

PENGARUH FASILITAS DAN HARGA PADA MINAT BERKUNJUNG DI PANTAI LON MALANG SAMPANG

Khairul Huda, Yustina Chrismardani

Universitas Trunojoyo Madura

Corresponding author: khairulhuda757@gmail.com

Keywords

Tourist Facilities

Prices

Visiting Interests

ABSTRACT

The motivation behind this awareness is to find out the effect of prices and facilities on visiting intentions. People who know or have heard in the last 1 year. With a population of 100 respondents with a purposive sampling method. Methods of data collection is done by distributing questionnaires, this research is quantitative. The analytical methods in this study are instrument test (validity and reliability), classic assumption test, multiple linear regression analysis and t test, F test, and test of the coefficient of determination. The results of this study indicate (1) facilities have a significant effect on visiting intentions, (2) prices have a significant effect on visiting intentions, (3) facilities and prices have a significant effect on visiting intentions.

Pendahuluan

Sektor pariwisata di Indonesia sudah mulai tumbuh dan berkembang, bahkan sektor pariwisata diharapkan dapat menjadi sektor andalan yang mampu untuk menjadi penggerak dari ekonomi lain yang terkait. Tempat wisata merupakan salah satu tempat bagi wisatawan untuk merasakan ketenangan hidup, hal yang menjadi daya tarik wisata adalah sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan. Pulau Madura mempunyai potensi wisata yang sangat besar, dengan banyaknya pemandangan yang belum dijadikan lahan dan juga dekat dengan laut menjadikan Pulau Madura mempunyai cukup peluang untuk menjadikannya sebagai sebagai tempat wisata. Salah satu tempat wisata yang dianggap paling ideal untuk dipilih sebagai lokasi penelitian adalah Wisata Pantai Lon Malang di desa Bira Tengah, Kecamatan Sukobanah, Kabupaten Sampang.

Tempat wisata Pantai Lon Malang Sampang dipilih sebagai lokasi penelitian karena sejumlah alasan yaitu mempunyai keunikan dan daya tarik wisatawan, jumlah pengunjung yang banyak daripada tempat wisata yang ada di Sampang, dan lokasinya berada dalam satu jalur kawasan wisata yaitu pantai di kecamatan Tanjung Bumi di Bangkalan, Air Terjun Torowan Sampang, kawasan ekonomi khusus hutan nera nepa Sampang dan lain-lain. Daya tarik wisata Pantai Lon Malang terhadap minat berkunjung wisatawan tidak lepas dari keindahan, fasilitas, pelayanan, harga, dan lain-lain. Dalam wawancara terhadap pengelola wisata

Pantai Lon Malang terdapat informasi data pengunjung wisatawan pada tahun 2019 mencapai jumlah 103.735 wisatawan, pada tahun 2020 data jumlah wisatawan mencapai 49.050 wisatawan, dan pada tahun 2021 data jumlah wisatawan mencapai 69.487 wisatawan. Untuk memudahkan kepada para penanam modal untuk mengembangkan ekowisata sebaiknya pemerintah dan pemerintah daerah dalam proses pengembangan ekowisata hendaknya dapat memberikan insentif dan kemudahan (Rahayuningsih et al., 2022).

Fasilitas merupakan objek penting dalam sebuah wisata dikarenakan fasilitas merupakan hal yang dipakai untuk menikmati keindahan wisata. Fasilitas yang disediakan dan ditawarkan dapat mempengaruhi minat berkunjung dari wisatawan atau masyarakat (Awaluddin & Haryanti, 2021; Fitriyani & Pramusinto, 2018). Bahkan minat berkunjung ulang juga dipengaruhi dalam hal fasilitas (Fitriani & Wilardjo, 2017). Tingginya peran fasilitas yang disediakan tentu dapat mempengaruhi wisatawan, ketika dilihat dari niat wisatawan untuk melakukan kunjungan tentu saja hal yang dilirik dari wisatawan adalah fasilitas dikarenakan setiap wisatawan yang berkunjung pasti ingin mengabadikan momen bahwasanya mereka pernah berkunjung tentu yang menjadi objek yang diperlihatkan tidak lain adalah fasilitas. Bahkan dalam fasilitas yang disediakan mempengaruhi minat berkunjung wisatawan. Fasilitas merupakan hal yang cukup penting untuk kemudahan (Rahmadayanti & Murtadlo, 2021; Lestari et al., 2022)

