

## PENGARUH HARGA TIKET DAN FASILITAS LAYANAN TERHADAP JUMLAH PENGUNJUNG PUSAT SENI DAN BUDAYA SUNDA SAUNG ANGKLUNG UDJO KOTA BANDUNG

Abdul Aziz Nugraha<sup>1</sup>, Achmad Syahrul<sup>2</sup>, Ari Maulana<sup>3</sup>,  
Dadang Husen Sobana<sup>4</sup>, Deni Kamaludin Yusup<sup>5</sup>

<sup>1</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Email: aziznugraha752@gmail.com

<sup>2</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Email: achmads.rull@gmail.com

<sup>3</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Email: riimln20@gmail.com

<sup>4</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Email: dadanghusensobana@uinsgd.ac.id

<sup>5</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Email: dkyusup@uinsgd.ac.id

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Pengaruh Harga Tiket dan Fasilitas Layanan Terhadap Jumlah Pengunjung Pusat Seni dan Budaya Sunda Saung Angklung Udjo Kota Bandung. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya pariwisata dalam perekonomian di Indonesia. Pariwisata merupakan salah satu sektor yang dapat meningkatkan pendapatan dari para pelaku bisnis dan dapat meningkatkan devisa serta mendorong berkembangnya industri baru. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian menunjukkan bahwa Harga Tiket dan Fasilitas Layanan akan berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan pelaku usaha. Hal ini dibuktikan dengan hasil nilai  $F_{hitung} > F_{tabel} = 0,21 > 0,1984$  yang menunjukkan nilai  $R^2$  sebesar 0,9822 yang artinya pengaruh signifikansi terhadap  $Y$  itu sebesar 0,9044 atau 90,44% yang menunjukkan bahwa hubungan Harga Tiket ( $X_1$ ) dan Fasilitas Layanan ( $X_2$ ) terhadap Jumlah Pengunjung sebesar 90,44%. Sedangkan untuk 9,56% Jumlah Pengunjung dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian seperti aksesibilitas, keamanan, dan lain-lain. Kemudian korelasi antara Harga Tiket dan Fasilitas Layanan terhadap Jumlah Pengunjung juga ditunjukkan dengan nilai 0,9161 atau 91,61%. Hal tersebut menunjukkan adanya korelasi yang signifikan antara variabel Harga Tiket dan Fasilitas Layanan secara bersama-sama terhadap variabel dependen terhadap Jumlah Pengunjung.

**Kata Kunci:** Harga Tiket, Fasilitas Layanan, Pengunjung, Seni, Budaya, Angklung, Sunda.

### A. Pendahuluan

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena berkembangnya pariwisata seni dan budaya sebagai potensi ekonomi daerah. Sebagai contoh, potensi pusat seni dan budaya Sunda Saung Angklung Udjo merupakan salah satu praktik baik perkembangan pariwisata seni dan budaya yang berada di Kota Bandung. Pariwisata seni dan budaya merupakan salah satu jenis industri jasa pariwisata yang dianggap mampu mempercepat pertumbuhan ekonomi. Hal ini terbukti adanya penyediaan lapangan kerja, peningkatan penghasilan, standar hidup serta menstimulasi sektor produktif lainnya (Bellani & Siswhara, 2016).

Menurut Basra (2023) Indonesia saat ini berada di posisi nomor satu sebagai destinasi pariwisata favorit dalam survei yang dirili GMTI (*Global Muslim Travel Indeks*) 2023. Hal tersebut membuat beberapa daerah berperan penting dalam kontribusi pencapaian tersebut, terkhusus Jawa Barat

yang dalam ini peneliti membatasi pada Pusat Seni dan Budaya Sunda Saung Angklung Udjo Kota Bandung. Selain itu, hasil pencapaian ini juga merupakan salah satu wujud peningkatan dari tahun 2022 yang hanya berada di posisi empat sehingga peneliti merasa penelitian ini mempunyai urgensi yang penting dalam kajian pencapaian Indonesia dalam survei GMTI (*Global Muslim Travel Indeks*).

Peningkatan pada sektor pariwisata salah satunya dapat dilihat dari jumlah pengunjung. Salah satu faktor yang mempengaruhi jumlah pengunjung adalah harga. Harga tiket masuk pada objek wisata akan menjadi pertimbangan bagi calon pengunjung. Harga adalah nilai manfaat yang dimiliki oleh suatu produk barang atau jasa yang dibandingkan dengan biaya atau pengorbanan yang ditimbulkan atas mengonsumsi barang atau jasa tersebut (Sulistiyana, 2015). Supaya sukses dalam memasarkan suatu barang atau jasa, pengelola harus menentukan harga yang tepat. Dengan memberikan harga tiket masuk wisata yang murah dapat meningkatkan kuantitas pengunjung.

Faktor kedua yang dapat mempengaruhi jumlah pengunjung adalah fasilitas layanan. Fasilitas layanan adalah penyediaan kelengkapan fisik atau jasa untuk memberikan kemudahan kepada customer dalam melakukan aktivitasnya sehingga kebutuhannya dapat terpenuhi (Sulistiyana, 2015). Fasilitas yang sangat menonjol pada Pusat Seni dan Budaya Sunda Saung Angklung Udjo Kota Bandung salah satunya terdapat tour guide yang bisa berbahasa Inggris dan uniknya tour guide di Pusat Seni dan Budaya Sunda Saung Angklung Udjo Kota Bandung adalah penduduk asli dari Bandung.

Salah satunya daerah yang ada di Indonesia yang menjadi icon wisata yaitu Bandung yang dikenal sebagai kota kreatif, kota industri bahkan pendidikan. Bandung memiliki potensi kekayaan alam dan budaya yang sangat terjaga keindahan dan keasliannya. Di Bandung terdapat sejumlah wisata alam, wisata budaya, wisata sejarah, wisata belanja serta wisata buatan seperti Desa Wisata (Republik Indonesia, 2009). Kepariwisata menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan domestik maupun asing di dalamnya terdapat segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.

