

PENGARUH AMENITAS DAN DAYA TARIK WISATA TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI MUSEUM RA. A. ADIWIDJAYA KABUPATEN GARUT

Dea Nursifa¹; Rohimat Nurhasan²; Dani Adiatma³

Fakultas Ekonomi, Universitas Garut^{1,2,3}

Email : nursifadea646@gmail.com¹; rohimat.nurhasan@uniga.ac.id²;
adiatmadani@uniga.ac.id³

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh amenities dan daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung ke Museum RA. A. Adiwidjaya Kabupaten Garut. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Pengumpulan data dikumpulkan melalui kuesioner, survei, dan wawancara. Sampel penelitian adalah wisatawan yang pernah berkunjung ke Museum RA. A. Adiwidjaya sebanyak 100 orang. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *purposive sampling*. Analisis data menggunakan software SmartPLS 3.0 dan metode *Partial Least Square* (PLS) yang berbasis pada *Structural Equation Modeling* (SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa amenities dan daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung ke Museum RA. A. Adiwidjaya Kabupaten Garut. Standar amenities dan daya tarik yang lebih tinggi akan mendorong lebih banyak orang untuk berkunjung.

Kata kunci : Amenitas; Daya Tarik Wisata; Keputusan Berkunjung

ABSTRACT

The aim of this research is to determine the influence of amenities and tourist attractions on the decision to visit the RA Museum. A. Adiwidjaya, Garut Regency. This research uses quantitative methods. Data collection was collected through questionnaires, surveys and interviews. The research sample was tourists who had visited the RA Museum. A. Adiwidjaya as many as 100 people. The method used in sampling was purposive sampling. Data analysis uses SmartPLS 3.0 software and the Partial Least Square (PLS) method which is based on Structural Equation Modeling (SEM). The research results show that amenities and tourist attractions have a positive and significant influence on the decision to visit the RA Museum. A. Adiwidjaya, Garut Regency. Higher standards of amenities and attractions will encourage more people to visit.

Keywords : Amenities; Tourist Attractions; Visiting Decisions

PENDAHULUAN

Potensi pariwisata Indonesia sangat tinggi, terbukti dengan pesatnya perkembangan dan pertumbuhan industri pariwisata. Sebagian besar orang percaya bahwa pariwisata memiliki potensi untuk menjadi salah satu sumber pemasukan devisa yang paling signifikan, serta memiliki kemampuan untuk menarik investasi dan menyerap tenaga kerja (Nurhasan & Wibowo, 2020). Prestasi Indonesia yang diakui

secara internasional semakin menunjukkan pertumbuhan pariwisata yang signifikan. Kabupaten Garut adalah daerah di Jawa Barat yang mempunyai pemandangan alam yang indah dan kebudayaan unik. Ini adalah tempat wisata populer dengan banyak tempat wisata yang menarik (Adiatma et al., 2024). Jawa Barat menawarkan beragam daya tarik wisata seperti keindahan alam, makanan yang unik, seni tradisi, pengalaman budaya, tempat oleh-oleh menarik, tempat bersejarah dan tempat wisata yang istimewa (Pratiwi, 2021). Salah satu tempat yang menjadi lokasi wisata yang disebut sebagai *Swiss van Java* di Jawa Barat yaitu Kabupaten Garut (Infogarut, 2022) yang memiliki banyak lokasi wisata yang dapat diakses, termasuk wisata alam, budaya, sejarah, belanja, pendidikan, buatan, dan religius.

Pentingnya museum sebagai sarana untuk memperkenalkan pendidikan sejarah sangat diakui. Karenanya, Garut telah membuat museum yang dinaungi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Garut. Salah satu tujuannya adalah agar menjaga warisan sejarah Garut di masa lalu. Museum ini bernama Museum RA. A. Adiwidjaya terletak di Jl. Patriot Nomor 3 Sukagalih, Kecamatan Tarogong Kidul, Kabupaten Garut, Jawa Barat. Museum ini merupakan museum di Garut yang tidak hanya mewakili satu tempat atau kawasan saja, melainkan merupakan museum umum yang mencakup seluruh wilayah (Fauziah, 2021).

Saat ini, museum RA. A. Adiwidjaya terpaksa direlokasi, dengan resiko potensial kerusakan pada benda-benda koleksinya. Selain itu minimnya pengetahuan museum menjadi faktor yang membuat banyak warga Garut yang tidak mengetahui keberadaan museum (Infogarut, 2023). Jumlah kunjungan wisatawan ke museum RA. A. Adiwidjaya mengalami penurunan yang cukup besar dari tahun 2019 sampai 2023 yang mengindikasikan adanya perubahan signifikan dalam minat masyarakat terhadap museum. Selain fenomena penurunan kunjungan wisatawan ke museum RA. A. Adiwidjaya, masih ditemui adanya keluhan dari para wisatawan yang pernah berkunjung dengan memberikan ulasan buruk melalui *Google Review* seperti keterbatasan fasilitas dan koleksi, kondisi dan perawatan yang buruk, kurangnya promosi dan informasi, serta minimnya upaya penataan pembangunan. Dengan adanya ulasan yang buruk, dapat menjadikan alasan para calon wisatawan untuk tidak berkunjung ke museum RA. A. Adiwidjaya.

