

PENGARUH HARGA TIKET DAN FASILITAS TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG KE OBYEK WISATA UBALAN WATERPARK PACET MOJOKERTO

Vebriana Fitria Sagita Sari

S1 Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya
Email: vebrianasari@mhs.unesa.ac.id

Harti

Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya
Email: harti@unesa.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini di latarbelakangi oleh adanya fenomena dunia pariwisata yang telah berkembang menjadi industri yang mendunia dan juga industri bisnis yang semakin berkembang. Industri bisnis pariwisata yang semakin berkembang membuat persaingan menjadi semakin tajam. Tujuan untuk mendeskripsikan harga tiket dan fasilitas sebagai referensi secara parsial terhadap keputusan berkunjung ke obyek wisata Ubalan *Waterpark* Pacet Mojokerto. Mengetahui pengaruh harga tiket dan fasilitas sebagai referensi parsial dan simultan terhadap keputusan berkunjung ke obyek wisata Ubalan *Waterpark* Pacet Mojokerto. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif pendekatan kuantitatif. Populasinya adalah wisatawan yang sedang melakukan kunjungan ke obyek wisata Ubalan *Waterpark*. Sampel yang diambil adalah sebanyak 99 responden. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda, koefisien korelasi dan koefisien determinasi uji hipotesis menggunakan uji t dan uji f. Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan menunjukkan bahwa harga tiket dan fasilitas berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung ke obyek wisata Ubalan *Waterpark* Pacet Mojokerto

Kata Kunci: Harga Tiket, Fasilitas, Keputusan Berkunjung.

Abstract

This research is motivated by the phenomenon of tourism, which has grown into a global industry and a growing business industry. The growing tourism business industry makes competition sharper. This research aims to describe the ticket's price and facilities as a partial reference to the decision of a visit the Ubalan Waterpark tourism object Pacet Mojokerto. Knowing the influence of the ticket's price and facilities as a partial reference to the decision of a visit the Ubalan Waterpark tourism object Pacet Mojokerto. This research uses descriptive quantitative approach. The population is tourists who are visiting Ubalan Waterpark. Samples taken were 99 respondents. Data analysis techniques using multiple linear regression analysis, correlation coefficient and determination coefficient, hypothesis testing using t test and f test. According to the results of data analysis, it has been shown that ticket's price and facilities have a positive influence on decision to visit Ubalan Waterpark tourism object Pacet Mojokerto.

Keywords: *Tickets price, Facilities, Visiting decision.*

PENDAHULUAN

Pariwisata memainkan peran strategis bagi ekonomi dan kesejahteraan sosial di berbagai kawasan wisata. Obyek wisata adalah produk ditawarkan oleh penyedia jasa untuk dikunjungi. Pada titik ini mengunjungi obyek wisata adalah gaya hidup untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan masyarakat.

Wisata adalah destinasi yang sangat berkembang di Indonesia. Selain itu, pariwisata merupakan sektor ekonomi penting di Indonesia yang dapat menambah perekonomian negara. Pariwisata

adalah komoditas yang dibutuhkan oleh setiap individu yang ada di dunia ini, Hampir seluruh individu pernah merasakan wisata. Alasannya berwisata untuk menghilangkan kejenuhan, untuk menambah wawasan, untuk menghilangkan stres, untuk menambah semangat, relaksasi, dll.

Industri pariwisata di Pacet Mojokerto saat ini berkembang sangat cepat, Perihal ini dengan

dibuktikannya makin banyaknya obyek wisata yang telah muncul di berbagai daerah dengan daya tarik dan keunikan tersendiri yaitu obyek wisata Ubalan *Waterpark* Pacet Mojokerto.

Keterlibatan manajer dalam mengembangkan obyek wisata ini diharapkan dapat menarik wisatawan yang mengakibatkan pengunjung berwisata ke obyek wisata Ubalan *Waterpark*. Perihal lain yang harus dipertimbangkan manajer obyek wisata selain keunggulan dan keunikan ialah strategi pemasaran dalam menentukan harga masuk obyek wisata.