Penelitian terdahulu pernah dilakukan oleh Helena Sirait dkk (2018) yang hasil penelitiannya menunjukkan harga dan fasilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Penelitian yang dilakukan oleh Anjar Hari Kiswanto (2011) harga, lokasi, fasilitas mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Penelitian yang dilakukan oleh Heri Susilo dkk (2018) yang hasil penelitiannya adalah harga, kualitas pelayanan, promosi dan kepercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap kunjungan wisata. Penelitian yang dilakukan oleh Isnana, Iranita, Myrna Sofia (2019) menunjukkan hasil kesimpulan bahwa lokasi berpengaruh terhadap keputusan berkunjung, fasilitas berpengaruh terhadap keputusan berkunjung. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Daniel Parapat dkk (Parapat, 2018) menunjukkan hasil kesimpulan penelitiannya bahwa lokasi tidak terlalu berpengaruh terhadap keputusan berkunjung, harga tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung.

Berdasarkan hasil pengamatan dan observasi di lapangan diketahui bahwa berkembangnya Pusat Seni dan Budaya Sunda Saung Angklung Udjo Kota Bandung tampaknya dipengaruhi oleh faktor harga dan fasilitas layanan yang kompetitif. Kondisi semacam ini mendorong calon pengunjung baik wisatawan domestik maupun asing untuk datang ke tempat tersebut. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk menganalisis seberapa besar pengaruh harga tiket dan fasilitas layanan terhadap jumlah pengunjung Pusat Seni dan Budaya Sunda Saung Angklung Udjo Kota Bandung.

## B. Metode

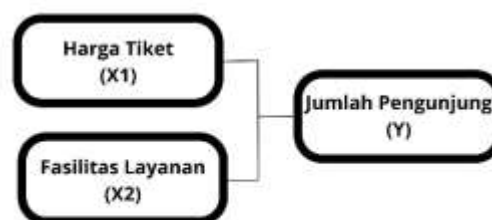
Penelitian ini termasuk ke dalam kategori studi kasus dengan metode deskriptif analisis dengan menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu untuk mengidentifikasi pola data, membingkai dan menyajikan informasi yang terkandung dalam penelitian. data untuk penemuan dan pengujian hipotesis dengan uji statistik (Achjar, 2023). Sumber dan teknik pengumpulan data diperoleh dari hasil survey, wawancara, observasi, dan studi kepustakaan. Data yang digunakan dalam penelitian menggunakan jenis data dalam bentuk angka dan dalam analisis dilakukan secara statistik untuk mengetahui pengaruh antara Harga Tiket ( $X_1$ ) dan fasilitas layanan ( $X_2$ ) terhadap jumlah pengunjung ( $Y$ ) pada pengunjung pada Pusat Seni dan Budaya Sunda Saung Angklung Udjo Kota Bandung. Teknik analisis data dilakukan melalui pendekatan statistik dan deduktif, yakni hanya menggunakan uji asumsi klasik, uji regresi linier, dan uji determinasi berdasarkan pengolahan data *non-probability sampling* dengan skala Likert. Melalui hasil penelitian ini diharapkan terumuskan kesimpulan untuk menjawab hipotesis mengenai adanya pengaruh harga tiket dan fasilitas layanan terhadap jumlah pengunjung Pusat Seni dan Budaya Sunda Saung Angklung Udjo Kota Bandung.

## C. Hasil dan Pembahasan

### 1. Hasil Penelitian

Seperti telah dijelaskan sebelumnya, obyek penelitian ini lebih difokuskan untuk menganalisis pengaruh harga tiket dan fasilitas layanan terhadap jumlah pengunjung Pusat Seni dan Budaya Sunda Saung Angklung Udjo Kota Bandung. Atas dasar itu, pada bagian ini akan dijelaskan hasil uji statistik terhadap hubungan antar variable melalui deskripsi obyek penelitian berikut penjelasannya dari hasil uji parsial dan simultan sebagaimana gambar kerangka berfikir sebagai berikut:

Gambar 1: Kerangka Berfikir Penelitian



#### 1.1 Deskripsi Umum Obyek Penelitian

Saung Angklung Udjo (SAU) adalah suatu tempat yang merupakan tempat pertunjukan, pusat kerajinan tangan dari bambu, dan *workshop* instrumen musik dari bambu. Selain itu, SAU mempunyai tujuan sebagai laboratorium kependidikan dan pusat belajar untuk memelihara kebudayaan Sunda dan khususnya angklung. SAU ini didirikan pada tahun 1966 oleh Udjo Ngagalagna dan istrinya Uum Sumiati, dengan maksud untuk melestarikan dan memelihara seni dan kebudayaan tradisional Sunda. SAU berlokasi di Jalan Padasuka No. 118 Bandung Timur Jawa Barat. Dengan suasana tempat yang segar udaranya dan dikelilingi oleh pohon-pohon bambu, dari kerajinan bambu dan interior bambu sampai alat musik bambu. Di samping pertunjukan rutin setiap sore, Saung Angklung Udjo telah berkali-kali mengadakan pertunjukan khusus yang dilakukan pada pagi atau siang hari.

Berdasarkan rangkaian penelitian yang dilakukan peneliti, diketahui deskripsi umum obyek penelitian sebagai berikut:

**Tabel 1: Deskripsi Umum Obyek Penelitian**

| No | Aspek yang diungkapkan           | Jumlah Responden |
|----|----------------------------------|------------------|
| 1  | Respon Berdasarkan Jenis Kelamin |                  |
|    | a. Lak-laki                      | 43 Orang         |
|    | b. Perempuan                     | 57 Orang         |
|    | Jumlah                           | 100 Orang        |
| 2  | Respon Berdasarkan Usia          |                  |
|    | a. 11-20 Tahun                   | 35 Orang         |
|    | b. 21-30 Tahun                   | 26 Orang         |
|    | c. 31-40 Tahun                   | 15 Orang         |
|    | d. >41 Tahun                     | 14 Orang         |
|    | Jumlah                           | 100 Orang        |
| 3  | Respon Berdasarkan Asal          |                  |
|    | a. Kota Bandung                  | 34 Orang         |
|    | b. Luar Kota Bandung             | 29 Orang         |
|    | c. Luar Jawa Barat               | 20 Orang         |
|    | d. Luar Pulau Jawa               | 17 Orang         |
|    | e. Luar Negeri                   | 0 Orang          |
|    | Jumlah                           | 100 Orang        |
| 4  | Respon Berdasarkan Pendapatan    |                  |
|    | a. 1.000.000-2.000.000           | 2 Orang          |
|    | b. 2.500.000-3.000.000           | 16 Orang         |
|    | c. 3.500.000-4.000.000           | 38 Orang         |
|    | d. 4.500.000-5.000.000           | 24 Orang         |
|    | e. >5.000.000                    | 20 Orang         |
|    | Jumlah                           | 100 Orang        |

(Sumber: Hasil Observasi dan Wawancara Mei 2024)

Berdasarkan tabel karakteristik responden yaitu pengunjung yang datang berkunjung ke Pusat Seni dan Budaya Sunda Saung Angklung Udjo Kota Bandung didominasi perempuan dengan rentan usia 11-20 tahun asal Kota Bandung dengan tingkat pendapatan rata-rata 3.500.000-4.000.000. Hal tersebut menunjukkan bahwa perempuan lebih dominan melakukan keputusan berkunjung ke obyek wisata karena harga yang terjangkau.

