

FAKTOR PENENTU KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN KE TAMAN NARMADA PULAU LOMBOK***DETERMINING FACTORS IN TOURISTS' DECISIONS TO VISIT NARMADA PARK ON LOMBOK ISLAND*****Nyoman Ari Sugiharta¹, Taslim Sjah¹, I Ketut Budastra¹**¹Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Mataram, Mataram, Indonesia

*Email Penulis Korespondensi: nyomanagri22@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor yang mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan ke Taman Narmada dan menganalisis kluster wisatawan yang terbentuk dari wisatawan yang memutuskan berkunjung. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif. Jumlah responden pada penelitian ini berjumlah 103 wisatawan. Data diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner *Google Form* melalui *WhatsApp*. Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi logistik dan analisis kluster hirarki serta analisis kluster *k-means*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor harga tiket, promosi, daya tarik dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan secara simultan. Sedangkan promosi memiliki pengaruh secara parsial terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Selain itu, kluster yang terbentuk pada wisatawan yang memutuskan berkunjung adalah sebanyak 2 kluster. Kluster pertama dengan jumlah anggota sebanyak 76 responden dengan kriteria pendapatan atau uang saku bulanan berada dikisaran Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000 dan umur rata-rata berada di 21 tahun. Sedangkan pada kluster kedua dengan jumlah anggota sebanyak 8 responden didominasi oleh responden dengan pendapatan di atas Rp. 5.000.000 dan umur rata-rata berada di 40 tahun.

Kata kunci: Keputusan, Wisatawan, Taman Narmada.**ABSTRACT**

This study aims to analyze the factors that influence tourists' decisions to visit Narmada Park and analyze the tourist clusters formed from tourists who decide to visit. The method used in this study is a quantitative method. The number of respondents in this study was 103 tourists. Data was obtained by distributing a *Google Form* questionnaire via *WhatsApp*. The data analysis used in this study was logistic regression analysis and hierarchical cluster analysis as well as *k-means* cluster analysis. The results of this study indicate that ticket prices, promotions, attractions, and facilities have a significant simultaneous effect on tourists' decision to visit. Meanwhile, promotions have a partial effect on tourists' decision to visit. In addition, there were two clusters formed among tourists who decided to visit. The first cluster had 76 respondents with monthly income or allowance criteria ranging from IDR 1,000,000 to IDR 2,000,000 and an average age of 21 years. Meanwhile, the second cluster has 8 members, dominated by respondents with an income above IDR 5,000,000 and an average age of 40 years.

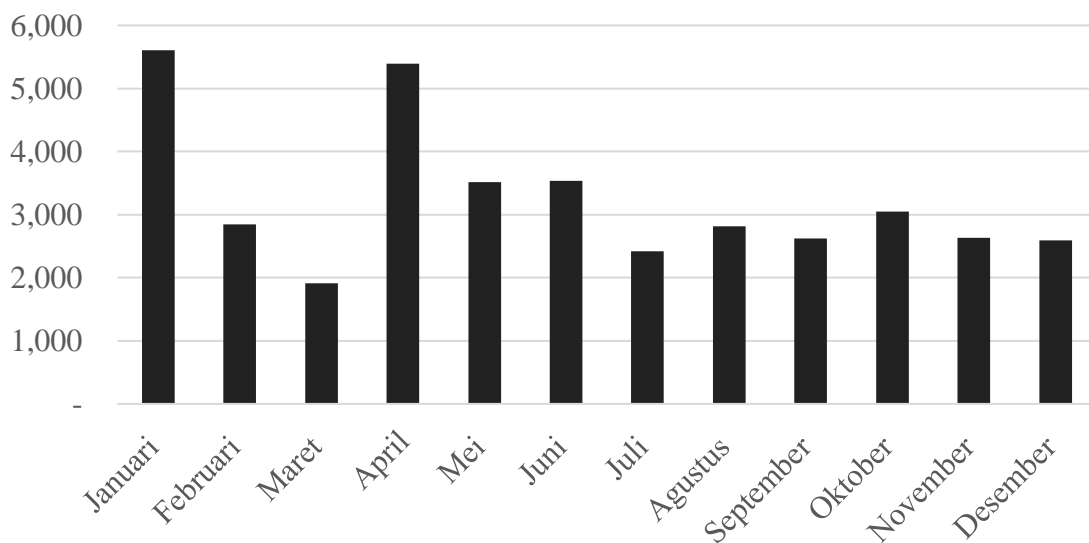
Keywords: Decision, Tourist, Narmada Park.**PENDAHULUAN**

Pariwisata di Indonesia memiliki potensi besar berkat kekayaan serta keindahan alam dan budaya yang berlimpah sehingga menjadikannya sektor strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. Sektor pariwisata juga berperan dalam menumbuhkan perekonomian daerah dengan melibatkan usaha kecil menengah dan industri yang menghasilkan produk yang berpotensi menjadi produk souvenir atau cendera mata. Dengan demikian, secara tidak langsung pariwisata menjadi bagian dari sub sistem penunjang di dalam sektor agribisnis. Pernyataan ini juga didukung oleh penelitian Azi, Kaleka dan Meo (2024) yang menyatakan bahwa sektor pariwisata diharapkan dapat

berkontribusi pada pertumbuhan sektor pembangunan lainnya, seperti perkebunan, pertanian, perdagangan, perindustrian, dan lain sebagainya.