Penetapan harga juga merupakan objek yang penting karena jika dilihat pengaruhnya, banyaknya anggapan masyarakat bahwasanya semakin tinggi nilai jual maka semakin bagus atau berkualitas benda atau jasa yang ditawarkan. Kesuksesan dalam menarik minat berkunjung dipengaruhi oleh harga (Bakti et al., 2020); Syarifuddin et al., 2019; Aso et al., 2021; Nurbaeti et al., 2021; Alkatiri et al., 2017; Japarianto & Adelia, 2020). Harga menjadi pertimbangan untuk menarik konsumen sehingga harga yang ditetapkan haruslah sesuai dengan kualitas fasilitas yang didapatkan untuk mendapatkan minat berkunjung dan juga keinginan untuk berkunjung kembali. Harga yang ditetapkan juga memiliki keuntungan terhadap produsen (Halim & Iskandar, 2019). Dari harga yang ditetapkan untuk mencari keuntungan juga harus sesuai dengan fasilitas sehingga harga dapat mempengaruhi minat berkunjung konsumen (Syarifuddin et al., 2019)

Dalam menarik minat berkunjung wisatawan perlunya daya tarik yang tinggi, daya tarik yang ditimbulkan tidak lepas dari fasilitas, harga dan lain-lain. Pemilik dari sebuah tempat haruslah memberikan hal yang unik, keindahan, dan kemenarikan sehingga menjadi daya pikat untuk menarik kunjungan (Sari & Suyuthie, 2022; Makelew et al, 2019; Wiradiputra & Brahmanto, 2016; Japarianto & Adelia, 2020; Miarsih & Wani, 2018; Nurbaeti et al., 2021).

Landasan Teori

Fasilitas

Fasilitas merupakan objek penting dalam sebuah wisata dikarenakan pentingnya pengaruh dalam minat berkunjung. Fasilitas adalah sarana untuk melancarkan pelaksanaan fungsi yang arti lainnya kemudahan. Fasilitas merupakan hal yang penting dan diperlihatkan dalam sebuah usaha jasa (Rahmadayanti & Murtdlo, 2021). Terdapat beberapa indikator fasilitas antara lain pertimbangan atau perencanaan spasial, perencanaan ruangan, perlengkapan atau perabotan, tata cahaya dan warna, pesan-pesan yang disampaikan secara grafis, dan unsur pendukung (Tjiptono, 2014:318). Dalam usaha jasa penilaian dari konsumen erat kaitannya demi majunya suatu usaha, pentingnya sebuah fasilitas dapat menarik minat berkunjung wisatawan. Fasilitas yang disediakan dapat menarik minat berkunjung, sehingga semakin baik fasilitas yang dimiliki maka minat berkunjung masyarakat semakin meningkat (Awaluddin & Haryanti, 2021; Fitriyani & Pramusinto, 2018; Sari & Suyuthie, 2022).

