

PENGARUH HARGA, FASILITAS, DAN KUALITAS PELAYANAN PADA MINAT KUNJUNGAN KEMBALI DI OBJEK WISATA BUMI LANGIT DESA PETUNGREJO

Dwi Wulandari¹, Hari Purwanto², Hendra Setiawan³

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun

email: dwiwulandari1920@gmail.com

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun

email: hari.purwanto@unipma.ac.id

³Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun

email: hendrasetiawan@unipma.ac.id

Abstrak

Studi ini dijalankan dengan tujuan guna mengidentifikasi adanya dampak harga, fasilitas serta kualitas pelayanan pada minat mengunjungi kembali di wisata bumi langit. Studi ini dilakukan pada pengunjung yang pernah mengunjungi pada objek wisata dengan melibatkan sampel sejumlah 385 responden yang ditentukan atas teknik *purposive sampling*. Metode penelitian yang diterapkan ialah pendekatan kuantitatif dengan bantuan *software* SPSS25. Hasil Studi ini ialah harga berdampak positif signifikan kepada minat berkunjung kembali pada wisata bumi langit, fasilitas berdampak positif signifikan pada minat mengunjungi kembali pada wisata bumi langit, kualitas pelayanan mempengaruhi secara positif signifikan pada keinginan untuk berkunjung kembali ke tempat wisata Bumi Langit

Kata Kunci: Harga, Fasilitas, Kualitas Pelayanan, Minat Berkunjung Kembali

Abstract

This study was conducted with the aim of identifying the influence of price, facilities, and service quality on the intention to revisit Bumi Langit tourism. The study was carried out among visitors who had previously visited the tourist site, involving a sample of 385 respondents. The study utilized a quantitative research method, employing SPSS25 software for analysis. The study findings show that the price has a strong and positive impact on the willingness to visit again. Bumi Langit tourism, facilities have a positive significant effect on the intention to revisit Bumi Langit tourism, and service quality also has a positive significant effect on the intention to revisit Bumi Langit tourism.

Keywords: Price, Facilities, Service Quality, Interest in Revisiting

A. PENDAHULUAN

Pariwisata di Indonesia berperan penting sebagai penggerak utama dalam memperkuat ekonomi nasional dengan kontribusinya yang signifikan terhadap pemasukan devisa (Mulyati & Afrinata, 2018). Pemerintah memberikan perhatian khusus pada sektor pariwisata karena pertumbuhannya yang signifikan dan dampaknya yang besar terhadap ekonomi. (Damayanti, 2019). Menurut laporan keuangan kementerian pariwisata (2020), data menunjukkan bahwasanya pada tahun 2019, sektor pariwisata di Indonesia berkontribusi sebesar 5,5% pada produk domestik Bruto (PDB) nasional, dengan nilai sebesar Rp 870,8 triliun.

Beragam daerah di wilayah Indonesia terdapat beberapa objek wisata, salah satunya yaitu di Provinsi Jawa Timur. Saat ini industri pariwisata di Jawa Timur sangat pesat kemajuannya, salah satunya di kabupaten Magetan. Objek Wisata Bumi Langit yang terletak di Desa Petungrejo Kecamatan Nguntoronadi Kabupaten Magetan merupakan wisata baru di Magetan maka dari itu Pengelola berperan dalam merancang dan meningkatkan daya tarik objek wisata untuk meningkatkan kunjungan. Salahsatu hal yang sangat berdampak pada kemajuan usaha ini adalah Pengelola fokus pada strategi inovatif untuk meningkatkan pendapatan dan memastikan keberlanjutan operasional. Pengelola Objek Wisata Bumi Langit merancang kebijakan harga yang sesuai dengan preferensi dan ekspektasi wisatawan untuk memaksimalkan kunjungan dan keuntungan. Penetapan harga yang terjangkau dapat membuat tempat wisata lebih mudah diakses oleh berbagai kalangan, termasuk keluarga dengan anggaran terbatas. Jika wisatawan merasa bahwasanya harga yang mereka bayar seimbang dengan pengalaman yang mereka dapatkan, mereka condong lebih puas hal ini dapat meningkatkan jumlah kunjungan dan memberikan kesempatan bagi wisatawan untuk berkunjung kembali.

