

## PERAN FASILITAS DAN HARGA UNTUK MENDORONG MINAT BERKUNJUNG DALAM SITUASI COVID 19 (STUDI PADA TAMAN HEWAN KOTA PEMATANGSIANTAR)

Onita Sari Sinaga

Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sultan Agung, Jl. Surabaya No.19 Pematangsiantar,  
Indonesia, 21118  
onitasari@stiesultanagung.ac.id

Vivi Candra

Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sultan Agung, Jl. Surabaya No.19 Pematangsiantar,  
Indonesia, 21118  
vivicandra@stiesultanagung.ac.id

Debi Eka Putri

Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sultan Agung, Jl. Surabaya No.19 Pematangsiantar,  
Indonesia, 21118  
debiekaputri@stiesultanagung.ac.id

### **Abstract**

Pematangsiantar Animal Park is one of the destinations often visited by locals and people from the outside of Pematangsiantar City. After several months of not operating, Pematangsiantar Animal Park made attempts to attract the community to interest in visiting the park during the new normal period. The objective of this study was to determine the effect of the facility and price on the interest in visiting the Pematangsiantar Animal Park. The research sample used in this study were active students of STIE Sultan Agung in even semester of the 2019/2020 academic year using a cluster sampling technique. The results of the study found that the correlation analysis of the facility, price, and interest in visiting had a very significant and positive relationship. The results of the coefficient of determination obtained R Square value of 0.666. The facility had a positive and significant effect on interest in visiting. The price had a positive and significant effect on interest in visiting.

**Keywords:** Facility, Price, Interest in Visiting

### **Abstrak**

Taman Hewan Pematangsiantar merupakan salah satu destinasi yang sering di kunjungi masyarakat lokal maupun luar kota Pematangsiantar. Setelah beberapa bulan tidak beroperasi, Taman Hewan Pematangsiantar berupaya di masa new normal menarik minat berkunjung masyarakat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh fasilitas dan harga terhadap minat berkunjung Pada Taman Hewan Pematangsiantar. Sampel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif STIE Sultan Agung semester genap tahun ajar 2019/2020 dengan menggunakan teknik *cluster sampling*. Hasil penelitian menemukan analisis korelasi fasilitas, harga dan minat berkunjung memiliki hubungan yang sangat kuat dan positif. Hasil dari koefisien determinasi diperoleh nilai R Square diperoleh sebesar 0,666. Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung, Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung.

**Keywords:** Fasilitas, Harga, Minat Berkunjung

## PENDAHULUAN

Pada saat ini dunia sedang menghadapi pandemic covid 19, yang berdampak pada kehidupan masyarakat secara keseluruhan. Salah satunya adalah pada ekonomi yang mempengaruhi daya beli dari masyarakat terhadap produk-produk maupun layanan jasa yang tersedia dipasar. Di masa new normal masyarakat mulai membutuhkan hiburan dan liburan. Salah satunya adalah dengan mengunjungi tempat-tempat rekreasi yang menyediakan fasilitas yang lengkap serta dengan harga yang terjangkau.

Taman Hewan Pematangsiantar merupakan salah satu destinasi yang sering dikunjungi masyarakat lokal maupun luar kota Pematangsiantar, yang beralamat di jl. Kapten M.H. Sitorus No. 10. Tempat ini merupakan salah satu tempat wahana wisata pendidikan yang sering dikunjungi sekolah-sekolah yang ada di Pematangsiantar untuk pengenalan hewan, dan juga sebagai salah satu wahana rekreasi untuk keluarga. Setelah beberapa bulan tidak beroperasi, Taman Hewan Pematangsiantar berupaya di masa new normal menarik minat berkunjung masyarakat.