Harga

Harga adalah nilai yang dikeluarkan untuk suatu barang atau jasa yang memiliki suatu nilai tersendiri, sehingga sejumlah nilai dari konsumen harus dikeluarkan untuk ditukar pada suatu barang atau jasa yang memiliki nilai. Harga mempunyai banyak bentuk dan melaksanakan banyak fungsi mulai dari segi manfaat produsen sehingga harga dapat mempengaruhi konsumen (Bakti et al., 2020); (Halim & Iskandar, 2019). Terdapat beberapa indikator harga antara lain : harga terjangkau oleh kemampuan daya beli konsumen, kesesuaian harga dengan kualitas, dan harga memiliki daya saing dengan produk yang sejenis (Kotler & Amstrong, 2008:278). Harga yang ditetapkan haruslah sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan agar wisatawan tertarik untuk membeli dan menggunakan produk wisata yang dijual dengan hal tersebut dapat meningkatkan minat berkunjung wisatawan (Syarifuddin et al., 2019). Karena harga haruslah sesuai dengan fasilitas yang ditawarkan untuk menarik para wisatawan sehingga menciptakan minat berkunjung. Semakin baik harga atau biaya yang ditawarkan maka minat dari konsumen akan meningkat. (Aso et al., 2021; Japarianto & Adelia, 2020; Soegoto & Karamoy, 2020)

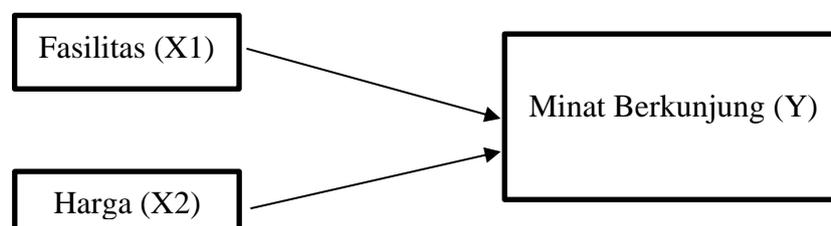
Minat Berkunjung

Minat adalah khasrat atau gairah yang terjadi apabila melihat ciri-ciri atau situasi yang berhubungan dengan keinginan atau kebutuhan. Apabila konsumen melihat produk yang mereka inginkan atau butuhkan maka timbul rasa minat untuk memiliki atau mencoba terhadap produk tersebut, dan minat merupakan rasa suka yang berlebihan akan suatu hal yang dirasakan. Minat beli merupakan pernyataan dalam diri konsumen yang menunjukkan kecenderungan atau ketertarikan konsumen untuk membeli sebuah produk dalam jumlah tertentu dan periode waktu tertentu yang dapat digunakan oleh pihak pemasar untuk menjadi prediksi

keinginan pelanggan (Japariato & Adelia, 2020). Minat berkunjung dapat diidentifikasi melalui indikator berikut yaitu: minat transaksional, minat referensial, minat preferensial dan minat eksploratif (Mauludin, 2017). Dalam mempengaruhi minat dari konsumen atau pelanggan untuk berkunjung terdapat banyak daya tarik mulai dari fasilitas dan harga, hal ini dikarenakan adanya hubungan antara fasilitas dan harga dengan semakin lengkap dan terjaga fasilitas yang disediakan dan sesuainya harga dengan fasilitas yang tersedia sehingga dapat menarik para konsumen atau pelanggan dalam minat berkunjung (Miarsih & Wani, 2018; Nurbaeti et al., 2021)

Kerangka Konseptual Penelitian

Kerangka pemikiran pada penelitian ini ditunjukkan oleh Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Hipotesis

Berdasarkan kerangka penelitian diatas, dapat diambil hipotesis sebagai berikut :

H1 : Fasilitas berpengaruh terhadap minat berkunjung wisata Pantai Lon Malang

H2 : Harga berpengaruh terhadap minat berkunjung wisata Pantai Lon Malang

H3 : Fasilitas dan harga berpengaruh terhadap minat berkunjung wisata Pantai Lon Malang

Metode Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang sistematis terencana, dan terstruktur mulai dari proses pengumpulan data hingga proses penafsirannya. Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat yang mengetahui atau mendengar terkait wisata Pantai Lon Malang dalam 1 tahun terakhir yang berjumlah 100 responden. Desain penelitian yang dipakai didalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini merupakan kuantitatif. Teknik analisa yang digunakan analisis regresi berganda. Teknik pengumpulan data yang peneliti pilih yaitu dengan kuesioner yang disebar secara daring menggunakan *google form* yang akan diisi oleh responden. Skala yang digunakan dalam pengukuran variabel Fasilitas (X1), variabel Harga (X2), dan variabel Minat Berkunjung (Y) yaitu dengan menggunakan skala yang banyak dipergunakan oleh banyak peneliti yaitu *likert*.

