



**PENGARUH AKSESIBILITAS, DAYA TARIK WISATA,
DIGITAL MARKETING DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG KE OBJEK
WISATA DI KABUPATEN CILACAP**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen**

Oleh:

ALIYA ALIMI

41221012

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
BUMIAYU**

2025



**PENGARUH AKSESIBILITAS, DAYA TARIK WISATA,
DIGITAL MARKETING DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG KE OBJEK
WISATA DI KABUPATEN CILACAP**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen**

Oleh:

ALIYA ALIMI

41221012

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

BUMIAYU

2025

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **"PENGARUH AKSESIBILITAS, DAYA TARIK WISATA, *DIGITAL MARKETING* DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG"**

Oleh

Nama : Aliya Alimi
NIM : 41221012
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomika dan Bisnis

Telah dipertahankan di depan dewan penguji Skripsi pada tanggal 4 bulan September tahun 2025.

DEWAN PENGUJI

Nama Penguji

Tanda Tangan

Ketua Tim Penguji/Pembimbing

Mukhroji, S.E., M.M.

NIDN. 0621058902

Dosen Penguji I

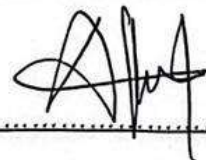
Sarah Dien Hawa, S.E., M.Si

NIDN. 0622059001

Dosen Penguji II

Adi Susanto, S.H., S.Pd., M.M

NIDN. 0602028302



Diterima dan disahkan,

Pada tanggal

Dekan

Ketua

Fakultas Ekonomik dan Bisnis

Program Studi S1 Manajemen



Mukhroji, S.E., M.M.

NIPY. 16.02.120



Sarah Dien Hawa, S.E., M.Si

NIPY. 16.01.101

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Aliya Alimi

NIM : 41221012

Jurusan : Manajemen

Memaparkan dengan jujur, bahwa skripsi ini sepenuhnya benar-benar merupakan hasil karya saya dan tidak ada bagian dari tulisan atau pemikiran orang lain yang saya akui sebagai milik saya, kecuali jika telah disebutkan secara tertulis dalam naskah ini serta dicantumkan daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini merupakan hasil plagiat saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik yang diperoleh berdasarkan skripsi ini.

Paguyangan, 4 September 2025

Yang membuat pernyataan



Aliya Alimi

NIM. 41221012

MOTTO PERSEMBAHAN

"Selalu ada harga dalam sebuah proses. Nikmati saja lelah - lelah itu. Lebarakan lagi rasa sabar itu. Semua yang kamu investasikan untuk menjadika dirimu serupa yang kamu impikan mungkin tidak akan selalu berjalan lancar. Tapi, gelombang - gelombang itu yang nanti bisa kamu ceritakan"

(Boy Candra)

"Tidak ada mimpi yang terlalu tinggi dan tidak ada mimpi yang patut diremehkan. Lambungkanlah setinggi yang kamu inginkan dan gapailah dengan selayaknya yang kamu harapkan"

(Maudy Ayunda)