Provinsi Nusa Tenggara Barat merupakan salah satu daerah di Indonesia yang memiliki potensi pariwisata berkat keindahan alam dan keberagaman budayanya, khususnya Pulau Lombok. Pulau Lombok memiliki destinasi wisata unggulan yaitu Taman Narmada, sebuah taman bersejarah yang dibangun oleh Raja Anak Agung Gde Ngurah Karang Asem, tahun 1727 Masehi (literatur lain menuliskan dibangun tahun 1805 Masehi). Taman Narmada adalah taman yang didesain menyerupai Gunung Rinjani dan Danau Segara Anak. Taman ini memiliki sumber mata air yang mengalir tiga kolam di taman ini. Salah satu dari kolam ini diperuntukan sebagai kolam renang alami dan menjadi tempat kunjungan favorit wisatawan dan menjadi salah satu lokasi wisata air yang banyak dikunjungi (Anwar, 2016).

Gambar 1. Jumlah Kunjungan Wisatawan Taman Narmada Tahun 2024.



Sumber: Santoso (2025).

Meskipun Taman Narmada memiliki daya tarik sejarah dan alam, jumlah kunjungan wisatawan mengalami fluktuasi sepanjang tahun 2024. Beberapa bulan menunjukkan peningkatan kunjungan, sementara bulan lainnya justru mengalami penurunan seperti yang terlihat pada Gambar 1. Fluktuasi ini menimbulkan permasalahan karena berimplikasi pada pendapatan yang tidak stabil dan berpotensi mempengaruhi keberlangsungan pengelolaan. Kondisi ini mengindikasikan adanya faktor yang mempengaruhi keputusan wisatawan untuk berkunjung ke Taman Narmada yang belum diketahui secara akurat, sehingga diperlukan penelitian untuk mengidentifikasinya.

Terdapat sejumlah penelitian sebelumnya yang menganalisis faktor yang mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan. Berdasarkan penelitian Hardina dan Sudarusman (2021) variabel lokasi dan fasilitas terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Taman Sari Yogyakarta. Temuan serupa juga ditunjukkan dari penelitian Soraya, Syukriati dan Jumaidin (2025) yang menunjukkan bahwa harga tiket dan atraksi wisata berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Destinasi Wisata D'Gonggres Bilebante Lombok Tengah. Kemudian penelitian oleh Kusuma et al., (2024) turut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, harga tiket, fasilitas, dan citra destinasi memiliki pengaruh

signifikan terhadap keputusan berkunjung pada Kolam Renang Pandanaran Hills. Selanjutnya penelitian yang dilaksanakan oleh Junensih dan Ratnawili (2021) membuktikan bahwa fasilitas wisata, harga, dan keamanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung pada objek wisata Suban Air Panas Curup. Lalu penelitian oleh Rokhayah dan Andriana (2021) juga memperkuat temuan tersebut dengan membuktikan bahwa fasilitas dan aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Pantai Istana Amal.

Berdasarkan penelitian tersebut diketahui bahwa secara parsial, beberapa variabel seperti harga, promosi, daya tarik wisata dan fasilitas adalah faktor yang secara terus menerus terbukti mempengaruhi keputusan berkunjung di berbagai lokasi wisata. Oleh karena itu, pemilihan variabel harga, promosi, daya tarik, dan fasilitas dalam penelitian ini didasarkan pada konsistensi temuan penelitian terdahulu dan relevansinya terhadap konteks pengelolaan wisata. Penelitian ini tidak melibatkan variabel faktor origin seperti pendapatan, usia, gender dan lain-lain ataupun variabel faktor penghubung seperti jarak dan waktu tempuh dikarenakan variabel-variabel tersebut tidak dapat diintervensi langsung oleh pengelola wisata Taman Narmada, meskipun pada beberapa penelitian variabel tersebut juga terbukti berpengaruh signifikan. Dengan demikian, penelitian ini berfokus pada variabel yang secara langsung dapat dikelola, diperbaiki dan dikembangkan oleh pihak pengelola wisata Taman Narmada.

