

PENGARUH FASILITAS WISATA, HARGA DAN KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN PADA WISATA SUBAN AIR PANAS CURUP

Silvi Anggraeni Junensih¹⁾, Ratnawili²⁾

¹⁾²⁾Universitas Muhammadiyah Bengkulu

Junensih@gmail.com

ratnawili@umb.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of tourism facilities, price and safety on tourist visiting decision at Hot Spring Tourism of Curup. The population of this study was all tourists who are visiting at Hot Spring Tourism of Curup. The sample of this study was 70 respondents. The sample was determined by using purposive sampling technique with the criteria of the respondents being visitors who were visiting at Hot Spring Tourism of Curup. The data was analyzed by using quantitative analysis (validity and reliability tests), multiple regressi on analysis, classical assumption test (multicollinearity normality) and heteroscedasticity), the ttest and the coefficient of determination. From the results of multiple regression analysis, it is found that the regression equation $Y=13.251+0.251(X1)+0.279(X2)+0.539(X3)$. This means that the Tourism Facility, Price and Security variables have appositve effect on visiting decisions. While from the hypothesis, the value for Tourism Facilities (X1) is 2.480 with a significan celevel of 0.016, for Price (X2)2.249 with a significance of 0.028 and for the security variable (X3)3.783 with a significan celevel of 0.000. t test statessignifican tresults forall variables and the hypothesis accepted. The result of multiple regression analysis also shows the coefficient of determination of 0.589, which means that the variables of Tourism Facilities, Price and Security give effect on visiting decision of tourists by 58.9%, while 41.1% is influenced by other variables which are not observed in this study.

Keywords: *Tourism Facility, Price, Security, Visiting Decision.*

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara dengan banyak tempat alam alami tanpa ada sentuhan tangan manusia sedikitpun. Hal inilah yang menjadikan Indonesia seb agai negara yang paling dipilih para wisatawan mancanegara saat berlibur. Alamnya yang luar biasa, keindahan pemandangan yang sangat luar biasa, kekayaan sumber daya alam yang melimpah ruas, bahasanya yang beraneka ragam, agama dan tradisi masyarakatnya yang heterogen membuat Indonesia menjadi miniatur dunia.

Pariwisata adalah aktivitas yang berhubungan dengan perjalanan untuk rekreasi, berlibur, meloncat, atau turisme. Objek pariwisata dapat berupa tempat-tempat untuk sejarah atau lokasi-lokasi alam yang indah dan atraktif. Industri pariwisata saat ini dianggap sebagai industri yang paling pesat perkembangannya. Pariwisata memiliki peran strategis dalam

perekonomian dan kesejahteraan masyarakat di berbagai daerah wisata. Objek wisata merupakan produk jasa yang ditawarkan oleh penyedia jasa agar konsumen datang untuk berwisata. Sekarang ini kunjungan wisata ke suatu daerah sudah menjadi bagian dari gaya hidup untuk memenuhi suatu keinginan atau kebutuhan masyarakat.

Salah satu sektor yang dikembangkan oleh pemerintah daerah adalah memberdayakan objek wisata alam di seluruh wilayah Bengkulu dengan bekerja sama dengan pihak swasta lokal yang bersedia menjadi donatur pengembangan objek wisata alam. Salah satu wilayah di Bengkulu yang kaya dengan potensi alam adalah Kota Curup. Kabupaten Rejang Lebong merupakan salah satu Kabupaten di Provinsi Bengkulu yang banyak sekali potensi wisata diantaranya dengan beberapa objek wisata alam yang mengagumkan yaitu Wisata Suban Air Panas, Wisata Danau Mas Harun Bastari, Wisata Bukit Kaba dan Bunga Rafflesia Arnoldi, dan Wisata Air Terjun Kepala. Masing-masing wisata memiliki keunikan tersendiri. Objek Wisata Alam secara umum di Kota Curup relative diminati masyarakat terutama pada hari libur atau akhir pekan. Pada umumnya masyarakat yang mengunjungi objek wisata alam memiliki tujuan ingin bersantai menikmati keindahan alam, menikmati menu makanan yang disediakan berbagai kantin sekitar objek wisata.

Menurut Sulastyono (dalam Isti Faradisa, 2016) fasilitas adalah penyediaan perlengkapan-perengkapan fisik untuk memberi kemudahan kepada konsumen untuk melaksanakan aktivitas-aktivitas sehingga kebutuhan konsumen dapat terpenuhi. Fasilitas merupakan segala sesuatu yang sengaja disediakan oleh penyedia jasa untuk dipakai serta dinikmati oleh konsumen yang bertujuan memberikan tingkat kepuasan yang maksimal. Fasilitas merupakan segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik yang disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen (Kotler, 2002: 45). hal yang harus diperhatikan dan dilakukan oleh pengelola objek wisata selain memiliki keunggulan dan keunikan dalam produk jasa wisatanya yaitu fokus pada strategi pemasaran khususnya dalam penetapan harga.

