

PENGARUH LOKASI, EVENT WISATA DAN DAYA TARIK WISATA TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI DI OBJEK WISATA PASAR PUNDENSARI KABUPATEN MADIUN

Sri Widyawati¹⁾, Hari Purwanto²⁾, Dian Citaningtyas Ari Kadi³⁾

¹Universitas PGRI Madiun

Widyaac69@gmail.com

²Universitas PGRI Madiun

hari888purwanto@unipma.ac.id

³Universitas PGRI Madiun

dian.citaningtyas@unipma.ac.id

Abstract

This study aims to determine "The Influence of Location, Tourist events and tourist attractions on the intention to return at the tourist attraction Pasar Pundensari, Madiun Regency. This study used a quantitative approach, with an unknown research population. This research method used a quantitative approach using the Lemeshow formula, resulting in 384 respondents. The Sampling technique used was purposive sampling. The research data analysis method uses Multiple Linear Regression analysis using the SPSS program. Data analysis was carried out using the Classical Assumption Test, Multiple Linear Test, t-test, F-test influenced by location, tourist event and tourist attraction of the Pasar Pundensari Market, madiun regency. The results of this study prove and significant effect on intention to return.

Keywords: *Facilities, Location, Price and Interest to visit*

Abstrak

Penelitian ini berjudul "Pengaruh Lokasi Event Wisata dan daya tarik wisata terhadap Minat berkunjung kembali di Objek wisata Pasar Pundensari Kabupaten Madiun. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui "Pengaruh Lokasi, Acara Wisata dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Di Obyek Wisata Pasar Pundensari Kabupaten Madiun. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan rumus Lemeshow, menghasilkan 384 responden. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Metode analisis data penelitian menggunakan analisis Regresi Linier Berganda dengan menggunakan program SPSS. Analisis data dilakukan dengan menggunakan Uji Asumsi Klasik, Uji Linier Berganda, Uji-t, Uji-F yang dipengaruhi oleh lokasi, event wisata dan daya tarik wisata Pasar Pundensari Kabupaten Madiun. Hasil Penelitian ini membuktikan bahwa Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat berkunjung kembali. Event wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat berkunjung kembali. dan daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat berkunjung kembali.

Kata Kunci: Lokasi, Event Wisata, Daya Tarik wisata, Minat Berkunjung kembali

PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun ini pemerintah sangat gencar untuk melakukan pembangunan di beberapa sektor yang salah satunya pariwisata untuk mengupayakan kesejahteraan warga. Dalam pembangunan pariwisata bisa membantu menjadikan kegiatan perekonomian daerah dan bisa menciptakan lapangan kerja yang terutamanya di daerah yang berdekatan dengan tempat wisata dan bisa mengurangi pengangguran atau kemiskinan dalam perekonomian dan bisa menjadikan sarana untuk memperkenalkan alam setempat dan bisa pula untuk memperkenalkan nilai budaya daerah sekitar lokasi wisata.

Madiun Pariwisata juga merupakan sektor penunjang perekonomian nasional. Menurut laporan keuangan kementerian pariwisata (2020), data menunjukkan bahwa pada tahun 2019, sektor pariwisata di Indonesia memberikan kontribusi sebesar 5,5% terhadap produk domestik bruto (PDB) nasional, dengan nilai sebesar Rp 870,8 Triliun. Selain itu, sektor pariwisata juga berperan penting dalam perolehan devisa.

Indonesia ialah salah satu negara Asia Tenggara yang mempunyai tingkat pertumbuhan pariwisata yang sangat tinggi. Potensi yang unggul dalam pariwisata milik Indonesia adalah keindahan alam yang indah dan juga budaya yang sangat baik yang menjadi ikon wisata di Indonesia. Contohnya yang ikut andil dalam memajukan pariwisata di Indonesia seperti yang ada di Kabupaten Madiun. Kabupaten Madiun mempunyai banyak sekali potensi yang menarik dan indah untuk dikunjungi wisatawan. Yaitu salah satunya Desa Wisata Pasar Pundensari Kabupaten Madiun yang berada di Desa Gunung Sari.

