

Pengaruh Fasilitas dan Harga terhadap Minat Berkunjung Wisata (Sebuah Systematic Literature Review)

Widia Lasri¹, Ernawati², Yunia Wardi³, Ratnaningtyas Susanti⁴, Elida⁵

^{1,2,3,4,5} Pariwisata dan Perhotelan, Universitas Negeri Padang

e-mail: widialasri@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh fasilitas dan harga terhadap minat berkunjung wisatawan dengan menggunakan pendekatan *Systematic Literature Review* (SLR). Pariwisata merupakan sektor strategis dalam pembangunan ekonomi dan sosial, di mana kualitas fasilitas dan keterjangkauan harga menjadi faktor kunci dalam menarik wisatawan. Dengan merujuk pada studi-studi sebelumnya yang diterbitkan antara tahun 2013 hingga 2023, penelitian ini mengidentifikasi bahwa fasilitas yang memadai, bersih, dan nyaman serta harga yang sesuai dengan ekspektasi wisatawan berkontribusi signifikan terhadap minat dan keputusan berkunjung, termasuk kunjungan ulang. Analisis tematik terhadap literatur yang relevan menunjukkan bahwa kedua variabel ini tidak hanya mempengaruhi minat awal berkunjung tetapi juga berdampak pada kepuasan dan loyalitas wisatawan. Hasil temuan mendukung pentingnya strategi pengelolaan fasilitas dan penetapan harga yang kompetitif untuk meningkatkan citra destinasi. Penelitian ini merekomendasikan pengembangan model dengan variabel mediasi seperti kepuasan dan citra destinasi serta penggunaan pendekatan kuantitatif lanjutan seperti *Structural Equation Modeling* (SEM) untuk analisis yang lebih mendalam dan menyeluruh.

Kata kunci: Fasilitas, Harga, Minat Berkunjung

Abstract

This study investigates the influence of facilities and pricing on tourists' visiting interest through a Systematic Literature Review (SLR) approach. As a key sector in economic and social development, tourism relies heavily on the availability of quality facilities and affordable pricing to attract visitors. Drawing from peer-reviewed articles published between 2013 and 2023, this review finds that well-maintained, clean, and functional facilities, along with reasonable pricing, significantly impact tourists' intentions to visit, their satisfaction, and their likelihood of returning. Thematic analysis reveals consistent evidence that both facilities and price are critical determinants not only of initial visiting decisions but also of long-term tourist loyalty and destination image. The findings underscore the importance of strategic facility management and pricing in tourism marketing. Future research is recommended to incorporate mediating variables such as tourist satisfaction, destination image, and loyalty, as well as to utilize advanced quantitative techniques such as Structural Equation Modeling (SEM) for a deeper and more holistic understanding of the relationships among these variables.

Keywords : Facilities, Price, Visiting Interest

PENDAHULUAN

Indonesia mengacu pada destinasi atau objek wisata yang dirancang dan dikembangkan oleh manusia dengan tujuan rekreasi dan pariwisata. Wisata ini berbeda dari wisata alam yang mengandalkan keindahan dan keunikan. Oleh karena itu, Indonesia memiliki banyak potensi dan sumber daya alam yang harus dikembangkan dengan maksimal yaitu salah satunya adalah sektor pariwisata. Pariwisata merupakan salah satu sektor yang mempunyai peranan yang sangat strategis dalam menunjang pembangunan perekonomian masyarakat. Sektor ini juga direncanakan selain sebagai sumber penghasilan desa, juga merupakan sektor yang mampu

menyerap tenaga kerja dan untuk mendorong perkembangan investasi sehingga pemerintah daerah melakukan berbagai cara untuk mengembangkan industri yang bergerak di bidang jasa ini.

Dalam usaha jasa, penilaian dari konsumen erat kaitannya demi majunya suatu usaha, pentingnya sebuah fasilitas dapat menarik minat berkunjung wisatawan sehingga semakin baik fasilitas yang dimiliki maka minat berkunjung masyarakat semakin meningkat (Awaluddin & Haryanti, 2021).

