

PENGARUH HARGA, FASILITAS DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KE PEMANDIAN TIRTA RIA DI DESA SUMBEREJO KEC. NGASEM KAB. KEDIRI

Vicy Cahya Maulana^{1*}, Tjetjep Yusuf Afandi², Bayu Surindra³

^{1),2),3)} Universitas Nusantara PGRI Kediri, JL. K.H Ahmad Dahlan No. 76, Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur

vicycahyamaulana@gmail.com*

tjetjep@unpkdr.ac.id

bayusurindra@unpkediri.ac.id

Informasi artikel :

Tanggal Masuk : 20-10-2025

Tanggal Revisi : 03-11-2025

Tanggal diterima: 20-11-2025

Abstract

This research investigates the influence of price, facilities, and service quality on revisit intention to Tirta Ria Bathing Place in Sumberejo Village, Ngasem Subdistrict, Kediri Regency. A quantitative approach was employed, utilizing multiple linear regression analysis. Data were obtained through questionnaires completed by 259 respondents and analyzed using SPSS version 31. The results demonstrate that price, facilities, and service quality each exert a positive and significant influence on revisit intention, both individually (partially) and collectively (simultaneously). Among these variables, service quality stands out as the most dominant factor. The novelty of this study lies in its contextual relevance to the post-pandemic recovery of local tourism and in its comprehensive examination of the three variables in influencing revisit behavior. These findings provide practical insights for tourism managers in crafting effective strategies to boost visitor return rates and support sustainable tourism growth.

Keywords: Price, Facilities, Service Quality, Intention to Visit

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, fasilitas, dan kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali ke Pemandian Tirta Ria yang berlokasi di Desa Sumberejo, Kecamatan Ngasem, Kabupaten Kediri. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode analisis regresi linier berganda. Data diperoleh dari 259 responden melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis menggunakan SPSS versi 31. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga, fasilitas, dan kualitas pelayanan secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Di antara ketiganya, kualitas pelayanan merupakan faktor yang paling dominan. Kebaruan penelitian ini terletak pada konteksnya yang relevan terhadap pemulihan sektor pariwisata lokal pasca pandemi COVID-19, serta pada pengujian simultan tiga variabel utama dalam membentuk perilaku kunjungan ulang. Temuan ini dapat dijadikan pedoman praktis bagi pengelola wisata dalam merancang strategi peningkatan kunjungan secara berkelanjutan.

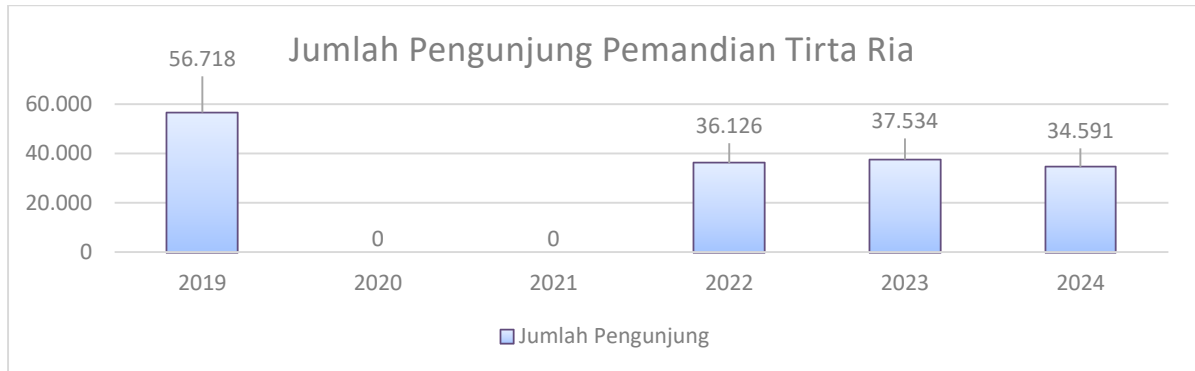
Kata Kunci: Harga, Fasilitas, Kualitas Pelayanan, Minat Berkunjung

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan sektor strategis yang mampu mendorong peningkatan di bidang ekonomi, dapat memberikan lapangan kerja, serta meningkatkan pembangunan wilayah, terutama di daerah-daerah yang memiliki potensi wisata alam maupun buatan. Data dari Kemenparekraf, sektor pariwisata Indonesia menyumbang lebih dari 4% kepada pendapatan Produk Domestik Bruto nasional sebelum pandemi, dengan kontribusi signifikan terhadap sektor UMKM dan ekonomi lokal [1]. Kondisi ini menjadikan pariwisata sebagai motor penggerak yang penting dalam pembangunan berbasis potensi lokal. Di tingkat daerah, pengembangan pariwisata tidak sekadar menitikberatkan pada peningkatan jumlah pengunjung, tetapi juga diarahkan pada keberlanjutan pengelolaan dan peningkatan kualitas pelayanan.

Salah satu destinasi wisata yang memiliki peran penting adalah Pemandian Tirta Ria, yang terletak di Desa Sumberejo, Kecamatan Ngasem. Pemandian ini menawarkan suasana alami serta fasilitas kolam air bersih yang menjadi daya tarik bagi masyarakat sekitar. Tarif yang terjangkau dan lokasi yang mudah dijangkau turut

menjadikan destinasi ini pilihan utama bagi wisatawan lokal. Namun demikian, berdasarkan data kunjungan selama enam tahun terakhir, terjadi fluktuasi jumlah wisatawan yang cukup signifikan. Informasi lebih rinci mengenai tren jumlah pengunjung Pemandian Tirta Ria dari tahun 2019 hingga 2024 dapat dilihat pada Gambar 1 berikut:



Sumber: Rekapitulasi Tiket Masuk Pemandian Tirta Ria, 2025

Gambar 1. Jumlah Pengunjung

Berdasarkan data kunjungan selama enam tahun terakhir, terjadi fluktuasi signifikan akibat pandemi COVID-19. Pada tahun 2019, jumlah pengunjung mencapai 56.718 orang. Akan tetapi di tahun 2020 dan 2021, Pemandian Tirta Ria mengalami penutupan total karena adanya kebijakan (PPKM) dari peraturan pemerintahan. Setelah dibuka kembali, pengunjung mulai meningkat pada tahun 2022 menjadi 36.126 orang, dan mengalami sedikit kenaikan pada 2023 menjadi 37.534 orang. Namun, pada tahun 2024 justru terjadi penurunan kembali menjadi 34.591 pengunjung. Penurunan ini menjadi perhatian utama dalam upaya peningkatan daya saing destinasi wisata di era pasca pandemi. Dalam meningkatkan daya tarik destinasi wisata, terdapat beberapa faktor penting yang harus diperhatikan, di antaranya harga, fasilitas, dan kualitas pelayanan. Harga yang sesuai akan memberikan persepsi nilai yang positif bagi pengunjung [2]. Fasilitas yang memadai dan terawat dapat meningkatkan kenyamanan selama berwisata, sedangkan kualitas pelayanan berkontribusi langsung terhadap kepuasan dan keinginan untuk kembali berkunjung [3].

