

PENGARUH FASILITAS RESORT TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI SHAVA BEACH RESORT GORONTALO

Susan Lestari A. Potale¹, Idris Yanto Niode², Yulinda L. Ismail³

potalesusan7@gmail.com¹

Universitas Negeri Gorontalo

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk: Mengetahui seberapa besar pengaruh fasilitas wisata terhadap keputusan berkunjung di shava beach resort gorontalo. Populasi penelitian ini adalah Masyarakat yang pernah berkunjung ke wisata Shava Beach Resort Gorontalo. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah metode sampling incidental. Jumlah sampel yang ada dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin yaitu berjumlah 89 responden. Dalam pengumpulan data menggunakan kuisisioner dan wawancara. Data analisis dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana. Berdasarkan Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil dari analisis regresi linier sederhana yang Dimana Tingkat korelasi menunjukkan bahwa Tingkat hubungan antara variabel independen yang diproksikan dengan fasilitas wisata terhadap variabel dependen yang diproksikan dengan Keputusan berkunjung yang sangat kuat yaitu 1,114, Besar nilai t hitung adalah 20,217 besar signifikan penilaian adalah sebesar 0,000 yang bernilai kurang dari 0,05 menunjukkan fasilitas objek wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan berkunjung di objek wisata shava beach resort Gorontalo. Berdasarkan tabel 4.13 dari output spss, diketahui nilai koefisien determinasi atau R square (R²) adalah sebesar 0,825. Nilai R square (R²) 0,825 ini berasal dari pengkuadratan nilai koefisien korelasi atau "R" yaitu $0,908 \times 0,908 = 0,825$. Besarnya angka koefisien determinasi R square 0,825 atau sama dengan 82,5%. Angka tersebut mengandung arti bahwa variabel fasilitas (X1) berpengaruh terhadap variabel keputusan berkunjung (Y) sebesar 82,5%. Sedangkan sisanya ($100\% - 82,5\% = 17,5\%$) dipengaruhi oleh variabel lain diluar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak di teliti.

Kata Kunci: Fasilitas Wisata, Keputusan Berkunjung.

ABSTRACT

The aim of this research is to: Find out how much influence tourist facilities have on the decision to visit the Shava Beach Resort Gorontalo. The population of this research is people who have visited the Shava Beach Resort Gorontalo tourist attraction. The sampling technique used was the incidental sampling method. The number of samples in this study used the Slovin formula, namely 89 respondents. Data collection uses questionnaires and interviews. Data analysis using simple linear regression analysis. Based on the research results, it shows that the results of a simple linear regression analysis where the level of correlation shows that the level of relationship between the independent variable which is proxied by tourist facilities and the dependent variable which is proxied by the decision to visit is very strong, namely 1.114. The calculated t value is 20.217, which is a significant assessment. is 0.000, which is less than 0.05, indicating that the tourist attraction facilities have a positive and significant influence on the decision to visit the Shava Beach Resort Gorontalo tourist attraction. Based on table 4.13 of the SPSS output, it is known that the coefficient of determination or R square (R²) is 0.825. The R square (R²) value of 0.825 comes from squaring the correlation coefficient or "R" value, namely $0.908 \times 0.908 = 0.825$. The coefficient of determination R square is 0.825 or equal to 82.5%. This figure means that the facility variable (X1) influences the visiting decision variable (Y) by 82.5%. Meanwhile, the remainder ($100\% - 82.5\% = 17.5\%$) is influenced by other variables outside this regression equation or variables that were not examined.

Keywords: Tourist Facilities, Visiting Decisions.

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan sektor yang memiliki potensi besar dalam pembangunan nasional. Saat ini, pariwisata telah berkembang menjadi industri yang berpengaruh pada kehidupan manusia. Perkembangan pariwisata dipicu oleh dorongan manusia untuk berbagai tujuan, seperti menjelajahi tempat-tempat yang belum pernah mereka kunjungi sebelumnya, mencari perubahan suasana, atau bahkan sekadar mencari pengalaman perjalanan yang baru. Sektor pariwisata dianggap sebagai prioritas bagi beberapa wilayah, menjadi sumber aktivitas ekonomi yang andal. Seperti yang dijelaskan oleh Arghutashhvili dan Tbikisi (2018: 59-64), pariwisata dianggap sebagai industri yang memberikan dampak positif pada perekonomian dan merangsang pertumbuhan di berbagai sektor terkait.

Aktivitas pariwisata merujuk pada kegiatan yang dilakukan oleh para wisatawan dengan niat berkunjung ke lokasi tertentu untuk merasakan kesenangan, mencari kepuasan, atau bahkan untuk menghindari kejenuhan akibat rutinitas harian yang monoton. Menurut Yoeti (2014:5), pariwisata dapat diartikan sebagai suatu perjalanan sementara yang direncanakan dari satu tempat ke tempat lain, dengan tujuan utama bukan untuk keperluan bisnis atau mencari pendapatan di destinasi yang dikunjungi. Sebaliknya, perjalanan tersebut dilaksanakan semata-mata untuk menikmati pengalaman wisata, bersantai, atau memenuhi beragam keinginan pribadi.

Objek wisata merupakan perwujudan dari pada ciptaan, tata hidup, seni budaya, serta sejarah bangsa dan keadaan alam yang mempunyai daya tarik wisata bagi pengunjung untuk dikunjungi. Untuk terjaganya keberlangsungan dari usaha pariwisata, maka objek wisata tersebut harus bisa mempertahankan dan meningkatkan jumlah pengunjungnya. Keputusan berkunjung dianalogikan sama dengan keputusan pembelian, Seperti penelitian yang dilakukan oleh Fitri Aprilia dkk, (2015) yang menyamakan bahwa keputusan berkunjung merupakan proses dimana seorang pengunjung melakukan penilaian dan memilih satu alternatif yang diperlukan berdasarkan pertimbangan tertentu. Menurut Kotler Keller (2009) “ada lima indikator perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian, yaitu: 1) Pengenalan masalah, 2) Pencarian informasi, 3) Evaluasi alternatif, 4) Keputusan pembelian, 5) Perilaku pasca pembelian”.

