

# PENGARUH FASILITAS, LOKASI, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG PADA TAMAN HUTAN KOTA LANGSA

<sup>1</sup>Sri Angraini, <sup>2</sup>Safrizal, <sup>3</sup>Suri Amilia

<sup>1,2,3</sup>Fakultas Ekonomi, Program Studi Manajemen, Universitas Samudra

Corresponding e-mail: [safrizal@unsam.ac.id](mailto:sufrizal@unsam.ac.id)

Copyright © 2025 The Author



This is an open access article

Under the Creative Commons Attribution Share Alike 4.0 International License

DOI: 10.53866/jimi.v5i1.735

## Abstract

*This research aims to determine the partial and simultaneous influence of facility, location, promotion and service quality variables on the decision to visit Langsa City Forest Park. The analytical method used uses quantitative multiple regression analysis. The results of multiple linear regression in this study are  $Y = -0.995 + 0.199 X_1 + 0.616 X_2 + 0.075 X_3 + 0.316 X_4$ . The results of the t test state that facilities, location and service quality have a significant influence on the decision to visit Langsa City Forest Park. Meanwhile, the promotion variable ( $X_3$ ) does not have a significant influence on the decision to visit Langsa City Forest Park. The results of the F test state that the variables facilities ( $X_1$ ), location ( $X_2$ ), promotion ( $X_3$ ) and service quality ( $X_4$ ) have an influence on the decision to visit ( $Y$ ). The R Square test results obtained a value of 0.690 or 69.0%, this means that the variables of facilities, location, promotion and service quality influence the decision to visit Langsa City Forest Park by 69.0% and the remaining 31.0% is influenced by other variables not examined in this research*

**Keywords:** Facilities, Location, Promotion, Service Quality and Visiting Decisions

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan variabel fasilitas, lokasi, promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan berkunjung pada Taman Hutan Kota Langsa. Metode analisis yang digunakan menggunakan kuantitatif analisis regresi berganda. Hasil regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah  $Y = -0,995 + 0,199 X_1 + 0,616 X_2 + 0,075 X_3 + 0,316 X_4$ . Hasil uji t menyatakan bahwa fasilitas, lokasi dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berkunjung pada Taman Hutan Kota Langsa. Sedangkan variabel promosi ( $X_3$ ) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berkunjung pada Taman Hutan Kota Langsa. Hasil uji F menyatakan bahwa variabel fasilitas ( $X_1$ ), lokasi ( $X_2$ ), promosi ( $X_3$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_4$ ) memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung ( $Y$ ). Hasil uji R Square diperoleh nilai sebesar 0,690 atau 69,0%, hal ini berarti variabel fasilitas, lokasi, promosi dan kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan berkunjung pada Taman Hutan Kota Langsa sebesar 69,0% dan sisanya sebesar 31,0% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci :** Fasilitas, Lokasi, Promosi, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Berkunjung

## 1. Pendahuluan

Indonesia dengan memiliki potensi alam yang sangat besar karena keadaan geografisnya yang penuh dengan ribuan pulau. Dengan keadaan yang telah dimiliki memungkinkan untuk dapat berkembang dalam berbagai bidang salah satunya adalah bidang pariwisata (Ansori, 2020) . Tempat wisata merupakan tempat

rekreasi dan hiburan bagi keluarga supaya dapat bersantai untuk menghilangkan rasa jenuh akibat pekerjaannya, dapat menambah wawasan serta dapat menghilangkan stress (Ali et al., 2022).

Sektor kepariwisataan dalam sebuah wilayah mempunyai peranan penting dalam meningkatkan penyerapan tenaga kerja, mendorong pemerataan kesempatan berusaha, mendorong pemerataan pembangunan nasional, dan memberikan kontribusi dalam penerimaan devisa negara yang dihasilkan dari jumlah kunjungan wisatawan mancanegara, serta berperan dalam mengentaskan kemiskinan yang pada akhirnya akan meningkatkan kesejahteraan rakyat (Sulisyorini, 2021). Peranan sektor pariwisata terhadap perekonomian dapat berupa menciptakan atau menambah lapangan dan kesempatan kerja bagi masyarakat sekitar (Yunita, 2022).