## 1.2 Hasil Uji Asumsi Klasik

Pentingnya uji asumsi klasik dalam analisis statistik adalah untuk memverifikasi apakah asumsi dasar pada data terpenuhi. Hal ini penting karena dapat memengaruhi hasil statistik yang dihasilkan serta kevalidan dan kepercayaan terhadap data. Setelah semua asumsi terpenuhi, hasil analisis dapat diinterpretasikan secara valid.

Pertama adalah melakukan uji normalitas. Uji normalitas adalah sebuah proses untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak. uji normalitas penting karena banyak metode statistik yang berasumsi bahwa data berdistribusi normal. Jika data tidak berdistribusi normal, maka hasil analisis yang diperoleh dengan metode tersebut mungkin tidak valid atau dapat

diinterpretasikan dengan keliru. Data yang normal adalah yang memiliki nilai signifikansi sebesar 0.05. Uji normalitas ini menggunakan shapiro-wilk sebagai acuan dalam menentukan kenormalan sebuah data. Normalitas data ini ditentukan oleh  $prob > z$  lebih besar dari 0,05.

**Tabel 2: Hasil Uji Normalitas**

| Shapiro-wilk W test for normal data |     |         |       |       |         |
|-------------------------------------|-----|---------|-------|-------|---------|
| Variable                            | Obs | W       | V     | z     | Prob>z  |
| y                                   | 100 | 0.96905 | 2.555 | 2.081 | 0.51871 |
| x1                                  | 100 | 0.96327 | 3.033 | 2.461 | 0.50693 |
| x2                                  | 100 | 0.94506 | 4.536 | 3.354 | 0.50040 |

Dari tabel diatas dapat di lihat bahwa nilai probabilitas dari variabel  $X_1$  sebesar  $0.50693 > 0.05$ . Variabel  $X_2$  sebesar  $0.50040 > 0.05$  dan probabilitas dari variabel dependen Y sebesar  $0.51871 > 0.05$ . yang berarti data diatas merupakan data yang berdistribusi normal karena ketiganya memiliki nilai signifikansi diatas 0.05.

Kedua adalah hasil uji heteroskedastisitas yaitu alat uji statistik yang digunakan untuk menguji apakah variabilitas dari variabel dependen tidak konstan di seluruh tingkat variabel independen. Dalam hal ini untuk menentukan data yang tidak mengalami masalah heteroskedastisitas adalah jika  $Prob > \chi^2$  lebih kecil dari nilai signifikansi 0.05 maka data tersebut terdapat masalah heteroskedastisitas, dan apabila  $Prob > \chi^2$  lebih besar dari 0.05 maka data tersebut normal. Maka untuk untuk menentukan apakah ada masalah atau tidak perlu dilakukan pengujian.

**Tabel 3: Hasil Uji Heteroskedastisitas**

```

estat hettest

Breusch-Pagan / Cook-Weisberg test for heteroskedasticity
Ho: Constant variance
Variables: fitted values of y

      chi2(1)    =    0.05
      Prob > chi2 =    0.8196
    
```

Berdasarkan hasil diatas, nilai  $Prob > \chi^2$  sebesar 0.8196 yang berarti lebih besar dari nilai signifikansi 0.05, maka data ini dapat disimpulkan tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.

Ketiga adalah hasil uji multikolinieritas, yaitu langkah untuk menguji dan mengetahui apakah dalam suatu regresi akan ditemukan adanya korelasi yang tinggi antar variabel independen. Pengujian ini dapat diketahui dengan melihat nilai toleransi dan nilai variance inflation factor (VIF). Pengujian dilakukan dengan melihat nilai VIF atau variance inflation factors. Untuk mengetahui apakah data mengalami masalah multikolinieritas dapat dilakukan pengujian. Jika  $VIF > 10$  dan  $1/VIF < 0.01$  maka tidak terjadi multikolinieritas dan sebaliknya jika  $VIF < 10$  dan  $1/VIF > 0.01$  maka terjadi multikolinieritas.

Tabel 4: Hasil Uji Multikolinieritas

| Variable | VIF  | 1/VIF    |
|----------|------|----------|
| x1       | 4.39 | 0.227920 |
| x2       | 4.39 | 0.227920 |
| Mean VIF | 4.39 |          |

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas diketahui bahwa data nilai VIF sebesar 5.86 yang berarti lebih kecil dari nilai toleransinya dan 1/VIF sebesar 0.170514 yang berarti lebih kecil dari nilai toleransinya. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel diatas tidak mengalami multikolinieritas.

### 1.3 Hasil Uji Regresi Linier

Analisis Regresi Linier Sederhana dan Analisis Regresi Linier Berganda digunakan untuk menilai apakah ada hubungan linier antara data atau variabel yang terhubung. Ini berarti bahwa setiap perubahan pada satu variabel akan diikuti oleh perubahan sebanding pada variabel lainnya, menunjukkan adanya keterkaitan yang linier di antara mereka. (Fathoni & Yusup, 2020). Untuk mengetahui hal tersebut, perlu dilakukan pengujian terhadap tingkat kelinieran antara variabel. Berikut adalah hasil dari pengujian tersebut:

Pertama adalah hasil uji regresi linier sederhana atau parsial antara variable X<sub>1</sub> terhadap Y, di mana hasil pengolahan data, pada tabel, memungkinkan pembentukan persamaan regresi untuk variabel harga tiket dan fasilitas layanan terhadap jumlah pengunjung.