Hasil Penelitian

Uji Validitas & Uji Reliabilitas

Pengujian ini dilakukan untuk menguji kebenaran dengan melalui uji validitas dan uji reliabilitas dengan menggunakan data SPSS.

Tabel 1. Uji Reliabilitas

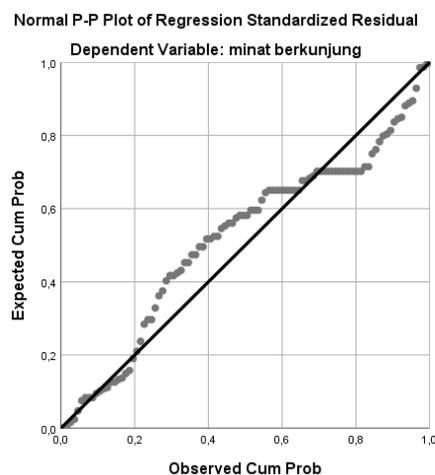
Item	Cronbach's Alpha	Status
Fasilitas (X1)	0,914	Reliabel
Harga (X2)	0,869	Reliabel
Minat Berkunjung (Y)	0,895	Reliabel

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Berdasarkan penjelasan tabel yang ada diatas, bisa dilihat bahwasanya nilai yang terdapat pada *Cronbach Alpha* dari variabel fasilitas (X1) sebanyak 0,914, variabel harga (X2) sebanyak 0,869, dan variabel minat berkunjung (Y) sebanyak 0,895. Karena nilai dari *Cronbach Alpha* dari masing-masing variabel lebih besar dari 0,60 sehingga dari itu sebagaimana atas dasar dari pengambilan keputusan yang terdapat dalam suatu uji reliabilitas yang ada, dapat disimpulkan keseluruhan item pertanyaan demi mendapatkan nilai peubah yang ada dalam fasilitas dan harga terhadap minat berkunjung dapat dikatakan reliabilitas diterima.

Uji Asumsi Klasik

Jenis uji normalitas ini bertujuan guna mengetahui suatu model dari regresi peubah dependen (variabel terikat) serta peubah independen (variabel bebas) yang memiliki sebuah kontribusi ataukah tidak. Dibawah ini merupakan hasil analisis data dalam pengujian normalitas:



Dapat diketahui dari data diatas bahwa hasil histogram berbentuk lonceng dan penyeberan data atau titik yang terdapat di sumbu yang berbentuk diagonal dan

dalam bentuk grafik menunjukkan data yang dihasilkan menyebar di sekitar garis yang berbentuk diagonal dan juga bergerak mengikuti alur arah dari garis diagonal.

**Tabel 2. Uji multikolinieritas
Coefficients^a**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	fasilitas	,409	2,447
	harga	,409	2,447

