

PENGARUH OBJEK/DAYA TARIK, PELAYANAN, AKSESIBILITAS, DAN SARANA PRASARANA TERHADAP KEPUTUSAN WISATAWAN UNTUK BERKUNJUNG KE OBJEK WISATA PADANG SUMATERA BARAT

Nelvi Susgenti

Akademi Pariwisata Bunda Padang
nelvisusgenti@akparbundapadang.ac.id

Abstract

Tourism cannot be supported from human activities, especially social activities. This research has purposes to know, 1. The effect of tourism object to tourist decisions in visiting Padang West Sumatera 2. The effect of services to tourist decisions in visiting Padang West Sumatera. 3. the effect of accessibility to tourist decisions in visiting Padang West Sumatera. 4. the public services affect the tourist decision in visiting Padang West Sumatera. The population from the result were all tourists which visited Padang west Sumatera, the technique of sampling by using accident sampling with 400 respondents. The research instrument was arranged in questionnaire Likert scale model which based on free variables such as: object attraction, services, accessibility, public services and certain variables on tourist decisions. From the result of research, it was found that there are the significant influences on object attraction to tourist decision in visiting Padang West Sumatera, the effect of services to tourist decision in visiting Padang West Sumatera, the effect of accessibility to tourist decision in visiting Padang West Sumatera, the public services effect to tourist decision in visiting Padang West Sumatera. Based on this research, it can be suggested to increase tourist visiting to Padang West Sumatera, there are some steps to do running by tourism people, from government or private such as increasing object attraction, services, accessibility and public services, in order to create more satisfaction tourism.

Keywords: *Tourist Object, Service Tourist, Accessibility, Public services, Decision in Visiting*

A. PENDAHULUAN

Sumatera Barat sebagai salah satu daerah tujuan wisata di Indonesia memiliki potensi pariwisata yang mengundang wisatawan untuk datang berkunjung. Daerah Sumatera Barat dilintasi oleh bukit barisan yang membujur dari utara keselatan, sehingga keadaan topografinya sangat bervariasi mulai dari datar, landai sampai curam dan pegunungan dengan ketinggian 1 M sampai dengan 2190 M. Dengan kondisi ini, lahan yang tersedia untuk pertanian relatif. Namun keadaan alam Sumatera Barat yang merupakan perpaduan yang harmonis antara bukit-bukit dan lembah sebagai bagian yang terpisahkan dari gugusan bukit barisan serta daerah yang terhampar sepanjang pantai barat sebagai tempat sungai-sungai bermuara menuju laut. Merupakan keunggulan alam Sumatera Barat sebagai daerah tujuan wisata yang lengkap.

Padang sebagai salah satu daerah tujuan wisata andalan Sumatera Barat memiliki potensi yang tak kalah dengan daerah lain, dengan objek dan daya tarik yang dimilikinya diantaranya : wisata alam, wisata bahari, wisata pantai dan wisata budayanya yang unik yang membedakannya dengan daerah lainnya.

Menciptakan angka kunjung wisatawan yang ideal bagi suatu Daerah Tujuan Wisata seperti kota Padang harus didukung oleh sarana dan fasilitas kepariwisataan sebagai tempat penahanan wisatawan. Padang, kotanya tidak didukung oleh cuaca dan udara sejuk seperti kota-kota lain yang berada di pegunungan. Kota Padang hanya akan menjadi tempat transit pelancong saja, bukan sebagai destinasi wisatawan, bila tidak segera membenahi Objek Daya Tarik Wisata (ODTW).

Dalam upaya meningkatkan kunjungan wisatawan, perlu adanya perbaikan dan pengembangan baik itu seni, budaya yang beraneka ragam, peninggalan bersejarah, wisata alam, pantai, bahari, dan meningkatkan wisatawan. Tanpa didukung oleh semua itu perkembangan pariwisata akan jalan ditempat.