Harga menjadi elemen yang penting dalam memberikan persepsi serta pemilihan alternatif oleh konsumen, khususnya dalam sektor jasa seperti pariwisata. Dalam konteks Pemandian Tirta Ria, harga bukan hanya dipandang sebagai nominal pembayaran, dan juga mencerminkan manfaat dan kualitas layanan yang dirasakan bagi pengunjung. Harga adalah jumlah total yang dibayarkan dari pihak pembeli demi memperoleh suatu produk dan juga bisa berupa jasa, yang mencakup uang, waktu, dan usaha. Ini mencerminkan nilai yang dirasakan konsumen berdasarkan manfaat dan kepuasan yang mereka harapkan [2]. Oleh karena itu, harga yang ditetapkan harus mampu menciptakan keseimbangan antara keterjangkauan dan persepsi kualitas, sehingga mendorong keputusan untuk berkunjung maupun kembali di masa mendatang. Selain itu, harga yang rasional dan kompetitif dapat memberikan keunggulan tersendiri dalam menarik wisatawan, terutama bagi destinasi lokal yang bersaing dalam menarik minat pengunjung di tengah banyaknya pilihan wisata serupa. Penetapan harga yang tepat, terjangkau, dan transparan menjadi strategi penting bagi pengelola destinasi dalam mempertahankan loyalitas pengunjung [4].

Fasilitas juga berkontribusi sebagai komponen penentu yang memengaruhi minat wisatawan dalam menentukan destinasi atau objek wisata. Fasilitas yang lengkap, bersih, dan nyaman akan memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi pengunjung. Fasilitas merujuk pada berbagai hal yang disiapkan oleh penyedia layanan secara khusus untuk dimanfaatkan oleh konsumen, guna menciptakan pengalaman yang memuaskan secara maksimal, [5]. Dalam objek wisata, fasilitas mencakup sarana seperti tempat parkir, toilet, ruang ganti, dan area makan [6]. Pendapat turut memperkuat hal ini dengan menyebutkan bahwa fasilitas merupakan bentuk sumber daya fisik yang perlu dipersiapkan terlebih dahulu sebelum layanan diberikan kepada pengunjung. Jika pengelola mampu menyediakan fasilitas yang berkualitas, hal ini dapat memberikan pengalaman positif bagi pengunjung agar lebih nyaman dan menyenangkan, sehingga menjadi faktor kunci dalam menarik minat mereka. Di Pemandian Tirta Ria, keberadaan tiga kolam renang yang diperuntukkan bagi balita, anak-anak,

dan dewasa, serta fasilitas pendukung seperti kamar mandi bersih, ruang ganti, dan area parkir yang luas, memegang peranan vital dalam mendukung pengalaman berkunjung yang nyaman dan memuaskan.

Kualitas pelayanan merupakan faktor esensial dalam membentuk kepuasan dan loyalitas pengunjung destinasi wisata. Pelayanan yang unggul tidak semata-mata diukur dari pencapaian akhir, melainkan juga dari tahapan pelaksanaannya dan interaksi antara pengelola dan wisatawan. Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai sejauh mana keinginan konsumen dapat dipenuhi melalui mutu layanan yang disediakan yang diberikan sesuai dengan harapan mereka. Ini menekankan bahwa kualitas pelayanan tidak bergantung pada apa yang diterima pengunjung, melainkan bagaimana mereka diperlakukan sepanjang kunjungan [7]. Temuan di Pemandian Tirta Ria menunjukkan bahwa elemen seperti kecepatan pelayanan, keramahan petugas, keandalan informasi, serta kebersihan dan kenyamanan lingkungan memegang peranan penting dalam memberikan pengalaman tersendiri yang meningkatkan minat untuk kembali berkunjung. Minat berkunjung merupakan indikator penting dalam menilai daya tarik suatu destinasi wisata serta kecenderungan wisatawan untuk melakukan kunjungan. Minat ini mencerminkan keinginan, ketertarikan, dan kesiapan seseorang untuk mengunjungi sebuah objek wisata, baik untuk pertama kali maupun secara berulang. Minat Berkunjung merupakan ketertarikan konsumen, baik yang sudah pernah mengunjungi maupun yang belum, untuk datang ke suatu objek wisata. Ini mencakup individu yang tertarik untuk mengeksplorasi tempat baru atau kembali ke lokasi yang pernah mereka kunjungi [8]. Dalam konteks Pemandian Tirta Ria di Desa Sumberejo, minat berkunjung dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti harga yang terjangkau, fasilitas yang memadai, serta kualitas pelayanan yang baik. Ketika ketiga aspek tersebut terpenuhi, maka pengunjung cenderung memiliki keinginan lebih besar untuk kembali berwisata ke lokasi yang sama.

Beberapa studi sebelumnya menunjukkan bahwa harga, fasilitas, dan kualitas pelayanan merupakan faktor penting yang memengaruhi minat kunjungan ulang wisatawan. Penelitian oleh Hukma menegaskan bahwa secara parsial harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali, sementara fasilitas tidak memberikan pengaruh yang signifikan [9]. Temuan ini menunjukkan bahwa pengunjung cenderung mempertimbangkan aspek biaya dan mutu pelayanan dalam menentukan keputusan untuk kembali mengunjungi suatu destinasi. Hasil serupa juga ditunjukkan oleh Wulandari yang menyatakan bahwa harga, fasilitas, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama maupun terpisah berpengaruh terhadap minat kunjungan kembali [10]. Sementara itu, Ni'am menekankan bahwa persepsi terhadap harga dan kualitas pelayanan turut membentuk ketertarikan pengunjung untuk kembali [11].

Research gap penelitian ini terletak pada konteks pemulihan destinasi wisata pasca pandemi. Sebagian besar studi sebelumnya dilakukan sebelum pandemi atau tidak secara eksplisit menyoroti dinamika perilaku wisatawan pasca krisis kesehatan global. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk menganalisis kembali relevansi harga, fasilitas, dan kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali dalam situasi yang berubah pasca pandemi. Dengan demikian, penelitian ini menjadi relevan dan mendesak untuk dilakukan karena menawarkan pendekatan komprehensif dalam menganalisis ketiga faktor secara simultan. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi teoretis bagi pengembangan manajemen pariwisata, serta masukan praktis bagi pengelola destinasi dalam menyusun strategi peningkatan kualitas layanan berbasis kebutuhan dan harapan pengunjung di masa pemulihan pariwisata.

Oleh itu, memahami dan meningkatkan faktor-faktor yang meningkatkan minat berkunjung menjadi langkah strategis dalam pengelolaan destinasi wisata secara berkelanjutan. Berdasarkan penjelasan latar belakang, studi ini bertujuan untuk menyelidiki serta menganalisis dampak harga, fasilitas, dan kualitas pelayanan terhadap ketertarikan untuk mengunjungi Pemandian Tirta Ria di Desa Sumberejo, Kec. Ngasem, Kabupaten. Kediri. Secara khusus, studi ini menguji asumsi bahwa: (1) dampak harga terhadap minat berkunjung ke Pemandian Tirta Ria di Desa Sumberejo, Kec. Ngasem, Kabupaten. Kediri, (2) dampak fasilitas terhadap minat berkunjung ke Pemandian Tirta Ria di Desa Sumberejo, Kec. Ngasem, Kabupaten. Kediri, (3) dampak kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung ke Pemandian Tirta Ria di Desa Sumberejo, Kec. Ngasem, Kab. Kediri, dan (4) dampak harga, fasilitas, kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung ke Pemandian Tirta Ria di Desa Sumberejo, Kec. Ngasem, Kabupaten. Kediri.