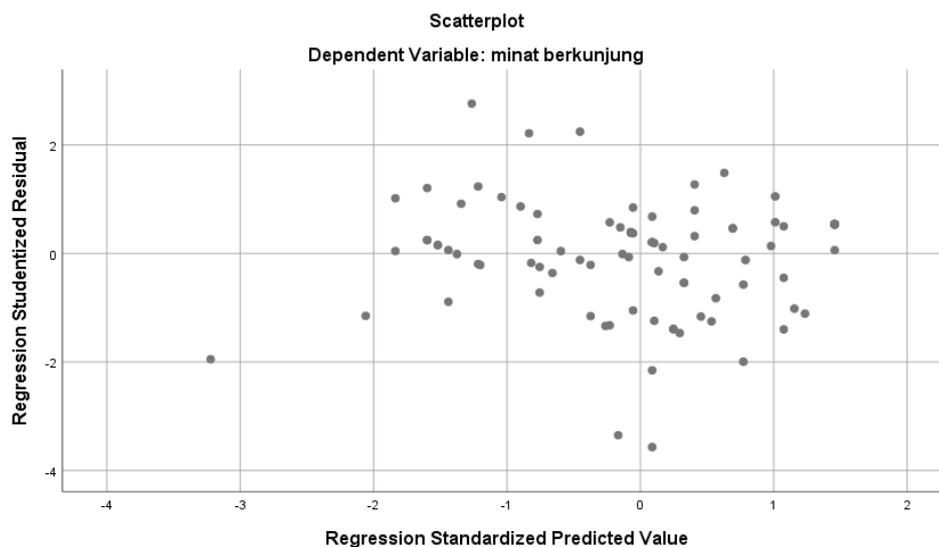
a. Variable terikat: minat berkunjung

Sumber : perhitungan data melalui SPSS

sehingga model regresi melengkapi asumsi dari normalitas. Maka dari itu sebagaimana atas dasar yang diperoleh dari pengambilan keputusan yang ada dalam uji normalitas bisa disimpulkan bahwasanya variabel fasilitas dan harga telah terdistribusi secara normal.

Hasil olah data melalui uji multikolinieritas digunakan untuk mengukur kebenaran pada data yang telah dikumpulkan, berikut dapat di lihat pada tabel dibawah : Berdasarkan table 2 nilai variabel fasilitas dan harga pada VIF 2,447 lebih kecil dari 10 dan tolerance 0,409 lebih besar dibandingkan dari nilai 0,1 karenanya sebagaimana dasar dari pengambilan suatu keputusan yang terdapat dalam uji multikolonieritas di atas, dapat diperoleh suatu simpulan kalau tidak terjadi multikolonieritas.

Pengujian heteroskedastitas bertujuan demi menguji lebih lanjut apakah didalam sebuah model regreesi terjadi suatu ketidakselarasan *variance* dan resedual disatu observasi ke suatu observasi yang lainnya. Berikut hasil uji heteroskedastitas.



Gambar 2. Uji heteroskedastitas
Sumber : Data hitung dengan SPSS

Berdasarkan grafik yang terdapat diatas terlihat adanya sejumlah titik yang menyebar diatas serta dibawah tepatnya terdapat pada sumbu yang Y, tidak adanya terjadi suatu pola yang tertentu. Sehingga dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa ketika scatterplot menyebar maka tidak terjadi heteroskedatistas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis ini dilakukan demi mengetahui apakah terdapat pengaruh yang terjadi antara peubah (variabel) fasilitas dan harga pada minat mengunjungi. Dibawah ini merupakan hasil dari pengolahan data yang telah peneliti lakukan:

Tabel 3. Uji Regresi Dengan Linear Berganda

Model		Unstandardized koefisien	
		B	Stand. Error
1	(konstan)	.408	1.380
	Fasilitas	.192	.063
	Harga	.538	.117

Sumber : Hasil Olah Data SPSS

Berdasarkan tabel diatas diketahui jika persamaan pada regresi linear berganda yang dihasilkan adalah sebagai berikut:

$$Y = 0,408 + 0,192X_1 + 0,538X_2 + e$$

- Dimana:
- Y = variable yang di pengaruhi (minat berkunjung)
 - X1 = variabel (peubah) fasilitas
 - X2 = variable harga
 - a = konstanta dari regresi
 - b1 = koefisien dari regresi fasilitas
 - b2 = koefisien regresi harga

Dari hasil data yang telah dikumpulkan sebelumnya, maka dilakukan pengujian regresi linear berganda dengan menggunakan bantuan program SPSS.

