



ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN BERKUNJUNG PADA WATERPARK TOP 100 BATU AJI.

ANALYSIS OF FACTORS THAT INFLUENCE THE DECISION OF VISITING THE TOP 100 BATU AJI WATERPARK.

Romauli Lubis^{1)*}, Aswan Munang²⁾, dan Halim Qista Karima³⁾

^{1,2} Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Institut Teknologi Telkom Purwokerto,
Jl. DI Panjaitan No.128, Karangreja, Purwokerto Kidul, Kec. Purwokerto Selatan,
Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah-Indonesia

email: lubisroma3@mail.com¹⁾, aswan@ittelkom-pwt.ac.id²⁾, halimqistakarima@ittelkom-pwt.ac.id³⁾

Received:
08 Agus 2022

Accepted:
13 Agus 2022

Published:
01 Nov 2022

Abstrak

Sektor pariwisata tidak lepas dari peramalan dalam meningkatkan sekmen pengunjung. Proses dalam menangkap perilaku karakteristik dinamis wisatawan, melalui data pencarian tersegmentasi. Waterpark Top 100 Batu Aji destinasi wisata yang terletak di Kota Batam. Keluhan pengunjung terhadap fasilitas mengakibatkan terjadinya penurunan pendapatan. Tujuan dari penelitian untuk melihat pengaruh harga, kualitas pelayanan serta fasilitas dalam penentuan kunjungan wisata. Penelitian menggunakan deskriptif dengan penentuan sampel sebanyak 100 Responden online dan offline. Metode analisis pada riset ini yaitu *Structural Equation Modelling-Partial Least Square (SEM-PLS)*. Hasil penelitian menunjukkan keputusan berkunjung dipengaruhi secara signifikan oleh faktor pada indikator *attention(ATT)* dan *Personal Human (PH)*. Namun pada variabel *Perception Behavior Control (PBC)* dan *Subject Norm (SN)* tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung (KB). Manfaat dari penelitian ini adalah mengetahui faktor penyebab pengunjung membuat keputusan berkunjung pada destinasi wisata.

Kata Kunci: Keputusan berkunjung, *Service quality*, *Structural Equation Modelling - Partial Least Square (SEM-PLS)*

Abstract

The tourism sector cannot be separated from forecasting in increasing the visitor segment. The process of capturing the dynamic characteristic behavior of tourists, through segmented search data. Waterpark Top 100 Batu Aji tourist destination located in Batam City. Visitors' complaints about the facilities resulted in a decrease in revenue. The purpose of this research is to see the effect of price, service quality and facilities in determining tourist visits. This research uses descriptive research with a sample of 100 respondents online and offline. The analytical method in this research is *Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS)*. The results showed that the decision to visit was significantly influenced by factors on the indicators of attention (ATT) and Personal Human (PH). However, the Perception Behavior Control (PBC) and Subject Norm (SN) variables have no significant effect on Visiting Decisions (KB). The benefit of this research is to find out the factors that cause visitors to make decisions to visit tourist destinations.

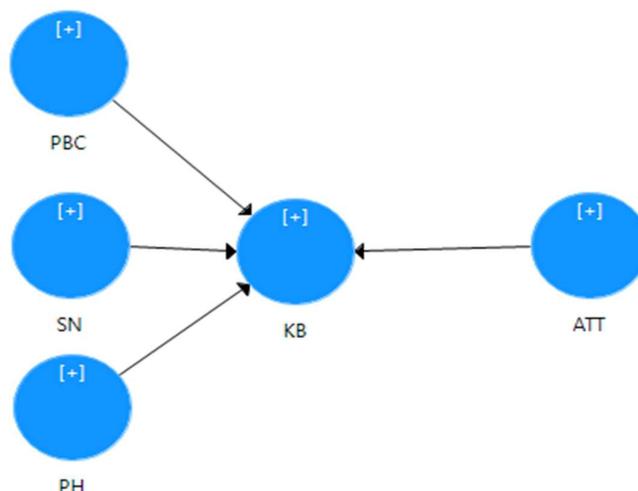
Keywords: Visiting decision, service quality, *Structural Equation Modelling - Partial Least Square (SEM-PLS)*

How to cite: Lubis, R., Munang, A., & Karima, H. Q. (2022). Analisis Faktor Yang mempengaruhi Keputusan Berkunjung Pada Waterpark TOP 100 Batu Aji. *Journal of Industrial Engineering and Operation Management (JIEOM)*, 5(2), 178-189