Agar sebuah pariwisata berdampak terhadap perekonomian masyarakat dibutuhkan kunjungan dari para wisatawan. Keputusan berkunjung wisatawan merupakan kegiatan pemecahan masalah yang dilakukan individu dalam pemilihan alternatif perilaku yang sesuai dari dua alternatif perilaku atau lebih dan dianggap sebagai tindakan yang paling tepat dalam membeli dengan terlebih dahulu melalui tahapan proses pengambilan keputusan (Arifin et al., 2024). Terdapat empat faktor yang mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan yaitu fasilitas, lokasi, promosi dan kualitas pelayanan. Keempat faktor ini merupakan faktor terpenting untuk keberlangsungan sebuah objek wisata.

Fasilitas merupakan suatu objek yang dapat digunakan oleh wisatawan untuk menunjang segala aktivitas di lingkungan wisata (Ummah, 2019). Dengan adanya fasilitas yang baik akan membuat pengunjung yang berwisata akan merasa nyaman dan membuat pengunjung ketagihan untuk berkunjung ulang (Riza Pratama et al., 2023).

Lokasi mempunyai pengaruh yang besar terhadap Keputusan wisatawan Ketika berkunjung ke suatu tempat wisata hal ini menunjukkan bahwa semakin baik lokasi maka semakin penting pula keputusan wisatawan dalam mengunjungi objek wisata tersebut (Syinta, 2018). Lokasi yang strategis, nyaman, aman, serta menyenangkan merupakan tempat yang menarik bagi pengunjung untuk datang berkunjung. Pemilihan lokasi yang mudah dijangkau, serta fasilitas-fasilitas yang ada merupakan komponen penting dengan hal yang menyangkut lokasi (Saleh, 2019).

Promosi merupakan upaya yang dilakukan untuk mengkomunikasikan informasi tentang produk dan memengaruhi wisatawan untuk berkunjung (Sulisyorini, 2021). Promosi merupakan salah satu cara memperkenalkan produk dan jasa agar bisa dikenal public (Wahyuno, 2020). Dengan adanya promosi maka sebuah onjek wisata akan dikenal oleh seluruh masyarakat sehinggawisatawan mau datang mengunjungi objek wisata tersebut (Riza Pratama et al., 2023)

Faktor terakhir yang mempengaruhi keputusan adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan adalah perpaduan antara sifat dan ciri khas yang menentukan seberapa baik suatu produk atau jasa dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan (Wahyuno, 2020). Kualitas pelayanan juga didefinisikan sebagai kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan yang sesuai harapan mereka menentukan seberapa baik kualitas pelayanan yang diberikan (Ningsih, 2022).

Kota Langsa dikenal merupakan daerah yang mampu memajukan sektor pariwisata dengan baik, tak heran jika kota kecil ini menjadi destinasi wisata yang mampu menarik wisatawan lokal hingga dari luar daerah. Tak hanya Hutan Mangrove saja, kota ini juga memiliki beberapa tempat wisata mempesona seperti Hutan Kota Langsa yang menjadi tujuan favorit liburan keluarga.

Hutan Kota Langsa berada di bawah naungan PT. PEKOLA (Pelabuhan Kota Langsa) yang merupakan Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) dengan mayoritas pemegang saham adalah Pemerintah Kota Langsa. PT. Pelabuhan Kota Langsa bergerak Di bidang pariwisata mulai tahun 2017 mengelola Ruang Terbuka Hijau (RTH) Taman Hutan Kota Langsa dan ekowisata Hutan Mangrove Kuala Langsa. Kedua obyek wisata tersebut dikembangkan sebagai destinasi wisata yang berkonsep Taman hiburan, konservasi budaya dan alam, serta edukasi.

Luas Taman Hutan Kota Langsa lebih kurang 48,2 Ha bertempat di destinasi wisata tersebut berupa *event* seni budaya, olah raga, maupun *meeting* juga telah berhasil dikelola oleh PT Pelabuhan Kota Langsa (Perseroda) baik yang level nasional, provinsi, maupun kota. Secara geografis, Hutan Kota Langsa berada pada Jalan Perumnas, Desa Paya Bujok Seulemak, Kecamatan Langsa Baro, Kota Langsa, Aceh. Sejak awal dibuka, Hutan Kota Langsa menjadi salah satu wisata yang cukup menarik, namun jumlah pengunjung yang datang dalam kurun waktu lima tahun terakhir cenderung mengalami penurunan.