Puji Syukur saya panjatkan kepada Alloh SWT dengan kasih sayang-Nya memberikan nikmat yang hebat, memberi saya petunjuk dengan ilmu pengetahuan sehingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Tiada lembar dalam skripsi yang paling indah dalam laporan skripsi ini kecuali lembar persembahan. Skripsi ini saya persembahkan dengan penuh rasa hormat dan cinta kepada kedua orang tua saya. Bapak dan Ibu yang tidak pernah lelah memberikan dukungan, kasih sayang, serta doa dalam setiap langkah perjuangan saya. Terima kasih untuk semua doa dan dukungan yang Bapak dan Ibu berikan sehingga saya bisa sampai pada titik ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, atas limpahan Rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyusun penulisan skripsi ini dengan judul "Pengaruh Aksesibilitas, Daya Tarik Wisata, *Digital Marketing* dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Berkunjung ke Objek Wisata di Kabupaten Cilacap". Penyusunan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat meraih gelar sarjana di Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Peradaban. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, akan sangat sulit bagi saya untuk menyelesaikan dengan baik. Oleh karena itu, dengan penuh rasa syukur dan hormat, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Assoc. Prof. Dr. Kadarisman, S.H., M.Si. selaku Rektor Universitas Peradaban.
2. Bapak Mukhroji, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Peradaban. Dan selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan masukan yang sangat bermanfaat dalam penulisan skripsi ini.
3. Ibu Sarah Dien Hawa, S.E., M.Si., selaku Ketua Program studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomika dan bisnis, Universitas peradaban.
4. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Terima kasih atas pengetahuan dan pengalaman berharga yang telah didapatkan penulis selama menyelesaikan studi ini.
5. Terima kasih yang tulus penulis sampaikan kepada kedua orang tua tercinta. Bapak Alimi dan Ibu Saminah, yang selalu menjadi penyemangat dalam setiap

langkah penulis. Dukungan, doa dan pengorbanan yang tak ternilai menjadi alasan utama penulis mampu menyelesaikan skripsi ini hingga akhir.

6. Penulis juga berterima kasih kepada kakak tersayang, Ika Marlisa Raharjo, S.Kom,M.Kom, dan Faozi atas dukungan, inspirasi dan semangat yang telah diberikan selama proses penulisan skripsi
7. Untuk teman seperjuangan, Meiliyani Dewi Larasati, Laiq Maulina, Khoirina Nasida dan M. Robbi Pradana. Terima kasih telah menjadi tempat berbagi cerita, tawa dan tangis yang tak terlupakan. Kehadiran, dukungan, serta kebersamaan kalian merupakan sumber kekuatan dan semangat yang sangat berarti dalam menjalani setiap langkah perjalanan akademik penulis.
8. Kepada diri saya sendiri, yang telah berusaha dan bertahan melewati setiap proses perjalanan yang panjang hingga akhirnya bisa sampai pada titik ini. Penulis belajar bahwa setiap langkah meski kecil, tetap membawa penulis *go forward* menuju impian. Dalam perjalanan ini "*people come and go*" namun setiap orang yang hadir memberi warna dan perjalanan yang berharga yang ikut menemani proses hingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan studi ini.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dalam pengembangan ilmu pengetahuan.

Paguyangan, 4 September 2025

Penulis

Aliya Alimi

NIM. 41221012

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh aksesibilitas, daya tarik wisata, *digital marketing* dan kualitas pelayanan terhadap keputusan berkunjung ke objek wisata di Kabupaten Cilacap. Fenomena yang melatarbelakangi penelitian ini adalah fluktuasi jumlah kunjungan pada objek wisata di Kabupaten Cilacap dalam 5 tahun terakhir. Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan sampel menggunakan *nonprobability sampling* dengan metode *convenience sampling*. Data penelitian ini dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 270 responden. Analisis data dilakukan menggunakan teknik *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan program SmartPLS untuk menguji pengaruh langsung antar variabel. Hasil analisis menunjukkan bahwa: 1) aksesibilitas berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung, 2) daya tarik wisata berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung, 3) *digital marketing* berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung, 4) kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung. Temuan hasil penelitian ini memberikan kontribusi bagi pengembangan teori dan rekomendasi praktis bagi pengelola objek wisata dalam upaya meningkatkan daya saing dan kunjungan wisatawan di Kabupaten Cilacap.

