

Pengaruh E-WOM, Fasilitas, Daya Tarik Wisata, dan Harga terhadap Minat Berkunjung Taman Satwa Taru Jurug

Heny Setyowati¹, Aditya Liliyan²

^{1,2}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta, Sukoharjo, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history:

Received 19 April 2018

Received in revised form

6 October 2018

Accepted 12 October 2018

Available online 08 March 2022

Kata Kunci:

E-WOM, Fasilitas, Daya Tarik Wisata, Harga dan Minat berkunjung

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengetahui dan menganalisis pengaruh dari E-WOM, fasilitas, daya tarik wisata dan harga atas minat berkunjung di Taman satwa taru jurug Solo. Kota Solo dikenal menjadi kota akan penuh budaya dan memiliki ikonik yaitu sungai Bengawan Solo, sehingga memiliki banyak wisatawan untuk berkunjung ke Solo. Salah satu tempat wisata di Solo yang banyak diminati oleh wisatawan adalah Taman satwa taru jurug. Penelitian menggunakan analisa data pengujian regresi linier berganda dan pengolahan data program SPSS versi 21. Teknik sampel penelitian ini yaitu *non-probability sampling* metode *purposive sampling*, dengan mempergunakan ukuran sampel dengan jumlah 100 responden serta penyebaran kuesioner secara *online*. Hasil penelitian ini didapatkan bahwa E-WOM, fasilitas dan harga berpengaruh secara positif signifikan, namun daya tarik wisata memiliki pengaruh yang positif tidak signifikan terhadap minat berkunjung di Taman Satwa Taru Jurug. saran yang diberikan dalam riset ini, sebaiknya membuat variasi harga tiket pada *event* tertentu yang diadakan oleh pengelola, karena akan dapat berdampak pada proses pemasaran yang dilakukan oleh konsumen. Fasilitas yang diberikan untuk pengunjung dapat semakin ditingkatkan, sehingga apabila perusahaan semakin membuat variasi harga, meningkatkan fasilitas bagi pengunjung maka akan dapat meningkatkan daya tarik wisata dari Taman Satwa Taru Jurug.

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the influence of E-WOM, facilities, tourist attractions and prices on interest in visiting the Taru Jurug Animal Park in Solo. The city of Solo is known to be a city full of culture and has an icon, namely the Bengawan Solo river, so it has many tourists to visit Solo. One of the tourist attractions in Solo that is in great demand by tourists is the Taru Jurug Animal Park. This research uses multiple linear regression test data analysis and data processing program SPSS version 21. The sample technique of this research is non-probability sampling purposive sampling method, using a sample size of 100 respondents and distributing online questionnaires. The results of this study found that E-WOM, facilities and prices had a significant positive effect, but tourist attraction had a positive and insignificant effect on interest in visiting Taru Jurug Wildlife Park. The advice given in this research is to vary ticket prices at certain events held by the manager, because it will have an impact on the marketing process carried out by consumers. The facilities provided for visitors can be further improved, so that if the company makes more variations in prices, increasing facilities for visitors, it will be able to increase the tourist attraction of Taru Jurug Animal Park.

