

**PENGARUH CITRA DESTINASI, AKSESIBILITAS, DAN DAYA TARIK
WISATA TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN PADA
MEGA PRIMA FISHING DI KABUPATEN SIDOARJO**

Moh Faizal Akbar Shobirin

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

faizalakbarr567@gmail.com

Achmad Yanu Alif Fianto

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

achmadyanu@untag-sby.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra destinasi, aksesibilitas, dan daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada Mega Prima Fishing di Kabupaten Sidoarjo. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada pentingnya faktor-faktor destinasi wisata dalam meningkatkan minat dan keputusan wisatawan untuk melakukan kunjungan, terutama dalam menghadapi persaingan antar destinasi wisata yang semakin ketat. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada wisatawan yang pernah berkunjung ke Mega Prima Fishing, kemudian dianalisis menggunakan regresi linier berganda serta dilakukan uji validitas, uji reliabilitas, uji t, dan uji F untuk mengetahui pengaruh antar variabel secara parsial maupun simultan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial citra destinasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan, yang mengindikasikan bahwa persepsi positif terhadap suatu destinasi mampu meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung. Variabel aksesibilitas juga berpengaruh signifikan dan menjadi variabel yang paling dominan dalam memengaruhi keputusan berkunjung, yang menunjukkan bahwa kemudahan akses menuju lokasi wisata sangat menentukan keputusan wisatawan. Selain itu, daya tarik wisata juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung, di mana keunikan, keindahan, serta pengalaman wisata yang ditawarkan menjadi faktor penting dalam menarik minat wisatawan. Secara simultan, ketiga variabel tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan dengan nilai koefisien determinasi sebesar 0,826, yang berarti 82,6% keputusan berkunjung dapat dijelaskan oleh variabel penelitian, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Dapat disimpulkan bahwa citra destinasi, aksesibilitas, dan daya tarik wisata merupakan faktor penting yang saling berkaitan dalam memengaruhi keputusan berkunjung wisatawan. Temuan ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pengelola Mega Prima Fishing dalam meningkatkan kualitas destinasi melalui perbaikan citra, peningkatan aksesibilitas, serta pengembangan daya tarik wisata secara berkelanjutan agar mampu meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan di masa mendatang.

Kata Kunci: *Citra Destinasi; Aksesibilitas; Daya Tarik Wisata; Keputusan Berkunjung.*

A. PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang memiliki kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, baik secara nasional maupun daerah. Pada beberapa tahun terakhir, perkembangan sektor pariwisata mengalami peningkatan yang cukup pesat, terutama pada wisata berbasis minat khusus seperti wisata memancing. Menurut UNWTO (2022), tren pariwisata global menunjukkan adanya pergeseran minat wisatawan dari wisata massal menuju wisata yang lebih personal dan berbasis pengalaman. Hal ini membuka peluang besar bagi pengembangan destinasi wisata tematik, termasuk wisata pemancingan seperti Mega Prima *Fishing*.

Keputusan wisatawan dalam memilih destinasi wisata dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya adalah citra destinasi. Citra destinasi merupakan persepsi atau gambaran yang terbentuk dalam benak wisatawan mengenai suatu tempat wisata. Menurut Tasci & Gartner (2021), citra destinasi yang positif dapat meningkatkan minat dan keputusan berkunjung wisatawan secara signifikan. Mega Prima *Fishing* di Kabupaten Sidoarjo, citra sebagai tempat pemancingan yang nyaman, alami, dan lengkap menjadi faktor penting dalam menarik minat pengunjung.

Selain citra destinasi, aksesibilitas juga menjadi faktor krusial dalam menentukan keputusan berkunjung. Aksesibilitas mencakup kemudahan wisatawan dalam mencapai lokasi wisata, termasuk kondisi jalan, transportasi, serta fasilitas pendukung lainnya. Penelitian oleh Liu *et al.* (2022) menunjukkan bahwa destinasi dengan akses yang mudah cenderung memiliki tingkat kunjungan yang lebih tinggi dibandingkan dengan destinasi yang sulit dijangkau. Mega Prima *Fishing* juga memiliki keunggulan dari segi lokasi yang strategis serta fasilitas parkir yang luas, sehingga memudahkan wisatawan untuk berkunjung.

