

PENGARUH CITRA DESTINASI, HARGA TIKET DAN FASILITAS TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI DI NUSANTARA EDU PARK MADIUN

Ziyan Faradisa Azmi¹⁾, Hari Purwanto²⁾, Indra Ayu Fatmala³⁾

¹ Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun
ziyanfaradisa16@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

This research aims to provide empirical evidence of the simultaneous and partial influence of the existence of Destination Image, ticket prices and facilities on interest in returning to Wisata Nusantara Edu Park. This research uses a quantitative approach with a causal research design. The research population was all visitors to Wisata Nusantara Edu Park. The sample taken was 384 respondents. The analysis used is multiple linear regression with the help of IBM SPSS 21. The research results prove that. The destination image variable has a positive and significant effect on tourists' interest in returning to the Nusantara Edu Park Madiun tourist attraction, the Ticket Price variable has a positive and significant effect on tourists' interest in returning to the Nusantara Edu Park Madiun tourist attraction, the facilities variable has a negative and significant effect on visiting interest. tourists return to the Nusantara Edu Park Madiun tourist attraction.

Keywords: Destination image, price, facilities, interest in visiting.

Abstrak

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian kausal. Populasi penelitian adalah seluruh pengunjung pada Wisata Nusantara Edu Park sampel yang diambil adalah sebesar 384 responden. Analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan bantuan IBM SPSS 21. Hasil penelitian membuktikan bahwa variabel citra destinasi berpengaruh positif dan signifikan, terhadap minat berkunjung kembali wisatawan ke objek wisata Nusantara Edu Park Madiun, variabel Harga Tiket berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan ke objek wisata Nusantara Edu Park Madiun, variabel fasilitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan ke objek wisata Nusantara Edu Park Madiun,

Kata Kunci: Citra destinasi, harga, fasilitas, minat berkunjung.

A. PENDAHULUAN

Perkembangan pariwisata merupakan progres yang bisa menarik pertumbuhan ekonomi menurut Mulyati & Afrinata (2018), pariwisata merupakan salah satu pilar pemerintah Indonesia yang berkontribusi terhadap pertumbuhan perdagangan devisa. Pada tahun 2023, pengembangan pariwisata menjadi perhatian pemerintah karena kemajuannya sangat pesat menurut Damayanti (2019). Perkembangan pariwisata saat ini berkaitan dengan minat masyarakat terhadap destinasi wisata. Pariwisata saat ini merupakan industri dengan pertumbuhan tercepat dan industri yang mendukung perekonomian global Yollanda et al., (2018).

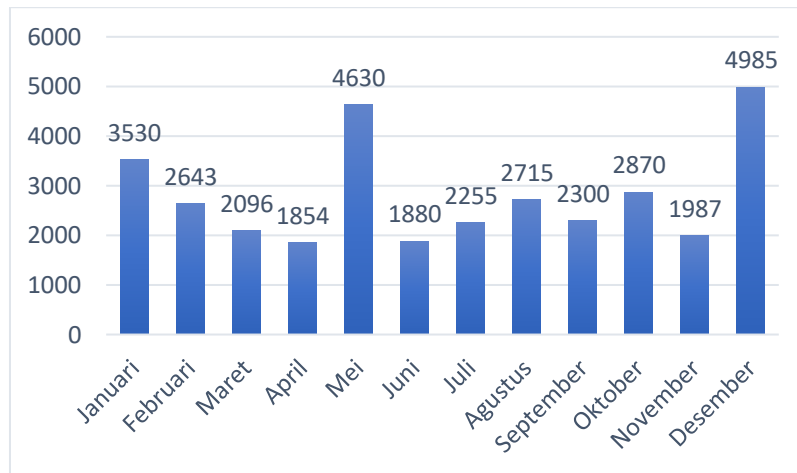
Perkembangan pariwisata merupakan fenomena yang menarik dan sangat peka terhadap perubahan internal dan eksternal yang berdampak besar terhadap jumlah wisatawan dan minat berkunjung suatu negara, provinsi atau wilayah. Menghasilkan pendapatan yang besar dan memperkuat perekonomian nasional baik di tingkat ekonomi, sosial dan budaya. Pariwisata merupakan kegiatan yang kompleks, multidisiplin dan multidimensi yang melibatkan berbagai sektor termasuk pemerintah dan pemangku kepentingan; Bisnis, masyarakat dan wisatawan.