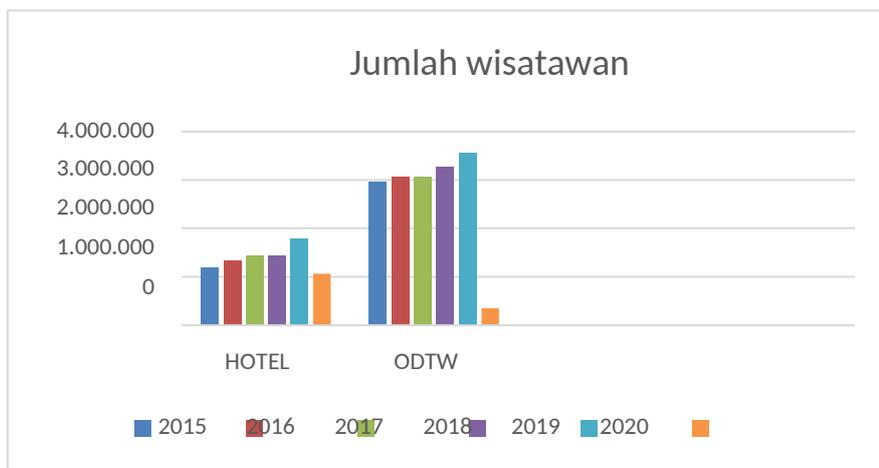
Pendahuluan

Kota Solo adalah salah satu kota budaya yang ada di Indonesia. Dikenal juga sebagai kota bengawan, karena memiliki sungai terpanjang di Pulau Jawa yaitu sungai Bengawan Solo. Pandansari, *et al.* (2020) menyatakan bahwa Kota Solo terkenal akan situs budaya dan sejarah yang merupakan warisan masa lalu dan masih dirawat hingga sekarang dan dijadikan tempat untuk berwisata. Banyaknya warisan budaya dan

¹ Corresponding author.

E-mail : henysetyowati748@gmail.com

pariwisata, sehingga mampu menarik minat para pengunjung untuk berwisata ke kota Solo. Hal ini terbukti dari data Dinas Pariwisata Kota Solo mengenai jumlah kunjungan wisatawan di Kota Solo dari tahun 2015-2020, sebagai berikut



Gambar 1. Data jumlah pengunjung wisatawan di Kota Solo tahun 2015-2020

Berdasarkan gambar jumlah wisatawan di Kota Solo dengan venue hotel dan ODTW (Obyek Daya Tarik Wisata) mencapai lebih dari satu juta wisatawan, jumlah wisatawan tertinggi terlihat pada tahun 2019. Data ODTW tahun 2019 mencapai tiga juta wisatawan, namun terlihat jelas terjadi penurunan wisatawan ketika memasuki masa pandemi *Covid-19* di Indonesia pada tahun 2020, hampir disemua aspek kehidupan manusia terkena dampak adanya pandemi *Covid-19*, sehingga hal ini juga memberikan dampak penurunan pada bidang pariwisata, terlebih pemerintah Indonesia telah menetapkan peraturan untuk masyarakat supaya tetap berada dirumah terlebih dahulu, hal ini mengakibatkan banyaknya tempat wisata di Solo ditutup sementara.

Salah satu tempat wisata yang banyak diminati oleh masyarakat adalah Taman Satwa Taru Jurug, yaitu sebuah taman di kota Solo yang memiliki 67 jenis satwa dan 331 ekor satwa dan juga banyak ditumbuhi oleh ribuan pohon, sehingga dapat membuat suasana menjadi lebih sejuk ketika berkunjung. Selain memiliki beraneka ragam binatang yang dapat dilihat pengunjung, Taman Satwa Taru Jurug (TSTJ) juga memiliki beragam fasilitas lainnya yakni fasilitas permainan, seperti komedi putar, bom-bom car, kereta mini, memiliki arena taman yang indah untuk pengunjung dapat berfoto ria, dan juga menyajikan beragam kuliner dengan ciri khas kota Solo. Dengan fasilitas yang diberikan, tiket masuk ke TSTJ relatif murah dan terjangkau, hanya dengan Rp 25.000,00 harga yang murah tersebut semakin menarik minat pengunjung untuk berwisata.

Banyaknya minat pengunjung taman satwa taru jurug dibuktikan dengan jumlah pengunjung setiap tahunnya mencapai ratusan ribu pengunjung, didukung oleh data statistik pariwisata Jawa Tengah dalam tabel dibawah ini:

Tabel 1.

Data statistik pengunjung Taman Satwa Taru Jurug

| Tahun | Wisatawan Lokal | Wisatawan Mancanegara |
|-------|-----------------|-----------------------|
| 2018 | 454.585 | - |
| 2019 | 566.317 | 14 |
| 2020 | 95.013 | 8 |

Sumber : data sekunder diolah, 2021

Pandemi *Covid-19* berdampak signifikan diseluruh aspek kehidupan manusia, tidak terlepas pula dalam dunia bisnis pariwisata yang juga terkena dampak dari *Covid-19*. Taman satwa taru jurug sempat mengalami penutupan dikarenakan pandemi *Covid-19*, hingga menyebabkan penurunan pendapatan. Menurut data statistik pariwisata Jawa Tengah dalam laporan pendapatan, taman satwa taru jurug mengalami penurunan pendapatan yang cukup signifikan pada tahun 2020, dilihat dari tabel dibawah ini :

Tabel 2.

