

Pengaruh Harga dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Kembali

Puteri Aisyah¹, Yustina Chrismardani²

^{1,2}Universitas Trunojoyo Madura

puteriaisyah2110@gmail.com¹, yustina.chrismardani@trunojoyo.ac.id²

ABSTRACT

This research aims to determine the effect of price and facilities on revisit intention at Lon Malang Beach, Sokobanah District, Sampang Regency. This research is quantitative research with data collection through questionnaires to measure the number of respondents' responses. Data were analyzed using a linear regression analysis. The sampling technique uses purposive sampling technique. A total of 100 respondents who had visited Lon Malang Beach were used as research samples. The results of the research show that price and facilities have a significant effect on revisit intention.

Keywords : Price, Facilities, Revisit Intention.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan fasilitas terhadap minat berkunjung kembali di Pantai Lon Malang Kecamatan Sokobanah Kabupaten sampang. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner untuk mengukur jumlah tanggapan responden. Data dianalisis dengan uji regresi linear. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan teknik purposive sampling. Sebanyak 100 responden yang pernah berkunjung ke Pantai Lon Malang dijadikan sampel penelitian. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa harga dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali.

Kata kunci : Harga, Fasilitas, Minat Berkunjung Kembali.

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan Negara kepulauan terbesar dengan kekayaan alam dan budaya yang melimpah. Potensi pariwisata Indonesia mencakup berbagai macam destinasi, mulai dari pantai yang indah, pegunungan, hutan tropis hingga warisan budaya yang beragam. Dengan kekayaan alam yang dimiliki negara, hal ini juga berpotensi bagi sektor pariwisata.

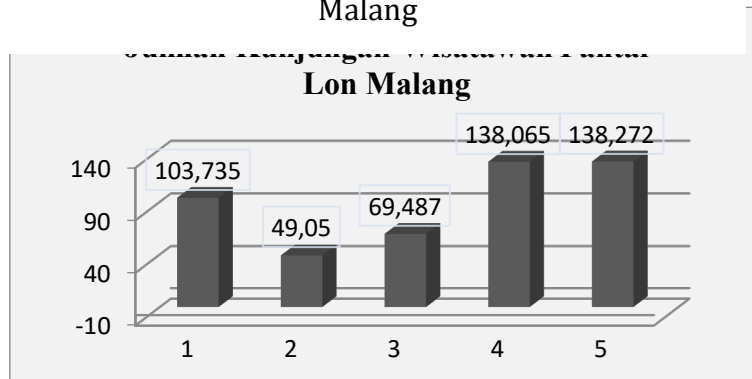
Sektor pariwisata di Indonesia sudah mulai tumbuh dan berkembang, perkembangan pariwisata menghasilkan persaingan ketat dalam menarik perhatian wisatawan . Untuk menghadapi persaingan tersebut, destinasi wisata harus mampu mengupayakan agar dapat mempertahankan minat kunjungan kembali wisatawan. Kondisi tersebut muncul karena pariwisata dianggap sebagai sektor yang menguntungkan dan menjanjikan, sehingga layak dikembangkan sebagai aset yang berpotensi bagi masyarakat setempat dan pemerintah (Cahyani et al., 2024)

Pantai Lon Malang merupakan salah satu destinasi wisata yang memiliki potensi besar untuk menarik banyak wisatawan baik local maupun luar daerah. Pantai Lon Malang merupakan destinasi populer yang terletak di Desa Bira Tengah Kecamatan Sokobanah

Kabupaten Sampang. Daya tarik wisata Pantai Lon Malang terhadap minat wisatawan untuk berkunjung kembali tidak lepas dari keindahan, fasilitas, pelayanan, harga, dan lain.

Dalam masa perkembangannya, jumlah pengunjung destinasi wisata Pantai Lon Malang mengalami kenaikan yang sangat sedikit ditahun 2023. Hal ini dapat dilihat pada tabel jumlah kunjungan wisatawan dibawah ini.

