

**PENGARUH CITRA DESTINASI, FASILITAS WISATA, DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI KEBUN
BINATANG GEMBIRA LOKA YOGYAKARTA**

SKRIPSI



DISUSUN

OLEH:

Fabyola Yovita Putri

(11160033)

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

2020

PENGARUH CITRA DESTINASI, FASILITAS WISATA, DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI KEBUN BINATANG
GEMBIRA LOKA YOGYAKARTA

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk memenuhi Sebagian Syarat – syarat

Guna memperoleh Gelar

Sarjana Manajemen

Disusun oleh :

FABYOLA YOVITA PUTRI

NIM : 11160033

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2020

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI/TESIS/DISERTASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Kristen Duta Wacana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fabyola Yovita Putri
NIM : 11160033
Program studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Kristen Duta Wacana **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*None-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“PENGARUH CITRA DESTINASI, FASILITAS WISATA, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI KEBUN BINATANG GEMBIRA LOKA YOGYAKARTA”

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti/Noneksklusif ini Universitas Kristen Duta Wacana berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Yogyakarta
Pada Tanggal : 12 Mei 2020

Yang menyatakan



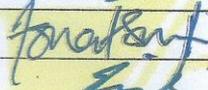
(Fabyola Yovita Putri)

11160033

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:
**PENGARUH CITRA DESTINASI, FASILITAS WISATA, DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI KEBUN BINATANG
GEMBIRA LOKA YOGYAKARTA**
telah diajukan dan dipertahankan oleh:
FABYOLA YOVITA PUTRI
11160033

dalam Ujian Skripsi Program Studi Manajemen
Fakultas Bisnis
Universitas Kristen Duta Wacana
dan dinyatakan **DITERIMA** untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Manajemen pada tanggal 14 April 2020

Nama Dosen	Tanda Tangan
1. Dra. Ambar Kusuma Astuti, M.Si	
2. Jonathan Herdioko, SE., MM	
3. Lucia Nurbia Kartika, S.Pd., Dipl. Secr., MM	

Yogyakarta, 6 Mei 2020

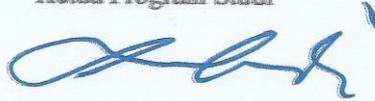
Disahkan oleh:

Dekan,




Drs. Sismuhadi Pangeran, M.Si

Ketua Program Studi



Drs. Sismuhadi, MBA., Ph.D

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul:
**PENGARUH CITRA DESTINASI, FASILITAS WISATA, DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI KEBUN
BINATANG GEMBIRA LOKA YOGYAKARTA.**

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat demi menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, merupakan bukan hasil tiruan ataupun duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau instansi maupun. Kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya (terdapat dalam jurnal ini).

Apabila di kemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiatisme atau tiruan dari karya lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar sarjana saya.

Yogyakarta, 10 Maret 2020



Fabyola Yovita Putri (11160033)

HALAMAN MOTTO

“She is clothed in strength and dignity she can laugh without fear of the future” –

Proverbs 31:25

“Takut akan Tuhan adalah permulaan pengetahuan, tetapi orang bodoh menghina hikmat dan didikan” – *Amsal 1:7*

“Kamu adalah garam dunia. Jika garam itu menjadi tawar, dengan apakah ia diasinkan? Tidak ada lagi gunanya selain dibuang dan diinjak orang.” – *Matius*

5:13 (Garam dunia dan terang dunia).

“Segala perkara dapat kutanggung di dalam Dia yang memberi kekuatan kepadaku” – *Filipi 4:13*

“Everyone you meet is fighting a battle you know nothing about. Be kind, always.”

“I know who I am, I know what I believe, and that’s all I need to know” – *Will Smith*

“Take the risk or lose the chance.”

“Breath you are going to be okay, you’ve been there before, you’ve been this scared, uncomfortable, and anxious, you survived. Breathe and know you can

survive this too! I know it all feels unbearable right now, just breath, keep

breathing, this too shall pass, I promise.” – *Pinterest*

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji dan syukur saya penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, berkat, dan penyertaan dalam hidup, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir Skripsi yang berjudul “PENGARUH CITRA DESTINASI, FASILITAS WISATA, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI KEBUN BINATANG GEMBIRA LOKA YOGYAKARTA”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen. Dalam melakukan penelitian dan penulisan skripsi ini, tentunya penulis banyak dibantu, dibimbing, dan didukung oleh banyak pihak. Maka dari itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus, atas campur tangan dan penyertaan dalam menyelesaikan skripsi ini terutama dalam kesehatan dan kemampuan berpikir bagi penulis.
2. Bapak dan Mama, terima kasih atas segala dukungan berupa materiil dan non materiil kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan pada waktu yang tepat.
3. Adik – adik penulis karena telah memberikan semangat untuk penulis sehingga penulis tidak mudah merasa lelah dalam mengerjakan skripsi.
4. Kepada sahabat penulis Pratiwi Munthe, Devy Pabidang, dan Herdianto Limbong terima kasih karena selalu sedia setiap saat ketika penulis membutuhkan semangat.