Daya tarik wisata menjadi faktor utama yang mendorong wisatawan untuk memilih suatu destinasi. Daya tarik wisata mencakup segala sesuatu yang dapat menarik minat wisatawan, baik berupa keindahan alam, fasilitas, maupun aktivitas yang ditawarkan. Menurut Kotler *et al.* (2021), daya tarik wisata yang unik dan beragam akan meningkatkan kepuasan serta loyalitas pengunjung. Mega Prima *Fishing* menawarkan berbagai daya tarik seperti variasi jenis ikan, spot memancing yang teduh dengan banyak pohon, serta suasana alam yang nyaman.

Keunggulan lain yang dimiliki Mega Prima *Fishing* adalah penyediaan fasilitas sewa alat pancing berkualitas. Fasilitas ini memberikan kemudahan bagi wisatawan yang tidak membawa perlengkapan sendiri, sehingga dapat tetap menikmati aktivitas memancing. Menurut penelitian Chen & Huang (2021), kelengkapan fasilitas wisata berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung karena memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi wisatawan. Keberadaan restoran yang dapat langsung mengolah hasil tangkapan ikan menjadi nilai tambah tersendiri. Fasilitas ini memberikan pengalaman unik bagi wisatawan karena mereka dapat menikmati hasil pancingannya secara langsung. Pine & Gilmore (2022) Hal ini sejalan dengan konsep *experiential tourism* yang semakin diminati wisatawan modern, di mana pengalaman menjadi faktor utama dalam menentukan kepuasan wisatawan. Mega Prima *Fishing* juga menyediakan fasilitas tambahan seperti tempat cabut duri ikan. Fasilitas ini mungkin terlihat sederhana, namun

memiliki nilai praktis yang tinggi bagi wisatawan. Menurut Suhartanto *et al.* (2021), fasilitas pendukung yang detail dan sesuai kebutuhan pengunjung dapat meningkatkan persepsi kualitas destinasi secara keseluruhan.

Lingkungan yang asri dengan banyak pohon di sekitar area pemancingan juga menjadi daya tarik tersendiri. Suasana alami dapat memberikan efek relaksasi dan kenyamanan bagi wisatawan yang ingin melepas penat dari rutinitas sehari-hari. Penelitian oleh Kim & Park (2022) menyatakan bahwa elemen alam dalam destinasi wisata berpengaruh positif terhadap kepuasan dan keputusan berkunjung wisatawan.

Meskipun memiliki berbagai keunggulan, persaingan dalam industri pariwisata, khususnya wisata pemancingan, semakin ketat. Pengelola destinasi perlu memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan agar dapat merumuskan strategi yang tepat. Analisis terhadap citra destinasi, aksesibilitas, dan daya tarik wisata menjadi penting untuk meningkatkan daya saing Mega Prima *Fishing* di Kabupaten Sidoarjo.

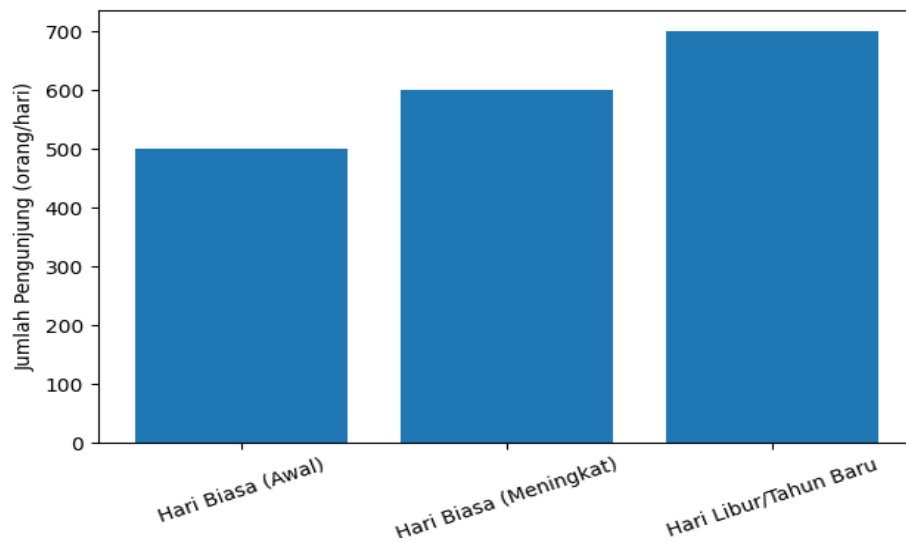
Fenomena penelitian dalam konteks pariwisata saat ini menunjukkan adanya perubahan perilaku wisatawan yang semakin selektif dalam menentukan destinasi yang akan dikunjungi. Wisatawan tidak lagi hanya mempertimbangkan aspek lokasi, tetapi juga memperhatikan citra destinasi, kemudahan akses, serta daya tarik yang ditawarkan oleh suatu tempat wisata. Menurut *United Nations World Tourism Organization* (2022), tren pariwisata modern mengarah pada pencarian pengalaman yang unik, nyaman, dan memberikan nilai lebih bagi wisatawan, sehingga setiap destinasi dituntut mampu beradaptasi dengan kebutuhan tersebut.