Kepuasan wisatawan merupakan faktor yang sangat krusial dalam industri pariwisata. Ini tidak hanya berdampak pada retensi wisatawan yang telah datang, tetapi juga berpengaruh pada reputasi destinasi wisata tersebut. Hal ini karena ketidakpuasan yang dialami oleh wisatawan, jika tersebar, dapat merugikan destinasi pariwisata tersebut dan mengurangi minat wisatawan lain untuk mengunjungnya. Selain itu, jika para wisatawan merasa tidak puas maka tentu dampaknya jangka panjang, baik dari segi mengurangi peminat ataupun tidak adalagi yang berkunjung pada wisata tersebut. Provinsi Gorontalo memiliki objek wisata yang menarik seperti wisata alam, wisata danau, wisata Religy dan wisata bahari. Sebaran potensi pariwisata terdapat pada beberapa kawasan wisata di Provinsi Gorontalo yang telah dikembangkan pemerintah kabupaten/ kota, khususnya wisata bahari yaitu Taman Laut Olele, Pantai Botutonuo, Pulau Saronde, Pantai Lahilote, Pulau Bitila, Pantai Bolihutuo dan termasuk Shafa beach yang menawarkan keindahan pantai dan potensi alam yang menarik di kunjungi.

Berdasarkan data dari Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Kabupaten Bone Bolango jumlah pengunjung pada bulan juli tahun 2023 mengalami penurunan akan tetapi pada bulan-bulan berikutnya konsisten naik, dalam wawancara yang peneliti lakukan di Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga dengan salah satu staff yang aktif bekerja bernama sudirahaji mengatakan jumlah target yang diharapkan untuk pengunjung Shava Beach tahun 2023 belum mencapai target yang diharapkan meskipun dalam data dari bulan Juli-Desember tahun 2023 mengalami peningkatan, disini penulis ingin mengetahui apa

penyebab kunjungan ke destinasi Objek Wisata Shava Beach masih belum mencapai target yang diharapkan Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga.

Berikut ini data jumlah kunjungan di Objek Wisata Shava Beach enam bulan terakhir tahun 2023:

Tabel 1 Jumlah Pengunjung Objek Wisata Shava Beach

No	Bulan	Jumlah Pengunjung
1	Juli	356
2	Agustus	600
3	September	620
4	Oktober	670
5	November	750
6	Desember	1.500
Total		4.490

Sumber : Dinas Pariwisata Kabupaten Bone Bolango (2023)

Berdasarkan gambar 1 perkembangan jumlah wisatawan yang berkunjung ke objek wisata shava beach pada 6 bulan terakhir tahun 2023 berjumlah 4.490. wisata shava beach di setiap bulan mengalami peningkatan dengan jumlah pengunjung akan tetapi pada bulan juli jumlah pengunjung paling sedikit sebanyak 356 orang dikarenakan jumlah promosi, fasilitas dan harga yang sedikit kurang pas. Hingga pada bulan desember tahun 2023 pengunjung wisata shava beach yang mengalami peningkatan diluar dari target yang telah ditentukan karena adanya penambahan fasilitas dan harga promo yang bertepatan pada akhir tahun sehingga wisatawan berlomba-lomba untuk berwisata ke wisata shava beach.

Shafa Beach merupakan sebuah wisata terbaru di Gorontalo yang memiliki keindahan alam dengan lokasi yang berada di tepi pantai teluk tomini dan memiliki konsep ala bali yang membuat wisatawan tertarik mengunjungi wisata tersebut. Selain lokasinya sangat indah dengan Pantainya memiliki pasir putih. shafa beach juga memiliki fasilitas cottage dan kolam renang. Mushola dan cottege di tempat ini berbahan kayu bentuknya unik dan sangat berbeda dengan cottege lainnya yang menambah keindahan alamnya. Saat ini pengelolaan Shafa Beach dibawah pengawasan Dinas Parawisata dan Kebudayaan Kabupaten Bone Bolango. Fasilitas yang dimiliki Shafa Beach menjadi modal yang dapat dimanfaatkan dalam mendapatkan manfaat ekonomi untuk pengembangan wisata bahari.

Fasilitas wisata merupakan Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan wisatawan. Hal ini disebabkan oleh fasilitas memiliki fungsi untuk memenuhi kebutuhan wisatawan yang tinggal atau berkunjung sementara waktu di daerah tujuan wisata. Fasilitas merupakan salah satu faktor wisatawan dalam mengunjungi suatu daya tarik wisata. Fasilitas yang mampu memenuhi kebutuhan wisatawan selama mereka menikmati daya tarik wisata akan memberikan kepuasan kepada wisatawan karena mereka tidak akan mengalami kesulitan dalam memenuhi berbagai kebutuhan mereka selama berwisata.

Selain itu pengelola objek wisata juga harus dapat mewujudkan harapan wisatawan yang berkunjung. Hal ini apa bila harapan wisatawan dapat terwujud sesuai dengan yang diinginkannya, akan memberikan efek positif bagi pengelola sebuah objek wisata. Sebuah objek wisata akan ramai dikunjungi wisatawan apabila fasilitas sudah memadai, sehingga segala kebutuhan wisatawan saat berwisata dapat terpenuhi. Berikut tabel data fasilitas yang tersedia di shava beach.

Tabel 2 Fasilitas Yang Tersedia Di Shava Beach Resort Gorontalo

No	Fasilitas Menunjang Yang Di Sediakan	Jumlah
1	Mushola	1
2	Toilet	2
3	Wifi	2
4	Kolam Renang	1

5	Koteks/Kamar nginap	6
---	---------------------	---

Beberapa hal yang perlu di perhatikan dalam penyediaan fasilitas menurut Sumayang (dalam kiswanto 2011:26). 1) kelengkapan, kebersihan, dan kerapian fasilitas yang ditawarkan, 2) kondisi dan fungsi fasilitas yang ditawarkan, 3) kemudahan menggunakan fasilitas yang ditawarkan, ketika tempat wisata yang mempunyai fasilitas yang layak, lengkap serta sesuai standar pelayanan, dan dapat memberikan kepuasan pada pengunjung maka objek wisata tersebut dapat menarik pengunjung yang lebih banyak lagi melalui kesan-kesan baik yang telah diciptakan dari pengunjung sebelumnya

Kotler dan Keller menyatakan bahwa fasilitas merupakan segala sesuatu yang sengaja disediakan oleh penyedia jasa untuk dipakai serta dinikmati oleh konsumen yang bertujuan memberikan kepuasan maksimal kepada para periwisata, akan menjadi dasar yang baik untuk mereka lakukan kunjungan Kembali dimasa yang akan datang dan kesediaan mereka untuk memberikan hal-hal positif kepada orang lain.

Proses pengambilan Keputusan pembelian, secara umum adalah untuk memilih merek yang paling disukai. Meskipun demikian, terdapat dua faktor yang dapat mempengaruhi pergeseran antara niat pembelian dan akhir Keputusan pembelian. Faktor pertama adalah pandangan orang lain, sementara faktor kedua adalah situasi tak terduga. Konsumen mungkin sebelumnya telah membentuk niat pembelian berdasarkan pertimbangan seperti pendapatan, harga, dan manfaat yang diharapkan dari produk. Namun, kejadian yang tak terduga dapat mengubah niat pembeli tersebut. Karena itu, preferensi dan niat pembelian tidak selalu mengarah pada Keputusan pembelian yang sebenarnya (Farisa et al, 2018).