Minat berkunjung masyarakat masih rendah di era new normal ini, sementara biaya operasional yang harus dikeluarkan Taman Hewan Pematangsiantar setiap harinya cukup besar. Seperti biaya perawatan Hewan (makanan dan kesehatan Hewan), gaji karyawan, biaya perawatan taman dan fasilitas yang tersedia. Mengingat hal ini Taman Hewan Pematangsiantar membutuhkan strategi pemasaran untuk dapat terus beroperasi. Minat beli merupakan sesuatu kecenderungan pelanggan untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tindakan (Suhartini, Debi & Vivi, 2020).

Menurut (Kiswanto, 2011) keputusan berkunjung wisawatan dipengaruhi oleh harga, lokasi dan fasilitas. Lebih lanjut (Sudirman et al., 2020). niat untuk membeli kembali memiliki sifat yang beraneka ragam sesuai dengan tingkatan suatu produk/ jasa yang ditawarkan. Orientasi ini masuk akal mengingat konsumen lebih tertarik untuk memperoleh produk yang lebih kompetitif untuk dikonsumsi daripada menunggu untuk apa mereka benar-benar inginkan (Sudirman et al., 2020). Kondisi tersebut menggambarkan bahwa, niat beli seseorang muncul ketika apa yang diharapkan sesuai dengan kenyataan yang diterima (Sinaga, Putri and Silalahi, 2020)

Fasilitas merupakan penyediaan sarana dan prasarana oleh perusahaan dengan tujuan untuk memudahkan konsumen atau pelanggan untuk mendapatkan dan menggunakan produk maupun jasa sehingga tercipta nilai dan rasa puas dibenak konsumen atau pelanggan yang menggunakannya. Untuk melihat dan menilai fasilitas tersebut digunakan 4 dimensi yaitu kelengkapan fasilitas, kebersihan fasilitas yang disediakan, dan kerapian fasilitas yang disediakan, kondisi dan fungsi fasilitas yang disediakan, kemudahan untuk dapat menggunakan fasilitas yang tersedia dan kelengkapan alat. Taman Hewan Pematangsiantar menyediakan fasilitas seperti tempat parkir, tempat duduk untuk para pengunjung, taman bermain untuk anak-anak, toilet umum yang bersih dengan tujuan untuk membuat para pengunjung nyaman mungkin ketika berada dan berkunjung ke Taman Hewan Pematangsiantar. Namun pada kenyataannya fasilitas yang disediakan Taman Hewan Pematangsiantar masih belum maksimal. Lokasi Taman Hewan memiliki rute jalan yang menanjak dan tidak rata, sehingga dibuat rute jalan dibantu dengan tangga. Taman Hewan Pematangsiantar juga masih belum menyediakan fasilitas khusus untuk para penyandang disabilitas. Seperti rute jalan yang dapat dilalui kursi roda dan penyediaan kursi roda untuk penyandang disabilitas. Menurut (Sirait and Puddin, 2018) fasilitas memiliki pengaruh lebih besar terhadap keputusan berkunjung jika dibandingkan dengan peranan harga.

Harga merupakan nilai yang akan dibebankan kepada pengguna produk atas manfaat-manfaat dari produk tersebut. Menurut (Ardiansyah, 2019) harga mampu mempengaruhi keputusan berkunjung secara positif dan signifikan. Jika dilihat dari harga yang ditetapkan Taman Hewan Pematangsiantar dari keterjangkauan harga, potongan harga serta cara pembayaran. Harga yang ditetapkan Taman Hewan Pematangsiantar masih cukup tinggi sehingga sulit untuk dijangkau masyarakat, selain itu tidak adanya potongan harga yang diberikan untuk pengunjung dan cara pembayaran yang ditetapkan masih menggunakan sistem tunai.

Melihat fenomena yang terjadi pada Taman Hewan Pematangsiantar, penulis memutuskan untuk melakukan penelitian untuk dapat mengetahui pengaruh fasilitas dan harga terhadap minat berkunjung Pada Taman Hewan Pematangsiantar.

