

**HUBUNGAN AKSESIBILITAS DAN CITRA DESTINASI
TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG
DI RANCA UPAS CIWIDEY**



SKRIPSI

diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Pariwisata di program studi S1-Industri Pariwisata

Oleh
Lisna Azahra Hanifa
2104450

**PROGRAM STUDI INDUSTRI PARIWISATA
KAMPUS DAERAH SUMEDANG
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
2025**

LEMBAR HAK CIPTA

**HUBUNGAN AKSESIBILITAS DAN CITRA DESTINASI TERHADAP
KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI RANCA UPAS CIWIDEY**

Oleh.

Lisna Azahra Hanifa

Skripsi ini ditujukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar
Sarjana Pariwisata di Program Studi Industri Pariwisata

© Lisna Azahra Hanifa

Universitas Pendidikan Indonesia

Agustus 2025

Hak Cipta dilindungi undang-undang.

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,
dengan dicetak ulang, difoto kopi, atau cara lainnya tanpa ijin dari penulis.

LISNA AZAHRA HANIFA

**HUBUNGAN AKSESIBILITAS DAN CITRA DESTINASI TERHADAP
KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI RANCA UPAS CIWIDEY**

disetujui dan disahkan oleh pembimbing:

Pembimbing I



Oman Sukirman, S.E., M.M.

NIP. 197602192015041001

Pembimbing II



Gilang Pratama Putra, M.Pd

NIP. 920200419870218101

Mengetahui,

Ketua Program Studi Industri Pariwisata



Dr. Irena Novarlia, M.Pd., M.M

NIP. 1982112320060422009

Hubungan Aksesibilitas dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung di Ranca Upas Ciwidey

Lisna Azahra Hanifa

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis hubungan antara aksesibilitas dan citra destinasi terhadap keputusan berkunjung ke Ranca Upas, baik secara parsial maupun simultan. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis korelasi Pearson, dipilih karena data memenuhi asumsi normalitas sehingga interpretasi hasil dapat dilakukan secara akurat. Teknik pengumpulan data melalui kuisioner dan observasi langsung kepada 100 responden melalui teknik *accidental sampling*. Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan antara aksesibilitas dan citra destinasi, yang mengindikasikan bahwa kemudahan akses meliputi infrastruktur jalan, kemudahan transportasi, dan ketersediaan petunjuk arah berkontribusi terhadap pembentukan citra positif destinasi. Namun, hubungan antara aksesibilitas dan keputusan berkunjung menunjukkan arah negatif yang lemah dan tidak signifikan, sehingga kemudahan akses bukan menjadi faktor penentu utama keputusan wisatawan. Temuan ini menunjukkan bahwa faktor lain, seperti daya tarik destinasi, kualitas pengalaman wisata, dan strategi promosi, kemungkinan memiliki peran lebih dominan. Implikasinya, pengelola destinasi perlu tidak hanya fokus pada peningkatan aksesibilitas, tetapi juga memperkuat citra destinasi dan faktor pendukung lain untuk mendorong minat serta keputusan kunjungan wisatawan.

Kata kunci: aksesibilitas, citra destinasi, keputusan berkunjung, Ranca Upas, korelasi Pearson.

***The Correlation between Accessibility and Destination Image on on the
Decision to Visit Ranca Upas Ciwidey***

Lisna Azahra Hanifa

ABSTRACT

This study aims to analyze the relationship between accessibility and destination image on the decision to visit Ranca Upas, both partially and simultaneously. The research employed a quantitative approach with Pearson correlation analysis, chosen because the data met the normality assumption, allowing for accurate interpretation of the results. Data were collected through questionnaires and direct observation of 100 respondents using an accidental sampling technique. The findings reveal a positive and significant relationship between accessibility and destination image, indicating that ease of access including road infrastructure, transportation convenience, and the availability of directional signs contributes to the formation of a positive destination image. However, the relationship between accessibility and the decision to visit shows a weak negative direction and is not statistically significant, suggesting that ease of access is not the main determinant of tourists' visiting decisions. These results suggest that other factors, such as the attractiveness of the destination, quality of the tourist experience, and promotional strategies, may play a more dominant role. The implication is that destination managers should not only focus on improving accessibility but also on strengthening the destination image and other supporting factors to increase tourist interest and visiting decisions.