METODE

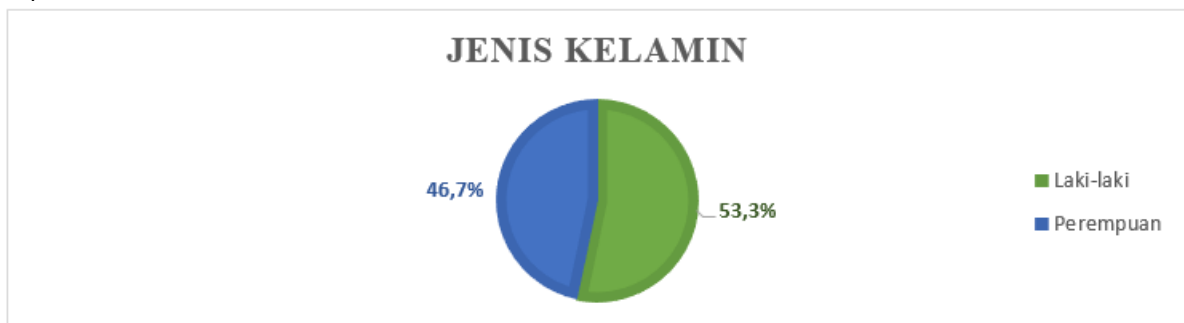
Studi ini diarahkan untuk mengidentifikasi kontribusi variabel terhadap interaksi satu sama lain. Ini dilakukan melalui pendekatan kuantitatif dan asosiatif. Lokasi penelitian adalah Pemandian Tirta Ria, yang terletak di Desa Sumberejo, Kec. Ngasem, Kab. Kediri. Penelitian ini melibatkan pengunjung pemandian yang diambil secara tidak sengaja, dan jumlah responden adalah 259 orang. Untuk mengumpulkan data, kuesioner tertutup disebar dengan skala Likert lima poin. Adapun variabel bebas adalah harga (X1), fasilitas (X2), dan kualitas pelayanan (X3), dan variabel terikatnya adalah minat berkunjung (Y).

Sebelum melakukan analisis lebih lanjut, instrumen kuesioner diuji untuk validitas dan reliabilitas. Untuk menguji apakah data sudah valid dan reliabel. Sementara itu, reliabilitas diuji dengan melihat nilai alfa Cronbach, di mana nilai lebih dari 0,6 menunjukkan bahwa alat tersebut reliabel. Setelah alat dinyatakan layak, selanjutnya akan melakukan uji asumsi klasik. Penelitian ini menerapkan analisis regresi linier berganda guna mengevaluasi kontribusi ketiga variabel independen terhadap variabel dependen. Untuk menentukan kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen, hipotesis diuji menggunakan (t-test) dan (F-test). Perhitungan koefisien determinasi (R^2) juga digunakan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Karakteristik Responden

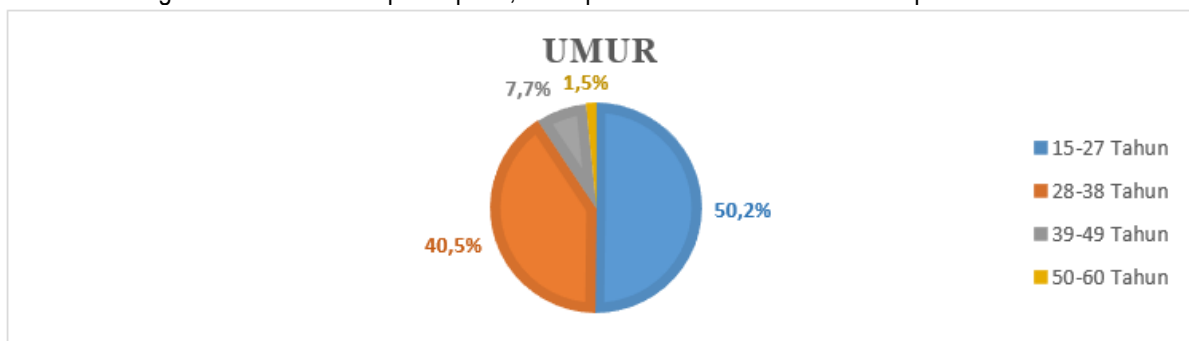
Karakteristik responden dalam penelitian ini mencakup empat aspek utama, yaitu jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan pendapatan bulanan. Informasi ini diperoleh dari 259 responden yang pernah berkunjung ke Pemandian Tirta Ria, dan digunakan untuk memberikan gambaran umum latar belakang sosial demografis responden.



Sumber: *Output Data IBM SPSS Statistics versi 31, 2025*

Gambar 2. Responden berdasarkan Jenis Kelamin

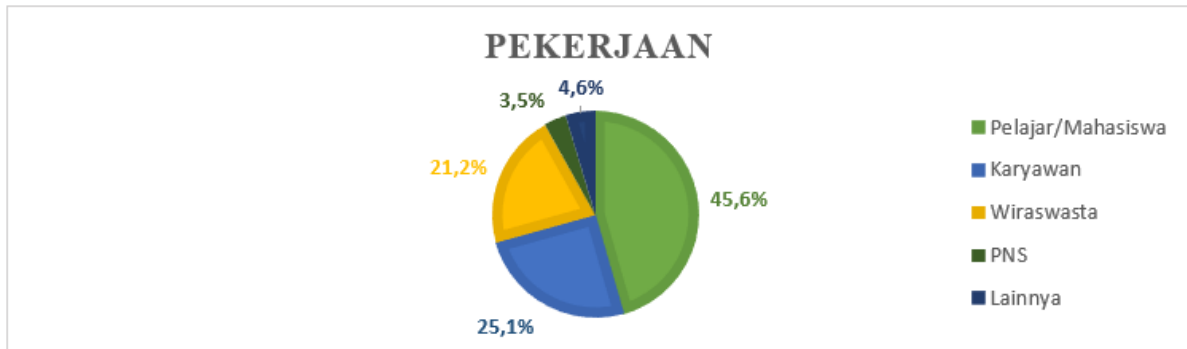
Berdasarkan Gambar 2, mayoritas responden dalam penelitian ini berjenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 138 orang atau sebesar 53,3%, responden perempuan berjumlah 121 orang atau 46,7%. Hal ini menunjukkan relatif seimbang antara laki-laki dan perempuan, meskipun sedikit didominasi oleh responden laki-laki.



