

# PENGARUH CITRA WISATA DAN DAYA TARIK TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG KE ISTANA MAIMUN DI KOTA MEDAN

Fiona Odelia Manurung<sup>1</sup>, Rismawati<sup>2</sup>

<sup>1,2)</sup> Politeknik Negeri Medan

e-mail: fionaodelia11@gmail.com<sup>1</sup>, rismawati@polmed.ac.id<sup>2</sup>

## Abstrak

Istana Maimun adalah ikon kota Medan yang memiliki daya tarik bagi wisatawan dengan sejarah dan kesenian sehingga menjadi pendorong majunya industri Pariwisata di kota Medan. Fenomena dalam penelitian ini adalah kunjungan wisatawan ke objek wisata Istana Maimun yang mengalami fluktuasi pada tahun 2022 dari bulan Januari hingga Desember. Faktor citra wisata dan daya tarik adalah dua faktor dari banyaknya faktor yang mempengaruhi keputusan berkunjung ke objek wisata Istana Maimun. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengukur pengaruh citra wisata dan daya tarik terhadap keputusan berkunjung ke objek wisata Istana Maimun di Kota Medan. Penelitian yang dilakukan menerapkan metode pendekatan kuantitatif. Data primer diperoleh melalui kuesioner dan studi pustaka. Jenis penelitian deskriptif meliputi uji validitas, uji asumsi klasik, uji reliabilitas, uji analisis koefisien determinasi (Adjusted R<sup>2</sup>), dan uji hipotesis (uji T, uji F) dengan jumlah responden 100 orang. Berdasarkan hasil uji T, citra wisata (X1) menunjukkan nilai 2,199, variabel daya tarik (X2) menunjukkan nilai sebesar 9,411 dengan pengaruh yang lebih dominan. Hasil uji F menunjukkan nilai 76,162 dimana citra wisata dan daya tarik memiliki pengaruh yang simultan terhadap keputusan berkunjung (Y) dengan nilai adjusted R<sup>2</sup> sebesar 60,3% dan sisanya 39,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang di dalam penelitian ini tidak diteliti.

**Kata kunci:** Citra Wisata, Daya Tarik, Keputusan Berkunjung

## Abstract

Maimun Palace is an icon of the city of Medan which has an attraction for tourists with history and art so that it becomes a driving force for the advancement of the Tourism industry in the city of Medan. The phenomenon in this study is tourist visits to the Maimun Palace tourist attraction which fluctuated in 2022 from January to December. The tourist image factor and attractiveness are two factors of the many factors that influence the decision to visit the Maimun Palace tourist attraction. This study aims to measure the effect of tourism image and attractiveness on the decision to visit the Maimun Palace tourist attraction in Medan City. The research conducted applied a quantitative approach method. Primary data was obtained through questionnaires and literature studies. This type of descriptive research includes validity test, classical assumption test, reliability test, coefficient of determination analysis test (Adjusted R<sup>2</sup>), and hypothesis testing (T test, F test) with 100 respondents. Based on the results of the T test, the tourist image (X1) shows a value of 2.199, the attraction variable (X2) shows a value of 9.411 with a more dominant influence. The results of the F test show a value of 76.162 where the tourism image and attractiveness have a simultaneous influence on visiting decisions (Y) with an adjusted R<sup>2</sup> value of 60.3% and the remaining 39.7% is influenced by other factors not examined in this study.

**Keywords:** Tourism Image, Attraction, Visiting Decision

## PENDAHULUAN

Indonesia memiliki potensi pariwisata besar yang diperoleh dari kekayaan alam dan budaya yang berlimpah. Sektor pariwisata di Indonesia berperan penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional dan menjadi salah satu sumber devisa utama. Dengan keanekaragaman alam dan budaya, pariwisata diharapkan dapat terus dikembangkan sebagai salah satu sektor strategis bagi peningkatan ekonomi. Selain itu, pariwisata juga menciptakan dampak ekonomi luas melalui efek ganda, baik secara langsung, seperti menciptakan lapangan kerja, maupun secara tidak langsung, misalnya dengan mendorong perkembangan sektor-sektor terkait seperti perhotelan, restoran, dan transportasi.