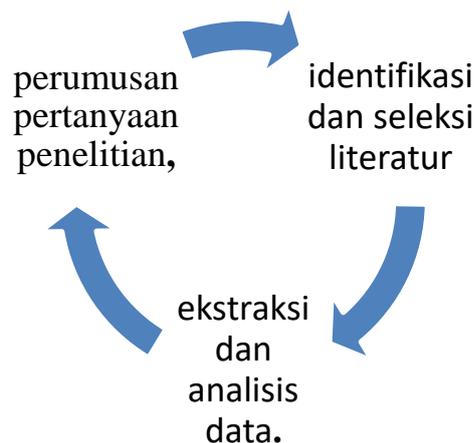
Selain fasilitas, dalam upaya meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, faktor penting lainnya yang perlu diperhatikan yaitu, keterjangkauan harga yang ditawarkan oleh destinasi wisata. Fasilitas yang lengkap, bersih, dan nyaman dapat meningkatkan pengalaman dan kepuasan wisatawan, sedangkan harga yang sesuai dengan harapan dan daya beli wisatawan menjadi pertimbangan utama dalam menarik minat wisatawan berkunjung.

Menurut Niemah (2018:39), pariwisata ada dan berkembang karena wisatawan, salah satu ciri berkembangnya pariwisata di suatu daerah adalah dengan banyaknya wisatawan asing yang masuk ke daerah tersebut. Dengan adanya wisatawan asing yang masuk, maka akan terjadi pembangunan sarana dan prasarana pariwisata yang bertujuan untuk memfasilitasi wisatawan yang berkunjung. Harga yang ditetapkan haruslah sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan agar wisatawan tertarik untuk membeli dan menggunakan produk wisata yang dijual dengan hal tersebut dapat meningkatkan minat berkunjung wisatawan (Syarifuddin, et.al, 2019).

Dengan demikian, untuk mendorong pertumbuhan dan keberlanjutan sektor pariwisata, pemerintah daerah, pelaku usaha, dan pengelola destinasi perlu memberikan perhatian serius terhadap dua aspek utama, yaitu penyediaan fasilitas yang berkualitas dan strategi harga yang terjangkau namun kompetitif. Kedua aspek ini secara bersamaan terbukti dapat meningkatkan minat berkunjung wisatawan, menciptakan kepuasan, dan membangun citra positif destinasi wisata di mata public.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan Systematic Literature Review (SLR) untuk mengidentifikasi, mengevaluasi, dan mensintesis temuan-temuan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan pengaruh fasilitas dan harga terhadap minat berkunjung wisata. Metode SLR dipilih karena mampu memberikan pemahaman yang komprehensif dan terstruktur terhadap tema yang diteliti, serta meminimalisasi bias subjektivitas dalam pengumpulan dan analisis data literatur. Tahapan pelaksanaan SLR dalam penelitian ini mengacu pada model yang dikembangkan oleh Kitchenham (2004), yang terdiri atas tiga langkah utama sebagai berikut:



1. Perumusan Pertanyaan Penelitian

Penelitian ini difokuskan untuk menjawab pertanyaan utama: "bagaimana fasilitas dan harga mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan menurut studi-studi terdahulu."

2. Identifikasi dan Seleksi Literatur.

Pencarian literatur dilakukan melalui database ilmiah dengan kata kunci : The influence of facilities and prices on tourist visiting decisions, dan *systematic literature review*. Kriteria inklusi

meliputi artikel jurnal berbahasa Inggris atau Indonesia yang terbit antara tahun 2013–2025 relevan dengan topik, dan tersedia dalam akses penuh. Kriteria eksklusi adalah publikasi non-ilmiah, artikel yang tidak membahas secara langsung pengaruh fasilitas dan harga terhadap keputusan berkunjung.

