

Pengaruh Harga dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Di Batu Love Garden (BALOGA) Kota Batu

Yuris Zetta Ramadhien*, Fullchis Nurtjahjani, Achmad Zaini

Politeknik Negeri Malang

Penulis Korespondensi: yurizettaramadhien24@gmail.com*

Informasi Artikel:

Received: 29 Juli 2024, Accepted: 12 Agustus 2024, Published: 11 September 2024

Abstract

This study aims to learn about the influence of price and facilities on visiting decisions at Batu Love Garden (BALOGA) Batu City. The data type in this study is quantitative, with the population who were the visitors of Batu Love Garden (BALOGA) Batu City with a sample of 100 respondents. The data analysis techniques include validity and reliability test, classical assumptions, and simple regression analysis. In this case, price and facilities is the independent variable, and visiting decisions are the dependent variable. The result of this study suggest that price and facilities had a positive and significant effect on visiting decisions.

Keywords: Price, Facilities, Visiting Decisions, Batu Love Garden (BALOGA)

1. Pendahuluan

Secara global industri pariwisata telah menjadi salah satu sektor ekonomi terbesar dan merupakan sektor jasa dengan tingkat pertumbuhan paling pesat di dunia saat ini dan telah menjadi bagian dari industri terbesar di dunia dan menjadi sektor yang tumbuh secara masif. Pariwisata di Indonesia merupakan sektor ekonomi paling penting Indonesia yang terus maju dan berkembang sangat pesat. Perkembangan sektor pariwisata yang sangat pesat semakin terlihat dari banyaknya pencapaian Indonesia yang telah diakui dunia. Pariwisata di Indonesia mulai dari alam hingga tempat rekreasi baik di luar ruangan (*outdoor theme park*) maupun di dalam ruangan (*indoor theme park*), yang mana tempat rekreasi yang ada di Indonesia tidak hanya sekedar tempat wahana bermain tetapi tempat edukasi bagi wisatawan.

Banyaknya tempat wisata yang ada di Indonesia, harga dan fasilitas menjadi faktor penting yang dapat mempengaruhi untuk berkunjung ke tempat wisata tersebut. Keputusan berkunjung merupakan perilaku wisatawan dalam menilai dan memilih suatu tempat yang akan dikunjungi. Menurut Manurung, dkk (2023:45) bahwa keputusan berkunjung wisatawan dalam penelitian

Published by:

ini adalah sebuah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Keputusan berkunjung merupakan hasil di mana wisatawan benar-benar memutuskan untuk mengunjungi destinasi wisata yang disukai dari berbagai macam alternatif destinasi yang ada. Terdapat empat indikator keputusan berkunjung yaitu kemantapan untuk melakukan keputusan berkunjung, menjadikan suatu produk/jasa sebagai preferensi utama, memberikan rekomendasi kepada orang lain, dan melakukan berkunjung ulang.

Konsumen memutuskan untuk berkunjung ke salah satu destinasi wisata yang disukai dengan banyaknya opsi mempertimbangkan banyak hal terutama harga yang dijual dari perusahaan jasa dengan calon konsumen. Kotler dan Amstrong (2016:324) berpendapat bahwa *“Price the amount of money charged for a product or service, or the sum of the value that customers exchange for the benefits or having or using the product or service.”* (harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan untuk sebuah produk atau jasa, atau kepemilikan atau penggunaan atas sebuah produk atau jasa). Terdapat empat indikator harga yaitu: keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat. Hasil penelitian Mardeliana & Rachmini (2021) menyatakan bahwa harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berkunjung

Harga yang dikeluarkan oleh konsumen harus dibuktikan dengan adanya fasilitas yang didapatkan oleh konsumen. Tjiptono (2014:317) berpendapat bahwa fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas merupakan jasa pelayanan yang disediakan oleh suatu obyek wisata untuk menunjang atau mendukung aktivitas-aktivitas wisatawan yang berkunjung di objek wisata tersebut. Apabila fasilitas objek wisata dapat memenuhi standar pelayanan dan memuaskan pengunjung maka wisatawan akan lebih banyak. Terdapat empat indikator dari fasilitas yaitu: kebersihan dan kerapian fasilitas yang ditawarkan, kondisi dan fungsi fasilitas yang ditawarkan, kemudahan penggunaan fasilitas yang ditawarkan, kelengkapan fasilitas yang digunakan. Hasil penelitian Amal (2023) menyatakan bahwa fasilitas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berkunjung

Berdasarkan data dari Dinas Pariwisata Kota Batu jumlah tempat wisata yang tercatat di Badan Pusat Statistik Kota Batu sebanyak 29 tempat wisata (Badan Pusat Statistik, 2023) yang mendukung sektor perekonomian di Kota Batu.