Kebaruan atau novelty penelitian ini terletak pada pengujian kembali variabel-variabel tersebut dalam satu model penelitian dengan objek wisata yang berbeda sehingga dapat diketahui apakah hasilnya konsisten atau berbeda dibandingkan dengan penelitian sebelumnya. Selain itu, alat analisis yang digunakan juga berbeda, yaitu analisis regresi logistik biner. Sedangkan penelitian-penelitian sebelumnya cenderung menggunakan regresi linear berganda. Secara teoretis, variabel keputusan hanya dapat dibagi menjadi dua kategori, seperti iya atau tidak, datang atau tidak datang dan lain sebagainya sehingga penelitian terkait keputusan lebih tepat dianalisis menggunakan analisis regresi logistik biner. Sejalan dengan itu, penelitian ini bertujuan untuk: (1) Menganalisis faktor yang mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan ke Taman Narmada dan (2) Menganalisis kluster wisatawan yang terbentuk berdasarkan wisatawan yang memutuskan berkunjung pada penelitian ini. Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini berupa: (1) Bagi pengelola Taman Narmada, hasil penelitian ini dapat menjadi salah satu pertimbangan dalam membuat kebijakan dan strategi dalam usaha untuk meningkatkan jumlah pengunjung dan memberikan gambaran tentang segmentasi wisatawan yang potensial bagi pengembangan strategi pariwisata ke depan dan (2) Bagi pengelola wisata lainnya dapat menjadi acuan dalam mengelola wisata, meskipun tidak semua wisata memiliki jenis faktor yang sama dalam memberikan pengaruh terhadap keputusan berkunjung. Penelitian ini masih dapat dilanjutkan dan dikembangkan dimasa mendatang mengingat keterbatasan dan kekurangan yang ada dalam penelitian ini.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan metode kuantitatif, yaitu pendekatan penelitian yang menggunakan data numerik untuk menjawab pertanyaan penelitian (Waruwu et al., 2025). Berdasarkan pernyataan tersebut metode penelitian ini relevan dengan tujuan penelitian. Sampel responden pada penelitian ini ditentukan berdasarkan perhitungan sample analisis regresi logistik biner, yaitu menurut Hair et al., (2014) dengan aturan 10 responden per indikator yang membentuk variabel independen, maka penelitian ini memerlukan sample minimal 100 dikarenakan indikator yang membentuk variabel

independen dalam penelitian ini adalah sebanyak 10 indikator. Data responden diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara daring menggunakan *Google Form*, yang kemudian didistribusikan kepada calon responden melalui media komunikasi *WhatsApp*. Keputusan berkunjung wisatawan dalam penelitian ini dianalisis dengan analisis regresi logistik biner. Variabel keputusan berkunjung dibagi menjadi 2 kategori, yaitu berkunjung (1) dan tidak berkunjung (0). Di dalam analisis regresi logistik ada beberapa uji yang perlu dilakukan yaitu uji -2 log likelihood, uji omnibus, uji nagelkerke, uji hosmer dan lemeshow, uji signifikansi dan uji koefisien beta. Kemudian pada penelitian ini juga menggunakan variabel independen yang tersusun berdasarkan lebih dari 1 indikator sehingga perlu dijalankan uji validitas dan uji reliabilitas terlebih dahulu sebelum dilakukan analisis regresi logistik.

Uji validitas adalah ukuran yang menunjukkan keberlakuan data. Tingkat signifikansi uji validitas adalah 0,05 (Nareswari et al., 2023). Hasil dari uji validitas dan reliabilitas ini akan menentukan apakah instrumen dapat digunakan dalam penelitian (Subhaktiyasa, 2024). Validitas menjelaskan sejauh mana instrumen mampu mengukur konsep yang seharusnya diukur, sehingga hasil yang diperoleh mencerminkan keadaan sesungguhnya yang diteliti. Sedangkan reliabilitas merujuk pada konsistensi hasil yang diperoleh instrumen ketika digunakan pada pengukuran yang berbeda dalam kondisi yang sama (Subhaktiyasa, 2024). Di dalam analisis regresi logistik, terdapat beberapa uji yang menentukan hasil dari analisis tersebut seperti uji -2 log likelihood, uji omnibus, uji nagelkerke, uji hosmer dan lemeshow, uji signifikansi dan uji koefisien beta. Uji -2 log likelihood merupakan uji yang dilakukan untuk mengidentifikasi model yang digunakan sebelum dimasukkan variabel independen sudah memenuhi syarat uji atau belum. Uji omnibus adalah uji simultan, yang digunakan untuk melihat apakah variabel-variabel bebas yang digunakan secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel tak bebas (Listyowati et al., 2023). Uji nagelkerke adalah uji yang dilakukan untuk mengidentifikasi persentase pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan atau bersama-sama. Uji hosmer dan lemeshow adalah uji yang dilakukan untuk mengidentifikasi baik atau tidaknya data yang digunakan dalam penelitian. Uji signifikansi dilakukan untuk mengidentifikasi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Secara simultan variabel independen yang diteliti menunjukkan bahwa variabel-variabel tersebut berpengaruh secara signifikan. Untuk mengidentifikasi pengaruhnya secara parsial diperlukan untuk melakukan uji signifikansi. Uji koefisien beta adalah uji yang digunakan untuk mengidentifikasi arah pengaruh dari variabel independen yang terbukti berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Klaster responden yang memutuskan berkunjung pada penelitian ini dianalisis dengan analisis klaster hirarki dan analisis klaster *k-means*. Analisis klaster merupakan analisis yang bertujuan untuk mengidentifikasi objek atau individu yang serupa berdasarkan beberapa kriteria (Pasaribu et al., 2024). Pada tahap pertama dilakukan analisis untuk mengidentifikasi jumlah klaster yang terbentuk secara alami menggunakan analisis klaster dengan metode hirarki. Kemudian setelah jumlah klaster yang terbentuk secara alami teridentifikasi, maka selanjutnya dilakukan analisis untuk mengidentifikasi kategori responden yang termasuk ke dalam klaster yang terbentuk pada analisis klaster hirarki sebelumnya menggunakan analisis klaster dengan metode *k-means*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Faktor Penentu Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Taman Narmada Pulau Lombok