3. Ekstraksi dan Analisis Data

Artikel yang lolos seleksi dianalisis menggunakan pendekatan tematik untuk mengidentifikasi dan mengelompokkan pengaruh fasilitas dan harga terhadap minat kunjungan wisatawan yang sering muncul dalam literatur. Analisis dilakukan secara deskriptif dengan memperhatikan frekuensi kemunculan tema, konteks penelitian, serta kontribusi tiap artikel terhadap pemahaman pengaruh fasilitas dan harga terhadap minat kunjungan wisatawan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Minat dapat diartikan sebagai motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan (Schiffman & Kanuk dalam Yandi dkk, 2023). Konsep minat berkunjung wisatawan dapat dipahami melalui landasan teori minat pembelian. Menurut Kotler dan Keller (2016) “minat beli adalah seberapa besar kemungkinan konsumen membeli suatu merek dan jasa atau seberapa besar kemungkinan konsumen untuk berpindah dari satu merek ke merek lainnya. Bila manfaat yang lebih besar dibandingkan pengorbanan untuk mendapatkannya maka dorongan untuk membeli semakin tinggi.

Tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan (Kotler, 2014: 211). Semakin tinggi kepuasan yang dicapai oleh wisatawan melalui fasilitas dan harga setelah berkunjung maka semakin baik citra destinasi tersebut karena fasilitas dan harga sangat mempengaruhi keinginan wisatawan untuk melakukan kunjungan, melakukan kunjungan ulang maupun sebagai preferensi. Hal ini terbukti pada beberapa penelitian yang telah dilakukan peneliti terlebih dahulu yaitu Hasil penelitian I Putu Agus Suwastawa dkk, (2021) yang menyatakan bahwa fasilitas dan harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan secara simultan dan parsial terhadap keputusan berkunjung wisatawan domestik pada Bali Safari & Marine Park di era new normal covid 19. sehingga diharapkan kepada pihak manajemen untuk tetap menjaga fasilitas wisata dalam keadaan baik, bersih, rapi serta memperbaiki fasilitas yang rusak dan strategi penentuan harga dengan sebaik mungkin karena mengingat persaingan dalam usaha pariwisata saat ini semakin ketat.

Selanjutnya, berdasarkan uji hipotesis secara parsial yang telah dilakukan Safirah Haediyanti, (2025) dalam penelitiannya, diketahui fasilitas wisata terhadap kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan hasil ini dibuktikan dengan hasil uji t yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3,089 > 1,663$ dan signifikan $0,000 < 0,05$. Hasil penelitian ini telah membuktikan bahwa fasilitas wisata berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di Lembah Tumpang Kabupaten Malang.

Kemudian Kim Febriany dan Vishnuvardhana S. Soeprpto (2024) melakukan penelitian pengaruh aksesibilitas dan fasilitas terhadap minat berkunjung wisatawan di kampung Ekowisata dan uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel aksesibilitas (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel minat berkunjung wisatawan (Y) dan variabel fasilitas (X2) signifikan berpengaruh secara terhadap variabel minat berkunjung wisatawan (Y) sebesar 91,9%.

Selanjutnya Elex Sarmigi dan Ennike Parasmala (2021) melakukan penelitian kepada konsumen (pengunjung) objek wisata Bukit Khayangan Kota Sungai Penuh menghasilkan secara parsial terdapat pengaruh signifikan antara fasilitas (X1) dan harga (X2) terhadap keputusan berkunjung (Y) ke objek wisata Bukit Khayangan Kota Sungai Penuh sebesar 76,8% . Selanjutnya Berdasarkan hasil pengolahan data dan pembahasan pada penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa dari hasil penelitian pada uji t parsial (X1) Fasilitas Wisata diketahui variabel bebas fasilitas wisata secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat minat berkunjung.

Hal serupa juga ditemukan pada penelitian Cicilia Iswidyamarsha (2020), Berdasarkan hasil pengolahan data dan pembahasan pada penelitian disimpulkan bahwa dari hasil penelitian pada uji t parsial (X1) Fasilitas Wisata diketahui variabel bebas fasilitas wisata secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat minat berkunjung wisatawan di Di Dunia Air Tawar Dan Dunia Serangga TMII.