Laporan Pendapatan Taman satwa taru jurug

| Tahun | Pendapatan (Rp) |
|-------|-----------------|
| 2018 | 5.220.160.500 |
| 2019 | 6.795.948.000 |
| 2020 | 1.801.460.000 |

Sumber : data sekunder diolah, 2021

Berdasarkan data tersebut, menjelaskan bahwa adanya penurunan pendapatan taman satwa taru jurug dimasa pandemi Covid-19 pada tahun 2020

Perlahan namun pasti, taman satwa taru jurug mulai bangkit dengan mulai dibukanya kembali pada 14 September 2021 dengan protokol kesehatan cukup ketat. Pengunjung yang datang diwajibkan untuk memindai kode batan atau *QR Code* melalui aplikasi PeduliLindungi dan pembayaran yang dilakukan melalui *online*. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan kembali minat wisatawan untuk berkunjung sehingga dapat meningkatkan pula pendapatan bagi pariwisata di kota Solo.

Minat berkunjung berwisata dapat dikatakan sebagai minat pembelian terhadap suatu produk tertentu. Kotler dan Keller (2014) mengemukakan bahwa minat berkunjung adalah suatu tindakan konsumen dalam memilih atau memutuskan berkunjung pada suatu obyek wisata yang bedasarkan pada pengalaman dalam berwisata. Menurut (Suyono, Sukmawati dan Pramono, 2012) minat beli konsumen merupakan tahap dimana konsumen membentuk pilihan mereka diantara beberapa merek yang tergabung dalam perangkat pilihan, kemudian pada akhirnya melakukan suatu pembelian pada suatu alternatif yang paling disukainya atau proses yang dilalui konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa yang didasari oleh bermacam pertimbangan. Minat konsumen dalam berkunjung memiliki beberapa faktor salah satunya adalah E-WOM.

Electronic word of mouth (E-WOM) merupakan suatu pernyataan positif ataupun negatif yang dilakukan oleh pelanggan potensial ataupun mantan pelanggan tentang produk atau perusahaan yang ditujukan untuk banyak orang atau lembaga melalui daring (Pratiwi dan Anita, 2021). Berkembangnya teknologi yang sangat pesat saat ini, menjadikan sosial media sebagai salah satu hal yang dapat mempengaruhi seseorang dalam mengambil suatu keputusan. Saat ini, pengunjung wisatawan biasanya akan mencari informasi terlebih dahulu dari media sosial *online* sebelum berkunjung ke obyek wisata yang akan dituju. Melalui media sosial yang dari mulut ke mulut atau pendapat yang disampaikan melalui media sosial yang berkaitan dengan obyek wisata yang tuju, tentunya hal ini dapat mempengaruhi minat konsumen. Dampak dari *E-WOM* terhadap pilihan tujuan obyek wisata sangat penting karena akan membangun citra tujuan yang positif dan dapat meningkatkan minat para wisatawan untuk berkunjung. Dibuktikan dengan penelitian dari Pratiwi dan Anita (2021) memberikan hasil riset bahwa *E-WOM* memiliki pengaruh atas keputusan minat berkunjung. Relevan dengan riset dari Widyanto, Sunarti dan Pangestuti (2017) bahwa peningkatan *E-WOM* dapat berkontribusi terhadap peningkatan Minat Berkunjung Wisatawan. Terdapat perbedaan hasil penelitian yang dilakukan oleh Saputra dan Felisyane (2020) yang menjelaskan bahwa terdapat pengaruh yang tidak signifikan antara E-WOM terhadap minat berkunjung.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi adanya minat wisatawan dalam berkunjung adalah adanya fasilitas yang lengkap dan memadai dalam obyek wisata yang dituju. Mengacu pada penelitian dari Nurbaeti dkk (2021) yang menyatakan bahwa fasilitas memiliki pengaruh atas minat berkunjung. Didukung kembali atas penelitian dari Sinaga dkk (2020) bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung.