Terjadi penurunan pengunjung pada tahun 2020, 2021 dan 2023. Dimana pada tahun 2020 jumlah pengunjung hanya mencapai 208.432 ribu terus mengalami penurunan di tahun 2021 mencapai 166.861 ribu kemudian di tahun 2023 juga mengalami penurunan hanya mencapai 198.024 ribu pengunjung. Menurunnya jumlah pengunjung di Hutan Kota Langsa dimungkinkan karena kurangnya fasilitas, lokasi, promosi dan pelayanan dari pengelola Hutan Kota Langsa.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara awal kepada pengunjung di Taman Hutan Kota Langsa peneliti mendapatkan beberapa permasalahan terkait dengan fasilitas, lokasi, promosi dan kualitas pelayanan yang akan berdampak terhadap penurunan jumlah wisatawan di masa yang akan datang. Permasalahan pertama terkait dengan fasilitas dimana kurang memadai lahan parkir sehingga kendaraan para pengunjung terkena panas matahari, fasilitas musholla yang disediakan ada beberapa mukena yang sudah tidak layak untuk digunakan, jumlah tempat sampah yang tidak mencukupi dan letaknya yang kurang strategis menyebabkan sampah berserakan dimana mana dan kurang terawatnya seluruh fasilitas yang ada sehingga menyebabkan Taman Hutan Kota Langsa kurang kebersihannya. Hal tersebut diperkuat dengan hasil wawancara kepada 3 pengunjung yaitu Ibu Yus, Ibu Nining dan Ibu Rina dimana pengunjung mengeluhkan fasilitas yang kurang memadai seperti fasilitas, musholla dan tempat sampah yang kurang memadai.

Permasalahan kedua terkait dengan lokasi dimana lalu lintas di sekitar lokasi wisata yang sepi karena berada di dekat perkebunan kelapa sawit. Namun untuk akses jalan mudah untuk dijangkau dengan transportasi umum dan juga lokasi bisa terlihat dari tepi jalan. Untuk lokasi sudah cukup baik namun karena jalan menuju pusat wisata berada di dekat perkebunan kelapa sawit menjadikan wisata Hutan Kota memiliki lalu lintas yang sepi. Permasalahan tersebut didukung dengan hasil wawancara dari Ibu Iin dimana beliau mengeluhkan bahwa jalan menuju Hutan Kota sepi apalagi pada saat sore menjelang magrib.

Permasalahan ketiga terkait dengan promosi dimana promosi yang dilakukan kurang menarik minat. Berdasarkan hasil observasi peneliti juga menemukan tidak adanya promosi secara berkelanjutan yang intens untuk memperkenalkan Hutan Kota kemasyarakat luas, promosi hanya dilakukan mendekati hari-hari libur seperti lebaran dan jika ada *event* tertentu saja jadi promosi yang dilakukan kurang efektif. Terlebih lagi saat pengelola Taman Hutan Kota Langsa tidak selalu mengupload mengenai video dari keindahan Taman Hutan Kota Langsa dengan wahana-wahana terbaru sehingga masyarakat kurang mengetahui mengenai wahana terbaru yang ada. Hal tersebut didukung dari hasil wawancara yang dilakukan kepada para pengunjung bahwa mereka mengetahui hutan Kota Langsa ini bukan dari media sosial melainkan dari orang lain yang merekomendasikan.

Permasalahan keempat terkait dengan kualitas pelayanan dimana berdasarkan hasil observasi yang peneliti lakukan kualitas pelayanan yang diberikan oleh pengurus Hutan Kota Langsa masih kurang hal tersebut terlihat dari karyawan yang kurang bersikap ramah kepada pengunjung dan komunikasi antar karyawan yang kurang baik dan kurangnya pengamanan di setiap wahana permainan sehingga membuat para pengunjung takut untuk mencoba karena petugas tidak selalu berada di setiap wahana. Hal tersebut didukung dari hasil wawancara kepada para pengunjung mengeluhkan bahwa penjual tiket kurang ramah dalam melayani dan tidak adanya petugas yang berjaga di wahana permainan sehingga pengunjung tidak berani untuk mencoba berbagai wahana permainan yang ada.