Dinas Pariwisata harus mempertimbangkan perilaku konsumen, karena pada hakikatnya, konsumen memiliki hak penuh atas proses keputusan pembelian (Novyandini et al., 2017). terutama prosedur untuk membuat keputusan pembelian, karena keputusan yang dibuat oleh pengunjung tentang tempat wisata dasarnya terkait dengan perilaku pembeli, karena ada kecondongan bahwa harga, lokasi dan kemudahan yang tersedia memengaruhi pilihan pengunjung tentang tempat wisata (Saputra, 2017). Ketika pelanggan memilih barang atau jasa untuk dibeli, pertama mereka memikirkan apakah kebutuhan atau harapan mereka akan dipenuhi dan apa kesulitan yang akan muncul setelah itu (Tyara et al., 2024). Selain itu, keputusan berkunjung dapat dipengaruhi oleh amenities (fasilitas) dimana tingkat kenyamanan wisatawan dalam pengalaman wisata mereka akan berkorelasi positif dengan kualitas layanan yang baik, yang pada gilirannya akan meningkatkan citra lokasi wisata. Tidak ada batasan dalam bentuk fisik, tetapi amenities juga didukung oleh hal-hal non-fisik seperti layanan dan keramahan (Susianto et al., 2022) karena pelanggan atau wisatawan harus puas dengan produk dan jasa berkualitas tinggi yang dimiliki perusahaan (Aji et al., 2024).

Keputusan berkunjung juga terjadi ketika pengunjung merasa senang dan akan menyarankan tempat wisata kepada anggota keluarga lain yang belum pernah melakukan perjalanan wisata tersebut karena dengan adanya tempat wisata yang menarik akan membuat pengunjung datang yang menghasilkan kepuasan pengunjung (May et al., 2024). Daya tarik wisata menjadi potensi yang dimiliki oleh elemen produk destinasi wisata sebagai komponen penting dalam Meningkatkan dorongan dan menarik minat pengunjung (Maukari & Anigomang, 2023). yang diperkuat bahwa sebuah tempat wisata memiliki daya tarik karena memiliki fasilitas pendukung, infrastruktur untuk objek wisata, sarana transportasi dan sikap ramah tamah akan menjadikan banyak wisatawan yang akan pergi atau akan meningkatkan keputusan wisatawan untuk melakukan kunjungan (Susianto et al., 2022).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana lokasi wisata dan fasilitasnya mempengaruhi pilihan wisatawan untuk mengunjungi Museum RA. A. Adiwidjaya di Kabupaten Garut. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi masyarakat yang berkecimpung di bidang pariwisata, khususnya mereka yang membutuhkan informasi mengenai fasilitas, tempat wisata, dan pilihan perjalanan.

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Amenitas

Pine dan Gilmore memperkenalkan konsep *Experience Economy*, dimana mereka berargumen bahwa bisnis harus menciptakan pengalaman yang tak terlupakan bagi pelanggan. Dalam konteks amenitas, hal ini berarti menyediakan fasilitas dan layanan yang tidak hanya memenuhi kebutuhan paling penting tetapi juga membuat kenangan yang berharga bagi wisatawan (Pine II & Gilmore, 2013). Amenitas adalah tempat memadai dan layanan yang paling ideal untuk menyediakan rasa nyaman untuk para wisatawan (Jannah et al., 2021). Adapun menurut (Tjiptono, 2017) dimensi Amenitas (Fasilitas) yaitu perancang ruang, perlengkapan, dan pesan-pesan yang disampaikan secara grafis.

Daya Tarik Wisata

Daya tarik wisata adalah daya tarik wisata yang menonjolkan unsur manusia dan budaya seperti seni musik, tari, dan adat istiadat tradisional, serta keindahan alam seperti flora dan fauna, tumbuhan, dan pemandangan alam; yang dimaksud di sini adalah museum, candi, dan bangunan bersejarah (Ardiansyah dkk., 2022). Setiap hal yang menarik orang untuk pergi ke suatu daerah tertentu disebut daya tarik wisata atau *tourist attraction* (Susianto et al., 2022). Sebagai bagian dari jasa wisata, daya tarik wisata memiliki keunggulan tersendiri Karena mampu memberikan inspirasi kepada pengunjung dan memikat mereka untuk datang mengunjungi lokasi yang memiliki berbagai macam tempat wisata (May et al., 2024). Adapun menurut (Avenzora, 2008) dimensi daya tarik wisata yaitu keunikan, kelangkaan, keindahan, dan sensitivitas.

Keputusan Berkunjung

Keputusan untuk mengunjungi suatu destinasi wisata merupakan suatu cara dalam membuat keputusan, yang mirip dengan Keputusan untuk memilih atau memanfaatkan suatu produk atau layanan. Hal ini berkaitan dengan bagaimana seorang wisatawan membuat keputusan, yang dimulai dengan keinginan dan kebutuhan mereka untuk melakukan perjalanan wisata., pengumpulan informasi mengenai objek wisata, hingga evaluasi pilihan objek wisata yang paling tepat (Ardiansyah et al., 2022) selain itu, keputusan berkunjung berkaitan dengan upaya untuk membeli barang dagang yang diinginkan dengan berbagai cara yang tersedia. Hal ini menunjukkan bahwa aktivitas-aktivitas baru yang melibatkan pemilihan dan penilaian produk atau jasa yang

diinginkan memengaruhi keputusan berkunjung (Donargo et al., 2022). Adapun dimensi keputusan berkunjung menurut (Singleton, 2013) yaitu *pleasure, cost, safety and security*, dan *accessibility*.