Menurut Pakereng dan Lasso dalam Wijaya et al. (2023:79), salah satu sumber pendapatan negara yang penting berasal dari sektor pariwisata karena mampu mendukung pertumbuhan ekonomi

dan pembangunan jangka panjang. Motivasi utama pertumbuhan pariwisata adalah keinginan manusia untuk mengeksplorasi lingkungan baru, mencari pengalaman berbeda, serta menemukan suasana yang unik dan menarik. Robinson dalam Sari (2019:19) mengemukakan bahwa peningkatan jumlah wisatawan asing yang datang ke suatu negara dapat menunjukkan kemajuan pariwisata negara tersebut, serta mendorong perbaikan infrastruktur untuk mendukung pengalaman wisatawan.

Medan masuk ke dalam kota di Indonesia yang memiliki potensi wisata besar yang terkenal dengan destinasi sejarahnya, seperti Istana Maimun. Istana Maimun merupakan warisan budaya dari Kerajaan Deli dan menjadi ikon wisata Medan. Sebagai ikon dan daya tarik wisata di Medan, Istana Maimun dapat memainkan peran penting dalam meningkatkan industri pariwisata kota. Namun, potensi ini belum dioptimalkan secara penuh. Untuk memperkuat citra destinasi, dibutuhkan upaya promosi, peningkatan fasilitas, dan pengalaman wisata yang lebih berdaya saing untuk menjadikan Medan sebagai destinasi utama.

Berdasarkan data pengunjung Istana Maimun Tahun 2023, kunjungan wisatawan ke Istana Maimun pada tahun 2023 mengalami fluktuasi. Puncak kunjungan tertinggi berada pada bulan Mei dengan 17.755 pengunjung, sedangkan jumlah kunjungan terendah berada di bulan Agustus dengan 11.266 pengunjung.

Berbagai faktor seperti daya tarik dan citra destinasi wisata mempunyai peran yang penting dalam mempengaruhi keputusan wisatawan untuk berkunjung. Citra destinasi meliputi persepsi yang dimiliki wisatawan terhadap kualitas dan pengalaman yang mereka harapkan atau telah dapatkan. Didasarkan pada penelitian yang pernah dilakukan oleh Hanif (2016:51), citra destinasi yang positif berkaitan erat dengan kepuasan wisatawan; wisatawan dengan persepsi positif akan lebih puas, sedangkan persepsi negatif dapat menimbulkan ketidakpuasan.

Sayangbatti dan Baiquni dalam Langga (2021:104) menyebutkan bahwa daya tarik adalah salah satu faktor kunci dalam memikat para wisatawan untuk berkunjung atau bepergian ke suatu tempat, wilayah atau daerah. Destinasi yang memiliki beragam daya tarik serta pelayanan berkualitas akan lebih mudah menarik wisatawan. Daya tarik wisata mencakup elemen keunikan, estetika, serta nilai budaya yang membuat tempat tersebut dicari oleh wisatawan, seperti yang dijelaskan oleh Nasution dalam Wijaya,dkk (2023:77).

Selain itu, keputusan berkunjung juga merupakan proses yang kompleks. Menurut Kotler dan Keller dalam Ristiani (2021:311), keputusan untuk mengunjungi suatu destinasi dimulai dari kesadaran kebutuhan dan keinginan, diikuti oleh pencarian informasi dan penilaian atas beberapa pilihan yang tersedia. Kunjungan wisatawan biasanya disebabkan oleh daya tarik unik dari destinasi tersebut.

Berdasarkan keluhan wisatawan, Istana Maimun tampaknya belum sepenuhnya memenuhi semua komponen citra destinasi, terutama terkait fasilitas dan daya tarik yang ada. Beberapa keluhan wisatawan mengenai perubahan fungsi Istana Maimun yang kini sering kali diasosiasikan sebagai kawasan komersial, bukan lagi hanya sebagai objek wisata sejarah. Pergeseran ini berpotensi mengubah persepsi wisatawan dan menurunkan daya tarik Istana Maimun sebagai tempat bersejarah, karena keramaian aktivitas komersial dapat mengurangi kenyamanan dan kualitas pengalaman wisatawan.