Fenomena ini juga terjadi pada wisata minat khusus seperti pemancingan, yang kini tidak hanya berfungsi sebagai tempat memancing, tetapi juga sebagai sarana rekreasi keluarga dan relaksasi. Wisatawan cenderung memilih tempat pemancingan yang memiliki suasana alami, fasilitas lengkap, serta pengalaman yang berbeda dibandingkan tempat lainnya. Mega Prima *Fishing* hadir sebagai salah satu destinasi yang menawarkan berbagai keunggulan seperti spot memancing yang teduh dengan banyak pohon, variasi jenis ikan, serta fasilitas pendukung yang memadai.

Urgensi penelitian dalam konteks pengembangan pariwisata saat ini menjadi semakin penting seiring dengan meningkatnya persaingan antar destinasi wisata, khususnya pada wisata berbasis minat khusus seperti pemancingan. Perubahan perilaku wisatawan yang semakin selektif menuntut setiap pengelola destinasi untuk tidak hanya menyediakan fasilitas, tetapi juga memahami faktor-faktor yang secara nyata mempengaruhi keputusan berkunjung. Menurut *United Nations World Tourism Organization* (2022), daya saing destinasi wisata sangat ditentukan oleh kemampuan dalam menciptakan pengalaman yang berkualitas serta memenuhi ekspektasi wisatawan yang terus berkembang.

Research gap dalam penelitian ini dapat dilihat dari perbedaan hasil dan fokus pada beberapa penelitian terdahulu. Penelitian Chen & Huang (2021) menunjukkan bahwa citra destinasi memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan, sedangkan penelitian Liu *et al.* (2022) menekankan bahwa aksesibilitas merupakan faktor dominan dalam meningkatkan minat kunjungan, bahkan lebih kuat dibandingkan faktor lainnya. Penelitian

Suhartanto *et al.* (2021) menemukan bahwa daya tarik wisata justru menjadi variabel utama yang mempengaruhi keputusan berkunjung, terutama pada destinasi berbasis pengalaman. Perbedaan temuan tersebut menunjukkan adanya inkonsistensi hasil penelitian terkait variabel mana yang paling berpengaruh terhadap keputusan berkunjung.



Gambar 1. Rekapitulasi Jumlah Pengunjung Mega Prima *Fishing*

Sumber: Mega Prima *Fishing*

Berdasarkan diagram rekapitulasi jumlah Pengunjung Mega Prima *Fishing* di Kabupaten Sidoarjo, dapat diketahui bahwa terdapat tren peningkatan jumlah pengunjung pada setiap kategori waktu yang ditampilkan. Pada kategori hari biasa (awal), jumlah pengunjung berada pada angka sekitar 500 orang per hari. Angka ini menunjukkan kondisi awal tingkat kunjungan yang masih relatif stabil namun belum terlalu tinggi. Selanjutnya, pada kategori hari biasa (meningkat) terjadi kenaikan jumlah pengunjung menjadi sekitar 600 orang per hari. Peningkatan ini menunjukkan adanya pertumbuhan minat wisatawan yang cukup signifikan, yang bisa dipengaruhi oleh semakin dikenalnya destinasi, peningkatan promosi, atau perbaikan fasilitas dan pelayanan.

Pada kategori hari libur atau tahun baru, jumlah pengunjung mencapai titik tertinggi yaitu sekitar 700 orang per hari. Hal ini menunjukkan bahwa momentum hari libur memberikan pengaruh besar terhadap peningkatan kunjungan wisatawan, karena pada periode tersebut masyarakat cenderung memiliki waktu luang lebih banyak untuk berwisata. Secara keseluruhan, Jumlah pengunjung Mega Prima *Fishing* mengalami tren peningkatan yang konsisten, baik pada hari biasa maupun pada momen liburan. Kondisi ini mengindikasikan bahwa destinasi wisata tersebut memiliki daya tarik yang cukup kuat dan berpotensi terus berkembang apabila didukung oleh strategi pengelolaan dan promosi yang tepat.