Tabel 1. Rangking Tempat Wisata di Kota Batu

No.	Tempat Wisata	Jumlah Wisatawan (Orang)
1	Alun-Alun Kota Wisata Batu	2.054.048
2	Jatim Park I	723.187
3	Jatim Park II	720.831
4	Taman Rekreasi Selecta	643.350
5	Jatim Park III	590.177
6	Museum Angkut	460.640
7	Eco Green Park	439.459
8	BNS (Batu Night Spectacular)	303.272
9	Milenial Glow Garden	220.379

10	Predator Fun Park	163.744
11	Batu Love Garden (BALOGA)	155.316
12	Pemandian Air Panas Alam Cagar	115.544
13	Gunung Banyak	54.305
14	Wana Wisata Coban Talun	52.511
15	Pemandian Tirta Nirwana	51.355
16	Kelurahan Wisata Pesanggrahan	30.530
17	Wana Wisata Coban Putri	30.333
18	Wana Wisata Coba Rais	28.518
19	Petik Apel Mandiri	24.570
20	Desa Wisata Sidomulyo	21.440
21	Desa Wisata Bumiaji	19.357
22	Desa Wisata Pandanrejo	12.910
23	Taman Dolan	11.926
24	Desa Wisata Punten	10.298
25	<i>Wonderland Waterpark</i>	9.513
26	<i>Rafting "Kaliwatu"</i>	2.061
27	<i>Batu Rafting</i>	1.114
28	Desa Wisats Ngaglik	860
29	Petik Apel "Makmur Abadi"	465

Sumber: Badan Pusat Statistik (2023)

Pada tabel 1 menunjukkan bahwa Batu Love Garden (BALOGA) Kota Batu yang menduduki ranking ke-11 dari 29 tempat wisata. BALOGA tersebut didirikan oleh bapak Paul Sastro sejak tahun 2020 merupakan tempat wisata dengan mengusung konsep taman bunga dan wahana bermain. BALOGA terus berkembang dan bersaing di sektor pariwisata dengan melakukan sebuah cara bagaimana wisatawan merasa bahwa harga yang dikeluarkan sesuai dengan fasilitas yang didapatkan wisatawan. BALOGA terus berkembang dan bersaing di pasaran dengan melakukan sebuah strategi dengan menambah fasilitas yang ada di BALOGA agar semakin beragam dan memadai, dengan harga yang masih tetap terjangkau dan tidak bertambah walaupun fasilitas bertambah.

Namun terjadi fenomena pada BALOGA di bulan April – Mei mengalami penurunan penjualan. Terjadi penurunan pada bulan tersebut dikarenakan bukan musim liburan dan anak-anak sekolah mulai memasuki ujian akhir semester dan orang tua mengharapkan anak-anaknya fokus pada ujian terlebih dahulu. Kemudian dengan harga yang ditawarkan masih ada beberapa pengunjung yang merasa terlalu mahal karena ada wahana yang tidak *include* dalam tiket terusan. Dengan hal ini jika untuk ingin menikmati wahana yang tidak *include* dalam tiket terusan keluarga harus menyiapkan budget lebih jika ingin mencoba wahana tersebut. Oleh karena itu perlu melakukan penelitian tentang “Pengaruh Harga dan Fasilitas Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Di Batu Love Garden Kota Batu”.

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Harga

Menurut Kotler dan Amstron (2016:324) mendefinisikan bahwa “*Price the amount of money charged for a product or service, or the sum of the value that customers exchange for the benefits or having or using the product or service.*” (harga merupakan sejumlah uang yang

Published by:

dikeluarkan untuk sebuah produk atau jasa, atau kepemilikan atau penggunaan atas sebuah produk atau jasa).