Faktor selanjutnya yang dapat mempengaruhi adanya peningkatan minat dalam berkunjung yaitu daya tarik wisata itu sendiri. Aspek yang cukup penting dalam pariwisata adalah daya tarik akan obyek wisata, semakin menarik dan bagus daya tarik sebuah tempat wisata tentunya akan banyak mengundang dan menarik pula keinginan masyarakat untuk berkunjung kemudian dapat berubah menjadi minat untuk berkunjung ke tempat wisata tersebut. Selaras akan penelitian yang dilakukan oleh (Ernawati,2021) yang menjelaskan bahwa daya tarik wisata berpengaruh positif terhadap minat berkunjung. Didukung kembali oleh riset yang dilakukan (Meiviani, Hendra dan Woran, 2021) menyatakan adanya pengaruh yang positif signifikan terhadap minat berkunjung.

Faktor terakhir yang dapat memberikan pengaruh adanya minat berkunjung yaitu harga tiket masuk. Harga menjadi salah satu hal cukup penting yang dapat menjadi pertimbangan bagi konsumen untuk memiliki minat dalam berkunjung ke tempat wisata, apabila harga yang ditawarkan sesuai

dengan yang didapatkan oleh konsumen maka konsumen tidak akan segan berminat untuk melakukan suatu kunjungan ke tempat wisata. Didukung dengan penelitian dari Sinaga dkk (2020) dan Nurbaeti (2021) yang memberikan hasil bahwa harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat berkunjung.

Metode

Data dalam penelitian ini menggunakan data primer sebagai cara metode penelitiannya, dan dengan menggunakan metode penyebaran kuesioner dan observasi. Penyebaran kuesioner yang akan disebarakan kepada responden berisi tentang pertanyaan- pertanyaan yang berkaitan mengenai E-Wom, fasilitas, dan daya tarik wisata yang akan berpengaruh terhadap minat berkunjung di Taman Satwa Taru Jurug. Skala likert adalah suatu pengukuran yang akan digunakan dalam penelitian ini.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini yaitu masyarakat yang pernah mengunjungi taman satwa taru jurug, dengan menggunakan periode penelitian pada tahun 2020. Sampel dalam penelitian ini adalah pengunjung yang sudah pernah berkunjung di taman satwa taru jurug. Adapun teknik pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *sampling purposive*, beberapa kriteria dalam menentukan sampel penelitian ini antara lain:

1. Masyarakat yang sudah pernah berkunjung di Taman satwa taru jurug
2. Perempuan dan laki – laki yang berusia diatas 17 tahun, karena dianggap sudah mampu dan stabil dalam menjawab setiap pertanyaan dalam kuesioner.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan taraf kesalahan sebesar 10%, mengacu pada rumus menurut Slovin dalam Sofyan (2015) yaitu:

$$\begin{aligned}n &= N / 1+ (N e^2) \\&= 95.013 / 1+ (95.013 (0,1)^2) \\&= 95.013 / 951,13 \\&= 99,89\end{aligned}$$

Sehingga jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden. Kuesioner dalam penelitian disebarakan kepada narasumber secara *online* melalui *Google Form*. Angket berisikan mengenai pertanyaan- pertanyaan yang sejalan dengan indikator riset dan di ukur mempergunakan skala ukur likert 1 hingga 5.

Teknik Analisis

Teknik analisis yang akan digunakan dalam penelitian yaitu (1) Uji instrumen data yang terdiri atas uji validitas, dan uji reliabilitas, (2) uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji heterokedastisitas dan uji multikolinearitas, (3) uji regresi linear berganda, dan (4) uji hipotesis yang terdiri dari uji F, uji t dan koefisien determinasi. Kriteria penentuan adanya pengaruh antar variabel bebas (E-Wom, fasilitas, daya tarik wisata dan harga) terhadap variabel terikat (minat berkunjung) yaitu Hasil perhitungan dari t-test (thitung) dibandingkan dengan t tabel dengan menggunakan tingkat kesalahan 0,05. Kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut: a) Ho diterima jika nilai thitung \leq t tabel atau nilai sig $> \alpha$, b). Ho ditolak jika nilai thitung \geq t tabel atau nilai sig $< \alpha$.