Uji t

Adapun data perhitungan hasil dari data kuesioner untuk menguji kebenaran dengan uji t adalah sebagai berikut:

1. Pengujian dari hipotesis pertama (h1)
 Didapati dari nilai dari sig, dalam pengaruh fasilitas pada minat berkunjung adalah yaitu sebesar $0,003 < 0,05$ maka dari itu bisa disimpulkan kalau hipotesis pertama (h1) dapat diterima yang artinya fasilitas berpengaruh terhadap minat berkunjung.
2. Pengujian dari hipotesis kedua (h2)
 Berdasarkan dari nilai pada sig, bagi pengaruh harga pada minat berkunjung yaitu sejumlah $0,000 < 0,05$ dengan kata lain bisa disimpulkan jikalau hipotesis kedua (h2) dapat diterima yang yang artinya harga berpengaruh terhadap minat berkunjung.

Tabel 4. Hasil Uji Coefficients

Koefisien ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Stand. Error	Beta		
1	(Konstan)	.408	1.380		.295	.768
	Fasilitas	.192	.063	.318	3.046	.003
	Harga	.538	.117	.481	4.609	.000

a. Variable terikat : minat

Sumber : Hasil Olah Data SPSS

Uji F

Adapun data perhitungan hasil dari data kuesioner dengan uji F adalah sebagai berikut :

Tabel 5. Uji Anova

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	578.582	2	289.291	63.751	.000 ^b
	Residual	440.168	97	4.538		
	Total	1018.750	99			

a. Variable terikat: minat
b. Predictors: (Konstan), Harga, Fasilitas

Sumber : Data SPSS, (2022)

Berdasarkan keterangan tabel 5 dapat dinyatakan jika fasilitas dan juga harga dapat menjadi pengaruh yang secara simultan untuk minat kunjungan yaitu nilai signifikansi sebesar 0,000 jauh lebih kecil dibandingkan 0,05 oleh karena itu mampu disimpulkan terdapat pengaruh fasilitas dan harga secara simultan pada minat berkunjung.

Uji Uji Koefisien Determinasi (R²)

Adapun data perhitungan hasil dari data kuesioner dengan uji koefisiensi determinasi adalah sebagai berikut :

Tabel 6. Uji koefisien diterminasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.754 ^a	.568	.559	2.13021

a. Predictors: (Konstan), Harga, Fasilitas

Sumber : Hasil Olah Data SPSS

Berdasarkan data diatas diketahui jika nilai Adjusted R Square sebesar 0,559, hal ini mengartikan bahwa terdapat pengaruh yang besar dari variabel independen

(bebas) yaitu fasilitas serta harga pada variabel terikat (dependen) minat berkunjung yang mana hal ini dapat lebih diperjelas dalam persamaan ini sejumlah 55,9%, Sedangkan yang sisanya yaitu sebesar 44,1% dipengaruhi oleh adanya faktor lain yang tidak bisa dimasukkan kedalam model analisis regresi.

Pembahasan

Penelitian dilakukan di Pantai Lon Malang untuk menganalisis pengaruh dari fasilitas serta juga harga dalam minat berkunjung. Dari hasil analisa regresi, ditemukan bahwa fasilitas, harga memiliki suatu pengaruh positif didalam minat berkunjung pada Pantai Lon Malang. Hasil uji hipotesis pertama bahwasanya terdapat pengaruh fasilitas pada minat berkunjung ke Pantai Lon Malang, hal ini disebabkan karena objek wisata Pantai Lon Malang telah memiliki fasilitas yang lengkap untuk wisatawan antara lain area parkir, mushalla, toilet, cafeteria, spot foto, dan lain-lain. Hal ini sesuai dengan penelitian Mulyantari (2021), Sari & Suyuthie (2022), Nurbaeti, et al (2021), Lestari, et al (2022) dan Awaluddin & Haryanti (2021) bahwasanya dengan fasilitas yang tersedia maka akan menarik para wisatawan untuk berkunjung. kelengkapan, kebersihan terhadap fasilitas harus tetap terjaga, dengan terjaganya fasilitas dapat menarik minat berkunjung dari wisatawan.

