

PENGARUH KUALITAS ATRIBUT PRODUK WISATA, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E- WOM)* TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI TAMAN MARGA SATWA BUDAYA KINANTAN (TMSBK)

Triska Febrianti, Moch Abdi
triskafebrianti@gmail.com, abdi.solution@gmail.com
Fakultas Pariwisata
Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat

ABSTRACT: Kinantan Wildlife and Culture Park or better known as Bukittinggi Zoo. This zoo is one of the oldest zoos in Indonesia and the only one in West Sumatra, which has a complete collection of animals on the island of Sumatra. Every tourist attraction must create a memorable Quality Product Attribute in order to get a good view of tourists, so that e-WOM (electronic-Word of Mouth) can occur in the margasatwa kinantan cultural park. Word of mouth has a positive and significant influence on visiting decisions. Because usually visitors will look for information before visiting tourist attractions. The information can be obtained through social media that has been shared by tourists who have visited the tour. TMSBK Bukittinggi City has revitalised by developing product attributes with the aim of increasing the number of flattery and increasing satisfaction. This type of research is an associative quantitative prescription with the study population are tourists who visit TMSBK with a sample number of 100 respondents, and for data collection techniques with the spread of questionnaires with accidental techniques. While for variable tests use multiple linear regression tests. The results of the study can be concluded that the quality of product attributes, and electronic word of mouth influences the persianl and simultaneously on the decision to visit at Kinantan Bukittinggi Wildlife Park, so it can be stated that product attributes and electronic word of mouth have a positive influence on visiting decisions.

Keywords: Kinantan Zoo, Bukittinggi, e-WOM

A. PENDAHULUAN

Pariwisata termasuk kedalam suatu sektor kehidupan, yang menjadi peran penting dalam pembangunan perekonomian masyarakat di seluruh dunia, seperti yang kita lihat telah terjadinya peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat di dunia yang semakin baik dan maju. Kemajuan dan kesejahteraan yang semakin tinggi telah menjadikan pariwisata sebagai bagian penting dari kebutuhan atau gaya hidup manusia, yang menggerakkan jutaan manusia untuk mengenal budaya dan alam ke belahan atau kawasan-kawasan dunia lainnya. Karena ingin mengenal banyak budaya dan alam hal tersebut mempengaruhi keputusan berkunjung tempat wisata oleh masyarakat yang menjadikan pariwisata merupakan kebutuhan. Provinsi Sumatera Barat terkenal dengan pesona alamnya dan budaya yang masih kental. Sumatera Barat terletak dengan geografi yang terdiri dari perbukitan dan gunung membuat wisata daerah ini selalu menciptakan lokasi objek wisata terbaru di Provinsi Sumatera Barat. Mulai dari wisata pantai, wisata alam, wisata budaya dan sebagainya. Salah satu destinasi wisata yang dikunjungi disumatera barat adalah kota bukittinggi. Pariwisata di kota bukittinggi di tetapkan sebagai potensi unggulan daerah karena pengaruh kondisi geografisnya dan alamnya.

Objek wisata yang ada di kota bukittinggi salah satunya adalah TMSBK Taman ini ini dibuat oleh pemerintah Hindia belanda tahun 1900 , yang pada awalnya hanya merupakan taman bunga dengan nama Stormpark (Kebun Bunga) dan pada tahun 1929 baru ditambahkan koleksi – koleksi hewan. Di dalam kawasan taman ini didirikan sebuah rumah adat yang dinamai rumah adat nan baanjuang yang sekarang dijadikan museum. Saat ini Taman

Margasatwa Satwa Budaya Kinantan Bukittinggi dikelola oleh Dinas Pariwisata Kota Bukittinggi pada bidang Taman Margasatwa Satwa dan Budaya Kinantan. Dalam waktu lima tahun kebelakang banyaknya dilakukan perubahan, dan pembangunan di taman margasatwa budaya kinantan ini Berdasarkan hasil observasi awal peneliti tanggal 05 mei 2021 memperoleh data kunjungan wisatawan sebagai berikut Tabel 1.1

Tabel1. Jumlah Pengunjung Objek Wisata Taman Marga Satwa dan Budaya Kinantan Bukittinggi Tahun 2018 – 2020