Untuk itu Sumatera Barat harus membenahi objek wisata yang ada termasuk sarana dan prasarana yang mendukung. Untuk meningkatkan kepuasan wisatawan perlu adanya pembenahan. Kenyataan dilapangan masih kurangnya pengelolaan atraksi dan daya tarik wisata, kurangnya pelayanan dan kurangnya fasilitas yang tersedia, yang merupakan kunci dari kemajuan pariwisata itu sendiri.

B. METODE PENELITIAN

Ruang lingkup penelitian adalah pengaruh objek/daya tarik, pelayanan terhadap wisatawan, keindahan objek wisata, sarana dan prasarana pendukung, dan pengaruhnya terhadap keputusan wisatawan berkunjung ke Padang Sumatera Barat

Populasi merupakan keseluruhan wisatawan yang datang berkunjung ke Sumatera Barat dan yang menjadi sampel adalah sebagian dari populasi yang diambil secara acak. Adapun pengambilan sampel disini dilakukan dengan *accidental sampling*. Disini penulis mengambil sampel dari wisatawan nusantara yang berkunjung ke objek wisata Padang Sumatera Barat. Rumus yang digunakan untuk mencari populasi untuk penelitian ini adalah rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + N e^2}$$

dimana :

n = Ukuran sampel

N= Jumlah populasi (jumlah pengunjung)

e = Persentase kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan yang masih bisa ditolerir (5%)

Penentuan jumlah populasi dalam penelitian ini didasarkan pada jumlah wisatawan yang datang berkunjung ke Sumatera Barat pada tahun 2006

Berdasarkan rata-rata populasi sampel sebesar :

$$n = \frac{4.526.937}{1 + 4.526.937 (0,05)^2}$$

n = 399 dibulatkan menjadi 400

Jadi besarnya jumlah sampel adalah 399 responden dibulatkan menjadi 400 responden.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil

Penelitian ini menganalisis Faktor-faktor yang mempengaruhi wisatawan mengambil keputusan berkunjung ke Padang Sumatera Barat.

a. Variabel Objek/Daya wisata (X1)

Variabel ini memperlihatkan indikator-indikator keindahan alam, keindahan pantai, peninggalan sejarah, atraksi wisata, budaya masyarakat, dan kenyamanan di objek wisata. Hasil jawaban responden mengenai kepuasan wisatawan berkunjung ke objek/daya tarik wisata Padang Sumatera Barat distribusinya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.
Distribusi Frekuensi Variabel Objek/ Daya Tarik Wisata (X1)

No	Indikator	Kriteria Pernyataan										Skor	TC
		SM		M		B		KM		TM			
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
1	Keindahan Alam	78	19,5	147	36,75	97	24,25	48	12	30	7,5	3,89	69,80
2	Keindahan Pantai	47	11,75	129	32,3	144	36	70	17,5	10	2,5	3,33	66,60
3	Peninggalan Sejarah	38	9,5	142	35,5	124	31	82	20,5	14	3,5	3,27	65,40
4	Atraksi	42	10,5	141	35,25	115	28,75	80	20	22	5,5	3,25	65,00
5	Budaya Masyarakat	55	13,75	107	26,75	135	33,75	83	20,8	20	5	3,23	64,60
6	Kenyamanan di objek wisata	145	36,25	141	35,25	119	29,75	72	18	23	5,75	4,83	90,60
Rata-Rata											3,52	70,40	

Sumber: Data Primer (diolah)

