

PENGARUH FASILITAS, HARGA TIKET DAN DAYA TARIK TERHADAP MINAT BERKUNJUNG (Studi Empiris Pada Wisata Danau Ngebel Ponorogo)

Ahmad Wafdan Suaidi¹⁾, Hari Purwanto²⁾, Indra Ayu Fatmala³⁾

¹ Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun
ahmadwafdan017@gmail.com

² Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun
hari888purwanto@unipma.ac.id

³ Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun
ayufatmala@unipma.ac.id

Abstract

The aim of this research is to empirically test the influence of facilities, ticket prices and attractiveness on interest in visiting Lake Ngebel Ponorogo. The population in this research is all people who are visitors to the Ngebel Ponorogo Lake Tourism. The sample in this study used probability sampling using a sample of 385 respondents. The method used in this research uses a quantitative approach and uses Multiple Linear Regression with the help of SPSS 21. Data analysis was carried out using the classic assumption test, based on the results of the t test, it was found that the Facilities variable (X1) partially had a significant effect on Visiting Interest (Y) with a significance value of 0.000. The Ticket Price variable (X2) partially has a significant effect on Visiting Interest (Y) with a significance value of 0.009. The variables Facilities (X1), ticket price (X2), attractiveness (X3) simultaneously influence Visiting Interest (Y) with a value of 0.000 and the Fcount value is greater than the Ftable value ($145.187 > 2.318$).

Keywords: Facilities, ticket prices, attractions and interest in visiting

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk menguji secara empiris pengaruh Fasilitas, Harga Tiket dan Daya Tarik Terhadap Minat Berkunjung pada Wisata Danau Ngebel Ponorogo. Populasi dalam penelitian ini yaitu semua orang yang menjadi pengunjung Wisata Telaga Ngebel Ponorogo. Sampel dalam penelitian ini menggunakan *Probability sampling* dengan menggunakan sampel sebanyak 385 responden. Metode yang digunakan dalam Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif, dan Regresi Linier Berganda dengan bantuan SPSS 21. Analisis data dilakukan dengan menggunakan uji asumsi klasik, bahwa variabel Fasilitas (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung (Y) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Variabel Harga Tiket (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung (Y) dengan nilai signifikansi sebesar 0,009. Variabel Fasilitas(X1), Harga tiket (X2), Daya Tarik (X3) secara simultan berpengaruh terhadap Minat Berkunjung (Y) dengan nilai 0.000 dan nilai Fhitung lebih besar dari pada nilai Ftabel ($145,187 > 2,318$).

Kata Kunci: Fasilitas, Harga Tket, Daya Tarik, Minat Berkunjung

A. PENDAHULUAN

Pariwisata berbasis alam merupakan wujud keindahan yang bisa dimanifestasikan oleh setiap orang yang mengoptimalkan dalam mengelola keindahan sumber daya natural dengan berbasis lingkungan. Di Jawa Timur terdapat puluhan lokasi wisata yang menarik, baik wisata berupa deretan alam dengan pegunungan sebagai obyeknya, wisata di daerah pantai-pantai, serta wisata kondisi budaya daerah dan salah satu objek wisata alam yang sangat populer adalah wisata Ngebel Ponorogo, danau atau telaga Ngebel adalah merupakan tujuan obyek wisata yang sering dikunjungi oleh wisatawan.

Dikemukakan oleh Yoeti (2019), fasilitas pariwisata merupakan semua fasilitas yang memenuhi kebutuhan pengunjung untuk atau dapat menetap sementara di obyek destinasi yang dikunjungi oleh pengunjung, di mana pengunjung tersebut dapat bersantai dan melakukan hal yang menyenangkan yang sesuai dengan norma setempat dalam aktivitas kegiatan yang ada dan nyaman di destinasi tersebut.

Berdasarkan observasi awal, fasilitas di Wisata Danau Ngebel di Ponorogo terlihat cukup baik dan lengkap. Namun, fenomena yang terjadi pada hasil mini riset peneliti terkait harga tiket naik kapal tepi dan paket naik kapal dianggap cukup tinggi oleh beberapa kalangan pengunjung Wisata Telaga Ngebel Ponorogo. Hal ini menjadi pemasalahan, di mana research gap yang ada dikemukakan oleh penelitian Tina dan Kholid (2020), yang menyebutkan bahwa harga tiket obyek wisata diketahui berpengaruh tidak signifikan secara parsial terhadap keinginan untuk memutuskan kunjungan seorang wisatawan.

