

PENGARUH DAYA TARIK, FASILITAS, AKSESIBILITAS DAN PROMOTION TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG

Lina Puspita Sari¹⁾, Hari Purwanto²⁾

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun

email: linapuspitasari68@gmail.com

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun

email: hari.purwanto@unipma.ac.id

Abstrak

Penelitian ini berupaya menunjukkan bagaimana daya tarik, fasilitas, aksesibilitas, dan *promotion* memengaruhi keputusan wisatawan untuk mengunjungi Waduk Kalibening Widas Saradan Madiun. Sebanyak 384 peserta berpartisipasi dalam penelitian kuantitatif ini. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah sampel Lemeshow. Survei yang disebarakan melalui Google Forms digunakan untuk pengumpulan data. IBM SPSS Software (Statistical Package for the Social Sciences), Versi 25, merupakan alat uji yang digunakan dalam prosedur analisis data. Berdasarkan hasil penelitian, keputusan pengunjung untuk mengunjungi Waduk Kalibening Widas Saradan dipengaruhi oleh daya tarik wisata. Penentuan untuk mengunjungi Waduk Kalibening Widas Saradan tidak dipengaruhi oleh fasilitas. Keputusan untuk mengunjungi Waduk Kalibening Widas Saradan tergantung pada aksesibilitas. Kunjungan ke Waduk Kalibening Widas Saradan dipengaruhi oleh *promotion*.

Kata Kunci: Daya Tarik, Fasilitas, Aksebilitas, *Promotion* dan Keputusan Berkunjung.

Abstract

The purpose of this study is to provide empirical evidence about the impact of promotion, accessibility, amenities, and attractions on visitors' decisions to visit the Kalibening Widas Saradan Madiun Reservoir. With a sample size of 384 participants, this study is quantitative in nature. A lemshow sample is used in the sampling procedure. gathering data through the distribution of a google form quiz. IBM SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) Version 25 is a test tool used in the data analysis approach. The study's findings suggest that visitors' decisions to visit the Kalibening Widas Saradan Reservoir are influenced by their attractions. The decision to visit the Kalibening Widas Saradan Reservoir was not influenced by facilities. The decision to visit the Kalibening Widas Saradan Reservoir is influenced by accessibility. The decision to visit the Kalibening Widas Saradan Reservoir was influenced by promotion.

Keywords: Attraction, Facilities, Accessibility, Promotion and Decision to Visit.

A. PENDAHULUAN

Salah satu wisata yang cukup terkenal terkait keindahan perairannya yaitu Waduk Kalibening Widas Saradan Madiun. Presiden Soeharto meresmikan Waduk Widas seluas 570 hektare pada tahun 1984. Waduk ini terletak di Desa Pajaran, Kecamatan Saradan, Kabupaten Madiun, Jawa Timur. Diharapkan pertumbuhan pariwisata, khususnya pembangunan Waduk Widas Kalibening, juga akan berdampak positif terhadap prospek usaha dan lapangan kerja, yang pada akhirnya akan meningkatkan perekonomian daerah..

Penelitian ini mengkaji teori yang dikemukakan oleh Sunaryo (2013) yang menyatakan bahwa daya tarik dapat dijadikan sebagai faktor pendorong yang sangat signifikan dalam mempengaruhi suatu tempat wisata. Perlu diketahui bahwa akses jalan yang memadai saja tidak cukup tanpa tersedianya sarana transformasi. Daya tarik merupakan faktor utama yang menarik wisatawan untuk datang ke suatu tempat.

Di Waduk Kalibening Widas sendiri kurang begitu rame dikarenakan suasana yang kurang kondusif, terdapat tempat hewan yang kurang tertata dan kebersihan kurang terjaga yang membuat sebagian besar wisatawan kurang nyaman. Padahal Waduk Kalibening Widas menyajikan pemandangan alam yang masih alami dan bangunan di sekitaran Waduk Kalibening Widas menyatu dengan keindahan yang ada di Waduk Kalibening Widas, tak hanya itu Waduk Kalibening Widas menyajikan pelayanan yang ramah kepada pengunjung agar bisa menikmati keindahan alam yang ada di Waduk Kalibening Widas dengan kesejukan udara yang masih alami membuat Waduk Kalibening Widas memiliki daya tarik tersendiri dibandingkan dengan wisata waduk lainnya.

