



Pengaruh Harga, Fasilitas dan Aksesibilitas terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Destinasi Wisata Gunung Puntang

Rio Septa Nugraha Pamungkas¹, Faizal Hamzah²

¹⁻² Sekolah Tinggi Pariwisata ARS Internasional

Alamat: Jl. Sekolah Internasional No. 5-6, Bandung 40282

Korespondensi penulis: riosept68@gmail.com

Abstract. *Tourism plays a crucial role as a key sector supporting Indonesia's economic growth, particularly in West Java Province, home to a variety of attractive destinations. Mount Puntang, known for its natural beauty and rich historical significance, is one such destination. This study aims to analyze the influence of price, facilities, and accessibility on tourists' decisions to visit Mount Puntang. This study used a quantitative approach, involving 100 respondents selected using the Slovin formula from a visitor population of 131,452 in 2023. Data were collected through a questionnaire assessing the influence of three main variables: price, facilities, and accessibility on visiting decisions. The results showed that price had a significant negative influence on visiting decisions. This means that the higher the price offered, the less interest tourists would have in visiting. Conversely, the available facilities and accessibility to Mount Puntang showed a significant positive influence. This indicates that the better the facilities provided and the easier it is to access the location, the greater the interest tourists would have in visiting. The coefficient of determination (R^2) test showed that price, facilities, and accessibility together influenced 97.9% of tourist decisions, while other factors only influenced 2.1%. These findings underscore the importance of adapting more competitive pricing strategies, improving facilities, and facilitating transportation access to increase tourist interest in visiting Mount Puntang. Therefore, to attract more tourists, destination managers must focus on improving the quality of facilities and accessibility and optimizing pricing strategies to suit the capabilities of the target market, especially tourists who prefer destinations with value beyond just natural beauty. Furthermore, it is crucial for destination managers to pay attention to promotional factors that can influence tourist decisions.*

Keywords: *Accessibility, Facilities, Price, Puntang Mountain, Visit Decision*

Abstrak. Pariwisata berperan penting sebagai salah satu sektor utama yang mendukung pertumbuhan ekonomi Indonesia, khususnya di Provinsi Jawa Barat yang memiliki berbagai destinasi menarik. Salah satu destinasi yang memiliki potensi besar adalah Gunung Puntang, yang dikenal dengan keindahan alamnya serta nilai historis yang tinggi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, fasilitas, dan aksesibilitas terhadap keputusan wisatawan untuk berkunjung ke Gunung Puntang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan melibatkan 100 responden yang dipilih berdasarkan rumus Slovin dari populasi pengunjung yang mencapai 131.452 pada tahun 2023. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang menilai pengaruh tiga variabel utama: harga, fasilitas, dan aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap keputusan berkunjung. Artinya, semakin tinggi harga yang ditawarkan, semakin berkurang minat wisatawan untuk berkunjung. Sebaliknya, fasilitas yang tersedia dan aksesibilitas menuju Gunung Puntang menunjukkan pengaruh positif yang signifikan. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik fasilitas yang disediakan serta kemudahan dalam mengakses lokasi, semakin besar minat wisatawan untuk berkunjung. Uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa harga, fasilitas, dan aksesibilitas secara bersamaan mempengaruhi 97,9% keputusan wisatawan, sedangkan faktor lainnya hanya mempengaruhi 2,1%. Temuan ini menegaskan pentingnya penyesuaian strategi harga yang lebih kompetitif, peningkatan fasilitas, dan kemudahan akses transportasi untuk meningkatkan minat kunjungan wisatawan ke Gunung Puntang. Oleh karena itu, untuk menarik lebih banyak wisatawan, pengelola destinasi harus fokus pada peningkatan kualitas fasilitas dan aksesibilitas serta mengoptimalkan strategi harga agar sesuai dengan kemampuan pasar sasaran, terutama wisatawan yang lebih memilih destinasi dengan nilai lebih dari sekadar keindahan alam. Selain itu, penting bagi pengelola destinasi untuk memperhatikan faktor promosi yang dapat mempengaruhi keputusan wisatawan.

Kata kunci: Aksesibilitas, Fasilitas, Gunung Puntang, Harga, Keputusan Berkunjung

1. LATAR BELAKANG

Pariwisata yaitu salah satu sektor penting bagi tumbuhnya perekonomian di Indonesia. Perkembangan pariwisata Indonesia juga sangat pesat dan memberikan pengaruh yang sangat baik terhadap pertumbuhan perekonomian nasional dan daerah (Hamzah, Ghani, & Faturochman, 2022). Pariwisata menjadi industri yang berkelanjutan mengalami perubahan besar karena mereka melakukan berbagai fungsi dari waktu ke waktu (Krisna Aji et al., 2024).