Menurut Arif, dkk (2022:31) menyatakan harga adalah suatu nilai yang dinyatakan dalam bentuk rupiah guna pertukaran/transaksi atau sejumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan barang dan jasa. Penetapan harga memiliki implikasi penting terhadap strategi bersaing perusahaan. Tujuan yang ditetapkan harus konsisten dengan cara yang dipilih perusahaan dalam menempatkan posisi relatifnya dalam persaingan. Harga dapat disesuaikan atau diubah secara dramatis, tergantung apa yang ingin dicapai. Kendati demikian, penetapan harga secara tepat merupakan faktor penting dalam menentukan kesuksesan perusahaan dalam jangka pendek dan jangka panjang.

2.2 Fasilitas

Menurut Tjiptono (2014:317) menyatakan bahwa fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas merupakan jasa pelayanan yang disediakan oleh suatu obyek wisata untuk menunjang atau mendukung aktivitas-aktivitas wisatawan yang berkunjung di objek wisata tersebut. Apabila fasilitas objek wisata dapat memenuhi standar pelayanan dan memuaskan pengunjung maka wisatawan akan lebih banyak.

Menurut Gusti (2016:137) menyatakan bahwa fasilitas wisata merupakan semua fasilitas utama maupun dasar yang memungkinkan sarana kepariwisataan dapat hidup dan berkembang dalam rangka memberikan pelayanan kepada para wisatawan.

2.3 Keputusan Berkunjung

Menurut Hidayah (2019:14) menyatakan bahwa keputusan berkunjung konsumen ke suatu objek wisata pada dasarnya erat kaitannya dengan perilaku konsumen. Perilaku konsumen merupakan hal-hal yang mendasari konsumen itu sendiri untuk membuat keputusan. Ketika membeli produk atau jasa seorang akan berpikir untuk menentukan yang mana akan di belinya. Adanya kecenderungan pengaruh lokasi, harga dan daya tarik terhadap keputusan berkunjung yang dilakukan oleh konsumen tersebut, mengisyaratkan bahwa perusahaan perlu mempertimbangkan aspek perilaku konsumen, terutama dalam proses pengambilan keputusan berkunjung.

Menurut Manurung dkk (2023:45) berpendapat bahwa keputusan berkunjung wisatawan dalam penelitian ini adalah sebuah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Keputusan berkunjung merupakan hasil di mana wisatawan benar-benar memutuskan untuk mengunjungi destinasi wisata yang disukai dari berbagai macam alternatif destinasi yang ada.

3. Research Method

3.1 Jenis Penelitian

Pada penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian eksplanatif (*Explanatory Research*) dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian eksplanatif adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk menemukan penjelasan tentang mengapa suatu kejadian atau gejala terjadi (Hardani dkk, 2020:504)

Menurut Hardani dkk (2020:248), penelitian kuantitatif adalah “penelitian dengan pendekatan kuantitatif biasanya dilakukan dengan jumlah sampel yang ditentukan berdasarkan populasi yang ada.

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah pengunjung selama bulan Februari – Juni 2024 sebesar 67.743 dengan jumlah sampel yang diambil untuk penelitian ini adalah sebanyak 100 responden.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability* dengan teknik sampling *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik memilih sampel yang bertujuan secara subjektif yang dilakukan untuk memahami informasi yang dibutuhkan dalam memperoleh kelompok/sasaran tertentu yang memenuhi kriteria yang ditentukan. Adapun kriteria yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengunjung yang sudah berkunjung ke Batu Love Garden (BALOGA) Kota Batu.

3.3 Definisi Operasional Variabel

Berikut merupakan variabel, indikator, dan item dalam penelitian ini:

Tabel 2. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Item	Sumber
Harga (X1)	1. Keterjangkauan Harga	1. Harga terjangkau 2. Harga bervariasi	Kotler & Amstrong (2018:278)
	2. Harga sesuai dengan kemampuan/daya saing	3. Harga dapat bersaing 4. Harga lebih ekonomis	
	3. Kesesuaian harga dengan kualitas	5. Variasi harga sesuai dengan fasilitas 6. Harga paket sesuai dengan hasil	
	4. Kesesuaian harga dengan manfaat	7. Variasi harga sesuai dengan manfaat 8. Harga paket sesuai manfaat	
Fasilitas (X2)	1. Kebersihan dan kerapian fasilitas yang ditawarkan	9. Kondisi fasilitas bersih 10. Penataan fasilitas rapi	Tjiptono (2015:44)
	2. Kondisi dan fungsi fasilitas yang ditawarkan	11. Semua fasilitas kondisi baik 12. Semua fasilitas dapat berfungsi	
	3. Kemudahan menggunakan fasilitas yang ditawarkan	13. Penggunaan fasilitas mudah 14. Letak fasilitas mudah ditemukan	
		15. Fasilitas lengkap	