Grafik 1.2 Data Jumlah pengunjung Pasar Pundensari 2022



Sumber: Pengelola Pasar Pundensari Kab. Madiun tahun 2022

Grafik 1 tersebut dapat terlihat bahwa pengunjung di objek wisata pasar Pundensari mengalami naik turun atau (fluktuasi) dikarenakan pandemi Covid-19 serta masa transisi new normal. Pariwisata pada masa ini merupakan salah satu bisnis yang memiliki potensi besar yang diiringi dengan meningkatnya persaingan di sektor bisnis sejenis. Apabila ingin dapat meningkatkan jumlah pengunjung lebih banyak lagi maka perlu adanya strategi

pemasaran pariwisata. Dalam hal ini ada banyak sekali faktor yang mempengaruhi dalam minat Berkunjung ke sebuah objek wisata Contohnya ialah Lokasi, Event wisata dan daya tarik wisata terhadap Minat Berkunjung Kembali.

Pasar Pundensari Merupakan objek wisata pasar yang mempunyai konsep tradisional Jawa dengan memanfaatkan area punden menjadi sebuah wisata budaya. Di pasar Pundensari ini semua lapak dan pengelola pasar menggunakan dan diwajibkan memakai pakaian adat Jawa yaitu batik lurik. Konsep bangunan pun antar pelapak dibuat sederhana mungkin yang terbuat dari bahan dasar bambu yang dapat dilakukan oleh perusahaan dalam memberikan harga ialah dengan memberikan harga yang rendah dibanding dengan pesaing.

Pada Penelitian ini Membahas tentang Minat Berkunjung Kembali di objek wisata Pasar Pundensari Kabupaten Madiun. Menilai mengenai kepuasan pengunjung dari respon yang penilaian pengunjung terhadap kuesioner. Pada menentukan variabel mengacu pada indikator yang berpengaruh dalam kepuasan pengunjung yang ada. Penelitian ini sangat penting dilakukan untuk mengetahui bagaimana Lokasi, event wisata dan daya tarik wisata berpengaruh terhadap Minat Berkunjung kembali di objek wisata Pasar Pundensari Kabupaten Madiun.

KAJIAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESA

Lokasi

Menurut (Swastha 2009:24) menjelaskan lokasi adalah tempat dimana suatu usaha atau aktivitas usaha dilakukan. Faktor penting dalam pengembangan suatu usaha adalah letak lokasi terhadap daerah perkotaan, cara penyampaian dan waktu tempuh lokasi ketujuan. Faktor lokasi yang baik adalah relative untuk setiap jenis usaha yang berbeda.

Event wisata

Event merupakan salah satu area of interest dalam bidang pariwisata (Marris, 1987; Faulkner et al., 2000; Getz, 2000; Gursoy and Kendall, 2006; Getz, 2008; Nelson, 2013) yang dapat dilaksanakan satu kali atau berkala di lokasi yang sama ataupun berbeda. Event juga pada dasarnya merupakan komponen yang dapat memotivasi wisatawan untuk berkunjung sehingga seringkali menjadi salah satu bentuk pengembangan dan strategi marketing bagi berbagai destinasi wisata. Namun, event tentunya tidak selalu berorientasi pada pariwisata, beberapa diantaranya juga diselenggarakan sesuai dengan kebutuhan masyarakat lokalnya.

Daya tarik Wisata

Daya tarik wisata merupakan salah satu unsur penting dalam dunia kepariwisataan. Dimana daya tarik wisata dapat menyukkseskan program pemerintah dalam melestarikan adat dan budaya bangsa sebagai asset yang dapat dijual kepada wisatawan. Daya tarik wisata dapat berupa alam, budaya, tata hidup dan sebagainya yang memiliki daya tarik dan nilai jual untuk dikunjungi ataupun dinikmati oleh wisatawan.