Proses pengambilan Keputusan pembelian terdiri dari beberapa tahap, yang mencakup urutan peristiwa berikut: pengenalan masalah kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, pengambilan Keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian. Untuk membuat sebuah Keputusan, konsumen perlu memiliki beberapa alternatif yang tersedia dipilih. Jika tidak ada alternatif yang tersedia, maka Tindakan yang diambil tanpa pilihan tersebut tidak dapat dianggap sebagai sebuah Keputusan.

Penelitian ini didukung oleh Lestari et al, (2020) yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh fasilitas terhadap Keputusan berkunjung Kembali di objek wisata bukit khayangan kota Sungai penuh. (Isnana, Iranita . 2021) menyimpulkan bahwa fasilitas berpengaruh signifikan terhadap Keputusan berkunjung di new marjoly beach. Hasil yang sama ditunjukkan oleh (Huda et al, 2022) menyimpulkan bahwa fasilitas berpengaruh signifikan terhadap Keputusan berkunjung di hortmart agro center bawen.

Atas dasar latar belakang masalah dan penelitian terdahulu, dalam penelitian ini mencoba melakukan kajian secara komprehensif. Berdasarkan hal tersebut peneliti mengambil judul “Pengaruh Fasilitas Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Di Shava Beach Resort Gorontalo”.

METODOLOGI

Lokasi penelitian adalah tempat dimana peneliti memperoleh informasi mengenai data yang diperlukan. Penelitian ini mengambil lokasi di Shava Beach Resort bertempat di desa Biluwango kecamatan Kabila Bone. Alasan peneliti mengambil objek ini dikarenakan berdasarkan permasalahan yang diteliti, dan mempertimbangkan bahwa objek tersebut mampu memberikan informasi yang lengkap mengenai permasalahan yang diteliti. Untuk waktu penelitian dimulai dari bulan Juni 2023. Berikut gambaran waktu penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Gambaran Umum Shava Beach Resort Gorontalo

Shava Beach Resort Gorontalo adalah Salah Satu wisata terbaru di gorontalo letaknya berada di Desa Biluango, Kecamatan Kabila Bone, Kabupaten Bone Bolango. Destinasi ini menambah daftar wisata di pesisir Bone Bolango. Wisata Shava Beach ini di bangun pada awal tahun 2022. Dari ibu kota provinsi Gorontalo menggunakan kendaraan, dapat ditempuh dengan waktu 30 menit. Jaraknya hanya 14 kilometer. Pada malam pergantian tahun, wisata berkonsep ala Bali ini, dipadati pengunjung. Hamparan pasir putih ditambah fasilitas cottage dan kolam renang, menambah keindahan wisata ini.

Cottage di tempat ini berbahan kayu. Bentuknya unik dan beda dengan cottage lain di Gorontalo. Cottage bisa disewa dengan berbagai tarif. Tergantung posisi dan layanannya. Kepada Tribungorontalo.com, Maya, resort Manager Shava Beach mengatakan, Shava Beach sebetulnya adalah gabungan tiga nama anak dari pemilik destinasi tersebut. Tiga anak anak tersebut disingkat Shava, akhirnya namanya wisata Shava Beach Resort Gorontalo," katanya jelang akhir tahun 2022 lalu. Jika ingin menyewa cottage, Shava Beach memiliki tiga tipe kamar, yakni Ocean Deluxe, Ocean Balcony, dan Pool Deluxe. Masing-masing harga tipe itu dari Rp 1,5 juta hingga Rp 1 Juta.

2. Struktur Organisasi Wisata Shava Beach Resort Gorontalo

1) Manajer resort

Seorang Manajer hotel (bahasa Inggris: Hotel manager), hotelier, atau manajer penginapan adalah seseorang yang memimpin operasional sebuah hotel, motel, resor, atau perusahaan yang berhubungan dengan penginapan. Kepemimpinan atas operasional hotel termasuk, tetapi tidak dibatasi pada pengelolaan staf hotel, manajemen bisnis, standar pemeliharaan dan kebersihan fasilitas hotel, kepuasan tamu dan pelayanan pelanggan, manajemen pemasaran, manajemen penjualan, manajemen pendapatan, akuntansi keuangan, pembelian, dan fungsi lainnya. Gelar "manajer hotel" atau "hotelier" kerap merujuk pada posisi general manager sebuah hotel yang bertindak sebagai pimpinan eksekutif, walau tugas dan tanggung-jawab berbeda tergantung ukuran, tujuan dan kepemilikan hotel tersebut. Pada dasarnya, seorang hotelier akan berkontribusi pada keuntungan bisnis.

2) Vo Koordinator

Vo koordinator (voice over) atau ketua divisi Mengkoordinasikan dan mengorganisasikan seluruh penyelenggara program kerja di Seluruh divisi yang berada dalam pengurusannya dan mempertanggungjawabkan kepada ketua.

3) EHK Koordinator

EHK koordinator (executive housekeeper) Memelihara gedung dari segi sipil dan estetika agar tetap tampil baik sesuai standart yang ditentukan. Melaksanakan tugas-tugas yang diberikan oleh atasan langsung maupun atasan tidak langsung dengan sepengetahuan atasan langsung.

4) Security Koordinator / Satpam

Tugas Pokok Satpam adalah “Menyelenggarakan keamanan dan ketertiban di lingkungan/tempat kerjanya yang meliputi aspek pengamanan fisik, personel, informasi dan pengamanan teknis lainnya, pengamanan fisik adalah segala usaha dan kegiatan untuk mencegah/ mengatasi timbulnya ancaman dan gangguan keamanan dan terertiban lingkungan suatu instansi/ proyek/ badan usaha secara fisik melalui kegiatan pengaturan, penjagaan dan perondaan serta kegiatan lain yang disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing instansi/ proyek/ badan usaha yang bersangkutan.

5) FBS Koordinator

(Food and beverage service) merupakan salah satu usaha layanan yang tugas

utamanya menyajikan makanan dan minuman pada konsumen. Bisnis layanan ini memiliki orientasi utama untuk memberikan kepuasan pada pelanggan saat menikmati makanan dan minuman dari segi pelayanan penyajian.