5. Sahabat penulis Jeny dan Tika karena datang dan membantu penulis di saat masa skripsi.
6. Kepada Bang Monang terima kasih karena telah banyak membantu penulis dari awal penulisan hingga skripsi ini selesai, serta untuk referensi – referensi, semangat dan motivasinya.
7. Dosen Pembimbing saya Ibu Lucia Nurbani Kartika S.Pd., Dipl., Seer., MM., untuk waktu dan semangatnya dalam membantu dan membimbing dalam penulisan skripsi sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
8. Almamater Universitas Kristen Duta Wacana (UKDW)
9. Semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna oleh karena itu, harapan penulis bahwa informasi dari skripsi ini mampu memberikan dampak dan manfaat yang positif bagi pembaca.

Yogyakarta, 10 Maret 2020



Fabyola Yovita Putri (11160033)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena telah melimpahkan rahmat dan karunianya dalam penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Berkunjung di Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta”** ini dapat diselesaikan dengan baik guna memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan pada jurusan Manajemen, Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana.

Dalam menjalankan dan menyelesaikan penulisan skripsi, penulis menyadari kelemahan serta keterbatasan yang ada sehingga dalam menyelesaikan skripsi ini penulis sangat berterimakasih karena telah menerima bantuan dari berbagai pihak. Maka dari itu, penulis akan menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Perminas Pangeran, SE., MSi., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana.
2. Bapak Drs. Sisnuhadi, MBA,Ph.D., selaku Wakil Dekan I Bidang Akademik Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana.
3. Ibu Lucia Nurbani Kartika, SPd., MM., selaku dosen pembimbing penulis dalam mengerjakan skripsi. Terima kasih atas segala bimbingan, ajaran, dan ilmu – ilmu baru yang diberikan bagi penulis serta waktu yang diberikan untuk melakukan konsultasi di tengah kesibukan yang ada.
4. Bapak Fasir dan seluruh pihak Gembira Loka Zoo yang telah memberikan izin bagi penulis untuk melakukan penelitian.

5. Bapak Edy Nugroho, SE., MSc., yang telah membantu penulis dalam melakukan pengolahan data skripsi.
6. Kedua Orang tua tercinta yang telah banyak memberikan doa dan dukungan baik secara moril maupun materiil sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
7. Adik – adik tercinta yaitu Abraham Biman Toro, Angel Natalia Christy, Agatha Tirza Sarosa, dan Nathanael Airlangga Sarosa yang selalu memberikan semangat dalam mengerjakan skripsi.
8. Sahabat – sahabat terkasih Pratiwi Munthe, Defianto Pabidang, dan Herdianto Limbong yang senantiasa membantu dalam doa dan semangat serta waktu yang selalu diluangkan selama proses mengerjakan skripsi hingga dapat diselesaikan.
9. Hamonangan Daniel Simaremare yang telah membantu serta menuntun penulis dalam mengerjakan skripsi dan juga telah memberikan dukungan serta doa.
10. Semua pihak dan rekan seperjuangan yang telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak bisa disebutkan semuanya.

Yogyakarta, 10 Maret 2020



Penulis

Fabyola Yovita Putri

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGAJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAKSI	xvii
ABSTRACT	xviii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	8
1.5. Batasan Penelitian	9
BAB II. LANDASAN TEORI	10
2.1. Citra Destinasi	10

2.2. Fasilitas Wisata	17
2.3. Persepsi Harga	24
2.4. Keputusan Berkunjung	28
2.5. Penelitian Terdahulu	40
2.6. Kerangka Penelitian	42
2.7. Hipotesis Penelitian.....	42
2.7.1. Hubungan Antara Citra Destinasi Dan Keputusan Berkunjung	42
2.7.2. Hubungan Antara Fasilitas Wisata Dan Keputusan Berkunjung	43
2.7.3. Hubungan Antara Persepsi Harga Dan Keputusan Berkunjung	44
BAB III. METODE PENELITIAN	46
3.1. Data	46
3.1.1. Pengumpulan Data.....	47
3.2. Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran	50
3.2.1. Definisi Operasional Variabel.....	50
3.2.2. Pengukuran Variabel	53
3.3. Metode Analisis Data	54
3.3.1. Uji Validitas	54
3.3.2. Uji Reliabilitas	55
3.3.3. Analisis Deskriptif	56
3.3.4. Analisis Regresi Linear Berganda.....	57
3.3.5. Koefisien Determinasi (R^2)	57