Variabel independen dalam penelitian ini dibentuk berdasarkan beberapa indikator pada tiap variabelnya. Variabel harga dibentuk oleh 2 indikator, yaitu tingkat harga dan kesesuaian harga. Kemudian variabel promosi dibentuk berdasarkan 2 indikator, yaitu intensitas promosi dan daya tarik promosi. Variabel daya tarik dibentuk berdasarkan 3 indikator, yaitu keindahan pemandangan, tingkat keunikan dan tingkat kebersihan. Variabel fasilitas dibentuk berdasarkan 3 indikator yaitu, kelengkapan fasilitas, kebersihan fasilitas dan kelayakan fasilitas. Hal ini serupa dengan penelitian oleh Hapsara dan Ahmadi (2022) yang menggunakan 2 sampai 3 indikator dalam membentuk tiap variabel independen yang diteliti. Sebagai contoh dalam penelitian ini menggunakan variabel citra destinasi yang dibentuk oleh 2 indikator, yaitu citra kognitif dan citra afektif. Kemudian variabel aksesibilitas dibentuk oleh 3 indikator, yaitu akses informasi, akses kondisi jalan menuju objek wisata dan akses akhir perjalanan.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.

Variabel	Indikator Variabel Independen	Nilai Signifansi		Cronbach's Alpha	Hasil
		Hasil	Hasil		
Harga (X1)	Tingkat Harga (X11)	0,001	Valid	0,892	Reliable
	Kesesuaian Harga (X12)	0,001	Valid		
Promosi (X2)	Intensitas Promosi (X21)	0,001	Valid		
	Daya Tarik Promosi (X22)	0,001	Valid		
Daya Tarik (X3)	Keindahan Pemandangan (X31)	0,001	Valid		
	Tingkat Keunikan (X32)	0,001	Valid		
	Tingkat Kebersihan (X33)	0,001	Valid		
Fasilitas (X4)	Kelengkapan Fasilitas (X41)	0,001	Valid		
	Kebersihan Fasilitas (X42)	0,001	Valid		
	Kelayakan Fasilitas (X43)	0,001	Valid		

Sumber: Data Primer diolah (2025).

Berdasarkan uji validitas didapatkan nilai signifikansi tiap indikator variabel adalah sebesar 0,001 sehingga lebih kecil dari 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa indikator yang digunakan pada variabel independen adalah valid. Sedangkan hasil uji reliabilitas didapatkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,892 lebih besar dari 0,70. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel yang digunakan dalam penelitian ini sudah reliable. Dengan demikian analisis regresi logistik sah dilaksanakan.

Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Logistik Biner.

Uji -2 Log Likelihood	Uji Omnibus	Uji Nagelkerke	Uji Hosmer dan Lemeshow	Uji Signifikansi	Uji Koefisien Beta
98,488	0,011	0,192	0,743	(Harga)	(Harga)
				0,984	0,008
				(Promosi)	(Promosi)
				(Daya)	(Daya)

Tarik) 0,524	Tarik) 0,438
(Fasilitas)	(Fasilitas)
0,869	0,098

Sumber: Data Primer diolah (2025).

Berdasarkan hasil analisis regresi logistik biner didapatkan nilai $-2 \log$ likelihood sebesar 98,488 lebih kecil dari pada chi square tabel yaitu 126.574 mengindikasikan bahwa model sebelum dimasukkan variabel independen sudah memenuhi syarat uji.

Pada uji omnibus didapatkan nilai signifikansi sebesar 0,011 lebih kecil dari pada 0,05 mengindikasikan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen secara simultan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Diastuti dan Yulianto (2025) dengan hasil lokasi, harga dan fasilitas memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan secara simultan. Kemudian pada penelitian lainnya oleh Pamungkas dan Hamzah (2025) menunjukkan bahwa harga, fasilitas dan aksesibilitas berpengaruh secara simultan terhadap keputusan berkunjung.