## TINJAUAN PUSTAKA/KAJIAN TEORITIS

### Minat Berkunjung

Teori minat berkunjung dianggap sama dengan minat beli. Menurut Depdikbud dalam (Fitrian, Arifin and Rachmat, 2017) minat merupakan kecenderungan, gairah, keinginan yang tinggi dan berasal dari hati terhadap sesuatu. Minat adalah kecenderungan seseorang untuk mengenang dan melihat beberapa aktivitas yang

dilakukan seseorang. Munculnya hal ini karena ada respons dan rangsangan untuk melakukan suatu aktivitas. Minat dapat diekspresikan dengan suatu pernyataan dan dilanjutkan dengan ikut berpartisipasi dalam suatu kegiatan. Jika tingkat minat berkunjung tinggi maka pengelola bisnis berhasil (Marpaung, 2019). Menurut Ferdinand dalam (Mithell and Berdaus, 2018) ada 4 indikator pada minat beli yaitu minat transaksional, referensial, preferensial dan eksploratif.

### **Fasilitas**

Fasilitas ialah faktor penting yang harus diperhatikan dalam usaha jasa, kondisi fasilitas, kelengkapan desain, kebersihan fasilitas menjadi hal utama yang harus dipertimbangkan. Karena fasilitas menjadi sarana utama yang digunakan dan dirasakan oleh konsumen secara langsung dikemukakan oleh (Ardiansyah, 2019). Menurut Tjiptono dalam (Mithell and Berdaus, 2018) fasilitas merupakan salah satu yang dibutuhkan oleh konsumen untuk dapat menunjang segala aktivitas baik dalam usaha jasa. Fasilitas yang disediakan harus benar-benar bersih karena konsumen yang langsung melihat dan merasakannya. Menurut Sumayang dalam (Kiswanto, 2011) beberapa hal yang perlu diperhatikan untuk menyediakan fasilitas adalah

1. Kelengkapan, kebersihan, dan kerapian fasilitas yang ditawarkan merupakan keadaan fasilitas perusahaan yang dilengkapi oleh atribut yang menyertainya dan didukung dengan kebersihan dan kerapian saat konsumen menggunakan fasilitas tersebut.
2. Kondisi dan fungsi fasilitas yang akan ditawarkan adalah fasilitas yang berfungsi dengan baik dan tidak mengalami kerusakan
3. Kemudahan menggunakan fasilitas yang ditawarkan adalah fasilitas yang ditawarkan sudah familier bagi konsumen sehingga dapat menggunakannya dengan mudah.
4. Kelengkapan alat yang digunakan adalah alat yang digunakan oleh konsumen sesuai dengan spesifikasinya.

### **Harga**

Pada umumnya harga menjadi hal utama yang masuk dalam pertimbangan calon konsumen atau pengguna jasa. Tinggi rendahnya harga suatu barang atau jasa akan menentukan seseorang untuk membeli satu barang. Mekanisme dalam melakukan penetapan harga merupakan bagian yang krusial bagi perusahaan sebagai upaya untuk mencapai target perusahaan dari segi laba (Simamora et al., 2019). Harga ialah sejumlah uang yang harus dibayar oleh konsumen untuk memperoleh suatu produk yang dihasilkan perusahaan. Konsumen memandang bahwa harga yang baik yaitu manfaat yang diperoleh dari suatu produk lebih besar dibandingkan dengan nilai produk tersebut. Indikator harga dapat dilihat dengan daftar harga, diskon, jangka waktu pembayaran dan syarat kredit (Morrisan, 2010). Menurut (Utami and Saputra, 2017) harga adalah nilai tukar suatu barang ataupun jasa yang penetapannya disesuaikan dengan tingkat kemampuan dari barang atau jasa memberikan manfaat pada pembelinya. Semakin tinggi manfaat yang diberikan produk, harganya juga akan semakin tinggi juga. (Riyono and Gigih Erlik Budiharja, 2016) berpendapat harga digunakan sebagai alat dalam proses pertukaran antara konsumen dan penjual untuk suatu barang atau jasa. (Kotler and Armstrong, 2008), keputusan penetapan harga suatu perusahaan dipengaruhi oleh faktor internal, faktor eksternal dan faktor eksternal lainnya. Faktor internal mencakup tujuan pemasaran, strategi bauran pemasaran, biaya dan pertimbangan organisasi. faktor eksternal mencakup pasar dan permintaan, biaya, harga dan penawaran pesaing serta faktor eksternal lainnya. Untuk melihat apakah harga yang telah ditetapkan sesuai dengan kemampuan ataupun keinginan dari konsumen atau pengguna jasa dapat diukur dengan menggunakan tiga indikator yaitu keterjangkauan harga, diskon/ potongan harga dan cara pembayaran (Kotler and Armstrong, 2008)