Kabupaten Madiun terkenal akan berbagai tujuan dan kawasan pariwisata, karena memiliki banyak destinasi wisata yang beraneka ragam yakni, baik wisata alam maupun wisata budaya. Salah satunya, Obyek Wisata Nusantara Edu Park adalah salah satu tempat wisata edukatif yang terletak di Madiun, Jawa Timur. Tempat ini menawarkan pengalaman belajar yang interaktif dan menyenangkan, terutama untuk anak-anak dan remaja. Di dalam kompleks Nusantara Edu Park, terdapat berbagai atraksi dan wahana yang menarik. Salah satu objek wisata yang sudah lama ada dan masih berkembang adalah objek Wisata Madiun Nusantara Edupark yang terletak di Jalan Raya Dungus, Kelurahan Munggut, Mojopurno, Kec. Wungu, Kabupaten Madiun.

Nusantara Edupark adalah objek wisata yang sedang hits dan mengusung konsep kekinian serta ramah bagi anak-anak. Jika pengunjung datang bersama

anak-anak, maka tempat ini telah menyediakan *waterpark* dan juga kegiatan *outbound* yang seru dan menyenangkan. Diantara sekian pilihan *spot*, *spot waterpark* menjadi spot terfavorit dan teramai. Bahkan *waterpark* ini disebut sebagai *waterpark* terbesar di Kota Madiun. Di dalam area *waterpark* ini, pengunjung akan menjumpai banyak wahana permainan air. Contohnya saja wahana kolam ombak, perosotan air, dan lain sebagainya. Sedang di luar area *waterpark*, ada cukup banyak wahana menarik yang tak kalah menarik. Sebagai contoh ada akuarium, wahana salju buatan, taman burung, dll. Selain itu, tersedia juga kolam renang khusus untuk orang dewasa. Banyak *lifeguard* yang berjaga pada beberapa titik tertentu dengan tujuan agar para wisatawan dapat menikmati aneka wahana dengan aman dan nyaman.

Fenomena positif yang ada adalah keberadaan minat berkunjung kembali yang cenderung meningkat di Nusantara Edu Park. Diketahui selama libur lebaran 2023 rata-rata jumlah pengunjung mencapai kisaran 1000 sampai 1300 orang perbulannya. Jumlah tersebut naik signifikan dibandingkan dengan kunjungan pada akhir pekan hari biasa yang mencapai 600 orang. Wisatawan yang datang dari berbagai daerah, mulai daerah sekitar Madiun seperti Magetan, Ponorogo dan Ngawi juga sejumlah kota lain seperti Surabaya dan Malang. Sebagai wahana wisata Nusantara Edu Park terus berinovasi untuk menarik dan meningkatkan kunjungan wisatawan terlebih saat ini pemerintah telah mencabut kebijakan PPKM sehingga masyarakat tidak dibatasi untuk berwisata, antaranews, (2023). Adapun data jumlah pengunjung Nusantara Edu Park tersaji pada gambar dibawah ini :



Sumber : Data Pengunjung Nusantara Edupark Tahun 2022

Minat berkembali merupakan suatu bentuk perasaan mengenai kepuasan yang mendorong untuk kunjungan berkembali di masa yang akan datang sehingga menimbulkan rasa loyalitas antar pelanggan. Mencocokkan kebutuhan dan penawaran produk mengarah pada kepuasan pelanggan dan dengan demikian merangsang minat pelanggan untuk melakukan pembelian berkembali di masa depan. Fatima, (2019).

Demikian juga di Nusantara Edu Park pengelolaan yang profesional berupaya untuk meningkatkan Minat berkunjung kembali dari para pengunjungnya, sedangkan diketahui bahwa Minat berkunjung kembali menurut Masykur et al., (2022) terdapat empat indikator yang dapat mengukur niat berkunjung kembali wisatawan (yakni: *Willingness to visit again*, *Willingness to invite*, *Willingness to positive tale*, dan *Willingness to place the visiting destination in priority*).