PENDAHULUAN

Fasilitas tempat wisata dapat memberikan kenyamanan yang dirasakan pengunjung sehingga membuat keputusan untuk datang berkunjung. Banyak wisata yang dapat dijangkau dengan sejumlah keahlian lokal daerah yang menjadi sumber pendapatan bagi masyarakat lokal (Karlina 2019). Indonesia memiliki 7 indikator sapta pesona yang menjadi penilaian kelayakan tempat wisata yaitu, aman, tertib, bersih, sejuk, indah, ramah tamah, kenangan. Selain itu, kesadaran lingkungan secara positif memoderasi hubungan antara nilai dan sikap pribadi (Ahmad et al. 2020). Waterpark Top 100 Batu Aji adalah pesona wisata waterpark terbesar di Kota Batam. Waterpark Top 100 Batu Aji dikelola melalui Mall Top 100 Batu Aji Batam dan tempat wisata dengan wahana air. Kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan loyalitas seorang pelanggan (Tiong 2018). Biaya tiket untuk masuk ke waterpark Top 100 Batu Aji seharga Rp 35.000/2021 untuk Senin-Jumat, Sabtu-Minggu Rp 55.000 untuk akhir pekan dan hari libur nasional. Selain itu harga juga dapat mempengaruhi alokasi faktor-faktor produksi wisata (Dasanti Jiwaning Winahyu Drs. Harry Soesanto, 2021).

Pengelola sering melakukan promosi melalui *booklet* untuk menarik perhatian calon pelanggan baru, namun penjualan *booklet* semakin tahun semakin menurun. Pengunjung juga sering protes tentang air toilet yang mengalirnya lambat/tidak jalan saat ramai yang mengakibatkan para pengunjung mengalami kesulitan membilas badan setelah berenang. Dalam upaya perbaikan berkelanjutan, perusahaan harus mengetahui faktor yang menjadi perhatian utama bagi para konsumen dengan melakukan observasi terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan (Rembulan, Septorino, and Nurprihatin 2022). Keramik dalam kolam sering pecah mengakibatkan kecelakaan. Perilaku pengunjung yang melanggar peraturan keselamatan seperti berjalan di luar jalur keamanan dapat membahayakan pengunjung lain (Goh, Ritchie, and Wang 2017). Hal ini menimbulkan keraguan pengunjung untuk berkunjung kembali. Dalam permasalahan ini memanfaatkan metode *SEM-PLS* untuk menganalisa faktor yang mempengaruhi pengunjung dalam membuat keputusan untuk berkunjung. kepuasan terhadap kondisi cuaca merupakan penentu utama jumlah aktivitas bahari yang dikonsumsi wisatawan selama berkunjung ke destinasi (Lam-González, León, and de León Ledesma 2019).



Gambar 1 kerangka konseptual

1. Ho: Tidak terdapat pengaruh *Attention (ATT)*, terhadap Keputusan Berkunjung (KB).
Ha: Terdapat pengaruh *Attention (ATT)* terhadap Keputusan Berkunjung (KB).
2. Ho: Tidak terdapat pengaruh *Perception Behavior Control (PBC)* terhadap Keputusan Berkunjung (KB).
Ha: Terdapat pengaruh *Perception Behavior Control (PBC)* terhadap Keputusan Berkunjung (KB).
3. Ho: Tidak terdapat pengaruh *Personal Human (PH)* terhadap Keputusan Berkunjung (KB).
Ha: Terdapat pengaruh *Personal Human (PH)* terhadap Keputusan Berkunjung (KB).
4. Ho: Tidak terdapat pengaruh *Subjective Norm (SN)*, terhadap Keputusan Berkunjung (KB).
Ha: Terdapat pengaruh *Subjective Norm (SN)*, terhadap Keputusan Berkunjung (KB).

METODE PENELITIAN

Studi literatur

Studi literatur digunakan untuk mengumpulkan teori-teori yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan. Teori-teori yang ada, digunakan peneliti sebagai referensi atau pedoman untuk pengolahan dan analisis data.