Pada tahun 2018 wisata Ubalan *Waterpark* masuk 10 besar destinasi wisata buatan terbaik se-Jawa Timur dan termasuk wisata yang paling diminati oleh masyarakat. Ubalan *Waterpark* dibangun pada lahan 2,2 hektar dan terletak pada desa Made Kecamatan Pacet Kabupaten Mojokerto. Obyek wisata Ubalan *Waterpark* Pacet Mojokerto.

Berdasar pengamatan dilakukan menunjukkan bahwa tempat wisata Ubalan Waterpark Pacet Mojokerto menggunakan harga dalam mempromosikan dan mengenalkan produknya kepada pengunjung wisata tersebut.

Dalam melakukan penelitian ini dilakukan di lokasi tempat wisata *Ubalan Waterpark* merupakan tempat wisata untuk keluarga, dimana dalam tempat tersebut menawarkan berbagai macam wahana air dan memiliki fasilitas yang mudah untuk digunakan dan memiliki arsitektur yang unik pada pintu masuk obyek wisata tersebut, sehingga pengunjung banyak yang tertarik untuk berkunjung ke obyek wisata tersebut.

Dalam penelitian ini variabel yang digunakan adalah harga tiket, fasilitas dalam mengambil keputusan berkunjung, harga sebagai atribut dapat diartikan bahwa harga adalah konsep keanekaragaman yang memiliki arti yang berbeda-beda bagi setiap konsumen tergantung karakteristik. Salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh perusahaan dalam memberikan harga ialah dengan memberikan harga yang rendah dibanding dengan pesaing, namun memberikan ciri khas yang berbeda dengan perusahaan lainnya, karena di Indonesia harga merupakan masalah yang dianggap sensitif.

Meningkatkan persaingan antar wisata menyebabkan masing-masing wisata memberikan harga tiket masuk ke obyek wisata yang murah pada pengunjung. Wisata *Ubalan Waterpark* memberikan harga tiket masuk yang terjangkau untuk kalangan masyarakat. Karena banyak wisatawan yang menjadikan harga sebagai pertimbangan dalam memilih obyek wisata yang akan dikunjungi.

Tabel 1. Jumlah Pengunjung Obyek Wisata Ubalan Waterpark Pacet Mojokerto

Tahun	Jumlah
2017	30.205
2018	50.253
1 Januari-14 Juli 2019	28.857

(Sumber: Dokumentasi Penelitian, 2019)

Pada tabel 1 dapat dilihat bahwa pengunjung pada tahun 2018 meningkat sesuai dengan target yang ditetapkan yaitu berjumlah 50.253 pengunjung. Setelah masa renovasi akhir tahun 2017 dan dibuka kembali pada awal tahun 2018.

Ketika pada hari tertentu misalnya hari libur Nasional atau hari libur lainnya, tempat wisata *Ubalan Waterpark* kedatangan pengunjung sangat padat, jumlah wisatawan mengarah pada fakta bahwa antrian panjang dapat memasuki obyek wisata. kepadatan dapat terlihat pada ada sisi depan sebelum pintu masuk wisata keluar masuk kendaraan dari area parkir. Pengunjung diharuskan menempuh perjalanan yang cukup jauh untuk dapat sampai ke obyek wisata. Kondisi jalan beraspal tetapi kondisi jalan yang sempit dan menanjak. Meskipun demikian obyek wisata *Ubalan Waterpark* tetap ramai dikunjungi banyak wisatawan dari berbagai daerah dan telah meningkat setiap tahun.

Tabel 2. Daftar Harga Tiket Obyek Wisata Ubalan Waterpark Pacet Mojokerto

Keterangan	Harga
Tiket masuk	Rp. 30.000
Penyewaan sepeda air	Rp. 10.000
Area 3D dan taman kelinci	Rp. 15.000/orang
Retribusi wisata	Rp. 2.000
Parkir R2	Rp. 5.000
Parkir R4	Rp. 10.000

(Sumber: Diolah peneliti, 2019)

Berdasar data pada tabel 2. yang didapatkan dari pengamatan peneliti maka dapat disimpulkan bahwa harga tiket yang diberikan pihak pengelola obyek wisata Ubalan Waterpark Pacet Mojokerto cukup terjangkau bagi masyarakat sekitar. Rincian daftar harga tiket terletak pada depan pintu masuk yang mana pihak pengelola menyediakan tempat untuk tiket sebanyak dua tempat.

