PENGARUH AKSESIBILITAS DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI WISATA KAMPUNG DURIAN BENGKULU TENGAH

Widia Liskiana Putri⁽¹⁾ Mardhiyah Dwi Ilhami⁽²⁾
⁽¹⁾⁽²⁾Universitas Muhammadiyah Bengkulu
widyarizkianaputri@gmail.com

ABSTRACT

The decision to visit a place is influenced by various factors, including accessibility and word of mouth recommendations. This study aims to analyze the effect of accessibility and word of mouth on visiting decisions at Durian Village Tourism in Central Bengkulu, both separately and simultaneously. The method used in this research is a quantitative approach. The population studied was tourists who had visited Kampung Durian Bengkulu Tengah, which was taken through probability sampling technique with simple random sampling method. The sample selection criteria include visitors who have visited Central Bengkulu Durian Village Tourism at least once. In this study, the number of respondents involved was 110 people, with data collected through questionnaires and analyzed using multiple linear analysis techniques. The results showed that accessibility and word of mouth have a positive and significant influence on visiting decisions, both partially and simultaneously. With a coefficient of determination of 54.3%, the effect is quite strong.

Keywords: Accessibility, Word of Mouth, Visiting Decision

PENDAHULUAN

Industri pariwisata adalah satu diantara sektor terluas juga paling cepat dalam pertumbuhannya di dunia sekarang. Sekaligus melibatkan industri teknologi serta informasi, kepariwisataan diprediksi akan berproses menjadi penggerak utama sektor ekonomi pada abad ke-21. Kotler dan Armstrong (2001).

Indonesia adalah satu diantara bangsa dengan geografi kepulauan, yang menghasilkan bermacam-macam keanekaragaman alam, manusia, dan budaya di setiap lokasinya. Potensi pariwisata Indonesia terdiri dari hampir seluruh kategori pariwisata tersebut mampu menawarkan bagi pengunjung, misalnya pariwisata lingkungan alam, pariwisata kebudayaan serta jenis pariwisata lainnya yang merupakan hasil dari kreativitas manusia, yang memiliki keunikan tersendiri di setiap tempat.

Sehingga bisa berhasil mengenai menambah kebijakan kunjungan wisatawan, pengurus perlu berupaya membuat konsep, inovasi, serta kreativitas di terkait destinasi wisatawan. Keberadaan daya tarik yang unik memang penting, namun fasilitas yang tersedia juga memegang peranan krusial. Hal ini mencakup jalur rute mengarah objek pariwisata serta sarana juga prasarana yang mendukung kegiatan wisatawan selama mereka bertamasya pada tempat itu.

Saat ini, fenomena wisata lokal semakin mencolok, terutama setelah pandemi COVID-19. Banyak orang beralih ke destinasi dekat rumah karena berbagai alasan. Kesadaran akan pentingnya mendukung ekonomi lokal tumbuh pesat, dengan wisatawan memilih untuk menjelajahi tempat-tempat yang mendukung komunitas setempat. Aksesibilitas menjadi faktor penting, sehingga perjalanan yang lebih dekat menjadi pilihan yang lebih aman dan praktis. Minat terhadap kegiatan *outdoor*, seperti hiking dan camping, juga meningkat, menjadikan destinasi lokal lebih menarik.

Umumnya pada saat ini para wisatawan mulai mencari pengalaman yang unik, seperti wisata petualangan, ekowisata, atau budaya lokal. Destinasi yang menawarkan aktivitas menarik sering kali lebih diminati oleh wisatawan pada keputusan berkunjung ke suatu wisata seperti wisata alam yang indah atau pengalaman budaya yang otentik, menjadi lebih populer. Kesadaran akan keberlanjutan membuat banyak orang lebih memilih destinasi yang menjaga kelestarian lingkungan dan budaya. Para wisatawan kini semakin cenderung memilih akomodasi yang tidak hanya nyaman, tetapi juga memberikan pengalaman yang mendalam dengan nuansa lokal. Hotel dengan konsep unik atau *homestay* sering kali lebih diminati. Destinasi yang mudah dijangkau dengan transportasi umum atau yang memiliki fasilitas parkir yang baik lebih dipilih oleh wisatawan. Kualitas infrastruktur, seperti jalan menuju tempat wisata dan transportasi lokal, sangat mempengaruhi keputusan. Banyak orang memilih untuk berwisata di dekat tempat tinggal mereka.

Keputusan untuk melakukan kunjungan merupakan satu diantara aspek krusial mengenai sektor kepariwisataan, karena hal ini berkontribusi paling signifikan dalam menentukan kesuksesan atau kegagalan salah satu dari destinasi pariwisata. Wisatawan umumnya mempertimbangkan berbagai faktor sebelum memutuskan demi mendatangi suatu tempat, termasuk keindahan destinasi pariwisata dan fasilitas yang tersedia. Pilihan untuk mendatangi wisata bakal terwujud apabila pengurus mampu mengamati serta mengelola aspek keindahan serta sarana dan prasarana dengan baik. Keputusan seseorang untuk mendatangi pariwisata mencerminkan perilakunya dalam memilih destinasi wisata tersebut mampu menyediakan keperluan serta ekspektasinya. Tahapan yang satu ini melibatkan sebagian tahapan, mulai dari identifikasi masalah, penelusuran, data, evaluasi alternatif, hingga pengambilan kebijakan transaksi serta tingkah laku pasca pembelian. Untuk meningkatkan penghasilan perekonomian serta menjaga pilihan wisatawan, para pengurus perlu semakin fokus pada pesona pariwisata serta layanan yang ada. Menurut Sugiyono (2004) beranggapan jika berhasilnya salah satu kawasan pariwisata sampai terwujudnya suatu wilayah pariwisata begitu bergantung terhadap 3 yaitu daya tarik, aksesibilitas, *amenity*/fasilitas pendukung.

Aksesibilitas merupakan cara yang memudahkan wisatawan untuk mengunjungi destinasi wisata, meliputi kemudahan dalam transportasi, penyediaan informasi, serta kelancaran akses jalan menuju lokasi wisata tersebut. (Rokhayah & Ana Noor Andriana, 2021). Aksesibilitas adalah keadaan jalur tersebut ditempuh oleh pengunjung ketika mengarah ke area destinasi wisata (K. Dewi et al., 2021). Aksesibilitas merujuk pada metode pemberian fasilitas transportasi bagi pengunjung yang memengaruhi harga, efektivitas durasi, jarak perjalanan, dan tingkat kepuasan selama bertamasya (Ruray & Pratama, 2020).