Untuk itu, pihak pengelola dan pemerintah daerah perlu memberikan perhatian khusus dalam mengelola dan melestarikan destinasi wisata bersejarah ini, guna menjaga keseimbangan antara nilai historis dan aktivitas komersial. Upaya untuk mengembalikan citra Istana Maimun sebagai destinasi wisata sejarah yang menarik perlu dilakukan, sembari tetap mendukung keberadaan komunitas lokal. Berdasarkan latar belakang tersebut, tujuan dilakukannya penelitian ialah untuk mengkaji pengaruh citra destinasi dan daya tarik wisata terhadap keputusan wisatawan dalam berkunjung ke Istana Maimun di Kota Medan.

## METODE

Data diperoleh dalam penelitian ini, kemudian diukur dengan menggunakan analisis kuantitatif. Di dalam penelitian kuantitatif, kegiatan analisis data dilakukan setelah data terkumpul dari responden dan sumber data yang lain. Setelah seluruh data terkumpul, data di analisis dengan menggolongkan atau mengelompokkan data berdasarkan jenis reponden dan variabel, membuat tabulasi data dari responden menurut variabel, menyajikan perolehan data dari tiap-tiap variabel yang dianalisis atau diteliti, melakukan perhitungan untuk menyelesaikan masalah yang dirumuskan, melakukan

perhitungan kembali dan menguji pengajuan hipotesis yang dilakukan (Sugiyono, 2020:150). Penelitian kuantitatif bertujuan untuk menguji hipotesis menggunakan instrumen pengumpulan data yang menyakinkan (valid) dan terstruktur. Data didapatkan dari kuesioner yang disebarakan kepada pengunjung Istana Maimun dan melalui studi pustaka. Populasi yang diambil untuk kebutuhan data penelitian ini berasal dari pengunjung objek wisata Istana Maimun tahun 2024 dengan mengambil sampel 100 orang, berdasarkan rumus Lemeshow.

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil

A. Uji Kualitas Data

1) Uji Keakuratan (Validitas)

Tabel 1. Hasil Uji (Keakuratan) Validitas

Variable	Parameter	r hitung	r tabel	Kualifikasi
Citra Wisata (X1)	Pernyataan 1	0,586	0,361	Akurat (Valid)
	Pernyataan 2	0,702	0,361	Akurat (Valid)
	Pernyataan 3	0,584	0,361	Akurat (Valid)
	Pernyataan 4	0,704	0,361	Akurat (Valid)
	Pernyataan 5	0,500	0,361	Akurat (Valid)
	Pernyataan 6	0,694	0,361	Akurat (Valid)
	Pernyataan 7	0,622	0,361	Akurat (Valid)
	Pernyataan 8	0,676	0,361	Akurat (Valid)
	Pernyataan 9	0,675	0,361	Akurat (Valid)
Daya Tarik (X2)	Pernyataan 1	0,425	0,361	Akurat (Valid)
	Pernyataan 2	0,486	0,361	Akurat (Valid)
	Pernyataan 3	0,798	0,361	Akurat (Valid)
	Pernyataan 4	0,405	0,361	Akurat (Valid)
	Pernyataan 5	0,619	0,361	Akurat (Valid)
	Pernyataan 6	0,686	0,361	Akurat (Valid)
	Pernyataan 7	0,703	0,361	Akurat (Valid)
	Pernyataan 8	0,710	0,361	Akurat (Valid)
	Pernyataan 9	0,632	0,361	Akurat (Valid)
	Pernyataan 10	0,694	0,361	Akurat (Valid)
	Pernyataan 11	0,599	0,361	Akurat (Valid)