Penting bagi peneliti untuk menyertakan hasil penelitian terkait dari proyek penelitian lain agar penelitian ini dapat dibandingkan dengan penelitian lain dan digunakan sebagai pemicu penelitian baru. Sebelumnya, penelitian ini telah dilakukan oleh Budi Susianto, Johannes, dan Syahmardi (2022) yang meneliti tentang pengaruh daya tarik wisata dan amenitas terhadap pilihan masyarakat untuk mengunjungi desa wisata di Kabupaten Kerinci. Tema penelitian ini masih relevan dengan penelitian tersebut. Hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa masing-masing variabel memiliki pengaruh yang baik dan signifikan. Penelitian Umi Nurcomariyah dan Aditya Liliyan pada tahun 2023 meneliti tentang pengaruh *word of mouth*, aksesibilitas, amenitas, dan lokasi wisata terhadap keputusan masyarakat untuk mengunjungi Umbul Ponggok. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor tersebut memiliki pengaruh yang besar terhadap pilihan masyarakat.

Berikut ini adalah hipotesis penelitian yang disusun berdasarkan teori dan alasan logis yang mendukung variabel yang akan diteliti:

H1 = Amenitas berpengaruh terhadap keputusan pengunjung Museum RA. A. Adiwidjaya Kabupaten Garut.

H2 = Keputusan untuk berkunjung ke Museum RA. A. Adiwidjaya Kabupaten Garut dipengaruhi oleh daya tarik wisata.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah survei, kuesioner yang diberikan kepada seratus responden, dan wawancara. Populasi penelitian ini adalah pengunjung Museum RA. A. Adiwidjaya. Dalam penelitian ini, strategi purposive sample dipadukan dengan metode non-probability sampling. Amirin (2011) mengatakan bahwa apabila jumlah populasi tidak diketahui secara pasti, maka dapat digunakan metode unknown population untuk mengetahui berapa jumlah sampel yang harus diambil. Dengan metode ini, maka diperoleh sampel sebanyak 96,04 orang dan dibulatkan menjadi 100 orang. Variabel penelitian disusun dengan cara sebagai berikut: pilihan untuk berkunjung sebagai variabel terikat, sedangkan fasilitas dan objek wisata sebagai variabel bebas. Untuk

melihat data digunakan partial least squares (PLS). PLS didasarkan pada structural equality modeling (SEM) dan meliputi pengujian outer, inner, dan hypothesis. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak SmartPLS 3.0.

HASIL PENELITIAN DAN DISKUSI

Deskripsi Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil pengujian yang sudah dilakukan, diperoleh data yang menunjukkan bahwa 53,1% peserta berjenis kelamin wanita dan 46,9% peserta berjenis kelamin pria. Mayoritas umur sponden adalah 18-25 tahun sebesar 90,8% dan 26-30 tahun sebesar 6,2%. Dari hasil yang diperoleh, menyimpulkan bahwa mayoritas responden adalah milenial dan generasi Z dan di dominasi oleh perempuan yang mana kecenderungan untuk melakukan tujuan wisata lebih besar. Dalam hal membuat perencanaan, perempuan lebih banyak menyusun detail perjalanan, merekomendasikan destinasi yang disukai kepada kerabat dan senang melakukan riset tentang perjalanan adalah perempuan (Hudiono, 2022).

Uji Instrumen Data Model Pengukuran (*Outer Model*)

Model Luar, yang mencakup validitas konstruk reflektif konfirmatori, digunakan untuk melihat validitas dan ketergantungan. digunakan untuk menunjukkan seberapa baik alat ukur sesuai dengan teori yang menggambarkan konstruk dan hubungan ini juga dilakukan untuk menunjukkan bahwa alat ukur tersebut konsisten secara internal (Abdillah dan Jogiyanto, 2011). Ada tiga cara untuk menguji validitas dalam penelitian ini: *convergent validity*, *discriminant validity*, and *composite reliability*.

Convergent Validity

Tujuan validitas konvergen adalah untuk mengetahui apakah hubungan antara indikator dan konstruk, atau variabel laten, benar. Indikator dianggap valid jika angka faktor pemuatan lebih besar dari 0,70 (Gozali & Latan, 2020). Berikutnya adalah uji AVE, yang merupakan singkatan dari *Average Variance Extracted*. Uji ini dapat diterima untuk setiap konstruk jika nilai *Average Variance Extracted* lebih besar dari 0,50. Ini berarti telah lolos uji validitas konvergen. *Loading factor* dari 22 indikator yang diajukan dievaluasi selama tahap awal *outer model*. Indikator yang memiliki pemuatan $< 0,70$ akan dihapus.

Berdasarkan hasil uji *Convergent Validity*, indikator tertentu memiliki faktor pemuatan $< 0,70$ seperti A3 bernilai 0,617, A5 bernilai 0,685, DTW2 bernilai 0,632,

DTW3 bernilai 0,580, DTW7 bernilai 0,676, DTW8 bernilai 0,659, KB1 bernilai 0,669, KB3 bernilai 0,669, KB4 bernilai 0,602, KB6 bernilai 0,692, KB7 bernilai 0,552. Maka dengan demikian, indikator-indikator tersebut akan dihapus. Selanjutnya setiap indikator yang memenuhi kriteria persyaratan uji *Convergent Validity* dengan nilai > 0,70 maka indikator tersebut valid untuk mengukur variabel dan memiliki nilai validitas yang kuat.