Metode analisa

Salah satu cara memahami data dengan mudah, maka menggunakan analisis deskriptif merupakan data statistik. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah keputusan berkunjung, harga dan kualitas pelayanan dan fasilitas waterpark. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai penelitian yang dilakukan dengan cara menyimpulkan data-data secara sistematis dalam angka atau persentase yang diolah dengan metode statistik sehingga diperoleh kesimpulan umum. (Widiana 2016). Pada penelitian ini menggunakan metode *Structural Equation Modelling - Partial Least Square (SEM-PLS)*. Metode ini dapat mengukur pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogennya. Variabel eksogen *Behavior Control (PBC)*, *Subjective Norm (SN)*, *Personal Human (PH)*, *Attention (ATT)* dan variabel endogennya yaitu keputusan berkunjung. Pengukuran pada variabel tersebut menggunakan skor 1 (sangat tidak setuju) untuk terendah, dan 5 (sangat setuju) untuk skor tertinggi (Nining Widianingsih 2017). Sehingga interval skor tersebut adalah:

$$\begin{aligned} \text{Interval} &= (\text{Nilai Maksimal} - \text{Nilai Minimal}) / (\text{Jumlah Kelas}) \\ &= (5-1) / 5 = 0,08 \end{aligned}$$

Berdasarkan pada perhitungan diatas, maka skala distribusi kriteria pendapat adalah sebagai berikut:

Tabel 1 Kriteria Kepuasan Pengunjung

Sangat Tidak Setuju	1.00 – 1.08
Tidak Setuju	1.81 – 2.60
Kurang Setuju	2.61 – 3.40
Setuju	3.41 – 4.20
Sangat Setuju	4.21 – 5

Penyebaran kuesioner

Pada penelitian ini melakukan observasi dengan wawancara secara langsung kepada pihak destinasi wisata bapak Ardi selaku pengelola manajemen wisata. Penyebaran kuesioner kepada pengunjung secara *online* dan *offline* menggunakan *geogle form*. Skala yang digunakan pada penelitian ini adalah skala Likert dengan score 1 - 5.

Tabel 2. Skala Likert

1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Kurang Setuju
4	Setuju
5	Sangat Setuju

Sampel dan Populasi

Kepastian respon dapat digunakan menggunakan rumus *slovin*. Slovin merupakan rumus penentu sampel dengan syarat jumlah populasi di ketahui. Tahap pertama yang dilakukan sebelum memasukan jumlah populasi kedalam slovin adalah menentukan *margin error*. Pada penelitian ini ditentukan atau *margin error* e sebesar 5% atau 0,05 yang artinya hanya 5% kemungkinan kesalahan yang terjadi. Responden yang didapatkan yaitu berjumlah 100. Maka dimulai perhitungan jumlah sampel kuesioner dengan memakai rumus Slovin.

$$n = \frac{N}{1 + (Nxe^2)} \quad (1)$$

Keterangan :

n = Jumlah minimum sampel

N = jumlah populasi = 124

e = 5% atau 0.05

$$n = \frac{124}{1+124(0.05)^2} = 95 \text{ sampel}$$

Perhitungan slovin didapatkan minimal 95 sampel. Pengujian kesetujuan responden terhadap pernyataan pada setiap atribut menggunakan skala likert. Skala likert penilaian 1-5 diawali dengan sangat tidak setuju hingga sangat setuju.

Uji Validitas

Uji validitas dipergunakan sebagai pengukuran apakah variabel tersebut valid atau tidak, dengan membandingkan nilai akar kuadrat dari *Average Variance Extracted* (AVE). Apabila nilai AVE lebih besari dibandingkan nilai korelasi di antara variabel laten, maka validitas diskriminan dapat dianggap terpenuhi. Validitas diskriminan dapat dikatakan tercapai apabila nilai AVE lebih besar dari 0,5 (Handayani and Darma 2021) AVE dapat ditentukan dengan menggunakan perumusan sebagai berikut:

$$AVE = \frac{\sum \lambda^2}{\sum \lambda^2 + \sum \text{var} \varepsilon(i)} \quad (2)$$

Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas pada model SEMPLS digunakan sebagai salah satu evaluasi untuk model pengukuran (*outer model*). Variabel laten dapat dikatakan mempunyai realibilitas yang baik apabila nilai *composite reliability* lebih besar dari 0,7 dan nilai Cronbach's alpha lebih besar dari 0,7 (Rohmat Indra Borman 2017). *Composite reliability* dapat ditentukan dengan menggunakan perumusan sebagai berikut:

$$P_c = \frac{\sum \lambda^2}{\sum \lambda^2 + \sum \text{var} \varepsilon(i)} \quad (3)$$

Pengumpulan data

Data yang dikumpulkan dengan memperoleh dari hasil membagikan kuesioner secara offline dan online terhadap pengunjung waterpark Top 100 Batu Aji yang telah lebih dari 1 kali berkunjung. Dengan jumlah responden terdiri dari 100 responden.dengan 37 indikator pernyataan kuesioner.