	Pernyataan 12	0,754	0,361	Akurat (Valid)
Keputusan Berkunjung (Y)	Pernyataan 1	0,529	0,361	Akurat (Valid)
	Pernyataan 2	0,639	0,361	Akurat (Valid)
	Pernyataan 3	0,513	0,361	Akurat (Valid)
	Pernyataan 4	0,365	0,361	Akurat (Valid)
	Pernyataan 5	0,539	0,361	Akurat (Valid)
	Pernyataan 6	0,726	0,361	Akurat (Valid)
	Pernyataan 7	0,668	0,361	Akurat (Valid)
	Pernyataan 8	0,609	0,361	Akurat (Valid)
	Pernyataan 9	0,498	0,361	Akurat (Valid)
	Pernyataan 10	0,561	0,361	Akurat (Valid)
	Pernyataan 11	0,613	0,361	Akurat (Valid)
	Pernyataan 12	0,745	0,361	Akurat (Valid)
	Pernyataan 13	0,636	0,361	Akurat (Valid)
	Pernyataan 14	0,768	0,361	Akurat (Valid)
	Pernyataan 15	0,542	0,361	Akurat (Valid)

Sumber: Data diproses dari SPSS

Tabel 1 menunjukkan seluruh variabel dinyatakan akurat/valid karena nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel. Hasil dari tabel 1 juga membuktikan jika semua indikator pada penelitian terbukti valid). Oleh karena itu, hasil dari tabel 1 diteruskan ke tahap pengujian reliabilitas.

## 2) Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Nilai	Cronbach Alpha	Keterangan
1.	Citra Wisata	0,817	$>0,60$	Reliabel
2.	Daya Tarik	0.858	$>0,60$	Reliabel
3.	Keputusan Berkunjung	0,871	$>0,60$	Reliabel

Sumber: Data diproses dari SPSS

Tabel 2 menunjukkan bahwa nilai variabel Citra Wisata (X1) 0,817; variabel Daya Tarik (X2) 0,858; dan variabel Keputusan Berkunjung (Y) 0,871. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa tiap-tiap nilai instrumen variabel Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60 (Cronbach's Alpha  $>$  0,60). Jadi bisa disimpulkan bahwa dalam kuesioner penelitian seluruh item pernyataan reliable.

## B. Uji Asumsi Klasik

### 1) Uji Normalitas

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas Uji Kolmogorov Smirnov

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>		
		<i>Unstanardized Residual</i>
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.82097538
Most Extreme Differences	Absolute	.060
	Positive	.057
	Negative	-.060
Test Statistic		.060
Asymp. Sig. (2-tailed)		<b>.200<sup>d</sup></b>
d. Test distribution is Normal.		
e. Calculated from data.		
f. Lilliefors Significance Correction.		
g. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Data diproses dari SPSS, 2024

Hasil pengujian di Tabel 3 menunjukkan adanya nilai Asymp. Sig (2-tailed) 0,200. Nilai signifikansi yang diperoleh sejumlah 0,200 lebih besar (>) dari 0,05, mengindikasikan kalau data penelitian mengikuti pola distribusi normal.

## 2) Uji Multikolinearitas

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

<b>Koefisien-koefisien<sup>a</sup></b>							
		Koefisien-koefisien non-standarisasi		Koefisien-koefisien berstandar		Statistik Kolinearitas	
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Toleransi VIF
1	(Konstan)	5.241	4.652		1.126	.263	
	X1	.298	.136	.161	2.199	.030	.749 1.335
	X2	.841	.089	.689	9.411	.000	.749 1.335

a. Variabel Terikat: Y

Sumber: Data diproses dari SPSS, 2024

Ditunjukkan pada Tabel 4 bahwa nilai toleransi untuk variabel citra wisata (X1) 0,794 dan variabel daya tarik (X2) adalah 0,794 dimana angka tersebut lebih besar (>) dari 0,10. Sedangkan VIF (Variance Inflation Factor) dalam variabel Citra Wisata (X1) dan variabel Daya Tarik (X2) adalah 1,355 dimana angka tersebut lebih kecil dari 10. Jadi, dapat ditarik kesimpulan tidak terjadi multikolinearitas pada model regresi.