Menurut Kotler dan Keller (2012), harga merupakan sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli. Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atau dikenakan atas sebuah produk atau jasa (Kiswanto, 2017, Aryandi, J., 2020). Sesuai dengan sejumlah penelitian terdahulu teridentifikasi bahwa didalam pengembangan objek wisata pemerintah daerah harus melakukan pengelolaan yang terbaik sejumlah variable seperti keamanan dan kenyamanan wisatawan. Dari sudut keamanan, objek wisata Suban Air Panas tergolong aman. Selain dengan fasilitas yang menarik, unik dan harga yang terjangkau bahwa keamanan wisatawan dalam mengunjungi objek wisata Suban Air Panas merupakan faktor yang berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung para wisatawan. Faktor keamanan pada suatu kawasan pariwisata merupakan nilai tambah dan peluang untuk dikunjungi oleh wisatawan.

Keamanan berasal dari kata dasar aman yang artinya bebas dari bahaya, aman juga berarti bebas dari gangguan. (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2012). Dari uraian tersebut dapat dimaknai bahwa keamanan yaitu sebuah keadaan aman atau ketentraman seseorang atau sekelompok orang terhadap resiko bahaya yang timbul karena faktor lingkungan.

Keputusan berkunjung merupakan proses pengintegrasian yang mengkombinasi sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternative, dan memilih salah satu diantaranya (Nugroho 2003,).

Kotler dan Armstrong (2001) menyatakan bahwa keputusan pembelian adalah tahap proses keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar membeli. Keputusan pembelian adalah sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya.

Maka apabila fasilitas yang di sediakan di perusahaan jasa memenuhi maka akan meningkatkan keputusan berkunjung. Adanya fasilitas yang mendukung sesuai dengan kebutuhan para wisata yang terkait dengan upaya untuk mempertahankan konsumen (para wisatawan). Jika jasa pariwisata dapat membuat fasilitas yang lengkap, harga tiket yang terjangkau, kenyamanan dan keamanan dalam berkunjung tergolong nyaman dan aman maka konsumen pengguna jasa wisata akan merasa puas dalam menggunakan jasa tersebut sehingga tempat wisata dapat menciptakan keputusan berkunjung.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah semua pengunjung atau wisatawan yang berada atau yang sedang berkunjung Pada Wisata Suban Air Panas Curup. Dalam penelitian ini diambil 70 responden sebagai sampel. Penentuan sampel menggunakan tehnik purposive sampling dengan kriteria respondennya ialah pengunjung yang berada atau sedang berkunjung pada wisata suban air panas Curup. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif (uji validitas dan reliabilitas), analisis regresi berganda, uji asumsi klasik (normalitas multikolinearitas dan heteroskedastisitas), uji t dan koefisien determinasi.

HASIL PENELITIAN

Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Hasil pengujian hipotesis secara parsial dengan bantuan program SPSS dapat dilihat pada tabel 4.11 berikut :

Tabel 1
Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.251	4.551		2.911	.005
	Fasilitas Wisata	.251	.101	.249	2.480	.016
	Harga	.279	.124	.231	2.249	.028
	Keamanan	.539	.142	.390	3.783	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

Sumber : Hasil Penelitian data diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas maka uji hipotesis secara parsial dapat dilihat perbandingan antara t_{hit} dengan $t_{a/2} (n-k-1) = 70 - 2 - 1 = 67 (1.996)$ setiap variabel sebagai berikut :

1. Fasilitas Wisata (X_1), $t_{hit} > t_{a/2} (2.480 > 1.996)$ dan ($sig \alpha = 0.016 < 0.05$) hal tersebut menyatakan bahwa adanya pengaruh signifikan Fasilitas Wisata (X_1) terhadap Keputusan Berkunjung wisatawan pada wisata Suban Air Panas Curup. Dengan demikian hipotesis pertama yang diajukan ada pengaruh Fasilitas Wisata terhadap Keputusan Berkunjung dapat terbukti (H_a diterima).
2. Harga (X_2), $t_{hit} > t_{a/2} (2.249 > 1.996)$ dan ($sig \alpha = 0.028 < 0.05$) hal tersebut menyatakan bahwa adanya pengaruh signifikan Harga (X_2) terhadap Keputusan Berkunjung wisatawan pada wisata Suban Air Panas Curup.