Selanjutnya Irine Eka Buana Dewi & Hadi Purnomo (2022), variabel fasilitas wisata dan harga berpengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali wisatawan pada destinasi wisata Taman Ghanjaran Trawas. Hal ini dibuktikan dengan hasil nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ yang artinya variabel fasilitas wisata dan harga terdapat pengaruh terhadap minat berkunjung kembali wisatawan.

Kemudian Penelitian yang dilakukan Alita, N.S (2022). Pengaruh fasilitas terhadap minat berkunjung wisatawan di objek wisata pulau angso duo Pariaman menghasilkan variabel Fasilitas (X) secara keseluruhan menunjukkan persentase 44,3% pada rentang $\geq 211,95$ dengan kategori sangat baik. Pada hasil uji regresi linier sederhana menunjukkan nilai F_{hitung} nilai 158.635 serta nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ memiliki arti variabel fasilitas mampu menjelaskan variabel minat berkunjung secara signifikan sebesar 62,2%.

Selain berpengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan fasilitas dan harga juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen ataupun wisatawan. Hal ini berdasarkan penelitian Diki Prakoso dan Ahmad Albar Tanjung (2025), melakukan penelitian dengan hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa secara langsung maupun secara tidak langsung, kualitas pelayanan dan fasilitas mempengaruhi minat berkunjung kembali melalui kepuasan konsumen secara positif signifikan pada Hotel Comercial Bizpark. Berdasarkan hasil tersebut, diharapkan kualitas pelayanan dan fasilitas dapat dipertahankan untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

Hal serupa dengan penelitian yang dilakukan Hafniel Rayendra, dkk, (2019) bahwa harga dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Minang Fantasi Waterpark & Resort Padang Panjang. Hal ini terbukti dengan Koefisien regresi harga terhadap kepuasan pengunjung, dimana nilai t hitung 2.082 dan nilai ($sig = 0,04 < 0,05$). Dengan $df = 96-3 = 93$ diperoleh t_{tabel} sebesar 1.661, dari hasil di atas dapat dilihat bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,082 > 1,661$, maka harga berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung Mifan Waterpark & Resort Padang Panjang, serta Koefisien regresi fasilitas terhadap kepuasan pengunjung Mifan Waterpark & Resort Padang Panjang, dimana nilai t hitung 6.513 dan nilai ($sig = 0,000 < 0,05$). Dengan $df = 96-3 = 93$ diperoleh t_{tabel} sebesar 1.661, dari hasil di atas dapat dilihat bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $6,513 > 1,661$, maka fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung Mifan Waterpark & Resort Padang Panjang.

Selanjutnya penelitian Nurbaeti, dkk (2021) menunjukkan adanya pengaruh yang sangat signifikan daya tarik wisata (DTW) terhadap minat berkunjung wisatawan (MBW) karena objek wisata Danau Cipondoh memiliki keaslian, keindahan alam, keberagaman aktivitas wisata/daya tarik yang bervariasi, keunikan langka atau daya tarik eksklusif, serta keutuhan lingkungan atau keseluruhan pengalaman wisata yang menjadikan unsur yang penting dan motivasi para wisatawan untuk berkunjung pada obyek wisata yang mempunyai keterpaduan dengan sarana pariwisata. Adanya pengaruh yang sangat signifikan aksesibilitas (AKS) terhadap minat berkunjung wisatawan (MBW) karena objek wisata Danau Cipondoh memiliki lokasi yang mudah dijangkau, kondisi jalan yang beraspal dan berbeton, jarak waktu tempuh sangat dekat dengan DKI Jakarta dan Tangerang Selatan. Adanya pengaruh yang sangat signifikan harga (HRG)) terhadap minat berkunjung wisatawan (MBW) karena objek wisata Danau Cipondoh memiliki harga yang standar dan terjangkau sehingga para wisatawan berminat berkunjung untuk berkali-kali ke Danau Cipondoh. Adanya pengaruh yang sangat signifikan fasilitas (FSLTS) terhadap minat berkunjung wisatawan (MBW). Hal ini disebabkan karena objek wisata Danau Cipondoh telah memiliki fasilitas yang lengkap untuk wisatawan antara lain area parkir, mushola, toilet, tempat istirahat, warung makan, dan lain-lain. Didalam penelitian, variabel yang sangat besar berpengaruh signifikan dengan minat berkunjung wisatawan (MBW) adalah harga, oleh karena itu untuk mendukung peran harga sebagai strategi wisata, maka pengelola Danau Cipondoh harus lebih aktif berinteraksi dan mempublikasikan informasi mengenai Danau Cipondoh melalui sosial media seperti Danau Cipondoh harus memiliki sendiri website, instagram dan facebook dengan mempromosikan objek wisata tersebut.