Faktor yang menarik untuk dipertimbangkan adalah citra destinasi dalam kaitannya dengan destinasi wisata. Citra destinasi tempat wisata akan memberikan kepercayaan dan pendapat wisatawan untuk melakukan kunjungan kembali. Mengenai suatu destinasi, danapa yang dirasakan wisatawan selama berwisata di tempat tujuan. Wisatawan akan termotivasi dan memutuskan berkunjung apabila memiliki kesan yang baik terhadap suatu destinasi wisata. Persepsi wisatawan mengenai citra destinasi ini dapat dipengaruhi oleh informasi promosi, media massa serta banyak faktor lainnya (Hanif, 2016).

Hanif et. al (2016) mendefinisikan citra destinasi sebagai keyakinan wisatawan tentang destinasi dan pengalamannya selama perjalanan. Menurut Lopes (2011) dalam Fatimah, (2019), mendefinisikan *Destination Image* sebagai ekspresi dari semua pengetahuan obyektif, prasangka, imajinasi dan pikiran emosional seorang individu atau kelompok tentang lokasi tertentu. Menurut Chen dalam Salman (2017) Instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel citra destinasi ada sembilan indikator, yaitu: lingkungan, yaitu keadaan lingkungan di dalam maupun di sekitar objek wisata, wisata alam, acara dan hiburan, atraksi bersejarah/budaya, infrastruktur, aksesibilitas, relaksasi, kegiatan luar ruangan, dan harga dan nilai.

Kondisi dari penetapan harga sebuah obyek wisata menjadikan salah satu faktornya adalah peranannya yang sangat penting dalam pengambilan keputusan pelanggan, khususnya dalam konteks pariwisata. Operator stasiun menerapkan kebijakan penetapan harga yang relatif menguntungkan dengan harga tetap selama tersedia. Menurut Ardiansyah (2019), harga adalah nilai yang ditempatkan konsumen sebagai ketidakseimbangan kualitas suatu produk atau jasa. Harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pilihan pembeli. Dikemukakan pula oleh Kotler dan Armstrong (2016), Harga adalah sejumlah uang yang dapat mempengaruhi pilihan pengunjung untuk suatu produk atau jasa. Dalam sektor pariwisata apabila harga yang ditawarkan tidak sebanding dengan pelayanan yang didapat akan mempengaruhi minat berkunjung wisatawan. Dimana harga merupakan elemen bauran pemasaran yang dapat menghasilkan pendapatan. Harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang dinyatakan dengan uang (Rahmadayanti & Murtadlo, 2020). Dengan kata lain, harga adalah nilai yang dapat diperoleh konsumen dari penggunaan suatu barang atau jasa. Oleh karena itu kualitas produk dan pelayanan harus sesuai dengan harga, agar harga dan kualitas sesuai dengan keinginan pelanggan.

Pelaksanaan penelitian ini dimana berkaitan dengan harga tiket maka di wilayah Madiun dan sekitarnya terdapat lokasi wisata yang juga memberikan

harga tiket yang kompetitif, guna lebih jelaskan akan dikemukakan dalam table berikut ini:

No	Nama Lokasi Wisata	Harga
1	Umbul Square Madiun	Rp 10.000
2	Wana Wisata Grape	Rp 3.000
3	Sun City & Theme Park	Rp20.000.

Sumber: Diolah penulis (2024)

Adapun indikator harga sesuai yang diutarakan Kotler dan Armstrong (2008) dalam Riyanti et al., (2020) sebagai berikut: keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat. Sedangkan yang menjadi gap penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Hasanah, (2022), menyebutkan jika harga tiket berpengaruh tidak signifikan secara parsial terhadap minat berkunjung

Karena persaingan antar destinasi sangat tinggi, maka destinasi tersebut harus mampu menyediakan fasilitas dan pelayanan yang disukai oleh populasi wisatawan sasaran agar dapat mempertahankan dan meningkatkan jumlah kunjungan berkembali ke objek wisata tersebut. Menurut Sugianto dan Marpaung (2020) dan Syahrul (2015), pelayanan mempunyai pengaruh yang lebih besar terhadap keputusan mempertimbangkan kembali. Menurut Tjiptono dan Chandra (2016), fasilitas adalah bentuk fisik atau lingkungan eksternal dan internal yang disediakan suatu bangunan untuk memberikan rasa aman dan nyaman kepada pengunjung. Adapun fasilitas wisata merupakan perlengkapan dari wisata untuk memenuhi kebutuhan wisatawan yang diperlukan agar wisatawan menikmati perjalanan wisata (Nurbaeti et al., 2021). Sumayong (2003) mengemukakan indikator penyediaan fasilitas yaitu: kelengkapan, kebersihan dan ketertiban fasilitas yang disediakan, kondisi dan fungsi fasilitas yang disediakan, kegunaan fasilitas yang disediakan dan keutuhan peralatan yang digunakan.

B. KAJIAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESA

Citra Destinasi

Menurut Cobán (2012), citra suatu destinasi merupakan persepsi yang terbentuk dari berbagai pesan yang diterima dari pengunjung. Menurut Stylos dkk. (2016) gambaran tujuan adalah serangkaian kesan, gagasan, keinginan dan pemikiran emosional yang dimiliki seseorang sehubungan dengan suatu tujuan tertentu. Menurut Wibowo et. al (2016), menyatakan bahwa citra destinasi merupakan suatu keputusan perjalanan yang didasarkan pada pemikiran individu berupa pengetahuan, perasaan dan persepsi sebagai ukuran keseluruhan pengalaman berdasarkan tingkat pengunjung. Kepuasan terhadap destinasi yang dikunjungi.

Harga

Menurut Kotler & Armstrong (2016), harga adalah sejumlah uang yang dapat mempengaruhi pilihan pengunjung terhadap suatu produk atau jasa. Harga juga dapat diartikan sebagai nilai yang diperoleh pelanggan dari penggunaan suatu produk atau jasa. Harga adalah satu-satunya elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan; item yang tersisa hanyalah faktor biaya. Meskipun harga merupakan hal yang penting, namun banyak perusahaan yang masih belum memiliki data harga yang lengkap. Karena menghasilkan pendapatan, harga mempengaruhi tingkat penjualan, tingkat keuntungan dan pangsa pasar yang dapat dicapai suatu perusahaan (Assauri, 2013).

Fasilitas

Menurut Tjiptono (2019), fasilitas merupakan sumber daya fisik yang ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen. Menurut Sulastiyono (2018), fasilitas adalah penyediaan perangkat fisik yang memudahkan aktivitas atau kegiatan pengunjung. Dengan cara ini dimungkinkan untuk memenuhi kebutuhan pengunjung selama berada di tempat tujuan. Menurut Sekartajakrarin (2016), perlengkapan pariwisata merupakan faktor penting dalam pembentukan produk pariwisata karena memberikan kenyamanan, kemudahan, kesehatan, kebersihan dan keamanan bagi wisatawan.

Minat Berkunjung Kembali

Kotler dan Keller (2008) menyatakan bahwa tugas konsumen adalah mempertimbangkan kembali minat ketika memilih atau memutuskan untuk mengunjungi suatu destinasi berdasarkan pengalaman masa lalu. Minat berkunjung kembali dipengaruhi oleh faktor psikolog lingkungan dengan dua dasar perilaku yaitu *approach and avoidance*, dengan dua perilaku utama yaitu pendekatan dan penghindaran. Perilaku penghindaran mencakup segala perilaku positif yang dapat difokuskan pada lokasi tertentu, seperti keinginan untuk menjelajah, bekerja, dan tetap terhubung. Perilaku pendekatan, kunjungan kembali atau inklusi dipengaruhi oleh persepsi konsumen terhadap lingkungannya sendiri. (Jeethaml, 2013). Kesesuaian antara kebutuhan dan pasokan produk akan menghasilkan kepuasan pelanggan sehingga merangsang minat pelanggan untuk membeli lagi di masa mendatang. (Fátima, 2019)

C. METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan pada pengunjung Wisata Nusantara Edu Park Madiun. Penelitian dilakukan didesa Wungu Madiun. Jenis penelitian yang dipakai penelitian kuantitatif berupa pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian untuk meneliti populasi atau sampel dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang ada. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini apopulasi tidak diketahui dengan menggunakan rumus *Limeshow* didapatkan hasil yaitu 384 responden, dalam penelitian ini variabel independen adalah Citra Destinasi (X1), Lokasi (X2) dan Fasilitas (X3). Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu Minat Berkunjung Kembali (Y). Dalam penelitian ini memakai cara atau metode dengan para responden diberikan pertanyaan yang disusun oleh peneliti berdasarkan indikator untuk memberikan jawaban yang berkaitan dengan variabel yang diteliti. Metode analisis data menggunakan analisis *regresi linier* berganda dengan bantuan IBM SPSS 21.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Data Penelitian

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung Wisata Nusantara Edu Park Madiun. Penelitian ini dilakukan menggunakan metode *purposive sampling* dalam penentuan sampelnya. Jumlah sampel yang diambil dari penelitian ini yaitu populasi tidak diketahui menggunakan persamaan *Lemeshow* sehingga hasil yang digunakan sebanyak 384 responden. Penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data menggunakan kuesioner dengan *google form* yang kemudian disebarakan kepada responden. Karakteristik dari pengumpulan data pada penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia, pekerjaan dan penghasilan.

Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji statistik yang digunakan untuk menguji apakah data yang diamati memiliki distribusi normal atau tidak. Uji normalitas data bisa menggunakan uji *one sample kolmogorv smirnov* yang dijelaskan sebagai berikut :

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		384
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.31364938
Most Extreme Differences	Absolute	.081
	Positive	.051
	Negative	-.081
Kolmogorov-Smirnov Z		1.580
Asymp. Sig. (2-tailed)		.014
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Sumber: Output SPSS (2024)

Dari tabel diatas menunjukkan nilai *Kolmogorof Smirnof* pada *Test Statistic* sebesar 1,580 dan nilai Signifikansi sebesar 0,200. Hal ini menunjukkan nilai $Asymp > 0,05$ yang berarti data pada tersebut terdistribusi dengan normal.

Uji Parsial (Uji T)

Uji hipotesis dalam penelitian ini meliputi uji t. Uji t dilakukan untuk menguji hipotesis penelitian mengenai pengaruh dari masing-masing variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Hasil analisis uji t dalam penelitian ini sebagai berikut :

Coefficients ^a							
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations
		B	Std. Error	Beta			Zero-order
1	(Constant)	.794	.148		5.376	.000	
	CitraDestinsi	.372	.047	.387	7.920	.000	.628
	HargaTiket	.550	.041	.561	13.394	.000	.721
	Fasilitas	-.130	.043	-.139	-3.044	.002	.415

Sumber : Data Primer, DiOlah (2024).

Berikut adalah tabel hasil uji parsial (uji t): Dari tabel 4.13 diketahui hasil uji t tersebut dapat diketahui nilai t dan nilai signifikansi dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, yaitu sebagai berikut:

1. Variabel Citra destinasi mempunyai nilai t-hitung = 7.920 > t-tabel = 1,6409 dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05 sehingga H₀ ditolak dan H₁ diterima, artinya terdapat pengaruh signifikan antara Citra destinasi terhadap minat berkunjung kembali wisatawan.
2. Variabel Harga tiket mempunyai nilai t hitung = 13,394 > t tabel = 1,6409 dengan dan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05 sehingga H₀ ditolak dan H₂ diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara Harga tiket terhadap minat berkunjung kembali wisatawan.
3. Variabel Fasilitas mempunyai nilai t hitung = -3,004 > t tabel = 1,6409 dengan tingkat signifikansi 0,049 > 0,05 sehingga H₀ ditolak dan H₃ diterima, artinya Terdapat pengaruh signifikan antara Fasilitas terhadap minat berkunjung kembali wisatawan.

Uji F Stastistik

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	54.958	3	18.319	181.693	.000 ^b
	Residual	38.314	380	.101		
	Total	93.272	383			

Sumber: Output SPSS (2024)

Pada tabel diatas mengenai Anova diatas untuk menguji F menunjukkan bahwa nilai F hitung = 181,693 dan F tabel = 2,318 (nilai tabel F dengan df1 (Regression)= 5 dan df2 (Residual) sampel 384 -3-1 = 380). Maka nilai F hitung > F tabel atau 181,693 > 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 Citra destinasi (X1), harga (X2), fasilitas (X3) sebagai variabel independen yang dimasukkan ke dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan

Uji Determinasi

Besarnya proporsi sumbangan ini disebut koefisien determinasi berganda, dengan simbol R². Untuk nilai koefisien determinasi dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,774 ^a	0,599	0,596	0,3160
a. Predictors: (Constant), Citra Destinasi, Harga, Fasilitas				
b. Dependent Variable: Minat Berkunjung				

Sumber: Output SPSS (2024)

Hasil dari pengujian koefisiensi determinan pada tabel diatas diperoleh nilai Adjusted R square sebesar 0,599. Hal ini menunjukkan bahwa Minat Berkunjung dipengaruhi oleh Citra Destinasi, Harga, Fasilitas sebesar 59,6% dan sisanya sebesar 40,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak di jelaskan dalam penelitian ini.

E. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dari hasil data yang telah dikumpulkan dan hasil pengujian yang telah dilakukan terhadap permasalahan dengan menggunakan SPSS untuk membuktikan secara empiris tentang Pengaruh Citra Destinasi, Harga Tiket Dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Kembali di Nusantara Edu Park Madiun dengan sampel 384 responden didapatkan kesimpulan yaitu

- 1) Citra destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali di Nusantara Edu Park Madiun. Dapat dilihat dari bahwasanya pelaksana mengoptimalkan keberadaan citra destinasi yang bisa dilakukan pengelola lebih mengoptimalkan citra destinasi dapat dilakukan pengembangan jenis kegiatan dan atraksi wisata sesuai karakteristik wisatawan. Seperti jenis kegiatan *water sport* selain kolam seluncur dan event rutin dalam rangka memperingati hari-hari tertentu. Termasuk upaya peningkatan tata kelola, sarana prasarana seperti restoran, pertokoan, dan kebersihan dapat ditingkatkan dengan melakukan upaya perencanaan pengembangan destinasi wisata di wisata Nusantara Edu Park Madiun

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kadi, Purwanto, Vonseica, (2021), Lestari, (2022), Masita et al. (2022), Astuti, (2022), dan Wisnu, (2023) yang menunjukkan bahwa Citra destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan. Dikarenakan kondisi Citra destinasi yang disediakan oleh objek wisata Nusantara Edu Park Madiun cukup baik dan mempesona.

- 2) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali di Nusantara Edu Park Madiun. Dapat dilihat dari bahwasanya pihak dari pengelola menentukan tarif masuk ke objek wisata Nusantara Edu Park Madiun sebisa mungkin manajemen perlu memperhatikan daya keterjangkauan konsumen yaitu Masyarakat madiun maupun di seputar madiun, baik bagi wisatawan berusia dewasa maupun berusia anak-anak agar bisa menikmati wisata tersebut, tarif yang ditetapkan oleh objek wisata Nusantara Edu Park Madiun sudah tepat dan terjangkau oleh wisatawan

sehingga tidak perlu melakukan peningkatan harga tiket masuk, permainan dan wahana yang ditawarkan, hal ini akan menyebabkan penurunan tingkat kunjungan wisatawan.

Penelitian ini didukung oleh Hasil penelitian ini sejalan dengan stikhomah (2021), Buana Dewi (2022), Astuti, (2022), Qomariyah, (2023), Safitri, (2023), dan Yulianti, (2023) yang menunjukkan bahwa harga tiket berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan.

- 3) Fasilitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali di Nusantara Edu Park Madiun. Dapat dilihat dari bahwasanya dalam sisi fasilitas, pihak pengelola harus lebih memperhatikan kebersihan fasilitas yang disediakan. Kebersihan fasilitas sangat berpengaruh terhadap kenyamanan pengunjung. Kebersihan musholla dan ruang ganti harus lebih diperhatikan, sebaiknya menambahkan jumlah tempat sampah di setiap sudut lokasi. Kebun binatang harus lebih diperhatikan, mulai dari kebersihan kandang, kebersihan binatang, perawatan kesehatan binatang, menambah koleksi binatang agar lebih menarik perhatian pengunjung

Penelitian ini didukung oleh Hal ini sejalan dengan penelitian Lestari (2022), Sari (2022), Dewi (2022), Lestari et al. (2022) dan Sagita (2023) yang menunjukkan bahwa variabel Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkunjung kembali.