Menurut penelitian Prayogi (2018), semua fasilitas yang dirancang untuk mengakomodasi pengunjung yang tinggal sementara di suatu destinasi wisata disebut sebagai fasilitas wisata. Fasilitas ini memungkinkan pengunjung untuk bersantai, mengikuti kegiatan lokal, dan bersenang-senang. Karena wisatawan tertarik ke suatu tempat, wilayah, atau negara melalui kemudahan yang ditawarkan oleh fasilitas ini, fasilitas merupakan salah satu elemen terpenting untuk meningkatkan pariwisata (Sammeng, 2001).

Fasilitas yang diberikan pengelola waduk kalibening widas sudah bagus akan tetapi fasilitas yang diberikan belum tertata dengan baik dan fasilitas tersebut perlu perbaikan

dikarenakan fasilitas yang diberikan bisa dikatakan sudah terlalu lama dan perlu adanya perbaikan fasilitas wisata. Walaupun lahan di Waduk KaliBening Widas sangat luas tetapi disana tidak adanya tempat kerapian untuk pengunjung saat berparkir kendaraan, dengan itu pengunjung tidak bisa memanfaatkan fasilitas yang ada dan kondisi fasilitas yang kurang terawat dari pengelola Waduk Kalibening Widas, sebagai contohnya yaitu fasilitas bermain untuk anak-anak yang sudah lama yang kurang layak dipakai mengakibatkan keamanan pengunjung tidak terjamin.

Tabel 1. Daftar Pengunjung Dari Tahun Ke Tahun

Tahun	Total Pengunjung
2021	91.710
2022	83.661
2023	95.917

Sumber: Laporan tahunan Pengelola Wisata Waduk Kalibening Widas, Saradan, Madiun

Informasi tersebut menunjukkan bahwa pada tahun 2021 jumlah wisatawan yang berkunjung adalah 91.710 orang; namun, pada tahun 2022 jumlah wisatawan berkurang 83.661 orang, dan pada tahun 2023 jumlah wisatawan bertambah 95.917 orang, yang merupakan peningkatan yang cukup signifikan. Penurunan tajam jumlah pengunjung tersebut disebabkan oleh kurangnya pengembangan amenities dan pertimbangan aksesibilitas; namun, pada tahun 2022 ke tahun 2023 terjadi peningkatan jumlah kunjungan wisatawan yang cukup signifikan yaitu sebesar 12.256 orang. Berdasarkan data tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa jumlah kunjungan ke Waduk Widas Kalibening mengalami peningkatan yang kurang konsisten antara tahun 2021 ke tahun 2022.

Ada beberapa pengunjung yang cukup jauh dalam menempuh objek wisata Waduk Widas tersebut karena lokasi tersebut hampir dekat dengan wilayah Nganjuk, apabila seseorang yang berkunjung di Waduk Widas adalah orang yang berlokasi Madiun Selatan pasti sangat kejauhan untuk berkunjung kesana walapun akses mudah. Ada juga beberapa permasalahan yang ada beberapa akses jalan yang didalam wilayah objek wisata yang bisa dikatakan menalami beberapa persoalan seperti kerusakahan, kurang kerawat dan lain sebagainya.

Menyebarkan informasi untuk mendorong konsumen menerima, membeli, dan bertahan dengan produk yang dijual adalah tujuan komunikasi pemasaran (Pundissing, 2021). Objek wisata Waduk Kalibening Widas sudah menerapkan sistem promosi digital namun ada beberapa kendala banyak hal ini disebabkan karena kurangnya promosi untuk Objek Wisata Waduk Kalibening Widas Saradan. Wisata Waduk Kalibening Widas Saradan kurang menggunakan media promosi dengan maksimal. Dari media Instagram dapat diketahui bahwa akun Wisata Waduk Kalibening Widas Saradan tidak setiap hari mengupdate promosinya.

