440
NFI	0.595	0.555

Sumber: Penulis (2024)

Dalam pengujian hipotesis, digunakan nilai *Path Coefficient* untuk mengetahui bahwa suatu variabel berpengaruh positif atau negatif dengan rentang nilai -1 hingga 1. Selanjutnya, nilai T-statistics dan p digunakan dalam menentukan signifikansi setiap jalur pada model penelitian. Suatu jalur dikatakan signifikan apabila nilai T-statistics lebih dari 1,64 dan dan p bernilai kurang dari 0,1 (J. F. Hair et al., 2018). Hasil dari uji hipotesis pada penelitian ini beserta keterangan ditampilkan pada Tabel berikut

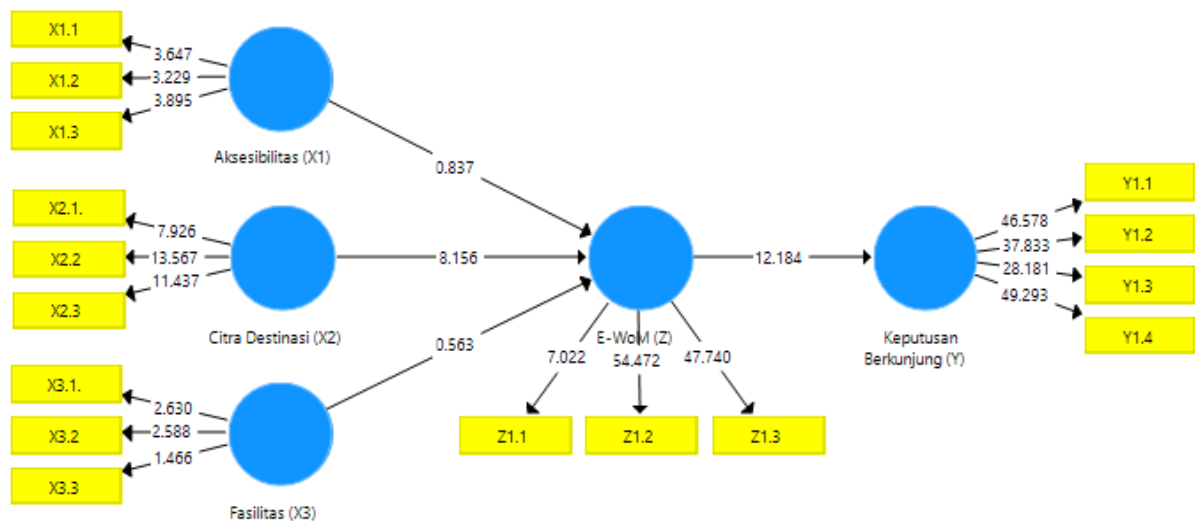


Figure 1. Uji Hipotesis

Sumber: Penulis (2024)

Berikut ini adalah tabel pengujian hipotesis yang telah dianalisis :

Tabel 5. Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Path Koefisien	T Statistics	P Values
Aksesibilitas (X1) -> E-WoM (Z1)	-0.079	0.837	0.201
Citra Destinasi (X2) -> E-WoM (Z1)	0.539	8.156	0.000
Fasilitas (X3) -> E-WoM (Z1)	0.079	0.563	0.287
E-WoM (Z1) -> Keputusan Berkunjung (Y1)	0.567	12.184	0.000

Sumber: Penulis (2024)

1. Variabel Aksesibilitas dan fasilitas Tidak Berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung melalui E-WoM sebagai Variabel Mediasi

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan didapatkan bahwa aksesibilitas (X1) dan fasilitas (X3) tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung melalui E-WoM. Tidak hanya aksesibilitas, variabel fasilitas juga tidak berpengaruh. Hal ini terlihat dari nilai T statistik yang lebih kecil dari T tabel yakni 1,96 dan juga nilai p-value yang lebih besar dari taraf signifikasin 5%. Hal ini banyak faktor yang didominasi oleh faktor lain yang dominan misalnya 1) Kondisi wisata yang tidak sesuai dengan harapan wisatawan di Bedengan. 2) Faktor e-WoM yang tidak efektif dalam menjelaskan lebih lanjut kondisi akses wisata Bedengan. Faktor lain yang mempengaruhi lain adalah 3) Persepsi Subjektif berupa Persepsi