Pengolahan data

Pengolahan data menggunakan *Structural Equation Modelling - Partial Least Square (SEM-PLS)* . Pada analisis jalur untuk *Structural Equation Modeling* dengan *Partial Least Square (SEM-PLS)* terdapat tiga model, yaitu Inner model menunjukkan hubungan antar variabel laten, *Outer model* menunjukkan hubungan antara variabel *manifest* dengan variabel latennya, dan *Weight relation* menunjukkan nilai estimasi variabel laten.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas Pengunjung Waterpark Top 100 Batu Aji

Setelah memperoleh jawaban kuesioner dari 100 responden maka, selanjutnya diolah menggunakan uji validitas. Dengan membandingkan nilai akar kuadrat dari *Average Variance Extracted (AVE)*. Apabila nilai AVE lebih besar dibandingkan nilai korelasi di antara variabel laten, maka validitas diskriminan dapat dianggap terpenuhi. Validitas diskriminan dapat dikatakan tercapai apabila nilai AVE lebih besar dari 0.5. Berikut hasil uji validitas pengunjung waterpark Top 100 Batu Aji.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Pengunjung Waterpark Top 100 Batu Aji

No	Variabel	kode	Indikator	Loading factor	Average Variance Extracted (AVE)	ket
1	<i>Perception Behavior Control (PBC)</i>	PBC1	Lokasi wisata Waterpark TOP 100 Batu Aji strategis,mudah ditemukan dan diakses	0.897	0.892	valid
		PBC2	Alur pemesanan tiket wisata mudah dipahami	0.915		

		PBC3	Tempat parkir di wisata Waterpark TOP 100 Batu Aji memadai	0.935		
		PBC4	Saya mempunyai banyak waktu untuk melakukan wisata	0.816		
2	<i>Sosial Norm (SN)</i>	SN1	Keluarga saya berpandangan positif saat saya mengunjungi wisata Waterpark TOP 100 Batu Aji	0.951	0.945	valid
		SN2	Teman disekitar saya berpandangan positif saat saya mengunjungi wisata Waterpark TOP 100 Batu Aji	0.955		
		SN3	Masyarakat berpandangan positif saat saya mengunjungi wisata waterpark TOP 100 Batu Aji	0.929		
3	<i>Personal Human (PH)</i>	PH1	Berwisata itu penting dan menyenangkan	0.948	0.950	valid
		PH2	Berwisata permainan air sangat menyenangkan bagi saya	0.960		
		PH4	Saya merasa senang/bangga berenang di Waterpark TOP 100 Batu Aji batam	0.941		
4	<i>Attention (ATT)</i>	ATT1	Harga Tiket masuk di wisata Waterpark TOP 100 Batu Aji terjangkau	0.857	0.885	valid
		ATT2	Harga konsumsi pada tempat wisata Waterpark TOP 100 Batu Aji terjangkau	0.904		
		ATT3	Pengelola destinasi wisata memberikan harga yang mampu bersaing dibandingkan pengelola wisata lainnya	0.880		
		ATT4	petugas menyiapkan perlengkapan penyajian	0.701		

			makanan dan minuman yang bersih dan higienis		
		ATT5	Kebersihan untuk ruang ganti di destinasi wisata Waterpark TOP 100 Batu Aji sangat terjaga.	0.888	
		ATT6	Tersedia kamar mandi serta air yang bersih	0.914	
		ATT7	Pengunjung yang melakukan pemesanan tiket masuk antri dengan tertib	0.928	
		ATT8	Tempat parkir yang memadai dan tertata rapi	0.924	
		ATT9	Petugas dan pengunjung Memelihara lingkungan dengan mentaati peraturan yang berlaku	0.916	
		ATT10	destinasi ini memiliki keunikan atau ke khasan yang berbeda dari destinasi yang lain	0.889	
		ATT11	Desain kolam renang pada destinasi wisata, dalam tatanan yang estetik,dan menarik	0.932	
		ATT12	Pengelola destinasi wisata menata lingkungan secara teratur	0.942	
		ATT13	barang barang yang di bawa ke destinasi wisata ini dapat terjaga dengan aman	0.900	
		ATT14	Fasilitas yang di sediakan terjamin dan meminimalkan resiko kecelakaan dalam penggunaan fasilitas umum	0.939	
		ATT15	Petugas destinasi wisata Menolong dan melindungi pengunjung yang mengalami kendala saat berenang	0.959	