Obyek wisata Ubalan Waterpark membebaskan biaya masuk untuk pengunjung yang biayanya Rp 30.000 per orang, dan untuk anak berusia di bawah 5 tahun tidak mendapatkan biaya masuk. Dengan membayar biaya tiket masuk tersebut wisatawan bebas untuk menikmati wahana dan fasilitas yang telah disediakan.

Tujuan dari penelitian ini ialah untuk menggambarkan variabel harga tiket dan fasilitas secara parsial terhadap keputusan berkunjung ke obyek wisata Ubalan Waterpark, untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga tiket dan fasilitas secara parsial dan simultan terhadap keputusan berkunjung ke obyek wisata Ubalan Waterpark.

Hamdani dan Lupiyoadi (2013:136) menyatakan bahwa harga adalah berbagai keunggulan produk jasa berbanding dengan biaya yang sudah dikeluarkan untuk menggunakan jasa. Rendahnya harga ataupun keterjangkauan harga dapat menjadi penyebab dalam peningkatan kinerja pemasaran (Ferdinand, 2007:105). Tetapi besaran harga dapat juga menjadi tolok ukur kualitas dimana pada produk yang memiliki kualitas yang baik maka akan memiliki harga yang lebih tinggi dibanding dengan kualitas yang biasa. Harga tiket masuk pada obyek wisata *Ubalan Waterpark* Pacet Mojokerto sebesar 30 ribu rupiah per orang

Wisatawan mempertimbangkan harga dalam memilih obyek wisata yang akan didatangi. perihal ini dimanfaatkan oleh perusahaan pariwisata untuk memberikan harga tiket terjangkau untuk masyarakat agar wisatawan tertarik untuk berkunjung ke obyek wisata tersebut. Staton (1998) menjelaskan beberapa indikator untuk mengukur harga tiket ialah (1) keterjangkauan harga (2) harga bersaing, (3) kesesuaian antara harga dan kualitas (4) kesebandingan harga dan manfaat.

Faktor lain yang memungkinkan dapat memengaruhi keputusan berkunjung ialah harga tiket. Harga merupakan sesuatu yang harus dibayarkan untuk mendapatkan barang sesuai kualitas dengan nilai yang sama dengan harapan bisa menggunakan atau memanfaatkan produk atau jasa. (Kotler dan Armstrong, 2002)

H₁ Ada Pengaruh Harga Tiket Terhadap Keputusan Berkunjung

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, 2009:37)

Ubalan Waterpark memiliki fasilitas ialah parkir yang luas, taman kelinci, kolam renang dewasa dan anak, Waterboom 1 dan 2, mandi busa sepeda air, kamar mandi, Musollah, gazebo, *food court*, air terjun buatan, *spotselvie* dengan bangunan 3D, permainan anak, pendopo dan pusat oleh-oleh.

Setiadi (2018) menyimpulkan bahwa variabel fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung ke tempat wisata. Keputusan pembelian merupakan pilihan konsumen diantara beberapa pilihan yang ditawarkan (Prasetyo, 2005). Dimana fasilitas memainkan peran penting dalam memutuskan untuk mengunjungi wisata. Wisatawan akan memilih untuk mengunjungi obyek wisata jika fasilitas yang ditawarkan memenuhi harapan pengunjung.

Indikator fasilitas pada penelitian ini dijelaskan oleh Sumayang (2003) yaitu (1) Kelengkapan (2) fungsi dan kondisi (3) Kemudahan menggunakan fasilitas yang diberikan. Faktor lain yang memungkinkan memengaruhi keputusan berkunjung wisata yaitu fasilitas. Yoeti (2003) fasilitas merupakan dukungan dalam memenuhi kebutuhan di tempat wisata dengan tujuan beristirahat agar bisa bersantai di tempat wisata tersebut.

