Cakrawala: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Bisnis
Volume 2, Number 4, Desember 2025, pp. 574-584
P-ISSN: 3046-9910, E-ISSN: 3046-8884
DOI: https://doi.org/10.70451/cakrawala.v2i4.674

Pengaruh Daya Tarik Wisata, Amenitas, dan Aksesibilitas terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Situ dan Candi Cangkuang Kabupaten Garut

Putri Anggraeni[1*], Nurjamilah[2]

[1,2] Fakultas Ilmu Sosial dan Bisnis, Universitas Wanita Internasional, Bandung, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history:
Received: September 27, 2025
Revised: November 10, 2025
Accepted: November 17, 2025

Keywords:
Tourist attraction, Amenity, accessibility, Decision to Visit

ABSTRACT

Tourism plays a significant role in boosting the regional economy. Cangkuang Lake and Temple offer potential tourist attractions that combine natural beauty with historical and cultural sites. The number of tourist visits has declined in recent years, indicating the existence of factors influencing the decision to visit. This study aims to determine the influence of tourist attractions, amenities, and accessibility on tourists' decision to visit Cangkuang Lake and Temple in Garut Regency. This research method uses a quantitative approach with descriptive and verification analysis. The study population was tourists visiting Cangkuang Lake and Temple. The study sample consisted of 96 respondents, determined using the Cochran formula. Primary data was obtained through a questionnaire distributed via Google Forms with a Likert scale of 1-5. Data testing included validity, reliability, normality, classical assumption testing, correlation, coefficient of determination (R2), path analysis, and hypothesis testing using SPSS version 25.0. The results indicate strong positive relationship between tourist attractions, amenities, and accessibility. Tourist Attractions and Accessibility partially have a positive and significant effect on the Decision to Visit. Amenities have a positive but insignificant effect. Tourist Attractions, Amenities, and Accessibility simultaneously have a positive and significant effect on the Decision to Visit.

Kata Kunci:
Daya Tarik Wisata, Amenitas, Aksesibilitas, Keputusan Berkunjung

ABSTRAK

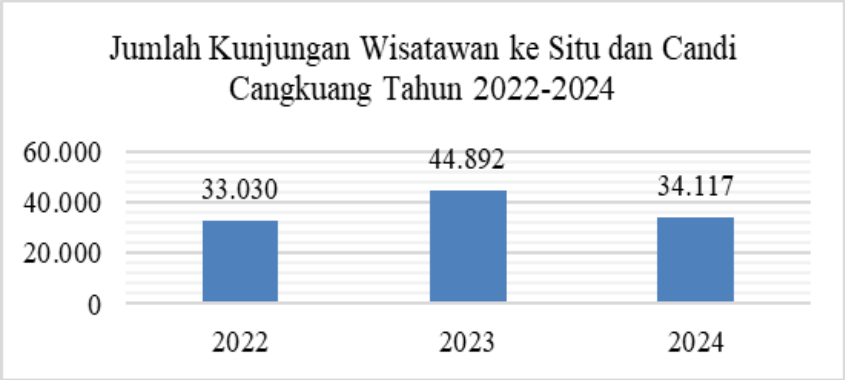
Pariwisata berperan penting dalam meningkatkan perekonomian daerah. Situ dan Candi Cangkuang memiliki potensi daya tarik wisata yang menggabungkan keindahan alam dengan situs sejarah dan budaya. Jumlah kunjungan wisatawan mengalami penurunan dalam beberapa tahun terakhir, menunjukkan adanya faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan berkunjung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Daya Tarik Wisata, Amenitas dan Aksesibilitas terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Situ dan Candi Cangkuang Kabupaten Garut. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis deskriptif dan verifikatif. Populasi penelitian adalah wisatawan yang berkunjung ke Situ dan Candi Cangkuang. Sampel penelitian berjumlah 96 responden yang ditentukan menggunakan rumus Cochran. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner melalui Google Form dengan skla likert 1-5. Pengujian data meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji asumsi klasik, uji korelasi, uji koefisien determinasi (R2), uji analisis jalur (path analysis), serta uji hipotesis menggunakan software SPSS version 25.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Daya Tarik Wisata, Amenitas dan Aksesibilitas memiliki hubungan positif dan kuat. Daya Tarik Wisata dan Aksesibilitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung. Amenitas berpengaruh positif tetapi tidak signifikan. Daya Tarik Wisata, Amenitas dan Aksesibilitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan.

This is an open access article under the CC BY-SA license. Copyright © 2025 by Author. Published by Yayasan Pendidikan Mulia Buana (YPMB)

*Corresponding author.
E-mail: anggraenip2613@gmail.com (Putri Anggraeni)

1. PENDAHULUAN

Pariwisata sebagai salah satu sektor yang memiliki peran penting dalam mendukung pembangunan ekonomi daerah. Indonesia menjadi salah satu tujuan wisata populer yang banyak dikunjungi oleh wisatawan Nusantara ataupun Mancanegara karena memiliki beragam destinasi wisata alam dan budaya, situs sejarah, wisata bahari, wisata ziarah, dan kuliner. Kabupaten Garut salah satu daerah di Provinsi Jawa Barat yang banyak dikunjungi untuk tujuan wisata karena memiliki berbagai potensi wisata dengan keindahan alam dan keunikan budaya yang masih dilestarikan. Salah satunya adalah Situ dan Candi Cangkuang dengan keindahan alam dan nilai-nilai budayanya yang masih melekat.