tentang aksesibilitas dan fasilitas dapat bervariasi di antara individu. Beberapa orang mungkin menganggap suatu tempat mudah dijangkau, sementara yang lain mungkin merasa sebaliknya. Oleh karena itu, persepsi subjektif ini dapat memengaruhi keputusan berkunjung. Begitu juga dengan wisatawan yang ada di Bedengan. 4) Ketergantungan pada Jenis Wisatawan: Jenis wisatawan juga memainkan peran. Misalnya, wisatawan yang mencari petualangan mungkin lebih bersedia mengatasi tantangan aksesibilitas dan fasilitas lain daripada wisatawan yang mencari kenyamanan dan kemudahan. 5) Kondisi Fisik dan Kesehatan: Kondisi fisik dan kesehatan individu juga memengaruhi persepsi aksesibilitas. Orang dengan mobilitas terbatas mungkin lebih memperhatikan faktor aksesibilitas dan pandangannya terhadap fasilitas. 6) Pengalaman Sebelumnya: Pengalaman sebelumnya di destinasi tertentu juga dapat memengaruhi persepsi aksesibilitas dan fasilitas. Jika seseorang telah menghadapi kesulitan sebelumnya, mereka mungkin lebih mempertimbangkan faktor ini dalam keputusan berkunjung. Namun, perlu dicatat bahwa setiap destinasi memiliki konteks unik, dan pengaruh aksesibilitas dapat berbeda-beda. Oleh karena itu, penting bagi para pengelola destinasi untuk memperhatikan faktor aksesibilitas agar dapat meningkatkan pengalaman wisatawan.

2. Varibael Citra Destinasi dan E-WoM berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung melalui

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan didapatkan bahwa citra destinasi (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung melalui E-WoM. Hal ini terlihat dari nilai T statistik yang lebih kecil dari T tabel yakni 1,96 dan juga nilai p-value yang lebih besar dari taraf signifikasin 5%. Berikut beberapa alasan kenapa citra destinasi wisata (X2) berpengaruh positif dan signifikan di Bedengan Malang:

- Kenyamanan yang ada di Bedengan Malang: Fasilitas yang baik meningkatkan kenyamanan pengunjung. Jika tempat memiliki fasilitas yang memadai, pengunjung lebih mungkin untuk menghabiskan waktu lebih lama dan kembali lagi.
- Kualitas Pengalaman: Fasilitas yang memadai meningkatkan kualitas pengalaman pengunjung. Jika pengunjung merasa puas dengan fasilitas, mereka akan lebih cenderung merekomendasikan destinasi tersebut kepada orang lain.
- Daya Tarik Wisata: Beberapa fasilitas, seperti wahana permainan, museum, atau tempat makan, menjadi daya tarik tersendiri bagi pengunjung.

Electronic Word of Mouth (E-WOM):

E-WOM merujuk pada informasi, ulasan, atau rekomendasi yang disebarakan melalui platform digital seperti media sosial, situs web, atau aplikasi. Penelitian oleh Nur Saifatun Nafi'ati (2021): Penelitian ini menemukan bahwa citra destinasi, fasilitas wisata, dan E-WOM secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Bukit Kapur Selo Tirta Giri, Desa Sekapuk, Kecamatan Ujungpangkah, Kabupaten Gresik. Pengaruh positif E-WOM terhadap keputusan berkunjung dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Kepercayaan: Ulasan positif dari pengunjung sebelumnya dapat membangun kepercayaan pada calon wisatawan. Jika mereka melihat banyak ulasan baik tentang suatu tempat, mereka cenderung lebih tertarik untuk mengunjunginya.
- Informasi: E-WOM memberikan informasi real-time tentang pengalaman orang lain di destinasi tertentu. Informasi ini membantu calon wisatawan dalam mengambil keputusan.
- Pengaruh Sosial: Manusia cenderung memengaruhi satu sama lain. Jika teman atau keluarga merekomendasikan suatu tempat, calon wisatawan lebih mungkin untuk mengunjunginya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dapat diidentifikasi bahwa Aksesibilitas (X1) dan fasilitas (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung melalui E-WoM sebagai variabel mediasi. Sedangkan Citra Destinasi (X2) berpengaruh terhadap E-WoM dan E-WoM (Z) secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Hal ini ditandai dengan nilai *p value* dan *t-statistik* kurang dari 0,05 ($t\text{-statistik} < 0.05$ taraf 5%) Hal ini mengindikasikan bahwa jika pengelola Objek Wisata Bedengan jika ingin meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, maka perlu memperhatikan lebih detail terkait dengan pembenahan akses, membangun citra destinasi yang kuat, dan peningkatan fasilitas yang tersedia serta menyusun strategi E-WoM yang tepat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih disampaikan kepada 1) Departemen Agribisnis Fakultas Ekonomi dan Manajemen IPB University, 2) Kepada responden dan pengelola destinasi wisata Bedengan Malang, 3) Kami mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada Lembaga

Pengelola Dana Pendidikan (LPDP), Kementerian Keuangan Republik Indonesia, yang telah mendanai pendidikan magister kami dalam menempuh gelar Magister Sains (M.Si) di IPB University.