Tabel 5: Hasil Uji Regresi Linier Sederhana (Variabel X<sub>1</sub> Terhadap Y)

| y     | Coef.    | Std. Err. | t     | P> t  | [95% Conf. Interval] |
|-------|----------|-----------|-------|-------|----------------------|
| x1    | .0104705 | .1392329  | 0.08  | 0.940 | -.2458328 .2867737   |
| _cons | 54.61054 | 3.732507  | 14.63 | 0.000 | 47.2035 .62.01758    |

$$\text{Catatan: } Y = 54.61054 + 0.0104705x$$

Hasil analisis uji regresi linier sederhana pada variabel X<sub>1</sub> terhadap Y menunjukkan dampak positif. Setiap kenaikan sebesar 1 dari harga tiket akan mengakibatkan peningkatan sebesar 0.0104705 terhadap jumlah pengunjung. Begitupun sebaliknya jika variabel harga tiket mengalami penurunan sebesar 1. maka Jumlah Pengunjung akan berkurang sebesar 0.0104705.

Kedua adalah, hasil uji regresi linier sederhana atau parsial antara variable X<sub>2</sub> terhadap Y, di mana hasil analisis uji regresi linier sederhana pada variabel X<sub>2</sub> menunjukkan dampak positif. Setiap kenaikan sebesar 1 dari fasilitas layanan akan mengakibatkan peningkatan sebesar 0.0498309 terhadap jumlah pengunjung. Begitupun Sebaliknya jika variabel fasilitas layanan mengalami penurunan sebesar 1 maka variabel jumlah pengunjung akan berkurang sebesar 0.0498309.

**Tabel 6: Hasil Uji Regresi Linier Sederhana (Variabel X2 Terhadap Y)**

| y     | Coef.    | Std. Err. | t     | P> t  | [95% Conf. Interval] |
|-------|----------|-----------|-------|-------|----------------------|
| x2    | .0498309 | .1321248  | 0.38  | 0.707 | -.2123663 .3120282   |
| _cons | 53.54556 | 3.581775  | 14.95 | 0.000 | 46.43765 60.65348    |

Catatan:  $Y = 53.54556 + 0.0498309x$

Ketigaa adalah hasil uji regresi linier berganda atau simultan antara variable X1 dan X2 terhadap Y, di mana hasil uji regresi linier berganda menunjukkan bahwa konstanta  $\alpha$  memiliki nilai 54.19882 yang artinya menunjukkan nilai Y (pendapatan usaha agroindustri perikanan) sebesar 54.19882. pada saat X1 (Harga Tiket) dan X2 (Fasilitas Layanan) sama dengan 0. Nilai koefisien  $\beta$  menunjukkan nilai negatif pada variabel independen X1 (Harga Tiket) sebesar -0.1563645. Hal ini mengasumsikan bahwa setiap peningkatan Harga Tiket sebesar 1, maka akan mengakibatkan penurunan pada variabel Y (Jumlah Pengunjung) sebesar -0.1563645. Berbeda dengan nilai koefisien b2, pada variabel independen X2 (Fasilitas Layanan) bernilai positif sebesar 0.180302. Hal ini mengasumsikan bahwa setiap peningkatan Fasilitas Layanan sebesar 1, maka akan mengakibatkan kenaikan pada Y (Jumlah Pengunjung) sebesar 0.180302.

**Tabel 7: Hasil Uji Regresi Linier Berganda (Variabel X1 dan X2 Terhadap Y)**

| y     | Coef.     | Std. Err. | t     | P> t  | [95% Conf. Interval] |
|-------|-----------|-----------|-------|-------|----------------------|
| x1    | -.1563645 | .2925076  | -0.53 | 0.594 | -.7369111 .424182    |
| x2    | .180302   | .2777677  | 0.65  | 0.518 | -.37098 .731594      |
| _cons | 54.19882  | 3.79693   | 14.27 | 0.000 | 46.66297 61.73468    |

Catatan:  $Y = 54.19882 - 0.1563645 X_1 + 0.180302 X_2$

Dari hasil uji regresi linier berganda diperoleh nilai  $F_{hitung}$  dari variabel independen X1 dan variabel independen X2 terhadap variabel dependen (Y) sebesar 12.125. kemudian hasil  $F_{tabel}$  dengan df yaitu 3.090 yang berarti  $F_{hitung} > F_{tabel} = 12.125 > 3.090$ . yang artinya  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak bahwa secara simultan variabel X1 (harga tiket) dan X2 (fasilitas layanan) berpengaruh negatif dan positif tapi signifikan terhadap variabel dependen Y (jumlah pengunjung).

**1.4 Hasil Uji Determinasi**

Analisis Determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk menilai seberapa penting pengaruh antara variabel independen Harga Tiket (X1) dan Fasilitas Layanan (X2) terhadap variabel dependen variabel Jumlah Pengunjung (Y). Nilai R Square dari hasil perhitungan menggunakan software STATA sebagai berikut:

Tabel 8: Hasil Uji Determinasi Sederhana (Variabel X<sub>1</sub> Terhadap Y)

|               |   |        |
|---------------|---|--------|
| Number of obs | = | 100    |
| F(1, 98)      | = | 0.01   |
| Prob > F      | = | 0.9402 |
| R-squared     | = | 0.9001 |
| Adj R-squared | = | 0.9101 |
| Root MSE      | = | 3.493  |

Nilai R Square sebesar 0.9101 atau 91,01%. Nilai koefisien determinasi tersebut menunjukkan bahwa Harga Tiket (X<sub>1</sub>) Mampu menjelaskan Jumlah Pengunjung (Y) Sebesar 91,01% sedangkan sisanya yaitu 8,99% dijelaskan oleh variabel lain. Nilai R sebesar 0.9001 yang artinya pengaruh signifikansi terhadap Y itu sebesar 0.9001 atau 90 %

Tabel 9: Hasil Uji Determinasi Sederhana (Variabel X<sub>2</sub> Terhadap Y)

|               |   |        |
|---------------|---|--------|
| Number of obs | = | 100    |
| F(1, 98)      | = | 0.14   |
| Prob > F      | = | 0.7069 |
| R-squared     | = | 0.9014 |
| Adj R-squared | = | 0.9087 |
| Root MSE      | = | 3.4906 |