		ATT16	orang orang dan operator di destinasi dapat berkomunikasi dengan baik dan memahami keinginan pengunjung wisata	0.948		
		ATT17	Setiap pertanyaan dari pengunjung pihak pengelola menjawabnya dengan ramah dan sopan	0.855		
		ATT18	Petugas destinasi wisata Menunjukkan sikap menghargai dan toleransi kepada setiap pengunjung	0.927		
		ATT19	sumber daya alam dan budaya serta infranstruktur wisata lingkungan sosial sudah baik sebagai destinasi wisata	0.949		
		ATT20	Lingkungan wisata yang dipenuhi tanaman hijau dan pohon terpelihara dengan baik	0.910		
		ATT21	kondisi lingkungan di destinasi wisata terasa sejuk	0.929		
		ATT22	saya menemukan hal hal baru dan unik pada destinasi wisata di Waterpark TOP 100 Batu Aji	0.914		
		ATT23	Destinasi wisata Waterpark TOP 100 Batu Aji Menyediakan cinderamata yang menarik, unik/khas serta mudah dibawa	0.758		
		ATT24	Destinasi wisata Waterpark TOP 100 Batu Aji Menyajikan makanan dan minuman khas lokal yang bersih dan sehat	0.932		

5	Keputusan Berkunjung	KB1	saya berniat mengunjungi destinasi wisata Waterpark TOP 100 Batu Aji	0.951	0.952	valid
		KB2	Saya akan secara rutin berkunjung ke destinasi wisata Waterpark TOP 100 Batu Aji	0.953		

Sumber data : Data diolah(2022)

Dari hasil uji validitas pengunjung waterpark Top 100 Batu Aji, hasil dari loading faktor rata-rata diatas 0,7 dan diperoleh nilai AVE > 0.5, maka dapat disimpulkan pada indikator dapat dikatakan valid.

Hasil Uji Reliabilitas Pengunjung Waterpark Top 100 Batu Aji

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Pengunjung Waterpark Top 100 Batu Aji

No	Variabel	Cronbach's Alpa	Composite Reliability	Ket
1	<i>Perception Behavior Control (PBC)</i>	0.914	0.939	Reliabel
2	<i>Subjective Norm (SN)</i>	0.941	0.962	Reliabel
3	<i>Personal Human (PH)</i>	0.946	0.965	Reliabel
4	<i>Attention (ATT)</i>	0.988	0.988	Reliabel

Sumber data: Data diolah(2022)

Dari hasil uji reliabilitas pengunjung waterpark Top 100 Batu Aji, hasil dari Cronbach's Alpa > 0.7 dan Composite Reliability > 0.7, maka kesimpulannya yaitu, seluruh variabel dapat dikatakan reliabel. Untuk ketentuan variabel eksogen signifikan terhadap variabel endogen dapat dilihat pada tabel path coefficients berikut.

Tabel 5. Path coefficients

Variabel	T-Statistik(O/STDEV)	P-Value	Ket
PBC > KB	0.385	0.700	Tidak Signifikan
SN > KB	1.312	0.190	Tidak Signifikan
PH > KB	2.124	0.034	Signifikan
ATT > KB	3.352	0.001	Signifikan

Sumber data : Data dioalah(2022)

Pada tabel 5. Path coefficients diatas menunjuk apabila nilai T-Statistik > 1.96 dapat dikatakan variabel eksogen memberikan dampak yang signifikan terhadap variabel endogennya. Namun pada variabel perception behavior control (PBC), dan variabel sosial norm (SN), memiliki nilai t-statistik dibawah 1.96, sehingga variabel tersebut tidak signifikan terhadap keputusan berkunjung. Variabel personal human (PH), attention (ATT) memiliki nilai t-statistik diatas 1.96, dapat dikatakan variabel tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berkunjung. Sehingga kesimpulan yang di dapat dari uji keseluruhan variabel tersebut sebagai berikut;

Attention (ATT) berpengaruh positif terhadap keputusan Berkunjung.