Pemasalahan tersebut menunjukkan bahwa aspek harga tiket dapat memengaruhi keputusan pengunjung, yang sejalan dengan penelitian Tina dan Kholid (2020). Meskipun demikian, daya tarik Wisata Telaga Ngebel tetap menonjol, karena pengunjung yang mengikuti wisata telaga ini disugahi perjalanan seru dari gerbang landmark lokasi. Selain itu, masih banyak lokasi fotografi menarik dan Instagrammable yang sayang untuk dilewatkan oleh para pecinta fotografi, seperti patung naga, dekorasi berbentuk simbol cinta, dan lain sebagainya. Keberadaan daya tarik wisata di Telaga Ngebel juga menampilkan kesenian tradisional berupa Reog Ponorogo, yang juga menjadikan daya tarik yang sangat menarik bagi pengunjung yang mengunjungi Wisata Ngebel. Dengan demikian, walaupun terdapat

permasalahan terkait harga tiket, tetapi daya tarik unik Wisata Telaga Ngebel tetap memberikan pengalaman yang menarik bagi para pengunjung.

Penelitian ini adalah adanya hasil penelitian sebelumnya. Hasil penelitian Menurut penelitian Utari (2022), fasilitas pelayanan terkadang mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat wisatawan berkunjung kembali. Hasil penelitian Nurbaeti, (2021), terdapat pengaruh sangat signifikan antara variabel penetapan harganya yang terjangkau pada keinginan minat berkunjung. Hasil penelitian Sugianto (2020), keberadaan dari daya tarik area wisata dan kualitas dari pelayanan memiliki keberadaan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali.

B. KAJIAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESA

Minat Berkunjung

Di industri pariwisata, teori minat pengunjung bersumber dari teori keberadaan minat membeli sebuah produk, sehingga minat membeli dapat diterapkan pada minat pengunjung dalam berbagai kategori. Setiadi (2018) menyatakan minat merupakan salah satu tahapan proses adopsi dimana konsumen tertarik untuk memperoleh informasi tersebut. Wibowo (2019) lebih lanjut menjelaskan minat berkunjung merupakan suatu perilaku yang berkaitan dengan mutu dari tingkat layanan penyedia destinasi pada pengalaman yang dilaksanakan pengunjung sebelumnya, sehingga menghasilkan minat wisatawan jangka panjang. Sedangkan Menurut Bakhtiar (2019), minat berkunjung merupakan sebuah aktivitas menunjukkan atas tanggap atas pengalaman yang dirasakan saat di suatu layanan dari destinasi yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk kembali berkunjung.

Fasilitas

Menurut Tjiptono (2019), fasilitas merupakan keberadaan layanan yang berwujud fisik yang sudah ada dan sebaiknya sebelum layanan jasa bisa ditawarkan ke pelanggan. Menurut Sulastiyono (2018), fasilitas merupakan upaya menyediakan atribut fisik yang memudahkan aktivitas atau kegiatan pengunjung. Dengan cara ini dimungkinkan untuk memenuhi kebutuhan pengunjung selama berada di tempat tujuan. Menurut Suryadana dan Vanny (2015), bagian dari pilihan dan layanan perjalanan secara umum terbangun dari keberadaan kondisi alat transportasi, macam pilihan akomodasi, gerai makanan dan minuman serta layanan pendukung lainnya yang sesuai untuk pariwisata.

Yoeti (2016) menyatakan bahwa prasarana dan sarana pariwisata sebenarnya merupakan aset pariwisata yang perlu dipersiapkan atau disediakan untuk pengembangan sektor pariwisata. Infrastruktur mengacu pada semua struktur yang memungkinkan kelancaran fungsi proses ekonomi dan memfasilitasi kepuasan kebutuhan masyarakat. Oleh karena itu perannya adalah untuk melengkapi bisnis pariwisata sehingga mereka dapat menawarkan layanan yang mereka butuhkan.