Jawa Barat memiliki berbagai daya tarik wisata, secara geografis Provinsi Jawa Barat tercatat menjadi peringkat kedua sebagai provinsi terbesar di Pulau Jawa yang luas wilayahnya mencapai sebesar 37.143,99 Km², dimana wilayah tersebut terbagi menjadi 27 Kabupaten dan Kota (Fahri Safarudin 2024). Dengan luas wilayah yang dimiliki, Jawa Barat mempunyai berbagai potensi pariwisata yang tersebar di setiap kabupaten dan kota.

Salah satu tempat wisata di Kabupaten Bandung adalah Gunung Puntang, yang dikelola secara langsung oleh PT. Palawi Risorsis serta dinaungi oleh Perhutani Alam Wisata. Destinasi wisata Gunung Puntang selain memiliki daya tarik keindahan alam, Gunung Puntang juga memiliki nilai sejarah yang cukup kental seperti adanya goa Belanda dan sisa-sisa reruntuhan stasiun radio Malabar peninggalan penjajahan Belanda, selain itu gunung puntang juga dikenal sebagai penghasil kopi yang mulai terkenal ditingkat nasional. Dengan daya tarik yang dimiliki, ini akan menjadikan pilihan wisatawan untuk mengunjungi Gunung puntang.

Di destinasi wisata Gunung Puntang harga tiket menjadi suatu hambatan kenapa wisatawan sulit untuk memutuskan berkunjung, hal ini dapat terjadi karna adanya tiket terusan yang tidak termasuk ke dalam tiket masuk. Seperti harus membayar parkir mobil, parkir motor kembali dan jika wisatawan ingin camping, memasuki Kawasan Café Berg atau mendaki ke puncak mega, wisatawan dikenakan tiket tambahan yang tidak termasuk ke dalam tiket masuk kawasan gunung puntang. Wisatawan mempertimbangkan harga dalam memilih suatu destinasi wisata (Sari, 2020). Oleh karena itu, harga tiket memberikan pengaruh terhadap keputusan yang akan dibuat oleh wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi wisata.

Selain itu, peran fasilitas penunjang juga merupakan aspek penting bagi keputusan berkunjung wisatawan, sebab fasilitas yang didapatkan saat berkunjung ke Gunung Puntang bisa meningkatkan pengalaman juga kepuasan bagi wisatawan dengan begitu wisatawan dapat memutuskan untuk berkunjung. Menurut Pitana & Diarta dalam (Habaora, Riwukore 2021) menjelaskan, fasilitas destinasi adalah unsur-unsur yang ada pada suatu destinasi atau unsur-unsur yang berkaitan dengan destinasi tersebut dan memungkinkan wisatawan dapat menikmati atau mengikuti atraksi yang tersedia saat berkunjung ke lokasi tersebut.

Memberikan kenyamanan pada wisatawan yang berkunjung ialah tujuan bagi setiap destinasi wisata. Aksesibilitas ke lokasi wisata adalah faktor penting lainnya yang dapat memengaruhi keputusan wisatawan untuk pergi. Kemudahan mencapai suatu destinasi, kualitas moda perjalanan hingga ketersediaannya. Adapun jaringan jalan, waktu tempuh dan jarak, biaya yang dikeluarkan serta pilihan transportasi yang tersedia untuk mencapai destinasi wisata yang merupakan semua faktor yang dapat mempengaruhi aksesibilitas (Susumaningsih, Purnawan 2020).

Rumusan Masalah: penelitian ini akan berfokus pada harga, fasilitas dan juga aksesibilitas mengenai keputusan berkunjung di destinasi wisata Gunung Puntang" yang dibahas sebelumnya sehingga dirumuskan sebagai berikut:

- Bagaimana pengaruh Harga dalam Keputusan Berkunjung di Destinasi Wisata Gunung Puntang?
- Bagaimana pengaruh Fasilitas dalam Keputusan Berkunjung di Destinasi Wisata Gunung Puntang?
- Bagaimana Aksesibilitas dalam Keputusan Berkunjung di Destinasi Wisata Gunung Puntang?
- Bagaimana pengaruh Harga, Fasilitas dan Aksesibilitas secara simultan dalam Keputusan Berkunjung ke Destinasi Wisata Gunung Puntang?

2. KAJIAN TEORITIS

Pariwisata

Pariwisata adalah perjalanan yang direncanakan oleh sekelompok orang atau individu yang melakukan perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain untuk mendapatkan kesenangan yang semata-mata untuk mencari kepuasan daripada menetap atau mencari nafkah (Hamzah et al., 2022).