Keywords: *accessibility, destination image, visit decision, Ranca Upas, Pearson correlation.*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR HAK CIPTA.....	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Pariwisata	11
2.1.2 Industri Pariwisata.....	12
2.1.3 Aksesibilitas	13
2.1.4 Dimensi Aksesibilitas	15
2.1.5 Indikator Aksesibilitas	15
2.1.6 Citra Destinasi.....	15
2.1.7 Dimensi Citra Destinasi	17
2.1.8 Keputusan Berkunjung.....	17
2.1.9 Indikator Keputusan Berkunjung	18
2.1.10 Ranca Upas.....	18

2.2	Penelitian Terdahulu	19
2.3	Kerangka Berpikir.....	26
2.4	Hipotesis.....	26
BAB III METODE PENELITIAN		28
3.1	Desain Penelitian.....	28
3.2	Partisipan Penelitian.....	29
3.3	Populasi dan Sampel	29
3.3.1	Populasi.....	29
3.3.2	Sampel.....	30
3.4	Instrumen Penelitian.....	31
3.4.1	Operasional Variabel.....	31
3.4.2	Jenis Instrumen	34
3.4.3	Uji Instrumen	35
3.4.4	Teknik Pengumpulan Data	40
3.5	Prosedur Penelitian.....	41
3.5.1	Teknik Pengumpulan Data	41
3.5.2	Studi terdahulu	42
3.5.3	Merumuskan Masalah	42
3.5.4	Merumuskan Hipotesis	43
3.5.5	Memilih Pendekatan.....	44
3.5.6	Menentukan Variabel dan Sumber Data	44
3.5.7	Menentukan dan Menyusun Instrumen.....	45
3.5.8	Mengumpulkan Data.....	45
3.5.9	Analisis Data	46
3.5.10	Menarik Kesimpulan.....	46
3.5.11	Menulis Laporan	46
3.6	Teknik Analisis Data.....	46
3.6.1	Uji Pra Syarat	47
3.6.2	Analisis Korelasi	48
3.6.3	Analisis Regresi Berganda	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		50
4.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian	50

4.2	Gambaran Karakteristik Responden	53
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	54
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	54
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	55
4.3	Analisis Deskriptif Tanggapan Responden	56
4.3.1	Analisis Deskriptif Aksesibilitas (X1)	56
4.3.2	Analisis Deskriptif Citra Destinasi (X2)	66
4.3.3	Analisis Deskriptif Keputusan Pengunjung (Y)	77
4.4	Hasil Uji Asumsi Klasik	83
4.4.1	Hasil Uji Normalitas	83
4.4.2	Hasil Uji Multikolinearitas	84
4.4.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas	85
4.5	Hasil Uji Hipotesis	87
4.5.1	Hasil Analisis Korelasi	88
4.5.2	Hasil Analisis Regresi	89
4.6	Pembahasan	93
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		100
5.1	Kesimpulan	100
5.2	Saran	102
DAFTAR PUSTAKA		105
LAMPIRAN		109

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Kunjungan Wisatawan Ranca Upas Periode 2023	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu Relevan	19
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	31
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Aksesibilitas (X1)	37
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Citra Destinasi (X2)	37
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Keputusan Berkunjung (Y)	38
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas	40
Tabel 3.6 Skala Pengukuran.....	41
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	54
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	54
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	55
Tabel 4.5 Analisis Deskriptif Aksesibilitas (X1)	57
Tabel 4.6 Tanggapan Responden pada Kemudahan Jalur Transportasi	59
Tabel 4.7 Tanggapan Responden pada Petunjuk Arah	60
Tabel 4.8 Tanggapan Responden pada Moda Transportasi	61
Tabel 4.9 Tanggapan Responden pada Ketersediaan Fasilitas	62
Tabel 4.10 Tanggapan Responden pada Kondisi Jalan.....	63
Tabel 4.11 Tanggapan Responden pada Biaya Transportasi	64
Tabel 4.12 Tanggapan Responden pada Jangkauan Harga Wisatawan Transportasi.....	65
Tabel 4.13 Analisis Deskriptif Citra Destinasi	67
Tabel 4.14 Tanggapan Responden pada Keindahan Destinasi	69
Tabel 4.15 Tanggapan Responden pada Budaya Lokal	70
Tabel 4.16 Tanggapan Responden pada Wisata Kuliner	71
Tabel 4.17 Tanggapan Responden pada Situasi Destinasi.....	71
Tabel 4.18 Tanggapan Responden pada Kesan Destinasi.....	72
Tabel 4.19 Tanggapan Responden pada Kunjungan Kembali	73
Tabel 4.20 Tanggapan Responden pada Daya Tarik Destinasi.....	74