3.3.6. Uji Signifikansi Secara Parsial (Uji F).....	58
3.3.7. Uji Signifikansi Secara Simultan (Uji T).....	59
BAB IV. HASIL PENELITIAN	61
4.1. Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	62
4.1.1. Uji Validitas	62
4.1.2. Uji Reliabilitas	65
4.2. Analisis Deskriptif	65
4.2.1. Jenis Kelamin.....	66
4.2.2. Umur	66
4.2.3. Pekerjaan.....	68
4.2.4. Frekuensi Berkunjung	69
4.2.5. Rekan Berkunjung.....	70
4.2.6. Asal Responden.....	71
4.3. Analisis Regresi Linear Berganda	72
4.4. Koefisien Determinasi	75
4.4.1 Uji Signifikansi Secara Parsial (Uji F).....	76
4.4.2. Uji Signifikansi Secara Simultan (Uji T).....	77
4.5. Pembahasan Hasil	81
BAB V. PENUTUP	87
5.1. Kesimpulan	87
5.1.1. Hasil Analisis Deskriptif Profil Responden	87
5.1.2. Hasil Analisis Koefisien Determinasi	88
5.1.3. Hasil Analisis Uji F	88
5.1.4. Hasil Analisis Uji T	89

5.2. Saran	89
5.2.1. Saran Berdasarkan Hasil Penelitian Bagi Perusahaan.....	89
5.2.2. Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	90
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN	

©UKDW

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Peningkatan Wisatawan DIY.....	2
Tabel 1.2. Pengunjung Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta.....	4
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	40
Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel	50
Tabel 4.1. Hasil Uji Validitas Pertama	63
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Kedua.....	64
Tabel 4.3. Hasil Uji Reliabilitas.....	65
Tabel 4.4. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	66
Tabel 4.5. Jumlah Responden Berdasarkan Usia.....	67
Tabel 4.6. Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan.	68
Tabel 4.7. Jumlah Responden Berdasarkan Frekuensi Berkunjung.....	69
Tabel 4.8. Jumlah Responden Rekan Berkunjung.	70
Tabel 4.9. Jumlah Responden Asal Responden.....	71
Tabel 4.10. Analisis Regresi Linear Berganda.	73
Tabel 4.11. Koefisien Determinasi	75
Tabel 4.12. Hasil Uji F.....	76
Tabel 4.13. Hasil Uji T.....	78
Tabel 4.14. Hasil Penelitian.....	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Penelitian.....	42
--------------------------------------	----

©UKDW

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Uji Validitas 1
- Lampiran 3 Uji Validitas 2 (Berhasil)
- Lampiran 4 SPSS Regresi
- Lampiran 5 Data Excel Kuesioner
- Lampiran 6 Peta Gembira Loka
- Lampiran 7 Buku Konsultasi
- Lampiran 8 Lembar Revisi Ujian Pendadaran
- Lampiran 9 Lampiran Judul

©UKDW

ABSTRAKSI

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh citra destinasi, fasilitas wisata, dan persepsi harga terhadap keputusan berkunjung di Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan kuantitatif, sampel yang diambil sebanyak 100 pengunjung yang datang di Kebun Binatang Gembira Loka pada semua golongan gender, umur, pekerjaan, banyak berkunjung, dan rekan berkunjungnya. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner kemudian dianalisis secara deskriptif, analisis linear berganda, koefisien determinasi, uji f, dan uji t. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel citra destinasi dan persepsi harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung di Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta dan variabel fasilitas wisata tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung di Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta. Maka dari itu, dalam mengelola kebun binatang perlu memperhatikan dan memelihara citra destinasi dan persepsi harga demi meningkatkan keputusan berkunjung, dan juga fasilitas wisata demi terjaganya lingkungan yang asri. Koefisien determinasi (Adjusted R²) penelitian ini sebesar 0,474 yang berarti variabel dependen yaitu keputusan berkunjung dipengaruhi sebesar 47,4% oleh variabel independen yaitu citra destinasi, fasilitas wisata, dan persepsi harga. Sedangkan sisanya 52,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata kunci: citra destinasi, fasilitas wisata, persepsi harga, dan keputusan berkunjung.