Pada uji nagelkerke didapatkan nilai Nagelkerke R Square sebesar 0,192 mengindikasikan bahwa sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama (simultan) adalah sebesar 19,2%. Sedangkan 80,2% dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel yang diteliti. Terdapat perbedaan pada beberapa penelitian sebelumnya terkait dengan besarnya pengaruh variabel yang diteliti secara simultan. Penelitian sebelumnya cenderung menunjukkan hasil yang lebih tinggi dalam hal besarnya pengaruh variabel yang diteliti secara simultan terhadap keputusan berkunjung. Seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Facrura dan Vinessia (2020) menunjukkan pengaruh variabel yang diteliti secara simultan memiliki nilai sebesar 60,8%. Penelitian lain oleh Sofia, Basalamah dan Dianawati (2024) juga menunjukkan hal serupa dimana pengaruh variabel yang diteliti memiliki pengaruh secara simultan sebesar 58% terhadap keputusan berkunjung.

Variabel independen dalam penelitian ini memberikan kontribusi sebesar 19,2% terhadap keputusan berkunjung, namun bukan berarti bahwa variabel yang diteliti menjadi tidak penting. Faktor dengan sumbangan pengaruh yang tergolong kecil sering kali tidak menunjukkan dampak yang signifikan, namun berkontribusi secara perlahan dan terakumulasi dalam jangka panjang. Dengan demikian, meskipun kontribusinya relatif kecil, variabel-variabel tersebut tetap memiliki relevansi dalam mempengaruhi keputusan berkunjung dan tetap perlu memperoleh perhatian dalam pengelolaan ataupun pengembangan untuk destinasi wisata, khususnya Wisata Taman Narmada. Kemudian berdasarkan hasil uji hosmer dan lemeshow didapatkan nilai signifikansi sebesar 0,743. Data dikatakan baik apabila nilai signifikansi lebih besar dari pada 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan antara variabel.

Berdasarkan hasil uji signifikansi diketahui bahwa promosi adalah satu-satunya variabel independen yang mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan ke Taman Narmada secara parsial dengan nilai signifikansi sebesar 0,04 lebih kecil dari pada 0,05. Selain promosi tidak ada variabel independen yang berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen dikarenakan semua variabel independen selain promosi memiliki nilai signifikansi lebih besar dari pada 0,05. Arah pengaruhnya ditentukan berdasarkan nilai koefisien beta. Diketahui bahwa nilai koefisien beta variabel promosi adalah sebesar 1,077. Hal ini mengindikasikan bahwa setiap terjadi peningkatan intensitas promosi dan peningkatan daya tarik promosi akan mempengaruhi keputusan wisatawan untuk berkunjung sebab nilai koefisien beta adalah positif. Hasil penelitian ini dapat menjadi pertimbangan bagi pengelola Taman Narmada dalam mengatur

strategi promosi agar promosi yang dilakukan dapat ditingkatkan intensitasnya dan daya tarik yang diberikan oleh promosi tersebut. Sebab pada penelitian ini variabel promosi dibentuk oleh 2 indikator, yaitu intensitas promosi dan daya tarik promosi.

Berdasarkan hasil penelitian secara keseluruhan menunjukkan bahwa variabel harga, promosi, daya tarik, dan fasilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Namun secara parsial masing-masing variabel tidak menunjukkan pengaruh signifikan selain promosi. Temuan ini menunjukkan bahwa wisatawan tidak menilai satu faktor secara terpisah, melainkan menilai destinasi sebagai satu kesatuan yang utuh. Keputusan untuk berkunjung terbentuk melalui kombinasi atribut destinasi, bukan berdasarkan satu aspek saja. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian serupa dari (Kinanggi et al., (2025) yang menyatakan bahwa objek penelitiannya, yaitu Pantai Banjar harus mempertahankan dan meningkatkan faktor dari sisi daya tarik dan fasilitas, meskipun daya tarik tidak memiliki pengaruh secara parsial, namun secara simultan daya tarik dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan.

Perilaku wisatawan pada dasarnya bersifat holistik. Harga yang murah tidak akan menarik jika tidak diikuti fasilitas yang memadai. Begitu pula fasilitas yang bagus tidak cukup meningkatkan minat apabila daya tarik destinasi tergolong biasa saja. Bahkan daya tarik yang kuat tetap kurang optimal apabila fasilitas pendukung tidak memadai sehingga pengalaman kunjungan menjadi kurang menyenangkan. Hal ini serupa dengan temuan pada penelitian oleh Hidayat dan Surwandi (2025) yang menunjukkan bahwa hanya satu dari dua variabel yang diteliti yang memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung, namun secara simultan semuanya berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Dalam penelitian tersebut variabel yang berpengaruh signifikan adalah daya tarik. Sedangkan variabel yang tidak berpengaruh signifikan adalah fasilitas.