Keinginan untuk melakukan kunjungan ulang sering kali dipengaruhi oleh dua faktor utama: penetapan harga dan pengalaman keseluruhan dari produk yang disediakan, termasuk layanan dan kualitas. Pengunjung yang puas dengan aspek-aspek ini cenderung memiliki motivasi yang lebih besar untuk kembali (Gultom, Sakti, & Prabowo, 2021). Fenomena saat ini menunjukkan adanya penurunan minat berkunjung terhadap Wisata Bumi Langit pada tahun

pertama sejak didirikannya tempat wisata tersebut dengan tujuan untuk menarik minat pengunjung agar kembali ke Wisata Bumi Langit.

Ada banyak faktor yang berperan dalam minat berkunjung kembali yaitu meliputi harga, ketersediaan fasilitas, serta kualitas pelayanan. Gultom et. al (2021) memaparkan bahwasanya harga memiliki berpengaruh positif pada minat berkunjung kembali. Sedangkan studi Qodriyah dan Kusumawardhan, (2023) menjelaskan bahwasanya harga mempengaruhi tidak signifikan dengan arah negatif dalam meningkatkan minat berkunjung wisatawan.

Fasilitas meliputi berbagai komponen yang memastikan keberhasilan operasional dan efektivitas suatu bisnis. Tanjung dkk, (2022) Fasilitas berperan krusial bagi pengunjung karena mereka memerlukan sarana yang memadai untuk memenuhi kebutuhan selama berkunjung. Meskipun banyak tempat wisata telah menyediakan fasilitas, belum banyak pengelola yang benar-benar fokus pada kualitas fasilitas tersebut sebagai cara untuk meningkatkan daya tarik dan minat wisatawan. (Putra & Suyuthie, 2022). Hasil penelitian Juita (2024) memaparkan bahwasanya fasilitas memiliki berpengaruh positif pada minat berkunjung kembali. Temuan yang serupa diperoleh oleh Putri dan Farida, (2021) bahwasanya fasilitas secara parsial mempengaruhi dengan arah positif pada minat berkunjung kembali. Disisi lain pada studi Gultom et. al (2021) fasilitas tidak berdampak secara signifikansi pada Minat berkunjung kembali wisatawan.

Selain itu, ketiadaan jaminan untuk pengunjung di kolam renang Wisata Bumi Langit menciptakan ketidakpastian dan kekhawatiran terkait pengalaman yang akan mereka alami. Kondisi ini mencakup kurangnya pengawasan terhadap keselamatan, kebersihan, dan kenyamanan di sekitar kolam renang, serta kurangnya fasilitas atau staf yang siap memberikan bantuan atau penjelasan kepada pengunjung. Dampaknya, pengunjung mungkin merasa tidak yakin atau tidak nyaman untuk menggunakan fasilitas kolam renang, yang pada akhirnya dapat memengaruhi keseluruhan tingkat kepuasan mereka selama berkunjung ke wisata tersebut. Menurut penelitian Rahmawati, dkk (2021) yang memaparkan bahwasanya Kualitas pelayanan mempengaruhi secara positif signifikan pada minat berkunjung kembali.

Dalam teori perilaku konsumen, minat berkunjung kembali dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti kepuasan, kesan, dan keinginan. Kepuasan yang dirasakan pengunjung atas suatu

destinasi wisata akan mempengaruhi keputusan mereka untuk berkunjung kembali. Kesannya yang positif akan meningkatkan keinginan pengunjung untuk mengunjungi kembali destinasi tersebut. Selain itu, keinginan yang kuat juga dapat mempengaruhi keputusan pengunjung untuk berkunjung kembali. Berdasarkan uraian diatas dan keberadaan yang dinyatakan *gap*

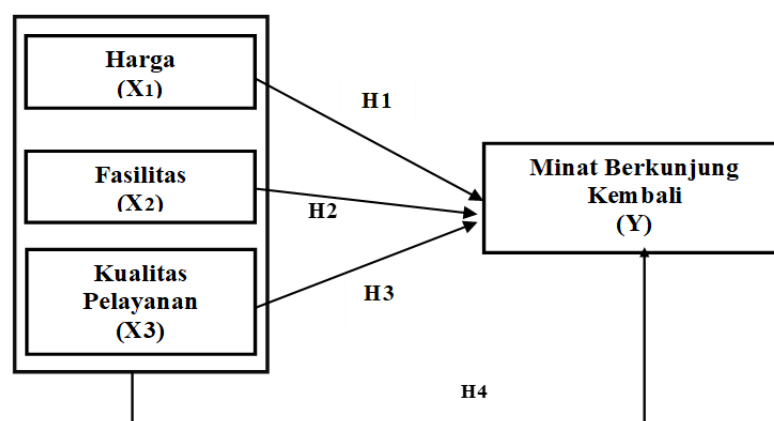
research yang mendukung peneliti untuk mengkaji dan meneliti lebih dalam mengenai harga, fasilitas, serta kualitas pelayanan pada minat untuk kembali ke tempat wisata Bumi Langit, Desa Petungrejo Kecamatan Nguntoronadi Kabupaten Magetan.