Produk pariwisata meliputi keseluruhan pelayanan yang diperoleh, dirasakan, dimiliki dan dinikmati oleh wisatawan sejak ia meninggalkan rumah, tempat tinggal sampai ke daerah wisata yang dipilihnya hingga kembali ke tempat asalnya. Untuk dapat menjadi suatu daerah tujuan wisata yang baik maka kita harus mengembangkan tiga hal yaitu : 1. Something to see, adalah segala sesuatu yang menarik untuk dilihat. 2. Something to buy, adalah segala sesuatu yang menarik atau mempunyai ciri khas tersendiri untuk dibeli. 3. Something to do, yaitu suatu aktivitas yang dapat dilakukan di tempat tersebut. Ketiga hal itu merupakan unsur-unsur yang kuat untuk suatu daerah tujuan wisata.

Menurut Cooper pada (Permatasari, 2015), daya tarik wisata harus mempunyai empat komponen yaitu: Attraction (Atraksi), accessibilities (Aksesibilitas), amenities (Amenitas atau fasilitas), dan ancillary service (jasa pendukung pariwisata) merupakan kondisi yang terjadi jika seseorang melihat ciri-ciri atau situasi yang dihubungkan dengan keinginan atau kebutuhan sendiri. Berkunjung adalah kata sifat yang memiliki arti datang atau hadir. Minat beli merupakan perilaku konsumen yang muncul untuk membeli produk (Agustini et al., 2022).

Minat berkunjung

Minat Berkunjung kembali merupakan bentuk loyalitas wisatawan dikarenakan destinasi wisata yang mereka kunjungi memberikan manfaat yang lebih (Hidayah, 2019). Minat berkunjung kembali dalam penelitian ini berdasarkan teori minat beli ulang karena minat berkunjung kembali diasumsikan sebagai minat pembelian ulang terhadap tiket masuk. Minat beli muncul akibat dari adanya proses belajar dan proses `pemikiran yang kemudian membentuk suatu persepsi. Minat beli ini akan muncul dan kemudian menjadi motivasi yang terus terekam dalam pikirannya dan menjadi kegiatan yang sangat kuat yang pada akhirnya ketika seseorang ingin memenuhi kebutuhannya akan mengaktualisasikan apa yang menjadi motivasi dalam pikirannya.

Hipotesis penelitian yang dapat dirumuskan adalah:

H1 : Lokasi berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali.

H2 : Event Wisata berpengaruh terhadap Minat Berkunjung Kembali

H3 : Daya tarik wisata berpengaruh terhadap Minat Berkunjung Kembali

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang dilakukan menggunakan penelitian kuantitatif dengan metode Kuesioner dan survey, instrument penelitian yang terstruktur dan sistematis bertujuan menguji hipotesis yang diterapkan dengan data primer sebagai metode pengumpulan datanya untuk meneliti sampel pada populasi tertentu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel penelitian (Lokasi ,Event wisata, Daya Tarik wisata dan Minat Berkunjung Kembali). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah wisatawan yang telah mengunjungi pada wisata Pasar Pundensari Kabupaten Madiun.

Besar sampel yang digunakan dalam penelitian ini sejumlah 384 responden. Jenis

pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik purposive sampling. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan sistem penyebaran kuisioner atau penyebaran daftar pertanyaan. Teknik menggunakan kuisioner yaitu dengan mendengar dan memberikan daftar pertanyaan kepada responden dengan tujuan mereka dapat memberikan respon atas pertanyaan yang telah diberikan tersebut (Firdaus,).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Data Penelitian

Tabel 1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Laki	222	57.8	57.8	57.8
Valid	Perempuan	162	42.2	42.2	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer diolah tahun 2023

Berdasarkan Tabel 1 menggambarkan masing-masing frekuensi dari responden laki-laki dan perempuan. Dari total responden sebesar 384 orang diketahui diantaranya 222 orang berjenis kelamin laki-laki dan 162 orang berjenis kelamin perempuan. Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa pengunjung atau wisatawan objek wisata Pasar Pundensari Kabupaten Madiun didominasi oleh laki-laki dengan valid percent sebesar 57,8%.