ABSTRACT

This research was conducted with the aim to determine the effect of destination images, tourist facilities, and price perceptions on the decision of visit the Gembira Loka Zoo in Yogyakarta. This research was conducted using a quantitative approach, samples taken as many as 100 visitors who came to the Gembira Loka Zoo in all gender groups, age, occupation, many visits, and visiting colleagues. The method that is used is a questionnaire based then analyzed descriptively, multiple linear analysis, and coefficient of determination, f test, and t test. The results of the analysis shows that the destination image variable and price perception significantly influence the decision to visit the Gembira Loka Zoo in Yogyakarta and the tourist facility variable does not significantly influence the decision to visit the Gembira Loka Zoo in Yogyakarta. Therefore, in order to managing the zoo it is necessary to pay attention and maintain the image of the destination and the perception of the price to improve the decision of visiting, and also the tourist facilities for maintaining a beautiful environment. The coefficient of determination (Adjusted R²) of this study is 0.474, which means that the dependent variable, namely the decision to visit is influenced by 47.4% by the independent variable, namely the image of the destination, tourist facilities, and price perception. While other influences the remaining 52.6% variables not examined.

Keywords: destination image, tourist facilities, price perception, and visiting decision



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata merupakan komoditas utama dalam format pembangunan sebuah wilayah, termasuk pembangunan sebuah kota, sehingga sangat wajar apabila pariwisata telah menjadi “sang primadona” tumpuan pembangunan ekonomi masyarakat dalam meningkatkan kesejahteraannya (Syarifuddin, 2016). Dapat dilihat pada abad 21 industri pariwisata di Indonesia berkembang dengan pesat dibuktikan dengan bagaimana peranan sektor pariwisata semakin penting sejalan dengan kontribusi yang diberikan melalui penerimaan devisa, pendapatan daerah, pengembangan wilayah, maupun dalam penyerapan investasi dan tenaga kerja. Saat ini, orang-orang akan sangat membutuhkan tempat untuk berwisata khususnya di alam terbuka demi menghilangkan kepenatan selama bekerja baik saat akhir pekan maupun saat masa liburan panjang. Menurut Yoeti (2006:11) dibandingkan dengan sektor-sektor ekonomi yang lain pariwisata memperlihatkan perkembangan yang stabil bahkan memiliki kecenderungan meningkat setiap tahunnya. Dapat dilihat pada tabel 1.1 dimana jumlah peningkatan wisatawan yang datang ke Yogyakarta setiap tahunnya selalu meningkat:

Tabel 1.1

Peningkatan Wisatawan di DIY

2015 - 2018

Tahun	Wisatawan Mancanegara	Wisatawan Nusantara	Wisatawan Mancanegara dan Nusantara
2015	308.485	3.813.720	4.122.205
2016	355.313	4.194.261	4.549.574
2017	397.951	4.831.347	5.229.298
2018	416.372	5.272.719	5.689.091

Sumber: Statistik Pariwisata DIY 2015 - 2018

Tabel di atas membuktikan bahwa selama 4 tahun terakhir jumlah wisatawan yang datang berkunjung ke Yogyakarta selalu meningkat dan angkanya tidak pernah mengalami penurunan. Hal ini yang menjadi alasan industri pariwisata sangat menarik dan berpeluang besar bagi perekonomian, termasuk di DIY yang terkenal dengan budayanya yang sangat kental menjadikan kota Yogyakarta mempunyai daya tarik kuat bagi para wisatawan.

Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta adalah industri pariwisata yang berlokasi di Yogyakarta dan berada di bawah naungan PT. Buana Alam Tirta pada tahun 2009 hingga sekarang. Sesuai dengan nama tempatnya, Kebun Binatang Gembira Loka merupakan tempat bagi masyarakat yang ingin berekreasi dan melihat berbagai jenis satwa mulai dari yang biasa

ditemukan di kehidupan sehari-hari hingga hewan yang sudah termasuk langka baik di Indonesia maupun di dunia. Kebun Bintang Gembira Loka memiliki visi melestarikan tumbuh – tumbuhan dan satwa sesuai dengan alam habitatnya, sehingga bermanfaat bagi alam dan kehidupan manusia. Misi yang dimiliki oleh Kebun Bintang Gembira Loka adalah mengembangbiakkan dan melestarikan tumbuhan, mensejahterakan satwa dengan memelihara, merawat satwa sesuai habitatnya dan menangkarkan satwa dengan menjaga kemurnian genetik, tempat penelitian satwa yang memberikan informasi dan sarana pendidikan serta penyadaran untuk mencintai dan melestarikan, tempat rekreasi berwawasan lingkungan yang kreatif dan edukatif, sebagai paru – paru kota dan cadangan resapan air.