## 3) Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>				
Model		Koefisien-koefisien non-standarisasi		Sig.
		B	Std. Error	
1	(Konstan)	-6.568	2.961	.029
	(X1)	.112	.086	.197
	(X2)	-.088	.057	.125

a. Variabel Terikat: Abs\_RES

Sumber: Data diproses dari SPSS

Mengacu dari data di Tabel 5, kolom signifikan menunjukkan nilai signifikan variabel Citra Wisata (X1) yang sebesar 0,197 >  $\alpha=0,05$ , sedangkan nilai signifikan ditunjukkan variabel Daya Tarik

(X2) yang sebesar  $0,125 > \alpha=0,05$ . Berdasarkan perhitungan tersebut, dapat ditarik kesimpulan tidak terdapat heteroskedastisitas di model regresi.

### C. Uji Analisis Linear Berganda

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linear Berganda  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Koefisien-koefisien non-standarisasi		Koefisien-koefisien berstandar	t	Sig.	Statistik Kolinearitas	
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	VIF
1 (Konstan)	5.241	4.652		1.126	.263		1.335
X1	.298	.136	.161	2.199	.030	.749	
X2	.841	.089	.689	9.411	.000	.749	

a. Variabel Terikat: Keputusan Berkunjung (Y)

Sumber: Data diproses dari SPSS

Tabel 6 menghasilkan data yang menunjukkan persamaan regresi linier berganda seperti berikut:

$$Y = 5.214 + 0.298x_1 + 0.841x_2 + e$$

Dari hasil persamaan linier berganda tersebut mampu dijelaskan berikut ini:

- Nilai konstanta sebesar 5,241 dengan nilai yang positif menunjukkan bahwa peningkatan pada variabel dependen bernilai diakibatkan oleh setiap peningkatan yang terjadi pada variabel independen,
- Nilai koefisien regresi pada variabel citra wisata (X1) 0,298 yang menyatakan apabila X1 naik 1% dapat mempengaruhi peningkatan keputusan untuk berkunjung 0,298%, yang berarti variabel X1 mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan berkunjung.
- Nilai koefisien regresi di variabel daya tarik (X2) 0,841 yang menerangkan apabila X2 naik 1% dapat mempengaruhi peningkatan keputusan untuk berkunjung 0,841%, yang berarti variabel X2 mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan berkunjung.

Hasil analisis dari persamaan linear berganda menunjukkan adanya variabel daya tarik (nilai koefisien regresi 0,841) sebagai variabel yang paling dominan, sedangkan variabel citra wisata mempengaruhi keputusan berkunjung ke dengan nilai koefisien 0,298.

### D. Uji Hipotesis

- Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Tabel 7. Hasil Uji Parsial  
**Koefisien-Koefisien<sup>a</sup>**

Model	Koefisien-koefisien non-standarisasi		Koefisien-koefisien berstandar	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Konstan)	5.241	4.652		1.126	.263
X1	.298	.136	.161	2.199	.030
X2	.841	.089	.689	9.411	.000

a. Variabel Terikat: Keputusan Berkunjung (Y)

Sumber: Data diproses dari SPSS, 2024

Berdasarkan hasil uji parsial (uji-t) yang tercantum pada tabel 7, dapat disimpulkan bahwa:

- Variabel Citra Wisata (X1) memperoleh nilai t-hitung 2,199 dan signifikansi 0,030. Maka,  $t\text{-hitung } 2,199 > t_{\text{tabel}} 1,984$ , tingkat signifikannya  $0,030 < 0,05$ . Hal itu menandakan bahwa Citra Wisata (X1) memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap Keputusan Berkunjung (Y) Objek Wisata Istana Maimun.