No	Bulan	2018	2019	2020
1	Januari	86.562	83.923	60.546
2	Februari	45.446	47.172	33.471
3	Maret	40.813	50.420	18.198
4	April	62.996	79.907	0
5	Mei	57.845	34.563	1.813
6	Juni	170.660	138.546	31.603
7	Juli	98.252	73.398	31.600
8	Agustus	43.775	13.939	39.756
9	September	34.564	30.604	12.410
10	Oktober	42.486	37.467	29.645
11	November	43.902	45.319	35.561
12	Desember	91.078	94.447	69.172
Total		818.379	729.705	363.775

Sumber: Dinas Pariwisata Kota Bukittinggi 2021

Dapat dilihat dari tabel diatas tingkat kunjungan wisatawan selama tiga tahun terakhir di TMSBK mengalami penurunan. Dari tahun 2018 jumlah kunjungan wisatwan mencapai 818.379. sementara pada tahun 2019 jumlah kunjungan ke TMSBK mengalami penurun tingkat kunjungan yaitu 729.705 orang dan pada tahun2020 jumlah kunjungan di TMSBK mengalami penurunan yang signifikan dengan jumlah kunjungan wisatawan mencapai 363.775 . ini juga disebabkan karena adanya wabah virus corona yang terjadi pada awal tahun 2020. Pada bulan April 2020 adanya penutupan tempat wisata di Sumatera Barat karena virus tersebut mulai mewabah dilingkungan masyarakat yang mengakibatkan kunjungan di TMSBK pada bulan ini tidak ada pengunjung . Akan tetapi pada masa new normal mulai dilaksanakan jumlah kunjungan wisatwan mulai meningkat pada bulan agustus 2020.pada bulan September jumlah kunjungan mengalamai flaktuasi yaitu sebanyak 12.410 pengunjung setelah itu pada bulan Oktober–Desember 2020 jumlah kunjungan semakin meningkat Ini disebabkan karena TMSBK melakukan pengembangan atribut produk wisata agar bertambahnya jumlah kunjungan.

Untuk itu, setiap objek wisata harus menciptakan Kualitas Atribut Produk yang berkesan agar mendapatkan pandangan yang baik dari wisatawan, sehingga *e-WOM (electronic-Word of Mouth)* bisa terjadi di taman budaya margasatwa kinantan. Menurut Aprilia (2015) Word of mouth memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Karena biasanya pengunjung akan mencari informasi sebelum mengunjungi tempat wisata. Informasi tersebut bisa didapatkan melalui media sosial yang telah dibagikan oleh wisatawan yang telah mengunjungi wisata tersebut. Menurut Bataineh (2015) calon pengunjung yang bertindak sebagai penerima informasi akan lebih mudah mempercayai sumber informasi yang memiliki kredibilitas tinggi, kualitas informasi yang relevan dan memiliki kuantitas yang akurat sesuai dengan situasi yang terjadi di lapangan. Sehingga *e-WOM (electronic- Word of Mouth)* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung.

B. KAJIAN PUSTAKA

Atribut Produk Wisata adalah keseluruhan pelayanan yang diperoleh dan dirasakan atau dinikmati wisatawan (Suwanto, 2009:49). Yang meliputi ; menarik ,indah , nyaman dan mudah. *Electronic word of mouth* (e-WOM) merupakan sebuah media komunikasi untuk berbagi informasi mengenai suatu produk atau jasa yang telah dikonsumsi antar konsumen yang awalnya tidak saling mengenal dan bertemu sebelumnya yang disampaikan secara elektronik (Gruen, 2005). Komunikasi e-WOM ini melibatkan opini konsumen mengenai produk dan layanan yang (Bronner dan Hoog, 2011:15) yang mana di lihat dari :

- Respek kepada orang lain
- Memberikan rasapositif
- Kemudahan sosialmedia

Keputusan merupakan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif. proses integrasi merupakan proses untuk membuat keputusan Sumarwan (2011:357). Maka dapat disimpulkan bahwa Keputusan pembelian dapat diartikan sebagai keputusan berkunjung, pengertian keputusan berkunjung adalah perilaku pembelian seseorang dalam menentukan suatu pilihan tempat wisata untuk mencapai kepuasan sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen yang meliputi pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi terhadap kepuasan perjalanan wisata atau tempat yang kita kunjungi,

C. METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Berdasarkan masalah dan tujuan yang ingin dicapai, jenis penelitian ini digolongkan kedalam metode penelitian kuantitatif. (Sugiyono ,2018:8) menjelaskan bahwa “Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme* digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data, menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”. Kemudian Jenis penelitian pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif asosiatif untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Atribut Produk Wisata, *Electronic Word Of Mouth (E- WOM)* Terhadap Keputusan Berkunjung di TMSBK”

2. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Taman Marga Satwa Budaya Kinantan (TMSBK) bukittinggi untuk mengetahui pengaruh Kualitas Atribut Produk Wisata, *Electronic Word Of Mouth (E- WOM)* Terhadap Keputusan Berkunjung, TMSBK beralamat di jalan Cindua Mato, Benteng Kecamatan Guguk Panjang, Bukittinggi Sumatera Barat. Penelitian dilaksanakan pada bulan Mei – Juli 2021

3. Variabel Penelitian

Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu independen adalah Atribut produk wisata (X^1) dan dependen adalah E – WOM (X^2) sedangkan variabel dependen Keputusan Berkunjung (Y)

4. Populasi Dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian adalah Wisatawan yang berkunjung ke TMSBK Kota Bukittinggi ,Berdasarkan data yang di peroleh peneliti pada tanggal 05 mei 2021 jumlah kunjungan wisatawan di TMSBK di tahun 2020 sebanyak 363.775 pengunjung. Maka penentuan sampel dalam penelitian menggunakan rumus Slovin, maka jumlah sampel dalam penelitian setelah memulai perhitungan adalah sebanyak 100 orang.

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti menggunakan kuisioner (angket). Angket adalah cara mengumpulkan data dengan memberikan pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono 2018:219) dengan teknik acidental .

6. Instrumen Penelitian

Penelitian ini pengumpulan datanya menggunakan kuisioner.dalam kuisioner ini menggunakan *skala likert*,, maka variable yang akan diukur dijabarkan menjadi indicator variabel. Kemudian indicator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item – item instrument yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Untuk Keabsahan suatu hasil penelitian sangat ditentukan oleh alat ukur yang digunakan, alat ukur tersebut yaitu Angket merupakan teknik pengumpulan data dengan cara pemberian pertanyaan-pertanyaan kepada responden untuk membantu penulis melakukan penelitian. Untuk menguji keabsahan dari angket tersebut digu nakan uji validitas dan uji reliabilitas Uji validitas. Pengujian validitas instrumen dimaksudkan untuk menghasilkan alat ukuryang dipercaya. Agar bisa diketahui hasil kevaliditasan sebuah angket maka peneliti menggunakan nilai hasil.

7. Analisis Data

Tahap pengolahan data dilakukan dengan kegiatan seperti merancang struktur data, pengkodean, editing dan pengantrian data. Data disimpan menggunakan *Microsoft Exel*. Setelah data dinyatakan *valid* maka data siap diolah. Analisis data menggunakan program SPSS versi 24.00. Hasil estimasi tersebut disajikan dalam bentuk table. Untuk melihat pengaruh dalam varible penelitian menggunakan uji regresi Linear berganda karena dalam penelitian ini memiliki 2 varibel independen dan satu varibale dependen , sedangkan Uji hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah, yaitu yang menanyakan hubungan antara dua variabel dan lebih. Rancangan pengujian hipotesis digunakan untuk mengetahui korelasi dari kedua variabel yang diteliti melalui uji F , Uji T dan Uji koefisien dertiminasi

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Taman Margasatwa dan Budaya Kinantan atau lebih dikenal dengan nama Kebun Binatang Bukittinggi yang beralamat di jalan Bukit Cubadak Bungkuak, Bukittinggi. Kebun binatang ini adalah salah satu kebun binatang tertua yang ada di Indonesia dan satu-satunya di Sumatra Barat, yang memiliki koleksi hewan yang lengkap di pulau sumatera.Dalam area kebun binatang ini terdapat Museum Rumah Adat Baanjuang dan Museum Zoologi. Area ini juga disatukan dengan taman benteng for de kock melalui jembatan limpapeh. Taman Margasatwa Budaya Kinantan kini mempunyai taman aviary terbesar di sumatera bahkan Indonesia, disamping itu juga ada zona karnivora, yang akan dihuni oleh harimau, singa macan dahan dan kucing emas serta hewan karnivora lainnya.