Hasil uji hipotesis kedua menunjukkan terdapat pengaruh antara harga terhadap minat berkunjung ke Pantai Lon Malang, hal ini disebabkan pengelola Pantai Lon Malang telah menetapkan harga yang standar dan terjangkau sehingga membuat wisatawan berminat berkunjung. Hal ini sesuai dengan penelitian Bolang, et al (2021), Nurbaeti, et al (2021), dan Aso, et al (2021) bahwasanya harga akan menarik minat para wisatawan untuk berkunjung. Dari hasil analisis menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung.

Hasil uji hipotesis ketiga bahwasanya terdapat pengaruh simultan antara fasilitas, serta harga bagi minat mengunjungi ke Pantai Lon Malang, hal ini disebabkan kesesuaiannya fasilitas yang ada dengan harga yang terjangkau sehingga membuat wisatawan berminat berkunjung. Hal ini searah dengan penelitian Nurbaeti, et al (2021), Irawan, et al (2021) dan Sinaga, et al (2020) bahwasanya dengan fasilitas dan harga yang disediakan dan ditetapkan tentu akan menarik para wisatawan untuk berkunjung. Berdasarkan hasil dari analisis yang sebelumnya telah dilakukan menunjukkan bahwasanya ada pengaruh fasilitas dan harga yang secara signifikan pada minat berkunjung wisatawan ke Pantai Lon Malang.

Simpulan

Dari hasil analisa yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa Fasilitas dan Harga berpengaruh secara signifikan terhadap minat berkunjung di Pantai Lon Malang

Saran

Meningkatkan kelengkapan dan juga kebersihan fasilitas Pantai Lon Malang

Daftar Pustaka

- Alkatiri, S., Tumbel, A. L., & Roring, F. (2017). Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Matahari Departement Store Manado Town Square. *Jurnal EMBA*, 5(2), 1781-1792. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/16394>
- Arlen.J.L.Makelew, Mananeke, L., & Debry.Ch.A.Lintong. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Revisit Intention (Minat Kunjung Ulang) Wisatawan Pada Objek Wisata Alam Batu Angus Di Bitung Analysis of Factors That Influence Revisit Intention of Tourism Interest in Tourism Object in Alam Batu Angus Di Bitung. *Emba*, 7(3), 2631-2640.
- Aso, Maria Trisana; Hidayatullah, Syarif; Alvianna, S. (2021). Destinasi Wisata Dan Harga Pengaruhnya Pada Minat Berkunjung. *Seminar Nasional Kepariwisataaan*, 2(1), 152-161.
- Awaluddin, A., & Haryanti, I. (2021). Pengaruh Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Minat Berkunjung Pada Water Boom Arema Raya Kota Bima. *Manajemen Dewantara*, 5(2), 93-105. <https://doi.org/10.26460/md.v5i2.10286>
- Bakti, U., Hairudin, & Alie, M. S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada di Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomi*, 22(Cara memanager pemasaran), 1. <http://jurnal.unpad.ac.id/sosiohumaniora/article/view/12249/6227>
- Bolang, E. H., Mananeke, L., & Lintong, D. C. A. (2021). Pengaruh Electronic Word Of Mouth , Lokasi Dan Harga Tiket Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Pada Makatete Hill ' S Desa Warembungan The Influence Of Electronic Word Of Mouth , Location And Ticket Prices Towards Tourist Visiting Interest In Makatete Hil. *Jurnal EMBA*, 9(1), 1360-1370.
- Fitriani, r., & wilardjo, s. B. (2017). Sadar wisata, kemenarikan fasilitas, jarak, pengaruhnya terhadap minat berkunjung kembali pada objek wisata masjid agung jawa tengah di kota semarang. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 5(3), 1-23.
- Fitriyani, E., & Pramusinto, H. (2018). Pengaruh Fasilitas Perpustakaan, Kualitas Pelayanan, Dan Kinerja Pustakawan Terhadap Minat Berkunjung Masyarakat. *Economic Education Analysis Journal*, 7(2), 73-84. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/eeaj>
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Strategi Promosi Terhadap Minat Beli. *Jurnal Ilmu Dan Riset ...*, 4(3), 415-424. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2605>
- Irawan, M. R. N., Sayekti, L. I., & Ekasari, R. (2021). Pengaruh Fasilitas Wisata, Promosi Dan Harga Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung Pada Wisata Wego Lamongan. *Ecopreneur*.12, 4(2), 122. <https://doi.org/10.51804/econ12.v4i2.1008>
- Japariato, E., & Adelia, S. (2020). Pengaruh Tampilan Web Dan Harga Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening Variable Pada E-