3. Keamanan (X_3), $t_{hit} > t_{\alpha/2}$ ($3.783 > 1.996$) dan ($\text{sig } \alpha = 0.000 < 0.05$) hal tersebut menyatakan bahwa adanya pengaruh signifikan Keamanan (X_3) terhadap Keputusan Berkunjung wisatawan pada wisata Suban Air Panas Curup. Dengan demikian hipotesis ke tiga yang diajukan ada pengaruh Keamanan terhadap Keputusan Berkunjung dapat terbukti (H_a diterima).

Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Uji Simultan adalah pengujian hipotesis yang untuk mengetahui pengaruh variable independen secara bersama-sama terhadap variable dependen. Dalam penelitian ini yang ingin diketahui adalah pengaruh Fasilitas Wisata (X_1), Harga (X_2), dan Keamanan (X_3), berpengaruh bersama-sama terhadap Keputusan Berkunjung (Y). Berikut output pengujian hipotesis dengan SPSS.

Tabel 2
Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	281.986	3	93.995	12.147	.000 ^a
	Residual	510.714	66	7.738		
	Total	792.700	69			

a. Predictors: (Constant), Keamanan, Fasilitas Wisata, Harga

b. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

Sumber : Hasil Penelitian data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.12 diketahui F_{hitung} sebesar 12.147 dengan nilai F_{tabel} 2.74 yaitu , ($12.147 > 2.74$) dan ($\text{sig } \alpha = 0.000 < 0.05$) maka demikian dapat disimpulkan bahwa variabel Fasilitas Wisata (X_1), harga (X_2), dan keamanan (X_3), berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung wisatawan pada wisata Suban Air Panas Curup dengan demikian hipotesis ke empat yang diajukan yaitu ada pengaruh Fasilitas Wisata (X_1), harga (X_2), dan keamanan (X_3), terhadap Keputusan Berkunjung (Y) dapat terbukti (H_a diterima).

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data mentah yang dilakukan pada wisatawan atau pengunjung pada obyek wisata suban air panas curup, melalui penyebaran kuesioner terhadap 70 orang responden yang telah diuji sehingga dapat diketahui pengaruh Fasilitas Wisata, Harga dan Keamanan terhadap Keputusan Berkunjung wisatawan pada wisata suban air panas Curup :

Pengaruh Fasilitas Wisata (X_1) terhadap Keputusan Berkunjung (Y)

Hasil penelitian pada variabel Fasilitas Wisata menunjukkan bahwa Fasilitas Wisata berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keputusan Berkunjung wisatawan pada wisata suban air panas Curup sehingga hipotesis dalam penelitian ini diterima. Artinya apabila Fasilitas Wisata yang ada lengkap dan memadai maka Keputusan Berkunjung wisatawan pada wisata suban air panas Curup juga akan meningkat. Hal ini dapat dilakukan oleh pengelola wisata dengan cara melengkapi fasilitas yang ada.

Hasil penelitian ini sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh Setiadi (2018) menyimpulkan bahwa variable fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung ke tempat wisata. Keputusan pembelian merupakan pilihan konsumen diantara beberapa pilihan yang ditawarkan (Prasetyo, 2005, Munandar, J. A., 2021). Dimana fasilitas memainkan peran penting dalam memutuskan untuk mengunjungi wisata. Wisatawan akan memilih untuk mengunjungi obyek wisata jika fasilitas yang ditawarkan memenuhi harapan pengunjung.

Menurut Sulastiyono (dalam Nicklouse, 2015) mengatakan bahwa fasilitas adalah penyediaan perlengkapan-perengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para tamu dalam melaksanakan aktivitas-aktivitasnya atau kegiatan-kegiatannya, sehingga keutuhan-kebutuhan tamu dapat terpenuhi.

Menurut Tjiptono, fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas merupakan sesuatu yang sangat penting dalam usaha jasa, oleh karena itu fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, kelengkapan desain interior dan eksterior serta kebersihan fasilitas harus dipertimbangkan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan konsumen secara langsung.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Helena sirait (2017), Retno Putri Anggraini, Liliek Nur Sulistyowati, Hari Purwanto dengan hasil penelitian adanya pengaruh Fasilitas Wisata terhadap Keputusan Berkunjung.