Variabel *Attention (ATT)* mempunyai nilai *t-statistik* sebesar 3.352, lebih besar dari 1,96. Nilai *p-value* sebesar 0.001, lebih kecil dari 0.05. oleh karena itu, hipotesis pertama yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh *Attention (ATT)* terhadap keputusan berkunjung (KB) terbukti.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Putri Amelia.2020) menjelaskan bahwa niat (*intention*) dapat disebut keinginan yang memengaruhi dalam melakukan suatu perilaku. Butir pernyataan pada variabel *attention*, pada indikator yang memiliki nilai responden tertinggi yaitu ATT16 “orang orang dan operator di destinasi dapat berkomunikasi dengan baik dan memahami keinginan pengunjung wisata” dengan nilai *loading factor* 0.948, dan terkecil adalah ATT4 “petugas menyiapkan perlengkapan penyajian makanan dan minuman yang bersih dan higienis” dengan nilai *loading factor* 0.701, dan secara keseluruhan indikator pada variabel *attention* memiliki pengaruh positif terhadap keputusan berkunjung.

Perception Behavior Control (PBC) berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung.

Variabel *Perception Behavior Control (PBC)* mempunyai nilai *t-statistik* sebesar 0.385, lebih kecil dari 1,96. Nilai *p-value* sebesar 0.700, lebih besar dari 0.05. oleh karena itu, hipotesis kedua yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh *Perception Behavior Control (PBC)* terhadap keputusan berkunjung (KB) ditolak.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan (Nguyen et al. 2020) yang menyatakan bahwa pentingnya pengendalian diri seseorang untuk menahan diri dari melakukan sesuatu perilaku atau tidak. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Suryani n.d.2017) yang menyatakan *perception behavior control* berpengaruh signifikan terhadap minat memutuskan membeli barang.

Kontrol perilaku persepsian merupakan kontrol yang dimiliki seseorang yang berasal dari pengalaman masalah individu tersebut sulit atau tidaknya sebuah perilaku. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kontrol yang dimiliki oleh responden cukup baik, terbukti dari mayoritas responden mengisi poin setuju pada masing-masing butir pernyataan. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden merasa bila sudah pernah berkunjung ke destinasi wisata, maka tidak akan sulit untuk mengetahui lokasi, ataupun aturan yang berlaku pada destinasi wisata tersebut.(Riyanto 2017).

Personal Human (PH) berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung

Variabel *Personal Human (PH)* mempunyai nilai *t-statistik* sebesar 2.124, lebih besar dari 1,96. Nilai *p-value* sebesar 0.034, lebih kecil dari 0.05. oleh karena itu, hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh *Personal Human (PH)* terhadap keputusan berkunjung (KB) terbukti.

Personal human merupakan tanggapan atas sesuatu yang dirasakan secara signifikan meningkatkan kualitas prediksi dalam subjektif yang dievaluasi dari perspektif individu (J. Kocoń .2021).

Subjective Norm (SN) berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung

Variabel *Subjective Norm (SN)* mempunyai nilai *t-statistik* sebesar 1.312, lebih kecil dari 1,96. Nilai *p-value* sebesar 0.190, lebih besar dari 0.05. oleh karena itu, hipotesis

keempat yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh *Subjective Norm (SN)* terhadap keputusan berkunjung (KB) ditolak.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu oleh (Renanita et al. n.d.) Norma subjektif terdiri dari dua faktor yakni penerimaan harapan dari orang-orang terdekat dan motivasi seseorang untuk menjadi sesuai dengan harapan. seseorang yang dihadapkan pada pernyataan atau perlakuan negative, Sehingga dengan menguatnya intensi seseorang terhadap perilaku tersebut, maka kemungkinan individu untuk menampilkan perilaku juga semakin besar (Nova Ria Wulandari.2019).

KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diperoleh dari penelitian ini yaitu, keputusan berkunjung dipengaruhi oleh faktor yang terdapat pada indikator attention (ATT), dan variabel personal human (PH), yang memiliki nilai indikator yang valid dan reliabel serta, memiliki dampak signifikan terhadap keputusan berkunjung. Sedangkan pada variabel perception behavior control (PBC), dan social norm (SN) memiliki nilai indikator yang valid dan reliabel namun tidak signifikan terhadap keputusan berkunjung (KB).

Dari hasil kesimpulan diatas peneliti menyarankan supaya destinasi wisata pada waterpark Top 100 Batu Aji lebih memperhatikan kebutuhan pengunjung dengan baik, hal ini akan membuat pengunjung lebih nyaman berwisata, serta pengunjung akan memberikan asumsi yang positif terhadap lingkungan sosialnya tentang tempat wisata tersebut.

REFERENSI

- Ahmad, W., Kim, W. G., Anwer, Z., & Zhuang, W. (2020). Schwartz personal values, theory of planned behavior and environmental consciousness: How tourists' visiting intentions towards eco-friendly destinations are shaped? *Journal of Business Research*, 110, 228–236. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.01.040>
- Dasanti Jiwaning Winahyu Drs. Harry Soesanto, M. (2012). ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN DAYA TARIK IKLAN TERHADAP MINAT BELI AIR MINUM AXOGY (Studi Kasus pada Pengguna Air Minum Kota Magelang Jawa Tengah).
- Handayani, L. P. D. S., & Darma, G. S. (2021). Pengaruh Kebijakan Pemeriksaan, Kebijakan Akses Informasi Keuangan dan Forensik Digital terhadap Kualitas Pemeriksaan Pajak. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(3), 1260. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v6i3.1142>
- J. Kocoń et al., (2021). "Learning Personal Human Biases and Representations for Subjective Tasks in Natural Language Processing," 2021 IEEE International Conference on Data Mining (ICDM) , pp. 1168-1173, doi: 10.1109/ICDM51629.2021.00140.
- Karlina, A. K. (2019). PARTISIPASI MASYARAKAT DAN PENGINTEGRASIAN KEARIFAN LOKAL DALAM PENGELOLAAN PENDIDIKAN SEBAGAI BENTUK PELAKSANAAN DESENTRALISASI PENDIDIKAN. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 7(2), 107–115.
- ning widianingsih. (2017). PENGARUH DISIPLIN KERJA DAN MOTIVASI BERPRESTASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN DI PT. KHARISMA

MUZDALIFAH. 1.

- Putri Amelia, R., & Lukito, H. (2020). PERAN MEDIASI EMPLOYEE ENGAGEMENT PADA FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TURNOVER INTENTION.
- Tiong, P. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pt. Primagum Sejati Di Makassar. *Jurnal STIEAMKOP, Vol.1(No.2)*, 176-204.
- Rembulan, G. D., Septorino, G., & Nurprihatin, F. (2022). INTEGRASI METODE IPA DAN KANO MODEL DALAM MENGANALISIS KUALITAS LAYANAN TOKO ROTI DI UNIT SUNTER INTEGRATION OF IPA METHOD AND KANO MODEL IN ANALYZING SERVICE QUALITY BAKERY IN SUNTER UNIT. In *JIEOM* (Vol. 05, Issue 01).
<https://ojs.uniska-bjm.ac.id/index.php/jieom/index>
- Rohmat Indra Borman1, A. R. , M. R. A. (n.d.). EVALUASI PENERAPAN SISTEM INFORMASI MANAJEMEN KEPEGAWAIAN (SIMPEG) DI BADAN KEPEGAWAIAN DAERAH KABUPATEN PAMEKASAN DENGAN PENDEKATAN HUMAN-ORGANIZATION_TECHNOLOGY (HOT) FIT MODEL.
- Goh, E., Ritchie, B., & Wang, J. (2017). Non-compliance in national parks: An extension of the theory of planned behaviour model with pro-environmental values. *Tourism Management, 59*, 123-127.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.07.004>
- Lam-González, Y. E., León, C. J., & de León Ledesma, J. (2019). Assessing the effects of the climatic satisfaction on nautical tourists' on-site activities and expenditure decisions. *Journal of Destination Marketing and Management, 14*.
<https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2019.100372>
- Widiana. (n.d.). PENGEMBANGAN ASESMEN PROYEK DALAM PEMBELAJARAN IPA DI SEKOLAH DASAR I Wayan Widiana (Vol. 5, Issue 2).