Selanjutnya Khairul Huda dan Yustina Christadani (2023) melakukan penelitian di pantai Lon Malang untuk menganalisis pengaruh dari fasilitas serta juga harga dalam minat berkunjung. Dari hasil analisa regresi, ditemukan bahwa fasilitas, harga memiliki suatu pengaruh positif di dalam minat berkunjung pada Pantai Lon Malang. Hasil uji hipotesis pertama bahwasanya

terdapat pengaruh fasilitas pada minat berkunjung ke Pantai Lon Malang, hal ini disebabkan karena objek wisata Pantai Lon Malang telah memiliki fasilitas yang lengkap untuk wisatawan antara lain area parkir, mushalla, toilet, cafeteria, spot foto, dan lain-lain yang akan menarik para wisatawan untuk berkunjung. kelengkapan, kebersihan terhadap fasilitas harus tetap terjaga, dengan terjaganya fasilitas dapat menarik minat berkunjung dari wisatawan. Hasil uji hipotesis kedua menunjukkan terdapat pengaruh antara harga terhadap minat berkunjung ke Pantai Lon Malang, hal ini disebabkan pengelola Pantai Lon Malang telah menetapkan harga yang standar dan terjangkau sehingga membuat wisatawan berminat berkunjung. Dari hasil analisis menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung. Hasil uji hipotesis ketiga bahwasanya terdapat pengaruh simultan antara fasilitas, serta harga bagi minat mengunjungi ke Pantai Lon Malang, hal ini disebabkan kesesuaiannya fasilitas yang ada dengan harga yang terjangkau sehingga membuat wisatawan berminat berkunjung.

M.Rizal Nur Irawan, dkk (2021) melakukan penelitian pada wisata Wego lamongan menganalisis pengaruh fasilitas wisata, promosi dan harga terhadap minat wisatawan dan menunjukkan variabel fasilitas wisata, promosi dan harga berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap minat wisatawan berkunjung pada Wisata Edukasi Gondang (WEGO) Lamongan dan variabel Fasilitas Wisata, Promosi dan Harga berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap minat wisatawan berkunjung pada Wisata Edukasi Gondang (WEGO) Lamongan. kemudian diantara ketiga variabel tersebut variabel yang paling dominan dalam penelitian ini adalah variabel harga yang mempengaruhi minat wisatawan berkunjung pada Wisata Edukasi Gondang (WEGO) Lamongan.

Kemudian Adinda Reza Angelia, et.al (2024) melakukan penelitian pengaruh fasilitas terhadap minat berkunjung wisatawan ke objek wisata pantai Air manis Padang menunjukkan hasil uji regresi linear sederhana yang menghasilkan persamaan $Y = -0,121 + 0,607X$ dimana konstanta yang dihasilkan sebesar -0,121 dan koefisien regresi variabel fasilitas bernilai positif 0,607, hasil ini menunjukkan bahwa fasilitas yang disediakan di Pantai Air Manis sangat mempengaruhi peningkatan minat berkunjung wisatawan, maka semakin lengkap dan berkualitas fasilitas yang disediakan di Pantai Air Manis, semakin besar minat wisatawan untuk berkunjung ke Pantai Air Manis. Uji t menunjukkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($14,516 > 1,661$). Maka H_a diterima dan H_0 ditolak yang berarti bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan. Hasil analisis korelasi menunjukkan hubungan yang sangat kuat antara fasilitas dengan minat berkunjung, dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,826. Hubungan positif ini menyatakan bahwa makin tinggi fasilitas, maka makin meningkat minat berkunjung wisatawan. Lalu menghasilkan nilai R square sebesar 0,683 itu berarti kontribusi variabel fasilitas terhadap minat berkunjung yaitu 68,3% sedangkan 31,7% dipengaruhi oleh faktor lainnya.