H₂ Ada Pengaruh Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung

Keputusan pembelian adalah langkah dalam proses pengambilan pilihan alternatif yang konsumen ingin beli. Keputusan pembelian yang direncanakan dimulai dari persepsi konsumen tentang wisata *Ubalan Waterpark* hingga fase pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Pengambilan keputusan adalah kegiatan individu yang bertujuan untuk memperoleh barang yang ditawarkan. Keputusan pembelian muncul ketika ada pertimbangan konsumen dalam memutuskan untuk membeli produk atau jasa. Beberapa faktor dipertimbangkan oleh konsumen dalam memutuskan untuk melakukan pembelian, salah satunya adalah harga. Harga untuk dipertimbangkan sebelum membuat keputusan. Pertimbangan ini diperlukan untuk menyesuaikan selera konsumen.

Fenomena yang terjadi dalam harga dan fasilitas adalah bahwa harga sangat mempengaruhi faktor

pembelian konsumen. Karena harga adalah keuntungan yang akan didapatkan oleh barang atau jasa yang diinginkan, maka seseorang akan dapat membeli produk atau jasa untuk dibeli. Sedangkan fasilitas adalah semua hal yang sengaja disediakan oleh penyedia layanan untuk digunakan dan dinikmati oleh konsumen yang bertujuan memberikan tingkat kepuasan, karena fasilitas sangat penting dalam menerapkan strategisehingga konsumen mendapatkan seperti yang diharapkan.

Perihal ini di dukung oleh Kurniawan (2013) pada penelitiannya ia menyatakan bahwa harga, fasilitas dan kualitas layanan bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan pada keputusan berkunjung. (Ghanimata 2012) menyimpulkan bahwa semua variabel harga, kualitas produk, dan lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Madiyani dan Murwatiningsih (2015) menunjukkan bahwa fasilitas dan promosi secara langsung mempengaruhi kepuasan pengunjung di kota Semarang, keputusan untuk mengunjungi memiliki pengaruh langsung pada kepuasan, fasilitas dan promosi mempengaruhi kepuasan melalui keputusan mengunjungi sebagai variabel intervening. Lempoy (2015) menyimpulkan bahwa Harga, Lokasi, dan Fasilitas secara simultan dan parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan untuk menggunakan jasa Taman Wisata Toar Lumimuut

H₃ Ada Pengaruh Harga Tiket dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung

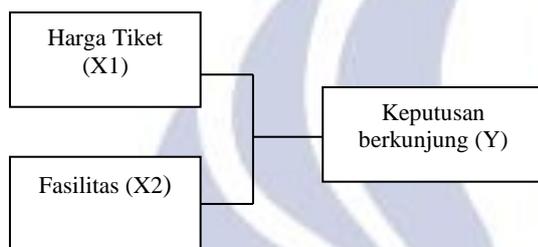
Harga tiket dan fasilitas yang disediakan oleh pengelola terjangkau dan mudah digunakan dari hasil observasi menunjukkan bahwa keputusan berkunjung ke obyek wisata *Ubalan Waterpark* Pacet Mojokerto meningkat dengan adanya fasilitas yang mendukung dan harga yang terjangkau.

Berdasar hasil uraian diatas ditemukan gap yang muncul bahwa hasil penelitian Dola (2018) menyimpulkan bahwa harga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan berkunjung pada obyek wisata Waterboom di kota Sawahlunto. Syakib (2014) disimpulkan bahwa produk, promosi, tempat, dan proses berpengaruh positif terhadap proses keputusan berkunjung, sedangkan harga, orang, dan bukti fisik berpengaruh negatif terhadap proses keputusan berkunjung. Sehingga variabel harga belum tentu mempengaruhi keputusan berkunjung wisata. Penelitian ini digunakan untuk melanjutkan penelitian terdahulu hasil dugaan simpulan keseluruhan variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.