Keterikatan antar variabel dalam penelitian ini menunjukkan adanya hubungan yang saling mempengaruhi antara citra destinasi, aksesibilitas, dan daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Citra destinasi berperan sebagai persepsi awal yang terbentuk di benak wisatawan sebelum melakukan

kunjungan, sehingga menjadi faktor psikologis yang dapat mendorong atau menghambat niat berkunjung. Citra yang positif, seperti gambaran tempat yang nyaman, alami, dan memiliki fasilitas lengkap, akan meningkatkan ketertarikan wisatawan untuk datang. Namun, citra destinasi tidak berdiri sendiri, melainkan dipengaruhi oleh pengalaman nyata wisatawan yang berkaitan erat dengan daya tarik wisata dan aksesibilitas yang tersedia.

Keterbaruan (*novelty*) dalam penelitian ini terletak pada penggabungan variabel citra destinasi, aksesibilitas, dan daya tarik wisata dalam satu model penelitian yang diaplikasikan pada objek wisata minat khusus, yaitu pemancingan Mega Prima *Fishing* di Kabupaten Sidoarjo, yang masih jarang dikaji dalam penelitian sebelumnya. Sebagian besar penelitian terdahulu lebih berfokus pada destinasi wisata umum seperti pantai, pegunungan, atau wisata perkotaan, sehingga penelitian ini memberikan perspektif baru dengan mengangkat konteks wisata pemancingan yang memiliki karakteristik berbeda, terutama dari segi pengalaman langsung dan fasilitas pendukung seperti sewa pancing, restoran olahan hasil tangkapan, serta fasilitas praktis lainnya. Berdasarkan uraian yang telah di paparkan, maka peneliti memilih judul “Pengaruh Citra Destinasi, Aksesibilitas, dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Mega Prima *Fishing* di Kabupaten Sidoarjo”.

B. KAJIAN PUSTAKA

Citra Destinasi

Menurut Tasci & Gartner (2021:45), citra destinasi adalah persepsi keseluruhan yang terbentuk dalam pikiran wisatawan mengenai suatu destinasi berdasarkan informasi dan pengalaman yang diperoleh. Menurut Echtner & Ritchie (2021:89), citra destinasi merupakan kombinasi dari atribut fungsional (seperti fasilitas dan lingkungan) serta atribut psikologis (seperti suasana dan kesan emosional) yang melekat pada suatu destinasi. Stylidis (2022:73) menyatakan bahwa citra destinasi adalah representasi mental yang dimiliki individu terhadap suatu tempat yang mempengaruhi sikap dan perilaku wisatawan, termasuk keputusan untuk berkunjung. Berdasarkan pendapat para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa citra destinasi merupakan gambaran atau persepsi yang dimiliki wisatawan terhadap suatu destinasi wisata yang terbentuk melalui informasi, pengalaman, lingkungan, fasilitas, serta kesan emosional yang dirasakan wisatawan.

Aksesibilitas

Menurut Liu *et al.* (2022:56), aksesibilitas adalah tingkat kemudahan suatu lokasi untuk dicapai oleh wisatawan melalui berbagai moda transportasi yang tersedia. Kemudian, menurut Geurs & van Wee (2021:18), aksesibilitas merupakan ukuran kemudahan individu dalam mencapai suatu lokasi untuk melakukan aktivitas tertentu, yang dipengaruhi oleh jarak, waktu tempuh, dan biaya. Prideaux (2021:67) menyatakan bahwa aksesibilitas dalam pariwisata mencakup seluruh aspek yang mempermudah wisatawan dalam mencapai destinasi, termasuk infrastruktur jalan dan sistem transportasi. Berdasarkan pendapat para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa aksesibilitas merupakan

tingkat kemudahan wisatawan dalam menjangkau suatu destinasi wisata melalui sarana transportasi dan infrastruktur yang tersedia.

Daya Tarik Wisata

Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang mampu menarik minat wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi. Menurut Kotler *et al.* (2021:211), daya tarik wisata merupakan segala bentuk keunikan, keindahan, dan nilai yang dimiliki suatu destinasi yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung. Menurut Yoeti (2021:39), daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang menjadi alasan utama wisatawan datang ke suatu tempat, baik berupa alam, budaya, maupun buatan manusia. Cooper *et al.* (2022:102) menyatakan bahwa daya tarik wisata merupakan komponen utama dalam produk pariwisata yang berfungsi sebagai magnet untuk menarik kunjungan wisatawan. Berdasarkan pendapat para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa daya tarik wisata merupakan segala bentuk keunikan, keindahan, fasilitas, maupun nilai tertentu yang dimiliki suatu destinasi wisata sehingga mampu menarik minat wisatawan untuk berkunjung.