Dari hasil penelitian pada tabel 4 dapat diketahui bahwa keindahan alam objek wisata kota Padang belum menarik bagi wisatawan itu sendiri, hal ini dapat dilihat dari besaran skor yang hanya 3,49. Artinya keindahan alam pada objek wisata masih belum menarik bagi wisatawan. Dari 6 indikator yang diteliti diperoleh informasi bahwa kenyamanan objek wisata sudah memuaskan wisatawan, karena skor rata-rata satuan sudah mencapai 4,53 sedangkan keindahan alamnya belum memuaskan, karena skornya hanya 3,49. Artinya dengan objek/daya tarik wisata yang sekarang, wisatawan nusantara belum mendapat kepuasan khususnya keindahan alam, keindahan pantai, peninggalan sejarah, serta budaya masyarakat. Jika kota Padang ingin meningkatkan kunjungan wisatawan maka daya tarik objek wisata harus diperbaiki supaya lebih memuaskan bagi wisatawan itu sendiri. Secara keseluruhan indikator dalam variabel ini bernilai 3,52 dengan tingkat capaian 70,40 %. Berarti objek/daya tarik masih belum menarik bagi wisatawan. Salah satu indikator dalam mengukur keputusan wisatawan berkunjung ke objek wisata kota Padang adalah kenyamanan di objek wisata, skor rata-rata indikator ini adalah sebesar 4,53 dengan tingkat capaian 90,60 %. Berarti kenyamanan di objek wisata Kota Padang sudah memuaskan bagi wisatawan. Sedangkan untuk indikator keindahan alam diperoleh skor sebesar 3,49 dengan tingkat capaian 69,80 %. Artinya keindahan alam di objek wisata Kota Padang belum menarik padahal salah satu keunggulan objek wisata kota Padang adalah keindahan alamnya. Untuk indikator keindahan pantai diperoleh skor 3,33 dengan tingkat capaian 66,60 %. Artinya keindahan pantai Padang belum terlalu menarik. Hal ini karena pantai Padang masih kotor dan masih belum ditata dengan baik. Sedangkan untuk indikator peninggalan sejarah diperoleh skor sebesar 3,27 dengan tingkat capaian 65,40 %, Hal ini mengindikasikan bahwa peninggalan sejarah yang ada di kota Padang belum dikelola dengan baik sehingga belum menarik bagi wisatawan. Padahal di kota Padang banyak terdapat peninggalan sejarah yang bisa dijadikan daya tarik wisata, seperti batu Malin Kundang, Kota Tua, Kuburan Siti Nurbaya, Mesjid Ganting yang sudah melegenda di masyarakat.

Untuk indikator atraksi diperoleh skor sebesar 3,25 dengan tingkat capaian 65%. Hal ini menunjukkan bahwa pengelola objek Kota Padang belum berhasil membuat atraksi menjadi menarik. Di Sumatera Barat banyak terdapat atraksi daerah seperti Randai, dan kesenian tradisional lainnya. Untuk kategori budaya masyarakat diperoleh skor sebesar 3,23 dengan tingkat capaian 64,60 %. Demikian juga halnya budaya masyarakat yang menurut wisatawan juga belum menarik. Di Kota Padang terdapat budaya masyarakat Matriarkat yang dapat dikelola menjadi daya tarik untuk mengunjungi Kota Padang.

b. Variabel Pelayanan

Tabel 2.
Distribusi Frekuensi Variabel Pelayanan terhadap Wisatawan (X2)

No	Indikator	Kriteria Pernyataan										Skor	TC
		SB		B		B		KB		J			
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
1	Informasi tentang Pariwisata	29	7,25	32	13	159	39,75	137	34,25	29	7,25	2,83	36,60
2	Tourist Guide	49	12,25	98	24,5	119	29,75	114	28,5	20	5	3,10	62,00
3	Kesamanan Pengunjung	30	7,5	123	30,75	132	33	72	18	43	10,75	3,06	61,20
4	Lingkungan suasana objek wisata	47	11,75	100	25	135	33,75	81	20,25	37	9,25	3,10	62,00
5	Kebersihan lingkungan objek wisata	46	11,5	97	24,25	111	27,75	101	25,25	45	11,25	2,99	59,80
6	Keramahan masyarakat disekitar objek wisata	24	6	122	30,5	135	33,75	91	22,75	28	7	3,06	61,20
7	Keramahan Pelaku wisata	36	9	114	28,5	136	34	88	22	26	6,5	3,11	62,20
8	Pelayanan yang diberikan pelayan restoran	38	9,5	131	32,75	135	33,75	62	15,5	34	8,5	3,19	63,80
9	Pemangaman yang didapat dobjek wisata	37	9,3	138	34,5	129	32,25	35	8,75	41	10,25	3,19	63,80
10	Ketersediaan Transportasi	7	1,8	118	29,5	149	37,25	103	25,75	23	5,75	2,96	59,20
Rata-Rata											3,06	61,20	