## 2. Metode Penelitian

### 2.1. Subjek, Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini di lakukan pada masyarakat atau wisatawan yang berkunjung pada Taman Hutan Kota Langsa pada tahun 2024 yang berada di jalan Cut Nyak Meutia, Kecamatan Langsa Baro, Kabupaten Kota Langsa, Provinsi Aceh.

### 2.2. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data interview (wawancara), kuesioner dan observasi. Teknik observasi yang dilakukan adalah dengan mengamati seluruh bagian dari Taman hutan Kota Langsa (Ansori, 2020). Wawancara awal dilakukan kepada para wisatawan. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan beberapa pertanyaan tertulis ataupun tidak tertulis kepada responden untuk di jawabnya sebagai bukti. Teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang di ukur dan mengetahui apa yang diharapkan dari responden tersebut. Skor dalam kuesioner menggunakan skala liker

1 sampai 5 dimana: Sangat tidak setuju (STS): 1, Tidak Setuju (TS): 2, Kurang Setuju (KS): 3, Setuju (S): 4 dan Sangat Setuju: 5

### 2.3. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif. Data yang diperoleh dalam penelitian ini diolah menggunakan aplikasi SPSS. Setelah hasil didapatkan maka akan dianalisis secara mendalam sehingga mendapatkan jawaban dari setiap rumusan masalah.

## 3. Hasil dan Pembahasan

### 3.1 Uji t

Pengujian hipotesis yang menyatakan ada pengaruh secara parsial fasilitas ( $X_1$ ), lokasi ( $X_2$ ), promosi ( $X_3$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_4$ ) dengan variabel keputusan berkunjung ( $Y$ ) dapat dilihat dari hasil uji t. Kriteria pengujianya apabila nilai signifikansi  $< 0,05$  maka model regresi signifikan secara statistik dan dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel berikut ini.

**Tabel. 1 Hasil Uji t  
Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-,995	2,498		-,398	,691
x1-fasilitas	,199	,094	,156	2,120	,037
x2-lokasi	,616	,142	,454	4,340	,000
x3-promosi	,075	,088	,056	,849	,398
x4-kualitas pelayanan	,316	,117	,300	2,700	,008

a. Dependent Variable: y

Sumber: Hasil Penelitian, data diolah (2025)

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi dari variabel fasilitas sebesar 0,037  $<$  alpha 0,05 maka hipotesis diterima. Artinya fasilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung pada Taman Hutan Kota Langsa.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai signifikansi dari variabel lokasi sebesar 0,000  $<$  alpha 0,05 maka hipotesis diterima. Artinya lokasi memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung pada Taman Hutan Kota Langsa.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai signifikansi dari variabel promosi sebesar 0,398  $>$  alpha 0,05 maka hipotesis ditolak. Artinya promosi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung pada Taman Hutan Kota Langsa

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai signifikansi dari variabel kualitas pelayanan sebesar 0,008  $<$  alpha 0,05 maka hipotesis diterima. Artinya kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung pada Taman Hutan Kota Langsa

### 3.2 Uji F

Untuk menganalisis hipotesis diterima atau ditolak, maka dapat dilihat nilai F yakni nilai probabilitasnya, berpengaruh signifikan jika nilai probabilitas yang dihitung  $< 0,05$  (signifikansi yang ditetapkan).

**Tabel 2 Hasil Analisis Uji F  
ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1234,465	4	308,616	52,905	,000 <sup>b</sup>
Residual	554,175	95	5,833		
Total	1788,640	99			

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), x4, x3, x1, x2

Sumber: Hasil Penelitian, data diolah (2025)

Berdasarkan tabel 4 pengujian hipotesis untuk mengetahui secara simultan (keseluruhan) fasilitas ( $X_1$ ), lokasi ( $X_2$ ), promosi ( $X_3$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_4$ ) dengan variabel keputusan berkunjung ( $Y$ ). Hasil pengujian tersebut dapat dilihat dari uji F, dimana nilai signifikansi = 0,000. Dengan demikian nilai signifikansi ( $0,000 < 0,05$ ), maka artinya fasilitas ( $X_1$ ), lokasi ( $X_2$ ), promosi ( $X_3$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_4$ ) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan berkunjung ( $Y$ ) pada wisata Taman Hutan Kota Langsa.