C. METODOLOGI PENELITIAN

Desain penelitian dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hubungan dan pengaruh antara variabel citra destinasi, aksesibilitas, dan daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada Mega Prima *Fishing* di Kabupaten Sidoarjo. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada pengukuran variabel secara objektif serta pengujian hipotesis menggunakan data berbentuk angka. Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian asosiatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan serta pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari citra destinasi (X1), aksesibilitas (X2), dan daya tarik wisata (X3), sedangkan variabel dependen adalah keputusan berkunjung wisatawan (Y). Objek dalam penelitian ini adalah Mega Prima *Fishing* di Kabupaten Sidoarjo, dengan subjek penelitian yaitu wisatawan yang berkunjung ke lokasi tersebut. Penelitian ini berusaha mengkaji bagaimana persepsi wisatawan terhadap ketiga variabel independen tersebut dapat mempengaruhi keputusan mereka dalam melakukan kunjungan. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui kuesioner, observasi, dan dokumentasi.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 1. Uji Validitas

Variabel	Indikator	Pearson Correlation (r Hitung)	r Tabel	Sig.	Keterangan
Citra Destinasi (X1)	X1.1	0,721			Valid
	X1.2	0,743			Valid
	X1.3	0,768			Valid
	X1.4	0,735			Valid

	X1.5	0,782	0,1966	0,000	Valid
	X1.6	0,791			Valid
	X1.7	0,714			Valid
	X1.8	0,748			Valid
Aksesibilitas (X2)	X2.1	0,702			Valid
	X2.2	0,726			Valid
	X2.3	0,741			Valid
	X2.4	0,718			Valid
	X2.5	0,756			Valid
	X2.6	0,738			Valid
	X2.7	0,704			Valid
	X2.8	0,722			Valid
Daya Tarik Wisata (X3)	X3.1	0,734			Valid
	X3.2	0,711			Valid
	X3.3	0,783			Valid
	X3.4	0,752			Valid
	X3.5	0,724			Valid
	X3.6	0,708			Valid
	X3.7	0,769			Valid
	X3.8	0,788			Valid
Keputusan Berkunjung (Y)	Y1	0,754			Valid
	Y2	0,773			Valid
	Y3	0,741			Valid
	Y4	0,786			Valid
	Y5	0,769			Valid
	Y6	0,752			Valid
	Y7	0,781			Valid
	Y8	0,763			Valid

Sumber: Data primer diolah menggunakan SPSS, 2026.

Diketahui bahwa seluruh item pernyataan pada variabel citra destinasi (X1), aksesibilitas (X2), daya tarik wisata (X3), dan keputusan berkunjung wisatawan (Y) memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,1966) serta nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Nilai r hitung berkisar antara 0,702 hingga 0,791 untuk variabel citra destinasi dan aksesibilitas, antara 0,708 hingga 0,788 untuk variabel daya tarik wisata, serta antara 0,741 hingga 0,786 untuk variabel keputusan berkunjung wisatawan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria validitas. Dengan demikian, seluruh indikator pada masing-masing variabel dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian untuk mengukur pengaruh citra destinasi, aksesibilitas, dan daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada Mega Prima Fishing Kabupaten Sidoarjo.

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
Citra Destinasi (X1)	0,886	8	Reliabel
Aksesibilitas (X2)	0,874	8	Reliabel
Daya Tarik Wisata (X3)	0,891	8	Reliabel
Keputusan Berkunjung Wisatawan (Y)	0,902	8	Reliabel

Sumber: Data primer diolah menggunakan SPSS, 2026.

Diketahui bahwa seluruh variabel penelitian memiliki nilai Cronbach's Alpha yang lebih besar dari 0,60. Variabel citra destinasi (X1) memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,886, variabel aksesibilitas (X2) sebesar 0,874, variabel daya tarik wisata (X3) sebesar 0,891, dan variabel keputusan berkunjung wisatawan (Y) sebesar 0,902. Nilai Cronbach's Alpha tertinggi terdapat pada variabel keputusan berkunjung wisatawan sebesar 0,902, sedangkan nilai terendah terdapat pada variabel aksesibilitas sebesar 0,874. Meskipun demikian, seluruh nilai Cronbach's Alpha berada di atas batas minimum yang ditetapkan yaitu 0,60. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel citra destinasi, aksesibilitas, daya tarik wisata, dan keputusan berkunjung wisatawan memiliki tingkat konsistensi yang baik serta dinyatakan reliabel sehingga layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Uji Normalitas