Pengaruh Harga (X₂) terhadap Keputusan Berkunjung (Y)

Hasil penelitian pada variabel Harga menunjukkan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keputusan Berkunjung wisatawan pada wisata suban air panas Curup sehingga hipotesis dalam penelitian ini diterima. Artinya Harga yang diberikan dan diterapkan oleh pengelola wisata suban air panas Curup sudah tepat dan sesuai untuk membuat dan menarik wisatawan memutuskan berkunjung pada obyek wisata suban air panas Curup.

Kotler (2005) konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk yang ditawarkan banyak dipengaruhi oleh persepsinya terhadap price, product, promotion, place, yang telah diterapkan oleh perusahaan selama ini. Harga juga didefinisikan sebagai suatu nilai tukar untuk manfaat yang ditimbulkan oleh barang atau jasa tertentu bagi seseorang. Semakin tinggi manfaat yang dirasakan konsumen dari produk atau jasa tertentu, maka semakin tinggi nilai tukar barang dan jasa tersebut bagi konsumen dan semakin besar pula alat penukaran yang dikorbankan. Harga merupakan hal yang diperhatikan konsumen saat melakukan pembelian.

Tjiptono (2002) dari sudut pandang konsumen, harga sering kali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang dan jasa. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pada tingkat harga tertentu, bilamana manfaat yang dirasakan konsumen meningkat maka nilainya akan meningkat pula.

AT.Putranoto (2018) jika harganya sangat tinggi, pengguna biasanya mengharapkan kualitas (manfaat) yang tinggi, dan persepsi mereka akan dipengaruhi oleh harapan ini. Stanton (1996) konsumen sendiri memiliki persepsi mengenai harga, bahwa semakin tinggi harga suatu produk makin tinggi pula kualitas produk atau manfaat yang didapat.

Menurut Setiadi (2010) harga yang kompetitif akan mempengaruhi konsumen untuk memilih produk tersebut dibandingkan produk yang ada dipasaran lainnya. Susanto (2013) semakin menarik harga yang ditawarkan dalam pembelian produk maka akan semakin meningkatkan keputusan konsumen untuk membeli produk.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Lempoy dkk (2015), hasil analisis secara parsial variabel harga berpengaruh terhadap keputusan

pembelian. Selanjutnya hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Oci Nabila (2019) variabel harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Keamanan (X₃) terhadap Keputusan Berkunjung (Y)

Hasil penelitian pada variabel Keamanan menunjukkan bahwa Keamanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keputusan Berkunjung wisatawan pada wisata suban air panas Curup sehingga hipotesis dalam penelitian ini diterima. Artinya wisatawan yang datang memperhatikan Keamanan yang ada pada wisata suban air panas Curup apabila keamanan yang ada baik maka wisatawan akan mempertimbangkan memutuskan Berkunjung pada wisata suban air panas Curup.

Menurut Sumarwan (2010) factor keamanan merupakan fasilitas yang menunjukkan adanya jaminan kepada setiap individu untuk mendapatkan keselamatan baik harta benda maupun keselamatan jiwa ataupun nyawa. pada umumnya fasilitas pelayanan jasa menempatkan beberapa individu untuk melaksanakan tugas tersebut.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang disampaikan keamanan dan kenyamanan objek wisata menjadi salah satu factor pendorong wisatawan agar berkunjung. Menurut Othman dkk (2012) factor dominan untuk berkunjung pada sebuah lokasi wisata adalah keamanan dan kenyamanan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nismawati (2018), dengan hasil penelitian ada pengaruh Keamanan terhadap Keputusan Berkunjung.

Pengaruh Fasilitas Wisata (X₁), Harga (X₂) dan Keamanan (X₃) terhadap Keputusan Berkunjung (Y)

Faktor fasilitas juga mempengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan berkunjung dalam sebuah obyek wisata. Setiap perusahaan memberikan fasilitas yang lengkap agar konsumen yang berkunjung puas setelah berkunjung dan akan mengunjungi kembali, dengan diberikannya fasilitas yang lengkap diharapkan dapat menarik banyak pengunjung sehingga bisa dikatakan kelengkapan fasilitas merupakan sebagian dari strategi perusahaan dalam memasarkan produknya. Pengunjung akan cenderung mempertimbangkan fasilitas dalam wisata sebelum menentukan berkunjung ke tempat wisata. Dalam upaya memuaskan konsumen agar maksimal penyedia jasa sengaja menyediakan semua fasilitas sesuai kebutuhan konsumen (Kotler dan Armstrong, 2009).

Hidayah (2019) menyatakan keputusan berkunjung wisatawan ke suatu objek wisata pada mulanya erat kaitannya dengan perilaku konsumen. Perilaku konsumen merupakan salah satu 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. Ilmu perilaku pengunjung dalam literature-literatur yang ada biasanya disebut dengan *tourist behavior* atau *travel behavior*.