- b) Variabel Daya Tarik (X2) memperoleh nilai t-hitung 9,411 dan signifikansi 0,000. Maka, t-hitung  $9,411 > t_{tabel} 1,984$ , tingkat signifikannya  $0,000 < 0,05$ . Hal itu menandakan bahwa Daya Tarik (X2) memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap Keputusan Berkunjung (Y) Objek Wisata Istana Maimun.
- 2) Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Tabel 8. Hasil Uji Simultan

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Hasil Jumlah Tabel	df	Nilai Tengah Tabel	F	Sig.
1 Regression	515.511	2	257.755	76.162	.000 <sup>b</sup>
Residual	328.279	97	3.384		
Total	843.790	99			

a. Variabel Terikat: Keputusan Berkunjung

b. Prediktor-prediktor: (Konstan), Daya Tarik (X2), Citra Wisata (X1)

Sumber: Data diproses dari SPSS, 2024

Berdasarkan tabel 8, nilai F-hitung 76,162 dengan nilai signifikan 0,000. Maka alam nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  dan nilai *Fhitung*  $76,162 > F_{tabel} 3,09$  terdapat pengaruh yang simultan pada citra wisata (X1) dan daya tarik (X2) terhadap keputusan berkunjung (Y). Hal tersebut disebabkan karena variabel dependen keputusan dipengaruhi secara bersamaan oleh variabel citra wisata dan daya tarik.

- 3) Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) atau R-square

Tabel 9. Hasil Koefisien Determinasi

**Ringkasan Model<sup>b</sup>**

Model	R	R Tabel	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.782	.611	.603	1.840

b. Prediktor-prediktor: (Konstan), Daya Tarik (X2), Citra Wisata (X1)

c. Variabel Terikat: Keputusan Berkunjung

Sumber: Data diproses dari SPSS, 2024

Tabel 9 di atas dapat memperoleh hasil dan dapat disimpulkan, dari nilai besaran Adjusted R square menerangkan antara variabel citra wisata, daya tarik, dan keputusan berkunjung berhubungan serta menghasilkan nilai sebesar 0,603. Variabel independen (citra wisata dan daya tarik) mempengaruhi 60,3% faktor-faktor keputusan berkunjung, sedangkan variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti mempengaruhi 39,7% faktor-faktor keputusan berkunjung.

**Pembahasan****1) Pengaruh Citra Wisata pada Keputusan Berkunjung ke Objek Wisata Istana Maimun di Kota Medan**

Penelitian yang dilakukan memperoleh hasil jika variabel citra wisata memiliki pengaruh secara parsial yaitu signifikan dan positif dalam keputusan berkunjung. Hasil tersebut dilihat dari nilai thitung  $> t_{tabel}$  ( $2,199 > 1,984$ ) dan nilai signifikansi  $< 0,05$  ( $0,030 > 0,05$ ), sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis  $H_{a1}$  diterima, sedangkan hipotesis  $H_{01}$  ditolak. Penelitian yang dilakukan ini selaras dengan penelitian yang dihasilkan Nurfaizi sebelumnya pada tahun 2023.

Berdasarkan hasil rekapitulasi nilai rata-rata indikator variabel citra wisata, indikator yang paling dominan berpengaruh dengan nilai rata-rata 4,36 adalah indikator citra kognitif, diikuti indikator citra afektif dengan nilai rata-rata 4,30 dan nilai rata-rata terendah 4,21 oleh indikator citra unik.

**2) Pengaruh Daya Tarik pada Keputusan Berkunjung ke Objek Wisata Istana Maimun di Kota Medan**

Penelitian yang dilakukan memperoleh hasil jika secara parsial variabel daya tarik berpengaruh signifikan dan positif dalam keputusan berkunjung ke objek wisata Istana Maimun. Hal ini dilihat dari nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $9,411 > 1,984$ ) dan nilai signifikansi  $< 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ), sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis  $H_{a2}$  diterima, sedangkan hipotesis  $H_{02}$  ditolak. Penelitian yang dilakukan ini selaras dengan penelitian yang dihasilkan Putra sebelumnya pada tahun 2023.

Berdasarkan hasil distribusi data responden dari variabel daya tarik, indikator yang paling berpengaruh dominan adalah indikator atraksi dengan nilai rata-rata 4,31, kemudian diikuti dengan indikator aksesibilitas bernilai rata-rata 3,43, indikator amenitas bernilai rata-rata 3,25 dan indikator pelayanan tambahan bernilai rata-rata terendah yaitu 2,62.