## **METODE PENELITIAN**

### **Populasi**

populasi dalam penelitian studi kasus ini adalah jumlah mahasiswa STIE Sultan Agung Pematangsiantar untuk semester genap 2019/2020 sebanyak 1.379 orang. Dengan jumlah populasi yang sangat besar dan tidak memungkinkan untuk diteliti, maka peneliti mengambil sampel dari populasi tersebut sebagai representatif dari jumlah seluruh populasi yang ada. Sampel yang diambil merupakan keterwakilan dari seluruh populasi yang ada yakni jumlah mahasiswa STIE Sultan Agung Pematangsiantar T.A. 2019/ 2020 semester genap.

### **Teknik Pengambilan Sampel**

Mengingat jumlah populasi yang jumlahnya besar dan peneliti memiliki keterbatasan dana dan waktu untuk bertemu dengan seluruh populasi, maka peneliti menggunakan teknik *cluster sampling*, yaitu dengan memproses, dan memilih satu sampling dari populasi secara acak yang berstrata proporsional. Sehingga untuk setiap satuan *sampling* dalam populasi memiliki keterwakilan untuk diambil sebagai sampel dengan pertimbangan bila didapati variasi pada setiap gerombolan tetap antar gerombol relatif sama (Sugiarto, 2017).

Penentuan jumlah sampel dari populasi ini menggunakan teknik *cluster sampling* dengan menggunakan ukuran sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan memakai rumus slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + n e^2} \dots\dots\dots (\text{Umar, 2004})$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = jumlah Populasi

E = batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

Dari rumusan diatas, maka sampel (n) dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{1379}{1 + 1379(0.05)^2}$$

$$n = \frac{1379}{1 + 1379 (0.0025)}$$

n = 310,06 dibulatkan menjadi 310 mahasiswa.

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, ditetapkan bahwa jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 310 orang. Dalam penelitian ini saya akan menggunakan bantuan software *Statistical Package for Social Science (SPSS)* versi 21.

**Lokasi Penelitian**

Adapun lokasi tempat penelitian dilakukan di STIE Sultan Agung Pematangsiantar yang beralamat di jalan Surabaya No. 19, Kelurahan Dwikora, Kecamatan Siantar Barat Kota Pematangsiantar.

**Teknik Analisis**

Pada penelitian ini teknik analisis data yang dipakai ialah analisis deskriptif kuantitatif. Metode ini digunakan untuk menganalisa pengaruh fasilitas ,harga serta minat berkunjung pada Taman Hewan Pematangsiantar. Cara penilaian hasil jawaban kuesioner menggunakan Skala Likert yang dibuat dalam bentuk pilihan ganda (*multiple choice*)

Pada pengolahan data menggunakan bantuan program SPSS versi 21, dan diuraikan dalam bentuk :

1. Regresi linear berganda
2. Analisis Korelasi dan determinasi
3. Uji hipotesis

**HASIL PENELITIAN**

**Regresi Linear Berganda**

**Tabel 1**  
**Hasil Regresi Linear Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	9,272	1,692		5,480	,000
1 X1	,612	,038	,695	16,014	,000
X2	,209	,053	,170	3,927	,000

Data Diolah Tahun 2020

Berdasarkan tabel 1 diatas diperoleh persamaan  $Y = 9,272 + 0,612 X_1 + 0,209 X_2$ , yang memiliki arti bahwa fasilitas dan harga memiliki pengaruh yang positif terhadap minat berkunjung pada Taman Hewan Pematangsiantar.