Hasil Uji *Average Variance Extracted (AVE)*

Berdasarkan perolehan uji *Average Variance Extracted (AVE)* variabel untuk Amenitas (X1), Daya Tarik Wisata (X2), dan Keputusan Berkunjung (Y) lebih besar dari 0,50 yang artinya hasil yang diperoleh memenuhi persyaratan *Convergent Validity*.

Discriminant Validity

Validitas ini berkaitan dengan gagasan bahwa mengukur korelasi yang tinggi antara dua konstruk yang berbeda tidak diinginkan. *Discriminant Validity* diuji dengan membandingkan nilai-nilai pada konstruk yang berbeda untuk memastikan bahwa konstruk tersebut tidak terlalu mirip satu sama lain (Hair et al., 2019). Uji ini dianggap valid jika nilai satu indikator konstruk lebih besar dari nilai semua indikator konstruk lainnya (Gozali & Latan, 2020).

Hasil Uji *Fornell Larcker Criterion*

Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa nilai AVE pada konstruk lebih besar daripada korelasinya terhadap variabel laten lainnya. Karena itu, *Fornell Larcker Criterion* dianggap baik karena memenuhi persyaratan pengujian validitas diskriminan.

Composite Reliability

Model pengukuran melakukan uji reliabilitas untuk menampilkan kebenaran, konsistensi dan akurasi instrumen yang digunakan dalam penilaian konstruk. Dua cara untuk memeriksa keakuratan suatu desain adalah Cronbach's Alpha dan Composite Reliability. Joseph F. Hair Jr. et al. (2021) mengatakan bahwa suatu variabel reliabel jika nilai reliabilitas gabungan dan nilai Cronbach's alpha berada di atas 0,70.

Hasil Uji Composite Reliability

Ditemukan nilai variabel Amenitas (X1) sebesar 0,866, nilai variabel Daya Tarik Wisata (X2) sebesar 0,904, dan nilai variabel Keputusan Berkunjung (Y) sebesar 0,870. Nilai semua variabel tersebut lebih besar dari 0,70 yang berarti semuanya reliabel dan memenuhi kriteria uji Composite Reliability.

Hasil Uji Cronbach's Alpha

Angka yang kita peroleh menunjukkan bahwa nilai Amenitas (X1) adalah 0,798, nilai Daya Tarik Wisata (X2) adalah 0,857, dan nilai Daya Tarik Wisata adalah 0,777. Semua nilai variabel tersebut lebih besar atau sama dengan 0,70, yang berarti semuanya reliabel dan memenuhi kriteria uji Composite Reliability.

Untuk memastikan bahwa model sesuai dengan penelitian ini, analisis *inner model* juga dilakukan.

Uji Instrumen Data Model Struktural (Inner Model)

Hubungan kausal variabel laten dapat diprediksi menggunakan model internal. Penelitian ini menguji instrumen data model struktural (Inner Model) dengan R-Square.

R-Square

Untuk menemukan koefisien determinasi untuk struktur endogen, gunakan *R-Square*. Angka *R-Square* berkisar dari 0,25 (tidak terlalu kuat) hingga 0,75 (sangat kuat).

Hasil Uji R-Square

Hasil uji R-Square menunjukkan bahwa Daya Tarik Wisata (X2) dan Fasilitas (X1) sangat baik dalam menjelaskan Keputusan Berkunjung (Y). Keduanya bernilai 0,580 yang berarti keduanya menjelaskan 58% perbedaan. Faktor lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini menjelaskan 42% lainnya.

Pengujian Hipotesis

Dalam penelitian yang menggunakan analisis data PLS (Partial Least Square), Proses pengolahan model struktural yang dikenal sebagai *bootstrapping* digunakan untuk menguji hipotesis. Metode pengujian statistik yang diterapkan pada penelitian ini menggunakan uji t dan nilai *P-Value*. Nilai *P-Value*, dengan alpha 5%, tingkat kepercayaan 95%. 1,96 yaitu nilai t-tabel pada alpha 5%. T-Statistik > T-Tabel adalah syarat diterimanya hipotesis. Selain itu, jika nilai P kurang dari 0,05 pada alpha 5%, maka data dianggap signifikan.

Hasil Pengujian Hipotesis

H1 = Angka 0,257 untuk Path Coefficient dapat diterima. Karena nilai p sebesar 0,007, nilai t-statistik sebesar 2,686 lebih tinggi dari nilai t-tabel sebesar 1,96, maka keputusan untuk berkunjung ke Museum RA. A. Adiwidjaya Kabupaten Garut dipengaruhi oleh amenitas secara positif. Hal ini menunjukkan bahwa Amenitas (X1) berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung (Y).

H2 = Angka *Path Coefficient* sebesar 0,591 dapat diterima. Terdapat hubungan yang kuat antara daya tarik wisata dengan keputusan berkunjung ke Museum RA. A. Adiwidjaya Kabupaten Garut, yang ditunjukkan dengan nilai t-statistik sebesar 6,674 lebih besar dari nilai t-tabel sebesar 1,96 dan nilai p-value sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Terdapat hubungan antara daya tarik wisata (X2) dengan keputusan berkunjung (Y).