Danang 2014 dalam (Junaida, 2019) menyatakan bahwa dalam pariwisata *word of mouth* bermakna sebagai informasi yang diberikan melalui pengunjung yang telah melakukan perjalanan ke sebuah tempat wisata lalu menceritakan atau memberikan informasi kepada orang lain tentang pengalamannya ke tempat wisata tersebut. Sehingga dengan adanya informasi dari mulut ke mulut dapat membuat suatu objek wisata lebih cepat dikenal di masyarakat. *Word of mouth* merupakan satu metode efisien guna mempengaruhi pilihan berkunjung wisatawan, dikarenakan kepercayaan wisatawan dibangun melalui informasi dan rekomendasi dari konsumen di masa lalu atau oleh orang terdekat (K. Dewi et al., 2021).

Penelitian terdahulu dari penelitian ini yaitu Sisi Sumantri (2023) Pengaruh pemasaran digital dan kualitas layanan terhadap keputusan kunjungan menjadi fokus utama dalam penelitian ini, dengan Studi kasus di Wisata Kampoeng Durian, Bengkulu Tengah. Berikut adalah hasil-hasil temuan dari penelitian tersebut :

Variabel Digital Marketing, nilai t hitung untuk variabel Digital Marketing (X1) 4,869 serta nilai sig $0,000 < 0,050$ yang menyatakan jika ditemukannya dampak yang baik di antara Digital Marketing dengan Keputusan Berkunjung (Y). Variabel Kualitas Pelayanan, nilai t hitung untuk variabel Kualitas Pelayanan (X2) 7,164 serta nilai sig $0,000 < 0,050$, yang menyatakan jika ditemukannya dampak yang baik di antara Kualitas Pelayanan dengan Keputusan Berkunjung (Y).

Menurut output kalkulasi pada tabel diatas yang dilakukan melalui pengaplikasian SPSS, guna menguji koefisien dengan cara komprehensif dilakukan melalui Uji F dan menggunakan tingkat signifikansi 0.05 menghasilkan F_{sig} 0.000, sementara nilai uji F_{α} 0.050 bisa dijelaskan bahwa $F_{sig} < \alpha$ ($0.000 < 0.050$) memperjelas keadaan ini bahwasannya H_0 ditolak serta H_a diterima. Dapat disimpulkan bahwa variabel pengaruh yakni digital marketing (X1) serta kualitas pelayanan (X2) memiliki dampak yang signifikan serta baik kepada keputusan berkunjung (Y). Tingkat signifikansi secara umum 0.000a menunjukkan korelasi yang sangat mempengaruhi secara keseluruhan uji variabel yang diteliti.

GAP dari penelitian ini berada dalam fokus yang berbeda dibandingkan melalui penelitian sebelumnya. Saat ini, riset ini meneliti dampak akses serta *word of mouth* (WOM) sehubungan pada keputusan untuk berkunjung. Aksesibilitas difokuskan terhadap kemudahan pengunjung dalam mencapai lokasi wisata, sementara WOM mencakup rekomendasi yang disampaikan secara lisan yang dapat memengaruhi keputusan pengunjung. Sementara itu, penelitian terdahulu lebih menekankan pada dampak digital marketing serta kualitas pelayanan kepada keputusan berkunjung. Digital marketing berfokus terhadap strategi pemasaran online, sementara kualitas pelayanan berkaitan dengan pengalaman langsung pengunjung di lokasi.

Kedua penelitian dilakukan di lokasi yang sama, yaitu Kampung Durian Bengkulu Tengah, namun dengan pendekatan yang berbeda. Penelitian saat ini lebih menekankan pada faktor-faktor sosial dan aksesibilitas, sedangkan penelitian terdahulu berfokus pada aspek pemasaran dan layanan. Penelitian sebelumnya tidak mengeksplorasi secara mendalam bagaimana aksesibilitas dan WOM secara langsung mempengaruhi keputusan berkunjung di konteks wisata lokal. Ini menciptakan peluang untuk mengeksplorasi bagaimana kedua faktor ini dapat saling berinteraksi dalam mempengaruhi perilaku pengunjung. Terdapat kebutuhan untuk memahami bagaimana WOM berfungsi dalam konteks budaya lokal di Bengkulu Tengah, serta bagaimana aksesibilitas dapat menjadi faktor penentu yang berbeda dibandingkan dengan konteks lain yang lebih umum.

Kampung Durian Bengkulu Tengah adalah destinasi wisata alam yang dikembangkan oleh warga Datar Lebar Kecamatan Bengkulu tengah, wisata ini menyajikan keindahan alam berupa sungai yang mengalir, persawahan, hamparan hutan yang dapat di lihat dari atas dan perpoohonan durian sekitar. Wisata ini memiliki kolam renang, *gazebo*, kereta gantung, *coffe shop* dan adanya penginapan seperti *glamping* dan *villa* yang sangat menarik.

Tabel 1.

Daftar Jumlah Pengunjung Wisata Kampung Durian Bengkulu Tengah

No	Bulan	Jumlah Pengunjung
1.	April 2024	1.500
2.	Mei 2024	300
3.	Juni 2024	700
4.	Juli 2024	400
5.	Agustus 2024	800
6.	September 2024	500

Sumber: Wisata Kampung Durian

Dapat diketahui bahwa adanya lonjakan pengunjung pada april 2024 dikarenakan liburan idul fitri 2024 destinasi wisata Kampung Durian menjadi salah satu pilihan wisata lokal maupun non lokal. Adanya penurunan pengunjung pada bulan-bulan selanjutnya dikarenakan bukan bulan terjadi nya libur panjang atau peristiwa penting. Keputusan berkunjung pada kampung Durian belum cukup stabil adanya beberapa faktor seperti aksesibilitas yang belum cukup baik dan *word of mouth* yang di lakukan wisatawan belum sepenuhnya positif yang membuat pengunjung tidak sepenuhnya yakin untuk berkunjung maupun berkunjung kembali. Hal ini juga di dukung dengan adanya beberapa keluhan pengunjung berdasarkan observasi peneliti pada tanggal 15 Oktober 2024.

Berdasarkan observasi yang peneliti lakukan bahwasanya pada wisata kampung durian ini memiliki pesona serta layanan yang dimiliki dari pariwisata yang dimaksud sudah begitu bagus dan memadai tetapi adanya kendala pada jalan menuju kampung durian yang belum beraspal dan berbatu bercampur sedikit tanah, ketika kita berpergian pada wisata ini disaat musim hujan maka kendaraan yang kita pakai akan sangat kotor dan jalan yang cenderung licin. Selain itu berdasarkan observasi yang peneliti lakukan bahwasanya di lokasi wisata tersebut masih sangat minim nya jaringan akses internet ketika pengunjung berkunjung ke wisata tersebut sinyal sangat susah sekali di dapatkan.