Kata Kunci: Aksesibilitas, Daya Tarik Wisata, *Digital Marketing*, Kualitas Pelayanan, Keputusan Berkunjung

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of accessibility, tourist attraction, digital marketing and service quality on the decision to visit tourist attractions in Cilacap Regency. The phenomenon driving this research is the fluctuation in the number of visits to tourist attractions in Cilacap Regency over the past five years. This study employs a quantitative approach with a non-probability sampling technique using convenience sampling. Data were collected through questionnaires distributed to 270 respondents. Data analysis was carried out using Structural Equation Modeling (SEM) with the SmartPLS program to test the direct influence among variables. The results of the analysis show that: 1) accessibility has a positive effect on visiting decisions, 2) tourist attraction has a positive effect on visiting decisions, 3) digital marketing has a positive effect on visiting decisions, 4) service quality has a positive effect on visiting decisions. The findings of the study contribute to the development of theory and provide practical recommendations for tourism managers in efforts to enhance competitiveness and increase tourist visits in Cilacap Regency.

Keywords: *Accessibility, Tourist Attraction, Digital Marketing, Service Quality, Visiting Decision.*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
MOTTO PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian	12
D. Manfaat Penelitian	13
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PERUMUSAN MODEL PENELITIAN ...	14
A. Telaah Pustaka.....	14
1. Keputusan Berkunjung	15

2. Aksesibilitas	17
3. Daya Tarik Wisata	18
4. Digital Marketing	20
5. Kualitas Pelayanan	21
B. Perumusan Model Penelitian	22
1. Penelitian Terdahulu.....	22
2. Perumusan Hipotesis	26
3. Kerangka Pemikiran dan Model Penelitian	31
BAB III METODE PENELITIAN DAN TEKNIK ANALISIS DATA	35
A. Metode Penelitian	35
1. Jenis Penelitian.....	35
2. Lokasi Penelitian	35
3. Waktu Penelitian.....	35
4. Populasi dan Sampel	36
5. Sumber Data	37
6. Teknik Pengumpulan Data	38
7. Definisi Konsep dan Operasional Variabel	39
B. Teknik Analisis Data.....	43
1. Analisis Deskriptif.....	43
2. Analisis SEM (Structural Equation Modeling).....	45
3. Evaluasi PLS (Partial Least Square)	46
4. Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	47

5. Evaluasi Struktural (<i>Inner Model</i>)	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	54
A. Gambaran Umum Objek penelitian	54
1. Profil Singkat objek wisata Kabupaten Cilacap.....	54
B. Gambaran Umum Responden.....	55
C. Analisis Data dan Pembahasan	62
1. Analisis Deskriptif.....	62
2. Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	73
3. Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	88
4. Pembahasan	101
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	107
A. Kesimpulan.....	107
B. Saran	108
DAFTAR PUSTAKA	111
LAMPIRAN-LAMPIRAN	120

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Kesenjangan Penelitian Aksesibilitas terhadap Keputusan Berkunjung ...	5
Tabel 2. Kesenjangan Penelitian Daya Tarik Wisata terhadap Keputusan Berkunjung.....	7
Tabel 3. Kesenjangan Penelitian <i>Digital Marketing</i> terhadap Keputusan Berkunjung.....	8
Tabel 4. Kesenjangan Penelitian Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Berkunjung.....	10
Tabel 5. Skala Likert	38
Tabel 6. Definisi Operasional Variabel	40
Tabel 7. Nilai Indeks	45
Tabel 8. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Tabel 9. Responden Berdasarkan Usia	57
Tabel 10. Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan	58
Tabel 11. Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	59
Tabel 12. Responden Berdasarkan Daerah Asal.....	60
Tabel 13. Responden Berdasarkan Objek Wisata.....	61
Tabel 14. Jawaban Responden Variabel Aksesibilitas	63
Tabel 15. Jawaban Responden Variabel Daya Tarik Wisata.....	65
Tabel 16. Jawaban Responden Variabel <i>Digital Marketing</i>	66
Tabel 17. Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan	68
Tabel 18. Jawaban Responden Variabel Keputusan Berkunjung	71
Tabel 19. Nilai <i>Outer Loading</i> Konstruk Eksogen / Independen Aksesibilitas.....	74