6) FBP koordinator

(Food and beverage product) adalah salah satu bagian divisi di hotel yang memiliki tugas untuk menangani pengolahan makanan dan minuman dari bahan mentah menjadi produk siap saji. Mulai dari appetizer, soup, main course dan dessert untuk para tamu hotel.

B. Gambaran Umum Responden

1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

JENIS KELAMIN					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	43	48,3	48,3	48,3
	perempuan	46	51,7	51,7	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

Sumber : Data diolah (2024)

Berdasarkan tabel 4.1 di atas telah menunjukkan hasil bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin Pengunjung wisata shava beach resort gorontalo dengan sampel 89 responden, pada umumnya didominasi dengan Pengunjung yang berjenis kelamin perempuan yakni berjumlah 46 Pengunjung, dengan persentase 51,7%. Sisanya adalah Pengunjung berjenis kelamin laki-laki, yakni sebanyak 43 Pengunjung dengan tingkat persentase sebesar 48,3%.

2. Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan jenis usia dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 2 Jumlah Responden Berdasarkan Usia

USIA					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-22 Tahun	20	22,5	22,5	22,5
	23-28 Tahun	35	39,3	39,3	61,8
	29-34 Tahun	11	12,4	12,4	74,2
	35-40 Tahun	21	23,6	23,6	97,8
	>41 Tahun	2	2,2	2,2	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

Sumber : Data diolah (2024)

Berdasarkan tabel 2 dapat di jelaskan bahwa hasil perolehan data primer melalui responden sebagai Pengunjung wisata shava beach resort gorontalo sebanyak 89 sampel, berdasarkan jenis usia dari pengunjung antara 17-22 tahun sebanyak 20 responden dengan persentase sebesar 22,5%. Selanjutnya jenis usia pengunjung antara 23-28 tahun sebanyak 35 responden dengan persentase sebesar 39,3% , kemudian untuk pengunjung dengan jenis usia 29-34 tahun sebanyak 11 responden dengan persentase 12,4%. Sedangkan usia 35-40 Tahun sebanyak 21 responden dengan persentase 23,6%. Dan pengunjung dengan jenis usia >41 Tahun sebanyak 2 responden dengan persentase sebesar 2,1% Dengan demikian maka responden yang paling dominan pada penelitian ini, yakni responden yang memiliki jenis usia antara 23-28 Tahun karena di usia itu paling sering di temui di tempat wisata Shava Beach.

3. Responden Berdasarkan Pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 3 Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan

PEKERJAAN					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar	1	1,1	1,1	1,1
	Mahasiswa	24	27,0	27,0	28,1
	ASN	32	36,0	36,0	64,0
	Wiraswsasta	30	33,7	33,7	97,8
	Lainnya	2	2,2	2,2	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

Sumber : Data diolah (2024)

Berdasarkan tabel 3 di atas telah menunjukkan hasil bahwa karakteristik responden berdasarkan pekerjaan Pengunjung wisata shava beach resort gorontalo dengan sampel 89 responden. Terdapat jenis pekerjaan sebagai pelajar sebanyak 1 pengunjung dengan persentase 1,1%, kemudian mahasiswa sebanyak 24 pengunjung dengan persentase 27%, Selanjutnya pekerja sebagai Aparatur Sipil

Negara (ASN) yang paling dominan sebanyak 32 pengunjung dengan persentase 36%, semntara pekerja sebagai Wiraswasta sebanyak 30 pengunjung dengan persentase 33,7%, dan untuk yang belum bekerja/lain-lain sebanyak 2 pengunjung dengan tingkat persentase 2,2%.

4. Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4 Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

PENDIDIKAN TERAKHIR					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA/SMK	38	42,7	42,7	42,7
	Sarjana	51	57,3	57,3	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

Sumber: Data diolah (2024)

Berdasarkan table 4 di atas telah menunjukkan hasil bahwa karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir sebagai Pengunjung wisata shava beach resort gorontalo dengan sampel 89 responden. Tingkat pendidikan terakhir Sarjana sangat mendominasi yakni sebanyak 51 Pengunjung, dengan persentase 57,3%. Untuktingkat pendidikan SMA/SMK sebanyak 38 Pengunjung dengan persentase 42,7%.

5. Responden Berdasarkan Jumlah Pengunjung

Karakteristik responden berdasarkan jumlah pengunjung yang pernah berkunjung di shava beach resort gorontalo dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 5 Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan

Apakah anda pernah berkunjung ke Objek Wisata ShavaBeach Resort Gorontalo?					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	YA	89	100,0	100,0	100,0

Sumber : Data diolah (2024)

Berdasarkan tabel 5 di atas telah menunjukkan hasil bahwa karakteristik responden berdasarkan jumlah yang pernah berkunjung wisata shava beach resort gorontalo dengan sampel 89 responden. 100%, Karena Yang diminta Mengisi Kuisisioner hanya yang pernah berkunjung ke wisata shava beach resort Gorontalo.

6. Responden Berdasarkan Berapa Banyak Pengunjung Berkunjung

Karakteristik responden berdasarkan Berapa banyak pengunjung yang pernah berkunjung ke Shava Beach Resort Gorontalo di shava beach resort gorontalo dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 6 Jumlah Responden Berdasarkan Banyak Pengunjung

Berapa kali anda pernah berkunjung ke Objek Wisata Shava Beach Resort Gorontalo ?					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Kali	66	74,2	74,2	74,2
	2 Kali	12	13,5	13,5	87,6
	Lebih Dari 3 Kali	11	12,4	12,4	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

Sumber: Data diolah (2024)

Berdasarkan tabel 6 di atas telah menunjukkan hasil bahwa karakteristik responden berdasarkan jumlah yang pernah berkunjung wisata shava beach resort gorontalo dengan sampel 89 responden. jumlah pengunjung paling dominan sebanyak 1 kali dengan Frequency sebanyak 66 pengunjung dengan presentase.

74,2%, kemudian pengnjung yang pernah berkunjung sebanyak 2 kali yakni sebanyak 12 pengnjung dengan presentase sebesar 13,5% dan pengunjung yang pernah berkunjung lebih dari 3kali sebanyak 11 pengunjung dengan presentase sebesar 12,4%.

7. Responden Berdasarkan Berapa Banyak Pengunjung Berkunjung

Karakteristik responden berdasarkan Berapa banyak pengunjung yang pernah berkunjung ke Shava Beach Resort Gorontalo di shava beach resort gorontalo dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 7 Jumlah Responden Berdasarkan Banyak Pengunjung

Tujuan Berkunjung					
		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Family Gathering	23	25,8	25,8	25,8
	Healing Keluarga	28	31,5	31,5	57,3
	Menginap	38	42,7	42,7	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

Sumber: Data diolah (2024)

Berdasarkan tabel 7 di atas telah menunjukkan hasil bahwa karakteristik responden berdasarkan Tujuan berkunjung ke wisata shava beach resort gorontalo dengan sampel 89 responden. Pengunjung dengan tujuan Family Gathering sebanyak 23 pengunjung dengan presentase sebesar 25,8%, kemudian Pengunjung dengan tujuan Healing Keluarga yang paling dominan sebanyak 38 pengunjung dengan presentase sebesar 42,7%.