Hipotesis Penelitian

(1) E-Wom berpengaruh positif signifikan terhadap minat berkunjung di taman satwa taru jurug, (2) Fasilitas berpengaruh positif signifikan terhadap minat berkunjung di taman satwa taru jurug, (3) Daya tarik wisata berpengaruh positif signifikan terhadap minat berkunjung di taman satwa taru jurug, (4) Harga berpengaruh terhadap minat berkunjung di taman satwa taru jurug dan (5) Bersama-sama e-wom, fasilitas, daya tarik wisata dan harga terhadap minat akan berkunjung di taman satwa taru jurug.

Hasil dan Pembahasan

HASIL

Uji Instrumen Data

1. Uji Validitas

Pengujian dalam validitas dapat dinyatakan valid apabila nilai pada $r_{hitung} > r_{tabel}$ (Sugiyono:2012).

Riset ini menggunakan R tabel sebesar 0,1654. Hasil dari olah data yang dikumpulkan melalui kuisisioner dapat dianalisis bahwa pernyataan variabel *E-WOM*, Fasilitas, Daya Tarik Wisata, Harga serta Minat Berkunjung memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Maka dapat diberikan simpulan bahwa ke-validan variabel yang diajukan dalam riset ini valid.

Tabel 3.
Hasil uji validitas

| Variabel | Indikator | r hitung | r tabel | Keterangan |
|-------------------|----------------------------|----------|---------|------------|
| E-WOM | E-WOM ₁ | 0,646 | 0,1654 | Valid |
| | E-WOM ₂ | 0,798 | 0,1654 | Valid |
| | E-WOM ₃ | 0,753 | 0,1654 | Valid |
| | E-WOM ₄ | 0,740 | 0,1654 | Valid |
| | E-WOM ₅ | 0,532 | 0,1654 | Valid |
| Fasilitas | Fasilitas ₁ | 0,551 | 0,1654 | Valid |
| | Fasilitas ₂ | 0,643 | 0,1654 | Valid |
| | Fasilitas ₃ | 0,628 | 0,1654 | Valid |
| | Fasilitas ₄ | 0,637 | 0,1654 | Valid |
| Daya Tarik Wisata | Dy Tarik Wst ₁ | 0,691 | 0,1654 | Valid |
| | Dy Tarik Wst ₂ | 0,793 | 0,1654 | Valid |
| | Dy Tarik Wst ₃ | 0,749 | 0,1654 | Valid |
| | Dy Tarik Wst ₄ | 0,677 | 0,1654 | Valid |
| Harga | Harga ₁ | 0,775 | 0,1654 | Valid |
| | Harga ₂ | 0,723 | 0,1654 | Valid |
| | Harga ₃ | 0,570 | 0,1654 | Valid |
| Minat Berkunjung | Min. Berknjng ₁ | 0,640 | 0,1654 | Valid |
| | Min. Berknjng ₂ | 0,561 | 0,1654 | Valid |
| | Min. Berknjng ₃ | 0,462 | 0,1654 | Valid |
| | Min. Berknjng ₄ | 0,661 | 0,1654 | Valid |
| | Min. Berknjng ₅ | 0,798 | 0,1654 | Valid |

Sumber: Data primer diolah SPSS 21, 2021

Berdasarkan hasil data diatas menunjukkan r tabel > r hitung, sehingga semua data dalam kuesioner penelitian dinyatakan valid.