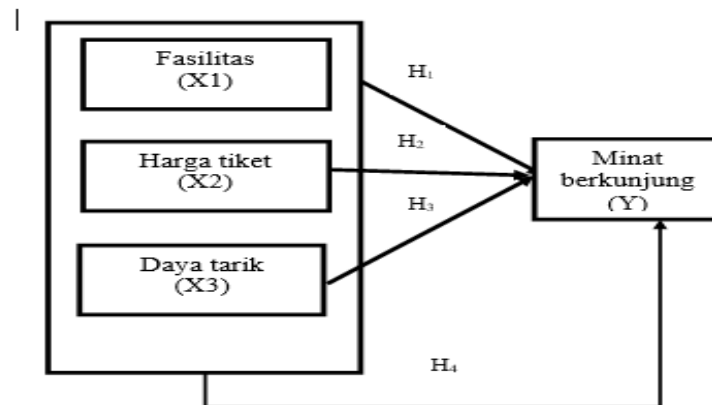
Harga Tiket

Menurut Kotler & Armstrong (2014), harga didefinisikan sebagai nilai yang diperoleh suatu produk berwujud atau berupa layanan jasa, sehingga harga adalah nilai yang disepakati untuk dikeluarkan oleh konsumen terhadap keberadaan manfaat yang akan diperoleh dari memiliki atau memakai sebuah produk berwujud atau layanan jasa. Oleh karena itu, harga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi konsumen ketika memutuskan untuk membeli suatu produk. Pemilik bisnis perlu mewaspadaai persaingan harga karena toko pesaing lainnya mungkin menawarkan harga berbeda untuk kualitas yang sama.

Menurut Swastha (2018), harga merupakan nominal jumlah rupiah yang perlu dikeluarkan guna mendapatkan sebuah produk wujud dan atau layanan jasa. Keinginan konsumen adalah memperoleh produk dengan harga yang wajar, artinya konsumen membayar harga yang sesuai dengan kondisi produk pada saat pembelian. Konsumen selalu mengasosiasikan harga dengan kualitas produk yang ingin dibelinya serta dukungan jasa yang diterimanya.

Daya Tarik

Yoeti (2019) menyatakan bahwa tujuan wisata adalah sesuatu yang mengundang pengunjung dalam mendatangi sebuah obyek daerah tertentu, dikemukakan pula oleh Pedit (2019), daya tarik wisata merupakan berbagai kondisi yang menarik minat dan layak untuk didatangi. Keberadaan ketegori sebuah obyek tempat wisata dari segi daya tariknya dapat dibedakan menjadi dua kategori yaitu tempat wisata alam dan tempat wisata buatan. Menurut Roul (2015), destinasi atau atraksi wisata dapat dibedakan menjadi dua jenis. Di satu sisi merupakan atraksi lokal berupa tempat-tempat yang memikat perhatian serta indah, dan di sisi lain atraksi event berupa kegiatan wisata seperti konferensi, pameran, olah raga, festival, dan lain-lain.



Gambar 1 Kerangka Berpikir Penelitian

Berdasarkan pembahasan dan landasan teori di atas, maka hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

- H₁ : Pengaruh Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung pada Wisata Telaga Ngebel Ponorogo.
- H₂ : Pengaruh Harga Tiket terhadap Minat Berkunjung pada Wisata Telaga Ngebel Ponorogo.
- H₃ : Pengaruh Daya Tarik Terhadap Minat Berkunjung pada Wisata Telaga Ngebel Ponorogo.
- H₄ : Pengaruh Fasilitas, Harga Tiket dan Daya Tarik terhadap Minat Berkunjung pada Wisata Telaga Ngebel Ponorogo.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Analisis kuantitatif ini bertujuan untuk membuktikan adanya Pengaruh Fasilitas, Harga Tiket dan Daya Tarik Terhadap Minat Berkunjung di Wisata Telaga Ngebel Ponorogo. Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh antara variabel *independen* terhadap variabel *dependen* secara parsial dan simultan. Sampel pada penelitian ini diperoleh dengan menggunakan *Probability sampling* dengan menggunakan sampel sebanyak 385 responden. Metode yang digunakan dalam Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan penyebaran melalui *google form* dan menggunakan Skala Likert 5 tingkat preferensi jawaban.