Tabel 2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Pekerjaan		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	ASN	103	26.8	26.8	26.8
	Swasta	83	21.6	21.6	48.4
	Petani/Buruh	40	10.4	10.4	58.9
Valid	TNI/POLRI	21	5.5	5.5	64.3
	Wiraswata	37	9.6	9.6	74.0
	Pelajar/Mhasiswa	100	26.0	26.0	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer diolah tahun 2023

Berdasarkan tabel 2 Pada kategori pekerjaan, diketahui wisatawan berstatus Mahasiswa yang mendominasi objek wisata Pasar Pundensari kabupaten Madiun sebanyak 103 orang dengan valid percent sebesar 26,8%. Selanjutnya responden pelajar sebanyak 100 orang atau 26%. Kemudian untuk responden yang bekerja sebagai swasta sebanyak 83 orang atau 21,6%. Sementara untuk responden yang bekerja sebagai petani/buruh sebanyak 40

orang atau 10,4%. Untuk responden yang bekerja sebagai wiraswasta sebanyak 37 orang atau 9,6%, dan untuk responden yang mempunyai pekerjaan TNI/POLRI menjadi responden terbanyak kedua sebanyak 21 orang atau 5,5%.

Tabel 3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
< 25	130	33.9	33.9	33.9
25-35 thn	183	47.7	47.7	81.5
Valid > 35 Thn	71	18.5	18.5	100.0
Total	384	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer diolah tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.1 diatas dapat diketahui bahwasanya mayoritas responden terbanyak berada pada usia 25- 35 tahun dengan frekuensi sebanyak 183 responden. Kemudian responden terbanyak kedua berada di usia < 25 tahun dengan frekuensi sebanyak 130 responden. Selanjutnya responden terbanyak yang ketiga berada di usia > 35 tahun dengan frekuensi sebanyak 71 responden. Dari situ dapat ditarik kesimpulan bahwa wisatawan atau pengunjung objek wisata Pasar Pundensari Kabupaten Madiun didominasi oleh wisatawan berusia 25-35 tahun sebesar 47,7%.

Uji Normalitas.

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi dan residual memiliki distribusi normal. Untuk menguji normalitas data dapat menggunakan uji statistik Kolmogorov Smirnov. Jika nilai Asymp. Sig. (2- tailed) > 0,05 maka berkesimpulan bahwa data residual berdistribusi normal. Namun Jika nilai Asymp. Sig. (2- tailed) < 0,05 maka berkesimpulan bahwa data residual tidak berdistribusi normal. Hasil uji normalitas data dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4 Hasil Uji Normalitas

One-Sampel Kolmogorov-Smirnov Test	
	Unstandardized Residual
Test Statistic	0,24
Asmpy, Sig (2-tailed)	0,200

Sumber: Output SPSS, 2023

Berdasarkan hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* diatas menunjukkan bahwa nilai *test statistic kolmogorof-smirnov* sebesar 0,24 dan *Asymp,Sig,(2-tailed)* sebesar 0,200 maka dapat disimpulkan pada data ini berdistribusi normal karena menghasilkan $>0,05$.