2. Uji reliabilitas

Tabel 4.
Hasil uji reliabilitas

| Variabel | Nilai Cronbach's Alpha | | Keterangan |
|-------------------------------------|------------------------|------|------------|
| E-WOM (X ₁) | 0,718 | 0,60 | Reliabel |
| Fasilitas (X ₂) | 0,724 | 0,60 | Reliabel |
| Daya Tarik Wisata (X ₃) | 0,791 | 0,60 | Reliabel |
| Harga (X ₄) | 0,768 | 0,60 | Reliabel |
| Minat Berkunjung (Y) | 0,625 | 0,60 | Reliabel |

Sumber: Data primer diolah SPSS 21, 2021

Berdasarkan hasil data dari analisis reliabilitas menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60, sehingga diketahui semua variabel pada kuesioner yang digunakan dalam penelitian dinyatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Tabel 5.
Hasil analisis uji asumsi klasik

| Keterangan | Uji Heterokedastisitas | Uji Multikolinearitas | |
|-------------------|------------------------|-----------------------|-------|
| | | Tolerance | VIF |
| E-WOM | 0,92 | 0,899 | 1,113 |
| Fasilitas | 0,372 | 0,912 | 1,096 |
| Daya tarik wisata | 0,546 | 0,981 | 1,019 |
| Harga | 0,243 | 0,916 | 1,091 |

Kolmogorov-Smirnov Test 0,461

Sumber : data primer diolah SPSS 21, 2021

Hasil pada uji Normalitas dengan metode *Kolmogorov-Smirnov Test* menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,461 yang berarti lebih besar dari 0,05, sehingga data dalam penelitian ini berdistribusi secara normal. Hasil uji multikolinearitas menunjukkan nilai diketahui semua model

pada persamaan menunjukkan nilai VIF < 10 dan nilai Tolance > 0,10 yang berarti terbebas dari gejala multikolinearitas. Hasil uji heterokedastisitas dengan uji glejser menunjukkan nilai signifikansi semua variabel independen > 0,05, yang berarti persamaan model penelitian ini terbebas dari heterokedastisitas.

Uji regresi linier berganda

Tabel 6.

Hasil uji regresi linier berganda

| Variabel | Arah Hipotesis | Beta | T | Sig | Kesimpulan |
|--------------------------------|----------------|-------|-------|------|-------------------------|
| (Constant) | | 2,865 | 1,062 | ,291 | |
| EWOM (X ₁) | Positif | 0,296 | 3,982 | ,000 | H ₁ diterima |
| Fasilitas (X ₂) | Positif | 0,254 | 2,258 | ,026 | H ₂ diterima |
| Daya Trk Wst (X ₃) | Positif | 0,023 | 0,219 | ,827 | H ₃ ditolak |
| Harga (X ₄) | Positif | 0,485 | 4,473 | ,000 | H ₄ diterima |

Adjusted R Square 0,373

Fhitung 15,740

Sig. F 0,000

Dependen: Minat Berkunjung (MB (Y))

Sumber: Data primer diolah SPSS 21, 2021

Berdasarkan tabel hasil dari analisis regresi linier berganda, maka persamaan regresi penelitian ini, sebagai berikut

$$MB = 2,865 + 0,296 EWOM + 0,254 Fasilitas + 0,023 DTW + 0,485 H + e$$

Uji hipotesis

1. Uji F

Mengacu pada tabel 6. Nilai Fhitung 15,740 dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05, yang berarti disimpulkan bahwa variabel EWOM, fasilitas, daya tarik wisata dan harga secara bersama-sama memiliki pengaruh atas minat berkunjung Taman Satwa Taru Jurug.

2. Uji Koefisien Determinasi

Berdasarkan tabel.6 nilai Adjusted R Square sebesar 0,373 (37,3%), sehingga dapat memberikan informasi bahwa besarnya keragaman pada minat berkunjung yang dipengaruhi oleh EWOM, fasilitas, daya tarik wisata dan harga sebesar 37,3%, dan 62,7% dipengaruhi oleh variabel lain diluar dari model penelitian ini.