Variabel	Indikator	Item	Sumber
Keputusan Berkunjung (Y)	4. Kelengkapan fasilitas yang digunakan	16. Keamanan fasilitas terjamin	Arsita (2016:4)
	1. Kemantapan untuk melakukan keputusan berkunjung	17. Rasa ingin tahu	
		18. Pengalaman baru	
		19. Informasi destinasi lengkap	
	2. Menjadikan suatu objek wisata sebagai preferensi utama	20. Keindahan alam	
		21. Mudah diakses	
	3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain	22. Konten yang menarik	
		23. Merekomendasikan kepada teman/pacar	
		24. Merekomendasikan kepada keluarga	
		25. Merekomendasikan kepada orang asing	
	4. Melakukan kunjungan ulang	26. Akan kembali berkunjung	
		27. Kembali berkunjung bersama keluarga/teman/pacar	
		28. Kembali berkunjung untuk mencoba wahana baru	

Sumber: Kotler & Armstrong (2018), Tjiptono (2015:44), dan Arsita (2016:4)

3.4 Metode Pengumpulan Data

3.4.1 Observasi

Menurut Hardani dkk (2020:411) adalah “Teknik observasi digunakan untuk mengevaluasi aspek kognitif dan non-kognitif responden dan digunakan untuk evaluasi kinerja, minat, sikap, nilai-nilai terhadap masalah dan situasi responden.” Pada penelitian ini dilakukan observasi pada Batu Love Garden Kota Batu untuk melihat situasi dan kondisi sesungguhnya.

3.4.2 Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2020:124) “Dokumentasi merupakan pengumpulan dari catatan peristiwa yang sudah berlaku baik berbentuk tulisan, gambar/foto atau karya-karya monumental dari seseorang/instansi.” Pada penelitian ini dilakukan dokumentasi pada Batu Love Garden (BALOGA) Kota Batu untuk mengumpulkan data sebagai bukti kondisi sesungguhnya.

3.4.3 Kuesioner

Menurut Hardani dkk (2020:406) menyatakan bahwa “Kuesioner sering menggunakan daftar periksa (*checklist*) dan skala penilaian. Perangkat ini membantu menyederhanakan dan mengukur perilaku dan sikap responden. Daftar periksa (*checklist*) adalah daftar perilaku, karakteristik, atau entitas lain yang dicari peneliti.” Dalam penelitian ini kuesioner berisi mengenai harga dan fasilitas terhadap keputusan berkunjung. Kuesioner disebarkan secara langsung untuk mengumpulkan jawaban dari responden.

Published by:

3.4.4 Wawancara

Menurut Hardani dkk (2020:408) menyatakan bahwa “Wawancara merupakan situasi sosial antara dua orang, di mana proses psikologis yang terlibat membutuhkan kedua individu secara timbal balik dalam memberikan beragam tanggapan sesuai tujuan penelitian. Dalam wawancara terstruktur, peneliti mengajukan serangkaian pertanyaan standar.” Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan secara tatap muka kepada SPV *Marketing* Batu Love Garden (BALOGA) Kota Batu untuk mengetahui jumlah pengunjung pada bulan April sampai Juni 2024. Selain itu juga melakukan wawancara dengan para pengunjung di Batu Love Garden (BALOGA) Kota Batu untuk ketersediaan mengisi kuesioner yang peneliti bagikan untuk mendapatkan jawaban responden.

4. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan kuesioner yang telah dibagikan secara *offline* kepada 100 responden selaku pengunjung Batu Love Garden (BALOGA) Kota Batu disebarkan secara langsung maka didapatkan hasil data dengan deskripsi responden sebagai berikut:

4.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan alat ukur untuk mengetahui valid tidaknya sebuah item pertanyaan yang digunakan dalam kuesioner.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	R _{hitung}	R _{tabel}	Sig.	Keterangan
Harga (X1)	X1.1.1	0.598	0.196	0.000	Valid
	X1.1.2	0.531	0.196	0.000	Valid
	X1.2.1	0.554	0.196	0.000	Valid
	X1.2.2	0.629	0.196	0.000	Valid
	X1.3.1	0.451	0.196	0.000	Valid
	X1.3.2	0.466	0.196	0.000	Valid
	X1.4.1	0.501	0.196	0.000	Valid
	X1.4.2	0.550	0.196	0.000	Valid
Fasilitas (X2)	X2.1.1	0.528	0.196	0.000	Valid
	X2.1.2	0.501	0.196	0.000	Valid
	X2.2.1	0.672	0.196	0.000	Valid
	X2.2.2	0.428	0.196	0.000	Valid
	X2.3.1	0.566	0.196	0.000	Valid
	X2.3.2	0.552	0.196	0.000	Valid
	X2.4.1	0.480	0.196	0.000	Valid
	X2.4.2	0.441	0.196	0.000	Valid
Keputusan Berkunjung (Y)	Y1.1.1	0.610	0.196	0.000	Valid
	Y1.1.2	0.407	0.196	0.000	Valid
	Y1.1.3	0.497	0.196	0.000	Valid
	Y1.2.1	0.387	0.196	0.000	Valid
	Y1.2.2	0.463	0.196	0.000	Valid
	Y1.2.3	0.273	0.196	0.006	Valid
	Y1.3.1	0.249	0.196	0.012	Valid
	Y1.3.2	0.475	0.196	0.000	Valid
	Y1.3.3	0.473	0.196	0.000	Valid

Variabel	Item	R _{hitung}	R _{tabel}	Sig.	Keterangan
	Y1.4.1	0.539	0.196	0.000	Valid
	Y1.4.2	0.530	0.196	0.000	Valid
	Y1.4.3	0.341	0.196	0.001	Valid

Berdasarkan tabel 3 di atas, hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua item pertanyaan yang digunakan sebagai alat ukur variabel harga (X1), fasilitas (X2), dan keputusan berkunjung (Y) adalah valid. Hal ini dapat dibuktikan bahwa seluruh item pertanyaan pada masing-masing variabel memiliki r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} (0,1982) dan dengan taraf signifikan $<0,05$ sehingga item-item dari harga (X1), fasilitas (X2) dan keputusan berkunjung (Y) dapat mengukur pengaruh Harga dan Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung di Batu Love Garden (BALOGA) Kota Batu.

4.2 Uji Realibilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Jawaban responden terhadap pertanyaan dikatakan reliabel jika masing-masing pertanyaan dijawab secara konsisten.

Tabel 4. Hasil Uji Realibilitas

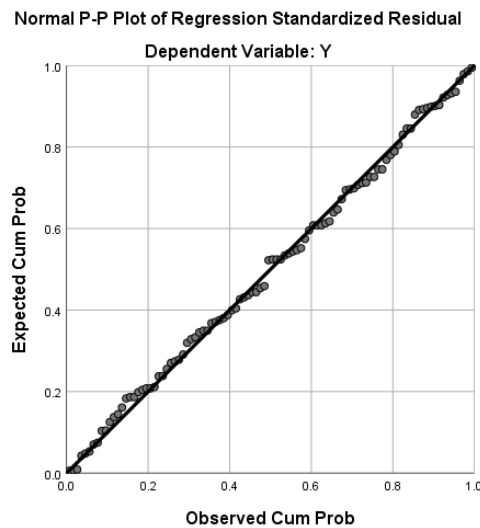
Variabel	Cronbach Alpha	Standar	Keterangan
Harga (X1)	0.646	0,6	Reliabel
Fasilitas (X2)	0.619	0,6	Reliabel
Keputusan Berkunjung (Y)	0.617	0,6	Reliabel

Berdasarkan tabel di atas hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0,6. Hal ini menunjukkan bahwa item-item yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel. Reliabel berarti item-item variabel harga (X1), fasilitas (X2) dan keputusan berkunjung (Y) dianggap dapat dipercaya dan diandalkan sebagai alat ukur variabel dalam penelitian.