Sumber: *Output Data IBM SPSS Statistics versi 31, 2025*

Gambar 3. Distribusi Responden berdasarkan Umur

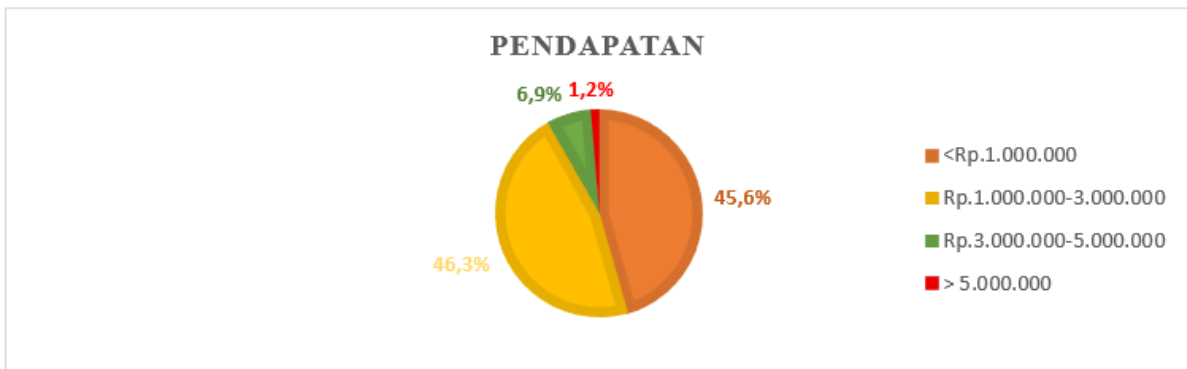
Berdasarkan Gambar 3, responden dengan rentang usia 15–27 tahun merupakan kelompok terbanyak yaitu sebanyak 130 orang atau 50,2% dari total responden. Disusul oleh kelompok usia 28–38 tahun sebanyak 105 orang (40,5%), kemudian usia 39–49 tahun sebanyak 20 orang (7,7%), dan usia 50–60 tahun hanya 4 orang (1,5%). Data ini menunjukkan bahwa mayoritas pengunjung Pemandian Tirta Ria berasal dari kalangan usia muda hingga dewasa awal, yang kemungkinan besar masih aktif secara fisik dan lebih antusias dalam berwisata.



Sumber: Output Data IBM SPSS Statistics versi 31, 2025

Gambar 4. Responden berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan Gambar 4, mayoritas responden dalam penelitian ini berprofesi sebagai pelajar atau mahasiswa, yaitu sebanyak 118 orang atau 45,6%. Selanjutnya, responden yang bekerja sebagai karyawan berjumlah 65 orang (25,1%), diikuti oleh wiraswasta sebanyak 55 orang (21,2%). Adapun responden yang berstatus sebagai PNS sebanyak 9 orang (3,5%) dan pekerjaan lainnya sebanyak 12 orang (4,6%). Temuan ini mengindikasikan bahwa sebagian besar pengunjung Pemandian Tirta Ria berasal dari kalangan pelajar atau mahasiswa, yang kemungkinan tertarik berkunjung karena harga terjangkau dan suasana yang sesuai untuk rekreasi.



Sumber: Output Data IBM SPSS Statistics versi 31, 2025

Gambar 5. Distribusi Responden berdasarkan Pendapatan

Berdasarkan Gambar 5, responden dengan pendapatan kurang dari Rp1.000.000 merupakan kelompok terbanyak, yaitu sebanyak 118 orang atau 45,6% dari total responden. Selanjutnya, sebanyak 120 responden (46,3%) memiliki pendapatan antara Rp1.000.000 hingga Rp3.000.000. Responden dengan pendapatan Rp3.000.000–5.000.000 berjumlah 18 orang (6,9%), dan hanya 3 orang (1,2%) yang memiliki pendapatan di atas Rp5.000.000. Data ini menunjukkan bahwa mayoritas pengunjung Pemandian Tirta Ria berasal dari kalangan menengah ke bawah, yang cenderung memilih destinasi wisata dengan harga terjangkau.

Deskripsi Statistik dan Distribusi jawaban responden pada variabel Harga

Bagian ini menyajikan gambaran umum tanggapan responden terhadap masing-masing variabel penelitian, yaitu harga, fasilitas, kualitas pelayanan, dan minat berkunjung kembali. Setiap variabel diukur menggunakan skala Likert lima poin. Deskripsi data disusun dalam bentuk distribusi frekuensi dan persentase untuk melihat kecenderungan jawaban responden terhadap indikator-indikator yang digunakan.

Tabel 1. Deskripsi Statistik dan Distribusi jawaban responden pada variabel Harga

No.	Pertanyaan	Pilihan Jawaban Responden										Total		Mean
		1		2		3		4		5		F	Skor	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%			
Harga (X1)														
1	X1.1	113	43.6	116	44.8	25	9.7	3	1.2	2	0.8	259	1100	4.25
2	X1.2	130	50.2	119	45.9	7	2.7	2	0.8	1	0.4	259	1169	4.51
3	X1.3	133	51.4	112	43.2	11	4.2	2	0.8	1	0.4	259	1171	4.52
4	X1.4	122	47.1	114	44.0	18	6.9	3	1.2	2	0.8	259	1144	4.42
5	X1.5	119	45.9	108	41.7	26	10.0	4	1.5	2	0.8	259	1110	4.29
6	X1.6	119	45.9	104	40.2	30	11.6	5	1.9	1	0.4	259	1101	4.25
7	X1.7	115	44.4	115	44.4	24	9.3	3	1.2	2	0.8	259	1105	4.26
8	X1.8	132	51.0	118	45.6	6	2.3	2	0.8	1	0.4	259	1176	4.54
Total												9076		
Rata-rata													4.38	

Sumber: Output Data IBM SPSS Statistics versi 31, 2025

Berdasarkan Tabel 5, variabel Harga (X1) terdiri dari delapan pernyataan yang menunjukkan persepsi responden terhadap keterjangkauan dan kesesuaian harga layanan di Pemandian Tirta Ria. Secara umum, mayoritas responden memberikan penilaian positif dengan memilih jawaban “Setuju” dan “Sangat Setuju” pada sebagian besar item. Hal ini terlihat dari skor rata-rata keseluruhan sebesar 4,38, yang menunjukkan bahwa harga yang ditawarkan dinilai cukup sesuai dengan fasilitas dan layanan yang diberikan. Item dengan skor tertinggi adalah X1.8 dengan nilai 4,54, menunjukkan bahwa responden sangat menyetujui bahwa harga tiket masuk sebanding dengan pengalaman yang didapatkan. Sementara itu, item dengan skor terendah adalah X1.1 dan X1.6, masing-masing dengan nilai 4,25, namun tetap menunjukkan kecenderungan penilaian yang positif.