Gambar 1. Jumlah Kunjungan Wisatawan Situ dan Candi Cangkuang
Sumber : Garut Satu Data, 2025

Gambar 1. menunjukkan jumlah kunjungan wisatawan ke Situ dan Cangkuang mengalami fluktuasi yang signifikan. Pada tahun 2022 ke 2023 mengalami peningkatan pengunjung sekitar 35%. Namun, pada tahun 2024 mengalami penurunan menjadi 34.117 pengunjung. Hasil observasi, ini diakibatkan oleh kurangnya daya tarik dan fasilitas baru di lokasi wisata. Dari segi lokasi, wisata ini cukup mudah diakses dari pusat kota dengan kondisi jalan yang baik. Namun, tidak ada transportasi umum dan akses jalan masih sempit untuk dilewati kendaraan besar serta kurangnya petunjuk arah jalan menuju lokasi objek wisata. Hasil observasi tersebut diperkuat dengan hasil pra survei yang menunjukkan daya tarik wisata, amenitas dan Aksesibiltas terdapat masalah. Daya tarik wisata membutuhkan penataan lebih baik supaya ada daya tarik lagi untuk menarik wisatawan berkunjung, salah satunya pembenahan area wahana dan fasilitas seperti wahana air dan lainnya. Aksesibiltas harus diperbaiki dengan menyediakan transportasi umum dan lebih dan lebih banyak petunjung arah.

Dalam pengembangan sektor pariwisata, keberhasilan suatu destinasi ditentukan oleh daya tarik wisata yang terdapat di suatu destinasi. (Yoeti, 2006, dikutip dalam Rai, 2016) bahwa daya tarik wisata mencakup segala sesuatu yang membuat suatu daerah menjadi menarik bagi wisatawan untuk berkunjung. (Irawan dkk., 2021) jika suatu objek wisata memiliki amenitas atau fasilitas yang memadai, serta memenuhi standar pelayanan dan memenuhi kebutuhan pengunjung, maka objek wisata tersebut akan menarik kembali wisatawan. (Yoeti, 1997 sebagaimana dikutip dalam Daulay, 2022), apabila suatu daya tarik wisata tidak didukung oleh Aksesibiltas yang memadai, maka objek yang mempunyai daya tarik tersebut akan sulit untuk berkembang, karena faktor jarak dan waktu kegiatan wisata sangat bergantung pada transportasi dan komunikasi yang sangat mempengaruhi keinginan seseorang untuk melakukan perjalanan wisata. Keputusan berkunjung wisatawan menjadi salah satu faktor utama dalam keberhasilan suatu destinasi wisata. (Kotler & Keller, 2021) menyatakan bahwa keputusan pembelian ini sama halnya dengan keputusan berkunjung yaitu proses yang dilewati oleh seorang wisatawan dalam memilih tempat wisata. Beberapa penelitian yang dilakukan peneliti terdahulu seperti yang diteliti oleh (Syafitri & Ezizwita, 2023) menunjukkan bahwa Daya tarik wisata, fasilitas dan Aksesibiltas, mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap proses keputusan berkunjung baik secara parsial maupun simultan. (Daulay, 2022) menunjukkan bahwa daya tarik wisata berpengaruh terhadap keputusan berkunjung, sedangkan fasilitas dan aksesibilitas tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung.

Berdasarkan fenomena pada latar belakang diatas, maka tujuan penelitian ini, yaitu : 1) untuk mengetahui daya tarik wisata, amenitas, Aksesibiltas dan Keputusan berkunjung wisatawan ke Situ dan Candi Cangkuang; 2) Untuk mengetahui hubungan Daya Tarik Wisata, Amenitas dan Aksesibiltas di Situ dan Candi Cangkuang; 3) Untuk mengetahui pengaruh Daya Tarik Wisata, Amenitas dan Aksesibiltas terhadap Keputusan Berkunjung wisatawan ke Situ dan Candi Cangkuang baik secara simultan dan parsial.

2. TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Daya Tarik Wisata

(Utama, 2017) menyatakan bahwa daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang dapat menarik wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat atau destinasi wisata. Daya tarik buatan manusia, alam, maupun budaya dapat memberikan pengalaman yang menarik bagi pengunjung dan memengaruhi keputusan untuk melakukan perjalanan wisata. Daya tarik wisata dapat disimpulkan sebagai segala sesuatu yang unik dan mampu menarik wisatawan untuk berkunjung ke suatu destinasi, seperti keindahan alam, tradisi dan budaya. Menurut (Utama, 2017) menyatakan dimensi daya tarik wisata terdiri dari :

1) Daya tarik yang dapat disaksikan *(What to see)* Destinasi harus memiliki objek dan atraksi wisata yang berbeda dengan tempat lain. Destinasi tersebut harus memiliki daya tarik unik dan atraksi budaya yang dapat dijadikan hiburan bagi pengunjung, seperti pemandangan alam, aktivitas wisata, seni, dan atraksi wisata.
2) Aktivitas wisata yang dapat dilakukan *(What to do)* Destinasi wisata harus memiliki fasilitas yang membuat wisatawan betah untuk tinggal lama dan memiliki banyak pengalaman yang dapat dilihat dan disaksikan.
3) Sesuatu yang dapat dibeli *(What to buy)* Destinasi tujuan wisata harus memiliki fasilitas bagi pengunjung untuk berbelanja, terutama barang souvenir dan kerajinan tangan sebagai oleh oleh yang dapat dibawa pulang wisatawan ke tempat asalnya.
4) Penginapan *(What to stay)* Wisatawan memerlukan tempat menginap sementara waktu selama liburan. Wisatawan memerlukan penginapan yang sesuai, dapat berupa hotel berbintang ataupun hotel non berbintang dan akomodasi lainnya.