Gambar 1. Jumlah Kunjungan Wisatawan Pantai Lon Malang



Sumber: Pengelola Pantai Lon Malang

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwasannya pada tahun 2022 jumlah wisatawan sebanyak 138.065 dan tahun2023 sebanyak 138.272, hanya meningkat 207 orang kenaikan ini dinilai sangat sedikit dibandingkan dengan tahun sebelumnya.

Sedikitnya peningkatan jumlah wisatawan bisa disebabkan karena harga yang tidak ramah dikantong atau fasilitas yang kurang maksimal untuk memenuhi kebutuhan wisatawan. Menurut (Wahyuni & Purwanto, 2023) Harga yang sebanding dengan kualitas pengalaman yang diperoleh dapat meningkatkan kepuasan wisatawan dan mendorong mereka untuk kembali berkunjung di masa mendatang. Menurut (Kotler & Amstrong, 2018) harga adalah jumlah uang yang dibebankan untuk suatu produk atau jasa secara lebih luas, harga adalah jumlah nilai yang diberikan pelanggan untuk mendapatkan kembali manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Menurut (Chandra & Chandra, 2020) Fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus dipenuhi sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen. Sebuah objek wisata akan ramai dikunjungi wisatawan apabila fasilitas sudah memadai, sehingga segala kebutuhan wisatawan saat berwisata dapat terpenuhi (Lestyaningsih & Pramudyo, 2023).

Pandangan ini didukung oleh (Gultom et al., 2021) dan (Indriastuty et al., 2020) yang menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Namun, ada beberapa penelitian (Miastita et al., 2023) dan (Mulyati & Afrinata, 2018) yang menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali.

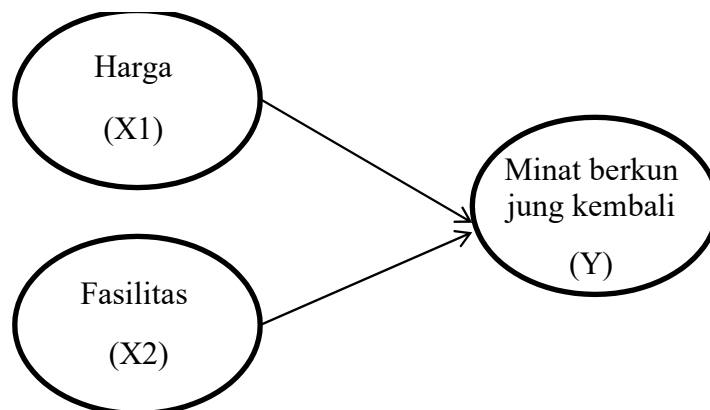
Penelitian (Salima et al., 2023) dan (Winangun & Berutu, 2024) membuktikan bahwa fasilitas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Namun, ada beberapa penelitian (Azizah & AS, 2023) dan (Awaluddin & Haryanti, 2021) yang menunjukkan bahwa fasilitas tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap minat berkunjung kembali.

Dalam penelitian sebelumnya, terdapat perbedaan pendapat terkait dengan pengaruh harga dan fasilitas terhadap minat berkunjung kembali. Selain itu, studi yang secara khusus meneliti hal ini di pantai lon malang masih sangat terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga dan fasilitas terhadap minat berkunjung kembali di kawasan pantai Lon Malang. Hasil dari penelitian ini di harapkan dapat memberikan kontribusi positif bagi pengelola destinasi wisata dalam meningkatkan daya tarik dan kepuasan wisatawan, sehingga mampu mempertahankan serta meningkatkan jumlah kunjungan di masa yang akan datang.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dan penelitian data survei. Pada penelitian ini populasinya adalah wisatawan yang pernah berkunjung ke Pantai Lon Malang, Kabupaten Sampang Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* (Sugiyono, 2020). Dengan pertimbangan wisatawan yang pernah berkunjung ke Pantai Lon Malang dalam 3 bulan terakhir. Jumlah anggota populasi dalam penelitian ini adalah *infinite*. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan data dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda. Kerangka konsep penelitian berikut mungkin disarankan berdasarkan analisis literature yang dibahas diatas mengenai peran harga, fasilitas, minat berkunjung kembali ke Pantai Lon Malang Kabupaten sampang.