### 3.3 Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi merupakan suatu alat untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Besarnya koefisien determinasi berkisar antara angka 0 sampai dengan 1, besar koefisien determinasi mendekati angka 1, maka semakin besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen

**Tabel 3 Hasil Uji Koefisien Determinasi**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,831 <sup>a</sup>	,690	,677	2,415

a. Predictors: (Constant), x4, x3, x1, x2

b. Dependent Variable: y

Sumber : Hasil Penelitian, data diolah (2025)

Dari tabel di atas terlihat bahwa nilai R Square yang diperoleh sebesar 0,690 atau 69,0%, yang menunjukkan keterangan fasilitas ( $X_1$ ), lokasi ( $X_2$ ), promosi ( $X_3$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_4$ ) dalam menyelesaikan variasi yang terjadi pada variabel keputusan berkunjung ( $Y$ ) sebesar 69,0%, sedangkan sisanya 31,0% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti citra destinasi dan lain sebagainya (Hernius dan Bonefasius, 2023)

### **Pengaruh Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Taman Hutan Kota Langsa**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai signifikansi dari variabel fasilitas sebesar  $0,037 < \alpha$  0,05 maka hipotesis diterima. Artinya fasilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung pada Taman Hutan Kota Langsa. Dapat disimpulkan semakin lengkap fasilitas yang ada di Taman Hutan Kota Langsa maka akan semakin meningkatkan keputusan berkunjung.

Fasilitas merupakan salah satu faktor terpenting dari sebuah destinasi wisata, fasilitas yang ada di Taman hutan Kota Langas merupakan sarana yang sifatnya mempermudah wisatawan untuk melakukan suatu aktivitas, fasilitas menjadi peran yang sangat penting bagi pariwisata untuk menarik para pengunjung karena semakin lengkap fasilitas yang disediakan maka wisatawan akan merasa senang sehingga akan kembali berkunjung ke Taman Hutan Kota Langsa.

Berdasarkan hasil pengamatan secara mendalam yang peneliti lakukan saat melakukan penelitian di Taman hutan Kota Langsa, fasilitas yang ada di wisata tersebut sangat lengkap meliputi adanya kamar mandi, tempat untuk beribadah, tempat peristirahatan, tong sampah dan fasilitas lainnya. Berdasarkan hasil pembagian kuesioner para responden mayoritas mengatakan setuju dengan fasilitas yang ada di Hutan Kota sangat terawat, fasilitas tertata rapi, fasilitas yang lengkap dan dapat dimanfaatkan oleh seluruh pengunjung, fasilitas yang dapat berfungsi dengan baik dan seluruh fasilitas memiliki kualitas yang bagus. Namun berdasarkan hasil pengamatan peneliti terdapat beberapa fasilitas yang tidak terawat seperti mukena untuk para pengunjung beribadah yang kurang layak digunakan dan lokasi penempatan tong sampah yang kurang strategis. Hal tersebut dapat menjadi bahan evaluasi bagi pengelola Taman Hutan Kota Langsa agar dapat memperhatikan seluruh fasilitas yang ada agar memberikan kenyamanan bagi seluruh wisatawan.

### **Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Taman Hutan Kota Langsa**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai signifikansi dari variabel lokasi sebesar  $0,000 < \alpha 0,05$  maka hipotesis diterima. Artinya lokasi memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung pada Taman Hutan Kota Langsa. Jadi dapat disimpulkan bahwa semakin strategis lokasi dari wisata Taman Hutan Kota Langsa maka akan semakin meningkatkan keputusan wisatawan untuk berkunjung.

Lokasi yang strategis dari sebuah destinasi wisata pastinya akan memudahkan wisatawan untuk berkunjung sehingga dengan mudah akan menimbulkan keputusan. Lokasi berhubungan dengan keputusan yang dibuat oleh pengelola Taman Hutan Kota Langsa mengenai di mana operasi dan karyawan akan ditempatkan, yang paling penting dari lokasi adalah tipe dan interaksi yang terlibat.