Uji Parsial (Uji T)

Tabel 5 Hasil Uji Parsial (Uji T)

		Coefficient s ^a	
Model		t	Sig.
1	(Constant)	2.596	.010
	X1	3.147	.002
	X2	3.184	.002
	X3	6.034	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Output SPSS, 2023

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa tingkat signifikan Daya Tarik lebih kecil dari 0,05 dengan hasil 0,002 yang memiliki arti bahwa variabel Lokasi(X1) berpengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali di objek wisata pasar pundsari kabupaten Madiun (Y), Sedangkan pada tingkat signifikan variabel Event Wisata(X2) lebih kecil dari 0,05 dengan hasil 0,002. yang memiliki arti bahwa variabel Event wisata (X2) berpengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali wisatawan pada objek wisata pasar pundsari kabupaten Madiun (Y) dan sedangkan pada Daya tarik wisata (X3) sebesar 0,00 lebih kecil dari 0,05 yang berarti variabel daya tarik wisata berpengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali pada objek wisata pasar pundsari kabupaten Madiun (Y).

Uji Simultan (Uji F)

Penelitian ini menggunakan uji simultan (Uji F) untuk mengukur pengaruh variabel X terhadap variabel Y secara bersama-sama (simultan). Hasil Uji Simultan (Uji F) dapat dilihat pada tabel 6 sebagai berikut :

Tabel 6 Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	56.378	3	18.793	189.534	.000 ^b
Residual	37.678	380	.099		
Total	94.056	383			

Sumber: Output SPSS, 2023

Berdasarkan tabel 6 mengenai Anova diatas untuk menguji F menunjukkan bahwa nilai F hitung = 189,534 dan F tabel = 2,318 (nilai tabel F dengan df1 (Regression)= 5 dan df2 (Residual) sampel 384 -3-1 = 96). Maka nilai F hitung > F tabel atau 189,534 > 2,70 dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05 artinya tolak H0 dan Ha diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa model yang digunakan sudah tepat yaitu variabel Lokasi (X1), event wisata(X2), daya tarik wisata(X3) sebagai variabel independen yang dimasukkan ke dalam model mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali.

Uji Determinasi

Koefisien determinasi (R²) pada intinya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model pada variabel bebas (X) dalam menerangkan variasi variabel terikat (Y). Hasil Uji Determinasi (Uji R) dapat dilihat pada tabel 7 sebagai berikut :

Tabel 7 Hasil Uji Determinasi (Uji R)

Model Summary ^b							
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics		
					R Square Change	F Change	df1
1	.681 ^a	.464	.460	.3643	.464	109.590	3

Sumber: Output SPSS, 2023

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 7 didapatkan bahwa R-squared ratio sebesar 0,464 atau 46,4%. Artinya minat pasar pariwisata di Provinsi Pundensar Madiun dapat dijelaskan oleh variabel lokasi, event dan event pariwisata. Sedangkan sisanya sebesar 53,6% dapat dijelaskan oleh faktor lain di luar sampel.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan penelitian dan pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan pada variabel lokasi, Event wisata dan daya tarik wisata terhadap minat berkunjung Kembali. Dengan demikian lokasi, Event wisata secara bersamaan memegang peranan penting dalam meningkatkan minat berkunjung wisatawan ke objek wisata pasar Pundensari kabupaten Madiun. Berdasarkan kesimpulan yang didapatkan dari hasil dalam penelitian ini menunjukkan penyajian bentuk penerapan Minat Berkunjung

Kembali di objek wisata pasar pundsari kabupaten Madiun. Adanya Lokasi, Event wisata dan Daya tarik wisata yang baik dan memadai yang disuguhkan pada wisatawan, menghasilkan minat berkunjung kembali yang semaksimal baik pula.