Deskripsi Statistik dan Distribusi jawaban responden pada variabel Fasilitas

Tabel 2. Deskripsi Statistik dan Distribusi jawaban responden pada variabel Fasilitas

No.	Pertanyaan	Pilihan Jawaban Responden										Total		Mean
		1		2		3		4		5		F	Skor	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%			
Fasilitas (X2)														
1	X2.1	113	43.6	117	45.2	25	9.7	3	1.2	1	0.4	259	1104	4.26
2	X2.2	108	41.6	120	46.3	7	2.7	2	0.8	2	0.8	259	1151	4.45
3	X2.3	108	41.6	119	45.9	10	3.9	1	0.4	1	0.4	259	1144	4.43
4	X2.4	103	39.8	116	44.8	15	5.8	3	1.2	2	0.8	259	1120	4.34
5	X2.5	101	39.1	107	41.3	26	10.0	4	1.5	1	0.4	259	1092	4.23
6	X2.6	99	38.2	106	40.9	27	10.4	5	1.9	2	0.8	259	1080	4.20
7	X2.7	116	44.8	116	44.8	24	9.3	2	0.8	1	0.4	259	1119	4.31
8	X2.8	114	44.0	120	46.3	7	2.7	3	1.2	2	0.8	259	1173	4.53
Total												8983		
Rata-rata													4.34	

Sumber: Output Data IBM SPSS Statistics versi 31, 2025

Berdasarkan Tabel 6, variabel Fasilitas (X2) terdiri dari delapan pernyataan yang menggambarkan persepsi responden terhadap ketersediaan, kenyamanan, dan kelengkapan fasilitas yang disediakan oleh Pemandian Tirta Ria. Secara umum, mayoritas responden memberikan tanggapan positif dengan memilih jawaban “Setuju” dan “Sangat Setuju” pada sebagian besar item pernyataan. Hal ini tercermin dari skor rata-rata keseluruhan sebesar 4,34, yang menunjukkan bahwa fasilitas yang tersedia dinilai baik dan mendukung kenyamanan pengunjung.

Item dengan skor tertinggi adalah X2.8 dengan nilai 4,53, yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden sangat menyetujui bahwa fasilitas yang tersedia sudah lengkap dan memadai. Di sisi lain, item dengan skor terendah adalah X2.6 dengan nilai 4,20, meskipun demikian, nilai tersebut masih berada dalam kategori positif dan menunjukkan bahwa fasilitas tetap dianggap layak dan menunjang aktivitas wisata.

Deskripsi Statistik dan Distribusi jawaban responden pada variabel Kualitas Pelayanan

Tabel 3. Deskripsi Statistik dan Distribusi jawaban responden pada variabel Kualitas Pelayanan

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban Responden										Total		Mean
		1		2		3		4		5		F	Skor	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%			
Kualitas Pelayanan (X3)														
1	X3.1	130	50.2	116	44.8	10	3.9	2	0.8	1	0.4	259	1170	4.52
2	X3.2	124	47.9	119	45.9	13	5.0	2	0.8	1	0.4	259	1166	4.50
3	X3.3	124	47.9	108	41.7	22	8.5	3	1.2	2	0.8	259	1149	4.44
4	X3.4	114	44.0	114	44.0	27	10.4	3	1.2	1	0.4	259	1125	4.34
5	X3.5	116	44.8	120	46.3	20	7.7	2	0.8	1	0.4	259	1155	4.46
6	X3.6	117	45.2	122	47.1	15	5.8	3	1.2	2	0.8	259	1163	4.49
7	X3.7	121	46.7	113	43.6	21	8.1	2	0.8	2	0.8	259	1149	4.44
8	X3.8	116	44.8	122	47.1	17	6.6	3	1.2	1	0.4	259	1156	4.46
9	X3.9	123	47.5	119	45.9	13	5.0	2	0.8	2	0.8	259	1163	4.49
10	X3.10	119	45.9	118	45.6	18	6.9	3	1.2	1	0.4	259	259	1164
Total												8060		
Rata-rata														4.46

Sumber: Output Data IBM SPSS Statistics versi 31, 2025

Berdasarkan Tabel 7, variabel Kualitas Pelayanan (X3) terdiri dari sepuluh pernyataan yang menggambarkan persepsi responden terhadap mutu pelayanan yang diberikan oleh pengelola Pemandian Tirta Ria. Secara umum, mayoritas responden memberikan tanggapan positif dengan memilih jawaban “Setuju” dan “Sangat Setuju” pada sebagian besar item pernyataan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata keseluruhan sebesar 4,46, yang mencerminkan bahwa kualitas pelayanan dinilai sangat baik oleh pengunjung.

Item dengan skor tertinggi adalah X3.1 dengan nilai 4,52, yang menunjukkan bahwa responden sangat setuju terhadap keramahan dan kesiapan petugas dalam memberikan layanan. Sementara itu, item dengan skor terendah adalah X3.4 dengan nilai 4,34, meskipun demikian, nilai tersebut tetap menunjukkan penilaian yang positif dari pengunjung terhadap aspek pelayanan.

Deskripsi Statistik dan Distribusi jawaban responden pada variabel Minat Berkunjung

Tabel 4. Deskripsi Statistik dan Distribusi jawaban responden pada variabel Minat Berkunjung

No.	Pertanyaan	Pilihan Jawaban Responden										Total		Mean
		1		2		3		4		5		F	Skor	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%			
Minat Berkunjung (Y)														
1	Y1.1	121	46.7	118	45.6	17	6.6	2	0.8	1	0.4	259	1167	1
2	Y1.2	125	48.3	108	41.7	21	8.1	3	1.2	2	0.8	259	1159	2
3	Y1.3	127	49.0	119	45.9	10	3.9	2	0.8	1	0.4	259	1175	3
4	Y1.4	122	47.1	113	43.6	20	7.7	2	0.8	2	0.8	259	1153	4
5	Y1.5	125	48.3	116	44.8	14	5.4	3	1.2	1	0.4	259	1169	5
6	Y1.6	121	46.7	117	45.2	17	6.6	3	1.2	1	0.4	259	1165	6
7	Y1.7	126	48.6	110	42.5	18	6.9	3	1.2	2	0.8	259	1164	7

No.	Pertanyaan	Pilihan Jawaban Responden										Total		Mean
		1		2		3		4		5		F	Skor	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%			
8	Y1.8	126	48.6	115	44.4	15	5.8	2	0.8	1	0.4	259	1172	8
9	Y1.9	126	48.6	112	43.2	16	6.2	3	1.2	2	0.8	259	1164	9
10	Y1.10	125	48.3	117	45.2	14	5.4	2	0.8	1	0.4	259	1170	10
11	Y1.11	9	3.5	20	7.7	55	21.2	148	57.1	27	10.4	259	843	11
12	Y1.12	14	5.4	19	7.3	48	18.5	143	55.2	35	13.5	259	834	12
Total												9322		
Rata-rata													4.29	

Sumber: Output Data IBM SPSS Statistics versi 31, 2025

Berdasarkan Tabel 8, variabel Minat Berkunjung (Y) terdiri dari dua belas pernyataan yang mengukur tingkat keinginan responden untuk kembali mengunjungi Pemandian Tirta Ria di masa mendatang. Secara umum, mayoritas responden memberikan tanggapan yang positif, yang ditunjukkan dengan dominasi pilihan jawaban "Setuju" dan "Sangat Setuju" pada sebagian besar item. Skor rata-rata keseluruhan sebesar 4,29 mengindikasikan bahwa minat pengunjung untuk kembali berkunjung tergolong tinggi.