**Tabel 3. Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal	Mean	.0000000
Parameters ^{a,b}	Std. Deviation	112.26748627
Most Extreme	Absolute	.120
Differences	Positive	.120
	Negative	.115
Test Statistic		.150
Asymp. Sig. (2-tailed)		.120 ^{c,d}
Monte Carlo Sig.		.569 ^e
Sig. (2-tailed)	99% Confidence Interval	.200
	Upper Bound	.250

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

e. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Sumber: Olah Data SPSS 26

Hasil uji normalitas menggunakan metode One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test menunjukkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,120. Nilai

tersebut lebih besar dari tingkat signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebesar 0,05 ($0,120 > 0,05$). Selain itu, nilai residual memiliki rata-rata (mean) sebesar 0,0000000 yang menunjukkan bahwa residual menyebar di sekitar nilai nol. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data residual dalam penelitian ini berdistribusi normal. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa model regresi telah memenuhi salah satu asumsi dasar dalam analisis regresi linear berganda. Terpenuhinya asumsi normalitas mengindikasikan bahwa penyebaran data tidak mengalami penyimpangan yang signifikan sehingga hasil analisis regresi yang diperoleh dapat digunakan untuk melakukan pengujian hipotesis.

Uji Multikolinearitas

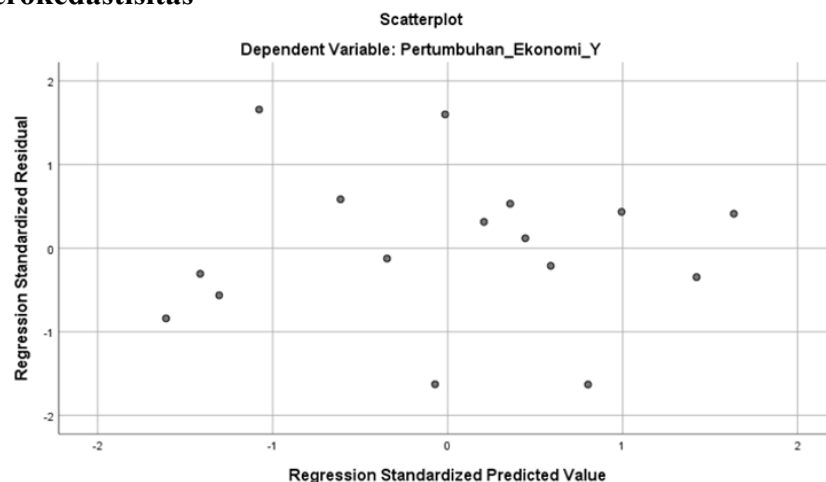
Tabel 4. Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF
Citra Destinasi (X1)	0,684	1,462
Aksesibilitas (X2)	0,721	1,387
Daya Tarik Wisata (X3)	0,653	1,531

Sumber: Olah Data SPSS 26

Hasil uji multikolinearitas, diketahui bahwa variabel citra destinasi (X1) memiliki nilai Tolerance sebesar 0,684 dan VIF sebesar 1,462, variabel aksesibilitas (X2) memiliki nilai Tolerance sebesar 0,721 dan VIF sebesar 1,387, sedangkan variabel daya tarik wisata (X3) memiliki nilai Tolerance sebesar 0,653 dan VIF sebesar 1,531. Hasil tersebut menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai Tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10. Disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi. Kondisi ini menunjukkan bahwa citra destinasi, aksesibilitas, dan daya tarik wisata tidak memiliki hubungan yang terlalu kuat satu sama lain sehingga masing-masing variabel dapat menjelaskan pengaruhnya terhadap keputusan berkunjung wisatawan secara baik. Model regresi dalam penelitian ini telah memenuhi asumsi multikolinearitas dan layak digunakan untuk analisis regresi linear berganda serta pengujian hipotesis selanjutnya.

Uji Heterokedastisitas



Sumber: Olah Data SPSS 26

Hasil uji heteroskedastisitas menggunakan grafik Scatterplot, terlihat bahwa titik-titik data menyebar secara acak di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y serta tidak membentuk pola tertentu, seperti pola mengerucut, melebar, atau bergelombang. Penyebaran titik yang tidak teratur tersebut menunjukkan bahwa varians residual cenderung konstan pada setiap nilai prediksi. Disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. Hasil tersebut menunjukkan bahwa model regresi telah memenuhi salah satu asumsi klasik sehingga layak digunakan untuk analisis regresi linear berganda dan pengujian hipotesis mengenai pengaruh citra destinasi, aksesibilitas, dan daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada Mega Prima Fishing Kabupaten Sidoarjo.