C. Hasil Penelitian

1. Analisis Statistik Deskriptif

Salah satu analisis yang dilakukan adalah analisis statistik deskriptif data dari seluruh vartabel yang akan dimasukkan dalam suatau model penelitian. Data yang diperoleh merupakan hasil dari jawaban responden terkait variabel X dan variabel Y yaitu : Fasilitas (X) dan Keputusan Berkunjung (Y) pada wisata shava beach resort gorontalo. Hasil analisis deskriptif dalam penelitian ini berdasarkan jawaban responden dari kuesioner penelitian yang di bagikan sebagai berikut.

Tabel 8 Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation

TOTAL_X	89	15,00	75,00	56,7416	16,57869
TOTAL_Y	89	20,00	100,00	75,3596	20,33260
Valid N (listwise)	89				

Sumber : Data diolah (2024)

Berdasarkan tabel 8 dapat dilihat bahwa variabel Fasilitas dan keputusan berkunjung memiliki nilai standar deviasi yang lebih kecil dari nilai rata-rata (mean), sehingga dapat disimpulkan bahwa variasi data dari variabel hampir sama.

2. Uji Instrumen Penelitian

1) Uji Validitas

Uji validitas data digunakan untuk mengukur apakah suatu data yang sudah diperoleh melalui instrumen penelitian yakni kuesioner penelitian itu menunjukkan valid atau tidak valid. Adapun acuan yang diambil untuk mengukur suatu data jika data tersebut valid dengan menggunakan analisis person correlation. jika data Rhitung lebih besar dari Rtabel maka data tersebut dapat dikatakan valid, nilai dari Rtabel yang ditentukan sebesar 0,1735 peneliti memakai sampel responden sebanyak 89 responden.

Tabel 9 Nilai Person Correlation Variabel X

Variabel X Fasilitas			
Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Pertimbangan Spasial			
Pertanyaan 1	0,888	0,173	Valid
Pertanyaan 2	0,923	0,173	Valid
Pertanyaan 3	0,918	0,173	Valid
Pertanyaan 4	0,902	0,173	Valid
Pertanyaan 5	0,909	0,173	Valid
Penataan Ruang			
Pertanyaan 6	0,898	0,173	Valid
Pertanyaan 7	0,915	0,173	Valid
Pertanyaan 8	0,927	0,173	Valid
Pertanyaan 9	0,905	0,173	Valid
Pertanyaan 10	0,904	0,173	Valid
Perlengkapan dan Perabot			
Pertanyaan 11	0,923	0,173	Valid
Pertanyaan 12	0,923	0,173	Valid
Pertanyaan 13	0,926	0,173	Valid
Pertanyaan 14	0,892	0,173	Valid
Pertanyaan 15	0,861	0,173	Valid

Sumber: Data kuesioner diolah (2024)

Berdasarkan tabel 9 bahwa Hasil pengujian dari SPSS untuk menguji validitas dari variabel Fasilitas bahwa semua pertanyaan yang telah dijawab oleh 89 responden melalui 15 pernyataan di variabel X, semua menunjukkan nilai lebih

besar dari 0,1735 sehingga peneliti dapat menyimpulkan bahwa pernyataan yang ada di kuesioner itu adalah valid.

Tabel 10 Nilai Person Correlation Variabel Y

Variabel Y Keputusan Berkunjung			
Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Identifikasi Kebutuhan			
Pertanyaan 16	0,755	0,173	Valid
Pertanyaan 17	0,813	0,173	Valid
Pertanyaan 18	0,834	0,173	Valid
Pertanyaan 19	0,855	0,173	Valid

Pencarian Informasi			
Pertanyaan 20	0,858	0,173	Valid
Pertanyaan 21	0,890	0,173	Valid
Pertanyaan 22	0,876	0,173	Valid
Pertanyaan 23	0,867	0,173	Valid
Evaluasi Alternatif			
Pertanyaan 24	0,870	0,173	Valid
Pertanyaan 25	0,848	0,173	Valid
Pertanyaan 26	0,829	0,173	Valid
Pertanyaan 27	0,884	0,173	Valid
Pembelian			
Pertanyaan 28	0,905	0,173	Valid
Pertanyaan 29	0,936	0,173	Valid
Pertanyaan 30	0,890	0,173	Valid
Pertanyaan 31	0,932	0,173	Valid
Perilaku Pasca Pembelian			
Pertanyaan 32	0,901	0,173	Valid
Pertanyaan 33	0,916	0,173	Valid
Pertanyaan 34	0,900	0,173	Valid
Pertanyaan 35	0,865	0,173	Valid

Sumber : Data kuesioner diolah (2024)

Berdasarkan tabel 4.10 bahwa Hasil pengujian dari SPSS untuk menguji validitas dari variabel Keputusan Berkunjung bahwa semua pertanyaan yang telah dijawab oleh 89 responden melalui 20 pernyataan di variabel Y semua

menunjukkan nilai lebih besar dari 0,1735 sehingga peneliti dapat menyimpulkan bahwa pernyataan yang ada di kuesioner itu adalah valid.

2) Uji Realibilitas

Uji realibilitas untuk variabel Fasilitas (X), dapat dijelaskan sebagaimana yang terdapat pada tabel berikut.

Tabel 11 Nilai Cronbach's Alpha Fasilitas X

Variabel X Fasilitas			
Item pertanyaan	Cronbach's Alpha	Cut Off	Keterangan
15	0,985	0,6	Reliabel

Sumber : Data kuesioner diolah (2024)

Berdasarkan tabel 11 di atas telah diperoleh nilai Cronbach's Alpha dari variabel Fasilitas (X) sebesar $0,985 > 0,6$, sehingga disebut reliabel. Hal ini berdasarkan kriteria yang di standarkan data reliabel ketika Cronbach's Alpha $> 0,6$.