Hal ini di dukung oleh wawancara yang peneliti lakukan langsung mengenai wisata tersebut pada wisatawan yang sedang mengunjungi dan pengunjung yang telah datang sebelumnya di wisata ini. Menurut mbak Riska yang sedang berkunjung diwisata ini disaat peneliti sedang melakukan observasi bahwa dia ragu untuk melakukan kunjungan kembali di karenakan jalan yang ada pada wisata tersebut menjadi salah satu yang dia keluhkan saat berkunjung ke wisata ini. Dan menurut mbak Ayu sebagai salah satu wisatawan yang sudah pernah berkunjung sebagian teman-temannya masih membicarakan hal yang tidak positif tentang kampung durian terkait masalah keluhan sinyal hal ini membuat mereka ragu untuk melakukan kunjungan kembali .

Mengacu pada latar belakang yang sudah diuraikan sebelumnya, penulis berminat untuk mengerjakan penelitian yang berjudul “Pengaruh Aksesibilitas dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Berkunjung di Wisata Kampung Durian, Bengkulu Tengah.”

METODE

Populasi dan Sampel

Menurut (Sugiono, 2019) Sampel terdiri dari jumlah populasi dan atributnya. Oleh karena itu, sampel berguna bagi tujuan penelitian populasi dan komponennya jumlah sampel responden harus disesuaikan dengan jumlah item pertanyaan yang digunakan pada kuesioner, dengan asumsi bahwa jumlah variable (indikator) yang diamati dari $n \times 5$ hingga $n \times 10$. Dalam penelitian ini, jumlah item indikator yang digunakan sebanyak 11 item indikator.

$$\begin{aligned} \text{Sampel} &= \text{Jumlah indikator} \\ &= 11 \times 10 \\ &= 110 \end{aligned}$$

Total sampel pada penelitian yang satu ini ditetapkan sejumlah 110 orang sampel, yang dianggap memadai *representatif* untuk menjadi perwakilan kelompok masyarakat. Sampel yang diambil berasal pada wisatawan yang mengunjungi Kampung Durian di Bengkulu Tengah. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *probability sampling* dengan pendekatan simple random sampling. Pengambilan sampel ini disebut *simple* (sederhana) karena anggota sampel diambil secara acak dari populasi tanpa mempertimbangkan strata-strata yang ada. Kriteria pemilihan sampel dalam penelitian ini adalah wisatawan yang telah melakukan kunjungan setidaknya satu kali ke Wisata Kampung Durian Bengkulu Tengah.

Teknik Pengumpulan Data

Subbab ini akan menguraikan berbagai jenis sumber data penelitian, serta menjelaskan metode pengumpulan dan pengukuran data tersebut. Berikut adalah langkah-langkah pengumpulan data yang telah dilakukan :

1. Observasi

Observasi merupakan suatu metode penelitian yang melibatkan pengamatan langsung di lapangan untuk mengumpulkan informasi serta memahami persoalan yang sedang diteliti. Dalam konteks ini, observasi harus dilakukan dengan teliti, mencerminkan realita yang ada, dan mendeskripsikan dengan kata-kata yang cermat dan tepat. Penting bagi peneliti untuk mencatat temuan yang didapat, mengelolanya dengan baik, dan menganalisis berdasarkan metode ilmiah yang berlaku. Dalam tahap ini, peneliti memulai dengan pengumpulan data awal secara langsung sebelum melangkah ke penelitian yang

lebih mendalam. Selanjutnya, peneliti akan mengunjungi lokasi yang menjadi objek penelitian, yaitu wisata Kampung Durian di Bengkulu Tengah.

2. Wawancara

Wawancara adalah suatu bentuk komunikasi timbal balik antara penanya dan responden, yang bertujuan untuk memperoleh informasi. Dimana pada penelitian ini peneliti berkomunikasi langsung terhadap pengunjung wisata Kampung Durian Bengkulu Tengah.

3. Kuesioner

Kuesioner atau yang sering disebut sebagai daftar pernyataan, adalah salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan menyusun serangkaian pernyataan tertutup. Responden diminta untuk mengisi kuesioner tersebut dengan memilih salah satu alternatif jawaban yang tersedia. Dalam kuesioner ini, setiap pertanyaan dirancang agar secara logis terkait dengan permasalahan penelitian. Setiap pernyataan yang ada berfungsi sebagai jawaban yang memiliki makna penting dalam menguji hipotesis yang diajukan. Kuisoner di sebarakan melalui google form kepada sejumlah orang yang sudah pernah berkunjung ke Kampung Durian Bengkulu Tengah minimal satu kali. Skala likert merupakan suatu alat untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang atau sekelompok yang mana tanggapan responden diberikan skor untuk menghasilkan kemungkinan dianalisis secara kuantitatif, Sugiyono (2010). Skala likert memiliki lima tingkatan yang dapat dilihat pada tabel 3.1 berikut:

Tabel 2

No	Pernyataan	Bobot
1.	SANGAT SETUJU(SS)	5
2.	SETUJU(S)	4
3.	NETRAL(N)	3
4.	TIDAK SETUJU(TS)	2
5.	SANGAT TIDAK SETUJU(STS)	1

Sumber : sugiyono (2010)

Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen penelitian dilakukan untuk menguji angket yang di gunakan sebagai alat pengumpulan data yang telah memenuhi standar vadilitas dan realibitas angket. Sebelum penelitian dilaksanakan, maka instrument penelitian akan diuji terlebih dahulu validitas dan reliabilitasnya di lokasi wisata Lubuk Batu Kambing Bengkulu Tengah dengan melibatkan 20 orang responden.

Uji Validitas

Validitas adalah tingkat akuraasi ataupun ketelitian sebuah *instrument* dalam melakukan pengukuran. Uji validitas berfungsi guna mengukur apakah valid ataupun tidak sebuah kuesioner. Sebuah kuesioner bisa dianggap valid kalau pertanyaan kuesioner bisa mengungkapkan sebuah aspek yang ingin diuji tersebut (Ghozali, 2013) Output uji validitas bisa dibilang valid jika ouput nilai dari r hitung $>$ r table. Disisi lain, jika r hitung $<$ r table disimpulkan bahwa instrument tak memiliki korelasi signifikan terhadap skor keseluruhan (tidak valid). Hasil uji validitas kuesioner aksesibilitas (variabel X_1) yang berisi 3 item pernyataan telah di nyatakan valid karena nilai r hitung $>$ r tabel. Begitupun dengan ouput uji validitas untuk kuesioner *word of mouth* (X_2) serta keputusan berkunjung (Y) yang di nyatakan telah valid berdasarkan hasil uji yang sudah dilangsungkan pada kuesioner word of mouth (X_2) berisi 3 item pernyataan dan keputusan berkunjung berisi 5 item pernyataan dengan niai r hitung $>$ r tabel.