Amenitas

Amenitas memiliki peranan yang sangat penting untuk menciptakan kenyamanan dan kepuasan wisatawan. (Armal dkk., 2023) menjelaskan bahwa amenitas adalah fasilitas pendukung yang dapat memenuhi permintaan dan preferensi wisatawan selama berada di destinasi. Amenitas dapat disimpulkan sebagai fasilitas pendukung yang disediakan oleh pengelola di suatu destinasi untuk memenuhi kebutuhan dan kenyamanan wisatawan saat berkunjung. Peneliti perlu mengukur beberapa dimensi untuk menilai kualitas amenitas di suatu destinasi. (Leylita Novita Rossadi & Endang Widayati, 2024), menyatakan bahwa amenitas dapat diukur melalui dimensi, sebagai berikut:

1) Toilet umum Fasilitas yang disediakan oleh pengelola objek wisata.
2) Tempat parkir Fasilitas yang digunakan wisatawan selama berkunjung ke destinasi wisata.
3) Tempat ibadah Fasilitas yang disediakan bagi wisatawan yang berbeda kepercayaan agama.
4) Tempat sampah Fasilitas yang disediakan oleh pengelola wisata agar pengunjung tidak membuang sampah sembarangan dan selalu menjaga kebersihan lingkungan di kawasan wisata.

Aksesibilitas

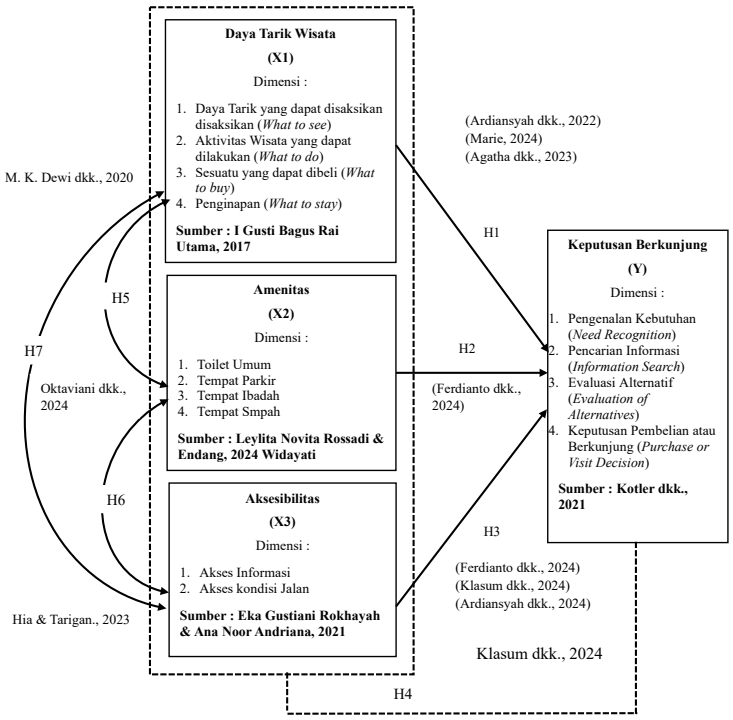
Aksesibilitas adalah salah satu faktor yang penting untuk pengembangan destinasi wisata. Menurut (Rokhayah & Ana Noor Andriana, 2021) menyatakan bahwa aksesibilitas merupakan salah satu cara untuk memudahkan wisatawan mencapai lokasi wisata. Aksesibilitas dapat disimpulkan sebagai faktor penting untuk memudahkan wisatawan mencapai objek wisata, meliputi akses jalan raya, sarana transportasi, dan rambu petunjuk arah. (Rokhayah & Ana Noor Andriana, 2021) menyatakan bahwa dimensi aksesibilitas yang menentukan keberhasilan destinasi wisata, meliputi:

1) Akses informasi Media sosial dan internet memudahkan wisatawan untuk memperoleh informasi tentang tempat wisata yang akan dikunjungi. Akses informasi berupa petunjuk arah atau papan petunjuk dapat memudahkan wisatawan saat berada di lokasi wisata.
2) Akses kondisi jalan Kondisi jalan yang baik dan terhubung dengan infrastruktur publik mempermudah wisatawan mencapai destinasi. Selain itu, tersedianya area parkir yang luas dan terjangkau turut mendukung kenyamanan wisatawan.