Berdasarkan hal tersebut diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk membuktikan secara empiris mengenai Pengaruh Daya Tarik, Fasilitas, Aksesibilitas Dan *Promotion* Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Wisata Waduk Kalibening Widas Saradan.

B. METODE

Desain penelitian dipilih, peneliti memilih penelitian kausal (sebab-akibat). Peneliti menggunakan desain penelitian kuantitatif untuk penelitian ini. Populasi penelitian ini adalah populasi yang tidak diketahui. Jika populasi tidak diketahui, Persamaan Lemeshow dapat digunakan untuk menghitung jumlah sampel. Perhitungan di atas menunjukkan bahwa 384 responden akan menjadi jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini. Pendekatan *purposive sampling* adalah strategi sampel yang digunakan dalam penelitian ini. Penelitian menggunakan kuesioner yang akan diberikan peneliti kepada responden secara elektronik melalui google form. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linier berganda.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penggunaan media sosial, usia, jenis kelamin, dan frekuensi kunjungan merupakan beberapa atribut peserta studi yang dapat dipertimbangkan. Berikut ini dapat digunakan untuk mengkarakterisasi setiap aspek:

Tabel 2. Karakteristik Responden

Kategori	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
Jenis Kelamin		
Laki-Laki	130	33,9%
Perempuan	254	66,1%

Usia		
17 – 20 tahun	33	8,6%
21 – 30 tahun	266	69,3%
31 – 40 tahun	54	14,1%
41 – 50 tahun	21	5,5%
51 – 60 tahun	10	2,6%
Pengguna Gadget		
Ya	384	100%
Tidak	0	0%
Pengguna Media Sosial		
Ya	384	100%
Tidak	0	0%
Frekuensi Berkunjung		
1 Kali	63	16,4%
2 – 4 Kali	127	33,1%
< 5 Kali	194	50,5%

Sumber: Data Penelitian (2024).

Hasil yang ditunjukkan pada Tabel 2. jumlah responden terbanyak adalah perempuan, hal ini dikarenakan perempuan lebih aktif di sosial media untuk mencari tempat wisata yang sesuai dengan keinginannya untuk diupdate di sosial medianya dan memiliki hobi berfoto di tempat wisata yang memiliki spot foto unik dan menarik untuk diposting di sosial medianya. Jika dilihat dari usianya, Wisata Waduk Kalibening Widas Saradan didominasi oleh usia 21 – 31 tahun yang merupakan responden usia muda. Hal tersebut dikarenakan pada usia tersebut masih senang untuk berwisata ke tempat-tempat yang sesuai dengan kebutuhannya dan usia tersebut masih dalam usia yang ingin bersenang senang atau menikmati masa mudanya untuk sekedar menikmati suasana alam yang indah. Jika dilihat dari didominasi oleh frekuensi berkunjung lebih dari 2 - 3 kali. Hal tersebut dikarenakan wisata Wisata Waduk Kalibening Widas Saradan merupakan wisata yang banyak dikunjungi dan sudah tidak asing dikalangan masyarakat, Wisata Waduk Kalibening Widas Saradan memiliki lingkungan yang bersih dan memiliki fasilitas-fasilitas yang memadai sehingga membuat daya tarik sendiri bagi wisatawan yang ingin berkunjung kembali maka dari itu wisatawan tidak bosan untuk berkunjung kembali.

Tabel 3. Rangkuman Hasil Uji Hipotesis

Variabel	T	Sig.	Sig. F	Adj. R-Square
(Constant)	2.116	.000		0.907
Daya Tarik(X1)	4.951	.000		

Fasilitas (X2)	-.537	.591		
Aksesibilitas (X3)	28.467	.000		
Promotion (X4)	-6.810	.000		

Sumber: Output SPSS (Diolah)

Hasil pengujian menunjukan t hitung (4.951) $>$ t tabel ($1,966$) dan nilai signifikansi Daya Tarik adalah $0,000$, sehingga Daya Tarik berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung. Nilai t hitung ($-.537$) $<$ t tabel ($1,966$) dan nilai signifikansi Fasilitas adalah 0.591 , sehingga Fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung. Nilai t hitung (28.467) $>$ t tabel ($1,966$) dan nilai signifikansi Aksesibilitas adalah $0,000$ sehingga aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung. Nilai t hitung (-6.810) $<$ t tabel ($1,966$) dan nilai signifikansi *Promotion* adalah $0,000$. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0.05 sehingga *Promotion* berpengaruh negatif terhadap Keputusan Berkunjung.