Kajian Teori

Theori Planned Behavior

Teori Ajzen terkait sikap pada perilaku membahas seberapa jauh seseorang menilai perilaku dalam sebuah pertanyaan melalui cara yang bermanfaat atau tidak bermanfaat, (Ajzen, 1991). Menurut Ajzen, (1991) Teori perilaku terencana mengelompokkan antara tiga macam kepercayaan(*belief*) ialah *normative belief*, *control belief*, dan *behavioral belief*, dimanahal tersebut berikatan dengan konstruksi norma subjektif(*subjective norm*), sikap (*attitude*), dan kontrol perilaku yang dirasakan (*perceived behaviorcontrol*).

Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Menurut kerangka konseptual diatas maka hipotesis pada studi ini yaitu antara lain:

- H1 : Ada dampak positif dan signifikan antara harga kepada minat berkunjung kembali pada masyarakat Magetan yang pernah berkunjung ke tempat wisata Bumi Langit.
- H2 : Ada dampak positif dan signifikan antara Fasilitas kepada minat berkunjung kembali pada Masyarakat Magetan yang pernah berkunjung ke tempat wisata Bumi Langit
- H3 : Ada dampak positif dan signifikan antara kualitas pelayanan kepada minat berkunjung kembali pada masyarakat Magetan yang pernah berkunjung ke tempat wisata Bumi Langit.
- H4 : Terdapat pengaruh secara bersama-sama dari harga, fasilitas kualitas pelayanan kepada minat berkunjung kembali pada masyarakat Magetan yang pernah berkunjung ke tempat wisata Bumi Langit.

B. METODE

Studi ini dilakukan di wisata Bumi Langit, Desa Petungrejo, Kecamatan Nguntoronadi, Kabupaten Magetan, Jawa Timur, dengan objek penelitian berupa masyarakat yang pernah berkunjung ke tempat wisata tersebut. Penelitian ini berlangsung selama 5 bulan, dari Maret hingga Juni 2024, dengan jadwal yang mencakup berbagai tahap mulai dari identifikasi masalah hingga penyusunan laporan. Metode yang diterapkan ialah metode survei dengan pendekatan kuantitatif, yang mengumpulkan data melalui penyebaran kuesioner kepada 385 responden yang ditentukan memanfaatkan teknik purposive sampling. Sampel terbagi dari masyarakat yang pernah mengunjungi Wisata Bumi Langit paling sedikit dua kali kunjungan. Variabel penelitian mencakup variabel bebas yaitu fasilitas, harga, serta kualitas pelayanan, sementara itu variabel minat berkunjung kembali sebagai variabel terikat. Data yang dikumpulkan diolah dengan mengoperasikan software SPSS, dengan serangkaian uji seperti pengujian validitas-reliabilitas, pengujian asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, serta menguji hipotesis yang diajukan.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil uji validitas instrumen dalam studi ini menunjukkan bahwasanya seluruh item dari setiap variabel yang diteliti dalam studi ini dinyatakan valid dikarenakan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,100). Hal tersebut memberikan bukti bahwasanya hubungan antar variabel independen cukup kuat. Kesimpulan dari temuan tersebut menggambarkan bahwasanya pernyataan pada harga, fasilitas, kualitas pelayanan serta minat berkunjung kembali dinyatakan valid sehingga pengujian ini bisa dimanfaatkan sebagai alat pengukuran data pada studi ini. Sementara itu, hasil uji reliabilitas dari variabel harga, fasilitas, kualitas pelayanan serta minat berkunjung kembali bernilai alpha Cronbach yang melebihi 0,70, dapat disimpulkan bahwasanya hasil pengukuran tersebut menunjukkan tingkat reliabilitas yang baik.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Merujuk pada hasil analisis, hasil uji normalitas menyampaikan bahwasanya Asymp signifikansi bernilai $0.073 > 0,05$. Temuan diatas dapat dinyatakan bahwasanya keseluruhan data dalam studi ini normal pada distribusinya

Uji Multikolinieritas

Merujuk pada hasil temuan menunjukkan bahwasanya nilai nilai tolerance variabel Harga $0,800 > 0,10$, variabel Fasilitas sebesar $0,965 > 0,10$, dan Kualitas Pelayanan sebesar $0,794 > 0,10$. Hasil dari nilai VIF variabel harga, fasilitas, dan kualitas pelayanan memiliki nilai < 10 sehingga dapat dinyatakan bahwasanya penelitian ini tidak terjadi multikolonieritas.