Analisis data pada penelitian ini menggunakan Regresi Linier Berganda dengan bantuan SPSS Versi 21. Selanjutnya dikarenakan terdapat hipotesis secara simultan maka

dilakukan uji F. Jenis penelitian ini digunakan untuk menjelaskan hubungan Fasilitas, Harga tiket, dan daya Tarik terhadap keputusan berkunjung menggunakan pengujian hipotesis sekaligus dapat menjelaskan karakteristik fenomena yang menjadi pusat perhatian peneliti.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Data Penelitian

Pada penelitian ini, data yang dianalisis merupakan data Fasilitas, Harga Tiket dan daya Tarik terhadap Minat Berkunjung pada wisata Ngebel Ponorogo. Berdasarkan jawaban kuesioner yang disampaikan responden penelitian. Pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling*. dipilih menjadi anggota sampel. *Probability sampling* melibatkan pengambilan sampel secara acak dari populasi yang dituju.

Menurut (Stanley Lemeshow et al., 1990) menyatakan bahwa memilih nilai $P > 0,5$ dalam rumus ukuran sampel selalu akan menghasilkan pengamatan yang cukup. Berdasarkan rumus (Stanley Lemeshow et al., 1990) dihasilkan diketahui jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah sebanyak 385 responden.

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar 0.05. Pengujian normalitas menggunakan SPSS dapat diperoleh dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* sebagai berikut :

Tabel 1 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		384
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.37277318
Most Extreme Differences	Absolute	.088
	Positive	.044
	Negative	-.088
Kolmogorov-Smirnov Z		1.734
Asymp. Sig. (2-tailed)		.015
a. Test distribution is Normal.		

Sumber: output SPSS 21 (2024)

Berdasarkan tabel 1 dapat dilihat hasil uji normalitas menggunakan *Kolmogorov-Smirnov Monte Carlo* dengan Minat Berkunjung sebagai variabel dependen menghasilkan nilai *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0,015 atau lebih besar dari 0,05 artinya data penelitian ini terdistribusi normal.

Uji Parsial (Uji T)

Tabel 2 Hasil Uji Parsial (Uji T)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Correlations
		B	Std. Error	Beta			Zero-order
1	(Constant)	.549	.174		3.158	.002	
	X1	.557	.061	.522	9.165	.000	.591
	X2	.489	.040	.484	12.130	.000	.639
	X3	-.186	.052	-.201	-3.573	.000	.417

a. Dependent Variable: Y

Sumber:output SPSS 21 (2024)

Berdasarkan tabel 2 menunjukkan bahwa variabel Fasilitas (X_1) berpengaruh terhadap variabel Minat Berkunjung (Y). Variabel Harga Tiket (X_2) berpengaruh terhadap variabel Minat Berkunjung (Y). Variabel Daya Tarik (X_3) berpengaruh terhadap Minat Berkunjung (Y).

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 3 Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	61.003	3	20.334	145.187	.000 ^b
	Residual	53.222	380	.140		
	Total	114.225	383			

Sumber:output SPSS 21 (2024)

Berdasarkan hasil uji F menggunakan program SPSS, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 14.187 lebih besar dari F_{tabel} 2,318 dan nilai $Sig.$ $(0,000) < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_{a4} diterima. Hal ini berarti hipotesis diterima. Artinya, variabel Fasilitas (X_1), Harga Tiket (X_2)

dan Daya Tarik (X_3) berpengaruh secara simultan terhadap Minat Berkunjung (Y) pada Wisata Ngebel Ponorogo.

Uji Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) 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 4 sebagai berikut :

Tabel 4 Hasil Uji Determinasi (Uji R)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.731 ^a	.534	.530	.37424
a. Predictors: (Constant), X_1 , X_2 , X_3 .				
b. Dependent Variable: Y				

Sumber: output SPSS 21 (2024)

Berdasarkan dari tabel 4 hasil uji determinasi (Uji R) dapat dilihat nilai Adjusted R Square sebesar 0,530 atau 53%. Angka tersebut menunjukkan besar pengaruh variabel X_1 , X_2 , dan X_3 terhadap Variabel Y secara gabungan, sedangkan sisanya 47% dipengaruhi oleh faktor variabel lain.

E. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa fasilitas, harga tiket, dan daya tarik terhadap minat berkunjung, dapat disimpulkan bahwa ketiga faktor tersebut berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap minat berkunjung. Sedangkan secara bersama-sama, fasilitas, harga tiket, dan daya tarik juga memiliki pengaruh secara simultan terhadap minat berkunjung (Studi Empiris pada Wisata Danau Ngebel di Ponorogo).