Gambar 2. Kerangka Konsep penelitian



Sumber: peneliti, 1 Oktober 2024

- H1 : Harga berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali
- H2 : Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali
- H3 : Harga dan Fasilitas signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Uji Validitas

Pada penelitian ini untuk memastikan valid tidaknya pernyataan dalam kuesioner dilakukan uji validitas. Kuesioner yang valid adalah kuesioner yang r hitungnya $> r$ tabel (uji sig 0,05). Penelitian ini menggunakan DF (*degree of freedom*) untuk menganalisis efektifitas indikator, dan rumusnya adalah $= N-2$. Oleh karena itu, df yang digunakan adalah $100-2= 98$ dengan tingkat kesalahan 5% atau 0,05 sehingga memberikan nilai r tabel sebesar 0,196. Dengan bantuan SPSS diperoleh rangkuman hasil perhitungan uji validitas seperti tercantum pada tabel dibawah ini, sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Uji validitas

Variabel	Item	R hitug	R tabel	Keterangan
Harga (X1)	X1.1	0,704	0,196	<i>Valid</i>
	X1.2	0,759	0,196	<i>Valid</i>
	X1.3	0,754	0,196	<i>Valid</i>
	X1.4	0,705	0,196	<i>Valid</i>
	X1.5	0,778	0,196	<i>Valid</i>
Fasilitas (X2)	X2.1	0,750	0,196	<i>Valid</i>
	X2.2	0,633	0,196	<i>Valid</i>
	X2.3	0,838	0,196	<i>Valid</i>
	X2.4	0,688	0,196	<i>Valid</i>
Minat	Y1	0,807	0,196	<i>Valid</i>
Berkunjung	Y2	0,834	0,196	<i>Valid</i>
Kembali (Y)	Y3	0,870	0,196	<i>Valid</i>
	Y4	0,806	0,196	<i>Valid</i>

Sumber: Data diolah, SPSS 29 (2024)

Nilai signifikan dari tabel di atas menunjukkan bahwa nilai r hitung $> r$ tabel (0,196), maka seluruh item pernyataan untuk variabel harga (X1), gasilitas (X2), minat berkunjung kembali (Y) dianggap valid berdasarkan uji validitas diatas.

Uji Reliabilitas

Untuk mengukur konsistensi variabel digunakan uji reliabilitas. Item pertanyaan variabel bisa di katakana reliabilitas apabila jawaban responden konsisten atau stabil. Dikatakan riabel jika nilai *croboach's alpha*-nya pada setiap variabel $> 0,70$.

Tabel 2. Hasil Uji Reabilitas

Variabel	<i>cronboach's Alpha Variabel</i>	<i>Cronboach Alpha</i>	Keterangan
Harga	0,793	0,70	Reliabel
Fasilitas	0,707	0,70	Reliabel

Minat			
Berkunjung	0,849	0,70	Reliabel
Kembali			

Sumber: Data diolah, SPSS 29 (2024)

Berdasarkan tabel diatas, mengenai hasil uji reabilitas nilai *cronboach's Alpha* dari variabel harga sebesar 0,793, fasilitas sebesar 0,707, dan minat berkunjung kembali sebesar 0,849. Kemudian dapat dilihat bahwa semua nilai *cronboach's Alpha* dari masing masing variabel lebih besar daripada 0,70. Oleh karena itu dapat diambil kesimpulan bahwa semua variabel dikatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Dasar pengambilan keputusan uji normalitas adalah menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov*. Jika nilai signifikasi uji *Kolmogorov smirnov* > 0,05, maka dapat dinyatakan bahwa residual model regresi terdistribusi normal.