Menurut Undang-undang Kepariwisata dalam (Kristiutami, Dewi, & Syarifuddin, 2020) Pariwisata juga diartikan sebagai segala macam kegiatan yang memiliki kaitannya dengan aspek pariwisata dan mempunyai berbagai fasilitas pendukung serta adanya pelayanan yang telah disediakan oleh berbagai lembaga negara, komunitas, pengusaha, hingga pemerintah daerah.

Wisatawan

Wisatawan adalah manusia yang sedang melaksanakan perjalanan wisata. wisata yaitu suatu kegiatan perjalanan dan dilakukan sebagian atau suatu kelompok yang berkunjung ke suatu wilayah dengan niat untuk mengembangkan diri dan bersenang-senang (Handayani & Sari, 2021).

Keputusan Berkunjung

Suatu proses mengambil keputusan dengan tahapan pertama yaitu mengenali kebutuhan serta keinginan konsumen. Selanjutnya ada proses untuk mendapatkan informasi, mengidentifikasi, menilai hingga membandingkan beberapa cara lain atau alternatif kunjungan yang tersedia (Aditya, Pradhanawati, & Dewi, 2023).

Teori keputusan yang diambil untuk penelitian ini yaitu teori keputusan pembelian yang mempunyai dimensi dan variabel yang sama. Oleh karena itu, teori keputusan pembelian dapat digunakan untuk mengukur keputusan berkunjung.

Selanjutnya berdasarkan tahapan dari Swastha dan Handoko (2000:57). Proses pengambilan keputusan pembelian memiliki 5 (lima) tahapan, antara lain:

- Analisis kebutuhan dan keinginan
- Mencari sumber-sumber dan informasi yang tersedia
- Melakukan penilaian dan menyeleksi untuk pemilihan terbaik (alternative)
- Keputusan dalam membeli
- Perilaku yang didaparkan setelah pembelian.

Harga

Harga yaitu sejumlah nominal dibayarkan pembeli untuk mendapatkan manfaat dari barang atau jasa yang dibelinya (Nugraha, Amin, & Me, 2020). Oleh karna itu harga tiket masuk ke destinasi wisata adalah hal pertama yang akan diperhatikan oleh pengunjung saat mereka memilih tempat wisata.

Fasilitas

Dalam (Hardina & Sudarusman, 2021) Tjiptono 2007 menjelaskan bahwa fasilitas yaitu potensi fisik yang akan ditawarkan kepada konsumen dan harus sebelumnya. Fasilitas menjadi salah satu penunjang suatu destinasi wisata untuk menarik para wisatawan yang diharapkan nantinya akan berkunjung.

Fasilitas dipercaya menjadi alat pengukur untuk mencapai target (Poli, Lopian 2023). Maka dari itu kelayakan fasilitas di suatu destinasi wisata menjadi salah satu aspek yang cukup penting. Terdapat beberapa dimensi yang dijelaskan oleh Sumayang 2003 dalam (Sulistyowati, Purwanto, & Anggraini, 2019) yaitu:

- Kerapian, kebersihan dan kelengkapan fasilitas
- Fungsi dan kondisi fasilitas
- Kemudahan dalam menggunakan fasilitas

Aksesibilitas

Aksesibilitas merupakan pendukung kemudahan wisatawan menjangkau destinasi wisata. Dalam pengembangan pariwisata, aksesibilitas menjadi faktor cukup penting, karena berkaitan dengan lintas sektoral karna tanpa adanya aksesibilitas tidak memungkinkan suatu lokasi wisata mendapatkan kunjungan (Ma'rifah, 2023).

3. METODE PENELITIAN

Operasi Variabel

Variabel bebas adalah harga (X1), fasilitas (X2) dan aksesibilitas (X3) sebaliknya yang menjadi variabel terikat adalah keputusan berkunjung (Y).

Populasi Dan Sampel

Pada penelitian ini, populasi ditentukan berdasarkan jumlah kunjungan wisatawan ke destinasi wisata Gunung Puntang dari tahun 2023, yang tercatat sebanyak 131.452 orang. Margin kesalahan yang digunakan adalah 10% (0,10).

Teknik *Sampling*

Peneliti memilih elemen sampel yang mudah diakses atau tersedia pada saat itu tanpa mempertimbangkan apakah elemen tersebut mewakili atau serupa dengan keseluruhan populasi yang lebih besar (Hamzah & Ariesta, 2022). Penelitian ini menggunakan kriteria inklusi yaitu wisatawan yang akan berkunjung atau sudah berkunjung ke destinasi wisata Gunung Puntang.