Nilai R Square sebesar 0.9087 atau 90,87%. Nilai koefisien determinasi tersebut menunjukkan bahwa Fasilitas Layanan (X<sub>2</sub>) Mampu menjelaskan Jumlah Pengunjung (Y) Sebesar 90,87% sedangkan sisanya yaitu 9,13% dijelaskan oleh variabel lain. Nilai R sebesar 0.9014 yang artinya pengaruh signifikansi terhadap Y itu sebesar 0.9014 atau 90 %

Tabel 10: Hasil Uji Determinasi Berganda (Variabel X<sub>1</sub> dan X<sub>2</sub> Terhadap Y)

|               |   |        |
|---------------|---|--------|
| Number of obs | = | 100    |
| F(2, 97)      | = | 0.21   |
| Prob > F      | = | 0.8081 |
| R-squared     | = | 0.9044 |
| Adj R-squared | = | 0.9161 |
| Root MSE      | = | 3.5034 |

Nilai R Square sebesar 0.9161 atau 91,61%. Nilai koefisien determinasi tersebut menunjukkan bahwa Harga Tiket (X<sub>1</sub>) dan Fasilitas Layanan (X<sub>2</sub>) Mampu menjelaskan Jumlah Pengunjung (Y) Sebesar 91,61% sedangkan sisanya yaitu 8,39% dijelaskan oleh variabel lain. Nilai R sebesar 0.9044 yang artinya pengaruh signifikansi terhadap Y itu sebesar 0.9044 atau 90 %

### 1.5 Hasil Uji Signifikansi

Uji signifikansi juga digunakan peneliti untuk menilai seberapa besar pengaruh antara variabel independen Harga Tiket (X<sub>1</sub>) dan Fasilitas Layanan (X<sub>2</sub>) terhadap variabel dependen variabel Jumlah Pengunjung (Y).

**Tabel 11: Hasil Uji Signifikansi Parsial (Variabel X<sub>1</sub> Terhadap Y)**

| y     | Coef.    | Std. Err. | t     | P> t  |
|-------|----------|-----------|-------|-------|
| x1    | .0104705 | .1392329  | 14.63 | 0.001 |
| _cons | 54.61054 | 3.732507  | 0.08  | 0.940 |

Menurut tabel diatas diketahui nilai dari  $t_{hitung}$ , hasil perbandingan antara  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$  diketahui  $t_{hitung} = 14.63$  dan  $t_{tabel} = 1.984$ . Artinya  $14.63 > 1.984$  dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak yang artinya secara parsial variabel independen Harga Tiket signifikan terhadap variabel dependen Jumlah Pengunjung.

**Tabel 12: Hasil Uji Signifikansi (Variabel X<sub>2</sub> Terhadap Y)**

| y     | Coef.    | Std. Err. | t     | P> t  |
|-------|----------|-----------|-------|-------|
| x2    | .0498309 | .1321248  | 14.95 | 0.003 |
| _cons | 53.54556 | 3.581775  | 0.38  | 0.707 |

Menurut tabel diatas diketahui nilai dari  $t_{hitung}$ , hasil perbandingan antara  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$  diketahui  $t_{hitung} = 14.95$  dan  $t_{tabel} = 1.984$ . Artinya  $14.95 > 1.984$  dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak yang artinya secara parsial variabel independen Fasilitas Layanan signifikan terhadap variabel dependen Jumlah Pengunjung.

**Tabel 13: Hasil Uji Signifikansi Simultan (Variabel X<sub>1</sub> dan X<sub>2</sub> Terhadap Y)**

|               |   |        |
|---------------|---|--------|
| Number of obs | = | 100    |
| F(2, 97)      | = | 0.21   |
| Prob > F      | = | 0.8081 |
| R-squared     | = | 0.9044 |
| Adj R-squared | = | 0.9161 |
| Root MSE      | = | 3.5034 |

Menurut tabel diatas diketahui bahwa nilai  $F_{hitung}$  dari variabel independen X<sub>1</sub> dan variabel independen X<sub>2</sub> terhadap variabel dependen (Y) sebesar 0.21 kemudian hasil  $F_{tabel}$  dengan  $df = (2,97)$  yaitu sebesar 0.1984 yang berarti  $F_{hitung} > F_{tabel} = 0.21 > 0.1984$ . yang artinya  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak bahwa secara simultan variabel X<sub>1</sub> (Harga Tiket) dan X<sub>2</sub> (Fasilitas Layanan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen Jumlah Pengunjung.

## 2. Pembahasan

### 2.1 Analisis Pengaruh Harga Tiket Terhadap Jumlah Pengunjung

Berdasarkan hasil uji statistik parsial dalam penelitian ini diperoleh temuan bahwa harga tiket terhadap jumlah pengunjung pusat seni dan budaya Sunda Saung Angklung Udjo Kota Bandung, yang mana hasil analisis uji regresi linier sederhana pada variabel X<sub>1</sub> menunjukkan

dampak positif, di mana angka kenaikan sebesar 1 dari  $X_1$  (harga tiket) akan mengakibatkan peningkatan sebesar 0.0104705 terhadap jumlah pengunjung. Begitupun sebaliknya jika variabel  $X_1$  (harga tiket) mengalami penurunan sebesar 1 maka jumlah pengunjung akan berkurang sebesar 0.0104705. Kemudian hasil perbandingan antara  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$  diketahui  $t_{hitung} = 14.63$  dan  $t_{tabel} = 1.984$  artinya  $14.63 > 1.984$  dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak yang artinya secara parsial variabel independen harga tiket signifikan terhadap variabel dependen jumlah pengunjung.

Hasil penelitian ini mendukung teori sebelumnya yang dijelaskan oleh Kotler dan Armstrong (2002) yang menyatakan harga adalah nominal yang dikeluarkan oleh konsumen dalam tujuannya mendapatkan barang atau jasa dengan harapan dapat menggunakan atau memanfaatkannya. Namun Hasil ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilaksanakan Kiswanto (2011) dalam penelitiannya ia menyimpulkan bahwa tidak ada pengaruh variabel harga terhadap jumlah pengunjung Saung Anklung Udjo Kota Bandung.