DAFTAR PUSTAKA

- Andrian, A., Anggraini, R., & Sugiarto, S. (2019). Analisis Karakteristik Responden Dan Atribut Perjalanan Terhadap Pemilihan Moda Angkutan Umum Rute Banda Aceh – Tapaktuan. *Jurnal Arsip Rekayasa Sipil Dan Perencanaan*, 2(4), 294–305. <https://doi.org/10.24815/jarsp.v2i4.14946>
- Angga, S. P., & Putra, M. (2017). PENGARUH E-WOM TERHADAP CITRA DESTINASI, KEPUASAN DAN LOYALITAS (Studi pada kunjungan wisatawan di DIY). *Modus*, 29(2), 201–218.
- Anshika, A. (2021). Pengaruh Produk Pariwisata dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Pariwisata Dipantai Nirwana Kota Baubau. *Jurnal E-Bis*, 6(2), 366–385. <https://doi.org/>. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v6i2.9>
- Asrin, A. (2022). *METODE PENELITIAN EKSPERIMEN* (Issue 1).
- Chin. (2010). “How to write up and report PLS analyses”, in *Esposito Vinzi, V., Chin, W.W., Henseler, J. and Wang, H. (Eds), Handbook of Partial Least Squares: Concepts, Methods and Application*”, Springer, Berlin, pp. 645-689.
- Hair, Joseph F., G. Tomas M. Hult., Christian M. Ringle., and M. S. 2. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modelling (PLS-SEM)*.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., Black, W. C., & Anderson, R. E. (2018). *Multivariate Data Analysis*. <https://doi.org/10.1002/9781119409137.ch4>
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. *European Business Review*, 26(2), 106–121. <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>
- Hair, J. J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Rstedt, M. S., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Rstedt, M. S. (2013). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling. In *Long Range Planning* (Vol. 46, Issues 1–2). <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2013.01.002>
- Hair Jr, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., Black, W. C., & Anderson, R. E. (2018). *Multivariate Data Analysis*. <https://doi.org/10.1002/9781119409137.ch4>

- Irwandi, P. (2024). Kelayakan Investasi dan Pola Pengembangan UMKM Berbasis Desa Wisata. *Jurnal Ilmiah Membangun Desa Dan Pertanian*, 9(1), 91–104.
- Kristiutami, Y. P. (2017). Pengaruh keputusan berkunjung terhadap kepuasan wisatawan di museum geologi bandung. *Jurnal Pariwisata*, 4(No.1), 53–62.
<https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jp/article/download/1761/1463>
- Mahaputra, et al. (2019). PERAN SIKAP MEMEDIASI PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG. *E-Jurnal Manajemen*, 8(12), 7326–7348.
- Nugroho. (2022). PENGARUH DAYA TARIK WISATA, AKSESIBILITAS DAN FASILITAS TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN KE PANTAI SIANGAU KABUPATEN BANGKA BARAT. *JURNAL EKOMAKS Jurnal Ilmu Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 11(1), \ 101–113.
<https://doi.org/https://doi.org/10.33319/jeko.v11i1.102>
- Pattipeilohy, V. R. (2023). Peran Dimensi Lokasi Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan. *Journal of Business Application*, 2(November), 159–172.
- Priyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif* (T. Chandra (ed.); Revisi). Zifatama Pusblishing.
- Putri Raflesia Arifin, A. (2017). Pendekatan Community Based Tourism dalam Membina Hubungan Komunitas di Kawasan Kota Tua Jakarta. *Jurnal Visi Komunikasi*, 16(01), 111–130.
- Qomari, R. (2009). Teknik Penelusuran Analisis Data Kuantitatif dalam Penelitian Kependidikan. *Insania*, 14(3), 1–11.
- Rustandi, A. A., Harniati, & Kusnadi, D. (2020). Jurnal Inovasi Penelitian. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(3), 599–597.
- Sa’adah, L., Martadani, L., & Taqiyuddin, A. (2021). Analisis Perbedaan Kinerja Karyawan Pada Pt Surya Indah Food Multirasa Jombang. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(2), 515.
<https://doi.org/https://doi.org/10.47492/jip.v2i2.711>
- Sholihin dan Ratmono. (2020). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 7.0* (C. Mitak (ed.)). Penerbit ANDI.
- Solimun, Fernandes, A.A.R, N. (2017). *Metode Statistika Multivariat Permodelan Structural (SEM)*. UB Press.
- Suwantoro, G. (2015). *Dasar-dasar Pariwisata* (1st ed.). Penerbit Andi.