Teknik Pengumpulan Data

- Observasi: mengamati dan melihat keadaan yang sebenarnya (Prawiyogi, Sadih, Purwanugraha, & Elisa, 2021).
- Kuesioner: pengumpulan data dari responden dengan memberikan beberapa pertanyaan (Sidik Pamungkas, Suharno, & Bugis, 2019).
- Wawancara: mengumpulkan data dengan berinteraksi langsung dengan responden untuk mendapatkan informasi atau data (Aditya et al., 2023).

Teknik Pengujian Data

- Uji Validitas: metode pengujian yang digunakan untuk menilai sejauh mana instrumen mengukur, pengukuran mencerminkan kondisi aktual di lapangan, sehingga menjamin validitasnya dalam konteks penelitian. (Sullivan, 2011).
- Uji Reliabilitas: alat uji penggunaan kuesioner penelitian dalam menghimpun data variabel penelitian (Babu & Kohli, 2023).

Uji Asumsi Klasik

- Uji Normalitas: menentukan model regresi berdistribusi normal (Cahyono & Maskan, 2021)
- Uji Multikolineritas: mengetahui korelasi antar variabel independen (Cahyono & Maskan, 2021)
- Uji Heteroskedastisitas: menganalisis ketidaksetaraan varian residual untuk setiap observasi dalam model regresi (Cahyono & Maskan, 2021)

Uji Regresi Berganda

Untuk menguji pengaruh antar variabel (Cahyono & Maskan, 2021).

Uji Hipotesis

- Uji-t: digunakan sebagai alat analisis hipotesis (Voiculescu, 2008).
- Uji Kelayakan Model (Uji F): Menurut (Yi, Li, & Tang, 2022) uji-F digunakan untuk menilai sejauh mana suatu model regresi dari suatu sampel dapat secara akurat mengestimasi nilai sebenarnya.
- Korfisien Determinasi: Indikator ini berfungsi untuk menjelaskan variasi variabel.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Uji Reabilitas

No.	Variabel	r hitung (alpha)	r tabel	Keterangan
1.	<u>Keputusan Berkunjung</u>	0,949	0.61	<u>Reliabel</u>
2.	<u>Harga</u>	0,930	0.61	<u>Reliabel</u>
3.	<u>Fasilitas</u>	0,920	0,61	<u>Reliabel</u>
4.	<u>Aksesibilitas</u>	0,887	0,61	<u>Reliabel</u>

Sumber: Data Primer yang diolah 2025

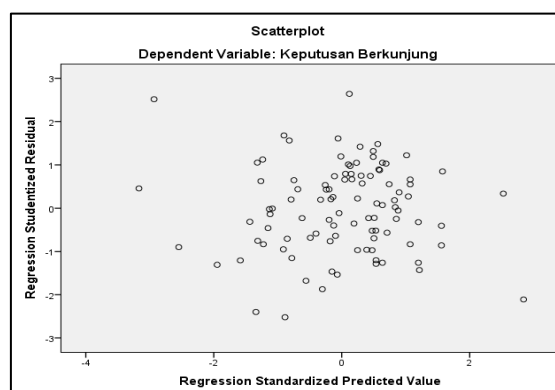
Kesimpulan dari uji reliabilitas ke-empat variabel penelitian mendapatkan hasil terlampaui besar dari 0.61, maka baik kuesioner variabel Harga, Fasilitas, Aksesibilitas maupun kuesioner variabel Keputusan Berkunjung dapat digunakan dalam pengambilan data yang akan dilakukan selanjutnya.

Tabel 2. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.31794466
Most Extreme Differences	Absolute	.057
	Positive	.032
	Negative	-.057
Test Statistic		.057
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Data Primer yang diolah 2025

Hasil pada tabel diatas, normalnya data dan terdistribusi dengan baik. Hal ini menunjukkan nilai signifikansi Kolmogorov-Smirnov (K-S), dengan nilai *Asymp.Sig* sebesar (0,200), yang melebihi (0,05) data normal dan terdistribusi , sebab signifikansi yang diperoleh di atas 0,05.



Gambar 1. Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Data Primer yang diolah 2025

Hasil gambar diatas menunjukkan residual dari model regresi, tidak terlihat adanya pola yang jelas atau formasi tertentu dalam distribusi titik-titik residual. Distribusi titik residual acak dari atas atau dari bawah garis 0 pada Y, maka dapat disimpulkan tidak mendapatkan gejala heteroskedastisitas.