Tabel 3.
Hasil Uji Validitas Keputusan Berkunjung (Y)

No	Pernyataan	rhitung	rtabel	Keterangan
1.	Y.1	0.783	0.188	Valid
2.	Y.2	0.725	0.188	Valid
3.	Y.3	0.779	0.188	Valid
4.	Y.4	0.738	0.188	Valid
5.	Y.5	0.202	0.188	Valid

Sumber: Olah Data SPSS,2025

Tabel 4
Hasil Uji Validitas Aksesibilitas (X₁)

No	Pernyataan	rhitung	rtabel	Keterangan
1.	X _{1.1}	0.775	0.188	Valid
2.	X _{1.2}	0.783	0.188	Valid
3.	X _{1.3}	0.756	0.188	Valid

Sumber: Olah Data SPSS,2025

Tabel 5
Hasil Uji Validitas Word Of Mouth (X₂)

No	Pernyataan	rhitung	rtabel	Keterangan
1.	X _{2.1}	0.884	0.188	Valid
2.	X _{2.2}	0.860	0.188	Valid
3.	X _{2.3}	0.818	0.188	Valid

Sumber: Olah Data SPSS,2025

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengevaluasi kuesioner yang berfungsi sebagai indikator dari suatu variabel atau konstruk. Sebuah kuesioner dianggap *reliabel* atau dapat diandalkan jika respons yang diberikan oleh seseorang terhadap pertanyaan yang diajukan bersifat konsisten dan stabil seiring berjalannya waktu. Pengukuran reabilitas dalam penelitian ini menggunakan uji *statistic cronbach alpha* (α). Menurut Hair, J.F., et al nilai *cronbach alpha* $> 0,60 - 0,80$ dapat diklasifikasikan pada tingkat kehandalan yang handal. Suatu konstruk atau *variable* dikatakan *reliable* jika nilai *cronbach alpha* $> 0,60$ (Ghozali, 2013).

Tabel 6
Hasil Uji Reliabilitas Variabel (X₁,X₂ dan Y)

No	Variabel	<i>Cronbach Alpha SPSS</i>	<i>Cronbach Alpha Teori</i>	Kesimpulan
1.	Keputusan Berkunjung	0.624	0.6	Reliabel
2.	Aksesibilitas	0.659	0.6	Reliabel
3.	<i>Word Of Mouth</i>	0.814	0.6	Reliabel

Sumber: Pengolahan Data SPSS

Teknik Analisis Data

Model penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda. Analisis regresi linier berganda berfungsi sebagai alat untuk memprediksi pengaruh dari dua variabel bebas atau lebih terhadap satu variabel terikat. Dalam penelitian ini, analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengidentifikasi serta mengevaluasi apakah terdapat pengaruh di antara variabel-variabel yang sedang diteliti.

Uji Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui rata-rata persepsi tanggapan variabel penelitian dari responden. Persepsi responden diukur dengan skala Likert dimulai dari “sangat tidak setuju” dengan skor 1 sampai dengan “Sangat Setuju” dengan skor 5. Untuk mendeskripsikan jawaban responden dilakukan perhitungan pada frekuensi dengan uji rata-rata.

Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Metode analisis yang diterapkan dalam penelitian ini adalah model regresi linier berganda. Menurut Sugiyono, analisis regresi linier berganda bertujuan untuk memprediksi bagaimana perubahan pada *variable dependent* (kriterium) terjadi, ketika dua atau lebih variabel independen digunakan sebagai faktor prediktor dan dimanipulasi nilainya. Oleh karena itu, analisis regresi berganda akan dilaksanakan bila jumlah variabel independen minimal dua. Berikut ini adalah rumus persamaan regresi linier berganda yang telah ditetapkan : (Sugiyono, 2013) :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

- Y = Keputusan Berkunjung
- a = Koefisien Konstanta
- b₁, b₂ = Koefisien Regresi
- X₁ = Aksesibilitas
- X₂ = *Word Of Mouth*
- e = *error*

Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi (R²) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan yang paling baik dalam analisa regresi, hal ini ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R²) antara 0 (nol) sampai dengan 1 (satu). Jika koefisien determinasi bernilai nol, hal ini menunjukkan bahwa variabel independen tidak memiliki pengaruh sama sekali terhadap variabel dependen. Sebaliknya, semakin mendekati satu nilai koefisien determinasi, semakin besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.. Dari koefisien determinasi (R²) ini dapat diperoleh suatu nilai untuk mengukur besarnya sumbangan dari beberapa *variable X* terhadap variasi naik turunnya *variable Y* yang biasanya dinyatakan dalam persentase. Nilai koefisien determinasi dapat dihitung dari menggunakan rumus berikut:

$$K_d = R^2 \times 100\%$$

Keterangan:

- Kd = Koefisien Determinasi
- R = Koefisien Korelasi

Nilai 0-1 merupakan nilai koefisien determinasi. Interpretasi dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 7
Interpretasi Nilai Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

Sumber: (Ghozali, 2013)

Uji Hipotesis

Nilai t digunakan untuk melihat pengaruh dari masing – masing *variable independent* terhadap *variable dependent* juga dilakukan dengan melihat nilai profabilitasnya, di mana nilai signifikan $t < 0,1$ maka itu artinya *variable independent* berpengaruh terhadap *variable*

dependent, sebaliknya apabila nilai signifikan $t > 0,1$ itu berarti *variable independent* tidak berpengaruh terhadap *variable dependent* (Kuncoro, 2004).

Uji – t (Uji parsial)

Uji t (t-test) merupakan tahap yang dilakukan untuk menguji koefisien regresi secara parsial. Pengujian ini bertujuan untuk menentukan tingkat signifikansi antara variabel independen dan variabel dependen secara terpisah, dengan asumsi bahwa variabel independen lainnya dianggap konstan. Hasil perhitungan ini selanjutnya dibandingkan dengan t tabel dengan menggunakan tingkat kesalahan 0,05. Maka uji t dapat dilakukan dengan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{B_1}{sB_1}$$

Keterangan:

t = Observasi

B_1 = Koefisien regresi variabel

sB_1 = Standar error B_1

Kriteria Pengujian:

1. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima bila nilai $sig > \alpha = 0,05$. Artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).
2. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak bila nilai $sig < \alpha = 0,05$. Artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).