Item dengan skor tertinggi adalah Y1.3 dengan nilai 4,54, yang menunjukkan bahwa responden sangat setuju bahwa mereka merasa puas sehingga ingin kembali berkunjung ke Pemandian Tirta Ria. Sementara itu, dua item dengan skor terendah adalah Y1.12 (skor 3,22) dan Y1.11 (skor 3,25), yang berkaitan dengan minat berkunjung karena adanya event atau kegiatan khusus di lokasi wisata. Nilai yang relatif rendah pada dua item tersebut menunjukkan bahwa faktor keberadaan event belum menjadi daya tarik utama bagi pengunjung, kemungkinan karena minimnya penyelenggaraan acara di tempat tersebut.

Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana instrumen penelitian mampu mengukur konstruk yang dimaksud. Berdasarkan hasil uji validitas, seluruh item pernyataan pada variabel Harga (X1), Fasilitas (X2), Kualitas Pelayanan (X3), dan Minat Berkunjung (Y) memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,125) pada taraf signifikansi 5% dengan jumlah responden 259 orang.

Tabel 5. Uji Validitas

Variabel	Instrumen	Rtabel	Rhitung	Ket.
Harga	1	0,125	0,348	8 item dinyatakan Valid
	2	0,125	0,275	
	3	0,125	0,374	
	4	0,125	0,426	
	5	0,125	0,430	
	6	0,125	0,315	
	7	0,125	0,388	
	8	0,125	0,260	
Fasilitas	1	0,125	0,366	8 item dinyatakan Valid
	2	0,125	0,402	
	3	0,125	0,326	
	4	0,125	0,338	
	5	0,125	0,408	
	6	0,125	0,357	
	7	0,125	0,364	
	8	0,125	0,259	
Kualitas Pelayanan	1	0,125	0,331	10 item dinyatakan Valid
	2	0,125	0,303	
	3	0,125	0,217	

Variabel	Instrumen	Rtabel	Rhitung	Ket.
	4	0,125	0,295	
	5	0,125	0,275	
	6	0,125	0,344	
	7	0,125	0,378	
	8	0,125	0,326	
	9	0,125	0,343	
	10	0,125	0,360	
	1	0,125	0,260	
	2	0,125	0,263	
	3	0,125	0,231	
	4	0,125	0,230	
	5	0,125	0,320	
Minat Berkunjung	6	0,125	0,265	12 item dinyatakan Valid
	7	0,125	0,318	
	8	0,125	0,310	
	9	0,125	0,278	
	10	0,125	0,387	
	11	0,125	0,362	
	12	0,125	0,343	

Sumber: Output Data IBM SPSS Statistics versi 31, 2025

Hasil tes menunjukkan bahwa nilai R-hitung dari semua item memiliki nilai korelasi yang melebihi dari R-tabel untuk setiap item masing-masing variabel. Oleh karena itu, setiap item dalam kuesioner dinyatakan valid dan layak digunakan selama proses analisis data berikutnya.

Uji Reliabilitas

Tabel 6. Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Item (N of Items)	Cronbach's Alpha	Ket.
Harga (X1)	8	0,672	Tuntas
Fasilitas (X2)	8	0,661	Tuntas
Kualitas Pelayanan (X3)	10	0,660	Tuntas
Minat Berkunjung Kembali (Y)	12	0,666	Tuntas

Sumber: Output Data IBM SPSS Statistics versi 31, 2025

Semua instrumen yang berkaitan dengan harga, fasilitas, kualitas pelayanan, dan minat berkunjung dinyatakan reliabel, karena tabel di atas mengindikasikan bahwa semua variabel mendapatkan angka Cronbach's Alpha di atas ambang standar minimum ditetapkan sebesar 0,60. Dengan begitu, instrumen-instrumen ini dapat digunakan untuk pengolahan data berikutnya.

Uji Normalitas (One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test)

Tabel 7. Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

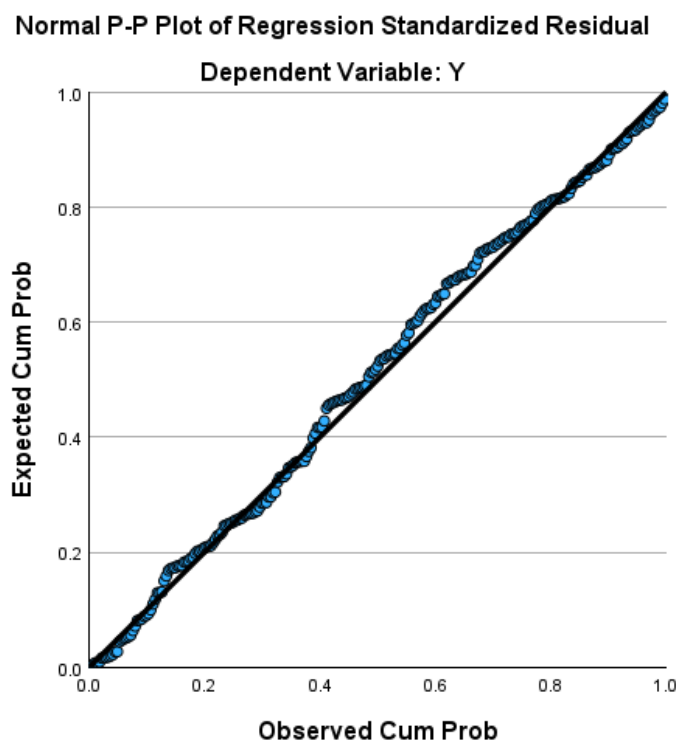
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		259
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.91322749
Most Extreme Differences	Absolute	.050
	Positive	.024

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
	Negative		-.050
Test Statistic			.050
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.		.116
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.108
		Upper Bound	.125

Sumber: Output Data IBM SPSS Statistics versi 31, 2025

Untuk mengetahui apakah data residual dalam model regresi berdistribusi normal, uji normalitas dilakukan. Hasil uji Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,200 (Asymptotic Sign 2-tailed), yang lebih besar dari 0,05. Ini menunjukkan bahwa data residual memenuhi asumsi klasik dan berdistribusi normal. Karena asumsi normalitas terpenuhi, model regresi layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Uji Normalitas (P-P Plot)



Sumber: Output Data IBM SPSS Statistics versi 31, 2025

Gambar 6. Hasil Uji Normalitas Probaility Plot

Hasil analisis regresi, seperti yang ditunjukkan pada gambar di atas, menunjukkan bahwa asumsi normalitas telah terpenuhi dengan baik. Salah satu indikator utama dapat dilihat, yaitu plot regression residual normal P-P. Pada plot normalitas, sebaran titik residu mendekati garis diagonal, yang menunjukkan bahwa distribusi data residual adalah normal. Titik-titik tidak membentuk pola melengkung atau menyebar jauh dari garis diagonal, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada penyimpangan yang signifikan dari distribusi normal.