Pembahasan

Pengaruh Amenitas terhadap Keputusan Berkunjung

Penelitian menunjukkan bahwa amenities secara signifikan dan positif memengaruhi keputusan wisatawan untuk berkunjung. Artinya bahwa kualitas Amenitas di museum tidak hanya meningkatkan kenyamanan pengunjung tetapi juga berkontribusi secara langsung terhadap peningkatan minat kunjungan. Hal ini menggarisbawahi pentingnya perhatian terhadap aspek amenities dalam strategi pengelolaan museum untuk menarik lebih banyak pengunjung. Implikasi dari hasil ini menegaskan pentingnya pengelolaan amenities sebagai faktor kunci dalam strategi pemasaran dan operasional museum, yang dapat secara efektif meningkatkan kepuasan pengunjung serta frekuensi kunjungan. Terbukti bahwa wisatawan melaksanakan destinasi wisata berdasarkan keinginan simbolis semata yang dibentuk secara positif melalui kata-kata, gambar, suara atau janji (Trisakti & Alifahmi, 2018).

Menurut Kotler dan Keller (2016), dalam buku *Marketing Management*, Amenitas yang berkaitan dengan kualitas fasilitas dan pelayanan memiliki peran krusial dalam membentuk persepsi pelanggan terhadap sebuah destinasi. Selain itu, mereka mengatakan bahwa amenities yang terawat dengan baik dapat meningkatkan kebahagiaan pengunjung, yang pada gilirannya memotivasi wisatawan untuk kembali dan merekomendasikan lokasi tersebut kepada orang lain. Temuan penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Destinasi et al. (2024), yang menemukan bahwa semakin lengkap fasilitas umum dan wisata, semakin besar kemungkinan orang memilih untuk mengunjungi Desa Penglipuran, Bali. Selain itu, studi lain yang berfokus pada dampak sosial dari museum menunjukkan bahwa amenities yang baik dapat memperkuat rasa keterhubungan sosial dan kesejahteraan pengunjung. Pengalaman positif yang difasilitasi oleh Amenitas, seperti kemudahan

akses, interaksi yang edukatif, dan lingkungan yang nyaman berkontribusi pada persepsi positif terhadap museum dan mendorong kunjungan (Scott, 2022).

Pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Keputusan Berkunjung

Temuan penelitian menunjukkan bahwa objek wisata secara signifikan dan positif memengaruhi keputusan wisatawan untuk berkunjung. Hal ini menunjukkan bahwa penelitian menunjukkan seberapa besar objek wisata museum memengaruhi keputusan pengunjung untuk hadir. Hasil ini konsisten dengan pendapat beberapa ahli yang menyatakan bahwa perhatian pengunjung sangat dipengaruhi oleh objek wisata. Objek wisata adalah hal yang terutama menarik orang ke suatu lokasi. (Murtadlo & Ahmadayanti, 2020). Swarbrooke (1995) menegaskan bahwa faktor utama yang memikat wisatawan ke lokasi tertentu adalah objek wisatanya. Daya tarik yang kuat juga dapat meningkatkan persepsi nilai destinasi, yang pada gilirannya memengaruhi keputusan wisatawan untuk pergi ke sana (Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, 2017).

Khususnya di tempat-tempat yang menyediakan berbagai objek wisata dengan fasilitas dan atraksi yang memikat, objek wisata menjadi unik karena menginspirasi dan menarik wisatawan ke daerah tersebut. Temuan penelitian ini didukung oleh penelitian (Mandey, 2019) yang menunjukkan bahwa keputusan pengunjung untuk mengunjungi objek wisata Danau Linow sangat dipengaruhi oleh objek wisata itu sendiri. Hal ini dikarenakan pengunjung akan lebih tertarik pada destinasi wisata yang memiliki objek wisata yang menarik. Daya Tarik Wisata tidak hanya mencakup objek fisik seperti pameran dan koleksi, tetapi juga mencakup elemen emosional dan pengalaman yang mempengaruhi persepsi pengunjung. Namun dalam hal ini, penelitian oleh Rokhayah dkk. (2021) menunjukkan bahwa keputusan wisatawan untuk mengunjungi Pantai Istana Amal tidak dipengaruhi secara signifikan oleh objek wisata; hal ini menunjukkan bahwa mungkin ada faktor lain yang berperan ketika wisatawan memutuskan untuk tidak mengunjungi museum. Dalam penelitian ini, penting sekali pengelola Museum RA. A. Adiwidjaya melakukan peningkatan kualitas daya tarik wisata, melalui penyempurnaan aspek keunikan, kelangkaan, dan pengalaman pengunjung, yang akan berdampak signifikan pada peningkatan jumlah pengunjung ke museum.

KESIMPULAN

Hasil penelitian dan pembahasan menunjukkan bahwa daya tarik wisata dan amenities memiliki pengaruh yang besar terhadap keputusan pengunjung untuk

berkunjung ke Museum RA. A. Adiwidjaya Kabupaten Garut. Hasil ini menunjukkan bahwa minat dan keputusan pengunjung sangat dipengaruhi oleh kualitas amenities museum, yang meliputi hal-hal seperti kenyamanan, kebersihan, sumber informasi, dan daya tarik khusus. Hasil ini sesuai dengan penelitian Siregar (2018) yang menunjukkan bahwa peningkatan standar amenities termasuk ruang pendukung seperti tempat parkir, toilet, dan pusat informasi secara signifikan meningkatkan kebahagiaan dan keputusan pengunjung untuk berkunjung. Setiawan (2020) menegaskan pentingnya integrasi antara amenities dan daya tarik wisata dalam menciptakan pengalaman berkunjung yang holistik. Dalam konteks Museum RA. A. Adiwidjaya, sinergi antara penyediaan fasilitas yang memadai dan pengembangan konten museum yang menarik dapat menjadi strategi efektif untuk meningkatkan jumlah kunjungan. Oleh karena itu, disarankan bagi pengelola museum untuk terus melakukan evaluasi dan peningkatan terhadap amenities yang tersedia serta terus berinovasi dalam menyajikan daya tarik wisata yang relevan dan menarik bagi berbagai segmen pengunjung.