4.3 Uji Asumsi Klasik

4.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan uji F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. (Ghozali, 2018:161)

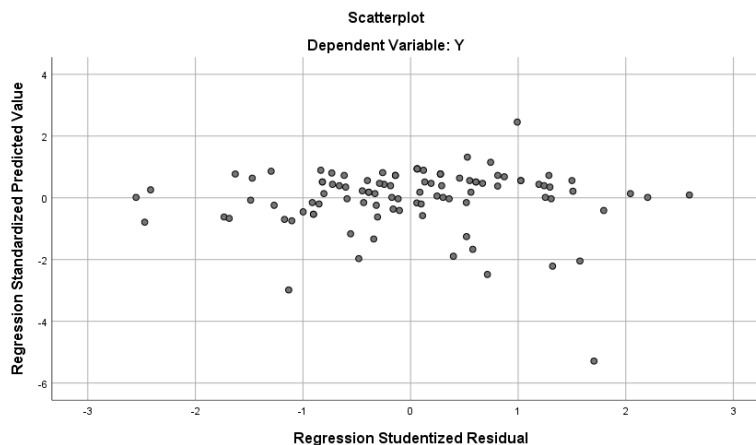


Gambar 1. Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan gambar di atas hasil uji normalitas dapat dilihat bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal atau grafik histogramnya yang menunjukkan bahwa pola distribusi normal.

4.3.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah varian variabel dalam model tidak sama untuk semua pengamatan. Model regresi yang baik adalah heteroskedastisitas atau tidak terjadi homokestisitas, salah satunya yaitu melihat grafik scatterplot.



Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar di atas, hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat bahwa tidak terdapat pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan model regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.3.3 Uji Multikolineritas

Uji Multikolineritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. (Ghozali, 2018: 157).

Published by:

Tabel 5 Hasil Uji Multikolineritas

Variabel bebas	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Harga (X1)	0.664	1.507	Tidak Terjadi Multikolonieritas
Fasilitas (X2)	0.664	1.507	Tidak Terjadi Multikolonieritas

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji multikolineritas dapat dilihat bahwa nilai VIF dari variabel harga dan fasilitas memiliki *tolerance* > 0,10 dan VIF <10, dengan demikian variabel bebas (*independent*) dapat dikatakan tidak terjadi multikolonieritas.

4.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 6. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	B
(Constant)	16.931
Harga (X1)	0.574
Fasilitas (X2)	0.452

Berdasarkan tabel 6 di atas, hasil uji analisis regresi linier berganda dapat diketahui persamaan regresi linier sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 16,931 + 0,574 X_1 + 0,452 X_2$$

Keterangan:

a = Konstanta

b₁ = Koefisien regresi Harga

b₂ = Koefisien regresi Fasilitas

X₁ = Variabel Harga

X₂ = Variabel Fasilitas

Y = Variabel Keputusan Berkunjung

e = *error* (tingkat kesalahan)

Berdasarkan persamaan di atas dapat dijelaskan bahwa:

1. Nilai Konstanta (a) = 16,931
Konstanta sebesar 16,931 artinya jika semua variabel bebas yaitu harga (X₁) dan fasilitas (X₂) diabaikan atau diasumsikan 0 (nol), maka variabel keputusan berkunjung (Y) akan sebesar nilai konstantanya yaitu 16,931.
2. Nilai Koefisien Regresi Variabel Harga (b₁) = 0,574
Nilai koefisien regresi berganda harga (X₁) sebesar 0,574 bernilai positif. Artinya apabila terjadi penambahan nilai sebesar 1 satuan pada variabel harga dan variabel fasilitas diasumsikan 0 (nol), maka variabel keputusan berkunjung (Y) akan meningkat sebesar 0,574.
3. Nilai Koefisien Regresi Variabel Fasilitas (b₂) = 0,452
Nilai koefisien regresi berganda fasilitas (X₂) sebesar 0,452 bernilai positif. Artinya apabila terjadi penambahan nilai sebesar 1 satuan pada variabel fasilitas dan variabel harga

Published by:

diasumsikan 0 (nol), maka variabel keputusan pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,452 Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, variabel harga (X1) dan fasilitas (X2) yang mempunyai kontribusi atau berpengaruh paling besar terhadap keputusan berkunjung (Y) adalah harga (X1) dengan koefisien 0,574 dibandingkan fasilitas (X2) dengan koefisien 0,452.

