

ABSTRAK

Ghilman Hizbul Islam (1219240083) “Pengaruh Fasilitas, Harga Tiket, dan Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan (Pada Objek Wisata Ciboer Pass Kabupaten Majalengka)”

Pariwisata merupakan sektor strategis yang berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi melalui peningkatan devisa, penciptaan lapangan kerja, dan pengembangan infrastruktur. Kabupaten Majalengka, khususnya objek wisata Ciboer Pass, menunjukkan pertumbuhan kunjungan yang pesat dalam empat tahun terakhir, dari 8.237 pengunjung pada tahun 2021 menjadi 71.685 pengunjung pada tahun 2024. Peningkatan ini tidak terlepas dari daya tarik alam, fasilitas yang tersedia, harga tiket yang terjangkau, dan berbagai upaya promosi. Namun demikian, belum banyak penelitian yang secara spesifik mengkaji bagaimana faktor-faktor tersebut mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan ke Ciboer Pass.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh fasilitas, harga tiket, dan promosi terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif-verifikatif melalui explanatory survey. Sampel penelitian sebanyak 100 responden dipilih dengan teknik purposive sampling. Instrumen penelitian diuji validitas dan reliabilitasnya, dan data dianalisis menggunakan regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung, sedangkan harga tiket tidak berpengaruh signifikan. Secara simultan, ketiga variabel memberikan pengaruh signifikan dengan koefisien determinasi sebesar 88,2%, yang berarti sebagian besar variasi keputusan berkunjung dijelaskan oleh fasilitas, harga tiket, dan promosi. Temuan ini mengindikasikan bahwa kenyamanan, kelengkapan fasilitas, dan strategi promosi yang tepat lebih berperan dalam menarik minat wisatawan dibandingkan harga tiket yang relatif terjangkau.

Berdasarkan hasil penelitian, disarankan bagi pengelola Ciboer Pass untuk terus meningkatkan kualitas fasilitas seperti area foto, villa, dan camping ground, serta memperluas jangkauan promosi melalui media sosial dan kolaborasi dengan influencer. Strategi ini diharapkan dapat mempertahankan dan meningkatkan jumlah kunjungan di masa mendatang.

Kata Kunci: Fasilitas, Harga Tiket, Promosi, Keputusan Berkunjung.

ABSTRACT

Tourism is a strategic sector that contributes to economic growth through foreign exchange earnings, job creation, and infrastructure development. Majalengka Regency, particularly the Ciboer Pass tourist attraction, has shown a significant increase in visitor numbers over the past four years, from 8,237 visitors in 2021 to 71,685 visitors in 2024. This growth is supported by its natural attractions, available facilities, affordable ticket prices, and various promotional efforts. However, there has been limited research specifically examining how these factors influence tourists' visiting decisions to Ciboer Pass.

This study aims to determine the influence of facilities, ticket prices, and promotion on tourists' visiting decisions. The research employed a quantitative method with a descriptive-verification approach through an explanatory survey. A total of 100 respondents were selected using purposive sampling. The research instrument was tested for validity and reliability, and the data were analyzed using multiple linear regression analysis.

The results show that facilities and promotion have a positive and significant effect on visiting decisions, while ticket prices do not have a significant effect. Simultaneously, the three variables significantly influence visiting decisions with a coefficient of determination of 88.2%, indicating that most variations in visiting decisions are explained by facilities, ticket prices, and promotion. These findings suggest that comfort, completeness of facilities, and effective promotion strategies play a greater role in attracting tourists compared to relatively affordable ticket prices.

Based on these results, it is recommended that Ciboer Pass management continue to improve the quality of facilities such as photo spots, villas, and camping grounds, and expand promotional reach through social media and collaborations with influencers. This strategy is expected to maintain and increase the number of visitors in the future.

Keywords: *Facilities, Ticket Prices, Promotion, Visiting Decision.*