Hasil Analisis data penelitian

Berdasarkan Analisa Data penelitian, disimpulkan bahwa kualitas atribut produk,dan *electronic word of mouth* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan berkunjung

Berdasarkan hasil analisis data diketahui nilai f_{hitung} diperoleh sebesar : 33.553 dengan nilai signifikansi (*p-value*) sebesar 0.000, maka didapat f_{tabel} sebesar 2.700, dikarenakan nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($33.553 > 2.700$) dan nilai signifikansi (*p-value*) $0.000 < 0.05$ maka H_0 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan (bersama-sama) Kualitas atribut produk wisata dan *Electronic word of mouth* Memiliki Pengaruh yang signifikan Terhadap Keputusan berkunjung

Berdasarkan Analisa Data penelitian, diketahui juga bahwa kualitas atribut produk,dan

electronic word of mouth berpengaruh secara persial terhadap keputusan berkunjung

Berdasarkan pengujian hipotesis pertama hasil perhitungan statistik pada tabel 4.13 untuk variabel Kualitas atribut produk wisata diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $6.276 > 1.987$ dengan hasil signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$, ini menggambarkan terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas atribut produk wisata terhadap pengaruh Keputusan berkunjung. Dengan menggunakan uji satu arah sehingga didapat hasil H_0 diterima dan H_a ditolak.

Berdasarkan pengujian hipotesis kedua hasil perhitungan statistik untuk variabel *Electronic word of mouth* diperoleh dari nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3.082 > 1.987$ dengan hasil signifikansi sebesar $0.003 < 0.05$, ini menggambarkan terdapat pengaruh yang signifikan antara *Electronic word of mouth* terhadap Keputusan berkunjung. Dengan menggunakan uji satu arah sehingga didapat hasil H_0 diterima dan H_a ditolak.

E. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data serta pembahasan yang telah dilakukan peneliti dengan judul pengaruh kualitas atribut produk, *word of mouth* terhadap keputusan berkunjung di taman margasatwa budaya dan kinantan bukittinggi, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut.

Kualitas atribut produk, dan *electronic word of mouth* berpengaruh secara persial terhadap keputusan berkunjung di Taman Marga Satwa Budaya Kinantan Bukittinggi kualitas atribut produk, dan *electronic word of mouth* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan berkunjung di Taman Marga Satwa Budaya Kinantan Bukittinggi berdasarkan hasil penelitian bahwa atribut produk dan *electronic word of mouth* memberikan pengaruh positif terhadap keputusan berkunjung

F. DAFTAR PUSTAKA

- Analisis Pengaruh Produk Wisata, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Wisatawan Dalam Mengunjungi Objek Wisata. *Diponegoro Journal Of Management* (online), Vol 5, No. 4 (<http://ejournal-73.sl.undip.ac.id/index.php/management>) diakses tanggal 9 April 2018
- Arianto, A. (2013), Pengaruh Atribut Produk, Harga, Kebutuhan Mencari Variasi Dan Ketidakpuasan Konsumen Terhadap Keputusan Perpindahan Merek Dari Samsung Galaxy Series Di Kota Malang,” *Jurnal Aplikasi Manajemen*, Vol. 11, No.2, pp. 294-305.
- Bayu, Sutrisno. 2013. Pengaruh Atribut Produk Wisata Tirta Terhadap Keputusan Berkunjung di Water Park Bojongsari Indramayu. Skripsi. Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Pendidikan Indonesia.
- Hapsari, Nurul R, Nawazirul Lubis, dan Widiartanto. 2014. Pengaruh Atribut Produk Wisata dan *Electronic Word-of-Mouth* (eWOM) terhadap Keputusan Berkunjung pada Obyek Wisata Umbul Sidomukti Kabupaten Semarang.” *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*.
- Kotler, P., & Keller, K.L. 2012. *Manajemen Pemasaran*. terjemahan Benyamin Molan, Ed. 12. Jakarta: Indeks.
- Yusuf, A. 2014. Pengaruh Atribut Produk Wisata Terhadap Place Branding Dan Implikasinya Terhadap Keputusan Mengunjungi Destinasi Wisata Pantai Di Kabupaten Karawang. *Jurnal ilmiah solusi* (online), Vol. 1, No. 1 (<http://journal.unsika.ac.id>)