Dengan demikian, pengoptimalan pada satu faktor saja tidak cukup untuk mempengaruhi keputusan berkunjung, seluruh elemen destinasi harus ditingkatkan secara simultan agar persepsi wisatawan terhadap destinasi terbentuk secara positif dan menyeluruh. Sebagai contoh, fasilitas dan daya tarik yang optimal tidak mungkin bisa didapatkan dengan harga yang murah sebab fasilitas yang memadai dan meningkatkan daya tarik memerlukan biaya, maka faktor harga tiket perlu disesuaikan agar tidak terlalu murah sehingga wisatawan tetap bisa menikmati fasilitas dan daya tarik yang optimal. Dengan demikian wisatawan akan merasa jumlah uang yang dikeluarkan sepadan dengan apa yang didapatkan. Kemudian dari sisi faktor daya tarik, wisatawan tentu memiliki ekspektasi sesuai dengan jumlah uang yang dikeluarkan, maka pengoptimalan daya tarik dari sisi keindahan pemandangan, tingkat keunikan dan tingkat kebersihan (indikator pembentuk variabel daya tarik) perlu dilakukan sesuai dengan perhitungan dari sisi faktor harga agar tidak mengalami kerugian. Kemudian dari sisi faktor fasilitas, serupa dengan faktor daya tarik, perlu dilakukan pengoptimalan terhadap faktor fasilitas dari segi tingkat kelengkapan fasilitas, kebersihan dan kelayakan dengan tetap memperhatikan faktor harga tiket sehingga pendapatan dapat dikontribusikan ke dalam mengembangkan dan pengoptimalan faktor fasilitas. Dengan demikian maka akan meningkatkan potensi wisatawan dalam memutuskan untuk berkunjung ke Taman Narmada sesuai dengan hasil penelitian ini bahwa ke-empat faktor yang diteliti memiliki pengaruh secara simultan dan terkhusus promosi menunjukkan pengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Taman Narmada di Pulau Lombok.

Klaster Wisatawan Taman Narmada

Berdasarkan hasil analisis klaster hirarki didapatkan klaster alami yang terbentuk dari 84 responden yang memutuskan berkunjung sebanyak 2 klaster. Kemudian untuk menganalisis jumlah anggota dan karakteristik anggota yang berada pada masing-masing klaster digunakan analisis klaster *k-means*. Pada analisis klaster *k-means*, jumlah klaster yang terbentuk tidak bisa dihasilkan secara alami, oleh karena itu diperlukan hasil dari analisis klaster hirarki, yaitu 2 klaster, sehingga jumlah klaster yang dimasukkan ke dalam analisis klaster *k-means* adalah sebanyak 2 klaster.

Tabel 3. Hasil Analisis Klaster *K-Means*.

Kriteria	Klaster	
	1	2
Gender	0	0
Pendapatan	2	5
Pendidikan	1	1
Etnis	1	1
Rekreasi	4	5
Edukasi	4	4
Sosial	4	4
Selera Pemandangan	4	5
Pengalaman Baru	4	4
Umur	21	39

Sumber: Data Primer diolah (2025).

Berdasarkan hasil analisis klaster *k-means*, diketahui bahwa kriteria yang menjadi pembeda antara klaster pertama dan kedua adalah pendapatan dengan selisih nilai antar klaster sebesar 3 yang artinya berbeda signifikan dan pada umur yang selisihnya adalah 18. Hal ini mengindikasikan bahwa hanya kriteria pendapatan dan umur yang sah menjadi pembeda antar klaster.

Klaster pertama didominasi oleh wisatawan dengan rata-rata pendapatan atau uang saku per bulan berada di kategori 2, yaitu Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000 serta didominasi wisatawan dengan umur berada di kisaran 21 tahun. Kemudian klaster kedua didominasi wisatawan dengan pendapatan atau uang saku per bulan berada di kategori 5, yaitu di atas Rp. 5.000.000 dan didominasi wisatawan dengan kisaran umur 39 tahun. Sedangkan kategori selain pendapatan dan umur tidak memiliki perbedaan signifikan antar klasternya. Hal tersebut ditandai dengan perbedaan nilai pada kriteria di masing-masing klaster yang tidak begitu signifikan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Mahardika et al., (2023) yang menunjukkan penelitian tersebut menghasilkan 3 klaster berbeda pada wisatawan mancanegara yang terdiri dari 14, 54, dan 18 negara. Klaster pertama memiliki karakteristik wisatawan mancanegara dengan pengeluaran yang tinggi. Klaster kedua memiliki karakteristik wisatawan mancanegara dengan pengeluaran menengah. Sedangkan klaster ketiga memiliki karakteristik wisatawan mancanegara dengan pengeluaran rendah. Selain itu penelitian oleh Pratama (2022) menunjukkan hasil yang serupa dengan penelitian ini dimana pada salah satu klaster yang terbentuk memiliki karakteristik berupa wisatawan yang memiliki pendapatan berkisar Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000.