Uji Heterokedastisitas

Merujuk pada hasil temuan menunjukan bahwasanya output dari pengujian heteroskedastisitas dengan menerapkan uji glejser didapati diperoleh nilai probabilitas (sig) variabel harga sebesar 0,124, variabel fasilitas 0,222, , dan variabel kualitas pelayanan sebesar 0,437 yang artinya bahwasanya nilai tersebut $> 0,05$ dengan ini dapat dikatakan bahwasanya tidak terdapat heteroskedastisitas dalam penelitian ini.

Uji Autokorelasi

Merujuk pada hasil temuan nilai Durbin-Watson sebesar 2.015. Nilai signifikasnsi 0.05, jumlah sampel sejumlah 1385 (N=385) dengan total variabel bebas 3 (K=3), maka pada tabel Durbin-Watson diperoleh nilai dU 1.842. Hasil tersebut menunjukkan nilai DW 2.015 lebih besar dari nilai dU 1.842 dan selanjutnya $4 - dU = 2.158$ nilai DW 2.015 lebih kecil dari nilai tersebut 2.158. Kesimpulan dari hasil tersebut bahwasanya model uji regresi tidak terjadi autokorelasi.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 1. Output Analisis Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.481	1.308		-1.133	.258
	Harga	.101	.033	.140	3.080	.002
	Fasilitas	.325	.027	.496	12.011	.000
	Kualitas Pelayanan	.106	.027	.181	3.980	.000

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung Kembali

Sumber: Data diolah, 2024

Mengacu pada tabel 1 diperoleh persamaan model regresi linier berganda dibawah ini:

$$Y = -1,481 + 0,101X_1 + 0,325X_2 + 0,106X_3 + e$$

- Konstanta -1,481 dapat dimaknai bahwasanya seluruh variabel bebas bernilai nol maka dari itu variabel terikat bernilai -1,481
- Harga (X₁) menunjukkan koefisien regresi yang positif sebesar 0,101 dengan demikian bisa dinyatakan setiap terdapat kenaikan variabel harga senilai 1 poin hal tersebut akan membuat variable minat berkunjung kembali juga mengalami peningkatan senilai 0,101.
- Fasilitas (X₂) menunjukkan koefisien regresi yang positif senilai 0,325 dengan demikian dapat dinyatakan setiap adanya kenaikan variabel fasilitas sebesar 1 poin hal tersebut membuat variabel minat berkunjung kembali juga mengalami peningkatan senilai 0,325.
- Kualitas Pelayanan (X₃) menunjukkan koefisien regresi yang positif senilai 0,106 sehingga dapat dinyatakan bahwasanya setiap adanya kenaikan variabel kualitas

pelayanan sebesar 1 poin hal tersebut membuat variabel minat berkunjung kembali juga mengalami peningkatan senilai 0,106

4. Pengujian Hipotesis

Uji Parsial

Uji parsial bertujuan untuk mengukur dampak individual dari tiap variabel independen kepada variabel dependen. (Ghozali, 2018). Temuan dari analisis uji parsial ialah sebagai berikut:

- a. Output *t*-hitung pada variabel harga yakni 3,080, melebihi *t*-tabel sejumlah 1,966, dan nilai signifikansi 0,002 lebih kecil dari 0,05, sehingga H1 diterima. Ini menunjukkan bahwasanya harga secara signifikan mempengaruhi minat untuk mengunjungi kembali.
- b. Output *t*-hitung pada variabel fasilitas yakni 12,011, jauh di atas *t*-tabel sebesar 1,966, dengan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05, sehingga H2 diterima. Ini mengindikasikan bahwasanya fasilitas memiliki pengaruh signifikan untuk minat kunjungan kembali.
- c. Output *t*-hitung pada variabel kualitas pelayanan yakni 3,980, yang lebih tinggi dari *t*-tabel sejumlah 1,966, dengan nilai signifikansi 0,000 juga di bawah 0,05, sehingga H3 diterima. Ini memperlihatkan bahwasanya kualitas pelayanan memiliki dampak signifikan untuk minat kunjungan kembali.