Selain itu, analisis tabel tersebut menghasilkan Adjusted R² (koefisien diferensiasi) sebesar $0,907$ yang menunjukkan bahwa variabel independen yaitu Daya Tarik (X1), Fasilitas (X2), Aksesibilitas (X3), dan Promosi (X4) akan memberikan pengaruh sebesar $90,7\%$ dari variabel Keputusan Berkunjung, dan sisanya sebesar $9,3\%$ dipengaruhi oleh variabel yang tidak tercakup dalam penelitian ini.

Pengaruh Daya Tarik Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Waduk Kalibening Widas Saradan

Temuan penelitian ini mendukung temuan Nurjaman dkk. (2021) dan Dewi dkk. (2020), yang menemukan bahwa daya tarik secara signifikan dan menguntungkan mempengaruhi keputusan pengunjung untuk datang. Selanjutnya penelitian Poli et al. (2023) menemukan bahwa keputusan pengunjung untuk mengunjungi tempat wisata tidak dipengaruhi secara signifikan oleh keindahan.

Implikasi dari penelitian ini dapat dilihat dari jawaban responden yang menyatakan bahwa mayoritas responden daya tarik yang disajikan oleh pihak wisata Waduk Kalibening Widas seperti keindahan yang masih alami di wilayah sekitaran waduk, ketenangan suasana waduk bahkan pihak Wisata Waduk Kalibening Widas masih menerapkan tradisi turun menurutnya yang masih berjalan, dari daya yang disajikan menjadikan seseorang atau wisatawan tertarik atau memutuskan berkunjung di Wisata Waduk Kalibening Widas. Alasan

utama wisatawan memilih untuk mengunjungi suatu lokasi adalah daya tariknya, yang ingin mereka lihat, alami, dan nikmati. Segala sesuatu yang dianggap istimewa, praktis, dan berharga dalam bentuk berbagai barang buatan manusia, artefak budaya, dan sumber daya alam dianggap sebagai daya tarik wisata.

Pengaruh Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Waduk Kalibening Widas Saradan.

Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian Ardiansyah (2019) yang menemukan bahwa amenitas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengunjung mengunjungi destinasi wisata. Selain itu, penelitian Maharini dkk. (2021) dan Aris dkk. (2021) menunjukkan bahwa fasilitas memiliki dampak positif dan penting terhadap keputusan pengunjung untuk berkunjung.

Implikasi dari penelitian ini dapat dilihat dari jawaban responden yang menyatakan bahwa mayoritas responden tidak menjadikan fasilitas sebagai faktor utama dalam keputusan mereka untuk berkunjung. sebagian besar responden menyatakan bahwa daya tarik utama Waduk Kalibening Widas adalah keindahan alam dan ketenangannya. Mereka mengunjungi tempat ini untuk menikmati pemandangan, memancing, dan beraktivitas di luar ruangan. Kegiatan seperti memancing, berperahu, dan berkemah merupakan motivasi utama bagi banyak pengunjung di Wisata Waduk Kalibening Widas. Fasilitas tambahan seperti taman bermain tidak dianggap penting bagi pengalaman mereka, walaupun disini fasilitas yang diberikan oleh pihak Wisata Waduk Kalibening Widas sudah tua dan tidak layak lagi digunakan akan tetapi responden tidak memperdulikan terkait hal itu.

Banyak pengunjung yang menghargai kesederhanaan dan suasana alami waduk. Mereka merasa bahwa fasilitas yang terlalu modern atau berlebihan dapat mengurangi keaslian dan kealamian tempat tersebut. Di Waduk Kalibening Widas sendiri banyak wisatawan dari Komunitas pemancing, pecinta alam, dan fotografer alam cenderung mencari lokasi yang menawarkan lingkungan yang tidak terganggu dan minim fasilitas modern. Bagi mereka, keberadaan fasilitas tambahan justru bisa menjadi gangguan. Pada umumnya kebutuhan setiap wisatwan berbeda-beda, begitu juga dengan kebutuhan akan fasilitas yang

disediakan oleh Waduk Kalibening Widas belum tentu sudah memenuhi semua kebutuhan wisatawan tersebut.