Sumber: Data Primer (diolah)

Tabel 2. diatas menunjukkan data tentang pelayanan terhadap wisatawan di Padang Sumatera Barat. Secara keseluruhan indikator dalam variabel pelayanan berada pada 3,06 dengan tingkat capaian 61,20 %. Hal ini berarti pelayanan terhadap wisatawan yang berkunjung ke objek wisata Padang berada pada kategori sedang. Artinya pelayanan yang diberikan kepada wisatawan belum baik bagi wisatawan itu sendiri karena skor rata-ratanya 3,06. Dari ke 10 indikator diperoleh informasi bahwa informasi tentang pariwisata dan ketersediaan transportasi masih kurang baik dan belum memuaskan bagi wisatawan karena skor rata-ratanya hanya 2,83 dan 2,96. Berarti informasi pariwisata di kota Padang masih minim, dan belum dikemas semenarik mungkin sehingga belum bisa mengundang banyak wisatawan datang ke Padang. Begitu juga dengan transportasi masih belum dikelola dengan baik dan belum bisa membuat wisatawan menikmati transportasi yang bagus. Untuk indikator *tourist guide* diperoleh skor sebesar 3,10 dengan tingkat capaian 62 %. Hal ini menunjukkan *tourist guide* yang ada belum mampu dan mencukupi untuk membuat wisatawan betah berkunjung ke objek wisata Kota Padang, pada hal banyak SDM yang dipunyai yang bisa dilatih dan diberikan pendidikan untuk mampu menjadi *tourist guide* yang bisa membuat wisatawan betah dan berlama-lama tinggal di Padang. Untuk keamanan pengunjung diperoleh skor 3,06 dengan tingkat capaian 61,20 %. Berarti keamanan pengunjung di objek wisata belum terjamin karena masih banyak wisatawan yang mengeluh kehilangan, pemerasan dan pemaksaan untuk membeli sesuatu, pada hal masyarakat Minang terkenal dengan keramahannya. Untuk indikator lingkungan suasana objek wisata diperoleh skor sebesar 3,10 dengan tingkat capaian 62 %. Berarti kenyamanan di lingkungan objek wisata belum memuaskan

wisatawan. Begitu juga untuk indikator kebersihan lingkungan diperoleh skor sebesar 2,99 dengan tingkat capaian 59, 80%. Artinya kebersihan di objek wisata belum terkelola dengan baik padahal Kota Padang pernah mendapatkan penghargaan sebagai Kota terbersih. Untuk keramahan masyarakat di sekitar objek wisata diperoleh skor sebesar 3,06 dengan tingkat capaian 61,20 % . Hal ini menunjukkan keramahan masyarakat di sekitar objek belum bisa membuat wisatawan berkunjung ke objek wisata, padahal masyarakat Minang terkenal dengan keramahannya yang bisa dijadikan daya tarik bagi wisatawan. Untuk indikator keramahan pelaku wisata diperoleh skor sebesar 3,11 dengan tingkat capaian 62,20 % . Artinya belum semua pelaku wisata paham bahwa keramahan yang ditunjukkan kepada wisatawan bisa membuat wisatawan kembali berkunjung. Untuk indikator pelayanan yang diberikan pelayan restoran diperoleh skor sebesar 3,19 dengan tingkat capaian 63,80 % . Artinya pelayan restoran belum mampu membuat wisatawan betah dan berkunjung kembali. Untuk indikator penanganan yang didapat di objek wisata diperoleh skor sebesar 3,19 dengan tingkat capaian 63,80 % . Hal ini berarti belum mencukupi Skill yang ada sehingga penanganan yang didapat wisatawan di objek wisata. Sedangkan untuk kategori ketersediaan transportasi diperoleh skor sebesar 2,96 dengan tingkat capaian 59,20 % berada pada kategori kurang baik. Artinya transportasi yang ada belum mencukupi dan belum dikelola dengan baik.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa pelayanan terhadap wisatawan berkunjung ke objek wisata Sumatera Barat khususnya Padang berada pada kategori sedang, artinya pelayanan yang didapatkan wisatawan itu sendiri belum memuaskan.