### Analisis Korelasi dan Koefisien Determinasi

**Tabel 2**  
**Korelasi dan Koefisien Determinasi**  
**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,816 <sup>a</sup>	,666	,664	3,133

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Data Diolah Tahun 2020

Berdasarkan tabel 2 diatas diperoleh nilai r sebesar 0,816 yang berarti adanya hubungan yang sangat kuat dan positif antara fasilitas dan harga dengan minat berkunjung pada Taman Hewan Pematangsiantar. Selain itu tabel diatas juga dapat dilihat bahwa nilai R Square diperoleh sebesar 0,666 yang artinya tinggi rendahnya minat berkunjung pada Taman Hewan Pematangsiantar sebesar 66,66 % dapat dijelaskan oleh fasilitas dan harga sisanya sebesar 33,34 dapat disempurnakan oleh faktor lain seperti kualitas produk, kepuasan konsumen, kualitas pelayanan dan faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

### Uji Hipotesis

#### Uji Simultan (Uji F)

**Tabel 3**  
**Uji F**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	6010,293	2	3005,147	306,246	,000 <sup>b</sup>
Residual	3012,549	307	9,813		
Total	9022,842	309			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Data Diolah Tahun 2020

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel 3 diatas diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 306,246 dengan signifikansi  $0,000 < \alpha 0,05$  maka  $H_0$  ditolak yang artinya fasilitas dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung pada Taman Hewan Pematangsiantar.

Uji Parsial (Uji t)

**Tabel 4**  
**Uji t**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	9,272	1,692		5,480	,000
1 X1	,612	,038	,695	16,014	,000
X2	,209	,053	,170	3,927	,000

a. Dependent Variable: Y

Data diolah tahun 2020

Pada tabel 4 diatas dapat dilihat  $t_{hitung}$  Fasilitas ( $X_1$ ) sebesar 16,014 dengan taraf signifikan  $0,000 < \alpha$  0,05 maka  $H_0$  ditolak yang artinya fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung pada Taman Hewan Pematangsiantar. Pada Harga ( $X_2$ ) diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 0,170 dengan taraf signifikan  $0,000 < \alpha$  0,05 maka  $H_0$  ditolak yang artinya harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung pada Taman Hewan Pematangsiantar.

**PEMBAHASAN**

Hasil regresi linear berganda diperoleh persamaan  $Y = 9,272 + 0,612 X_1 + 0,209 X_2$ , yang memiliki arti bahwa fasilitas dan harga memiliki pengaruh yang positif terhadap minat berkunjung pada Taman Hewan Pematangsiantar. Dengan melihat hasil persamaan tersebut dapat dilihat bahwa kontribusi atau pengaruh fasilitas lebih besar untuk mendorong minat berkunjung pada Taman hewan Pematangsiantar pada kondisi Covid 19 saat ini.

Hasil analisis korelasi diperoleh nilai r sebesar 0,816 yang artinya fasilitas, harga dan minat berkunjung Memiliki hubungan yang sangat kuat dan positif. Hasil dari koefisien determinasi diperoleh nilai R Square diperoleh sebesar 0,666 yang berarti tinggi rendahnya minat berkunjung pada Taman Hewan Pematangsiantar dapat dijelaskan oleh fasilitas dan harga hanya sebesar 66,66 %. Sisanya sebesar 33,34% akan disempurnakan oleh faktor lain seperti kualitas produk, kepuasan konsumen, kualitas pelayanan dan faktor lainnya.