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan saat melakukan penelitian ditemukan fakta bahwa lokasi dari wisata Hutan Kota Langsa sangat strategis sehingga banyak wisatawan dari Kota Langsa ataupun dari luar Kota Langsa yang datang. Berdasarkan hasil pembagian kuesioner kepada responden mayoritas responden mengatakan setuju bahwa wisata hutan Kota Langsa mudah dijangkau, akses jalan menuju wisata cukup bagus dengan jalanan aspal, wisata Hutan Kota Langsa juga terlihat dari tepian jalan utama menandakan bahwa lokasinya dekat dengan jalan sehingga pengunjung mudah menemukan wisata Hutan Kota Langsa, lokasi wisata juga banyak dilalui masyarakat, lalu lintas ramai dan lokasi parkir yang cukup luas dan aman bagi pengunjung.

### **Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Taman Hutan Kota Langsa**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai signifikansi dari variabel promosi sebesar  $0,398 > \alpha 0,05$  maka hipotesis ditolak. Artinya promosi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung pada Taman Hutan Kota Langsa. Jadi dapat disimpulkan bahwa promosi yang dilakukan oleh pengelola wisata Hutan Kota Langsa belum maksimal sehingga bukan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi wisatawan untuk berkunjung ke wisata Hutan Kota Langsa.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa pengelola wisata hutan Kota Langsa tidak melakukan promosi digital secara maksimal hal ini terbukti akun instagram dari Taman Hutan Kota Langsa yang tidak selalu aktif untuk mempromosikan wisata tersebut. Selain intensitas promosi yang harus di tingkatkan promosi juga harus dibuat semenarik mungkin agar menarik minat kunjungan wisatawan. Namun yang terjadi sebaliknya, promosi yang dilakukan pengelola hutan Kota Langsa hanya pada saat ada acara atau *event* tertentu saja tidak setiap hari dilakukan promosi. Seharusnya pihak pengelola Taman hutan Kota Langsa dapat membuat video-video yang menarik terkait satwa-satwa, permainan dan fasilitas untuk di posting di media sosial agar wisatawan yang datang bersumber dari promosi yang dimedia sosial.

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Taman Hutan Kota Langsa**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai signifikansi dari variabel kualitas pelayanan sebesar  $0,008 < \alpha 0,05$  maka hipotesis diterima. Artinya kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung pada Taman Hutan Kota Langsa. Jadi semakin baik pelayanan yang diberikan oleh para karyawan terhadap wisatawan maka akan meningkatkan keputusan wisatawan untuk berkunjung kembali.

Kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor penentu terjadinya keputusan berkunjung, kualitas pelayanan yang baik akan memberikan kesan yang baik kepada para wisatawan sehingga wisatawan akan merasa puas dan akan kembali melakukan kunjungan. Kualitas pelayanan erat kaitannya dengan sumber daya manusia dimana karyawan-karyawan yang bekerja di Taman Hutan Kota Langsa harus memiliki pengetahuan yang baik mengenai flora dan fauna yang tersedia di Taman Hutan Kota Langsa.

Berdasarkan hasil pembagian kuesioner dan hasil pengamatan yang peneliti lakukan ditemukan fakta bahwa karyawan yang ada di wisata Hutan Kota Langsa memiliki kualitas yang cukup baik dan mampu memberikan pelayanan yang cukup baik, bersikap ramah dan mampu memberikan informasi kepada para pengunjung dengan jelas. Karyawan juga mampu memberikan rasa aman kepada para wisatawan, memberikan perhatian dan juga mampu membantu setiap permasalahan yang dialami oleh para wisatawan. Namun tidak semua karyawan mampu bersikap ramah faktanya ada beberapa karyawan yang kurang peduli kepada para pengunjung hal ini dapat menimbulkan rasa ketidakpuasan di hati para pengunjung. Hal ini dapat menjadi bahan evaluasi bagi pengelola wisata Hutan Kota Langsa agar lebih memperhatikan kinerja dari para karyawan.