Namun, bukan hanya itu saja Kebun Binatang Gembira Loka juga memiliki fungsi sebagai tempat konservasi, penelitian, dan edukasi. Menurut (Tirtodiprojo, 2008, p.44) konsep Gembira Loka yang naturalistik, adalah sebagai wadah kegiatan rekreasi alami yang fungsi dan tujuannya sebagai tempat rekreasi, konservasi, penelitian dan edukasi, perkembangan ilmu *zoology* dan botani di Indonesia dan kesadaran masyarakat dalam merawat, menjaga dan melindungi flora dan fauna.

Hampir setiap tahunnya Kebun Binatang Gembira Loka selalu meningkatkan target untuk para wisatawan yang akan datang, dan pencapaian target itu didukung dengan antusias para pengunjung yang ingin berwisata setiap tahunnya walaupun terdapat tahun tertentu jumlah pengunjung mengalami penurunan, akan tetapi penurunannya tidak begitu signifikan, dapat dilihat pada tabel 1.2 berikut ini:

Tabel 1.2
Pengunjung Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta
2014 - 2018

Tahun	Jumlah Pengunjung
2015	1.369.736
2016	1.243.075
2017	1.257.800
2018	1.351.019
2019	1.334.388

Sumber: Edukasi Gembira Loka Zoo 2015 - 2019

Berdasarkan tabel 1.2 terlihat bahwa jumlah wisatawan Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta sangat fluktuatif. Jumlah wisatawan terbanyak terdapat pada tahun 2015 dengan jumlah 1.369.736 dan jumlah wisatawan paling sedikit pada tahun 2016 dengan jumlah 1.243.075, dalam peninjauan jumlah pengunjung selama 5 tahun terakhir. Pemilihan Kebun Binatang Gembira Loka untuk pelaksanaan penelitian ini didasarkan atas rasa tertarik peneliti untuk meneliti dunia pariwisata terutama kebun binatang yang melestarikan hewan – hewan unik yang tidak dapat dilihat di Indonesia, adanya penangkaran dan pengembangbiakkan hewan juga mendukung peneliti memilih tempat ini, sehingga tidak semata – mata hanya menampilkan hewan – hewan saja tetapi memeliharanya dengan baik membuat masyarakat yang datang mengerti nilai yang dimiliki oleh Kebun Binatang Gembira Loka menjadi kebun binatang yang dapat mengedukasi pengunjung. Kunjungan wisata dapat ditingkatkan dan dibangun dengan

memberikan pelayanan yang baik, sehingga wisatawan akan melakukan keputusan berkunjung. Menurut Nugroho (2003) keputusan pembelian adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu diantaranya. Keputusan dalam arti yang umum adalah *a decision is the election of an opinion from two or more alternative choices*, yang memiliki arti suatu keputusan seorang dimana dia memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang ada. Maka dari itu dalam penelitian ini, peneliti akan meneliti 3 aspek yang mempengaruhi keputusan berkunjung yaitu citra destinasi, lalu fasilitas wisata yang disediakan untuk memenuhi kebutuhan konsumen, dan yang terakhir adalah persepsi harga yang ditawarkan kepada konsumen terhadap produk atau jasa tersebut. Alasan mengapa peneliti tertarik memilih ketiga variabel independen di antaranya yang pertama citra destinasi karena tempat wisata sendiri tidak terlepas dari yang namanya citra atau persepsi yang akan dibangun dalam benak masyarakat atau konsumen, berikutnya fasilitas wisata dikarenakan semua tempat wisata harus memiliki sarana prasarana dan hal ini menjadi salah satu bahan pertimbangan konsumen untuk berkunjung ke tempat tersebut, dan yang terakhir persepsi harga karena tempat wisata sangat erat kaitannya dengan harga dan penerapan harga di tempat tersebut sangat mempengaruhi sebuah keputusan berkunjung. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Musay: 2013) menjelaskan bahwa citra merek, termasuk citra merek suatu tempat wisata memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berkunjung. Penempatan citra merek di benak konsumen harus dilakukan secara terus menerus agar citra