Uji Multikolineritas

Tabel 8. Hasil Uji Multikolineritas Coefficients^a

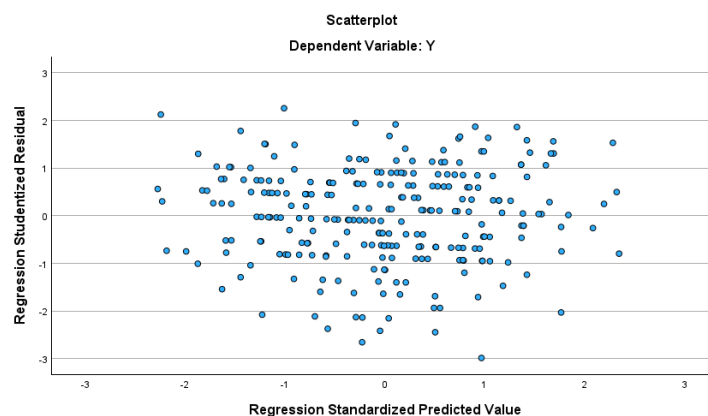
Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	47.259	4.528		10.438	<,001		
X1	.352	.078	.260	4.512	.002	.998	1.002
X2	.298	.086	.230	3.465	.002	.997	1.003
X3	.401	.070	.331	5.729	.001	.996	1.004

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung

Sumber: *Output Data IBM SPSS Statistics* versi 31, 2025

Semua nilai *Tolerance* lebih dari 0,10 dan nilai VIF di bawah 10 menunjukkan bahwa tidak ada gejala multikolineritas dalam data penelitian. Oleh karena itu, tidak ada korelasi yang signifikan antara variabel independen, yang berarti mereka dapat digunakan dalam analisis regresi.

Uji Heteroskedastisitas



Sumber: *Output Data IBM SPSS Statistics* versi 31, 2025

Gambar 7. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Hasil pengamatan terhadap scatterplot menunjukkan bahwa sebaran titik data bersifat acak dan tidak mengikuti pola tertentu seperti garis, lengkungan, atau kerucut yang simetris. Sebaran titik yang cenderung menyebar merata ke segala arah ini Hal tersebut menunjukkan bahwa tidak mengalami masalah heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Tabel 9. Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	D-W
1	.795 ^a	.796	.787	1.936	2.119

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Harga

Sumber: *Output Data IBM SPSS Statistics* versi 31, 2025

Berdasarkan hasil Model Summary, nilai D-W bernilai 2,119. Karena angka ini mendekati 2, maka dapat diinterpretasikan Hal ini dapat disimpulkan tidak menunjukan gejala autokorelasi. Dengan demikian, model tersebut memenuhi asumsi bebas autokorelasi dan bisa dipakai untuk analisis selanjutnya.

Uji Hasil Uji Linier Berganda

Pengaruh variabel independen, Harga (X1), Fasilitas (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3), terhadap variabel dependen, Minat Berkunjung (Y), ditentukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda.

Tabel 10. Hasil Uji Linier Berganda

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	47.259	4.528		10.438	<,001		
	X1	.352	.078	.260	4.512	.002	.998	1.002
	X2	.298	.086	.230	3.465	.002	.997	1.003
	X3	.401	.070	.331	5.729	.001	.996	1.004

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung

Sumber: hasil olah data IBM SPSS Statistics versi 31, 2025

Persamaan regresi linier berganda disusun berdasarkan koefisien regresi dari output sebagai berikut:

$$Y = 47,259 + 0,352X_1 + 0,298X_2 + 0,401X_3 + e$$

Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan beberapa temuan penting terkait pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dalam penelitian ini, yaitu Minat Berkunjung Kembali ke Pemandian Tirta Ria. Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda yang dilakukan, diperoleh penjelasan sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 47,259 menunjukkan bahwa jika variabel Harga, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan dianggap konstan (bernilai nol), maka nilai Minat Berkunjung adalah sebesar 47,259.
2. Koefisien regresi Harga (X₁) sebesar 0,352 menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan pada variabel Harga akan meningkatkan Minat Berkunjung sebesar 0,352 satuan, dengan asumsi variabel lain konstan. Nilai signifikansi sebesar 0,002 (< 0,05) menandakan bahwa variabel Harga berpengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung.
3. Koefisien regresi Fasilitas (X₂) sebesar 0,298 berarti bahwa setiap kenaikan satu satuan pada Fasilitas akan meningkatkan Minat Berkunjung sebesar 0,298 satuan. Nilai signifikansi 0,002 (< 0,05) juga menunjukkan bahwa pengaruhnya signifikan.
4. Koefisien regresi Kualitas Pelayanan (X₃) sebesar 0,401 menunjukkan bahwa peningkatan satu satuan pada variabel ini akan meningkatkan Minat Berkunjung sebesar 0,401 satuan. Nilai signifikansi 0,001 (< 0,05) mengindikasikan bahwa Kualitas Pelayanan juga berpengaruh signifikan.

Uji T (Parsial)

Tabel 11. Uji T

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	47.259	4.528		10.438	<,001
	Harga	.352	.078	.260	4.512	.002
	Fasilitas	.298	.087	.230	3.465	.002
	Kualitas Pelayanan	.401	.075	.332	5.730	.001

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung

Sumber: Output Data IBM SPSS Statistics versi 31, 2025

Uji t digunakan untuk menguji secara parsial apakah masing-masing variabel independen, yaitu Harga (X_1), Fasilitas (X_2), dan Kualitas Pelayanan (X_3), berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen yaitu Minat Berkunjung Kembali (Y). Berdasarkan hasil uji regresi yang ditampilkan dalam Tabel 4, diperoleh temuan sebagai berikut:

1. Variabel Harga (X_1): Hasil pengujian mendapatkan nilai signifikansi sebesar 0,002. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Harga berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali.
2. Variabel Fasilitas (X_2): Berdasarkan hasil uji t, mendapatkan nilai signifikansi 0,002. Karena nilai signifikansi tersebut juga lebih kecil dari 0,05, maka variabel Fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali.
3. Variabel Kualitas Pelayanan (X_3): Selanjutnya, hasil pengujian mendapatkan signifikansi 0,001. Nilai signifikansi tersebut jauh di bawah batas $\alpha = 0,05$, sehingga dapat dinyatakan bahwa Kualitas Pelayanan juga berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali.

Uji F (Simultan)

Tabel 12. Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	19.202	3	6.401	235.769	.000 ^b
	Residual	3950.844	255	15.494		
	Total	3970.046	258			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X_3 , X_1 , X_2

Sumber: Output Data IBM SPSS Statistics versi 31, 2025

Hasil uji hipotesis simultan dari ketiga variabel independen, yaitu Harga (X_1), Fasilitas (X_2), dan Kualitas Pelayanan (X_3), berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen Minat Berkunjung Kembali (Y). Hal ini dibuktikan dari nilai F hitung sebesar 235,769 dengan tingkat signifikansi 0,000 yang jauh lebih kecil dari $\alpha = 0,05$.