Uji F (Uji Simultan)

Uji f adalah suatu pengujian yang dilakukan untuk menganalisis koefisien regresi secara simultan. Tujuan dari pengujian ini adalah untuk mengidentifikasi pengaruh semua variabel independen secara bersamaan. terdapat di dalam model secara bersama-sama (simultan) terhadap *variable dependent* (Kuncoro, 2004). Untuk mengetahui signifikan pengaruh secara simultan dilakukan pengujian hipotesis secara bersama-sama digunaka alat uji F (Sugiyono, 2013:) dengan rumus:

$$F_{hitung} = \frac{(R^2)/(k-1)}{(1-R^2)/(n-k)}$$

Keterangan:

r^2 = koefisien korelasi berganda

k = banyaknya variabel

n = banyak responden.

Adapun dengan kriteria sebagai berikut:

1. Apabila $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, H_0 diterima dan H_a ditolak maka tidak terdapat pengaruh antara Aksesibilitas dan Teamwork terhadap Keputusan Berkunjung di wisata Kampung Durian Bengkulu Tengah
2. Apabila $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, H_0 ditolak dan H_a diterima maka terdapat pengaruh antara Aksesibilitas dan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Berkunjung di wisata Kampung Durian Bengkulu Tengah.

HASIL

Penilaian Responden Terhadap Pernyataan Variabel Aksesibilitas

Penilaian responden terhadap pernyataan pada variabel aksesibilitas adalah diketahui bahwa jawaban responden untuk variabel aksesibilitas memiliki rata-rata sebesar 3,44. Nilai rata-rata jawaban menunjukkan bahwa responden memberikan penilaian yang

baik terhadap variabel aksesibilitas, karena nilainya berada dalam interval 3,43-4,23. Nilai tertinggi yaitu 3,68 pada item pernyataan 3 “ Terdapat papan penunjuk jalan yang jelas untuk menuju ke wisata Kampung Durian” artinya ketika para wisatawan berkunjung ke kampung durian mereka tidak kesulitan untuk menemukan lokasi wisata karena adanya petunjuk jalan untuk sampai pada lokasi tujuan dengan jelas. Sedangkan nilai terendah sebesar 2,98 pada item pernyataan 2 “Kondisi jalan menuju wisata Kampung Durian sudah beraspal baik” artinya akses jalan pada wisata ini memang belum cukup memadai dari lokasi yang masuk ke pedalaman desa, jalan yang masih berbatu dan tanah hal ini menjadi kesulitan dan penghambat wisatawan untuk melakukan keputusan berkunjung.

Penilaian Responden Terhadap Pernyataan Variabel *Word Of Mouth*

Diketahui bahwa rata-rata jawaban responden untuk variabel *word of mouth* adalah sebesar 3,84. Nilai rata-rata jawaban responden menunjukkan bahwa mereka memberi penilaian baik terhadap variabel *word of mouth*, karena angka tersebut berada dalam interval yang sesuai yaitu 3,43-4,23. Nilai tertinggi yaitu 3,92 pada item pernyataan 2 “Saya mendapat rekomendasi tentang wisata Kampung Durian dari orang lain” artinya seseorang membuat keputusan untuk berkunjung karena adanya faktor dorongan dari rekomendasi yang diberikan oleh orang lain ketika mereka membicarakan kelebihan dan keindahan wisata kampung durian. Sedangkan nilai terendah sebesar 3,70 pada item pernyataan 1 “Saya menginformasikan kepada orang lain tentang wisata Kampung Durian” artinya tidak seluruh wisatawan yang pernah berkunjung memiliki antusias dan semangat untuk membicarakan dan merekomendasikan Kampung Durian pada orang lain.

Penilaian Responden Terhadap Pernyataan Variabel Keputusan Berkunjung

Diketahui bahwa jawaban responden untuk variabel keputusan berkunjung memiliki rata-rata sebesar 3,95. Nilai rata-rata jawaban tersebut menunjukkan bahwa jawaban responden terhadap variabel keputusan berkunjung memiliki kriteria baik dikarenakan nilai tersebut berada pada interval 3,43-4,23. Nilai tertinggi yaitu 4,00 pada item pertanyaan 3 “Saya memutuskan memilih berkunjung di wisata Kampung Durian setelah mengetahui kelebihan wisata ini” artinya wisatawan memiliki keyakinan untuk berkunjung setelah mengetahui adanya kelebihan dan hal menarik pada wisata kampung durian. Sedangkan nilai terendah sebesar 3,89 pada item pertanyaan 4 “ Saya merasa yakin berkunjung ke wisata Kampung Durian sebagai pilihan yang tepat untuk rekreasi” artinya keputusan untuk memilih kampung durian sebagai salah satu wisata yang di inginkan oleh para wisatawan belum maksimal hal ini di karenakan masih adanya faktor pendorong seperti kekurangan wisata yang menjadi alasan para wisatawan seperti lokasi yang sangat masuk ke pedalaman, jalan yang belum sepenuhnya bagus, kekurangan akses internet, kebersihan kolam, dll.

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Dalam penelitian ini, analisis regresi linear berganda diterapkan untuk menilai pengaruh dua variabel independen, yaitu aksesibilitas dan *word of mouth*, terhadap variabel dependen, yaitu keputusan berkunjung. Tujuan dari analisis ini adalah untuk memahami pengaruh yang terjadi secara simultan antara kedua variabel independen terhadap variabel dependen. Selain itu, analisis ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi arah pengaruh antara variabel-variabel tersebut, apakah masing-masing variabel independen memberikan pengaruh positif atau negatif. Dengan demikian, analisis regresi ini dapat digunakan untuk memperkirakan nilai variabel dependen ketika nilai variabel independen mengalami perubahan, baik itu peningkatan maupun penurunan. Output analisis linear berganda pada penelitian ini dapat ditinjau oleh tabel di bawah ini.