Pengaruh Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Waduk Kalibening Widas Saradan.

Penelitian ini mendukung temuan Widiati & Oetarjo (2022) dan Ruray & Pratama (2020) yang menemukan bahwa aksesibilitas berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pengunjung untuk berkunjung. Selain itu, penelitian Daulay pada tahun 2022 menunjukkan bahwa aksesibilitas berdampak kecil terhadap keputusan masyarakat untuk mengunjungi destinasi wisata.

Berdasarkan tanggapan responden, prasarana dan akses jalan menuju Waduk Kalibening Widas sangat membantu wisatawan dan menyediakan rute yang cepat sehingga memudahkan wisatawan untuk mengunjungi Waduk Kalibening Widas. Hal ini menunjukkan implikasi penelitian. Telah dibuktikan bahwa keputusan wisatawan untuk berkunjung dipengaruhi oleh aksesibilitas Waduk Kalibening Widas.

Banyak responden menyatakan bahwa kemudahan akses menuju lokasi Waduk Kalibening Widas sangat mempengaruhi keputusan mereka untuk berkunjung di Waduk Kalibening Widas. Waduk Kalibening Widas sendiri memiliki jalan yang baik, ketersediaan transportasi umum, dan petunjuk arah yang jelas memainkan peran penting dalam seseorang untuk berkunjung di Waduk Kalibening Widas. Informasi Waduk Kalibening Widas sangat mudah diakses mengenai rute perjalanan, kondisi jalan, dan opsi transportasi turut mempengaruhi keputusan wisatawan. Website resmi, aplikasi peta, dan media sosial membantu wisatawan merencanakan perjalanan mereka dengan lebih baik. Kondisi jalan menuju waduk yang baik dan terawat meningkatkan kenyamanan perjalanan, sehingga mendorong lebih banyak wisatawan untuk berkunjung. Jalan yang rusak atau sulit dilalui bisa menjadi penghalang utama. Responden juga beranggapan bahwasanya berkunjung di Waduk Kalibening Widas lebih cenderung mengunjungi destinasi yang mudah diakses dan memiliki infrastruktur yang baik.

Pengaruh *Promotion* Terhadap Keputusan Berkunjung

Menurut penelitian Rumagit dkk. (2022), promosi mempunyai dampak negatif dan substansial terhadap keputusan pengunjung, hal ini sejalan dengan temuan penelitian ini. Selain itu, penelitian Ardiansyah & Khalid (2022) menemukan bahwa pilihan mengunjungi suatu destinasi wisata tidak dipengaruhi secara signifikan oleh iklan.

Implikasi dari penelitian ini dapat dilihat pada jawaban responden yang menyatakan bahwa wisatawan yang tertarik untuk mengunjungi suatu objek wisata karena terdapat promosi menarik dari pihak pengelola. Waduk Kalibening Widas memiliki akun sosial media untuk promosi menggunakan Instagram dan terdapat informasi pada Google mengenai objek wisata tersebut. Pada akun Instagram yang dikelola oleh pihak pengelola Waduk Kalibening Widas, didalamnya terdapat beberapa informasi mengenai objek wisata tersebut, akan tetapi akun Instagram tersebut tidak setiap hari membuat informasi mengenai objek wisata. Hal tersebut dapat memicu para wisatawan untuk sedikit kesulitan mencari informasi mengenai objek wisata pada tiap harinya.

Banyak responden mengaku mengetahui Waduk Kalibening Widas melalui media digital seperti website, media sosial, dan aplikasi perjalanan. *Promotion* di media digital cukup efektif dalam meningkatkan kesadaran dan menyediakan informasi penting yang mempengaruhi keputusan berkunjung. Dari segi konten visual yang menarik seperti foto dan video yang diposting di media sosial menarik perhatian wisatawan dan membuat mereka ingin mengunjungi tempat Waduk Kalibening Widas tersebut. Promosi visual yang menampilkan keindahan alam waduk sangat memikat. Ulasan positif dan testimoni dari pengunjung sebelumnya yang diposting secara *online*, baik di platform media sosial maupun situs ulasan perjalanan, memberikan kepercayaan dan mendorong wisatawan lain untuk berkunjung.