Berdasarkan hasil analisis tersebut, pengelola Taman Narmada dapat merumuskan kebijakan dan strategi yang menyesuaikan karakteristik mayoritas

wisatawan yang berkunjung. Pada penelitian ini menunjukkan sebagian besar responden yang memutuskan berkunjung berada pada kelompok usia sekitar 21 tahun, maka perumusan aspek harga, promosi, daya tarik, dan fasilitas perlu disesuaikan agar relevan dengan preferensi kelompok usia tersebut. Selain itu, dengan mempertimbangkan bahwa mayoritas wisatawan memiliki tingkat pendapatan pada kisaran Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000, maka penetapan harga, bentuk promosi, pengembangan daya tarik, serta penyediaan fasilitas juga hendaknya diselaraskan dengan kemampuan dan kebutuhan ekonomi kelompok tersebut.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian disusun kesimpulan penelitian sebagai berikut:

1. Faktor yang mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan ke Taman Narmada secara simultan adalah harga tiket, promosi, daya tarik dan fasilitas. Sedangkan faktor yang mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan secara parsial adalah promosi.
2. Klaster wisatawan yang terbentuk pada penelitian ini terbagi menjadi 2 klaster, yaitu klaster pertama dengan jumlah anggota 76 responden didominasi oleh wisatawan dengan pendapatan atau uang saku per bulan sekitar Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000 dan umur rata-rata di 21 tahun. Sedangkan klaster kedua dengan jumlah anggota 8 orang didominasi oleh wisatawan dengan pendapatan di atas Rp. 5.000.000 dan umur rata-rata di 40 tahun.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dapat diberikan saran kepada Pengelola Taman Narmada berupa:

1. Pada faktor harga tiket disarankan untuk dilakukan penyesuaian terhadap faktor promosi, daya tarik dan fasilitas, sebab harga tiket sebaiknya mampu memiliki kontribusi keuntungan dan kontribusi dalam pengoptimalan faktor promosi, daya tarik dan fasilitas. Sehingga harga yang harus dibayarkan wisatawan sesuai dengan ekspektasi wisatawan. Dengan demikian akan meningkatkan potensi keputusan wisatawan dalam berkunjung ke Taman Narmada.
2. Pada faktor promosi disarankan secara spesifik untuk melakukan peningkatan terkait intensitas dan daya tarik promosi. Sebab variabel promosi dalam penelitian ini dibentuk oleh 2 indikator, yaitu intensitas promosi dan daya tarik promosi dan arah pengaruhnya terbukti positif sehingga berpengaruh dalam meningkatkan keputusan wisatawan dalam berkunjung ke Taman Narmada.
3. Pada faktor daya tarik disarankan untuk dilakukan pengoptimalan dari sisi keindahan pemandangan, keunikan dan kebersihan tempat wisata sesuai dengan indikator pembentuk daya tarik dalam penelitian ini. Hal ini didukung dari hasil penelitian yang menunjukkan faktor daya tarik berpengaruh secara simultan terhadap keputusan berkunjung wisatawan, sehingga pengoptimalan faktor daya tarik dapat meningkatkan potensi wisatawan dalam memutuskan berkunjung ke Taman Narmada.
4. Pada faktor fasilitas disarankan agar dilakukan pengoptimalan dari sisi kelengkapan fasilitas, kebersihan dan kelayakan, sebab terbukti dari hasil penelitian yang menunjukkan bahwa faktor fasilitas berpengaruh secara simultan terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Dengan demikian, pengoptimalan faktor fasilitas dapat meningkatkan potensi wisatawan dalam berkunjung ke Taman Narmada.