Tabel 12 Nilai Cronbach's Alpha Keputusan Berkunjung Y

Variabel Y Minat Beli			
Item pertanyaan	Cronbach's Alpha	Cut Off	Keterangan
20	0,983	0,6	Reliabel

Sumber : Data kuesioner diolah (2024)

Berdasarkan tabel 4.12 di atas telah diperoleh nilai Cronbach's Alpha dari variabel Keputusan Berkunjung (Y) sebesar $0,983 > 0,6$, sehingga disebut reliabel. Hal ini berdasarkan kriteria yang di standarkan data reliabel ketika Cronbach's Alpha $> 0,6$.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas data merupakan langkah selanjutnya yang harus diselesaikan setelah uji validitas dan reliabilitas. Melalui uji Kolmogrov-Smornov (KS), uji normalitas data berupaya memastikan apakah data yang diuji berdistribusi normal atau tidak. Hal ini tunduk pada kondisi berikut: Data dapat ditentukan berdistribusi normal jika nilai signifikansi asimtotik (2-tailed) atau nilai probabilitas lebih besar dari 0,05. Berikut adalah hasil uji normalitas data SPSS.

Tabel 13 Hasil Uji Normalitas Data

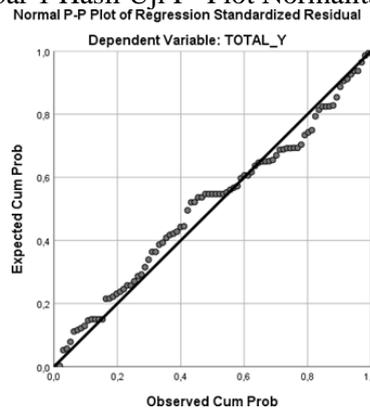
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		89
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	8,51786232
Most Extreme Differences	Absolute	,094
	Positive	,082
	Negative	-,094
Test Statistic		,094
Asymp. Sig. (2-tailed)		,051 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber : Hasil data diolah SPSS (2024)

Berdasarkan tabel 13 dapat dilihat bahwa nilai probability sebesar $0,051 > 0,05$ maka demikian data yang diolah menggunakan SPSS oleh peneliti yaitu berdistribusi normal. Tetapi selain dari itu ada unsur lain yang juga menunjukkan

data berdistribusi normal jika hasil dari p plot data dapat tersebar disekitar garis diagonal. Hasil pengujian adalah sebagai berikut.

Gambar 1 Hasil Uji P- Plot Normalitas Data



Sumber : Hasil data diolah SPSS (2024)

Berdasarkan gambar 2 dapat dilihat bahwa pengaruh variabel Fasilitas dan Keputusan Berkunjung, pola menunjukkan distribusi secara normal dimana data dapat menyebar disekitar garis diagonal, ini menunjukkan bahwa data berdistribusi normal dan dapat dilakukan tahap pengujian lebih lanjut.

4. Uji Regresi Linear Sederhana

Penelitian ini menggunakan metode fundamental analisis regresi linier sederhana. Analisis regresi linier sederhana digunakan sebagai teknik analisis statistik karena tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi variabel- variabel yang mempengaruhi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.

Tabel 14 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Variabel	Nilai Koefisien Regresi
Konstantan	12,171
Fasilitas	1,114

Sumber: Hasil data diolah SPSS (2024)

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 4.14 dapat disajikan dalam bentuk persamaan berikut ini: $Y = a + bX$ $Y = 12,171 + 1,114X$

Nilai Konstanta (a) sebesar 12,171 artinya nilai variabel Keputusan Berkunjung. Variabel Fasilitas di anggap konstan.

Koefisien regresi variabel Fasilitas (X) sebesar 1,114 makamenyatakan bahwa pengaruh antara Fasilitas dengan Keputusan Berkunjung. Artinya bahwa setiap Fasilitas (X) meningkat sebesar 1 satuan maka Fasilitas akan meningkat sebesar 111,4% dan berlaku juga sebaliknya.

5. Uji Parsial (Uji-T)

Tujuan dari pengujian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen dan dependen satu sama lain. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen (Fasilitas) mempunyai pengaruh yang besar terhadap Keputusan Berkunjung, variabel keterikatan. Jika tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05 maka H_0 diterima dan sebaliknya. Jika nilai sig t kurang dari 0,05 maka tidak disarankan menggunakan SPSS H_0 . Hasilnya ditunjukkan pada tabel berikut.

Tabel 15 Hasil Uji Parsial (Uji-t)

Model	Variabel	Nilai t hitung	Nilai t tabel	Hasil
X > Y	Fasilitas	20,217	1,662	Diterima

Sumber : Hasil data diolah SPSS (2024)

Hipotesis diterima jika t-hitung lebih besar dari pada t-tabel, diketahui bahwa t-tabel dari pengolahan data yang dilakukan oleh peneliti adalah 1,662. Berdasarkan tabel 4.15 di atas, H_1 (Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung) diterima. Untuk menentukan t-tabel digunakan lampiran statistik tabel t, dengan menggunakan $\alpha = 5\%$ atau bisa juga menggunakan excel yaitu =TINV(probability;df) maka diperoleh t-tabel 1,662.

6. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi mengukur kesesuaian atau tingkat kepercayaan antara nilai prediksi atau garis regresi dan data sampel yang dapat diakses. Cara lain untuk memahami koefisien determinasi adalah dengan melihat kemampuan variabel bebas (X) dalam mempengaruhi variabel terikat (Y). Nilai R-Squared variabel dependen digunakan untuk menguji seberapa baik model dapat menjelaskan besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hal ini dicapai dengan mengevaluasi koefisien determinasi.

Tabel 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,908 ^a	,825	,822	8,56668
a. Predictors: (Constant), TOTAL_X				
b. Dependent Variable: TOTAL_Y				

Berdasarkan tabel 16 dari output spss, diketahui nilai koefisien determinasi atau R square (R^2) adalah sebesar 0,825. Nilai R square (R^2) 0,825 ini berasal dari pengkuadratan nilai koefisien korelasi atau "R" yaitu $0,908 \times 0,908 = 0,825$. Besarnya angka koefisien determinasi R square 0,825 atau sama dengan 82,5%. Angka tersebut mengandung arti bahwa variabel fasilitas (X1) berpengaruh terhadap variabel keputusan berkunjung (Y) sebesar 82,5%. Sedangkan sisanya ($100\% - 82,5\% = 17,5\%$) dipengaruhi oleh variabel lain diluar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak di teliti.

7. Pengujian Hipotesis

Hasil analisis uji hipotesis parsial yang dirumuskan pada penelitian dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel 17 Hasil Uji Hipotesis

No.	Hipotesis penelitian	Sig	Keterangan
1.	Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung	0,000	H Diterima

Sumber : Data diolah SPSS (2024)

Tabel 17 memberikan penjelasan lebih menyeluruh mengenai hasil uji hipotesis yang menunjukkan bahwa Fasilitas mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,000 atau kurang dari 0,05 terhadap Keputusan Berkunjung. Hal ini menunjukkan bahwa motivasi pengunjung untuk melakukan kunjungan dipengaruhi secara signifikan dan positif oleh Fasilitas wisata, yang membuktikan validitas hipotesis penelitian.