Senjang penelitian ini selain adanya faktor penurunan kunjungan wisatawan dan review dari wisatawan yang pernah berkunjung kurang memuaskan, adanya beberapa aspek yang belum banyak dibahas dalam penelitian-penelitian sebelumnya seperti kurangnya penelitian tentang pengaruh digitalisasi dan teknologi interaktif di museum lokal. Dalam konteks Museum penelitian tentang dampak penggunaan teknologi interaktif atau digitalisasi informasi pada pengalaman pengunjung masih minim. Selain itu, Faktor Sosial Budaya yang Memengaruhi Keputusan Berkunjung yang masih menekankan faktor ekonomi atau fisik seperti biaya dan aksesibilitas, namun masih sedikit yang mengeksplorasi bagaimana faktor sosial-budaya misalnya, acara budaya yang sangat berkontribusi pada keputusan berkunjung ke museum. Novelty dalam penelitian ini yaitu dalam hal analisis segmentasi pengunjung, dengan fokus pada pengalaman pengunjung yang tersegmentasi misalnya, berdasarkan usia, minat atau latar belakang sosial, penelitian ini akan memperkenalkan persepektif baru tentang bagaimana museum dapat menarik berbagai kelompok pengunjung secara lebih efektif, yang belum banyak dieksplorasi dalam penelitian sebelumnya.

Implikasi

Berdasarkan temuan yang didapat, Amenitas dan Daya Tarik Wisata berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung di Museum RA. A. Adiwidjaya,

Kabupaten Garut, ini menunjukkan bahwa fasilitas dan layanan pengunjung harus ditingkatkan dalam hal kenyamanan, kebersihan, dan kemudahan mendapatkan informasi. Pengembangan dan diversifikasi daya tarik wisata, seperti pameran interaktif dan acara edukatif, juga menjadi penting untuk menarik minat pengunjung. Selain itu, strategi pemasaran yang lebih agresif dan terarah, terutama melalui media sosial dapat meningkatkan visibilitas museum. Dengan begitu, Museum akan tetap relevan dan kompetitif sebagai destinasi wisata unggulan di Kabupaten Garut.

Batasan

Beberapa batasan penelitian ini termasuk fokus penelitian hanya pada satu lokasi, sehingga hasilnya tidak dapat digeneralisasi ke museum atau tempat wisata lain. Selain itu, sampel yang diambil mungkin tidak sepenuhnya mewakili seluruh populasi pengunjung Museum RA. A. Adiwidjaya. Selain itu, keterbatasan waktu membuat penelitian ini tidak dapat menangkap tren atau perubahan musiman yang berkelanjutan. Selain itu, penelitian ini hanya melihat daya tarik wisata dan amenities menjadi faktor utama. Faktor lain, diantaranya harga tiket, aksesibilitas, dan promosi, tidak dibahas. Selain itu, menggunakan pendekatan kuantitatif mungkin kurang menggali pemahaman pengunjung, yang dapat diperoleh melalui pendekatan kualitatif seperti wawancara atau observasi.

Saran

Untuk mendapatkan hasil yang lebih komprehensif, penelitian berikutnya harus melibatkan sampel yang lebih beragam, dilakukan dalam periode waktu yang lebih panjang, dan memasukkan variabel tambahan seperti pemasaran dan aksesibilitas. Selain itu, pengelola Museum RA. A. Adiwidjaya juga harus terus meningkatkan fasilitas, meningkatkan daya tarik wisata, dan menggunakan pendekatan inovatif untuk pemasaran dengan media sosial dan berkolaborasi dengan komunitas lokal. Untuk tetap relevan dan menarik lebih banyak pengunjung, kolaborasi dengan pemerintah dan sektor swasta untuk mendukung pengembangan museum dan evaluasi berkala sangat penting untuk kepentingan Museum RA. A. Adiwidjaya Kabupaten Garut.

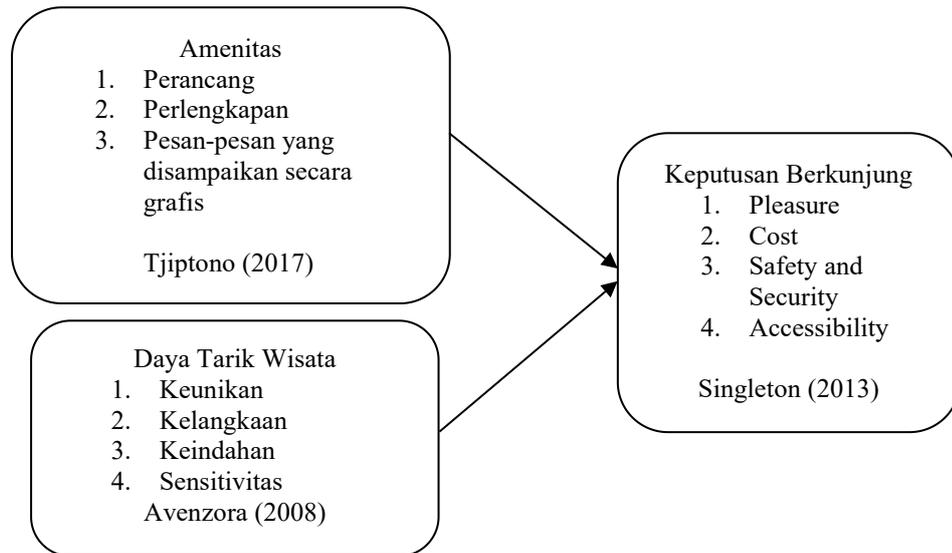
DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah dan Jogiyanto. (2011). *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM)* dalam Penelitian Bisnis.
- Adiatma, D., Susilawati, W., & Anggraeni, W. (2024). Pengaruh *Accesibility dan Social Media Marketing*. 6(2), 190–203.