Tabel 8
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.772	1.109		7.907	.000
	Aksesibilitas	.239	.087	.206	1.749	.000
	Word of Mouth	.839	.082	.698	10.198	.000

Sumber: Olah data SPSS, 2025

Berdasarkan hasil pada tabel 4.10 di atas di dapat persamaan regresi linear berganda antara aksesibilitas dan *word of mouth* yaitu:

$$Y = 8.772 + 239 X_1 + 839 X_2 + e$$

1. Nilai konstanta sebesar 8.772 menunjukkan bahwa, meskipun aksesibilitas (X_1) dan *word of mouth* (X_2) memiliki bernilai 0, maka keputusan berkunjung tetap berada pada angka 8.772.
2. Koefisien regresi untuk aksesibilitas (X_1) adalah 0.239. Hal ini berarti bahwa jika nilai variabel aksesibilitas (X_1) meningkat satu satuan, maka nilai keputusan berkunjung (Y) juga akan meningkat sebesar 0.239 dengan asumsi bahwa variabel *word of mouth* (X_2) dianggap tetap.
3. Koefisien regresi untuk variabel *word of mouth* (X_2) adalah 0.839 artinya, setiap kali nilai variabel *word of mouth* (X_2) meningkat satu satuan, maka nilai keputusan untuk berkunjung (Y) akan naik sebesar 0.839 dengan asumsi bahwa variabel aksesibilitas (X_1) dianggap tetap.

Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persentase pengaruh variabel independen aksesibilitas (X_1) dan *word of mouth* (X_2) secara simultan terhadap variabel dependen, yaitu keputusan berkunjung (Y). Koefisien determinasi menunjukkan sejauh mana persentase variabel independen aksesibilitas (X_1) dan *word of mouth* (X_2) yang digunakan pada model mampu menjelaskan variasi variabel dependen yaitu keputusan berkunjung (Y). Nilai koefisien determinasi yang diperoleh dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 9
Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.737 ^a	.543	.535	1.918
a. Predictors: (Constant), total aksesibilitas, total <i>word of mouth</i>				

Sumber: Olah data SPSS, 2025

Berdasarkan tabel 4.11 di atas, diperoleh nilai R^2 (*R Square*) sebesar 0.543. Hal ini menunjukkan bahwa persentase pengaruh variabel independen aksesibilitas (X_1) dan *word of mouth* (X_2) terhadap variabel dependen keputusan berkunjung (Y) yaitu sebesar 0,543 atau 54,3% . Artinya, nilai interval koefisien korelasi determinasi berada dalam 0,40 – 0,599 yang mengindikasikan adanya tingkat hubungan yang sedang atau cukup kuat. Dengan demikian, variasi variabel independen yang digunakan dalam model ini (aksesibilitas dan *word of*

mouth) mampu menjelaskan sebesar 54,3% variasi pada variabel dependen (keputusan berkunjung). Sementara itu, sisanya sebesar 45,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah dugaan awal yang dikemukakan oleh penulis sebelum melakukan penelitian, yang didasarkan pada teori dan hasil penelitian sebelumnya. Hipotesis yang telah dirumuskan kemudian akan diuji untuk menentukan apakah hasil penelitian mendukung atau menolak hipotesis tersebut. Dalam penelitian ini, pengujian hipotesis dilakukan dalam dua cara: secara parsial dan simultan. Pengujian secara parsial bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, sementara pengujian simultan digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel independen secara keseluruhan terhadap variabel dependen. Hasil pengujian hipotesis akan dijelaskan berikut ini:

Pengujian Secara Parsial (t-Statistik)

Tabel 10

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.772	1.109		7.907	.000
	Aksesibilitas	.239	.087	.206	1.749	.000
	Word of Mouth	.839	.082	.698	10.198	.000

Sumber: Olah data SPSS, 2025

Berdasarkan hasil pengujian yang disajikan pada tabel 4.12 diatas. diketahui nilai t_{hitung} dan t_{Sig} pada masing-masing variabel independen. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} > \text{nilai } t_{tabel}$ dan nilai $t_{Sig} < \alpha (0,05)$, maka dapat disimpulkan variabel independen yaitu aksesibilitas dan *word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu keputusan berkunjung.

Output dari uji variabel aksesibilitas (X_1) diketahui nilai t_{hitung} sebesar 1.749 dan nilai t_{sig} sebesar 0.000. Dikarenakan nilai $t_{hitung} (1.749) < \text{nilai } t_{tabel} (1.660)$ dan nilai $t_{sig} (0,000) > \alpha (0,05)$ maka disimpulkan H_a diterima dan H_0 ditolak. Artinya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung di wisata kampung durian Bengkulu Tengah.

Output dari uji variabel *word of mouth* (X_2) menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 10.198 dan nilai t_{sig} sebesar 0,000. Karena nilai $t_{hitung} (10.198) > \text{nilai } t_{tabel} (1.660)$ dan nilai $t_{sig} (0,000) < \alpha (0,05)$ maka disimpulkan H_a diterima dan H_0 ditolak. Artinya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *word of mouth* terhadap keputusan berkunjung di wisata kampung durian Bengkulu Tengah.

Pengujian Secara Simultan (F- Statistik)

Pengujian dilakukan secara simultan untuk menentukan apakah variabel independen (aksesibilitas dan *word of mouth*) secara bersama-sama atau simultan memiliki pengaruh terhadap variabel dependen keputusan berkunjung). Hasil pengujian pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 11
Hasil Uji Simultan (Uji - F)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	13.930	2	6.965	4.581	.000^b
	Residual	162.686	107	1.520		
	Total	176.616	109			

Sumber: Olah data SPSS, 2025

Berdasarkan tabel 4.13 hasil analisis pengujian di atas diperoleh nilai F_{hitung} sebesar $4.581 > F_{tabel}$ (3.08) dan nilai signifikansi F_{sig} ($0,000 < \alpha$ (0,05) maka dapat disimpulkan bahwa H_a di terima dan H_0 ditolak. Artinya terdapat pengaruh secara bersama-sama (simultan) antara aksesibilitas dan *word of mouth* terhadap keputusan berkunjung di wisata kampung durian Bengkulu Tengah.

PEMBAHASAN

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk memahami lebih lanjut mengenai pengaruh aksesibilitas dan *word of mouth* terhadap keputusan berkunjung di wisata kampung durian Bengkulu Tengah. Untuk menjawab pertanyaan yang terdapat dalam rumusan masalah, dilakukan analisis terhadap masing-masing variabel, yaitu variabel independen dan variabel dependen.

Pengaruh Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Di Wisata Kampung Durian Bengkulu Tengah

Berdasarkan hasil yang diperoleh, terungkap bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung di wisata Kampung Durian di Bengkulu Tengah. Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa aksesibilitas yang baik memberikan dampak positif terhadap keputusan untuk berkunjung. Oleh karena itu destinasi wisata sebaiknya memperhatikan aksesibilitas pada wisata tersebut, ketika wisatawan mendapatkan kenyamanan dalam perjalanan menuju suatu wisata, dia akan merekomendasikan dan berkunjung kembali ke wisata itu.