### **3) Pengaruh Citra Wisata dan Daya Tarik pada Keputusan Berkunjung ke Objek Wisata Istana Maimun di Kota Medan**

Hasil pengujian hipotesis simultan (Uji F) memperoleh hasil bahwa citra wisata dan daya tarik pada keputusan berkunjung mempunyai pengaruh. Variabel citra wisata dan daya tarik berpengaruh secara signifikan dan positif pada keputusan berkunjung ke objek wisata Istana Maimun. Hasil tersebut dapat dilihat dari analisis data  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $76,162 > 3,09$ ) dan nilai signifikansi  $< 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ), sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis  $H_{a3}$  diterima, sedangkan hipotesis  $H_{03}$  ditolak.

Hasil uji koefisien determinasi (adjusted  $R^2$ ) menunjukkan bahwa hubungan antara variabel citra wisata, daya tarik dan keputusan berkunjung menghasilkan nilai sebesar 0,611. Dari jumlah nilai ketiga variabel, variabel citra wisata ( $X_1$ ) dan daya tarik ( $X_2$ ) mempengaruhi keputusan berkunjung ( $Y$ ) sejumlah 60,3%. Sedangkan sisa nilai sejumlah 39,7% mendapat pengaruh dari beberapa variabel diluar penelitian yang dilakukan. Pada analisis linear berganda, bisa ditarik kesimpulan bahwa variabel paling dominan ditunjukkan oleh variabel daya tarik dalam memberi pengaruh pada keputusan berkunjung ke objek wisata Istana Maimun, sedangkan variabel yang tidak dominan adalah variabel citra wisata. Variabel daya tarik sebagai variabel yang paling dominan memiliki pengaruh dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,841 dan variabel citra wisata sebagai variabel yang tidak dominan memiliki nilai koefisien regresi terkecil dengan nilai 0,298.

## **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil uji penelitian dan pembahasan pengaruh citra dan daya tarik terhadap keputusan berkunjung ke objek wisata di Istana Maimun, dapat disimpulkan bahwa variabel citra wisatawan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan keputusan berkunjung wisatawan. Variabel daya tarik wisata Istana Maimun juga secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung ke objek wisata Istana Maimun. Terakhir, secara simultan variabel citra wisata dan daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung ke objek wisata Istana Maimun Kota Medan.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Politeknik Negeri Medan yang telah mendukung terlaksananya penelitian ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pengelola Istana Maimun yang telah mengizinkan pengambilan data penelitian, serta kepada para responden yang telah bersedia berpartisipasi dalam penelitian ini. Tidak lupa penulis sampaikan apresiasi kepada dosen pembimbing yang telah memberikan arahan selama proses penelitian berlangsung.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Apriliyanti, E., Hudayah, S., & Zainurossalamia, S. (2020). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Citra Destinasi dan Sarana Wisata Terhadap Kepuasan. *Jurnal Manajemen*, 145-153.
- Dayrobi, A., & Raharjo, S. T. (2020). Pengaruh Citra, Daya Tarik, Kualitas Pelayanan Obyek Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung dan Kepuasan Wisatawan Eling Bening Kabupaten Semarang. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 19(2), 92-106. <https://doi.org/10.14710/jspi.v19i2.92-106>
- Hanif, A. (2016). Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 38, 42-54.
- Hardianti, Syahdanur, & Zaman, K. (2018). Analisis Keputusan Wisatawan dalam Berkunjung ke Taman Nasional Tesso Nilo. *Jurnal Ekonomi KIAT*, 29(2), 1-7.



- Huryati, R. (2015). An Analysis of Place Branding to Enhance the Image of Bandung. *Jurnal Pendidikan Sains Sosial Kemanusiaan*, 8(1).
- Kusuma, C. S. (2019). MICE- Masa Depan Bisnis Pariwisata Indonesia. *Jurnal Efisiensi – Kajian Ilmu Administrasi*, 52-62.
- Lagautu, J., Soegoto, A. S., & Sepang, J. L. (2019). Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian pada PT Matahari Department Store Mantos. *Jurnal EMBA*, 7, 751-760.