- Aji, S., Dani, G., & Hermana, C. (2024). Pasien Pada Rumah Sakit Elang Medika CORPORA (EMC) Cikarang JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi). 8(2), 2022–2031.
- 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>
- Avenzora. (2008). Penilaian Potensi Daya Tarik Wisata. Aspek dan Indikator Penilaian. Destinasi, P. C., Tarik, D., & Dan, W. (2024). *Jurnal Manajemen Dinamis* 6(2), 149–160.
- Donargo, S., Sianipar, C. I., & Sirait, R. T. . (2022). Pengaruh Promosi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung di Kawasan Kota Medan. *Creative Agung*, 12(2), 149–167.
- Fauziah, H. (2021). *Sejarah museum R.A.A Adiwidjaja Garut dari tahun 2010-2019*. UIN Sunan Gunung Djati.
- Gozali, L. dan. (2020). *Partial Least Square: konsep, metode dan aplikasi menggunakan program WarpPLS 5.0*.
- Hair, Hult, Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2019). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Sage Publications.
- Hudiono, R. (2022). Pengaruh Jenis Kelamin dan Usia terhadap Kecenderungan Berwisata Selama Pandemi COVID-19. 5(2), 123–128.
- Infogarut. (2022). *Sejarah Penyematan Julukan Garut Swiss van Java*. Info Garut.
- Infogarut. (2023). *Museum RAA Adiwidjaya Riwayatmu Kini*. INFOGARUT.ID.
- Jannah, L., Rahmatika, A., & Ismail, A. (2021). Manajemen Strategi Pengembangan Halal Tourism Di Jombang (Studi Pada Makam Kh. Abdul Wahab Hasbullah). *Revenue : Jurnal Ekonomi Pembangunan Dan Ekonomi Islam*, 4(01), 14–23. <https://doi.org/10.56998/jr.v4i01.32>
- Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2017). *Marketing for Hospitality and Tourism*.
- Mandey, S. L. (2019). Keputusan Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Danau Linow Effect Of Location, Perception Of Prices And Tourism Attraction On The Decision To Visit Travelers At Lake Linow. 7(4), 5505–5513.
- Maukari, L., & Anigomang, F. (2023). Analisis Pengaruh Promosi Daya Tarik Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pengunjung Di Tempat Wisata Tradisional Takpala Desa Lembur Barat Kecamatan Alor Tenga Utara Kabupaten Alor Tahun 2022-2023. <http://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/8350/4968>
- May, J., Putra, R., Medan, P. N., Manurung, J. S., & Medan, P. N. (2024). Pengaruh Daya Tarik , Fasilitas dan Harga Tiket terhadap Kepuasan Pengunjung Objek Wisata Bukit Holbung di Kabupaten Samosir Josua May Rio Putra Pakpahan Politeknik Negeri Medan John Sihar Manurung untuk memberi kepuasan kepada pengunjung . *Pariwisata dap*. 2(2).
- Novyandini, D. R., Nurhasan, R., & Cupiadi, H. (2017). Pengaruh Kepribadian Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Kosmetik Halal Make Over di Kabupaten Garut. 1–9.
- Nurhasan, R., & Wibowo, L. A. (2020). *Jurnal Wacana Ekonomi Analisis Faktor Corporate Reputation pada Tempat Wisata*.
- oseph F. Hair Jr., G. Tomas M. Hult, Christian M. Ringle, Marko Sarstedt, Nicholas P.