Selanjutnya penelitian Heny Setyowati dan Aditya Liliyan (2022) Pengaruh E-WOM, Fasilitas, Daya Tarik Wisata, dan Harga terhadap Minat Berkunjung Taman Satwa Taru Jurug Solo menunjukkan Fasilitas berpengaruh positif signifikan terhadap minat berkunjung Taman Satwa Taru Jurug Nilai Beta sebesar 0,254, kemudian nilai t 2,258 dan signifikansi 0,026, sehingga disimpulkan bahwa Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung Taman Satwa Taru Jurug. Harga berpengaruh positif signifikan terhadap minat berkunjung Taman Satwa Taru Jurug Nilai Beta sebesar 0,485, kemudian nilai t 4,473 dan signifikansi 0,000, sehingga disimpulkan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung Taman Satwa Taru Jurug sehingga peneliti menyarankan kepada perusahaan agar meningkatkan fasilitas dan membuat diversifikasi harga untuk meningkatkan minat kunjungan wisatawan ke objek wisata taman satwa Taru Jurug Solo.

Selain mempengaruhi minat wisatawan terhadap objek wisata, fasilitas dan harga juga mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung pada café yang terdapat di lokasi objek wisata itu sendiri seperti pada penelitian Inneke setyaningrum, et.al (2021) yang menganalisis pengaruh fasilitas dan harga terhadap minat kunjungan wisatawan di warung Semawis Semarang dan menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama variabel Fasilitas dan Harga terhadap minat kunjungan wisatawan di Waroeng Semawis Semarang. Artinya Fasilitas dan harga yang baik akan berpengaruh yang baik juga terhadap minat kunjungan

wisatawan. Sebaliknya, apabila fasilitas dan harga kurang baik maka dapat berpengaruh kurang baik pada minat kunjungan wisatawan di Waroeng Semawis Semarang. Dan Uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel fasilitas memiliki pengaruh yang lebih tinggi terhadap Minat kunjungan wisatawan dari pada variabel harga. Hal ini dikarenakan wisatawan senang, dan puas pada fasilitas seperti toilet, tempat makan, dan lain lainnya. Dan fasilitas non fisik yang di berikan berupa pelayanan penjual, pelayanan informasi dari para pengelola dan penjual.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis terhadap berbagai literatur dan penelitian sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa fasilitas dan harga merupakan determinan utama yang berpengaruh secara signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan ke destinasi wisata. Minat berkunjung dalam konteks pariwisata dapat dipahami sebagai bentuk intensi atau kecenderungan individu untuk melakukan kunjungan, yang dipengaruhi oleh persepsi terhadap nilai manfaat yang diperoleh dibandingkan dengan pengorbanan yang dikeluarkan, seperti waktu, tenaga, dan biaya. Hal ini selaras dengan teori minat beli menurut Kotler dan Keller (2016) yang menekankan bahwa keputusan konsumen sangat bergantung pada persepsi nilai yang ditawarkan oleh produk atau jasa.

Secara umum, berbagai temuan empiris menunjukkan bahwa penyediaan fasilitas yang lengkap, nyaman, bersih, dan mudah diakses serta harga yang wajar dan kompetitif terbukti mampu meningkatkan minat berkunjung wisatawan secara signifikan. Penelitian yang dilakukan pada berbagai objek wisata di Indonesia—mulai dari kawasan wisata alam, taman hiburan, hingga kawasan edukatif dan ekowisata—secara konsisten menguatkan bahwa kedua variabel tersebut baik secara parsial maupun simultan berpengaruh terhadap keputusan kunjungan wisatawan, termasuk kunjungan ulang. Bahkan dalam beberapa penelitian, fasilitas memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan harga, menunjukkan bahwa kenyamanan dan kemudahan selama berwisata merupakan faktor yang sangat krusial bagi wisatawan.