Berdasarkan dari keterbatasan yang ada, penelitian ini dimasa mendatang diharapkan bisa melakukan penelitian dengan beberapa pertimbangan, diantaranya 1) Peneliti diharapkan untuk mengembangkan variabel yang digunakan dalam penelitian, terkait minat berkunjung kembali, 2) Peneliti diharapkan memberikan inovasi objek penelitian lain yang berkaitan dengan Minat Berkunjung Kembali. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat mengkaji lebih dalam tentang pengaruh harga, aksesibilitas, fasilitas, daya tarik wisata, dan biaya perjalanan serta faktor lain yang belum ada dalam penelitian diperoleh gambaran yang lebih lengkap lagi. Sehingga diharapkan hasil penelitian yang akan datang lebih sempurna dari penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran*. : Rajawali Pres.
- Astuti, S.P., dan T. L. F. (2019). *Modul Praktikum Statistika*. (F. I. Surakarta(ed.)). Harga, Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Hotel Chanti
- Khasani, Muhammad Akrom. (2014). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan Di Pantai Cahaya, Weleri, Kabupaten Kendal. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang, 1–95.
- Marpaung, B. (2019). Pengaruh Daya Tarik, Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Keselamatan Dengan Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Intervening Terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan. Mpu Procuratio : Jurnal Penelitian Manajemen.
- Mohamad Rizal Nur Irawan , Levia Inggrit Sayekti , Ratna Ekasari, 2021, Pengaruh Fasilitas Wisata, Promosi Dan Harga Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung Pada Wisata Wego Lamongan
- Mumtaz, F. (2017). Metode Penelitian Mengawal Anda Dari Konsep, Praktik Hingga Teknis Penulisan.
- Prabowo, H., Astuti, W., & Respati, H. (2020). Effect Of Service Quality And Brand Image On Repurchase Intention Through Word Of Mouth At Budget Hotels Airy Rooms. *Open Journal Of Business And Management*, 08(01), 194–207. <https://doi.org/10.4236/ojbm.2020.81012>
- Cicilia dan Yudhiet. (2020). Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Promosi Terhadap Minat Berkunjung Di Dunia Air Tawar Dan Dunia Serangga. *Jurnal TMII*.
- Excel Hendri Bolang. (2021). Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Lokasi Dan Harga Tiket Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Pada Makatete Hill's Desa Warembungan,. *Jurnal EMBA*, Vol.9(No.1 Januari,), Hal. 1360-1370.
- Farida, N. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Wisata Berkunjung di

- Kampung Coklat Kademangan Kabupaten Blitar.
Akuntabilitas: Jurnal Ilmu - Ilmu Ekonomi, 14((2)).
- Helena Sirait. (2018). Pengaruh Harga Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Bukit Gibeon Kecamatan Ajibata Kabupaten Toba Samosir. Universitas Negeri Medan.
- Heny Setyowati, A. L. (2022). Pengaruh E-WOM, Fasilitas, Daya Tarik Wisata, dan Harga terhadap Minat Berkunjung Taman Satwa Taru Jurug. JURNAL MANAJEMEN PERHOTELAN DAN PARIWISATA, VOLUME 5,(ISSUE 1,).
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). Prinsip-prinsip Pemasaran. Erlangga. Kotler, P., dan Keller, K. L. (2016). Manajemen Pemasaran. Erlangga.
- Lupiyoadi, & H. (2006). Manajemen Pemasaran Jasa. . Salemba Empat.
- Miarsih, G. S. dan A. (2018a). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berkunjung Wisatawan ke Objek Wisata Religi Masjid Gedhe Kauman Yogyakarta. Journal of Tourism and Economic, 1 (2), 117-123.
- Miarsih, G. S. dan A. (2018b). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berkunjung Wisatawan ke Objek Wisata Religi Masjid Gedhe Kauman Yogyakarta. J. Ournal of Tourism and Economic, 1 (2), 117–123.
- Moekijat. (2016). Pengembangan Manajemen dan Motivasi. Pionir Jaya.
- Moh.Nazir. (2004). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D,. penerbit alfabate.
- Perspektif Harga Tiket, Citra Destinasi Dan Fasilitas Wisata Di Heritage Palace Kartasura,. Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis, Vol.14, No(Juli), 124–134.
- Muh Rizal, L. dan R. (2021). Pengaruh fasilitas wisata, promosi dan harga terhadap minat wisatawan berkunjung pada wisata Wego Lamongan. JIM, 9.
- Nafi'atin Hasanah. (2022). Pengaruh Harga, Aksesibilitas, Fasilitas, Daya Tarik Wisata, Dan Biaya Perjalanan Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Objek Wisata Mangrove Pantai Kertomulyo Kabupaten Pati,. Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
- Nurbaeti, Rahmanita, M., Ratnaningtyas, H., & A. (2021). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksebilitas, Harga dan Fasilitas terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Danau Cipondoh, Kota Tangerang. Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora, 10((2)), 269–278.
- Nurdiana. (2023). Pengaruh Harga Tiket, Fasilitas Objek Wisata, Dan Keamanan Terhadap Minat Berwisata Di Objek Wisata Telaga Ngebel,. JRE: Jurnal Riset Entrepreneurship – , Volume 6(Nomor 1, Pebruari 20223;), 40–47.