c. Variabel Aksesibilitas

Tabel 3.
Distribusi Frekuensi Variabel Aksesibilitas (X3)

No	Indikator	Kriteria Pernyataan										Skor	TC
		SM		M		B		AS		S			
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
1	Transportasi	42	10,5	124	31	133	33,25	78	19,5	23	5,75	3,21	64,20
2	Pencapaian ke lokasi	47	11,75	129	32,3	144	36	70	17,5	10	2,5	3,33	66,60
3	Kemudahan pencapaian	38	9,5	142	35,5	124	31	82	20,5	14	3,5	3,27	65,40
4	Alat komunikasi yang tersedia	42	10,5	141	35,25	115	28,75	80	20	22	5,5	3,25	65,00
Rata-Rata											3,27	65,40	

Sumber : Data Primer (diolah)

Dari hasil penelitian pada tabel 3 dapat diketahui bahwa keamanan parkir, pencapaian ke lokasi, kemudahan pencapaian serta alat komunikasi yang tersedia belum memadai bagi wisatawan itu sendiri karena skor rata-rata masing-masing hanya berada pada kategori sedang. Ini bisa dilihat dari indikator-indikator, keamanan parkir diperoleh skor sebesar 3,21 dengan tingkat capaian 64,20 % . Hal menunjukkan pengelola parkir di objek wisata belum berhasil menjaga keamanan parkir. Untuk indikator pencapaian ke lokasi objek diperoleh skor sebesar 3,33 dengan tingkat capaian 66,60 % . Artinya pengelola objek belum berhasil membuat bagaimana memperlancar pencapaian ke lokasi objek wisata. Untuk indikator kemudahan

pencapaian diperoleh skor sebesar 3,27 dengan tingkat capaian 65,40 % . Artinya sarana menuju objek wisata belum tersedia seperti yang diinginkan wisatawan. Sedangkan untuk indikator alat komunikasi yang tersedia diperoleh skor sebesar 3,25 dengan tingkat capaian 65 % . Begitu juga dengan alat komunikasi belum tersedia sehingga belum menarik bagi wisatawan.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa variabel aksesibilitas berada pada kategori sedang dan belum baik. Jika Padang ingin meningkatkan kunjungan wisatawan maka kualitas pelayanan harus ditingkatkan. Supaya lebih memuaskan bagi wisatawan itu sendiri.

2. Pembahasan

a. Pengaruh objek/daya tarik terhadap keputusan wisatawan berkunjung ke Padang Sumatera Barat

Indikator-indikator yang termasuk kedalam variabel objek/daya tarik ini adalah keindahan alam, keindahan pantai, peninggalan sejarah, atraksi wisata, budaya masyarakat, dan kenyamanan di objek wisata. Hasil jawaban responden mengenai keputusan wisatawan berkunjung ke objek/daya tarik wisata Padang Sumatera Barat berada pada kategori sedang.