### **Pengaruh Fasilitas, Lokasi, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Berkunjung pada Taman Hutan Kota Langsa**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis untuk mengetahui secara simultan (keseluruhan) fasilitas ( $X_1$ ), lokasi ( $X_2$ ), promosi ( $X_3$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_4$ ) dengan variabel keputusan berkunjung ( $Y$ ). Hasil pengujian tersebut dapat dilihat dari uji F, dimana nilai signifikansi = 0,000. Dengan demikian nilai signifikansi ( $0,000 < 0,05$ ), maka artinya fasilitas ( $X_1$ ), lokasi ( $X_2$ ), promosi ( $X_3$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_4$ ) dengan variabel keputusan berkunjung ( $Y$ ) pada wisata Taman Hutan Kota Langsa.

Sedangkan nilai R Square yang diperoleh sebesar 0,690 atau 69,0%, yang menunjukkan keterangan fasilitas ( $X_1$ ), lokasi ( $X_2$ ), promosi ( $X_3$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_4$ ) dalam menyelesaikan variasi yang terjadi pada variabel keputusan berkunjung ( $Y$ ) sebesar 69,0%, sedangkan sisanya 31,0% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti citra destinasi dan lain sebagainya (Hernius dan Bonefasius, 2023)

#### **4. Kesimpulan**

Penelitian ini menunjukkan bahwa fasilitas, lokasi, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung, sedangkan promosi tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Secara keseluruhan, keempat variabel ini secara bersama-sama memengaruhi keputusan berkunjung ke wisata Taman Hutan Kota Langsa. Hasil penelitian ini memberikan implikasi bagi pengelola wisata untuk meningkatkan fasilitas, memastikan lokasi yang strategis, serta memperbaiki kualitas pelayanan agar lebih menarik bagi pengunjung. Selain itu, strategi promosi perlu dievaluasi agar lebih efektif dalam menarik minat wisatawan.

Penelitian ini terbatas pada satu lokasi wisata, sehingga hasilnya mungkin tidak dapat digeneralisasikan ke destinasi lain. Selain itu, faktor lain seperti daya tarik wisata, harga tiket, dan kepuasan pengunjung belum dianalisis secara mendalam. Peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan penelitian ke berbagai destinasi wisata dan menggunakan pendekatan kualitatif guna memahami lebih dalam motivasi pengunjung. Penambahan variabel lain juga dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor yang memengaruhi keputusan berkunjung.

#### **Bibliografi**

- Ali, A. S., Bian, W., & Basriwijaya, K. M. Z. (2022). Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Wisata Hutan Mangrove Kota Langsa. *JIRK Journal of Innovation Research and Knowledge*, 2(5), 2798–3471.
- Ansori, M. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Graha Media.
- Arifin, M. B., Sumartik, S., & Yulianto, R. (2024). Pengaruh Fasilitas, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Wisata Kolam Renang Jedongcangkring. *Management Studies and ...*, 5(2), 6314–6332. <https://journal.yrpiiku.com/index.php/msej/article/view/5163%0Ahttps://journal.yrpiiku.com/index.php/msej/article/download/5163/2903>
- Ningsih. (2022). *Perilaku Konsumen: Pengembangan konsep dan Praktek Dalam Pemasaran*. Nora Media.
- Riza Pratama, C., Jauhari, A., & Saputra, B. M. (2023). Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Pantai Blado Trenggalek. *Neraca Manajemen, Akuntansi Ekonomi*, 1(1).
- Saleh, M. Y. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran* (Sah Media).
- Sulisyorini. (2021). Pengaruh lokasi, Promosi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung. *Ekonomi*.
- Syinta, A. (2018). *Manajemen Pemasaran*. UB Press.
- Ummah, M. S. (2019). Bauran Pemasaran. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1, pp. 1–14). Gema Insani Press.
- Wahyuno. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Graha Ilmu.
- Yunita, E. (2022). Pengaruh Fasilitas Dan Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Wisata Pantai Indah Pandan Kabupaten Tapanuli Tengah. *Konferensi Nasional Sosial Dan Engineering Politeknik Negeri Medan*, 3(1), 1–13.

CITIZEN: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia

Vol 5, No. 1, 2025

ISSN: 2807-5994

<https://journal.das-institute.com/index.php/citizen-journal>