Keputusan Berkunjung

Keputusan berkunjung salah satu indikator dalam menilai keberhasilan suatu destinasi wisata. (Kotler dkk., 2021) menyatakan bahwa keputusan pembelian serupa dengan keputusan berkunjung yaitu proses yang dilalui wisatawan dalam memilih tempat wisata. Keputusan berkunjung dapat disimpulkan sebagai salah satu komponen perilaku konsumen yang melibatkan pemilihan lokasi wisata untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan. (Kotler dkk., 2021), menyatakan bahwa secara umum dimensi keputusan berkunjung, meliputi :

1) Pengenalan Kebutuhan *(Need Recognition)* Wisatawan menyadari kebutuhan atau keinginan untuk berlibur, mengunjungi tempat wisata. Kebutuhan ini muncul karena berbagai alasan seperti, ingin bersantai, mengeksplorasi budaya, atau berinteraksi dengan alam.
2) Pencarian Informasi *(Information Search)* Wisatawan mencari informasi tentang destinasi wisata yang dapat memenuhi kebutuhan atau keinginan. Informasi ini dapat ditemukan melalui internet, media sosial, rekomendasi teman, atau iklan.
3) Evaluasi Alternatif *(Evaluation of Alternatives)* Wisatawan mempertimbangkan berbagai alternatif objek wisata dengan memperhatikan faktor-faktor seperti daya tarik wisata, fasilitas (amenitas), aksesibilitas, dan harga.
4) Keputusan Pembelian atau Berkunjung *(Purchase or Visit Decision)* Wisatawan memutuskan untuk mengunjungi destinasi yang dipilih sesuai hasil evaluasi yang dilakukan.



Gambar 2. Paradigma Penelitian

H0-1 : Tidak ada pengaruh positif dan signifikan secara parsial daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung
H1-1 : Ada pengaruh positif dan signifikan secara parsial daya tarik wisata terhadap Keputusan berkunjung
H0-2 : Tidak ada pengaruh positif dan signifikan secara parsial amenitas terhadap keputusan berkunjung
H1-2 : Ada pengaruh positif dan signifikan secara parsial amenitas terhadap keputusan berkunjung
H0-3 : Tidak ada pengaruh positif dan signifikan secara parsial aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung
H1-3 : Ada pengaruh positif dan signifikan secara parsial aksesibilitas terhadap Keputusan berkunjung
H0-4 : Tidak ada pengaruh positif dan signifikan secara simultan daya tarik wisata, amenitas, dan aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung
H1-4 : Ada pengaruh positif dan signifikan secara simultan daya tarik wisata, amenitas, dan aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung
H0-5 : Tidak ada hubungan positif dan kuat antara daya tarik wisata dan amenitas
H1-5 : Ada hubungan positif dan kuat antara daya tarik wisata dan amenitas
H0-6 : Tidak ada hubungan positif dan kuat antara amenitas dan aksesibilitas
H1-6 : Ada hubungan positif dan kuat antara amenitas dan aksesibilitas
H0-7 : Tidak ada hubungan positif dan kuat antara daya tarik wisata dan aksesibilitas
H1-7 : Ada hubungan positif dan kuat antara daya tarik wisata dan aksesibilitas

3. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain deskriptif dan verifikatif untuk mengetahui pengaruh atau hubungan yang signifikan antar variabel independen (daya tarik wisata, amenitas, Aksesibiltas) dan variabel dependen (keputusan berkunjung) yang akan diteliti. (Hamzah & Susanti, 2020) penelitian kuantitatif adalah penelitian empiris yang disajikan dalam bentuk data numerik. Subjek Penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung ke Situ dan Candi Cangkuang Kabupaten Garut. Sedangkan objek pada penelitian ini yaitu daya tarik wisata, amenitas, Aksesibiltas dan keputusan berkunjung wisatawan. Data primer dihasilkan melalui penyebaran kuesioner melalui gform kepada responden sedangkan data sekunder bersumber dari studi kepustakaan, literatur, artikel maupun internet yang berkaitan dengan topik penelitian. Populasi penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung ke wisata Situ dan Candi Cangkuang Kabupaten Garut. (Sarwono, 2022) penelitian ini akan menggunakan rumus Cochran karena jumlah populasi (n) wisatawan Situ dan Candi Cangkuang di Kabupaten Garut yang tidak diketahui jumlahnya secara pasti. Dengan demikian, diperoleh sampel sebanyak 96 responden.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda yang bertujuan untuk mengetahui sejauh mana variabel daya tarik wisata (X_1), amenitas (X_2), dan aksesibilitas (X_3) berpengaruh terhadap keputusan berkunjung (Y). Sebelum dilakukan analisis regresi, data terlebih dahulu diuji menggunakan uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan bahwa setiap butir pernyataan dalam kuesioner layak digunakan sebagai instrumen penelitian. Selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas guna memastikan bahwa model regresi memenuhi kriteria BLUE (Best Linear Unbiased Estimator).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Pengujian Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menentukan apakah suatu data atau variabel terdistribusi secara normal atau tidak. Untuk memastikan apakah data terdistribusi normal atau tidak, peneliti menggunakan uji statistik *One Sampel Kolmogorov-Smirnov Test* dengan melihat *Monte Carlo Sig. (2-tailed)* > 0,05. Jika nilai signifikansi > 0,05 data dinyatakan terdistribusi secara normal. Jika nilai signifikansi < 0,05, data tidak terdistribusi normal. Berikut ini adalah tampilan uji normalitas**:**

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			96
Normal Parameters[a,b]	Mean		0,0000000
	Std. Deviation		6060,05572219
Most Extreme Differences	Absolute		0,096
	Positive		0,096
	Negative		-0,069
Test Statistic			0,096
Asymp. Sig. (2-tailed)			.030[c]
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		.327[d]
	99% Confidence Interval	Lower Bound	0,315
		Upper Bound	0,339

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Sumber : Data diolah peneliti, 2025

Data hasil pengujian uji normalitas dilihat dari nilai *Monte Carlo Sig. (2-tailed).* Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai Sig. > 0,05. Nilai Signifikansi pada kolom *Unstandardized Residual* yaitu 0,327 > 0,05. Dengan demikian, semua variabel lebih besar dari signifikansi 0,05 (Sig. > 0,05) yang berarti data berdistribusi normal.

Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah ada perbedaan varian dalam model regresi antara residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Penelitian ini akan menggunakan uji *Glejser.* Dengan ketentuan analisisnya, jika nilai probabilitasnya yang diperoleh > 0,05 maka dikatakan tidak mengalami gejala heterokedastisitas. Jika nilai probabilitasnya < 0,05 mengindikasikan bahwa terdapat gejala heterokedastisitas. Hasil uji heterokedastisitas akan disajikan sebagai berikut:

Tabel 2 Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.207	.051		4.052	.000
	Daya Tarik Wisata (X1)	-1.425E-6	.000	-.152	-.903	.369
	Amenitas (X2)	-2.905E-6	.000	-.311	-1.863	.066
	Aksesibiltas (X3)	3.659E-6	.000	.231	1.576	.118

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber : Data diolah peneliti, 2025

Hasil uji heterokedastisitas diatas menunjukkan bahwa berdasarkan nilai signifikansi variabel daya tarik wisata (X1) 0,369 > 0,05, nilai probabilitas sig. > 0,05 dengan uji *Glejser*. Variabel aksesibilitas (X3) memiliki nilai signifikansi 0,118 > 0,05, sedangkan variabel amenitas (X2) memiliki nilai signifikansi 0,066 > 0,05. Dengan demikian, tidak ada satu pun variabel yang menunjukkan gejala heteroskedastisitas.

Uji Multikolonieritas

Pengujian multikolonieritas digunakan untuk mengetahui apakah ada hubungan antara variabel bebas (independen). Ketentuan analisisnya yaitu tidak ada multikolinearitas jika nilai VIF pada model regresi < 10 dan nilai *tolerance* > 10. Di sisi lain, dikatakan ada gejala multikolinearitas jika nilai VIF model > 10 dan nilai *tolerance* < 10.

Tabel 3 Hasil Uji Multikolonieritas

Coefficients[a]								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1634.245	3744.942		.436	.664		
	Daya Tarik Wisata (X1)	.464	.116	.416	4.007	.000	.344	2.903
	Amenitas (X2)	.093	.114	.083	.812	.419	.351	2.848
	Aksesibiltas (X3)	.738	.170	.391	4.335	.000	.455	2.196

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung (Y)

Sumber : Data diolah peneliti, 2025

Hasil pengujian multikolonieritas diatas menunjukan bahwa nilai *tolerance* dan VIF pada setiap variabel lebih besar dari 0,10 (>0,10) dan nilai VIF kurang dari 10 (<10). Dengan demikian, setiap variabel pada tabel diatas memenuhi syarat untuk regresi karena tidak menunjukkan gejala multikolonieritas.

Uji Korelasi

Uji korelasi digunakan untuk mengukur kekuatan dan arah hubungan antara dua variabel yaitu variabel independen (daya tarik wisata, amenitas dan Aksesibiltas) terhadap variabel dependen (keputusan berkunjung).

Tabel 4 Hasil Uji Korelasi (Hubungan antar Variabel)

		Daya Tarik Wisata (X1_	Amenitas (X2)	Aksesibiltas (X3)	Keputusan Berkunjung (Y)
Daya Tarik Wisata (X1)	Pearson Correlation	1	.779**	.699**	.754**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,000
	N	96	96	96	96

		Daya Tarik Wisata (X1_	Amenitas (X2)	Aksesibiltas (X3)	Keputusan Berkunjung (Y)
Amenitas (X2)	Pearson Correlation	.779**	1	.692**	.678**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,000	0,000
	N	96	96	96	96
Aksesibiltas (X3)	Pearson Correlation	.699**	.692**	1	.740**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000		0,000
	N	96	96	96	96
Keputusan Berkunjung (Y)	Pearson Correlation	.754**	.678**	.740**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	
	N	96	96	96	96

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan masing-masing variabel dalam penelitian ini memiliki hubungan atau keterkaitan satu sama lain, sesuai dengan hasil uji korelasi tersebut.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 5 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

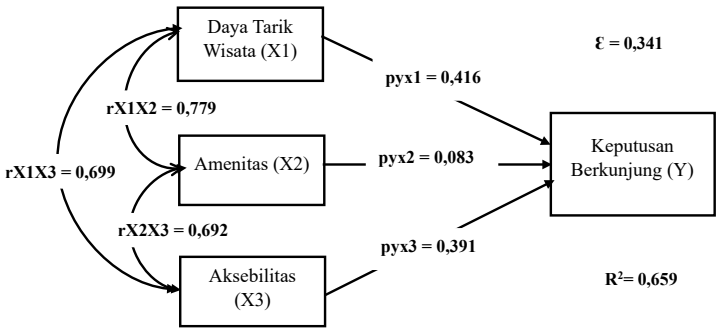
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.812[a]	.659	.648	6158.068

a. Predictors: (Constant), Aksesibiltas (X3), Amenitas (X2), Daya Tarik Wisata (X1)

Sumber : Data diolah peneliti, 2025

Hasil pengujian koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai (R^2) yang dilihat dari nilai *R Square* adalah sebesar 0,659. Hal ini menunjukkan variasi pada variabel independen yang terdiri dari Daya Tarik Wisata, Amenitas dan Aksesibiltas mampu memberikan pengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan sebesar 65,9%, sementara 0,314 atau 34,1% sisanya dipengaruhi oleh varabel lain yang tidak menjadi objek penelitian ini.