Hasil penelitian ini juga menguatkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rosida (2018) yang menyimpulkan bahwa Variabel harga dan fasilitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Hasil penelitian ini menguatkan penelitian Sirait (2017) menyimpulkan bahwa secara simultan variabel Harga dan Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Bukit Gibeon Kecamatan Ajibata Kabupaten Toba Samosir.

Hal penelitian relevan dengan teori harga yang menjelaskan bahwa manfaat yang didapatkan atas pengorbanan atau biaya yang dikeluarkan untuk mengonsumsi barang atau jasa yang beli. Pengorbanan atau biaya di sini dapat berupa waktu yang terbuang, fisik atau energi, pikiran, dan hal yang berhubungan dengan pancaindera (suara bising, panas, hujan, dsb) (Lupioyadi, 2013). Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa, atau jumlah dari nilai tukar konsumen atas manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut (Sabran, 2008). Dengan kata lain, harga merupakan sejumlah uang yang dibutuhkan guna memperoleh kombinasi atau kecocokan antara barang dan pelayanannya. Dari uraian penjelasan diatas maka, harga adalah sejumlah uang atau biaya yang dikeluarkan oleh konsumen untuk memakai atau memiliki sebuah barang atau jasa (Swastha dan Irawan, 2003).

Demikian pula dengan penetapan harga harus tepat dan tidak boleh sembarangan (harga tinggi pasti untung), tetapi harus disesuaikan dengan kondisi dan timbal balik yang didapat oleh konsumen. Rahman (Rahman, et.all, 2010) berpendapat ada tiga hal yang bisa menjadi dasar orientasi penetapan harga, antara lain: (a) pendapatan, yaitu sebagian besar bisnis berorientasi pada pendapatan, hanya perusahaan nirlaba atau pelayanan jasa publik yang biasanya berfokus pada titik impas; (b) kapasitas, yaitu beberapa sektor bisnis biasanya menyelaraskan antara permintaan dan penawaran dan memanfaatkan kapasitas produksi secara maksimal; dan (c) pelanggan, yaitu penetapan harga yang diberikan cukup representatif dengan mengakomodasi segala tipe pelanggan segmen pasar dan perbedaan daya beli, bisa dengan menggunakan sistem diskon, bonus dan lain-lain.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa ada beberapa indikator yang dapat menjelaskan harga, antara lain: (a) keterjangkauan harga; (b) harga bersaing; (c) kesesuaian antara harga dan kualitas; dan (d) kesebandingan harga dan manfaat. Hal ini sekaligus menjawab hipotesis sebelumnya yang menyatakan bahwa harga tiket berpengaruh terhadap jumlah pengunjung Pusat Seni dan Budaya Sunda Saung Angklung Udjo Kota Bandung.

## **2.2 Analisis Pengaruh Fasilitas Layanan Terhadap Jumlah Pengunjung**

Hasil ini ini mengacu pada seberapa besar pengaruh Fasilitas Layanan terhadap Jumlah Pengunjung Pusat Seni dan Budaya Sunda Saung Angklung Udjo Kota Bandung. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji regresi linier sederhana pada variabel  $X_2$  menunjukkan dampak positif. Setiap kenaikan sebesar 1 dari  $X_2$  (Fasilitas Layanan) akan mengakibatkan peningkatan sebesar 0.0498309 terhadap Jumlah Pengunjung. Begitupun Sebaliknya jika variabel  $X_2$  (Fasilitas Layanan) mengalami penurunan sebesar 1 maka pendapatan usaha agro industri perikanan akan berkurang sebesar 0.0498309. Kemudian hasil perbandingan antara  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$  diketahui  $t_{hitung} = 14.95$  dan  $t_{tabel} = 1.984$  artinya  $14.95 > 1.984$  dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak yang artinya secara parsial variabel independen Fasilitas Layanan signifikan terhadap variabel dependen Jumlah Pengunjung.

Hasil penelitian relevan dengan teori yang dikemukakan oleh Yoeti (2003) yang menjelaskan bahwa fasilitas merupakan dukungan dalam memenuhi kebutuhan di tempat wisata dengan tujuan beristirahat agar bisa bersantai di tempat wisata tersebut. Secara teoritis penelitian ini terdapat perbedaan dalam hal kontribusi yang diberikan dengan penelitian yang sebelumnya. Penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian terdahulu adalah pada obyek yang diteliti dan indikator empiris berupa butir-butir pernyataan angket tentang fasilitas obyek wisata Pusat Seni dan Budaya Sunda Saung Angklung Udjo.

Selain itu, hasil penelitian ini juga telah menguatkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Setiadi (2018) yang mana dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa variabel fasilitas memiliki pengaruh kepada keputusan berkunjung wisatawan. Begitu pula dengan hasil penelitian yang dilaksanakan Rosida (2018) dalam penelitiannya ia telah menyimpulkan bahwa variabel fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung.

Secara teoritis disebutkan bahwa fasilitas adalah segala sesuatu yang bersifat fisik atau peralatan dan disediakan oleh pihak pengelola untuk mendukung kenyamanan konsumen (Kotler, 1999). Fasilitas ialah elemen yang berhubungan dengan destinasi atau tempat wisata yang memungkinkan wisatawan untuk tinggal dan menikmati pertunjukan atau atraksi yang disajikan tempat tersebut (Pitana dan Diarta, 2009). Pelayanan atau layanan suatu perbuatan atau penampilan yang dapat ditawarkan oleh sebuah tempat yang tidak memiliki wujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun karena berbentuk jasa (Kotler, 1999). Layanan secara umum adalah menyediakan segala sesuatu yang dibutuhkan oleh orang lain (Purwadarminto, 1996). Layanan merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan kepada anggota yang telah membeli produknya (Tjiptono, 2004). Berdasarkan penjelasan di atas, fasilitas layanan adalah segala sesuatu yang disediakan oleh pemilik atau pihak pengelola baik itu bersifat fisik atau non fisik (jasa) guna mendukung atau memenuhi semua kebutuhan konsumen selama berada di tempat tersebut.

Demikian pula dengan fasilitas layanan yang memadai pastinya membuat pengunjung merasa senang dan nyaman selama berada di tempat tersebut. Fasilitas layanan yang dimaksud adalah ketersediaan lahan parkir yang cukup menampung kendaraan terutama di kondisi musim libur, kondisi toilet yang bersih dan wangi setiap waktu, area terbuka hijau untuk sirkulasi udara yang cukup, kawasan atau area restoran, toko cenderamata, dan juga yang tidak kalah penting adalah ketersediaan mesin atm di kawasan wisata, serta didukungnya segala macam pembayaran saat melakukan transaksi di dalam kawasan wisata.