Uji Simultan

Hasil temuan menyatakan bahwasanya output uji simultan 75,189, yang jauh di atas *F*-tabel 2,62, dengan nilai signifikansi 0,000 yang lebih rendah dari 0,05, menyatakan bahwasanya variabel-variabel independen dalam studi ini secara keseluruhan memberikan dampak signifikan kepada variabel dependen..

5. Koefisien Determinan (R^2)

Merujuk pada output analisis koefisien determinasi, nilai Adjusted R Square yang tercatat sejumlah 0,317 mengungkapkan bahwasanya faktor harga, fasilitas, dan kualitas pelayanan hanya menjelaskan 31,7% dari variabilitas minat berkunjung kembali. Sebagian besar, ialah 68,3%, dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dicakup dalam studi ini.

D. SIMPULAN

Merujuk pada hasil penelitian mengenai pengaruh harga, fasilitas, serta kualitas pelayanan pada minat berkunjung kembali ke Objek Wisata Bumi Langit Desa Petungrejo, Kecamatan Nguntoronadi, Kabupaten Magetan, dapat disimpulkan bahwasanya harga (X_1), fasilitas (X_2), dan kualitas pelayanan (X_3) memiliki dampak signifikan baik secara parsial dan juga simultan kepada minat masyarakat untuk berkunjung kembali. Harga yang kompetitif, fasilitas yang memadai dan nyaman, serta kualitas pelayanan yang prima terbukti mempengaruhi keputusan masyarakat untuk mengunjungi kembali objek wisata tersebut. Ketiga aspek ini sangat penting dalam strategi pengembangan destinasi wisata, karena dapat meningkatkan pengalaman wisatawan, memastikan kepuasan wisata, dan membangun loyalitas terhadap Objek Wisata Bumi Langit Desa Petungrejo.

E. Saran

. Disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk memperluas cakupan sampel populasi pengunjung dengan melibatkan berbagai kelompok demografis yang lebih beragam, dengan demikian dapat memberikan gambaran secara lebih representatif mengenai faktor-faktor yang memberikan pengaruh minat mengunjungi kembali. Peneliti juga diharapkan untuk menambah variabel dependen seperti promosi dan aksesibilitas, guna mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif dan hasil penelitian yang lebih mendalam. Dengan demikian, penelitian mendatang mampu memberikan peran yang lebih signifikan pada pengembangan strategi pemasaran dan pengelolaan destinasi wisata yang lebih efektif dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. Englewood Cliffs, Nj: Prentice Hall
- Damayanti, L. S. (2019). Peranan Keterampilan Berbahasa Inggris dalam Industri Pariwisata. *Journey*, 2(1), 71–82.
- Fetra, R., & Pradiani, T. (2023). The influence of price, facilities, and service quality on re-staying interest. *ADI Journal on Recent Innovation*, 4(2), 184-193.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gultom, H. C., Sakti, R. D., & Prabowo, H. (2021). Pengaruh Harga, Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Hotel Chanti Semarang 2020. *BBM (Buletin Bisnis & Manajemen)*, 7(2), 118-125.
- Juita, R. (2024). Pengaruh Harga Tiket Dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Di Objek Wisata Pantai Gandorah Kota Pariaman Menurut Perspektif Ekonomi Syariah . *Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*.
- Mulyati, Y., & Afrinata, M. (2018). Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Destinasi Wisata Pantai Carocok Painan Kabupaten Pesisir Selatan. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi, dan Manajemen Bisnis*, 6(2), 191-200.
- Putra, A. Y., & Suyuthie, H. (2022). Persepsi Pengunjung Tentang Fasilitas Daya Tarik Wisata Pantai Sako Di Kota Padang. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(1), 2833-2839.
- Putri, A. D., & Farida, N. (2021). Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Berkunjung Kembali Melalui Kepuasan Pengunjung (Studi Obyek Wisata Goa Kreo Kota Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(1), 1-16.
- Qodriyah, H. L., Kusumawardhani, W., Alvianna, S., Hidayatullah, S., & Estikowati, E. (2023). Pengaruh Atraksi Wisata, Harga, Dan Fasilitas Wisata Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Pada Destinasi Wisata Malang Smart Arena. *Majalah Ilmiah Warta Dhamawangsa*, 17(2), 752-762.
- Rahmawati, N., Permadi, L. A., & Rinuastuti, B. H. (2021). The Influence Of Attraction, Location, And Service Quality On Revisit Intention To Sesaot Rural Tourism. *Jurnal Magister Manajemen Unram*, 10(1a).
- Tanjung, A., & Panggabean, S. A. (2022). Peluang Wisata Halal Terhadap Pengembangan Ekonomi Islam. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 5(2), 1470-1478.