Analisis Jalur (*Path Analysis*)



Gambar 3 Model Penelitian dengan Analisis Jalur (Path Analysis)

Sumber : Data diolah peneliti, 2025

Gambar diagram analisis jalur diatas menunjukkan bahwa variabel Keputusan Berkunjung dipengaruhi oleh Daya Tarik Wisata, Amenitas dan Aksesibiltas sehingga didapat persamaan struktural secara sistematis yang disajikan sebagai berikut :

Y = 0,416 X1 + 0,083 X2 + 0,391 X3 + 0,341 Ɛ

Adapun penjelasan dari persamaan struktural diatas adalah sebagai berikut :

1) Pada persamaan diatas, nilai koefisien jalur untuk variabel Daya Tarik Wisata menunjukkan bahwa terdapat nilai positif sebesar 0,416. Artinya jika Daya Tarik Wisata mengalami peningkatan dan variabel bebas lainnya tetap, maka Keputusan Berkunjung juga akan meningkat sebesar 0,416. Dengan demikian, apabila daya tarik wisata naik satu satuan dengan kondisi variabel lainnya tetap, maka nilai Keputusan Berkunjung akan naik sebesar 0,416.
2) Pada persamaan diatas, nilai koefisien jalur untuk variabel Amenitas (X2) menunjukkan bahwa terdapat nilai positif sebesar 0,083 yang berarti, jika Amenitas meningkat dan variabel bebas lainnya

tetap, maka Keputusan Berkunjung juga akan meningkat sebesar 0,083. Dengan demikian, apabila Amenitas naik satu satuan dan variabel lainnya tetap, maka nilai Keputusan Berkunjung akan naik sebesar 0,083.

3) Persamaan diatas, nilai koefisien jalur untuk variabel Aksesibiltas (X3) menunjukkan bahwa terdapat nilai positif sebesar 0,391. Hal ini menunjukkan jika Aksesibiltas meningkat dan variabel bebas lainnya tetap, maka Keputusan Berkunjung juga akan meningkat sebesar 0,391. Dengan demikian, apabila Aksesibiltas naik satu satuan dan variabel lainnya tetap, maka nilai Keputusan Berkunjung akan

Pengujian Hipotesis

Uji Parsial (Uji t)

Tabel 6 Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1634.245	3744.942		.436	.664
	Daya Tarik Wisata (X1)	.464	.116	.416	4.007	.000
	Amenitas (X2)	.093	.114	.083	.812	.419
	Aksesibiltas (X3)	.738	.170	.391	4.335	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung (Y)

Sumber : Data diolah peneliti, 2025

Tabel hasil uji parsial (uji t) pada masing-masing variabel dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

1) Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung

Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikansi < 0,05 yaitu $t_{hitung} = 4,007 > t_{tabel} = 0,1689$ dan nilai Sig. 0,000 < 0,05. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti variabel Daya Tarik Wisata secara parsial dan signifikan mempengaruhi terhadap Keputusan Berkunjung wisatawan di Situ dan Candi Cangkuang.

2) Pengaruh Amenitas terhadap Keputusan Berkunjung

Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikansi > 0,05 yaitu $t_{hitung} = 0,812 > t_{tabel} = 0,1689$ dan nilai Sig. 0,419 > 0,05. Oleh karena itu, H_0 diterima dan H_1 ditolak yang berarti variabel Amenitas tidak mempunyai pengaruh secara parsial dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung wisatawan di Situ dan Candi Cangkuang.

3) Pengaruh Aksesibiltas terhadap Keputusan Berkunjung

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel Aksesibiltas memiliki nilai $t_{hitung} = 4,335 > t_{tabel} = 0,1689$ dan nilai Sig. 0,000 < 0,05. H_0 dinyatakan ditolak dan H_1 diterima yang berarti variabel Aksesibiltas berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Situ dan Candi Cangkuang Kabupaten Garut.

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 7 Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6745575374.670	3	2248525124.890	59.294	.000[b]
	Residual	3488806158.819	92	37921806.074		
	Total	10234381533.490	95			

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung (Y)

b. Predictors: (Constant), Aksesibiltas (X3), Amenitas (X2), Daya Tarik Wisata (X1)

Sumber : Data diolah peneliti, 2025

Pada tabel ANOVA diatas, hasil uji F menunjukkan nilai F_{hitung} sebesar 59,294 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti nilai $F_{hitung} = 59,294 > F_{tabel} = 2,70$ dan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05, maka dapat dikatakan H_0 ditolak dan H_1 diterima. Oleh karena itu, Daya Tarik Wisata, Amenitas dan Aksesibiltas berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap Keputusan Berkunjung wisatawan ke Situ dan Candi Cangkuang Kabupaten Garut.