- Danks, Soumya Ray. Cham, S. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (Pls-Sem) Using R A Workbook*.
- Pine II, B., & Gilmore, J. (2013). The experience economy: past, present and future. In *Handbook on the experience economy* (p. 269). <https://doi.org/10.4337/9781781004227.00007>
- Pratiwi, F. (2021). *Potensi Burayot Sebagai Atraksi Wisata Gastronomi di Desa Cangkuang Kecamatan Leles Kabupaten Garut*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Rahmadayanti, T., & Murtadlo, K. (2020). Pengaruh Efektivitas Media Sosial, Daya Tarik, Harga Tiket, dan Fasilitas Pelayanan Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung di Curug Goa Jalmo Kabupaten Pasuruan. *Malia (Terakreditasi)*, 12(1), 125–136. <https://doi.org/10.35891/ml.v12i1.2392>
- Rokhayah, Gustiani, E., & Andriana, A. N. (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>
- Saputra, N. (2017). *Pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Keputusan Berkunjung di Objek Wisata Pantai Air Manis Padang*. <https://ejournal.unp.ac.id/index.php/jhet/article/viewFile/10643/7799>
- Scott, C. (2022). *Beyond the Walls: Demonstrating the social impact of museums is critical to their success*. <https://www.aam-us.org/2022/03/01/beyond-the-walls-demonstrating-the-social-impact-of-museums-is-critical-to-their-success/>
- Singleton, P. A. (2013). *Introducing a Theory of Travel Decision-Making with Applications for Active Travel*. https://digitalcommons.usu.edu/cee_facpub/3734/
- Susianto, B., Johannes, J., & Yacob, S. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Amenitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan pada Desa Wisata Kabupaten Kerinci. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(6), 592–605. <https://www.dinastirev.org/JIMT/article/view/1094%0Ahttps://www.dinastirev.org/JIMT/article/download/1094/658>
- Tjiptono, F. (2017). *Service management : mewujudkan layanan prima / oleh Fandy Tjiptono, Ph.D. (3rd ed.)*. Andi. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1110819#>
- Trisakti, F. A., & Alifahmi, H. (2018). Destination Brand Storytelling: Analisis Naratif Video The Journey to A Wonderful World Kementerian Pariwisata. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 7(1). <https://doi.org/10.7454/jki.v7i1.9692>
- Tyara, S., Hariasih, M., & Pebrianggara, A. (2024). *PENGARUH BRAND AMBASSADOR , BRAND IMAGE DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi)*. 8(2), 228–245.

GAMBAR DAN TABEL

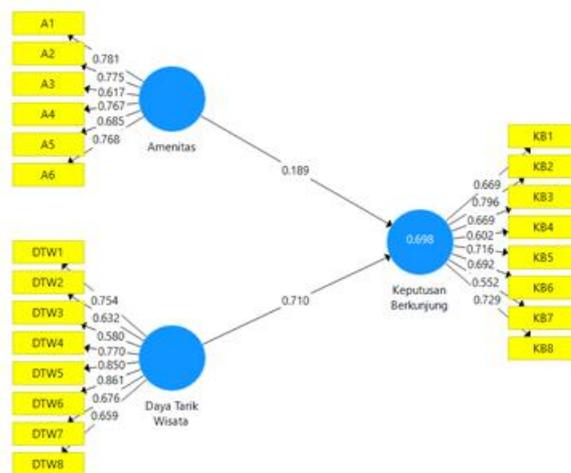


Gambar 1. Kerangka Pemikiran
Sumber: Data Diolah Peneliti (2024)

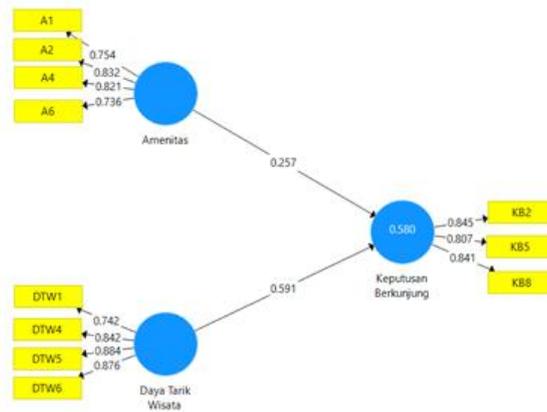
Tabel 1. Jumlah kunjungan wisatawan ke Museum RA. A. Adiwidjaya Garut tahun 2019 – 2023

Tahun	Wisman	Wisnus	Jumlah
2019	34	11,965	11,99
2020	10	5,032	5,042
2021	-	2,135	2,135
2022	-	1,289	1,289
2023	-	539	539
Total			559,456

Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Garut



Gambar 2. Model PLS Awal
Sumber: Diolah Peneliti (2024)



Gambar 3. Model PLS
Sumber: Diolah Peneliti (2024)

Tabel 2. Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
Amenita (X1)	0,619
Daya Tarik Wisata (X2)	0,702
Keputusan Berkunjung (Y)	0,691

Sumber: Diolah Peneliti (2024)

Tabel 3. Hasil Uji Fornell Larcker Criterion

Variabel	Amenitas	Daya Tarik Wisata	Keputusan Berkunjung
Amenitas	0,787		
Daya Tarik Wisata	0,543	0,838	
Keputusan Berkunjung	0,578	0,730	0,831

Sumber: Diolah Peneliti (2024)

Tabel 4. Hasil Uji Composite Reliability

Variabel	Composite Reliability	Ket
Amenitas (X1)	0,866	Reliabel
Daya Tarik Wisata (X2)	0,904	Reliabel
Keputusan Berkunjung (Y)	0,870	Reliabel

Sumber: Diolah Peneliti (2024)

Tabel 5. Hasil Uji Cronbach's Alpha

Sumber: Diolah Peneliti (2024)

Variabel	Cronbach's Alpha	Ket
Amenitas (X1)	0,798	Reliabel
Daya Tarik Wisata (X2)	0,857	Reliabel
Keputusan Berkunjung (Y)	0,777	Reliabel

Tabel 6. Hasil Uji R-Square

Variabel	R-Square	Adjusted R-Square
Keputusan Berkunjung (Y)	0,580	0,572

Sumber: Diolah Peneliti (2024)

Tabel 7. Hasil Pengujian Hipotesis

Hubungan Variabel	Path Coefficient	T-Statistics	P-Values
Amenitas -> Keputusan Berkunjung	0,257	2,686	0,007
Daya Tarik Wisata -> Keputusan Berkunjung	0,591	6,674	0,000

Sumber: Diolah Peneliti (2024)