Hasil pengamatan dan observasi dilapangan, *Ubalan Waterpark* terdapat indikator harga dan fasilitas, seperti adanya arsitektur di depan wisata *Ubalan Waterpark*. Berdasar dari hasil pengamatan dan observasi penulis dil bidang sebelumnya untuk itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Harga Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Wisata *Ubalan Waterpark* Pacet Mojokerto”.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian menggunakan jenis data dalam bentuk angka dan dalam analisis dilakukan secara statistik untuk mengetahui pengaruh antara harga tiket (X1) dan Fasilitas (X2) terhadap Keputusan Berkunjung (Y) pada pengunjung obyek wisata *Ubalan Waterpark Pacet* Mojokerto. Penelitian ini menggunakan pengunjung berkunjung ke obyek wisata *Ubalan Waterpark Pacet* Mojokerto sebagai populasi. Dengan karakteristik responden yang dijadikan sampel, pengunjung berusia antara 11-41 tahun keatas yang mengunjungi obyek wisata *Ubalan Waterpark Pacet* Mojokerto Sampel berjumlah 99 responden yang didapatkan dengan menggunakan teknik *non probability sampling*. Regresi linier berganda adalah teknik analisis penelitian ini.



Gambar Rancangan penelitian

Untuk mendapatkan data yang digunakan dalam penelitian, maka dilakukan pengumpulan data dengan cara:

1. Observasi, dilakukan pada tanggal 29 Juni 2019 di wisata *Ubalan Waterpark Pacet* Mojokerto.
2. Angket, dengan menggunakan skala Likert dengan skor antara 1-5 atau dari tidak setuju sampai sangat setuju
3. Wawancara, dilakukan dengan ketua pengelola wisata dan pengunjung obyek wisata.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik responden ditunjukkan di bawah ini berdasar angket yang telah disebar yaitu :

Tabel 3. Karakteristik Responden

No	Aspek yang diungkapkan	Jumlah responden
1.	Responden berdasar jenis kelamin:	
	a. Laki-laki	42 orang
	b. Perempuan	57 orang
	Jumlah	99 orang
2.	Responden berdasar usia:	
	a. 11-20 tahun	34 orang
	b. 21-30 tahun	26 orang
	c. 31-40 tahun	25 orang
	d. > 41 tahun	14 orang
	Jumlah	99 orang
3.	Responden berdasar alamat rumah:	
	a. Surabaya	25 orang
	b. Gresik	30 orang
	c. Sidoarjo	15 orang

d. Mojokerto	19 orang
e. Jombang	10 orang
Jumlah	99 orang
4. Responden berdasar pendapatan:	
a. 1.000.000-2.000.000	10 orang
b. 2.500.000-3.000.000	15 orang
c. 3.500.000- 4.000.000	30 orang
d. 4.500.000- 5.000.000	24 orang
e. > 5.000.000	20 orang
Jumlah	99 orang

(Sumber: Diolah penulis, 2019)

Berdasar tabel 3 karakteristik responden yaitu pengunjung yang berkunjung ke obyek wisata *Ubalan Waterpark Pacet* Mojokerto didominasi perempuan dengan rentan usia 11- 20 tahun alamat Surabaya dengan pendapatan 3.500.000-4.000.000. Hal tersebut menunjukkan bahwa perempuan lebih dominan melakukan keputusan berkunjung ke obyek wisata karena harga yang terjangkau.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Dalam Uji asumsi klasik ini terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, uji linearitas, uji heteroskedastisitas:

Uji Normalitas

Berdasar hasil uji normalitas dapat diketahui bahwa nilai asymp,Sig adalah 2.00 yang berarti diatas 0,05. Simpulan mengenai uji normalitas jika nilai probabilitas signifikansi $2.00 > 0,05$ sehingga dapat dikatakan nilai residual terdistribusi normal

Uji Multikolinieritas

Berdasar hasil uji multikolinieritas dapat diketahui bahwa nilai tolerance baik dari variabel harga maupun fasilitas lebih dari 0,1 dan nilai VIF baik dari variabel harga maupun fasilitas kurang dari 10, sehingga kesimpulan yang di dapat yakni semua variabel tidak terjadi multikolinieritas.

Uji Linearitas

Berdasar hasil uji linieritas menunjukkan nilai signifikansi diatas 0,05 yang memiliki arti bahwa ada hubungan linier dari harga tiket dan fasilitas terhadap keputusan berkunjung wisata.