3. Uji t

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 6. Dijelaskan bahwa dari 4 hipotesis dalam penelitian ini, terdapat hipotesis yang ditolak, adapun penjabarannya sebagai berikut

3.1 EWOM berpengaruh positif signifikan terhadap minat berkunjung Taman Satwa Taru Jurug

Nilai Beta sebesar 0,296, kemudian nilai t 3,982 dan signifikansi 0,000, sehingga disimpulkan bahwa EWOM berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung Taman Satwa Taru Jurug. **H₁ diterima**

3.2 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. **H₂ diterima**

3.3 Daya Tarik Wisata berpengaruh positif signifikan terhadap minat berkunjung Taman Satwa Taru Jurug

Nilai Beta sebesar 0,023, kemudian nilai t 0,219 dan signifikansi 0,827, sehingga disimpulkan bahwa Daya Tarik Wisata berpengaruh positif tidak signifikan terhadap minat berkunjung Taman Satwa Taru Jurug. **H₃ ditolak**

3.4 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. **H₄ diterima**

Simpulan dan Saran

Variabel E-WOM memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung ke Taman Satwa Taru Jurug. Fasilitas berpengaruh secara positif signifikan atas minat berkunjung ke Taman Satwa Taru Jurug dan Daya tarik wisata memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap minat berkunjung ke Taman Satwa Taru Jurug. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung ke Taman Satwa Taru Jurug.

Bagi perusahaan, agar semakin banyak yang berminat untuk mengunjungi Taman Satwa Taru Jurug sebaiknya perusahaan dapat membuat variasi harga pada *event* tertentu yang diadakan oleh pengelola, karena akan dapat berdampak pada proses pemasaran yang dilakukan oleh konsumen. Fasilitas yang diberikan untuk pengunjung dapat semakin ditingkatkan, sehingga apabila perusahaan semakin membuat variasi harga, meningkatkan fasilitas bagi pengunjung maka akan dapat meningkatkan daya tarik wisata dari Taman Satwa Taru Jurug. Bagi peneliti selanjutnya, untuk dapat menambahkan jumlah sampel yang lebih besar, jumlah sampel yang dalam penelitian masih kurang cukup untuk mewakili populasi.

Daftar Rujukan

- Andriyanto, R. D. (2010). Analisis pengaruh internet marketing terhadap pembentukan *word of mouth* dan *brand awareness* untuk memunculkan intention to buy. *Jurnal Manajemen Teknologi*, Vol. 9, No. 1.
- Apriyadi, D. (2017). Analisis pengaruh ketepatan waktu, fasilitas dan harga tiket terhadap kepuasan penumpang kereta api di Stasiun Purwosari. *MAGISTRA*, Vol. 29, No. 99, Hal. 73-77.
- Ardiansyah, I. (2019). Pengaruh harga dan fasilitas terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Taman Impian Jaya Ancol Jakarta dengan metode Structural Equation Modeling. *Media Bina Ilmiah*, Vol 14, No 3.
- Basiya, R., dan Rozak, H. A. (2012). Kualitas daya tarik wisata, kepuasan dan niat kunjungan kembali wisatawan mancanegara di Jawa Tengah. *Jurnal Ilmiah Dinamika Kepariwisata* Vol. XI No. 2, Oktober, Hlm. 1-12.
- Devy, Helln Angga & Soemanto, RB. (2017). Pengembangan obyek dan daya tarik wisata alam sebagai daerah tujuan wisata di Kabupaten Karanganyar. *Jurnal Sosiologi DILEMA*, Vol. 32, No.1.
- Ernawati, S. (2021). Pengaruh daya tarik wisata terhadap minat berkunjung di kawasan Amahami kota Bima. *Insight Management Journal*, 1(2), 50-54.
- Hermansyur, H.M dan Aditi, B. (2017). Pengaruh kualitas produk, citra merek, harga, dan promosi, terhadap keputusan pembelian mobil merek Honda di Kota Medan. *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen*, Vol.3 No.1, Hal. 32-43.
- Hidayanti, A., Hidayanti, A., dan Masyhudi, L. (2020). Pengaruh *electronic word of mouth*, daya tarik dan lokasi terhadap minat berkunjung wisatawan di Desa Tete Batu Kabupaten Lombok Timur. *Jurnal Inovasi Penelitian*, Vol.1, No.2, Hal.129-144.
- Kotler, Philip. (2012). *Dasar-dasar manajemen Pemasaran*. Edisi 2. New York: Mc Graw Hill.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education, Inc.
- Meiviani T. Ngajow, Hendra N. Tawas, Woran Djemly. (2021). Pengaruh daya tarik wisata dan citra objek wisata terhadap minat berkunjung pada objek wisata Bukit Kasih Kanonang, dengan Pandemi Covid 19 sebagai variabel moderator. *Jurnal EMBA*, Vol 9, No 2.
- Mithell & Berdaus D. (2018). Pengaruh lokasi, fasilitas, produk, harga dan gaya World Surabaya. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, Vol. 3, No. 5, Hal. 637-646.
- Mulyono. (2019). *Analisis uji asumsi klasik*. Retrieved February 13, 2021, from bbs.binus.ac.id website: <https://bbs.binus.ac.id/management/2019/12/analisis-uji-asumsi-klasik/>
- Pratiwi, Rosetika Noviananda dan Anita Maulina. (2021). Pengaruh konten instagram dan electronic word of mouth (e-WOM) @indtravel terhadap minat berkunjung ke destinasi wisata di Indonesia (Survey pada *followers* mancanegara @indtravel). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol.1, No.3, Hal.138-154.
- Raharjo, S. (2017). *Makna koefisien determinasi (R square) dalam analisis regresi linear berganda*. Retrieved February 13, 2021, from www.spssindonesia.com website: <https://www.spssindonesia.com/2017/04/makna-koefisien-determinasi-r-square.html>
- Rindani, Liantika. (2016). Kepuasan wisatawan tentang daya tarik wisata Pantai Air Manis Padang. Skripsi Sarjana, Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.