4.5 Analisis Determinasi

Analisis koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Tabel 7. Hasil Analisis Determinan

R	R Square	Adjusted R Square
0.791	0.625	0.618

Berdasarkan tabel di atas, hasil analisis koefisien determinasi (R^2) dapat diketahui bahwa koefisien determinasi *Adjusted R Square* yang diperoleh sebesar 0,618. Artinya bahwa 61,8% variabel Keputusan Berkunjung akan dipengaruhi oleh variabel bebasnya, yaitu Harga (X1) dan Fasilitas (X2). Sedangkan sisanya 38,2% variabel Keputusan Berkunjung akan dipengaruhi oleh variabel-variabel yang lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

4.6 Uji Hipotesis

4.6.1 Uji Parsial (Uji t)

Pengujian hipotesis secara parsial bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas secara individu terhadap variabel terikat yaitu variabel harga dan fasilitas terhadap keputusan berkunjung di Batu Love Garden (BALOGA) Kota Batu.

Tabel 8. Hasil Uji t

Variabel	t_{hitung}	t_{tabel}	Signifikan	Tingkat Signifikan (α)	Keterangan
Harga (X1)	6.639	1,985	0.000	0,05	Signifikan
Fasilitas (X2)	4.990	1,985	0.000	0,05	Signifikan

Berdasarkan tabel di atas, pengujian hipotesis secara parsial (uji t) di atas maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Ha untuk hipotesis 1 diterima dan H0 ditolak. Hal ini dikarenakan variabel harga memiliki $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $6,639 > 1,985$ dan signifikan $0,000 < \alpha = 0.05$. berdasarkan kriteria tersebut dapat disimpulkan Hipotesis (H1) yang menyatakan Harga secara parsial berpengaruh positif terhadap Keputusan Berkunjung di Batu Love Garden (BALOGA) Kota Batu, diterima.
2. Ha untuk hipotesis 2 diterima dan H0 ditolak. Hal ini dikarenakan variabel harga memiliki $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $4,990 > 1,985$ dan signifikan $0,000 < \alpha = 0.05$. berdasarkan kriteria tersebut dapat disimpulkan Hipotesis (H2) yang menyatakan Fasilitas secara parsial berpengaruh positif terhadap Keputusan Berkunjung di Batu Love Garden (BALOGA) Kota Batu, diterima.

4.6.2 Uji Simultan (Uji F)

Pengujian hipotesis secara simultan dilakukan untuk mengetahui tingkat signifikan pengaruh secara simultan atau bersama-sama antara variabel bebas (*independent*) yaitu harga dan

fasilitas terhadap variabel terkait (*dependent*) yaitu keputusan berkunjung dengan tingkat signifikansi 0,05.

Tabel 9. Hasil Uji F

F_{hitung}	F_{tabel}	Signifikan	Tingkat Signifikan (α)	Keterangan
80,927	3,090	0,000	0,05	Signifikan

Berdasarkan tabel di atas, pengujian hipotesis secara simultan (uji F) di atas, maka disimpulkan bahwa H_a untuk hipotesis 3 diterima dan H_0 ditolak. Hal ini dikarenakan $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $80,927 > 3,090$ dan signifikan $0,000 < 0,05$. Berdasarkan kriteria tersebut dapat disimpulkan Hipotesis (H_3) yang menyatakan Harga dan Fasilitas secara simultan berpengaruh positif terhadap Keputusan Berkunjung di Batu Love Garden (BALOGA) Kota Batu, diterima.

4.7 Pembahasan

Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Berkunjung

Berdasarkan uji hipotesis secara parsial yang telah dilakukan, maka dapat diketahui pengaruh harga terhadap keputusan berkunjung berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung. Hasil ini dibuktikan dengan hasil uji t yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $6,639 > 1,985$ dan signifikan $0,000 < \alpha = 0,05$. Hasil penelitian ini telah sesuai dengan hipotesis yang menyatakan bahwa diduga harga berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung di Batu Love Garden (BALOGA) Kota Batu. Hal ini dikarenakan pada variabel harga terdapat item dengan mean terbesar yaitu harga terjangkau. Item harga terjangkau memiliki mean sebesar 4,31 dan dapat digolongkan dalam kategori mean sangat tinggi.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mardeliana & Rachmini (2021) mengemukakan bahwa harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Berdasarkan seluruh data yang diperoleh, maka dapat dinyatakan harga berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung di Batu Love Garden (BALOGA) Kota Batu.