D. SIMPULAN

Dapat disimpulkan bahwa daya tarik berpengaruh terhadap keputusan berkunjung ke Waduk Kalibening Widas Saradan Madiun berdasarkan temuan analisis data tentang Pengaruh Daya Tarik, Fasilitas, Aksesibilitas, dan Promosi Terhadap Keputusan Mengunjungi

Waduk Kalibening Widas Saradan Madiun. Fasilitas tidak berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung pada Waduk Kalibening Widas Saradan. Aksesibilitas berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung pada Waduk Kalibening Widas Saradan. *Promotion* berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung pada Waduk Kalibening Widas Saradan.

E. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijelaskan sebelumnya, para peneliti dapat mengusulkan rekomendasi berikut: Untuk lebih memahami faktor-faktor ini dan menyempurnakan temuan penelitian, penelitian lebih lanjut diharapkan dapat mengkaji faktor-faktor selain bagaimana daya tarik, fasilitas, aksesibilitas, dan promosi memengaruhi keputusan untuk berkunjung. Untuk memastikan kesetaraan, penelitian lebih lanjut diharapkan dapat mencakup area yang lebih luas. Selain itu, variabel tambahan yang berkaitan dengan keputusan yang dibuat saat mengunjungi lokasi tertentu dapat ditambahkan, dan perbandingan dengan objek wisata lain dapat dilakukan untuk lebih menyempurnakan temuan penelitian. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya, sebagai bahan kajian pustaka dan sumber referensi bagi pihak-pihak yang berminat untuk meneliti. Pengaruh Daya Tarik, Fasilitas, Aksesibilitas Dan *Promotion* Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Wisata Waduk Kalibening Widas Saradan, Madiun.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansyah, I. (2019). Pengaruh Harga Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Taman Impian Jaya Ancol Jakarta Dengan Metode Structural Equation Modeling. *Jurnal Binawakya*, 14(3), 2235–2248.
- Daulay, S. H. P. P. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Objek Wisata Pantai Bali Lestari. *Jurnal Creative Agung*, 12(2), 1–19.
- Dewi, M. K., Rivandi, M., & Meirina, E. (2020). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Di Objek Wisata Pantai Air Manis Kota Padang. *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta*, 15(2), 14–22.
- Nurjaman, M., Sukomo, & Basari, M. A. (2021). Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung (Suatu Studi Pada Objek Wisata Sayang Kaak Kabupaten Ciamis). *Business Management and Entrepreneurship Journal*, 3(2), 123–131.

- Poli, P. Y. C., Lopian, S. L. H. V. J., & Loindong, S. S. R. (2023). Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Bukit Kasih Kanonang. *Jurnal EMBA*, 11(1), 821–832.
- Prayogi, O. E. (2020). Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Fasilitas Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Wisata Pantai Gemah Kabupaten Tulungagung (Studi Pada Wisatawan Pantai Gemah). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 8(2), 20–38.
- Rumagit, M. F., Tumbuan, W. J. F. A., & Lintong, D. C. A. (2022). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Layanan Go-Food Di Kota Manado. *Jurnal Emba*, 10(04), 2176-2185.
- Ruray, T. A., & Pratama, R. (2020). Pengaruh Daya Tarik dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung pada Objek Wisata Pantai Akesahu Kota Tidore Kepulauan. *Jurnal Kawasa*, 11(2), 29–38.
<http://www.jurnal.umm.ac.id/index.php/kawasa/article/view/443>
- Widiati, F. A., & Oetarjo, M. (2022). Pengaruh Harga, Daya Tarik, Aksesibilitas terhadap Keputusan Berkunjung di Wisata PPLH Seloliman Trawas Mojokerto. *Indonesian Journal of Innovation Studies*, 15(1), 1–13.