Saran untuk penelitian selanjutnya adalah menambah sampel yang lebih banyak dan mempertimbangkan penambahan variabel penelitian untuk memperdalam pemahaman mengenai prediksi minat berkunjung.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananto, O. 2018. Persepsi pengunjung pada objek wisata danau buatan kota pekanbaru. *Jurnal Organisasi dan Manajemen Fisip*. 5(1):1-11.
- Anggraini, R. P. (2019). Pengaruh Fasilitas, Harga Tiket Dan Daya Tarik Terhadap Keputusan Berkunjung Di Obyek Wisata Telaga Ngebel. *Simba. Fakultas Ekonomi dan Bisnis*. UNIPMA
- Asriandi, Ian. 2016. Strategi Pengembangan Obyek Wisata Air Terjun Bissapu DiKabupaten Bantaeng. Makassar: *Jurnal*. Universitas Hasanuddin
- Basiya, R., dan Rozak, H. A. (2012). Kualitas Daya Tarik Wisata, Kepuasan Dan NiatKunjungan Kembali Wisatawan Mancanegara Di Jawa Tengah, *Jurnal IlmiahDinamika Kepariwisata* Vol. XI No. 2, Oktober, Hlm. 1-12
- Dimiyati, A. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Ulang (Studi Kasus Destinasi Wisata Alam Kawung 3 Bojong Rangkas Cipayung Cikarang Timur). *Jurnal Manajemen*. Fakultas Ekonomi Dan Ilmu SosialUniversitas Pelita Bangsa
- Febinanta, D. T. (2018). The Effect of Destination Image, Amenities and Prices on Tourists' Satisfaction: A Study of Visitors of Jatim Park 1, Batu. *Journal of Socioeconomics and Development*Vol 1, No 2,
- Fitria, A. dan Imam Hidayat. 2017. Pengaruh Bauran Pemasaran, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kupunya Rumah Mode. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*.Vol. 6. No 4
- Gautama, I. A. G. O. 2011. *Evaluasi Perkembangan Wisata Bahara di PantaiSanur*. Denpasar, *Tesis Program Studi Kajian Pariwisata*.
- Ghozali, Imam, (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. ,Edisi Ketiga, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Gujarati, D. (2013). *Ekonometrika Dasar*. Jakarta: Erlangga.
- Hasan, A. (2014). *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan*. Yogyakarta : CAPS.
- Indriantoro, Nur. dan Supomo, Bambang. (2016). *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*. Balai Penerbitan Fakultas Ekonomi, Yogyakarta.
- Indri Hastuti Listyawati, (2019), "Pengaruh Fasilitas Wisata, Citra Destinasi, dan Kepuasan terhadap Loyalitas Wisatawan," *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, Volume 6, Nomor 2, 42

- Jaiz, M. (2014). *Dasar-dasar Periklanan*, (Yogyakarta: Graha Ilmu
- Kotler, P & Amstrong, G. (2014). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13, Jilid 1. Alih Bahasa: Bob Sabran. Jakarta. Erlangga.
- Kotler, P & Keller, K.L. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 2. Jakarta. Erlangga.
- Koda, Maria Carlin, dan Nillan Karmila Sari Nurlette. “Pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan (Studi di Monumen Monjali Yogyakarta).” *Arsip Penelitian Mahasiswa STP AMPTA Yogyakarta*, 2018, 1-17
- Lin, C.H. (2012). Effect of Cuisine Experience, Psychological Well-Being, And Self-Health Perception on The Revisit Intention of Hot Springs Tourism *Journal of Hospitality & Tourism Research*. p.1-22.
- Maryani. (2011). *Pengantar Geografi Pariwisata*. IKIP Bandung
- Mawu, K. S. (2021). Marketing Mix Factors that Influence the Interest of Tourist Visits to tourism Objects in Minahasa Tenggara Regency During the covid 19 pandemic. Vol 03 No. 02
- Middleton, V. T. (2011). *Marketing in Travel and Tourism*. London: Butterworth-Heinemann.
- Ningseh, D. A. (2020). Analisis Pengaruh Promosi, Harga Dan Fasilitas Wisata Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung Didesa Besar Sekaran Lamongan (Studi Kasus Pada Wisata Besar Agro Edukasi). *Jurnal Ekonomi Mahasiswa*. Vol 01 No. 01
- Nurbaeti. (2021) Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Harga Dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Danau Cipondoh, Kota Tangerang. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora* Vol 10 No. 2
- Nina Indriastuty, Wahyu Eko Saputro, dan Sukimin, “Analisis Daya Tarik Wisata, Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Berkunjung Ulang dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening: (Studi Pada Pantai Manggar Segara Sari Balikpapan),” *Jurnal GeoEkonomi*, Volume 11, Nomor 1, (30 Maret 2020),
- Nirwana, 2004. “Prinsip-Prinsip Pemasaran Jasa”. Malang: Dioma.
- Pendit, Nyoman S. (2014). *Ilmu Pariwisata: Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Pitana, I Gde. dan Surya Diarta, I Ketut. (2015). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