Berdasarkan hasil uji hipotesis terbukti bahwa variabel bebas objek/daya tarik (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan wisatawan berkunjung (Y) ke objek wisata Padang Sumatera Barat. Berdasarkan deskripsi variabel diketahui bahwa keputusan wisatawan berkunjung ke objek wisata kota Padang berada pada kategori biasa saja.

Jika dikaitkan dengan analisis deskripsi variabel keputusan wisatawan berkunjung, skor rata-rata jawaban responden atas keputusan wisatawan sebesar 3,52 dengan tingkat capaian 70,40 % yang berarti sedang. Artinya wisatawan masih ragu apakah dia akan berkunjung lagi atau tidak. Berdasarkan hasil analisis regresi berganda terlihat bahwa objek/daya tarik wisata menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan wisatawan berkunjung ke objek wisata Padang Sumatera Barat. Artinya daya tarik suatu objek wisata ikut menentukan orang berkunjung, jika Kota Padang ingin kunjungan wisatawan meningkat maka objek/daya tarik wisata harus ditingkatkan agar motivasi berkunjung meningkat. Untuk itu perlu pengembangan objek/daya tarik wisata Padang Sumatera Barat sebagaimana dikemukakan Gunn (1979:19) dalam Yoeti (2002:52) pengembangan pariwisata pada suatu Daerah Tujuan Wisata haruslah mempersiapkan aksesibilitas, fasilitas, dan daya tarik pariwisata sedemikian rupa sehingga bila wisatawan berkunjung ke Daerah Tujuan Wisata tersebut merasa puas, senang dan sesuai dengan harapannya mengapa ia melakukan perjalanan wisata. Kawasan wisata Padang memiliki objek/ daya tarik yang sangat berpotensi untuk pengembangan kepariwisataan. Kota Padang mempunyai pantai yang indah, pemandangan yang indah, peninggalan sejarah, budaya masyarakat dan pegunungan yang menarik bagi wisatawan untuk berkunjung ke daerah ini.

Disamping memiliki sumber daya alam yang kaya daerah ini juga memiliki budaya yang unik dengan berbagai bentuk tatanan hidup masyarakatnya yang juga bisa dijadikan sebagai daya tarik wisata. Sebagaimana yang diungkapkan Christie (2000:366) daya tarik suatu kawasan wisata dapat pula berupa budaya. Hal ini ditunjukkan oleh tempat-tempat bersejarah, budaya masyarakat atau cara hidup masyarakatnya dan tradisi-tradisi masyarakat baik di masa lalu maupun masa sekarang.

3. Pengaruh pelayanan terhadap keputusan wisatawan berkunjung ke Padang Sumatera Barat

Indikator-indikator yang termasuk kedalam variabel pelayanan (X2) adalah informasi tentang pariwisata, *tourist guide*, keamanan pengunjung, lingkungan suasana objek wisata, kebersihan, keramahan masyarakat, keramahan pelaku wisata, pelayanan restoran, penanganan yang didapat di objek wisata dan ketersediaan transportasi.

Variabel pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan wisatawan berkunjung ke objek wisata Padang Sumatera Barat. Jika dikaitkan dengan analisis deskripsi variabel, skor rata-rata jawaban responden dengan skor rata-rata sebesar 3,06 dengan tingkat capaian 61,20%, yang berarti pelayanan yang diberikan kepada wisatawan belum baik.

Berdasarkan analisis regresi berganda diketahui bahwa variabel pelayanan menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan wisatawan berkunjung ke objek wisata Kota Padang. Artinya pelayanan yang diberikan kepada wisatawan ikut menentukan wisatawan berkunjung ke suatu objek/daya tarik wisata, jika kota Padang ingin kunjungan wisatawan meningkat, untuk itu perlu adanya peningkatan pelayanan sebagaimana yang dikemukakan Acep Hidayat dalam diklat *Training of Trainers* (2007: 3) pelayanan pariwisata adalah suatu cara yang dilakukan individu atau perseorangan yang bergerak dalam bidang pariwisata dalam memenuhi pelanggannya/tamunya, dengan mencurahkan segenap kemampuan, perasaan dan keterampilan yang dimilikinya, sehingga tercapainya tujuannya (kepuasan pelanggan yang dilayaninya) semakin bagus pengelolaan dan pelayanan yang diberikan akan berpengaruh terhadap keputusan wisatawan berkunjung ke objek wisata.