merek yang tercipta tetap kuat dan dapat diterima secara positif. Ketika sebuah merek memiliki citra yang kuat dan positif di benak konsumen maka merek tersebut akan selalu diingat dan kemungkinan konsumen membeli merek yang bersangkutan. Sebelum mengunjungi suatu tempat untuk berwisata, para wisatawan akan melihat citra destinasi tempat yang akan dikunjungi, apakah memiliki citra yang positif atau negatif, apabila tempat wisata tersebut sudah memiliki citra yang baik para wisatawan sudah pasti akan berkunjung tanpa keraguan dan melakukan keputusan berkunjung. Menurut (Sammeng, 2001:39) salah satu hal yang penting untuk mengembangkan pariwisata adalah melalui fasilitas wisata (kemudahan), wisatawan berkunjung dan melakukan keputusan berkunjung di suatu tempat wisata karena faktor fasilitas yang sangat mendukung dan memadahi. Fasilitas sendiri merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa yang ditawarkan kepada konsumen, fasilitas juga merupakan penyediaan perlengkapan-perengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada wisatawan dalam melaksanakan aktivitas-aktivitasnya atau kegiatannya, sehingga kebutuhan dapat terpenuhi. Dengan tersedianya fasilitas yang memadai maka keputusan konsumen untuk melakukan keputusan berkunjung akan meningkat dan ketertarikan konsumen akan bertambah. Persepsi harga merupakan satu hal yang juga mempengaruhi keputusan berkunjung melihat dari sudut pandang Tjiptono (2008:31) mendefinisikan bahwa harga merupakan bauran dari harga sesuai dengan strategi dan taktis seperti tingkat harga, struktur diskon, syarat pembayaran, dan tingkat diskriminasi harga berbagai kelompok pelanggan dapat diambil kesimpulan apabila harga yang

ditawarkan masuk dalam kriteria kelas para wisatawan, mereka akan dengan mudah melakukan keputusan berkunjung. Penilaian yang dilihat berdasarkan persepsi wisatawan bukan persepsi pihak penyedia jasa. Menyadari pentingnya citra destinasi, fasilitas, dan persepsi harga terhadap keputusan berkunjung dalam mempertahankan dan meningkatkan jumlah kunjungan maupun pelayanan yang ada di Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta, maka penulis ingin meneliti tentang **Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Berkunjung di Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka penulis dapat menguraikan beberapa rumusan masalah yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah citra destinasi Kebun Binatang Gembira Loka berpengaruh terhadap keputusan berkunjung di Yogyakarta?
2. Apakah fasilitas wisata Kebun Binatang Gembira Loka berpengaruh terhadap keputusan berkunjung di Yogyakarta?
3. Apakah persepsi harga Kebun Binatang Gembira Loka berpengaruh terhadap keputusan berkunjung di Yogyakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari perumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah:

1. Penulis ingin menganalisis apakah citra destinasi berpengaruh terhadap keputusan berkunjung di Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta.
2. Penulis ingin menguji apakah fasilitas wisata berpengaruh terhadap keputusan berkunjung di Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta.
3. Penulis ingin menganalisis apakah persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan berkunjung di Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi pengelola wisata Kebun Binatang Gembira Loka

Menjadi masukan bagi pengelola wisata dalam menerapkan dan mengelola citra destinasi, fasilitas wisata, serta memperhatikan persepsi harga yang diterapkan untuk menciptakan keputusan berkunjung di Kebun Binatang Gembira Loka.

2. Bagi Peneliti

Melalui penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan kemampuan berpikir yang luas bagi peneliti, khususnya dalam menulis karya ilmiah serta pembelajaran dalam menjalankan sebuah penelitian. Proses terciptanya keputusan berkunjung melalui perspektif Citra

Destinasi, Fasilitas Wisata, dan Persepsi Harga sehingga dapat diterapkan kelak saat membangun bisnis sendiri.

3. Bagi Akademisi

Menjadi salah satu karya ilmiah yang kiranya dapat menjadi referensi serta acuan dalam penelitian karya ilmiah yang sesuai dengan kurikulum Fakultas Bisnis yang berlaku saat ini di Universitas Kristen Duta Wacana.

1.5 Batasan Penelitian

Agar masalah yang diteliti tidak terlalu umum dan spesifik, maka penelitian dibatasi sebagai berikut:

1. Lokasi penelitian : Kebun Binatang Gembira Loka
Yogyakarta.
2. Responden penelitian : Pengunjung yang pernah datang ke
Kebun Binatang Gembira Loka
dalam satu tahun terakhir.
3. Jumlah responden : 100 responden.
4. Waktu Penelitian : Agustus – Desember 2019.
5. Variable yang diteliti :
 - a. Variabel terikat, yaitu keputusan berkunjung (Y)
 - b. Variabel bebas, citra destinasi (X1), fasilitas wisata (X2), dan persepsi harga tiket (X3).

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh dimensi variabel citra destinasi, fasilitas wisata, dan persepsi harga terhadap keputusan berkunjung yang akan dilakukan oleh pengunjung yang datang mengunjungi Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta. Pengujian menggunakan sampel sebanyak 100 responden dimana yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung yang datang di Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta dalam waktu 1 tahun terakhir. Sebelum menyebarkan kuesioner kepada 100 responden, peneliti terlebih dahulu melakukan uji validitas dan reliabilitas dengan data yang sudah ada. Ketika semua item pernyataan dalam kuesioner dinyatakan sudah valid, maka penelitian tersebut dapat dilanjutkan ke tahap dan penelitian selanjutnya.