Tabel 4.21 Tanggapan Responden pada Tujuan Wisata	74
Tabel 4.22 Tanggapan Responden pada Minat Kunjungan	75
Tabel 4.23 Tanggapan Responden pada Penawaran Destinasi	76
Tabel 4.24 Tanggapan Responden pada Pengalaman Wisatawan	77
Tabel 4.25 Analisis Deskriptif Keputusan Berkunjung	78
Tabel 4.26 Tanggapan Responden pada Jarak Destinasi	79
Tabel 4.27 Tanggapan Responden pada Kondisi Jalan.....	80
Tabel 4.28 Tanggapan Responden pada Masa Tinggal	81
Tabel 4.29 Tanggapan Responden pada Rencana Wisata.....	81
Tabel 4.30 Tanggapan Responden pada Minat Berkunjung Kembali	82
Tabel 4.31 Hasil Uji Normalitas	84
Tabel 4.32 Hasil Uji Multikolinearitas.....	85
Tabel 4.33 Hasil Uji Korelasi.....	88
Tabel 4.34 Hasil Uji Koefisien Determinasi	90
Tabel 4.35 Hasil Uji Parsial	91
Tabel 4.36 Hasil Uji Simultan.....	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	26
Gambar 3.1 Desain Penelitian.....	29
Gambar 4.1 Peta Lokasi Wana Wisata Ranca Upas	50
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	86

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Instrumen Penelitian	109
Lampiran 2 Hasil Uji Validitas Instrumen	113
Lampiran 3 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	116
Lampiran 4 Surat Izin Penelitian.....	117
Lampiran 5 Surat Keterangan Uji Etik.....	118
Lampiran 6 Dokumentasi.....	119
Lampiran 7 Biodata Penulis	121

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, A., et al.. (2023). *Metodologi penelitian kuantitatif*. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Adhi, I., NP, M., & Shanti, P. (2016). Pengaruh faktor psikologis terhadap keputusan berkunjung (Survei pada pengunjung Batu Secret Zoo Jawa Timur Park 2). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 30(1), 35–43.
- Afriza, L., Darmawan, H., & Riyanti, A. (2020). Pengelolaan desa wisata di Provinsi Jawa Barat. *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*, 5(3), 306–315.
- Badan Pusat Statistik Kecamatan Rancabali. (2019). Studi kasus: Daya tarik wisata Ranca Upas. *E-Proceeding of Applied Science*, 5(3).
- Baloglu, S., & McCleary, K. W. (1999). A model of destination image formation. *Annals of Tourism Research*, 26(4), 868–897.
- Beerli, A., & Martín, J. (2004). Tourists' characteristics and the perceived image of tourist destinations: A quantitative analysis – A case study of Lanzarote, Spain. *Tourism*.
- Christodoulou, A., Dijkstra, L., Christidis, P., Bolsi, P., & Poelman, H. (2020). A fine resolution dataset of accessibility under different traffic conditions in European cities. *Scientific Data*, 7(1), 1–10. <https://doi.org/10.1038/s41597-020-00619-7>
- Cooper, C., et al.. (2000). *Tourism principles and practice* (2nd ed.). Longman.
- Destorina, B. V., & Pattaray, A. (2024). Pengaruh aksesibilitas dan citra destinasi terhadap keinginan berkunjung kembali ke Danau Biru Karang Sidemen Lombok Tengah. *Arus Jurnal Sosial dan Humaniora*, 4(1), 237–244.
- Djaali. (2020). *Metodologi penelitian kuantitatif*. PT Bumi Aksara.
- Echtner, C. M., & Ritchie, J. R. B. (1991). The meaning and measurement of destination image. *The Journal of Tourism Studies*, 2(2), 2–12.
- Gartner, W. C. (1993). Image formation process. In *Destination image: The key to tourism marketing* (pp. 191–215).
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23* (Edisi ke-8). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Goeldner, C., & Ritchie, J. R. B. (2003). *Tourism principles, practices, philosophies*. John Wiley & Sons, Inc.
- Hadiwijoyo, S. S. (2018). *Perencanaan pengembangan desa wisata berbasis masyarakat*. Suluh Media.
- Hapsara, O., & Ahmadi, A. (2022). Analisis keputusan berkunjung melalui minat berkunjung: Citra destinasi dan aksesibilitas pada Geopark Merangin Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 11(01), 64–76.
- Hardani, H., Nur Hikmatul, N., Helmina, H., Raushandy, R., Jumari, J., Evi, E., Dhika, D., & Ria, R. (2020). *Metode penelitian kualitatif & kuantitatif*. CV Pustaka Ilmu Group.
- Hariyadi, V. D., Nurusholih, S., Sn, S., & Sn, M. (2019). Perancangan promosi destinasi wisata Ranca Upas Ciwidey Kabupaten Bandung.
- Hayati, K. R., Kusnarto, K., Sholihatin, E., & Aprilisanda, I. D. (2019). Pengembangan model kompetensi kewirausahaan pada industri kreatif untuk mendukung pariwisata desa berkelanjutan di Kota Batu. *Jurnal Mebis*.
- Illah, A. N., Sularso, R. A., & Irawan, B. (2019). Effect of destination image, e-WoM in social media Instagram and consumer perception on decision to visit Object of B29 in Lumajang Regency. *E-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, 6(2), 164.
- Ingakadijaya, R., et al.. (2016). Aktivitas wisata pilihan keluarga perkotaan. *Jurnal Khasanah Ilmu*, 7(1), 39–44.
- Jeong, Y., & Kim, S. (2020). A study of event quality, destination image, perceived value, tourist satisfaction, and destination loyalty among sport tourists. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*. <https://doi.org/10.1108/APJML-02-2019-0101>
- Kastolani, W. I. S. (2015). *Desain zonasi biopori untuk mendukung program Eco Campus UPI*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Kim, J., & Lee, B. (2019). More than travel time: New accessibility index capturing the connectivity of transit services. *Journal of Transport Geography*, 78, 8–18. <https://doi.org/10.1016/j.jtrangeo.2019.05.008>
- Kotler, P. (2012). *Manajemen pemasaran*. Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Middleton, V. T., & Clarke, J. (2001). *Marketing in travel and tourism*. Butterworth-Heinemann.