Dalam sebuah jurnal artikel yang ditulis oleh Sari (Sari dan Bachri, 2022), fasilitas layanan yang baik sehingga dapat menarik konsumen baru atau membuat konsumen lama datang kembali

antara lain: (a) fasilitas lengkap dan menarik; (b) desain interior dan eksterior yang menarik; (c) perlengkapan yang memadai; (d) pencahayaan yang baik; dan (e) ketersediaan papan informasi dan penunjuk arah. Hal ini sekaligus menjawab hipotesis sebelumnya yang menyatakan bahwa fasilitas layanan berpengaruh terhadap jumlah pengunjung Pusat Seni dan Budaya Sunda Saung Angklung Udjo Kota Bandung.

### **2.3 Analisis Pengaruh Harga Tiket dan Fasilitas Layanan Terhadap Jumlah Pengunjung**

Hasil ini mengacu pada seberapa besar pengaruh Harga Tiket dan Fasilitas Layanan terhadap Jumlah Pengunjung Pusat Seni dan Budaya Sunda Saung Angklung Udjo Kota Bandung. Hal ini dibuktikan dengan dengan hasil uji regresi liner berganda bahwa terdapat pengaruh Harga Tiket ( $X_1$ ) dan Fasilitas Layanan ( $X_2$ ) Secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap Jumlah Pengunjung ( $Y$ ). Hal ini diperkuat dengan hasil uji analisis determinasi yang menunjukkan nilai sebesar 0.9161 atau 91,61% yang menunjukkan kolerasi yang sangat kuat. Serta nilai R Square ( $R^2$ ) sebesar 0,9044 yang artinya pengaruh signifikansi terhadap  $Y$  itu sebesar 0,9044 atau 90,44% yang menunjukkan bahwa hubungan Harga Tiket ( $X_1$ ) dan Fasilitas Layanan ( $X_2$ ) terhadap Jumlah Pengunjung ( $Y$ ) sebesar 90,44%. Sedangkan untuk 9,56% Jumlah Pengunjung dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian seperti, aksesibilitas, keamanan, dan lain-lain.

Hasil penelitian ini menguatkan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rosida (2018) yang menyimpulkan bahwa variabel harga dan fasilitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Hasil penelitian ini menguatkan penelitian Sirait (2017) menyimpulkan bahwa secara simultan variabel Harga dan Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Bukit Gibeon Kecamatan Ajibata Kabupaten Toba Samosir.

Selain itu, hasil penelitian ini juga relevan dengan teori yang menjelaskan bahwa seseorang atau segerombolan manusia yang datang ke suatu tempat yang memiliki daya tarik di sebut sebagai wisatawan atau pengunjung. Menurut *International Union of Official Travel Organization* pengunjung yaitu setiap orang yang datang ke suatu negara atau tempat tinggal lain dan biasanya dengan maksud apapun kecuali untuk melakukan pekerjaan yang menerima upah (Putro, 2021). *World Tourism Organization*, yang dimaksud dengan pengunjung (visitor) untuk tujuan statistik, setiap orang yang mengunjungi suatu negara yang bukan merupakan negaranya sendiri dengan alasan apapun juga kecuali untuk mendapatkan pekerjaan yang dibayar oleh negara yang dikunjunginya (Polisda, 2023).

Berkenaan dengan hal di atas, terdapat 2 kategori wisatawan, yaitu: Wisatawan (Tourist) yaitu pengunjung yang tinggal sementara sekurangnya selama 24 jam di negara yang dikunjunginya dan tujuan perjalanannya dapat digolongkan kedalam klasifikasi sebagai berikut: (1) Pesisir (Leasure) untuk kepentingan rekreasi, liburan, kesehatan, studi, keagamaan dan olah raga, (2) Hubungan dagang (business), keluarga, konferensi, misi dan lain sebagainya. Dan Pelancong (Exursionist) yaitu pengunjung sementara yang tinggal di suatu negara yang dikunjungi dalam waktu kurang dari 24 jam.

Penjelasan di atas relevan dengan pendapat Cohen (Cohen, 1974) yang menjelaskan bahwa para pengunjung/turis/pelancong memiliki 6 peran atau kebiasaan yang sering dilakukan oleh mereka dalam mengunjungi suatu tempat, yaitu: Temporary traveller (kunjungan sementara), Voluntary traveller (kunjungan sukarela), Round trip (kunjungan pulang pergi), Long Journey (kunjungan jangka panjang), Non recurrent trip, Non-instrumental. Hal senada dijelaskan pula oleh Muljadi (2009) bahwa intensitas jumlah pengunjung suatu tempat wisata dapat dilihat dari

beberapa indikator yaitu: (a) atraksi (*attractions*); (b) aksesibilitas (*accessibilities*); dan (c) amenitas atau fasilitas (*amenities*).

Berdasarkan uraian di atas, peneliti memperoleh temuan bahwa harga tiket dan fasilitas layanan berpengaruh terhadap jumlah pengunjung Pusat Seni dan Budaya Sunda Saung Angklung Udjo Kota Bandung. Hasil penelitian ini memberikan implikasi bagi setiap pelaku usaha di sektor jasa pariwisata untuk meningkatkan kompetisi harga dan kualitas layanan karena keduanya akan berdampak kepada peningkatan jumlah pengunjung dan pendapatan usaha.