Tabel 3. Hasil Uji Normalita

<i>Unstandarized Residual</i>	
Asmp.Sig. (2 tailed)	0,200

Sumber: Data diolah, SPSS 29 (2024)

Berdasarkan tabel hasil uji normalitas diatas menunjukkan bahwa uji *Kolmogorov Smirnov* memiliki signifikasi sebesar 0,200. Dari hasil tersebut membuktikan hasil signifikasi > 0,05 yang berarti residual model regresi terdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas menggunakan nilai cut off untuk menunjukkan adanya 0,10 untuk menunjukkan adanya multikoleniaritas adalah tolerance > 0,10 atau sama dengan nilai VIF < 10.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Harga	0,861	1,62	Tidak terjadi multikolinearitas
Fasilitas	0,861	1,62	Tidak terjadi multikolinearitas

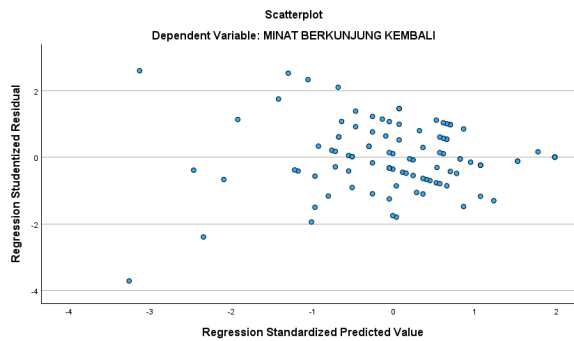
Sumber: Data diolah, SPSS 29 (2024)

Berdasarkan tabel hasil uji multikolinearitas diketahui bahwa *tolerance* variabel independen memiliki nilai > 0,10 yaitu pada benilai 0,861. Nilai VIF sebesar < 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi variabel independen tidak terdapat multikolinearitas dan telah memenuhi asumsi uji multikolinearitas atau tidak terjadi kolerasi antar variabel bebas.

Uji heteroskedastisitas

Pengujian asumsi heteroskedastisitas dilihat berdasarkan Scatter plot jika data tersebar acak tanpa membentuk pola tertentu maka dapat disimpulkan bahwa asumsi heteroskedastisitas terpenuhi. Hasil pengujian heteroskedastisitas sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data diolah, SPSS 29 (2024)

Berdasarkan Gambar grafik scatter plot heteroskedastisitas diatas, menunjukkan bahwa titik-titik berada diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak terdapat pola yang jelas pada penyebaran titik-titik tersebut. Hal ini berarti tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada model regresi.

Uji Regresi Linier Berganda

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan model analisis regresi linear berganda sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Regresi Linear Berganda

Model	Unstandarized Koefisien	
	B	Stand. Error
1 (Konstan)	3,519	1,812
Harga	0,335	0,75
Fasilitas	0,405	0,105

a. Dependent variabel: Minat Berkunjung Kembali

Sumber: Data diolah, SPSS 29 (2024)

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

$$Y = 3,519 + 0,335X_1 + 0,405X_2 + e$$

Dari hasil persamaan tersebut, dapat diartikan bahwa:

- Nilai a (konstanta) 3,519 merupakan nilai Minat berkunjung kembali apabila harga (X_1) dan Fasilitas (X_2) bernilai tetap
- Nilai koefisien regresi harga (X_1) yaitu 0,335 dan bertanda positif, yang berarti harga meningkat satuan satuan maka minat berkunjung kembali akan meningkat sebesar 0,335 satuan dengan asumsi fasilitas bernilai tetap

- c) Nilai koefisien regresi fasilitas (X2) yaitu 0,405 dan bertanda positif, yang berarti apabila fasilitas meningkat satu satuan maka minat berkunjung kembali akan meningkat sebesar 0,405 satuan dengan asumsi harga bernilai tetap.