- Riyono dan Gigih Erlik Budiharjo. (2016). Pengaruh kualitas produk, harga, promosi dan brand image terhadap keputusan pembelian produk Aqua. *Jurnal STIE Semarang*, Vol.8, No.2, Hal. 92-121.
- Saputra, Suyono dan Felisyane M.Barus. (2020). Pengaruh *electronic word of mouth* (e-wom) dan citra merek terhadap minat belanja konsumen di Batam. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, Volume 5, No. 1, Hal. 1.
- Sarim dan Tri Wiyana. (2017). Pengaruh fasilitas wisatawan terhadap motivasi kunjungan wisatawan (Studi kasus kunjungan wisatawan kota Solo). *Jurnal Hospitality dan Pariwisata* Vol.3(No.2) : 294-374.
- Silaban, Sunarti E, *et al.* (2019). Pengaruh promosi, harga dan inovasi produk terhadap keputusan pembelian pada Kentucky Fried Chicken (KFC) Simpang Mataram Medan. *JRAK*, Vol. 5 No. 2, Hal. 209-228.
- Sinaga, Onita Sari, dkk. (2020). Peran fasilitas dan harga untuk mendorong minat berkunjung dalam situasi covid 19 (Studi pada Taman Hewan Kota Pematangsiantar). Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suwarduki, Puspa Ratnaningrum; Edy Yulianto, dan M. Kholid Mawardi. (2016). pengaruh electronic word of mouth terhadap citra destinasi serta dampaknya pada minat dan keputusan berkunjung (survei pada followers aktif instagram Indtravel yang telah mengunjungi destinasi wisata di Indonesia). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 37 No. 2.
- Suyono, AG; Sri Sukmawati dan Pramono. (2012). *Pertimbangan dalam membeli produk barang maupun jasa*. Intidayu Press:Jakarta.
- Utami, R. P., & Saputra, H. (2017). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap minat beli sayuran organik Di Pasar Sambas Medan. *Jurnal Niagawan*, Vol. 6 No. 2.
- Widyanto, Alfian; Sunarti dan Erdiana Pangestuti. (2017). Pengaruh E-Wom di instagram terhadap minat berkunjung dan dampaknya pada keputusan berkunjung (Survei pada pengunjung Hawai Waterpark Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 45 No.1.
- Yustiawan, Ody. (2016). Pengaruh kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian Honda Vario. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol.5, No.2.