Uji Heteroskedastisitas

Berdasar hasil uji heteroskedastisitas menggunakan rank spearman apabila signifikan $> 0,05$ didapatkan hasil tidak terdapat gejala heteroskedastisitas. Variabel X1 $1.000 > 0.05$ dan X2 $0.55 > 0.05$ maka hasilnya tidak terjadi heteroskedastisitas.

Untuk mengukur sejauh mana pengaruh variabel independen yaitu harga tiket (X1) dan fasilitas (X2) dalam pelaksanaan keputusan berkunjung secara parsial maka digunakan uji t yakni sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil uji t

Variabel	T	Sig.
Harga tiket X1	2.441	0.016
Fasilitas X2	2.127	0.036

Pengaruh Harga Tiket terhadap Keputusan Berkunjung Wisata Ubalan Waterpark Pacet Mojokerto

Berdasar hasil uji hipotesis melalui uji T, variabel harga tiket berpengaruh terhadap keputusan berkunjung ke obyek wisata Ubalan Waterpark. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil T-hitung lebih besar dari T-tabel, sehingga kesimpulan yang di dapat yakni bahwa semakin rendah harga tiket yang diberikan, keputusan pengunjung untuk mengunjungi obyek wisata Ubalan Waterpark Pacet Mojokerto meningkat setiap tahun.

Perihal ini didukung oleh teori Kotler dan Amstrong (2002) yang menyatakan harga adalah nominal yang dikeluarkan oleh konsumen dalam tujuannya mendapatkan barang atau jasa dengan harapan dapat menggunakan atau memanfaatkannya

Namun Hasil ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilaksanakan Kiswanto (2011) dalam penelitiannya ia menyimpulkan bahwa tidak ada pengaruh variabel harga terhadap keputusan berkunjung.

Secara teoritis, hasil penelitian ini memberikan kontribusi yang berbeda dari penelitian yang sebelumnya. Penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian sebelumnya adalah pada obyek yang diteliti, dan indikator empiris berupa butir-butir pernyataan angket tentang harga tiket.

Pengaruh Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung Wisata Ubalan Waterpark Pacet Mojokerto

Berdasar hasil uji hipotesis melalui uji t variabel fasilitas memiliki pengaruh dan signifikan terhadap keputusan kunjungan wisatawan. Hal ini dapat dilihat dari hasil t-hitung lebih besar dari t-tabel sehingga kesimpulan yang didapatkan yakni bahwa semakin lengkap struktur yang dimiliki oleh obyek wisata, pengaruhnya terhadap keputusan untuk mengunjungi Ubalan Waterpark Pacet Mojokerto.

Perihal ini dikuatkan oleh teori Yoeti (2003) fasilitas merupakan dukungan dalam memenuhi kebutuhan di tempat wisata dengan tujuan beristirahat agar bisa bersantai di tempat wisata tersebut.

Secara teoritis penelitian ini terdapat perbedaan dalam hal kontribusi yang diberikan dengan penelitian yang sebelumnya. Penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian terdahulu adalah pada obyek yang diteliti dan indikator empiris berupa butir-butir pernyataan angket tentang fasilitas obyek wisata Ubalan Waterpark.

Hasil penelitian ini menguatkan penelitian Setiadi (2018) pada penelitiannya ia menyimpulkan bahwa variabel fasilitas memiliki pengaruh kepada keputusan berkunjung wisatawan. Begitu pula dengan penelitian yang dilaksanakan Rosida (2018) pada penelitiannya ia menyimpulkan bahwa variabel fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung

Berikut hasil uji f dengan menggunakan SPSS versi 20.0 adalah sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Uji F

Model	F	Sig
Regression	4.932	0.000 ^b

Pengaruh Harga Tiket dan Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung Wisata Ubalan Waterpark Pacet Mojokerto

Berdasar pengolahan data melalui uji F (simultan) variabel harga tiket dan fasilitas secara simultan mempengaruhi keputusan berkunjung untuk mengunjungi wisata Ubalan Waterpark Pacet Mojokerto. Ini bisa dilihat dari nilai sig. < 0,05 karena dapat disimpulkan bahwa harga tiket dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan untuk mengunjungi wisata Ubalan Waterpark Pacet Mojokerto.