Nilai signifikan uji T pada variabel fasilitas adalah sebesar 16,014 dengan taraf signifikan  $0,000 < \alpha$  0,05 yang artinya fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung pada Taman Hewan Pematangsiantar. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian (Marpaung, 2019) dengan hasil daya tarik wisata, kualitas pelayanan, dan fasilitas wisata berpengaruh langsung dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan maupun terhadap minat untuk berkunjung ulang. Taman Hewan Pematangsiantar menyediakan fasilitas seperti tempat parkir, menyediakan fasilitas sesuai dengan protokol kesehatan yang sesuai dengan peraturan pemerintah yaitu tempat mencuci tangan, tempat duduk untuk para pengunjung, taman bermain untuk anak-anak, toilet umum yang bersih dengan tujuan untuk membuat para pengunjung nyaman mungkin ketika berada dan berkunjung ke Taman Hewan Pematangsiantar. Namun pada kenyataannya fasilitas yang disediakan Taman Hewan Pematangsiantar masih belum maksimal. Seperti tidak menyediakan masker secara gratis bagi pengunjung yang tidak memakai masker. Selain itu Lokasi Taman Hewan memiliki rute jalan yang menanjak dan tidak rata, sehingga dibuat rute jalan dibantu dengan tangga. Taman Hewan Pematangsiantar juga masih belum menyediakan fasilitas khusus untuk para penyandang disabilitas. Seperti rute jalan yang dapat dilalui kursi roda dan penyediaan kursi roda untuk penyandang disabilitas. Selain itu tempat parkir yang disediakan juga tidak luas sehingga memakan bahu jalan.

Nilai signifikan uji T pada variabel Harga ( $X_2$ ) diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 0,170 dengan taraf signifikan  $0,000 < \alpha$  0,05 yang artinya harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung pada Taman Hewan Pematangsiantar. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian (Ardiansyah, 2019) Hasil penelitian

menunjukkan bahwa variabel harga pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan kunjungan di Taman Impian Jaya Ancol. Taman Hewan Pematangsiantar dari keterjangkauan harga, potongan harga serta cara pembayaran. Harga yang ditetapkan Taman Hewan Pematangsiantar masih cukup tinggi yaitu dengan harga 30.000/ orang sehingga sulit untuk dijangkau masyarakat pada masa pandemi ini karena rendahnya daya beli. Jika dilihat dari aspek potongan harga yang diberikan untuk pengunjung pada situasi new normal saat ini hanya jika membeli tiket dengan menggunakan aplikasi traveloka. Jika membeli langsung secara tunai tidak akan mendapatkan potongan harga. Cara pembayaran yang ditetapkan masih menggunakan sistem tunai, pengunjung tidak dapat melakukan pembayaran dengan menggunakan kartu kredit.

## SIMPULAN DAN SARAN

### KESIMPULAN

1. Hasil analisis korelasi diperoleh nilai  $r$  sebesar 0,816 yang artinya fasilitas, harga dan minat berkunjung memiliki hubungan yang sangat kuat dan positif. Hasil dari koefisien determinasi diperoleh nilai  $R$  Square diperoleh sebesar 0,666 yang berarti tinggi rendahnya minat berkunjung pada Taman Hewan Pematangsiantar dapat dijelaskan oleh fasilitas dan harga hanya sebesar 66,66 %.
2. Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung pada Taman Hewan Pematangsiantar dibuktikan dengan nilai signifikan uji  $T$  pada variabel fasilitas adalah sebesar 16,014 dengan taraf signifikan  $0,000 < \alpha 0,05$  maka  $H_0$  ditolak.
3. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung pada Taman Hewan Pematangsiantar Nilai signifikan uji  $T$  pada variabel fasilitas adalah sebesar 16,014 dengan taraf signifikan  $0,000 < \alpha 0,05$  maka  $H_0$  ditolak.