Selain itu, fasilitas dan harga tidak hanya memengaruhi minat kunjungan, tetapi juga berdampak signifikan terhadap tingkat kepuasan wisatawan, yang selanjutnya dapat memperkuat loyalitas dan citra positif destinasi wisata. Tingkat kepuasan ini timbul dari evaluasi perbandingan antara ekspektasi wisatawan sebelum kunjungan dan persepsi mereka setelah menerima layanan secara nyata. Ketika fasilitas dan harga yang ditawarkan sesuai bahkan melebihi harapan, maka tingkat kepuasan akan meningkat dan berpotensi mendorong wisatawan untuk merekomendasikan maupun mengunjungi kembali destinasi tersebut.

Dalam konteks persaingan industri pariwisata yang semakin kompetitif, upaya peningkatan fasilitas dan penetapan harga yang rasional harus menjadi perhatian utama pengelola destinasi. Selain itu, publikasi informasi terkait kualitas fasilitas dan skema harga yang transparan melalui media digital juga perlu ditingkatkan untuk menjangkau segmen wisatawan yang lebih luas.

Dengan demikian, disarankan kepada pengelola destinasi wisata agar secara berkelanjutan melakukan perbaikan dan inovasi dalam penyediaan fasilitas serta menetapkan strategi harga yang adaptif terhadap preferensi pasar. Langkah ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan minat kunjungan, tetapi juga membangun daya saing dan keberlanjutan destinasi wisata dalam jangka panjang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih atas dukungan yang besar dari keluarga, baik secara moril maupun materi, dan juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan selama proses penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Adinda Reza A. dkk (2024). *Pengaruh Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan ke Objek wisata Pantai air Manis Padang*. Journal homepage: <https://jurnal.ittc.web.id/index.php/jkph> Vol.2.No 2