4. Pengaruh aksesibilitas terhadap keputusan wisatawan berkunjung ke Padang Sumatera Barat

Indikator-indikator yang termasuk kedalam variabel Aksesibilitas (X3) adalah tersedianya keamanan tempat parkir, pencapaian ke lokasi, kemudahan pencapaian dan alat komunikasi yang tersedia.

Variabel aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan wisatawan berkunjung ke objek wisata Padang Sumatera Barat. Jika dikaitkan dengan analisis deskripsi variabel, skor rata-rata jawaban responden sebesar 3,27 dengan tingkat capaian 65,40 %, yang berarti aksesibilitas yang tersedia di objek wisata Kota Padang biasa saja, karena infrastruktur jalan, komunikasi dan transportasi yang belum lengkap.

Berdasarkan analisis regresi berganda, variabel aksesibilitas menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan wisatawan berkunjung ke objek wisata Kota Padang. Artinya aksesibilitas suatu objek/ daya tarik wisata ikut menentukan wisatawan berkunjung. Jika Kota Padang ingin kunjungan wisatawan meningkat maka aksesibilitas perlu diperhatikan dan ditingkatkan, agar motivasi berkunjung juga meningkat. Hal ini menunjukkan bahwa semakin bagus pengelolaan dan aksesibilitas yang lengkap yang diberikan akan berpengaruh terhadap keputusan wisatawan. Seperti yang dikemukakan yoeti (2002:4) aksesibilitas dari tujuan pariwisata adalah semua yang dapat memberi kemudahan kepada wisatawan untuk datang berkunjung pada suatu daerah tujuan wisata (DTW).

Kemudahan pencapaian suatu objek wisata akan mempengaruhi wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata tersebut, sebagaimana yang dikemukakan Christie (2000), Transportasi merupakan basis pariwisata, transportasi dimaksudkan untuk memenuhi

keinginan orang melakukan perjalanan adalah keinginan orang untuk melakukan perjalanan ke tempat yang berbeda dengan tempat yang biasa ditempatinya, budaya yang berbeda, iklim yang berbeda, dan pemandangan yang berbeda. Tempat-tempat yang berbeda secara fisik saling menggerakkan satu sama lain. Karenanya ada kebutuhan melakukan perjalanan kesana. Oleh karena itu perlu dan penting adanya transportasi untuk sampai ketempat tujuan dan dengan nyaman tentunya.

D. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis faktor, berikut ini dikemukakan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Objek/ daya tarik Wisata berpengaruh terhadap keputusan wisatawan berkunjung ke objek wisata. Semakin baik objek/daya tarik wisata maka semakin banyak wisatawan yang berkunjung kembali. Namun objek/daya tarik wisata Kota Padang dikelola dengan baik sehingga daya tariknya juga relatif jelek.
2. Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan wisatawan berkunjung ke objek wisata Kota Padang. Semakin bagus pelayanan yang diberikan maka akan semakin banyak wisatawan berkunjung kembali. Tetapi pelaku wisata dan masyarakat belum memiliki sadar wisata sehingga pelayanan yang diberikan kepada wisatawan belum bagus
3. Aksesibilitas berpengaruh terhadap keputusan wisatawan berkunjung ke objek wisata Kota Padang, semakin lengkap aksesibilitas objek/daya tarik wisata akan semakin banyak wisatawan berkunjung. Namun aksesibilitas yang tersedia di Kota Padang masih belum mencukupi sehingga belum menarik bagi wisatawan berkunjung kembali.
4. Sarana prasarana juga berpengaruh terhadap keputusan wisatawan berkunjung ke objek wisata Kota Padang. Semakin lengkap sarana prasarana yang tersedia semakin banyak wisatawan berkunjung. Tapi sarana prasarana yang tersedia di objek /daya tarik wisata Kota Padang masih belum lengkap, sehingga wisatawan masih ragu untuk datang