- 4) Citra Destinasi, Harga dan Fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan ke objek wisata Nusantara Edu Park Madiun. Dapat dilihat dari hasil pengujian regresi linier berganda pada penelitian kali ini menunjukkan koefisien determinasi (R^2) pada *Adjusted R Square* sebesar 0,584 atau 58,4%. Nilai koefisien determinasi tersebut menunjukkan besaran sumbangan efektif dari ketiga variabel bebas atau pengaruhnya terhadap variabel terikat. Sumbangan efektif tersebut berarti citra destinasi, harga tiket dan fasilitas mempengaruhi 58,4% terhadap

minat berkunjung kembali wisatawan, sedangkan 41,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Sejalan dengan penelitian Lestari et al. (2022), Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata terhadap Minat Berkunjung Ulang, Dewi, (2022), Pengaruh Fasilitas Wisata, Promosi, dan Harga Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan, Lestari, (2022), Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata terhadap Minat Berkunjung Ulang, Astuti (2020), Pengaruh harga, lokasi dan citra destinasi terhadap minat berkunjung kembali pada wisata mepet sawah di desa pematang sikek kec. Rimba melintang kab. Rokan hilir ditinjau menurut ekonomi Syariah, dan Qomariyah et al. (2023), Minat Berkunjung Kembali Wisata: Harga Dan Citra Destinasi Sawah Sumber Gempong Di Desa Wisata yang menunjukkan bahwa variabel citra destinasi, variable harga fasilitas berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan diatas, ada beberapa saran dari peneliti yang perlu diperhatikan dan dipertimbangkan oleh obyek dan juga penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut::

1. Bagi manajemen Nusantara Edu Park Madiun Kabupaten Madiun diharapkan lebih meningkatkan dan mempertahankan kualitas secara keseluruhan pada objek wisata Nusantara Edu Park. Karena dilihat dari kuesioner yang diisi oleh wisatawan atau pengunjung Nusantara Edu Park Madiun tersebut diperoleh data bahwa wisatawan mempunyai daya tarik tersendiri terhadap objek wisata Nusantara Edu Park. Sehingga dengan demikian, kualitas dan manfaat yang diperoleh wisatawan akan dapat meningkatkan minat berkunjung kembali pada pada objek wisata Nusantara Edu Park Madiun.
2. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat mengkaji lebih dalam tentang pengaruh kualitas pelayanan, 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

- Ardiansyah, A. (2019). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Minimarket Amarta Mlilir Jl. Ponorogo-Madiun*.
- Astuti, S. (2020). *Pengaruh harga, lokasi dan citra destinasi terhadap minat berkunjung kembali pada wisata mepet sawah di desa pematang sikek kec. Rimba melintang kab. Rokan hilir ditinjau menurut ekonomi Syariah*.
- Lestari, S., Yulita, I. K., & Prabowo, T. H. E. (2022). Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata terhadap Minat Berkunjung Ulang (Studi kasus Wisatawan Pantai Klayar Pacitan) 1,2,3. *Journal of Research in Business and Economics*, 05(01), 1–28.
- Masita, T. E., Alvani, H. T., & Suzana, A. J. (2022). Revisit Intention Obyek Wisata Pantai Krapyak Kabupaten Pangandaran : Pengaruh Citra Destinasi Wisata , Pengalaman Wisatawan dan Media sosial email : *Majalah Ilmiah Manajemen & Bisnis (MIMB)*, 19(2), 46–58.
- Mulyati, Y., & Afrinata, M. (2018). *Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Destinasi Wisata Pantai Carocok Painan Kabupaten Pesisir Selatan (Studi Kasus Pada Wisatawan Domestik)*.
- Nurbaeti, Rahmawati, M., Ratnaningtyas, H., & Amrullah. (2021). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Harga dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Danau Cipondoh, Kota Tangerang. *Urnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 10(2).
- Qomariyah, S. N., Maulana, R., & Dewantara, S. (2023). Minat Berkunjung Ulang Wisata : harga dan Citra Destinasi Sawah Sumber Gempong di Desa Wisata. *Prosiding Conference on Research and Community Services*, 5(1), 377–386.
- Rahmadayanti, T., & Murtadlo, K. (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.