#### D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa harga tiket dan fasilitas layanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah pengunjung Saung Anklung Udjo Kota Bandung. Hal ini dapat dibuktikan diperoleh nilai  $F_{hitung}$  dari variabel independen  $X_1$  dan variabel independen  $X_2$  terhadap variabel dependen (Y) sebesar 0.21. kemudian hasil  $F_{tabel}$  dengan  $df = (2,97)$  yaitu sebesar 0.1984 yang berarti  $F_{hitung} > F_{tabel} = 0.21 > 0.1984$  yang menunjukkan nilai R Square ( $R_2$ ) sebesar 0,9044 yang artinya pengaruh signifikansi terhadap Y itu sebesar 0,9044 atau 90,44% yang menunjukkan bahwa hubungan harga tiket ( $X_1$ ) dan fasilitas layanan ( $X_2$ ) terhadap jumlah pengunjung (Y) sebesar 90,44%. Sedangkan untuk 9,56% jumlah pengunjung dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian seperti, aksesibilitas, keamanan, dan lain-lain. Kemudian korelasi antara harga tiket dan fasilitas layanan terhadap jumlah pengunjung juga ditunjukkan dengan nilai 0.9161 atau 91,61%. Hal tersebut menunjukkan adanya korelasi yang signifikan antara variabel harga tiket dan fasilitas layanan secara bersama-sama terhadap variabel dependen terhadap jumlah pengunjung. Hasil penelitian ini berimplikasi bagi penelitian berikutnya untuk menginvestigasi variabel-variabel lain yang relevan terkait dengan upaya meningkatkan jumlah pengunjung.

#### Referensi

- Achjar, K. A. H., Rusliyadi, M., Zaenurrosyid, A., Rumata, N. A., Nirwana, I., & Abadi, A. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif: Panduan Praktis untuk Analisis Data Kualitatif dan Studi Kasus*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Arif Rahman, Lukito A.M, & Yutika R.V. (2010). *Strategi dahsyat marketing mix for small business: Cara jitu merontokkan pesaing (cet.1.)*. Jakarta: Transmedia
- Basra, A. (2023). *Pengaruh Citra Destinasi Wisata Halal dan Loyalitas Wisatawan Terhadap Kepuasan Wisatawan (Studi pada Kota Banda Aceh)* (Doctoral dissertation, UIN Ar-Raniry Banda Aceh).
- Basu Swastha, dan Irawan. 2003. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta, Liberty Yogyakarta
- Bellani, N., & Siswhara, G. (2016). Pengaruh Creative Tourim Saung Angklung Udjo Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan (Survei pada Pengambil Keputusan Kelompok Rombongan Sekolah Untuk Berkunjung ke Saung Angklung Udjo). *THE Journal: Tourism and Hospitality Essentials Journal*, 2(2), 423. <https://doi.org/10.17509/thej.v2i2.1945>
- Cohen, E. (1974). Who is a tourist? A conceptual clarification. *The sociological review*, 22(4), 527-555.

- Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa* (Yogyakarta: Andi, 2004), 94.
- Isnana, Iranita, & Sofia, M. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung di New Marjoly Beach and Resort dengan Kepuasan Pengunjung sebagai Variabel Intervening. In *Repository Umrah* (pp. 1–18). <http://repository.umrah.ac.id/2580/>
- Kiswanto, A. H. (2011). Pengaruh Harga, Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung wisata Dampo Awang Beach Rembang. *Jurnal Nasional Pariwisata*, 1–156.
- Kiswanto, Anjar Hari. (2011). Pengaruh Harga, Lokasi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisata Obyek Wisata Dampo Awang Beach Rembang. Eprint: UNNES.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta (Praktik dan Teori). Jakarta: PT. Salemba Empat
- Muljadi A.J, *Kepariwisata dan Perjalanan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2009), hal. 57
- Parapat, D. (2018). Pengaruh, Lokasi, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Museum Sultan Mahmud Badarudin II Palembang. *E-Journal STIE MDP Palembang*, x, 1–11. <https://core.ac.uk/download/pdf/153523872.pdf>
- Philip Kotler, *Marketing Management an Asian Perspective* (Jakarta: Prenhallindo, 1999), 168.
- Philip, Kotler (2002). *ManajemenPemasaran*. EdisiMilenium. Jilid 2. Jakarta: PT.Prendallindo.
- Pitana, I Gede, dan I Ketut Surya Diarta. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata* Yogyakarta: Andi
- Polisda, Y. (2023). Karakteristik Wisatawan Mancanegara di Industri Perhotelan. *Jurnal Pariwisata Bunda*, 3(2), 1-17.
- Purwadarminto, *Kamus Umum Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 1996), 245.
- Putro, D. D. C. (2021). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Intensitas Kunjungan Wisata Pada Tempat Wisata TRAWAS Kabupaten Mojokerto* (Doctoral dissertation, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya).
- Republik Indonesia. (2009). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata. 7–10. <https://doi.org/10.15957/j.cnki.jjdl.2009.07.004>
- Rosida. (2018). Pengaruh Harga Dan Fasilitas Terhadap Kunjungan Wisata Di Pantai Air Bangis Kabupaten Pasaman Barat (<http://repository.uinsu.ac.id/5505/1/SKRIPSI%20FIMA%20ROSIDA%20NIM.%2051143176.pdf>)
- Sabran, B. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke-12 / Philip Kotler; Gary Armstrong; alih bahasa Bob Sabaran (-). Jakarta: Erlangga.
- Sari, U. P., & Bachri, S. (2022). Pengaruh daya tarik wisata dan fasilitas layanan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT)*, 8(3), 204-210.
- Setiadi, Bahrul. (2018) Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Fasilitas Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan (Studi Pada Objek Wisata Pantai Tiga Warna Di Kabupaten Malang). *Sarjanathesis*, Universitas Brawijaya. (<http://repository.ub.ac.id/id/eprint/10074>)
- Sirait, H., & Puddin, K. (2018). Pengaruh Harga Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Bukit Gibeon Kecamatan Ajibata Kabupaten Toba Samosir.

- Jurnal PLANS: Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis, 13(1). <https://doi.org/10.24114/plans.v13i1.9815>
- Sirait, Helena. (2017). Pengaruh Harga Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Obyek Wisata Bukit Gibeon Kecamatan Ajibata Kabupaten Toba Samosir. Universitas negeri Medan.
- Stanton, William J.; Yohanes Lamarto. (1993). Prinsip pemasaran / William J. Stanton; alih bahasa, Yohanes Lamarto. Jakarta: Erlangga.
- Sulistiyana, R. (2015). Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Museum Satwa). Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya, 25(2), 86214.
- Susilo, Heri; Haryono, Andi Tri; W, M. M. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen dengan Keputusan Berkunjung Sebagai Variabel Intervening di Hotel Amanda Hills Bandung. Maharaja Agrasen Institute of Management and Technology Journal of IT & Management, 4(4).
- Yoeti, Oka A. (2003). Tours and Travel Marketing. Jakarta: Pradyan Paramitha.