- Pemerintah Indonesia. (1996). *Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1966 tentang Penyelenggaraan Kepariwisataaan*.
- Pemerintah Indonesia. (2009). *Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan*.
- Riyan, S., & Suwarti. (2022). Pengembangan daya tarik wisata alam dan buatan berbasis community based tourism sebagai destinasi unggulan di Kalibening Kabupaten Jepara. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata dan Perhotelan*.
- Sefaji, G. Y., Soedwiwahjono, S., & Nurhadi, K. (2018). Kesiapan aksesibilitas stasiun Solo Balapan dalam melayani trayek kereta api penghubung bandara Adi Soemarmo dan Kota Surakarta. *Region: Jurnal Pembangunan Wilayah dan Perencanaan Partisipatif*, 13(1), 50–63.
- Simanihuruk, M. (2019). Tourist attraction and tourist facilities intentions to visitor satisfaction: Case of Sindang Barang Cultural Village. *E-Journal of Tourism*, 6(2), 210. <https://doi.org/10.24922/eot.v6i2.53472>
- Sudjana. (2002). *Metoda statistika* (Edisi ke-6). Tarsito.
- Sugiyono. (2011). *Metode penelitian pendidikan*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kombinasi (Mixed methods)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian dan pengembangan (Research and development)*. Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku konsumen: Teori dan penerapannya dalam pemasaran*. Ghalia Indonesia.
- Suwantoro, G. (2005). *Dasar-dasar pariwisata*. Andi Offset.
- Tasci, A. D. A., Gartner, W. C., & Cavusgil, S. T. (2007). Conceptualization and operationalization of destination image. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 31(2), 194–223.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran jasa, prinsip: Penerapan dan penelitian*. Andi.
- Wardani, N. R., & Fitriani, D. (2020). Analisis pengaruh daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung wisatawan (Studi pada wisatawan Kebun Binatang Gembiraloka Zoo Yogyakarta). *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 7(2), 194. <https://doi.org/10.12928/fokus.v7i2.1747>
- Widi, S. (2022, 28 Desember). Pendapatan devisa pariwisata Indonesia melejit pada 2022.

- Widiastutik, R. (2019). Analisis pengaruh viral marketing dan fasilitas wisata terhadap keputusan berkunjung (Studi pada wisata religi Masjid Safinatun Najah). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 5(1), 47–55.
- World Bank. (2023). *The contribution of tourism to economic development in Indonesia*. World Bank.
- Yoeti, O. A. (1996). *Pengantar ilmu pariwisata*. Angkasa.