Salah satu factor yang mempengaruhi minat wisatawan untuk mengunjungi objek wisata adalah factor keamanan. Menurut Rangkuti (2008) factor keamanan merupakan fasilitas yang dapat menjamin keselamatan harta benda ataupun fisik dan jiwa wisatawan. Pada umumnya tempat wisata tentu menyediakan bagian khusus yang berhubungan dengan keamanan. Personil keamanan terdiri dari beberapa orang yang bertugas dan sift yang berbeda.

Hasil pengujian hipotesis secara simultan menunjukkan adanya pengaruh Fasilitas Wisata (X_1), Harga(X_2), dan Keamanan (X_3), secara bersama-sama terhadap Keputusan Berkunjung (Y) wisatawan pada wisata suban air panas Curup. Hal ini menggambarkan dengan adanya Fasilitas Wisata (X_1), Harga(X_2), dan Keamanan (X_3) yang baik dan memadai maka wisatawan akan memutuskan berkunjung ke obyek wisata suban air panas Curup sehingga hipotesis dalam penelitian ini diterima.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Fasilitas Wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung wisatawan pada wisata suban air panas Curup .
2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung wisatawan pada wisata suban air panas Curup.
3. variabel Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung wisatawan pada wisata suban air panas Curup
4. Fasilitas Wisata (X_1), harga (X_2), dan keamanan (X_3), secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung (Y) wisatawan pada wisata suban air panas Curup.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchori, (2005). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Cetakan 5. Bandung: Alfa Beta
- AR . Syahrul (2015). Pengaruh Daya Tarik, Fasilitas dan Aksesibilitas terhadap Keputusan Wisatawan Asing Berkunjung Kembali Ke Aloita Resort di Kab. Kep. Mentawai. *Jurnal Pelangi*: Vol. 7, No. 1 , 71-82.
- Aryandi, J., (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Cafe Wareg Bengkulu. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, 1(1), 117-127.
- Bilson Simamora, 2003, Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif & Charles W. Lamb, Joseph F. Hair, Carl McDaniel. 2001. Pemasaran, Edisi Cooper, Donald R and Scinlerd, Pamela S (2006). Business Research Method. The MC Grow-Hill Lumphany: Singapore.
- Fandy Tjiptono, 2008 .Strategi Pemasaran, Edisi III, Yogyakarta : CV. Andi Offset
- Kotler, dan Keller (2012). Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jakarta: Erlangga
- Lupiyoadi, Rambat. 2008. Manajemen Pemasaran Jasa, Salemba Empat, Jakarta.
- Malisti, R. F., Wahyudi, P., & Hastari, S. 2019. Pengaruh Atribut Produk Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Pemandian Wisata Alam Banyu Biru. *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi*, 4(1): 23–29.
- Mulyati, Y., & Masruri. 2019. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Wisatawan Domestik Ditinjau dari Perspektif Daya Tarik Destinasi Wisata Kota Bukittinggi. *Menara Ilmu LPPM UMSB*, 13(1): 190–205.
- Munandar, J. A., (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung Di Bank Sumsel Babel Kcp Tanjung Sakti. (*Jems*) *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains*, 2(1), 43-52.
- Onsardi, O., Wulandari, K., Fintahiasari, M., & Yulinda, A. T. (2021). Impact Of Service Marketing On Student Decisions. *JBMP (Jurnal Bisnis, Manajemen dan Perbankan)*, 7(2), 234-254.

- Sirait, H. Dan Puddin, K. 2018. Pengaruh Harga Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Bukit Gibeon Kecamatan Ajibata Kabupaten Toba Samosir. *Jurnal Plans*. Vol. 13 No. 1, 48-55.
- Sonatasia, D., & Arini, E. (2020). Strategi Meningkatkan Loyalitas Konsumen Makanan Khas Kota Curup Kabupaten Rejang Lebong. (*Jmmib*) *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis*, 1(1).
- Suryani, Ratna ,2018.M. Wahyu. Pengaruh Harga Tiket, Fasilitas dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Taman Margasatwa Seruling Mas Banjarnegara. Vol. 16, Nomor: 1hal 1-16.
- Toyib, R., & Muntahanah, M. (2020). Promosi Produk Pertanian Dan Kerajinan Menggunakan Website Serta Pembukuan Sederhana di Desa Sido Dadi Kecamatan Arma Jaya Kabupaten Bengkulu Utara. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bumi Raflesia*, 3(1).
- Youti, O.A. 2003. Pengantar Ilmu Pariwisata. Bandung: Angkasa