Pembahasan

1. Pengaruh Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung

Penelitian ini menggunakan analisis regresi sederhana untuk mengetahui pengaruh fasilitas objek wisata shava beach resort Gorontalo terhadap Keputusan berkunjung. Pada table 4.9 dapat dilihat hasil analisis regresi sederhana yang Dimana Tingkat korelasi menunjukkan bahwa Tingkat hubungan antara variabel independen yang diproksikan dengan fasilitas objek wisata terhadap variabel dependen yang diproksikan dengan Keputusan berkunjung yang sangat kuat yaitu 1,114, Besar nilai t hitung adalah 20,217 besar signifikan penilaian adalah sebesar 0,000 yang bernilai kurang dari 0,05 menunjukkan fasilitas objek wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan berkunjung di objek wisata shava beach resort Gorontalo.

Variabel fasilitas dengan indikator pertimbangan spasial, penataan ruang, perlengkapan dan perabot Ada Pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel fasilitas terhadap Keputusan berkunjung di wisata shava beach resort Gorontalo. Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Umar (2003), yang menjelaskan fasilitas erat kaitannya dengan pembentukan persepsi konsumen terhadap suatu Perusahaan dan persepsi pelanggan ini yang akan membentuk Keputusan konsumen. Fasilitas harus lengkap, terawat, mudah digunakan, dan berfungsi dengan baik sehingga konsumen dapat menggunakannya dengan mudah.

Fakta dilapangan menunjukkan wisata shava beach resort Gorontalo tak henti-henti membangun dan menyediakan fasilitas untuk wisatawan sehingga pengunjung yang berkunjung itu dalam satu bulan mencapai ratusan bahkan ribuan, wisatawan juga tidak hanya dalam daerah Gorontalo tapi luar daerah juga bahkan luar negeri sebagaimana pendapat Pak Muhajirin selaku manajer wisata shava beach resort Gorontalo. Dalam 5 tinjauan empiris yang diambil hasil penelitian menunjukkan hasil yang sama bahwa variabel independen berpengaruh dan signifikan terhadap variabel dependen.

Hasil pengujian ini sejalan dengan pendapat Kotler dan Keller (2009) menyatakan bahwa fasilitas merupakan segala sesuatu yang sengaja disediakan oleh penyedia jasa untuk dipakai serta dinikmati oleh konsumen yang bertujuan untuk memberikan Tingkat kepuasan secara maksimal. Ketika fasilitas wisata dapat memberikan kepuasan maksimal kepada para wisata, akan menjadi dasar yang baik untuk mereka melakukan kunjungan Kembali dimasa yang akan datang dan kesediaan mereka untuk memberikan hal-hal positif kepada orang lain.

Kotler dan Keller (2009), mengatakan bahwa kepuasan wisatawan adalah perasaan wisatawan, baik itu berupa kesenangan atau ketidakpuasan yang timbul dari membandingkan sebuah wisata dengan harapan wisatawan atas fasilitas tersebut. Apabila fasilitas yang diharapkan oleh wisatawan tidak sesuai dengan kenyataannya maka dapat dipastikan wisatawan akan merasa tidak puas dan apabila fasilitas sesuai atau lebih baik dari yang diharapkan maka kepuasan atau kesenangan akan dirasakan wisatawan.

Salah satu faktor lain yang mempengaruhi keputusan berkunjung adalah fasilitas wisata. Fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat memudahkan dan memperlancar pelaksanaan segala sesuatu usaha (Arikunto, 2008: 72). Pada dasarnya fasilitas dalam

perusahaan jasa merupakan faktor yang menentukan pilihan-pilihan orang untuk berkunjung ke tempat wisata. Kemudahan dalam menggunakan fasilitas merupakan hal sangat penting bagi wisatawan untuk melakukan keputusan pembelian. Fasilitas objek wisata yang menarik dan sesuai dengan minat konsumen akan menjadi daya tarik bagi konsumen untuk berkunjung dan menikmati fasilitas tersebut, selain itu kebersihan, keamanan dari fasilitas wisata juga menjadi nilai tambah guna menarik minat konsumen untuk berkunjung. Wisatawan akan tertarik untuk mengunjungi objek wisata dengan melihat apa saja yang disediakan objek wisata tersebut.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Rezky, et al (2015) bahwa fasilitas wisata berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Museum Satwa. Hasil penelitian yang sama juga dilakukan oleh Sjendry, et al (2015) bahwa fasilitas wisata berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan di wisata Toar Lumimmut. Penelitian ini variabel fasilitas wisata memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung, dilihat dari tingginya respon pengunjung pada indikator yang menyatakan bahwa pengunjung pernah mendengar wisata shava beach resort gorontalo dari orang yang pernah berkunjung. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi fasilitas wisata maka semakin tinggi pula keputusan berkunjung wisatawan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti bahwa fasilitas berpengaruh signifikan terhadap Keputusan berkunjung wisatawan pada objek wisata shava beach resort Gorontalo. Ada Pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel fasilitas terhadap Keputusan berkunjung di wisata shava beach resort Gorontalo. yang menjelaskan fasilitas erat kaitannya dengan pembentukan persepsi konsumen terhadap suatu Perusahaan dan persepsi pelanggan ini yang akan membentuk Keputusan konsumen. Fasilitas harus lengkap, terawat, mudah digunakan, dan berfungsi dengan baik sehingga konsumen dapat menggunakannya dengan mudah.

Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat diberikan saran sebagai berikut:

1. Diharapkan pada pimpinan atau manajer wisata shava beach resort agar fasilitas objek wisata semakin ditingkatkan karena hal ini dapat meningkatkan pengunjung untuk berwisata di objek wisata shava beach resort Gorontalo. Beberapa pun besarnya suatu daerah tujuan wisata, jika fasilitasnya tidak memadai, maka keinginan wisatawan untuk mengunjungi tempat wisata tersebut akan diurungkan seluruh fasilitas itu dibangun dengan tujuan menimbulkan rasa betah dan nyaman kepada wisatawan untuk tinggal lebih lama di objek wisata tersebut dan berniat untuk Kembali lagi kesana dilain kesempatan.
2. Diharapkan pada pihak pengelola harus lebih menjaga kebersihan lingkungan di sekitar objek wisata shava beach resort Gorontalo, kebersihan fasilitas yang disediakan harus terus diperhatikan. Karena kebersihan sangat berpengaruh terhadap kenyamanan pengunjung.
3. Bagi peneliti selanjutnya, hendaknya untuk memperluas variabel penelitian, tidak hanya fasilitas tetapi juga variabel-variabel lainnya yang dapat mempengaruhi Keputusan berkunjung yaitu promosi, harga, pelayanan, dan lain-lain.