Uji t (parsial)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara parsial (individual) terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini menggunakan rumus df dengan rumus $0,05/2 = 0,025$ (uji 2 sisi) dengan $t = n - k$ atau $100 - 3 = 97$ sehingga t tabel diperoleh sebesar 1,984. Hasil uji parsial dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 7. Hasil Uji t

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	3.519	1.812		1.942
	Harga	.335	.075	.388	4.446
	Fasilitas	.405	.105	.337	3.862

Dependent Variable: Minat Berkunjung Kembali

ber: Data diolah, SPSS 29 (2024)

Berdasarkan tabel diatas bahwa t hitung pada variabel harga sebesar 4,446 > nilai t tabel sebesar 1,984 dan sig. sebesar 0,001 < 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti bahwa variabel harga secara parsial berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali. Kemudian nilai t hitung pada variabel fasilitas sebesar 3,862 > nilai t tabel sebesar 1,984 dan sig. sebesar 0,001 < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti bahwa variabel fasilitas secara parsial berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali.

Uji f (simultan)

Pengujian ini dilihat dari rumus $df_1 = k - 1$ $df_2 = n - k$ atau $df_1 = 3-1$ $df_2 = 100-3=97$ sehingga f tabel diperoleh 3,090 maka artinya variabel harga dan fasilitas secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap variabel minat berkunjung kembali.

Tabel 8. Hasil Uji f

ANOVA ^a					
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F
1	Regression	258.603	2	129.301	27.592
	Residual	454.557	97	4.686	
	Total	713.160	99		

Dependent Variable: Minat Berkunjung Kembali

ber: Data diolah, SPSS 29 (2024)

Berdasarkan tabel diatas, nilai f hitung dan f tabel yang dilihat menunjukkan bahwa nilai f hitung 27,592 > f tabel 3,090 dengan signifikansi 0,001 < 0,05 sehingga dapat

disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti harga dan fasilitas berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali.

Uji Determinasi R^2

Pada penelitian ini *R Square* yang diunakan adalah *R Square* yang sudah disesuaikan atau *Adjusted R Square (Adjusted R^2)* dengan jumlah variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 9. Hasil Uji Determinasi R^2

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.602 ^a	.363	.349	2.16475
Predictors: (Constant), Fasilitas , Harga				
ber: Data diolah, SPSS 29 (2024)				

Berdasarkan tabel diatas diketahui nilai *Adjusted R square* sebesar 0,349. Hal ini berarti besarnya pengaruh variabel harga dan fasilitas terhadap minat berkunjung kembali sebesar 0,349 atau 34,9% sedangkan yang sisanya 65,1% dipengaruhi oleh adanya faktor lain yang tidak bisa dimasukkan kedalam model analisis regresi.

PEMBAHASAN

Pengaruh Harga Terhadap Minat Berkunjung Kembali

Hasil uji t menunjukkan bahwa harga secara parsial berpengaruh terhadap niat berkunjung kembali ke Pantai Lon Malang. Hal ini disebabkan karena Pantai Lon Malang menawarkan harga yang sesuai dengan fasilitas yang disediakan, untuk harga tiket masuk Pantai Lon Malang dikenai biaya sebesar Rp 10.000 per orang jika dibandingkan dengan tempat wisata pantai lain di sekitarnya, seperti Pantai Camplong yang mengenakan biaya sebesar Rp 15.000 per orang dengan fasilitas yang serupa, hal ini dibuktikan oleh hasil jawaban responden yang dominan menyatakan setuju bahwa harga yang ditawarkan sesuai dengan fasilitas yang tersedia. Yang menyebabkan pengunjung merasa puas sehingga timbul minat untuk berkunjung kembali. Hal ini sesuai dengan penelitian (Timurti & Nugraha, 2020) dan (Wahyuni & Purwanto, 2023) dan (Mulyati & Afrinata, 2018). juga menjelaskan bahwa harga berpengaruh positif signifikan terhadap minat berkunjung kembali.