5. Berdasarkan hasil analisis kluster diketahui bahwa wisatawan yang memutuskan berkunjung didominasi oleh 76 dari 84 wisatawan yang memutuskan berkunjung dengan usia rata-rata di 21 tahun dan pendapatan atau uang saku per bulan berkisar antara Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000, oleh karena itu disarankan kepada pengelola Taman Narmada agar membuat strategi pemasaran yang relevan dengan kriteria tersebut, sebab penelitian ini telah membuktikan bahwa wisatawan yang memutuskan berkunjung cenderung memiliki kriteria tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, S. (2016). Taman Narmada, Taman Paling Favorit di Lombok. <https://lombokbaratkab.go.id/taman-narmada-taman-palig-favorit-di-lombok/>
- Azi, P. Y., Kaleka, M. U., & Meo, M. M. (2024). Agrowisata dalam Rangka Mendukung Pembangunan Pertanian di Kabupaten Ngada. *Jurnal Kridatama Sains Dan Teknologi*, 6(2), 469–477.
- Diastuti, N., & Yulianto, A. E. (2025). Pengaruh Lokasi, Harga dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung ke Objek Wisata Pantai Pasir Putih Delegan Gresik. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 14(10), 2–18.
- Facrureza, D., & Vinessia, C. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Wisatawan Berkunjung ke Museum Tekstil Jakarta. *Sadar Wisata: Jurnal Pariwisata*, 3(2), 81–92. <http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/wisata>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis Seventh Edition*. Pearson Education.
- Hapsara, O., & Ahmadi. (2022). Analisis Keputusan Berkunjung Melalui Minat Berkunjung: Citra Destinasi dan Aksesibilitas Pada Geopark Merangin Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan (Mankeu)*, 11(1), 64–76. www.beritasatu.com
- Hardina, M. S., & Sudarusman, E. (2021). Pengaruh Harga, Lokasi, dan Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung Wisata Taman Sari di Yogyakarta. *Cakrawangsa Bisnis*, 2(1), 85–100.
- Hidayat, T., & Surwandi, W. (2025). Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung di Pantai Tanjung Kelayang. *Manajemen Dan Pariwisata*, 4(1), 112–123.
- Junensih, S. A., & Ratnawili. (2021). Pengaruh Fasilitas Wisata, Harga dan Keamanan Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Wisata Suban Air Panas Curup. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis*, 2(2), 138–145.
- Kinanggi, M., Moenardy, K., Messakh, A., & Isliko, T. (2025). Pengaruh Daya Tarik dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Pada Pengunjung Pantai Sebanjar Kabupaten Alor). *Jurnal Bisnis & Manajemen*, 18(1), 655–664.
- Kusuma, F. A., Safitriani, A., Firdaus, Astono, A. D., Septiana, Z., & Puspitasari, I. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Tiket, Fasilitas dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Kolam Renang Pandanaran Hills. *Business Perspective Journal*, 4(1), 28–38.
- Listyowati, D., Raring, P. G., Hursepuny, J., Hermawan, F., & Santoso, H. (2023). Pengaruh Beauty Influencer dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening. *Jurnal Widya*, 4(2), 339–350.
- Mahardika, A. A., Kencana, E. N., Sukarsa, I. K. G., Jayanegara, K., Wijayakusuma, I. L., & Sumarjaya, I. W. (2023). Klasterisasi Karakteristik Wisatawan Mancanegara Menggunakan Metode K-Means Clustering. *E-Jurnal Matematika*, 12(2), 140–148. <https://doi.org/10.24843/mtk.2023.v12.i02.p411>

- Nareswari, O. A., Handayani, N. U., & Sriyanto. (2023). Analisis Regresi Logistik Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung. *Jurnal Teknik Industri*, 18(3), 182–189.
- Pamungkas, R. S. N., & Hamzah, F. (2025). Pengaruh Harga, Fasilitas dan Aksesibilitas terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Destinasi Wisata Gunung Puntang. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 4(3), 552–564. <https://doi.org/10.55606/jempper.v4i3.5102>
- Pasaribu, N. G., Wulandari, F. W., & Wulandari, S. P. (2024). Pengelompokan Indikator Kemiskinan di Kabupaten/Kota Aceh Tahun 2021 Menggunakan Analisis Kluster. *Bilangan: Jurnal Ilmiah Matematika, Kebumian Dan Angkasa*, 2(6), 34–57. <https://doi.org/10.62383/bilangan.v2i6.306>
- Pratama, A. K. Y. (2022). Metode K-Means untuk Segmentasi Wisatawan Berdasarkan Aspek Sosio-Ekonomi. *ILKOMNIKA: Journal of Computer Science and Applied Informatics*, 4(2), 190–197. <https://doi.org/10.28926/ilkomnika.v4i2.503>
- Rokhayah, E. G., & Andriana, A. N. (2021). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas, dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Pantai Istana Amal Kabupaten Penajam Paser Utara. *Jurnal Kajian Dan Terapan Pariwisata*, 2(1), 10–18. <https://doi.org/10.53356/diparojs.v2i1.43>
- Sofia, H., Basalamah, M. R., & Dianawati, E. (2024). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas dan Media Sosial Terhadap Keputusan Berkunjung di Kota Batu. *Jurnal Riset Manajemen*, 13(1), 707–714.
- Soraya, N., Syukriati, & Jumaidin. (2025). Pengaruh Harga Tiket dan Atraksi Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Destinasi Wisata D’Gonggres Bilebante Lombok Tengah. *Journal of Tourism and Interdisciplinary*, 5(1), 180–191.
- Subhaktiyasa, P. G. (2024). Evaluasi Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif: Sebuah Studi Pustaka. *Journal of Education Research*, 5(4), 5599–5609.
- Waruwu, M., Pu`at, S. N., Utami, P. R., Yanti, E., & Rusydiana, M. (2025). Metode Penelitian Kuantitatif: Konsep, Jenis, Tahapan dan Kelebihan. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 10(1), 917–932. <https://doi.org/10.29303/jipp.v10i1.3057>