DAFTAR PUSTAKA

206. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.34405>

Achmad, L. I., & Agustin, N. D. (2021). Analisis Penerapan Strategi Bauran Pemasaran Syariah Pada Produk Tabungan Berkah Utama iB Ditengah Pandemi Covid-19 (Studi Kasus pada

- Bank Mega Syariah Kota Bekasi). *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 6(02), 207–222. <https://doi.org/10.37366/jespb.v6i02.248>
- Ajija, Shochrul R, D. (2011). Cara Cerdas Menguasai Eviews. Salemba Empat.
- Anggraini, R. P., Sulistyowati, L. N., & Purwanto, H. (2019). Pengaruh Fasilitas, Harga Tiket Dan Daya Tarik Terhadap Keputusan Berkunjung Di Obyek Wisata Telaga Ngebel. *SIMBA (Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi I)*, 1, 987–999.
- Asaloei, E. K. S. S. S. (2018). Pengaruh Kelengkapan Produk dan Harga terhadap Pembelian Ulang Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(3), 27–34.
- Berliana, A., Dian, K. D., & Nugraha, P. (2022). Wisata Puncak Mas Lampung Influence Service Quality , Tourism Power , Destination Image , and Prices on Visitor Satisfaction in Puncak Mas Lampung. *Jurnal Kompetitif Bisnis*, 1(September), 59–64.
- Farisa, I., Mulyati, A., & Marutha, A. (2018). Pengaruh Daya Tarik, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Agrowisata Petik Jeruk Sumbersono) Indri Farisa, Dra. Awin Mulyati, MM, Dr. IGN. Anom Marutha, MM.
- Febriana Ayu Widiati. (2022). The Influence of Price, Attractiveness, Accessibility on Decisions to Visit PPLH Seloliman Trawas Mojokerto Tourism. *Chinese Journal of Aeronautics*, 35(7), i–ii. [https://doi.org/10.1016/s1000-9361\(22\)00099-1](https://doi.org/10.1016/s1000-9361(22)00099-1)
- Febrianingrum, S. R., Miladan, N., & Mukaromah, H. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perkembangan Pariwisata Pantai Di Kabupaten Purworejo. *Desa-Kota*, 1(2), 130. <https://doi.org/10.20961/desa-kota.v1i2.14762.130-142>
- Helianny, I. (2019). Wonderful Digital Tourism Indonesia Dan Peran Revolusi Industri Dalam Menghadapi Era Ekonomi Digital 5.0. *Destinesia : Jurnal Hospitaliti Dan Pariwisata*, 1(1), 21–35. <https://doi.org/10.31334/jd.v1i1.551>
- Huda, N. N., Suryoko, S., & Waloejo, H. D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Wisata terhadap Keputusan Berkunjung Kembali dengan Kepuasan Pengunjung sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengunjung Hortimart Agro Center Bawen). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(2), 198–
- Isnana, Iranita, M. S. (2021). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, LOKASI DAN FASILITAS TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI NEW MARJOLY BEACH AND RESORT DENGAN KEPUASAN PENGUNJUNG SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. 1–18.
- Jaya Bahwiyanti, A. S. (2020). Jieb : Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis (S4)*, 5(November), 1–12. <http://ejournal.stiepancasetia.ac.id/index.php/jieb>
- Kemala, Z., & Astiana, R. (2022). Pelatihan Sadar Wisata dan Sapta PESONA Bagi Kelompok Pemuda Pokdarwis Eka Harapan Desa Suntenjaya Lembang. *Jurnal Sosial & Abdimas*, 4(1), 33–41. <https://doi.org/10.51977/jsa.v4i1.672>
- Lestari, A. A., Yuliviona, R., & Liantifa, M. (2023). Pengaruh Lokasi, Fasilitas dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali. *Jurnal Ekobistek*, 12(2), 587–592. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v12i2.601>
- Mulyati, Y., & Masruri. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Wisatawan Domestik Ditinjau dari Perspektif Daya Tarik Destinasi Wisata Kota Bukittinggi. *Menara Ilmu Lppm Umsb*, XIII(1), 190–205.
- Rina Nur Azizah, & Nurhaliza Fardayanti. (2021). Perencanaan Pengembangan Pariwisata Pantai Lon Malang Kabupaten Sampang. *Aplikasi Administrasi: Media Analisa Masalah Administrasi*, 10, 23–33. <https://doi.org/10.30649/aamama.v24i1.52>
- Sari, V. F. S., & Harti. (2020). Pengaruh Harga Tiket dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung ke Obyek Wisata Ubalan Waterpark Pacet Mojokerto. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(1), 723–729. <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/32109>
- Setiawati, R. (2019). PROGRAM REVITALISASI SITU RAWA BESAR SEBAGAI DAYA TARIK *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*. 2(1).
- Subrahmaniam, I. A. T. P. dan I. B. (2020). Ngaben sebagai Daya Tarik Pariwisata. 282.
- Suhardi, Y., Zulkarnaini, Z., Burda, A., Darmawan, A., & Klarisah, A. N. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal STEI Ekonomi*, 31(02), 31–41. <https://doi.org/10.36406/jemi.v31i02.718>

- Sunarto, S., & Fatimah, R. D. A. N. (2016). Pengaruh Penerimaan Retribusi Dan Penetapan Tarif Obyek Wisata Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Gunung Kidul Tahun 2013-2015. *Jurnal Akuntansi*, 4(2). <https://doi.org/10.24964/ja.v4i2.237>
- Tina Rahmadayanti, & Kholid Murtadlo. (2020). 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>
- Wahyuni, S. (2020). Analisis Pola Daya Tarik Wisata Berdasarkan Potensi Sumberdaya (Supply) Sebagai Aset Dan Daya Tarik Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Kepariwisata: Jurnal Ilmiah*, 14(01), 13–22. <https://doi.org/10.47256/kepariwisataan.v14i01.14>
- Yuniarta, M. N., Saufi, A., & M, L. E. H. (2021). International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding The Influence of Perceptions of Tourism , Awareness of Tourism and Tourism Facilities on t he Intentions of Traveling on “ Gunung Tengah .” *International Journal of Multicultural and Multireligiouns Understanding*, 8(1), 227–237.