Pengaruh Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Kembali

Hasil uji t menunjukkan fasilitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali ke Pantai Lon Malang. Hal ini disebabkan oleh objek wisata Pantai Lon Malang telah memiliki fasilitas yang lengkap untuk wisatawan antara lain area parkir, musholla, toilet, cafe, spot foto, gazebo, tempat penyewaan camping, dan area bermain anak . Hal ini sesuai dengan penelitian (Soniya, 2023) bahwasannya ketersediaan fasilitas yang memadai menciptakan kenyamanan dan pengalaman positif bagi pengunjung , sehingga berminat berkunjung kembali. Penelitian (Abdullah et al., 2024) dan (Ariesta et al., 2020)

dan (Simamora et al., 2024) juga menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali.

Pengaruh harga Dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Kembali

Hasil uji f menunjukkan bahwa harga dan fasilitas berpengaruh simultan terhadap minat berkunjung kembali. Hal ini disebabkan oleh kesesuaian fasilitas yang ada dengan harga yang terjangkau sehingga pengunjung berminat berkunjung kembali ke Pantai Lon Malang. Hasil penelitian ini searah dengan penelitian (Dewi & Purnomo, 2022) dan (Setyowati & Liliyan, 2022) dan menunjukkan bahwa harga dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa harga dan fasilitas berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali. Berdasarkan analisis yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa harga yang terjangkau dan fasilitas yang memadai berkontribusi secara signifikan dalam meningkatkan minat berkunjung kembali. Hal ini mendukung hipotesis awal yang menyatakan bahwa faktor harga dan fasilitas berperan penting dalam keputusan wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang.

SARAN

- a. Bagi pihak pengelola untuk agar terus memberikan harga yang terjangkau dan fasilitas yang memadai agar dapat meningkatkan minat wisatawan berkunjung kembali.
- b. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan peneliti selanjutnya lebih memperluas apa saja variabel-variabel yang berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali seperti kualitas pelayanan, promosi, dan pengalaman wisata. Dari penelitian ini, berdasarkan hasil uji statistik ditemukan bahwa masih terdapat 65,1% yang belum diteliti dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, R., Teniwut, R. M. K., & Susanty, I. I. D. A. R. (2024). Pengaruh Atraksi, Fasilitas, Dan Aksesibilitas, Terhadap Minat Berkunjung Kembali Generasi Z Pantai Di Ngurbloat Maluku Tenggara. *Sadar Wisata: Jurnal Pariwisata*, 7(1), 1–11. <https://doi.org/10.32528/sw.v7i1.1026>
- Ariesta, D., Sukotjo, E., & Suleman, N. R. (2020). The effect of attraction, accessibility and facilities on destination images and it's impact on revisit intention in the marine tourism of the wakatobi regency. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(3), 6605–6613. <https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85082923201&origin=inward&txGid=cdb914e61ac7b0478bc9ee86e7d5f3dc>
- Awaluddin, & 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>