Uji t (Parsial)

Tabel 5. Uji T
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	573.387	234.662		3.74	.012
Citra Destinasi X1	28.513	12.989	.103	1.377	.010
Aksesibilitas X2	47.394	3.000	.387	14.478	.000
Daya Tarik Wisata X3	32.489	5.423	.958	12.322	.002

a. Dependent Variable: Keputusan_Berkunjung_Wisatawan_Y

Sumber: Olah Data SPSS 26

Diketahui bahwa variabel citra destinasi (X1) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,010, variabel aksesibilitas (X2) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000, dan variabel daya tarik wisata (X3) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,002. Seluruh nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa citra destinasi, aksesibilitas, dan daya tarik wisata secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada Mega Prima Fishing Kabupaten Sidoarjo. Hipotesis yang menyatakan bahwa masing-masing variabel independen berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan dapat diterima. Selain itu, variabel aksesibilitas memiliki nilai t hitung tertinggi yaitu sebesar 14,478, sehingga dapat dikatakan sebagai variabel yang paling dominan memengaruhi keputusan berkunjung wisatawan.

Uji F (Simultan)

Tabel 6. Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9873652.931	2	3876312.465	87.033	.000 ^b
	Residual	893765.319	13	12765640		
	Total	98762541.270	15			

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung Wisatawan_Y

b. Predictors: (Constant), Daya_Tarik_Wisata_X3, Aksesibilitas_X2, CitraDestinasi_X1

Sumber: Olah Data SPSS 26

Diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 87,033 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel citra destinasi (X1), aksesibilitas (X2), dan daya tarik wisata (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan (Y) pada Mega Prima Fishing Kabupaten Sidoarjo. Hasil ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian layak untuk digunakan dalam menjelaskan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hipotesis yang menyatakan bahwa citra destinasi, aksesibilitas, dan daya tarik wisata secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan dapat diterima.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 7. Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.874 ^a	.826	.768	126.84672	2.341

a. Predictors: (Constant), Daya_Tarik_Wisata_X3, Aksesibilitas_X2, Citra_Destinas_i_X1

b. Dependent Variable: Keputusan_Berkunjung_Wisatawan_Y

Sumber: Olah Data SPSS 26

Hasil uji koefisien determinasi, diperoleh nilai R Square sebesar 0,826 atau 82,6%. Nilai tersebut menunjukkan bahwa kemampuan variabel citra destinasi, aksesibilitas, dan daya tarik wisata dalam menjelaskan variasi keputusan berkunjung wisatawan sebesar 82,6%, sedangkan sisanya sebesar 17,4% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian yang tidak diteliti, seperti kualitas pelayanan, harga tiket, promosi, fasilitas wisata, maupun faktor lainnya. Nilai R Square yang tinggi menunjukkan bahwa model penelitian memiliki kemampuan yang sangat baik dalam menjelaskan pengaruh variabel independen terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada Mega Prima Fishing Kabupaten Sidoarjo.

E. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh citra destinasi, aksesibilitas, dan daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada Mega Prima Fishing Kabupaten Sidoarjo, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Citra destinasi berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Citra destinasi yang positif mampu membentuk persepsi yang baik di benak wisatawan sehingga mendorong mereka untuk memilih dan mengunjungi Mega Prima Fishing. Semakin baik citra yang dimiliki destinasi wisata, maka semakin tinggi pula keputusan wisatawan untuk melakukan kunjungan.
2. Aksesibilitas berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Kemudahan dalam menjangkau lokasi wisata, baik dari segi akses jalan, waktu tempuh, maupun ketersediaan sarana transportasi, menjadi salah satu