Pembahasan

Hubungan Daya Tarik Wisata, Amenitas, dan Aksesibiltas

Hasil analisis korelasi menunjukkan adanya hubungan yang kuat dan positif antara variabel Daya Tarik Wisata dan Amenitas dengan nilai koefisien 0,779. Hubungan antara Amenitas dan Aksesibilitas juga menunjukkan kekuatan yang tinggi dengan nilai 0,692, sementara hubungan antara Daya Tarik Wisata dan Aksesibilitas memiliki koefisien 0,699. Nilai-nilai ini berada dalam kategori korelasi kuat (0,60–0,779), yang menegaskan bahwa ketiga variabel memiliki keterkaitan saling mendukung dalam membentuk pengalaman berwisata yang holistik. Secara teoritis, hubungan positif ini konsisten dengan konsep destination competitiveness yang dikemukakan oleh Ritchie dan Crouch (2010), bahwa interaksi harmonis antara daya tarik utama, fasilitas pendukung, dan kemudahan akses menjadi penentu utama keberhasilan destinasi dalam menarik wisatawan secara berkelanjutan.

Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung

Temuan penelitian menunjukkan bahwa Daya Tarik Wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung wisatawan ke Situ dan Candi Cangkuang Kabupaten Garut, dengan nilai Sig. 0,000 < 0,05 dan koefisien jalur sebesar 0,416. Artinya, semakin kuat persepsi wisatawan terhadap daya tarik suatu destinasi, semakin besar kemungkinan mereka untuk berkunjung. Objek wisata yang menggabungkan elemen alam, sejarah, dan budaya menciptakan pengalaman emosional dan edukatif yang meningkatkan minat kunjungan. Hasil ini konsisten dengan penelitian Agatha et al. (2023), yang menemukan bahwa destination attractiveness merupakan determinan utama dalam keputusan wisatawan. Secara konseptual, daya tarik wisata juga terkait erat dengan teori push-pull motivation (Dann, 1981), di mana keunikan dan nilai budaya suatu destinasi menjadi pull factor yang mendorong wisatawan melakukan perjalanan.

Pengaruh Amenitas Terhadap Keputusan Berkunjung

Hasil pengujian menunjukkan bahwa Amenitas tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung, dengan nilai Sig. 0,419 > 0,05, sehingga hipotesis ditolak. Temuan ini mengindikasikan bahwa ketersediaan fasilitas seperti tempat makan, akomodasi, dan sarana umum yang memadai belum menjadi faktor utama yang menentukan keputusan wisatawan untuk berkunjung ke destinasi ini. Hal ini kemungkinan disebabkan oleh karakteristik wisatawan yang lebih mengutamakan aspek daya tarik dan aksesibilitas dibandingkan kelengkapan fasilitas. Penelitian Klasum et al. (2024) mendukung hasil ini dengan menunjukkan bahwa amenitas hanya berperan sebagai supporting factor, bukan driving factor utama dalam pembentukan keputusan berkunjung. Dalam konteks destinasi berbasis budaya, persepsi nilai pengalaman dan keunikan situs memiliki bobot yang lebih dominan dibandingkan dengan fasilitas pendukung.

Pengaruh Aksesibiltas Terhadap Keputusan Berkunjung

Aksesibilitas terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung, dengan nilai Sig. 0,000 < 0,05 dan koefisien jalur positif sebesar 0,391. Temuan ini menegaskan pentingnya kemudahan akses transportasi, ketersediaan informasi rute, dan kondisi infrastruktur jalan dalam meningkatkan minat wisatawan. Dalam konteks pariwisata daerah, aksesibilitas tidak hanya berperan sebagai elemen logistik, tetapi juga sebagai dimensi perceived convenience yang memengaruhi kepuasan dan niat kunjungan ulang. Penelitian Ardiansyah et al. (2022) menunjukkan hasil serupa, di mana aksesibilitas yang baik memperkuat persepsi nilai destinasi dan menurunkan hambatan perjalanan (travel barriers). Dengan demikian, perbaikan infrastruktur transportasi dan sistem informasi wisata akan berkontribusi signifikan terhadap peningkatan kunjungan wisatawan ke Garut.

Pengaruh Daya Tarik Wisata, Amenitas, dan Aksesibiltas Terhadap Keputusan Berkunjung

Secara simultan, ketiga variabel independen — Daya Tarik Wisata, Amenitas, dan Aksesibilitas — menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Berkunjung wisatawan, dengan nilai Sig. 0,000 < 0,05 dan nilai F hitung sebesar 59,294. Hal ini menandakan bahwa kombinasi antara keunikan daya tarik, dukungan fasilitas, dan kemudahan akses membentuk pengalaman destinasi yang komprehensif dan berdaya saing tinggi. Temuan ini diperkuat oleh studi Syafitri dan Ezizwita (2023) yang menegaskan bahwa ketiga faktor tersebut berkontribusi terhadap peningkatan keputusan berkunjung secara simultan. Secara teoritis, hasil ini sejalan dengan model Destination Competitiveness and Sustainability (Dwyer & Kim, 2003) yang menekankan sinergi antara faktor primer dan pendukung destinasi. Oleh karena itu, pengelola

destinasi wisata di Kabupaten Garut perlu mengadopsi strategi pengembangan terpadu yang menekankan keseimbangan antara daya tarik inti, fasilitas pendukung, serta aksesibilitas guna memperkuat daya saing wisata berkelanjutan.