5.1.1 Hasil Analisis Deskriptif Profil Responden

1. Disimpulkan bahwa berdasarkan hasil analisis deskriptif profil responden pengunjung mayoritas di Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta adalah perempuan dengan jumlah 56% dan laki – laki dengan jumlah 44%.
2. Menurut hasil analisis deskriptif profil responden berdasarkan jenjang umur yang datang mayoritas

pengunjung Gembira Loka berumur 20 – 25 tahun dengan jumlah 43%.

3. Mayoritas pekerjaan pengunjung yang datang berkunjung ke Gembira Loka adalah pelajar dan mahasiswa dengan jumlah sebesar 33%.
4. Mayoritas banyaknya pengunjung Gembira Loka datang berkunjung adalah 1 kali dengan jumlah 36%.
5. Mayoritas rekan berkunjung yang datang berkunjung terbanyak adalah bersama dengan keluarga dengan jumlah presentase sebanyak 48%.
6. Mayoritas responden yang datang ke Kebun Binatang Gembira Loka berasal dari Jawa Tengah.

5.1.2 Hasil Analisis Koefisien Dterminasi (R^2)

Berdasarkan hasil uji analisis regresi koefisien determinasi dapat disimpulkan bahwa varabel citra destinasi, fasilitas wisata, dan persepsi harga memiliki pengaruh sebesar 47,4% terhadap variabel keputusan berkunjung di Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta. Sedangkan sisanya yang berjumlah 52,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

5.1.3 Hasil Analisis Uji F

Hasil analisis Uji F yang sudah dibahas pada bab IV memiliki hasil dengan kesimpulan bahwa variabel dalam penelitian ini yang terdiri dari citra destinasi, fasilitas wisata, dan persepsi harga secara stimulan atau secara bersama – sama

memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berkunjung di Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta karena nilai probabilitasnya adalah 0,000.

5.1.4 Hasil Analisis Uji T

Berdasarkan hasil analisis uji t dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa variabel fasilitas wisata secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung di Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta. Sedangkan kedua variabel lainnya yaitu citra destinasi dan persepsi harga secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berkunjung di Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta.

5.2 Saran

5.2.1 Saran berdasarkan hasil penelitian bagi Manajemen Pengelola Kebun Binatang Gembira Loka

1. Dengan citra destinasi yang dimiliki oleh Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta yang sudah sangat baik di mata masyarakat khususnya pengunjung yang datang ke lokasi wisata diharapkan pihak pengelola tempat wisata dapat mempertahankan hal tersebut. Melihat semakin banyak pengunjung yang berminat setiap tahunnya membuat pengelola tempat wisata harus lebih bijak dalam menentukan harga dan variasinya agar dapat menarik minat pengunjung lebih banyak dan juga memperhatikan kualitas tempat wisata

beserta hewan – hewan di dalamnya agar citra destinasi yang tercipta di masyarakat dapat terjaga.

2. Fasilitas wisata merupakan hal yang tetap harus diperhatikan dan tidak boleh luput dalam proses pengelolaan kebun binatang demi tercapainya keputusan berkunjung, walaupun tidak memiliki pengaruh yang signifikan hal ini disarankan demi terjaganya lingkungan yang asri dan nyaman bagi pengunjung.
3. Membangun komunikasi yang lebih baik dengan pengunjung, karena dengan adanya komunikasi yang baik oleh karyawan akan sangat membantu terjaganya citra destinasi yang baik kepada pengunjung. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan masih banyak pengunjung yang terkadang bingung tentang sistem kerja yang ada di Kebun Binatang Gembira Loka seperti cara mendapatkan informasi untuk menggunakan kendaraan (mobil) yang dapat mengelilingi tempat wisata.

5.2.2 Saran untuk penelitian selanjutnya

Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan, maka ada beberapa saran yang dapat penulis berikan kepada penelitian selanjutnya guna melengkapi dan membantu penelitian agar lebih baik kedepannya, yaitu:

1. Pada penelitian mendatang, peneliti diharapkan dapat mencari dan melakukan analisis terhadap variabel baru dan

masih jarang ditemukan yang sekiranya dapat berpengaruh terhadap keputusan berkunjung, karena berdasarkan hasil penelitian di atas dinyatakan bahwa masih ada 52,6% pengaruh variabel yang tidak diteliti.

2. Menyusun kuesioner dengan kata – kata yang singkat, padat, dan jelas serta mudah dimengerti karena tidak semua reponden yang mengisi dapat memahami maksud pernyataan yang kata – katanya membingungkan. Hal ini juga dapat mempengaruhi hasil dari pengisian kuesioner penelitian.