### SARAN

1. Karena variabel Fasilitas memiliki pengaruh yang sangat dominan untuk mendorong minat berkunjung Taman Hewan Pematangsiantar, sebaiknya pihak pengelola menyediakan fasilitas kesehatan secara gratis untuk pengunjung seperti masker, selain itu sebaiknya pengelola juga memberikan fasilitas khusus bagi penyandang disabilitas seperti jalur khusus bagi pengunjung yang menggunakan kursi roda.
2. Pihak manajemen sebaiknya meninjau ulang dalam penetapan harga tiket masuk di masa new normal untuk dapat meningkatkan minat berkunjung. Seperti memberikan potongan harga bagi pengunjung, mengubah sistem pembayaran dengan non-tunai sehingga masyarakat mampu menjangkau harga yang ditetapkan Taman Hewan Pematangsiantar.
3. Bagi peneliti selanjutnya, hendaknya memperluas variabel penelitian lainnya yang dapat meningkatkan minat berkunjung seperti kualitas pelayanan dan promosi.

### DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansyah, I. (2019) 'Pengaruh Harga Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Taman Impian Jaya Ancol Jakarta Dengan Metode Structural Equation Modeling', *MEDIA BINA ILMIAH*. doi: 10.33758/mbi.v14i3.328.
- Fitrian, D., Arifin, R. and Rachmat, A. (2017) 'Pengaruh Persepsi Nilai, Persepsi Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Berkunjung (Studi Kasus pada Pariwisata Alam Omah Kayu di Batu)', *e – Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN Fakultas Ekonomi Unisma website : www.fe.unisma.ac.id (email : e.jrm.feunisma@gmail.com) PENGARUH*.
- Kiswanto, anjar hari (2011) *Pengaruh Harga, Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung wisata Dampo Awang Beach Rembang, Jurnal Nasional Pariwisata*.
- Kotler, P. and Armstrong, G. (2008) *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Marpaung, B. (2019) 'Pengaruh Daya Tarik, Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Keselamatan Dengan Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Intervening Terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan', *Mpu Procuratio* :

- Jurnal Penelitian Manajemen*, 1, pp. 144–156.
- Mithell and Berdaus, D. (2018) 'Pengaruh Lokasi , Fasilitas , Produk , Harga , Dan Gaya World Surabaya', *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*.
- Morrison (2010) *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Riyono and Gigih Erlik Budiharja (2016) 'Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua', *STIE Semarang*, 8, p. 30.
- Simamora, S. et al. (2019) 'Pengaruh Harga dan Customer Relationship Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada UD. Sentra Jaya Pematangsiantar', *Sultanist: Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 7(2), pp. 62–72.
- Sinaga, O. S., Putri, D. E. and Silalahi, M. (2020) 'The Impact of Consumer Perception on Purchase Decision of XL Xtra Combo Lite Data Package Card', *Jesya: Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah*, 3(2), pp. 373–379.
- Sirait, H. and 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*. doi: 10.24114/plans.v13i1.9815.
- Suhartini, Putri. D. E. and Candra, V. (2020) 'Minat Beli Ditinjau Dari Aspek Harga Pada UD Tunas Baru Kecamatan Bandar Hulu', *Jesya: Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah*, 3(2), pp. 446–452.
- Sudirman, A. et al. (2020) *Minat Kunjungan Ulang Pasien Ditinjau Dari Aspek Persepsi dan Kepercayaan Pada Klinik Vita Medistra Pematangsiantar*, *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 8(1), pp. 41–46.
- Sudirman, A. et al. (2020) *Prilaku Konsumen Dan Perkembangannya Di Era Digital*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Sugiarto (2017) *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: ANDI.
- Utami, R. P. and Saputra, H. (2017) 'Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sayuran Organik Di Pasar Sambas Medan', *Niagawan*, 6, p. 10.