- Commerce Shopee. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 35–43. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.35-43>
- Lestari, S., Yulita, I. K., & Prabowo, T. H. E. (2022). Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata terhadap Minat Berkunjung Ulang (Studi kasus Wisatawan Pantai Klayar Pacitan). *EXERO: Journal of Research in Business and Economics*, 5(1), 1–35. <https://doi.org/10.24071/exero.v5i1.5037>
- Miarsih, G. S., & Wani, A. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berkunjung Wisatawan Ke Obyek Wisata Religi Masjid Gedhe Kauman Yogyakarta. *Journal of Tourism and Economic*, 1(2), 117–123. <https://doi.org/10.36594/jtec.v1i2.28>
- Mulyantari, E. (2021). Pengaruh Lokasi dan Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung di Objek Wisata Goa Maria Tritis. *Media Wisata*, 18(1), 81–89. <https://doi.org/10.36276/mws.v18i1.79>
- Nurbaeti, N., Rahmanita, M., Ratnaningtyas, H., & Amrullah, A. (2021). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Harga Dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Danau Cipondoh, Kota Tangerang. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 10(2), 269. <https://doi.org/10.23887/jish-undiksha.v10i2.33456>
- Rahayuningsih, E. S., Wibowo, T. A., Studi, P., Pembangunan, E., Ekonomi, F., Bisnis, D., & Madura, U. T. (2022). *Buletin Ekonomika Pembangunan Standar Ekowisata Pantai Lon Malang Buletin Ekonomika Pembangunan*. 3(2).
- Rahmadayanti, T., & Murtadlo, K. (2021). Pengaruh Efektivitas Media Sosial, Daya Tarik, Harga Tiket, dan Fasilitas Pelayanan Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung di Curug Goa Jalmo Kabupaten Pasuruan. *Malia (Terakreditasi)*, 12(1), 125–136. <https://doi.org/10.35891/ml.v12i1.2392>
- Sari, A. N., & Suyuthie, H. (2022). Pengaruh Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Pulau Angso Duo Pariaman. *Pendidikan Tambusai*, 6(1), 1130–1134. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/3029>
- Sinaga, O. S., Candra, V., & Putri, D. E. (2020). Peran Fasilitas Dan Harga Untuk Mendorong Minat Berkunjung Dalam Situasi Covid 19 (Studi Pada Taman Hewan Kota Pematangsiatar , *Ekonomi, Akuntansi, September*, 431–438. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/view/285>
- Soegoto, A. S., & Karamoy, H. (2020). Competitive Strategy Analysis to Increase Consumer Purchasing Decisions on Minimarket Business. *Etikonomi*, 19(1), 119–130. <https://doi.org/10.15408/etk.v19i1.14337>
- Syarifuddin, D., Suryana, Musafa, Martina, S., & Priyanto, R. (2019). Strategi Penetapan Harga Dalam Meningkatkan Minat Berkunjung Wisatawan di Villa Kancil Kampoeng Soenda Majalaya. *Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 225–232.
- Wiradiputra, F. A., & Brahmanto, E. (2016). Analisis Persepsi Wisatawan Mengenai Penurunan Kualitas Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung. *Pariwisata, III, No.2(2)*, 129-137 ISSN: 2355-6587.