Dengan demikian, model regresi yang digunakan dalam penelitian ini dapat dinyatakan valid secara statistik untuk menjelaskan hubungan antara ketiga variabel bebas dengan variabel terikat. Temuan ini menegaskan bahwa kombinasi dari aspek harga yang terjangkau, fasilitas yang memadai, serta pelayanan yang berkualitas berkontribusi secara simultan dalam meningkatkan minat pengunjung untuk kembali ke Pemandian Tirta Ria. Oleh karena itu, pengelola wisata perlu menjaga dan meningkatkan ketiga aspek tersebut secara seimbang agar dapat mempertahankan loyalitas pengunjung dan mendorong kunjungan ulang secara berkelanjutan.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 13. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.795 ^a	.796	.787	1.936

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Harga

Sumber: Output Data IBM SPSS Statistics versi 31, 2025

Hasil uji koefisien determinasi (R^2) memiliki nilai R Square sebesar 0,796, yang berarti bahwa 79,6% variasi dari Minat Berkunjung Kembali (Y) dapat dijelaskan oleh semua variabel independen, yaitu Harga (X_1), Fasilitas (X_2), dan Kualitas Pelayanan (X_3). Sementara sisanya sebesar 20,4% dijelaskan oleh faktor lain.

Nilai Adjusted R Square sebesar 0,787 mendukung keandalan model regresi, karena menunjukkan bahwa meskipun telah dilakukan penyesuaian terhadap jumlah variabel independen dan sampel, model masih mampu menjelaskan hampir 79% variasi variabel dependen. Temuan ini mengindikasikan bahwa ketiga variabel tersebut

memiliki peran yang kuat dan relevan dalam mempengaruhi minat pengunjung untuk kembali ke Pemandian Tirta Ria.

KESIMPULAN

Analisis data mengungkapkan bahwa harga, fasilitas, dan kualitas pelayanan memberikan kontribusi signifikan dan searah terhadap minat berkunjung ke Pemandian Tirta Ria di Desa Sumberejo, Kecamatan Ngasem, Kabupaten Kediri. Temuan ini memperlihatkan bahwa harga yang terjangkau, dukungan fasilitas yang optimal, serta standar pelayanan yang profesional menjadi aspek esensial dalam membentuk keinginan pengunjung untuk kembali. Kualitas pelayanan menempati posisi tertinggi dalam memengaruhi keputusan pengunjung dalam memengaruhi minat berkunjung, diikuti oleh harga dan fasilitas.

Secara teoretis, penelitian ini memperkuat teori-teori pemasaran jasa dalam konteks pariwisata lokal, khususnya terkait dengan faktor-faktor yang membentuk minat berkunjung ulang. Temuan ini juga memberikan implikasi praktis yang mengarah pada rekomendasi ke pihak pengelola Pemandian Tirta Ria untuk terus meningkatkan mutu pelayanan kepada pengunjung, baik dalam hal keramahan, ketepatan layanan, maupun kenyamanan interaksi. Selain itu, evaluasi berkala terhadap kondisi fasilitas fisik juga penting dilakukan agar tetap layak dan nyaman digunakan. Dari segi harga, pengelola diharapkan dapat mempertahankan harga yang kompetitif dan sesuai dengan manfaat yang dirasakan pengunjung. Bagi pemerintah desa dan instansi terkait, data yang dihasilkan dari studi ini bisa dimanfaatkan sebagai dasar dalam mempertimbangkan perencanaan dan pengembangan sektor pariwisata lokal yang berkelanjutan.

Namun demikian, penelitian ini memiliki keterbatasan, antara lain pada ruang lingkup objek yang hanya terfokus pada satu destinasi wisata dan data yang diperoleh bersifat *cross-sectional*, sehingga tidak mencerminkan dinamika jangka panjang. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan wilayah atau membandingkan beberapa destinasi wisata serupa, serta mempertimbangkan faktor-faktor lain seperti promosi, reputasi digital, atau pengalaman wisata. Penelitian longitudinal juga dapat dilakukan untuk melihat perubahan perilaku pengunjung dari waktu ke waktu.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Munim A, Indonesia S. Measuring The Economic Contribution of Tourism: An Improvement in Indonesia 2023. <https://doi.org/10.34123/icdsos.v2021i1.187>.
- [2] Erinawati F, Syafarudin A. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi Terhadap Keputusan. J Valuasi J Ilm Ilmu Manaj Dan Kewirausahaan 2021;1:130–46. <https://doi.org/10.46306/vls.v1i1.10>.
- [3] Andrea N, Sulaiman F. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Wisata terhadap Kepuasan Pengunjung di Objek Wisata Taman rekreasi dan Rumah Susu Lachio Patumbak. J-MAS (Jurnal Manaj Dan Sains) 2024;9:990. <https://doi.org/10.33087/jmas.v9i2.1889>.
- [4] Setiawan R, Susilawati W. Revisit Intention through the Development of Tourism Components and Tourist Satisfaction at Hot Spring Tourism Destinations. Khazanah Sos 2025;7:16–31. <https://doi.org/10.15575/ks.v7i1.38996>.
- [5] Ardiansyah Y, Ratnawili. Daya Tarik, Citra Destinasi, Dan Fasilitas Pengaruhnya Terhadap Minat Berkunjung Ulang Pada Objek Wisata Wahana Surya Bengkulu Tengah. Manaj Modal Insa Dan Bisnis 2021;2:129–37.
- [6] Lestari AA, Yuliviona R, Liantifa M. Pengaruh Lokasi, Fasilitas dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali. J Ekobistek 2023;12:587–92. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v12i2.601>.
- [7] Retnowati W, Fadliyanti L, Sulaimiah S, Permadi LA. Kajian Teoritis Terhadap Peran Budaya Lokal Dalam Memediasi Hubungan Kualitas Pelayanan, Kepuasan Wisatawan dan Perilaku Pasca Berkunjung Ke Desa Wisata. J Sos Ekon Dan Hum 2023;9:419–26. <https://doi.org/10.29303/jseh.v9i4.405>.
- [8] Rahmat Fajrin A, Wijayanto G, Kornita SE. Pengaruh Fasilitas dan Lokasi terhadap Kepuasan dan Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Candi Muara Takus Kecamatan XIII Koto Kampar Kabupaten Kampar. J Ekon Kiat 2021;32:40–7. [https://doi.org/10.25299/kiat.2021.vol32\(1\).7406](https://doi.org/10.25299/kiat.2021.vol32(1).7406).
- [9] Hukma F, Nafi A, Nurcahyo MA, Cukai JK. Pengaruh Harga, Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap

-
- Minat Berkunjung Kembali Pada Hotel Chanti Semarang. 2020;07:165–81.
- [10] Wulandari D, Purwanto H, Hendra Setiawan. Pengaruh Harga, Fasilitas, Dan Kualitas Pelayanan Pada Minat Kunjungan Kembali Di Objek Wisata Bumi Langit Desa Petungrejo. 2024.
- [11] Ni'am ZSC, Purwanto H, Kadi DCA. Pengaruh Store Atmosphere, Fasilitas, Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Rumah Coklat Bodog Kabupaten Madiun. Semin Inov Manaj Bisnis Dan Akunt V 2023:1–10.