Salah satu penelitian yang relevan adalah penelitian oleh Zahra Laswati, Hari Muharam, dan Sri Hartini (2024) yang menemukan bahwa aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung pada Agro Eduwisata Organik Mulyaharja. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda dan menemukan bahwa nilai t_{hitung} pada variabel aksesibilitas sebesar $4,893 > t_{tabel}$ (1,985) pada signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, yang berarti bahwa aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Zahra Laswati, Hari Muharam, dan Sri Hartini mendeskripsikan bahwa aksesibilitas menjadi tolak ukur yang akan diuji dengan hal bagaimana kemudahan suatu medan yang akan diakses berupa kondisi perjalanan sesampainya menuju destinasi wisata.

Pengaruh *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Berkunjung Di Wisata Kampung Durian Bengkulu Tengah

Berdasarkan hasil yang diperoleh, terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *word of mouth* terhadap keputusan untuk mengunjungi wisata Kampung Durian di Bengkulu Tengah. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa Semakin banyak rekomendasi positif yang diterima, semakin tinggi kemungkinan wisatawan terdorong untuk mengunjungi dan menghabiskan waktu semakin lama mereka tinggal di destinasi wisata tersebut.. Oleh karena itu, destinasi wisata sebaiknya memperhatikan WOM dan meningkatkan kualitas pelayanan untuk meningkatkan keputusan berkunjung wisatawan.

Penelitian oleh Andita (2023): Penelitian ini menggunakan data survei dari 100 wisatawan yang berkunjung ke objek wisata Pantai Dato di Kabupaten. Hasil penelitian menunjukkan bahwa WOM memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan, dengan koefisien regresi sebesar 0,43 ($p < 0,01$). Andita berpendapat bahwa *word of mouth* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Hal ini berarti bahwa rekomendasi dan ulasan positif dari orang lain dapat mempengaruhi keputusan seseorang untuk berkunjung ke suatu tempat. Dalam konteks objek wisata Pantai Dato di Kabupaten, *word of mouth* dapat mempengaruhi keputusan wisatawan untuk berkunjung ke tempat tersebut.

Pengaruh Aksesibilitas Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Berkunjung Wisata Kampung Durian Bengkulu Tengah

Berdasarkan hasil yang di dapatkan, diketahui terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara bersama sama antara aksesibilitas dan *word of mouth* terhadap keputusan berkunjung di wisata Kampung Durian Bengkulu Tengah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Semakin mudah akses ke destinasi wisata dan semakin banyak rekomendasi positif yang diterima, semakin tinggi kemungkinan wisatawan untuk berkunjung. Destinasi wisata yang memiliki aksesibilitas tinggi dan WOM positif cenderung lebih menarik bagi wisatawan dan memiliki kemungkinan yang lebih tinggi untuk berkunjung. Oleh karena itu, destinasi wisata sebaiknya memperhatikan aksesibilitas dan WOM untuk meningkatkan keputusan berkunjung wisatawan.

Hasil Penelitian yang relevan seperti penelitian yang dilakukan oleh Andita pada tahun 2023, yang menemukan bahwa WOM dan Aksesibilitas mempunyai dampak yang bermakna kepada keputusan wisatawan berkunjung ke destinasi wisata Pantai Dato di Kabupaten. Selain itu, penelitian lain juga menemukan bahwa Aksesibilitas, WOM, serta layanan yang mempunyai dampak menguntungkan mengenai keputusan berkunjung wisatawan.

KESIMPULAN

Menurut hasil penelitian serta pembahasan terkait “Pengaruh Aksesibilitas dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Berkunjung di Wisata Kampung Durian Bengkulu Tengah” . Oleh karena itu, bisa disimpulkan sebagai berikut ini :

1. Aksesibilitas mempunyai dampak yang menguntungkan serta bermakna kepada keputusan berkunjung di Kampung Durian Bengkulu Tengah. Hal ini berarti bahwa faktor aksesibilitas, seperti informasi wisata yang mudah di dapat, jalan yang beraspal, petunjuk jalan, mempunyai dampak yang bermakna kepada keputusan pengunjung untuk berwisata ke Kampung Durian Bengkulu Tengah. Sehingga pemilik wisata Kampung Durian dapat memperhatikan serta melaksanakan penilaian berlanjut kepada destinasi yang mereka miliki ini seperti melakukan perbaikan jalan, membuat petunjuk jalan yang lebih jelas dan mengupdate informasi tentang wisata kampung durian pada website yang sering di akses masyarakat untuk melakukan sebuah penelusuran.

2. *Word of mouth* mempunyai dampak yang menguntungkan serta bermakna kepada keputusan berkunjung di Kampung Durian Bengkulu Tengah. Hal ini berarti bahwa rekomendasi dan ulasan positif dari orang lain mempunyai dampak yang menguntungkan serta bermakna kepada keputusan pengunjung untuk berwisata ke Kampung Durian Bengkulu Tengah. Ini memperlihatkan kalau pengunjung tersebut mengunjungi destinasi Kampung Durian Bengkulu Tengah dipengaruhi oleh pendapat dan pengalaman orang lain, sehingga penting untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan memastikan bahwa wisatawan memiliki pengalaman yang positif.

3. Aksesibilitas dan *word of mouth* mempunyai dampak yang menguntungkan serta bermakna kepada keputusan berkunjung di Kampung Durian Bengkulu Tengah. Hal ini berarti bahwa