- pertimbangan penting bagi wisatawan dalam menentukan keputusan untuk berkunjung ke Mega Prima Fishing Kabupaten Sidoarjo.
3. Daya tarik wisata berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Keunikan objek wisata, kenyamanan lingkungan, variasi aktivitas yang dapat dilakukan, serta fasilitas pendukung yang tersedia mampu meningkatkan minat wisatawan untuk datang dan menikmati pengalaman wisata yang ditawarkan oleh Mega Prima Fishing.
 4. Citra destinasi, aksesibilitas, dan daya tarik wisata secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Ketiga variabel tersebut saling mendukung dalam membentuk keputusan wisatawan untuk berkunjung. Semakin baik citra destinasi, semakin mudah akses menuju lokasi wisata, dan semakin menarik daya tarik yang dimiliki, maka semakin tinggi pula keputusan wisatawan untuk berkunjung ke Mega Prima Fishing Kabupaten Sidoarjo.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2021). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Assauri, S. (2021). *Manajemen pemasaran: Dasar, konsep, dan strategi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Baloglu, S., & McCleary, K. W. (2021). *A model of destination image formation*. *Annals of Tourism Research*, 26(4), 868–897.
- Buhalis, D. (2022). *Tourism management and destination marketing*. London: Routledge.
- Chen, C., & Huang, M. (2021). *The effect of facilities and service quality on tourist satisfaction and revisit intention*. *Journal of Tourism Studies*, 15(2), 45–57.
- Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D., Shepherd, R., & Wanhill, S. (2022). *Tourism: Principles and practice*. Harlow: Pearson Education.
- Echtner, C. M., & Ritchie, J. R. B. (2021). *The meaning and measurement of destination image*. *Journal of Travel Research*, 31(4), 3-13.
- Geurs, K. T., & van Wee, B. (2021). *Accessibility evaluation of land-use and transport strategies: Review and research directions*. *Journal of Transport Geography*, 12(2), 127-140.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hidayat, R., & Firmansyah, A. (2022). *Pengaruh aksesibilitas terhadap minat berkunjung wisatawan di kawasan wisata Dieng*. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 18(1), 55-66.
- Kim, H., & Park, S. (2022). *Natural environment and tourist satisfaction in recreational destinations*. *Tourism Management Perspectives*, 41, 100943.
- Kurniawan, D., & Prasetyo, A. (2022). *Pengaruh daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Umbul Ponggok Klaten*. *Jurnal Manajemen Pariwisata*, 14(2), 78-89.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Harlow: Pearson Education.
- Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2021). *Tourism marketing and destination competitiveness*. Harlow: Pearson Education.
- Lestari, N., & Saputra, A. (2021). *Pengaruh citra destinasi terhadap kepuasan dan loyalitas wisatawan di Yogyakarta*. Jurnal Manajemen Pariwisata, 13(1), 22-34.
- Liu, A., Zhang, Y., & Chen, H. (2022). *Accessibility and tourism mobility analysis*. Tourism Geographies, 24(3), 412-428.
- Mangkunegara, A. A. P. (2017). *Manajemen sumber daya manusia perusahaan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (2022). *The experience economy*. Boston: Harvard Business Review Press.
- Pratiwi, D., & Yulianto, B. (2022). *Pengaruh aksesibilitas dan daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Kota Batu*. Jurnal Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 6(2), 101-113.
- Prideaux, B. (2021). *Tourism infrastructure and accessibility development*. London: Routledge.
- Rahmawati, S. (2021). *Analisis pengaruh daya tarik wisata terhadap minat berkunjung ulang wisatawan di Bromo*. Jurnal Pariwisata Nusantara, 9(1), 67-79.
- Sari, D., & Nugroho, A. (2021). *Pengaruh citra destinasi terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Pantai Parangtritis Yogyakarta*. Jurnal Destinasi Pariwisata, 9(2), 120-131.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2021). *Consumer behavior*. Harlow: Pearson Education.
- Stylidis, D. (2022). *Destination image and tourist behavior*. Tourism Review, 77(3), 755-769.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhartanto, D., Helmi Ali, M., Tan, K. H., Sjahroeddin, F., & Kusdibyo, L. (2021). *Service quality and destination image in tourism experience*. Journal of Hospitality and Tourism Research, 45(4), 715-737.
- Tasci, A. D. A., & Gartner, W. C. (2021). *Destination image and its role in tourism*. Tourism Management Perspectives, 37, 100780.
- Tjiptono, F. (2022). *Strategi pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- United Nations World Tourism Organization. (2022). *World tourism barometer and global tourism trends*. Madrid: United Nations World Tourism Organization.
- Wibowo, A., & Santoso, E. (2022). *Pengaruh citra destinasi dan aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Selecta Batu*. Jurnal Manajemen Pariwisata, 15(1), 44-56.
- Yuliana, R., & Wahyudi, T. (2022). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan*. Jurnal Ekonomi dan Pariwisata, 17(2), 88-99.
- Yoeti, O. A. (2021). *Manajemen pariwisata*. Jakarta: Pradnya Paramita.