5. PENUTUP

Secara keseluruhan, Daya Tarik Wisata, Amenitas, dan Aksesibilitas di Situ dan Candi Cangkuang sudah tergolong baik. Keunikan destinasi ini terletak pada perpaduan antara keindahan alam dan nilai sejarah yang kuat, menjadikannya tempat wisata edukatif dan budaya yang menarik. Meskipun fasilitas dasar seperti tempat parkir, toilet, dan tempat ibadah telah tersedia, masih diperlukan peningkatan kapasitas dan kualitas amenitas untuk memberikan kenyamanan optimal bagi wisatawan. Akses menuju lokasi tergolong mudah, namun ketersediaan transportasi umum masih perlu diperbaiki agar wisatawan lebih mudah menjangkau destinasi ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Daya Tarik Wisata dan Aksesibilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung, sementara Amenitas memiliki pengaruh yang belum signifikan. Secara simultan, ketiga variabel tersebut terbukti berkontribusi terhadap peningkatan keputusan wisatawan untuk berkunjung ke Situ dan Candi Cangkuang.

Pengelola wisata diharapkan dapat terus berinovasi dalam meningkatkan kualitas daya tarik dan pelayanan, misalnya dengan menambah fasilitas pendukung seperti penginapan dan area rekreasi keluarga. Penambahan jumlah dan kebersihan toilet umum, serta peningkatan kualitas amenitas lainnya, perlu menjadi prioritas untuk menciptakan pengalaman wisata yang lebih nyaman. Pemerintah daerah juga disarankan untuk memperbaiki sistem transportasi umum menuju lokasi wisata guna memperluas aksesibilitas. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas objek dan variabel penelitian, seperti promosi dan harga, karena faktor-faktor tersebut berpotensi besar memengaruhi keputusan wisatawan dalam menentukan destinasi berkunjung.

6. DAFTAR PUSTAKA

Agatha, F., Putra, Y. P., & Utami, S. (2023). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas, Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Di objek Wisata Pantai Pasir Putih Karanggoso Kabupaten Trenggalek. BISEI : Jurnal Bisnis Dan Ekonomi Islam, 8(2), 81–90. https://doi.org/10.33752/bisei.v8i2.4041

Ardiansyah, K., Sumar, & Nugroho, A. A. (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/10.33319/jeko.v11i1.102

Armal, M., Razak, M., & Hidayat, M. (2023). Pengaruh daya tarik, Aksesibiltas dan fasilitas terhadap kepuasan wisatawan berkunjung ke pulau karampuang di mamuju sulawesi barat. *SJM: Sparkling Journal of Management*, *1*(3), 336–350. https://e-jurnal.nobel.ac.id/index.php/sjm/article/view/3697

Daulay, S. H. P. P. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas dan Aksesibilitas terhadap Keputusan Berkunjung ke Objek Wisata Pantai Bali Lestari. Jurnal Creative Agung, 12(2), 1–19.

Irawan, M. R. N., Sayekti, L. I., & Ekasari, R. (2021). Pengaruh Fasilitas Wisata, Promosi Dan Harga Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung Pada Wisata Wego Lamongan. *Ecopreneur.12*, *4*(2), 122. https://doi.org/10.51804/econ12.v4i2.1008

Hamzah, A., & Susanti, L. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif Kajian Teoritik dan Praktik. Literasi Nusantara Abadi

Klasum, E. U., Nurjannah, N., & Simatupang, V. (2024). *The Effect of Attractions, Amenities and Accessibility on Visiting Decisions during the Covid-19 Pandemic in the Malino Area, Gowa Regency. Journal La Bisecoman*, *5*(1), 26–31. https://doi.org/10.37899/journallabisecoman.v5i1.917

Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing*.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). *Pearson Education*

Leylita Novita Rossadi, & Endang Widayati. (2024). Pengaruh Aksesibilitas, Amenitas, Dan Atraksi Wisata Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Ke Wahana Air Balong Waterpark Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta. *Journal of Tourism and Economic*, *1*(2), 109–116. https://doi.org/10.36594/jtec/cwkvga87

Rai, I. G. B. (2016). Pengantar Industri Pariwisata. Deepublish.

Rokhayah, E. G., & Ana Noor Andriana. (2021). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas, dan Aksesibilitas terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Pantai Istana Amal Kabupaten Penajam Paser Utara. Jurnal Kajian Dan Terapan Pariwisata, 2(1), 10–18. https://doi.org/10.53356/diparojs.v2i1.43

Sarwono, J. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif Menggunakan SPSS. Gava Media.

Syafitri, D., & Ezizwita, E. (2023). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas dan Aksesibilitas Terhadap Proses Keputusan Berkunjung di Objek Wisata Pantai Padang di Kota Padang. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas, 25(2), 328–341. https://doi.org/10.47233/jebd.v25i2.972

Utama, I. G. B. R. (2017). Pemasaran Pariwisata (A. A. C (ed.)). CV. Andi Offset. https://www.google.co.id/books/edition/Pemasaran_Pariwisata/31JLDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=pemasaran pariwisata&pg=PR2&printsec=frontcover