DAFTAR PUSTAKA

- Afif, Faisal, (1992), *Manajemen Pemasaran Global*, PT. Eresco, Bandung
- Andriani, (2005) *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas wisatawan ke Objek Wisata Pantai Padang*, tesis, Padang, MM UNP
- Arikunto (1996), *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta. PT Rineka Cipta.
- Barnes, James.G (2003) *Secret of Customer Relationship Management*, Yogyakarta:Andi
- Craven, David (1996) *Pemasaran Strategi*, Edisi keempat, Erlangga, Jakarta
- Christie Mill, Ro bert, (2000) *the Tourism International Business*, Edisi Bahasa Indonesia. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Dinas Pariwisata Seni dan Budaya Provinsi Sumatera Barat (2003) *Buku Statistik*
- Dinas Pariwisata Seni dan Budaya Provinsi Sumatera Barat (2004), *Buku Panduan Penyuluhan Sapta Pesona*

- Dinas Pariwisata Seni dan Budaya Provinsi Sumatera Barat (2005), *Buku Visualisasi Data dan Statistik Pariwisata Sumatera Barat*
- Dinas Pariwisata Seni dan Budaya Provinsi Sumatera Barat (2006), *Buku Statistik Pariwisata*
- Dariantono, Darmadi, (2003) *Inovasi Pasar Dengan Iklan yang Efektif. Strategi Program dan Teknik Pengukuran*. Jakarta, Gramedia
- Hidayat, Acep, *Dasar-dasar Pelayanan Pariwisata*, Widyaswara Utama Budpar
- Irwan H, (2003), *Indonesia Satisfaction Customer, Membeda Strategi Kepuasan Pelanggan Pemenang, ICSA*, Elex Media Komputindo, Jakarta
- Kartini A. Yahya, Dwi. (1995), *Suatu Model Pengambilan Keputusan untuk menentukan Prioritas Pengembangan Satuan-satuan kawasan Wisata....Disertasi*. Universitas Padjajaran Bandung
- Kotler, Philip (1997) *Manajemen Pemasaran; Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Terjemahan Hendra Teguh, SE, Al dan Romy A, Rusly, SE,AK,; Edisi kesembilan jilid 1, Prenhallindo, Jakarta
- Payne, Adrian, (2000) *The Essence of Service Marketing Pemasaran Jasa*, Terjemahan
- Fandi Tjiptono, Penerbit Andi, Yogyakarta
, (2002), *Pemasaran Jasa*, Andi, Yogyakarta
- Parasuraman, A; Valerie, Zeithaml dan Mayja Bitner (1990), *Conceptual Model Of Marketing*, New York
- Sumilat, Mareike (2002), *Kajian Tentang Warisan Sejarah Sektor-Sektor Unggulan Daerah Sulawesi Utara Sektor Kepariwisata*
- Tjiptono, Fandy (1996) *Manajemen Pemasaran Jasa*, Andi, Yogyakarta
_____, (1998) *Total Quality Management*, Andy offset, Yogyakarta
_____, (2002), *Manajemen Pemasaran Jasa*, Andi, Yogyakarta
_____, (2005), *Service Quality Satisfaction*, Andy, Yogyakarta
- Yoeti, Oka. A (1996), *Pengantar Pariwisata*, Bandung, Aksara (2002), *Perencanaan Strategis Pemasaran Daerah Tujuan Wisata*, Pradnya Paramita, Jakarta
- Victor T.C. Middleton 2002, *Marketing In Travel and Tourism*