- Alita, Novita Sari. (2022). *Pengaruh Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Pulau Angso Duo Pariaman*. Jurnal Pendidikan Tambusai. Volume 6 Nomor 1 Halaman 1130-1134.
- Awaluddin, A., & Haryanti, I. (2021). *Pengaruh Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Minat Berkunjung Pada Water Boom Arema Raya Kota Bima*. Manajemen Dewantara, 5(2), 93–105. <https://doi.org/10.26460/md.v5i2.10286>
- Barbara Kitchenham 2004. *Procedures for Performing Systematic Reviews*
- Cicilia Iswidyamarsha dan Yudhiet F. Dewantara, 2020. *Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Promosi Terhadap Minat Berkunjung Di Dunia Air Tawar Dan Dunia Serangga TMII*. Sadar Wisata: Jurnal Pariwisata Volume 3 No.2 . <http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/wisata>.
- Desi Permata sari (2021). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, Lokasi* (Literature Review Manajemen Pemasaran). Jurnal ilmu manajemen terapan. DOI: <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4>.
- Diki Prakoso dan Ahmad A. Tanjung, (2025) *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Minat Berkunjung Kembali melalui Kepuasan Konsumen Hotel Comercial Bizpark*. Jurnal samudra ekonomi dan bisnis. Volume 16, Nomor 1, <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>.
- Elex Sarmigi dan Ennike Parasmala. 2021. *Pengaruh Fasilitas, Lokasi, Dan Harga Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Objek Wisata Bukit Khayangan Kota Sungai Penuh*. E-Journal Al-Dzahab Vol. 2 (2)
- Hafniel Rayendra, dkk. 2019. *Analisis Pengaruh Harga, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Minang Fantasi Waterpark & Resort Padang Panjang*. Performa Jurnal of management and enterpreneurship at <https://jurnal.unbrah.ac.id/index.php/performance>
- Heny Setyowati & Adtya Liliyan (2022). *Pengaruh E-WOM, Fasilitas, Daya Tarik Wisata, dan Harga terhadap Minat Berkunjung Taman Satwa Taru Jurug*. Jurnal manajemen perhotelan dan pariwisata.vol 5 issue 1.
- Inneke setia N., dkk (2021). *Pengaruh Fasilitas dan Harga Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan di Waroeng Semawis Pecinan Semarang*. Gemawisata: Jurnal Ilmiah Pariwisata. Vol.17.No.3. Hal156-164
- I Putu Agus Suwastawa, dkk. 2021. *Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Harga Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Domestik Pada Bali Safari & Marine Park Di Era New Normal Covid 19*. Jurnal manajemen dan bisnis Equilibrium. Vol. 7 No. 1 (2021), hal: 113-124 DOI: https://doi.org/10.47329/jurnal_mbe.v7i1.727.
- Irine Eka B. D. & Hadi Purnomo (2022). *Pengaruh Fasilitas Wisata, Promosi, dan Harga Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan (Studi Destinasi Wisata Taman Ghanjaran Trawas)*. Jurnal Kajian Ilmu manajemen.JKIM
- Jayaprakash, K., & Mythili, B. (2017). *Tourist Satisfaction Level on Destination Facilities in The Nilgiris*. EPRA International Journal of Economic and Business Review, 5(9): 122-126.
- Khairul huda & Yustina Christadani (2023). *Pengaruh Fasilitas Dan Harga Pada Minat Berkunjung Di Pantai Lon Malang Sampang*. J-MACC Journal of Management and Accounting Vol. 6, No. 1.
- Kim Febriany & Vishnuvardhana S. Soeprpto, (2024). *Pengaruh Aksesibilitas Dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Kampung Ekowisata*. Jurnal Pendidikan Sejarah dan Riset Sosial Humaniora (KAGANGA). Volume 7, Nomor 2. DOI: <https://doi.org/10.31539/kaganga.v7i2.10681>
- Kotler, Philip And Armstrong, Gary 2016. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta, penerbit Erlangga
- Meyta S. Hardina & Eka Sudarusman (2021). *Pengaruh Harga, Lokasi, dan Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung Wisata Taman Sari di Yogyakarta*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa.Cakrawangsa bisnis. TIMYPKN. DOI: <http://dx.doi.org/10.35917/cb.v2i1.236>
- M. Rizal N. Irawan, dkk (2021). *Pengaruh Fasilitas Wisata, Promosi Dan Harga Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung Pada Wisata Wego Lamongan*. Jurnal Ecopreneur.12 Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan Umaha. Volume 4, No. 2, p-ISSN: 2614-3968 / e-ISSN: 2615-6237.

- Nurbaeti, dkk. (2021) *Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Harga Dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Danau Cipondoh, Kota Tangerang*. Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora. <http://dx.doi.org/10.23887/jish-undiksha.v10i2.33456>.
- Safirah Haediyanti, dkk. (2025). *Pengaruh Destination Image Dan Fasilitas Wisata Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Wahana Wisata Di Lembah Tumpang*. Jurnal ekonomi dan bisnis digital, ITTC Indonesia. Journal homepage: <https://jurnal.ittc.web.id/index.php/jebd/index>
- Sarim., & Wiyana, T. (2017). *Pengaruh Fasilitas Wisatawan Terhadap Motivasi Kunjungan Wisatawan (Studi Kasus Kunjungan Wisatawan Kota Solo)*. Jurnal Hospitality dan Pariwisata, 3(2): 342-249.
- Sulaiman., & Suparjo. (2023). *Pengaruh Fasilitas, Perilaku Konsumen Dan Harga terhadap Minat Pembelian pada Pasar Modern Pamulang Kota Tangerang Selatan*. Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Vol. 10, No. 1
- Syarifuddin, D., Suryana, Musafa, Martina, S., & Priyanto, R. (2019). *Strategi Penetapan Harga Dalam Meningkatkan Minat Berkunjung Wisatawan di Villa Kancil Kampoeng Soenda Majalaya*. Journal Pengabdian Kepada Masyarakat, 2(1), 225– 232
- Tjiptono, Fandy 2019. *Strategi Pemasaran*. Edisi 4. Andi :Yogyakarta
- Yulinasari G. Maranatha & Subur Karyatun (2024). *Minat Berlangganan Netflix di Generasi Z: Periklanan Seluler, Kualitas Layanan, dan Persepsi Harga*.