Tabel 20. Nilai <i>Outer Loading</i> Konstruk Eksogen / Independen Daya Tarik Wisata.....	75
Tabel 21. Nilai <i>Outer Loading</i> Konstruk Eksogen / Independen <i>Digital Marketing</i>	76
Tabel 22. Nilai <i>Outer Loading</i> Konstruk Eksogen / Independen Kualitas Pelayanan.....	77
Tabel 23. Nilai <i>Outer Loading</i> Konstruk Endogen / Dependen Keputusan Berkunjung	78
Tabel 24. Evaluasi Konstruk Reliabilitas dan Validitas	79
Tabel 25. Nilai <i>Cross Loading</i>	80
Tabel 26. <i>Fornell-Larcker Criterion Discriminant Validity</i>	83
Tabel 27. Evaluasi Statistik Kolinearitas.....	84
Tabel 28. Evaluasi Signifikansi dan Relevansi <i>Outer Weights</i>	86
Tabel 29. Evaluasi Statistik Kolinearitas Struktural (<i>Inner VIF</i>).....	89
Tabel 30. Evaluasi Koefisien Determinasi (<i>R-Square</i>)	90
Tabel 31. Evaluasi Koefisien Efek (F^2).....	91
Tabel 32. Evaluasi Relevansi Prediktif (Q^2)	92
Tabel 33. Evaluasi Prediksi PLS (<i>PLS-Predict</i>)	93
Tabel 34. Signifikansi dan Relevansi Koefisien Jalur (<i>Path Coeficient</i>)	94
Tabel 35. Konfidensi Interval 95%	95
Tabel 36. Pengujian Hipotesis Langsung (<i>Direct Effect</i>).....	97
Tabel 37. Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Langsung (<i>Direct Effect</i>).....	100
Tabel 38. Kesesuaian Model (<i>Model Fit</i>).....	100
Tabel 39. Rangkuman Hasil Penelitian	101

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Jumlah Pengunjung Wisatawan di Kabupaten Cilacap.....	3
Gambar 2. Kerangka Pemikiran.....	32
Gambar 3. Model Penelitian	33
Gambar 4. Hasil Uji Outer Model.....	74
Gambar 5. Hasil Pengujian Hipotesis.....	96

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	120
Lampiran 2. Data Jumlah Pengunjungan Wisatawan di Kabupaten Cilacap.....	129
Lampiran 3. Tabulasi Data Aksesibilitas (X1).....	130
Lampiran 4. Tabulasi Data Daya Tarik Wisata (X2)	145
Lampiran 5. Tabulasi Data <i>Digital Marketing</i> (X3)	155
Lampiran 6. Tabulasi Data Kualitas Pelayanan (X4).....	165
Lampiran 7. Tabulasi Data Keputusan Berkunjung (Y).....	185
Lampiran 8. Nilai <i>Loading Factor</i>	195
Lampiran 9. Output <i>Construct Reliability</i>	197
Lampiran 10. Output Nilai <i>Cross Loading</i>	198
Lampiran 11. Output <i>Fornell-Larcker Criterion Discriminant Validity</i>	200
Lampiran 12. Output <i>Collinearity Statistic Outer VIF (Outer VIF)</i>	201
Lampiran 13. Output Signifikansi dan Relevansi <i>Outer Weight</i>	203
Lampiran 14. Output <i>Collinearity Statistic (Inner VIF)</i>	205
Lampiran 15. Output R^2	206
Lampiran 16. Output F^2	207
Lampiran 17. Output Q^2 <i>Predictive Relevance</i>	208
Lampiran 18. Output Hasil Perhitungan <i>PLS-Predict</i>	209
Lampiran 19. Output Hasil T-Statistik	210
Lampiran 20. <i>Confidence Interval 95%</i> dari Koefisien Jalur	211
Lampiran 21. Total <i>Direct Effect</i>	212
Lampiran 22. Output Model (SRMR).....	213
Lampiran 23. Hasil Uji <i>Outer Model</i>	214

Lampiran 24. Daftar Riwayat Hidup..... 215