Berdasar uji determinasi (R²) menunjukkan bahwa 74% dari keputusan kunjungan dijelaskan oleh harga tiket dan fasilitas sedangkan sisanya 26% dijelaskan oleh faktor lain.

Dari kedua variabel independen yang diuji secara individual yang paling dominan mempengaruhi keputusan berkunjung ke obyek wisata Ubalan Waterpark Pacet Mojokerto adalah harga tiket (dengan koefisien 0.102). variabel fasilitas (dengan koefisien 0.105). Hasil penelitian ini menguatkan Rosida (2018) penelitian menyimpulkan bahwa Variabel harga dan fasilitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung.

Hasil penelitian ini menguatkan penelitian Sirait (2017) menyimpulkan bahwa secara simultan variabel Harga dan Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Bukit GibeonKecamatan Ajibata Kabupaten Toba Samosir

Berdasar tiga hipotesis yang telah dibahas, dapat disimpulkan dalam bentuk tabel sebagai berikut :

Tabel 6. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Koefisien Regresi
Konstanta	30.157
Harga tiket	0.102
Fasilitas	0.105

(Sumber: diolah peneliti, 2019)

$$Y = 30.157 + 0.102 X_1 + 0.105 + e$$

Persamaan analisis linier berganda yang disajikan di atas memiliki nilai konstanta sebesar 30.157 dan bernilai positif. Nilai koefisien regresi variabel harga tiket (X1) sebesar 0.102 menunjukkan bahwa setiap kenaikan tingkat harga tiket sebesar satu poin, maka keputusan berkunjung wisata akan mengalami kenaikan sebesar 0.102. Koefisien regresi fasilitas (X2) sebesar 0.105 menunjukkan bahwa fasilitas tersebut mempengaruhi keputusan kunjungan wisatawan.

Tabel 7. Hasil Uji Determinasi (R²)

Model	R square	Adjusted R Square
	0.093	0.074

(Sumber: Diolah peneliti, 2019)

Nilai koefisien determinasi (R square) yang diperoleh sebesar 0.093, hal tersebut dapat menghasilkan

bahwa yang menunjukkan pengaruh harga tiket dan fasilitas terhadap keputusan berkunjung adalah 93%.

KESIMPULAN

Berdasar hasil dari analisis penelitian yang dilakukan, sebagai berikut :

1. Kondisi pada indikator harga tiket menunjukkan bahwa responden setuju kalau potongan harga mempengaruhi responden untuk berkunjung. sebesar 82% dan dalam kategori sangat kuat. Kondisi pada indikator fasilitas menunjukkan bahwa responden setuju kalau kemudahan fasilitas mempengaruhi responden untuk berkunjung. sebesar 83% kategori sangat kuat dan kondisi pada indikator keputusan berkunjung menunjukkan bahwa responden setuju bahwa kelompok sosial mempengaruhi responden untuk berkunjung sebesar 78% kategori kuat.
2. Harga tiket dan fasilitas secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung Obyek Wisata Ubalan *Waterpark* Pacet Mojokerto.
3. Harga tiket dan fasilitas secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung pada objek Wisata Ubalan *Waterpark* Pacet Mojokerto.

SARAN

Berdasar hasil analisis yang telah dilakukan, Penulis mencoba untuk memberikan saran yang sekiranya berguna dan dapat dianggap lebih baik dalam harga tiket dan fasilitas pada keputusan mengunjungi wisata Ubalan *Waterpark* Pacet Mojokerto. Sarannya adalah sebagai berikut:

1. Bagi Pengelola wisata Ubalan *Waterpark*
 - a. Hendaknya pihak pengelola obyek wisata Ubalan *Waterpark* Pacet Mojokerto dapat meningkatkan fasilitas seperti penambahan tempat tong sampah, kamar mandi/ruang ganti, dan gazebo untuk tempat bersantai menunggu anak-anak berenang dan bermain agar pengunjung menikmati dan puas dengan fasilitas lengkap yang disediakan oleh pengelola wisata tersebut.
 - b. Meningkatkan kemampuan pegawai dalam menangani keluhan-keluhan yang disampaikan oleh pengunjung dengan cara menjalin komunikasi yang baik dengan pengunjung sehingga tercipta suasana yang harmonis.
2. Bagi Penelitian berikutnya
 - a. Sebaiknya variabel tidak hanya terfokus pada harga, tiket dan fasilitas tetapi juga variabel-variabel yang lain, semisal produk, lokasi, kualitas layanan, promosi dan lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

Dola, dkk.(2018). *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Objek Wisata Waterboom Di Kota Sawahlunto* (<http://ejournal.unp.ac.id/students/index.php/pek/article/download/4731/2643>)

Ghanimata, F dan Kamal M. (2012). *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang)* (<https://ejournal3.undip.ac.id>)

Kiswanto, Anjar Hari. (2011). *Pengaruh Harga, Lokasi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisata Obyek Wisata Dampo Awang Beach Rembang*. Eprint:UNNES.

Kurniawan, Werry dan Ariyanto Rudi. (2013). *Analisis Pengaruh Harga, Fasilitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Menginap Pada Grand Asia Hotel* (<https://doeplayer.info/39446963-Analisis-pengaruh-harga-fasilitas-dan-kualitas-pelayanan-terhadap-proses-pengambilan-keputusan-menginap-pada-grand-asia-hotel.html>)

Kotler dan Keller, Kevin Lane. (2009). *Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi Ke 13*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Lalu, S. (2003). *Dasar-dasar Manajemen Produksi dan Operasi*. Jakarta: Salemba Empat.

Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi: Edisi 3*. Jakarta: Salemba Empat.

Murdiyani, Yuyun & Murwatningsih (2015) *Pengaruh Fasilitas Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pengunjung Melalui Keputusan Berkunjung Sebagai Variabel Intervening Pada Obyek Wisata Kota Semarang*. *Management Analysis Journal* 4 (1)(2015)
<http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/maj>)

N.C. Lempoy., S.L. Mandey., S.S.R. Loindong. *Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Taman Wisata Toar Lumimuut (Taman Eman) Sonder Jurnal EMBA 1072 Vol.3 No.1 Maret 2015, Hal. 1072-1083 ISSN 2303-1174* ejournal.unsrat.ac.id

Philip, Kotler (2002). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Jilid 2. Jakarta: PT. Prendallindo.

Prasetyo, A., & Wahyuati, A. (2016). *Pengaruh Strategi Promosi dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kopi Ganes*. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*.

Rosida. (2018). *Pengaruh Harga Dan Fasilitas Terhadap Kunjungan Wisata Di Pantai Air Bangis Kabupaten Pasaman Barat* (<http://repository.uinsu.ac.id/5505/1/SKRIPSI%20FIMA%20ROSIDA%20NIM.%2051143176.pdf>)

Setiadi, Nugroho. (2003). *Perilaku konsumen Konsep dan Implikasinya untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.

Setiadi, Bahrul. (2018) *Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Fasilitas Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan (Studi Pada Objek Wisata Pantai Tiga Warna Di Kabupaten Malang)*. Sarjanathesis, Universitas Brawijaya.
(<http://repository.ub.ac.id/id/eprint/10074>)

Staton, Wiliam J. (1998). *Prinsip Pemasaran*. Edisi 9. Jakarta: Erlangga

Sirait, Helena. (2017). *Pengaruh Harga Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Obyek Wisata Bukit Gibeon Kecamatan Ajibata Kabupaten Toba Samosir*. Universitas negeri Medan.
(<http://digilib.unimed.ac.id/26739/9/NIM%207133210033%20JOURNAL.pdf>)

Syakib (2014) *Pengaruh marketing mix terhadap proses keputusan berkunjung ke museum Ranggawarsita Semarang*. Management Analysis Journal 1 (3) (2014) ISSN 2252-6552
<http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/maj>

Yoeti, Oka A. (2003). *Tours and Travel Marketing*. Jakarta: Pradyan Paramitha.