- Priyatno, D. (2020). *Paham Analisa Statistik Dengan SPSS*. Yogyakarta: Mediakom.
- Putri, K. A. (2019). Pengaruh Promosi, Fasilitas, Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Di Wisata Kampoeng Djawi Jombang. *Jurnal Mnaajemen*. Vol 02 No. 01
- Ridwan, M. (2012), *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Medan: PT Sofmedia
- Saladin, S. (2016) *Unsur-Unsur Inti Pemasaran Dan Manajemen Pemasaran*, Bandung: Mandar Maju
- Santoso, Singgih. (2019). *Panduan Lengkap SPSS Versi 20*. Jakarta: PT Elex Media. Komputindo.
- Sekartjakrajini. (2016). *Kriteria Dan Indikator Ekowisata Indonesia*. Bogor: IdeA.
- Setyo. 2016. The Influence Of Destination Image And Tourist Satisfaction Toward Revisit Intention Of Setu Babakan Betawi Cultural Village. *Jurnal riset manajemen sains (JRMSI)*, Vol 7, No. 1, 2016
- Siregar, Yulia Citra. 2017. Fasilitas Pada Ekowisata Danau Naga Sakti Di Kabupaten Siak Sri Indrapura Riau. Skripsi Program Studi Pariwisata Universitas Riau.
- Stanton (2013) *Dasar-dasar Periklanan*. Yogyakarta: Graha Ilmu,
- Sugianto. (2019). Pengaruh Word Of Mouth (Wom), Daya Tarik Wisata, Dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Ulang Wisatawan Pada Pemandian Air Panas Sumber Padi Kabupaten Batu Bara. *Jurnal Ekonomi*. Universitas Asahan
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulastri, Titi Rapini, dan Naning Kristiyana, “Analisis Pengaruh Daya Tarik, Kualitas Pelayanan terhadap Minat Berkunjung Ulang Pengunjung yang Berkunjung di Mojosemi Forest Park Kabupaten Magetan dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening,” *Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, Volume 2, Nomor 1, (April 2018), 7.
- Sustina, (2003), “Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran”, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono, (2017). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, Wiratna. (2020). *Statistika Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Graha ilmu
- Sulastiyono. (2016). *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Bandung: Alfabeta.
- Seminar Inovasi Manajemen Bisnis dan Akuntansi (SIMBA) 6
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun
September 2024
E-ISSN: 2686 - 1771

- Swastha, B dan Handoko. 2018. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFEE.
- Swastha dan Irawan, (2015). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta:Liberty
- Suryadana, Liga dan Octavia, Vanny. (2015). *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Alfabeta. Bandung.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi.
- Tjiptono, F. (2016). *Strategi Pemasaran. Edisi 2*. Yogyakarta. ANDI
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009tentang Kepariwisata
- Victoria S. Kawatu, Silvya L. Mandey, dan Debry Ch. A. Lintong, “Pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Niat Kunjungan Ulang dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Tempat Wisata Bukit Kasih Kanonang,” Jurnal EMBA, Volume 8, Nomor 3, (Juli 2020),
- Widjianto, T. (2019). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Citra Wisata, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Di Objek Wisata Ketep Pass. *Skripsi Program Studi Manajemen*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Yoeti, Oka A. (2016) *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.
- Zai, T. L. (2017). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Ulang Dengan Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Mediasi Pada Objek Wisata Nias Selatan Provinsi Sumatera Utara. *Tesis Ilmu Manajemen*. Universitas Sumatera Utara.