- Cicilia dan Yudhiet. (2020). Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Promosi Terhadap Minat Berkunjung Di Dunia Air Tawar Dan Dunia Serangga. *Jurnal TMII*.
- Excel Hendri Bolang. (2021). Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Lokasi Dan Harga Tiket Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Pada Makatete Hill's Desa Warembungan,. *Jurnal EMBA*, Vol.9(No.1 Januari,). Hal. 1360-1370.
- Farida, N. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Wisata Berkunjung di Kampung Coklat Kademangan Kabupaten Blitar. *Akuntabilitas: Jurnal Ilmu - Ilmu Ekonomi*, 14((2)).
- Heny Setyowati, A. L. (2022). Pengaruh E-WOM, Fasilitas, Daya Tarik Wisata, dan Harga terhadap Minat Berkunjung Taman Satwa Taru Jurug. *JURNAL MANAJEMEN PERHOTELAN DAN PARIWISATA*, VOLUME 5,(ISSUE 1,).
- Miarsih, G. S. dan A. (2018a). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berkunjung Wisatawan ke Objek Wisata Religi Masjid Gedhe Kauman Yogyakarta. *Journal of Tourism and Economic*, 1 (2), 117-123.
- Miarsih, G. S. dan A. (2018b). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berkunjung Wisatawan ke Objek Wisata Religi Masjid Gedhe Kauman Yogyakarta. *J. Ournal of Tourism and Economic*, 1 (2), 117–123.
- Moekijat. (2016). *Pengembangan Manajemen dan Motivasi*. Pionir Jaya.
- Moh.Nazir. (2004). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.. penerbit alfabate.
- Muh Rizal, L. dan R. (2021). Pengaruh fasilitas wisata, promosi dan harga terhadap minat wisatawan berkunjung pada wisata Wego Lamongan. *JIM*, 9.
- Nafi'atin Hasanah. (2022). Pengaruh Harga, Aksesibilitas, Fasilitas, Daya Tarik Wisata, Dan Biaya Perjalanan Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Objek Wisata Mangrove Pantai Kertomulyo Kabupaten Pati,. Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
- Nurbaeti, Rahmanita, M., Ratnaningtyas, H., & A. (2021). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksebilitas, Harga dan Fasilitas terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Danau Cipondoh, Kota Tangerang. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 10((2)), 269–278.
- Nurdiana. (2023). Pengaruh Harga Tiket, Fasilitas Objek Wisata, Dan Keamanan Terhadap Minat Berwisata Di Objek Wisata Telaga Ngebel,. *JRE: Jurnal Riset Entrepreneurship –* , Volume 6(Nomor 1, Pebruari 20223;), 40–47.
- Sahla, H. (2017). Marpaung, Halimatussaddiah dan Pengaruh Daya Tarik dan Aksesibilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan ke Air Terjun Ponot di Desa Tangga Kecamatan Aek Songsongan Kabupaten Asahan. *Prosiding Seminar Nasional Multidisiplin Ilmu UNA*. <https://doi.10.31219/osf.io/mz5gy>