- Azizah, R. I., & AS, F. (2023). Peran Pemasaran Digital, Fasilitas, Kepuasan terhadap Minat Berkunjung Ulang Pada Desa Wisata. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(3), 1689–1710. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i3.5791>
- Cahyani, N., Safitri, M., & Mahmud, M. (2024). Pengaruh Media Sosial, Citra Destinasi, Dan Fasilitas Wisata Terhadap Minat Berkunjung Kembali Ke Pantai Bandengan Jepara. *Bisnis-Net Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 7(1), 132–141. <https://doi.org/10.46576/bn.v7i1.4187>
- Chandra, T., & Chandra, S. (2020). Service Quality, Consumer Satisfaction, Dan Consumer Loyalty : Tinjauan Teoritis. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. CV IRDH.
- Dewi, I. E. B., & Purnomo, H. (2022). Pengaruh Fasilitas Wisata, Promosi, dan Harga Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan (Studi Destinasi Wisata Taman Ghanjaran Trawas). 2(4), 391–400. <https://journal.trunojoyo.ac.id/jkim/article/view/18416>
- Gultom, H. C., Sakti, R. D. K., & Prabowo, H. (2021). Pengaruh Harga, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Berkunjung Kembali pada Hotel Chanti Semarang 2020. *Buletin Bisnis & Manajemen*, 07(02), 118–125. <https://doi.org/10.47686/bbm.v7i2.410>
- Indriastuty, N., Eko Saputro, W., & Sukimin, S. (2020). Analisis Daya Tarik Wisata, Persepsi Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal GeoEkonomi*, 11(1), 56–73. <https://doi.org/10.36277/geoekonomi.v11i1.108>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing. In *Early Greek Mythography, Vol. 1: Texts* (17th ed., pp. 7–736). Pearson Education. <https://doi.org/10.1093/oseo/instance.00295839>
- Lestyaningsih, & Pramudyo, D. (2023). Pengaruh Fasilitas Dan Promosi Terhadap Minat Berkunjung Masyarakat Pada Objek Wisata Laguna Depok Bantul Yogyakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 10(2), 167–177. <https://doi.org/10.54131/jbma.v10i2.171>
- Miastita, A., Hidayah, T., & Maspufah, H. (2023). Analisis Daya Tarik Wisata, Harga, Promosi, Fasilitas Wisata, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Objek Wisata Jember Mini Zoo. *JMBI: Jurnal Manajemen Bisnis Dan Informatika*, 4(1), 51–65. <https://doi.org/10.31967/prodimanajemen.v4i1.909>
- Mulyati, Y., & Afrinata, M. (2018). Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Destinasi Wisata Pantai Carocok Painan Kabupaten Pesisir Selatan (Studi Kasus Pada Wisatawan Domestik). *JURNAL AKUNTANSI, EKONOMI Dan MANAJEMEN BISNIS*, 6(2), 191–200. <https://doi.org/10.30871/jaemb.v6i2.1014>
- Salima, E., AliB, H., & Yulasmic. (2023). Pemodelan Minat Kunjungan Melalui Nilai Yang Diharapkan Pada PT Sejarah Ini adalah tujuan yang menentukan efektivitas Pemasaran Digital , Layanan Lokal , dan In. *Journal of Professional Buiness Review*. <https://doi.org/https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i5.986>
- Setyowati, H., & Liliyan, A. (2022). Pengaruh E-WOM, Fasilitas, Daya Tarik Wisata, dan Harga terhadap Minat Berkunjung Taman Satwa Taru Jurug. *Jurnal Manajemen Perhotelan*

- Dan Pariwisata*, 5(1), 24–31. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v5i1.44773>
- Simamora, V. I. J., Friendlin, R., & Zai, Y. M. I. (2024). Pengaruh Fasilitas Dan Penyelenggara Event Terhadap Minat Berkunjung Kembali Intervening Di Objek Wisata Gunung Dago Bogor Jawa Barat. *Media Bina Ilmiah*, 18(1978), 243–255. <https://doi.org/https://doi.org/10.33758/mbi.v18i6.545>
- Soniya, L. A. (2023). Pengaruh Fasilitas, Persepsi Harga Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Objek Wisata Umbul Ponggok Klaten. *Jurnal Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (BISMAK)*, 3(2), 93–103. <https://doi.org/10.47701/bismak.v3i2.2933>
- Sugiyono, P. D. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (pp. 2–444). Alfabeta.
- Timurti, C. S., & Nugraha, H. S. (2020). Pengaruh Harga Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali (Studi pada Wisatawan Umbul Sidomukti Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(2), 75–82. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.27219>
- Wahyuni, L. F., & Purwanto, H. (2023). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Dengan Keputusan Berkunjung Sebagai Variabel Intervening Studi Empis Pada Tempat Wisata Taman Rekreasi Pantai Kartini Rembang). *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi (SIMBA) 5 F.* <http://prosiding.unipma.ac.id/index.php/SIMBA/article/view/4974%0Ahttp://prosiding.unipma.ac.id/index.php/SIMBA/article/viewFile/4974/3816>
- Winangun, S., & Berutu, F. (2024). Analisis Penerapan Komponen Pariwisata 4 A Guna Meningkatkan Minat Berkunjung Kembali Wisatawan di Pulau Pari Kabupaten Kepulauan Seribu. *JlIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(9), 9438–9441. <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i9.5425>