Pengaruh Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung

Berdasarkan uji hipotesis secara parsial yang telah dilakukan, maka dapat diketahui pengaruh fasilitas terhadap keputusan berkunjung berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung. Hasil ini dibuktikan dengan hasil uji t yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $4,990 > 1,985$ dan signifikan $0,000 < \alpha = 0,05$. Hasil penelitian ini telah sesuai dengan hipotesis yang menyatakan bahwa diduga fasilitas berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung di Batu Love Garden (BALOGA) Kota Batu. Hal ini dikarenakan pada variabel fasilitas terdapat item dengan mean terbesar yaitu kondisi fasilitas bersih. Item kondisi fasilitas bersih memiliki mean sebesar 4,41 dan dapat digolongkan dalam kategori mean sangat tinggi.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Amal (2023) dan hasil penelitian dari Sanusi & Kusmayadi (2022) mengemukakan bahwa fasilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Berdasarkan seluruh data yang diperoleh, maka dapat dinyatakan fasilitas berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung di Batu Love Garden (BALOGA) Kota Batu.

Pengaruh Harga dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung

Berdasarkan uji hipotesis secara simultan yang telah dilakukan, maka dapat diketahui pengaruh harga dan fasilitas terhadap keputusan berkunjung berpengaruh positif, hasil ini dibuktikan dengan hasil uji F yaitu $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $80,927 > 3,090$ dan signifikan $0,000 < 0,05$. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dan fasilitas secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung.

5. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan kuesioner, diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa harga dan fasilitas berpengaruh terhadap keputusan berkunjung. Melalui berbagai tahap uji validitas dan realibilitas serta uji t dan F terdapat Kesimpulan sebagai berikut:

1. Harga secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung. Artinya untuk meningkatkan keputusan berkunjung diperlukan harga yang sangat baik, meliputi keterjangkaun harga, harga sesuai dengan kemampuan/daya saing, kesesuaian harga dengan kualitas dan kesesuaian harga dengan manfaat.
2. Fasilitas secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung. Artinya untuk meningkatkan keputusan berkunjung diperlukan fasilitas yang sangat baik, meliputi kebersihan dan kerapian fasilitas yang ditawarkan, kondisi dan fungsi fasilitas yang ditawarkan, kemudahan menggunakan fasilitas yang ditawarkan dan kelengkapan fasilitas yang digunakan.
3. Harga dan fasilitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Artinya untuk meningkatkan keputusan berkunjung perlu adanya harga dan fasilitas yang baik.

References

- Amal, M. I. (2023). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Pantai Menganti Kebumen. *JIMMBA : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*.
(<http://eprints.universitaspurabangsa.ac.id/id/eprint/1231>)
- Arsita, E. E. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Merek, dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung di Surabaya.
- Badan Pusat Statistik. (2023, Oktober 2). Retrieved from Badan Pusat Statistik: (<https://batukota.bps.go.id/statictable/2023/08/28/1493/jumlah-pengunjung-objek-wisata-dan-wisata-oleh-oleh-menurut-tempat-wisata-di-kota-batu-2022.html>)
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gusti, B. R. (2016). *Pengantar Industri Pariwisata*. Yogyakarta: Deepublish.
- Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A., . . . Auliya, N. H. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group.
- Hidayah, N. (2019). *Pemasaran Destinasi Pariwisata. Edisi Pertama*. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, & Armstrong. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Jakarta: Salemba

Published by:

Empat.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.

Manurung, R. S., Lubis, N. W., & Hasyim, D. (2023). Pengaruh Harga Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisata Pantai Pasir Putih Parparean Kabupaten Toba. *Jurnal Ilmu Manajemen METHONOMIX (Maret 2023 – Agustus 2023)*.

(<https://ejurnal.methodist.ac.id/index.php/methonomix/article/view/1793>)

Mardeliana, C., & Rachmini, A. (2021). Pengaruh Store Atmosphere Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Rumah Makan Minang Sabana Mojokerto. *JAB : Jurnal Aplikasi Bisnis Volume:7 Nomor:2, Desember 2021*.

(<https://jurnal.polinema.ac.id/index.php/jab/article/view/1890>)

Sanusi, R. F., & Kusmayadi, O. (2022). The Effect of Facilities and Locations on the Decision to Visit Resinda Sport Club Karawang. *PRIMANOMICS : JURNAL EKONOMI DAN BISNIS - VOL. 20. NO. 3 (2022)*.

(<https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/PE/article/view/1469>)

Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta: Andi Offset.

Copyrights

Copyright for this article is retained by the author(s), with first publication rights granted to the journal.

This is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)