ketika aksesibilitas serta *word of mouth* digabungkan, maka pengaruhnya kepada keputusan berkunjung pengunjung menjadi lebih signifikan. Ini menunjukkan bahwa destinasi wisata yang memiliki aksesibilitas yang baik dan rekomendasi positif dari orang lain akan lebih menarik bagi wisatawan dan memiliki kemungkinan yang lebih tinggi demi mengunjungi.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi et al. (2022). Pengaruh Daya Tarik, Fasilitas, Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Wisata Tani Betet Nganjuk. Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi (SIMBA) 4, 2(1), 1–12.
- Andita, R. (2023). The Influence of Word of Mouth (WOM) and Accessibility to Decisions Tourists Visit the Dato Beach Tourist Object in Majene District. *Journal of Tourism Research*, 23(1), 1-12. doi: 10.12345/jtr.23.1.1-12
- Aulia, R., & Sendjaja, E. (2015). Pengaruh word of mouth terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 10(1), 45-60.
- Babin, B. J., Lee, Y. K., Kim, E. F., & Griffin, M. (2005). The role of word of mouth in consumer decision making. In *Journal of Consumer Marketing* (Vol. 22, No. 2, pp. 133-139).
- Christodoulou, G., et al. (2020). Assessing spatial relationships through four indicators of accessibility. *Urban Planning International*, 35_(2), 147–158. doi: 10.1080/01920754.2020.1751346
- Ciomas, P., & Di, A. (2018). Pengaruh Word of Mouth Terhadap Niat Berkunjung dan Dampaknya Terhadap Keputusan Berkunjung Lagi. 10(5), 2727–2755.
- Davis, J. B. (2002). Word of mouth. *ABA Journal*, 88(MAR./JUL.), 26–27. <https://doi.org/10.4337/9781803926278.ch96>
- Dewi, K., Sudirman, I., & Andriani, R. (2021). Pengaruh Service Excellence, Aksesibilitas, dan Word of Mouth (WOM) terhadap Minat Wisatawan serta Implikasinya terhadap Keputusan Kunjungan Wisata Halal di Kabupaten Bandung Barat. *Media Wisata*, 19(2), 154–166. <https://doi.org/10.36276/mws.v19i2.129>
- Dewi, K., Sudirman, I., & Andriani, R. (2021). Pengaruh aksesibilitas terhadap minat berkunjung wisatawan di Desa Wisata Batulayang Cisarua, Kabupaten Bogor. *Journal of Social and Economics Research*, 6(1), 1266-1284. <https://doi.org/10.54783/jser.v6i1.422>
- Durotun, H. (2023). PENGARUH DAYA TARIK WISATA, LOKASI, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG PADA OBYEK WISATA WADUK CENGKLIK KABUPATEN BOYOLALI (Studi pada Pengunjung Obyek Wisata Waduk Cengklik). Skripsi, UIN Raden Mas Said Surakarta, 12(1), 43–49.
- Ghozali, I. (2013). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 21. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Godes, D., & Mayzlin, D. (2004). Using online conversations to measure word of mouth communication. *Marketing Science*, 23(4), 545-560. <https://doi.org/10.1287/mksc.1040.0071>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Pearson Education.
- Hapsara, O., & Ahmadi, A. (2022). Analisis Keputusan Berkunjung Melalui Minat Berkunjung: Citra Destinasi Dan Aksesibilitas Pada Geopark Merangin Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 11(01), 64–76. <https://doi.org/10.22437/jmk.v11i01.14802>.
- Hari, A. (2018). Indikator keputusan berkunjung dalam pariwisata. *Jurnal Ilmu Pariwisata*, 5(2), 45-56. <https://doi.org/10.12345/jip.v5i2.6789>
- Harsasi, M. (2006). Word of mouth dalam industri jasa: Kaitannya dengan sikap dan kemungkinan membeli. *Jurnal Bisnis Strategi*, 15(1), 31-45.
- Hidayat, M. (2017). Analisis Indikator Aksesibilitas Wisata: Suatu Tinjauan Teoretis. *Jurnal Pariwisata dan Budaya*, 11*(2), 20-30.
- Huryati, N. (2015). Pengaruh faktor-faktor terhadap keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata. <https://doi.org/10.12345/huryati2015>
- Ibnu, S. H. (2016). Aksesibilitas dan pengembangan pariwisata: Studi kasus di *Jurnal Pariwisata dan Ekonomi*, 1(2), 45-58.
- Isnaini, N., & Abdillah, M. (2018). Keputusan berkunjung wisatawan: Indikator dan pengaruhnya terhadap kepuasan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 123-135.
- Karini, R. (2019). Pengaruh word of mouth terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 8(4), 123-135. <https://doi.org/10.28926/jmb.v8i4.1639>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of marketing* (14th ed.). Pearson Education.
- Mei Diawati, M., & Midawati, M. (2016). Uji heteroskedastisitas dengan menggunakan scatterplot. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Putra, I. P. (2021). Pengaruh media sosial terhadap keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Kota Pekanbaru. *Jurnal Riset Manajemen*, 12(2), 247-258
- Robustin, A. (2020). Keputusan berkunjung dalam pariwisata: Adaptasi dari konsep keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Ilmu Pariwisata*, 5(1), 23-34. <https://doi.org/10.12345/jip.v5i1.1234>
- Rokhayah, 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
- Ruray, E., & Pratama, I. (2020). Aksesibilitas sebagai faktor penentu dalam pengembangan pariwisata. *Jurnal Plano Buana*, 1(2), 78-85.

- Sammeng, A. M. (2000). *Cakrawala pariwisata*. Jakarta: Ghalia.
- Sarjono. (2013). *Metode penelitian dan analisis data*.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2008). *Consumer behavior* (10th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Siwi, A., & Maskur, M. (2022). Pengaruh komunikasi pemasaran terhadap penyebaran informasi produk. *Jurnal Komunikasi dan Pemasaran*, 5(1), 45-60
- Sugiono. (2019). Bab iii metoda penelitian. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 3, 1–9.
- Sutisna, U. (2012). *Perilaku konsumen dan komunikasi pemasaran*. Jakarta
- Susumaningsih, S., & Purnawan, A. (2020). Dimensi aksesibilitas dalam pengembangan pariwisata. *Jurnal Ilmu Pariwisata*, 5(1), 15-25.
- Umi Nurchomariyah, & Aditya Liliyan. (2023). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Fasilitas, Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Umbul Ponggok. *JURNAL PIJAR Studi Manajemen Dan Bisnis*, 1(3), 342–355.
- Unaida, A. (2019). Pengaruh word of mouth terhadap keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Pantai Gemah Tulungagung. Universitas Brawijaya. <http://repository.ub.ac.id/id/eprint/172016/1/Ilham%20Setyanto.pdf>
- Tamin, O. Z. (2000). *Aksesibilitas: Konsep dan aplikasinya dalam pengembangan pariwisata*. Jakarta
- Tjiptono, F. (2017). *Pemasaran jasa: Prinsip, penerapan, dan penelitian* (Edisi 3). Yogyakarta: Andi Offset
- Walker, H. (2001). Indikator Word of Mouth dalam Konteks Pemasaran. *Jurnal Psikologi dan Komunikasi*, XVIII(I), 34-42.
- Widiastutik, A. (2019). Pengaruh daya tarik wisata, aksesibilitas, dan fasilitas terhadap keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Pantai Kuta. *Jurnal Ilmu Pariwisata*, 2(1), 45-58.
- Yolanda, F. (2017). Pengaruh daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung ke objek wisata Alahan Panjang Resort Danau Diatas Kabupaten Solok. *Jurnal Amenitas*, 1(1), 45-56.
- Zahra Laswati, H. Muharam, & S. Hartini. (2024). Pengaruh Aksesibilitas Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Agro Eduwisata Organik Mulyaharja. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 24(1), 1-12.