©UKDW

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Daniel Okki Rizki Kesuma., Azis Fathoni SE MM, Leonardo Budi H SE MM. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk CKE Teknik Semarang*. Semarang: *Journal Of Management*.
- Amalia, Ilda., dan Murwatiningsih. (2016). *Pengaruh Citra Destinasi dan Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pengunjung Melalui Kepuasan Pengunjung*. Semarang: *Management Analysis Journal*.
- Aprilia, FITRI., Srikandi Kumandji., dan Andriani Kusumawati. (2015). *Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Berkunjung Serta Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung (Survei Pada Pengunjung Tempat Wisata "Jawa Timur Park 2" Kota Batu)*. Malang: *Jurnal Administrasi Bisnis Vol 24 No 1*.
- Aprisal, Dede. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Great Store Clothing Samarinda)*. Samarinda: *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Edukasi Gembira Loka Zoo. (2020). *Jumlah Kunjungan Wisatawan Kebun Binatang Gembira Loka, Visi, dan Misi dari tahun 2015 sampai dengan 2019*.
- Irfan, Andi Muhammad. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayan, Harga, dan Fasilitas yang Diberikan Kenari Waterpark Bontang Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Sekolah Tinggi Ekonomi Islam Tazkia. *Jurnal Ekonomi Islam Vol 9 No 2*.
- Isnaini, Putri Rizkiah, dan Yusri Abdillah. (2018). *Pengaruh Citra Merek Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung dan Kepuasan Pengunjung Serta Dampaknya Pada Minat Kunjung Ulang di Taman Rekreasi Seleka Kota Batu*. Malang: *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Lempoy, Nicklouse Christian., Silvya.L.Mandey dan Sjendery S.R. Loindong. (2015). *Pengaruh Harga, Lokasi, dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Taman Wisata Toar Lumimuut (Taman Eman) Sonder*. *Jurnal EMBA*.
- Lubis, Desy Irana Dewi, dan Rahmat Hidayat. (2017). *Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan*. Medan: *Jurnal Ilman, Vol 5, No. 1, pp. 15 – 24*.
- Mardiyani, Yuyun, dan Murwatiningsih. (2015). *Pengaruh Fasilitas dan Promosi Terhadap Kepuasan Pengunjung Melalui Keputusan Berkunjung Sebagai Variabel Intervening Pada Objek Wisata Kota Semarang*. Semarang: *Management Analysis Journal*.
- Memah, Deisita., Altje Tumbel dan Paulina Van Rate. (2015). *Analisis Strategi Promosi, Harga, dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Rumah di Citraland Manado*. *Jurnal EMBA Vol 3 No 1*.
- Puspa, Edy, dan Kholid. (2016). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Citra Destinasi Serta Dampaknya Pada Minat dan Keputusan Berkunjung*. Malang: *Jurnal Administrasi Bisnis Vol 37 No 2*.
- Rizki, Maharani Amalia, dan Edriana Pangestuti. (2017). *Pengaruh Terpaan Media Sosial Instagram Terhadap Citra Destinasi Dan Dampaknya Pada*

- Keputusan Berkunjung (Survei Pada Pengunjung Kampung Warna Warni Jodipan, Kota Malang)*. Malang: Jurnal Administrasi Bisnis Vol 49 No 2.
- Rosita., Sri Marhanah, Woro Hanoum Wahadi. (2016). *Pengaruh Fasilitas Wisata dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung di Taman Margasatwa Ragunan Jakarta*. Jakarta: Jurnal Manajemen Resort and Leisure Vol 3 No 1.
- Safitasari, Cici, dan Ida Maftukhah. (2017). *Pengaruh Kualitas Layanan, Promosi, dan Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Melalui Keputusan Pengunjung Wisata Purbalingga*. Management Analysis Journal. Semarang: Universitas Negri Semarang.
- Sangkaeng, Stela., Lisbeth Mananeke, Sm G. Oroh. (2015). *Pengaruh Citra, Promosi dan Kualitas Pelayanan Objek Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan di Objek Wisata Taman Laut Bunaken Sulawesi Utara*. Manado: Jurnal EMBA Vol 3 No 3.
- Sulistiyana, Rezki Teguh., Djamhur Hamid, Devi Farah Azizah. (2015). *Pengaruh Fasilitas Wisata dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Museum Satwa)*. Malang: Jurnal Administrasi Bisnis Vol 25 No 1.
- Wandari, Lita Ayu., Srikandi Kumandji dan Andriani Kusumawati. (2014). *Pengaruh City Branding Shining Batu Terhadap City Image dan Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Kota Batu*. Malang: Jurnal Administrasi Bisnis Vol 16 No 1.