Tabel 3. Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	53.677	.934	57.463	.000		
	Harga	-.278	.008	-.504	.000	.945	1.058
	Fasilitas	.582	.010	.906	.000	.855	1.170
	Aksesibilitas	.045	.019	.037	.021	.822	1.217

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

Sumber: Data Primer yang diolah 2025

Pada hasil table diatas model regresi bebas dari multikolinearitas. Ditunjukkannya nilai toleransi untuk setiap variabel yang melebihi (0,10), dan (VIF) lebih kecil dari 10. Maka dengan demikian, tidak ada indikasi multikolinearitas.

Tabel 4. Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	53.677	.934	57.463	.000
	Harga	-.278	.008	-.504	.000
	Fasilitas	.582	.010	.906	.000
	Aksesibilitas	.045	.019	.037	.021

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

Sumber: Data Primer yang diolah 2025

Berdasarkan regresi yang disajikan tabel diatas, nilai koefisien regresi yang digunakan mengacu pada Koefisien Terstandar. Dengan mengacu pada nilai-nilai ini, persamaan regresi linier dapat dirumuskan dibawah ini:

$$Y = - 0,504 X_1 + 0,906 X_2 + 0,037 X_3$$

Keterangan:

Y : Keputusan Berkunjung

X₁ : Harga

X₂ : Fasilitas

X₃ : Aksesibilitas

Rumusan yang telah disusun dideskripsikan sebagai berikut:

- Koefisien regresi pada variabel harga memiliki nilai negatif (-0,504). Menunjukkan hubungan negatif antara harga dan keputusan berkunjung, maka setiap ada kenaikan harga sebesar 1% akan mengakibatkan penurunan keputusan berkunjung wisatawan 0,504.
- Koefisien regresi fasilitas yaitu 0,906. Hal menunjukkan adanya hubungan positif dengan keputusan berkunjung. Oleh karena itu, jika adanya pengembangan fasilitas sebanyak 1% memperkirakan adanya kenaikan keputusan berkunjung sebesar 0,906.
- Koefisien regresi aksesibilitas sebesar 0,037 juga memiliki hubungan positif terhadap keputusan berkunjung. Artinya, setiap adanya kenaikan aksesibilitas sebanyak 1% maka keputusan berkunjung akan naik sebesar 0,037.

Tabel 5. Uji t

Coefficients^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	53.677	.934		.000
	Harga	-.278	.008	-.504	.000
	Fasilitas	.582	.010	.906	.000
	Aksesibilitas	.045	.019	.037	.021
a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung					

Sumber: Data Primer yang diolah 2025

Setelah melihat kriteria pengujian hipotesis Uji t pada table diatas, maka dapat dilihat kesimpulan dari tabel 5 sebagai berikut:

- Harga (X1): t hitung sebesar -33,772 lebih kecil dari pada nilai t tabel -1,660 dan dengan signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Demikian, harga berpengaruh negatif signifikan pada keputusan berkunjung wisatawan dan hipotesis alternatif (Ha) diterima.
- Fasilitas (X2): 57,691 t hitung yang didapat lebih besar daripada nilai t tabel sebesar 1,660, dan nilai signifikansinya adalah $0,000 < 0,05$. Demikian, fasilitas berdampak positif pada keputusan berkunjung wisatawan dan hipotesis (Ha) diterima.
- Aksesibilitas (X3): t hitung 2,341 lebih besar daripada nilai t tabel sebesar 1,660, signifikansi $0,021 < 0,05$. Berdasarkan hasil ini, artinya variabel aksesibilitas signifikan dan berpengaruh positif pada keputusan berkunjung wisatawan dan hipotesis (Ha) diterima.

Tabel 6. Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	257.725	3	85.908	1550.476	.000 ^b
	Residual	5.319	96	.055		
	Total	263.044	99			
a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung						
b. Predictors: (Constant), Aksesibilitas, Harga, Fasilitas						

Sumber: Data Primer yang diolah 2025

Hasil pada table diatas, nilai pada F hitung adalah 1550,47 signifikansi 0,000. Kemudian nilai ini dibandingkan dengan F tabel dengan besaran 3,09. Maka dengan begitu F hitung > F tabel dan signifikan < 5%, hipotesis nol (Ho) ditolak. Dapat disimpulkan, Harga, Fasilitas dan Aksesibilitas berpengaruh pada Keputusan Berkunjung di destinasi wisata Gunung Puntang secara Bersama-sama.

Tabel 7. Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.990 ^a	.980	.979	.23539
a. Predictors: (Constant), Aksesibilitas, Harga, Fasilitas				

Sumber: Data Primer yang diolah 2025

Berdasarkan tabel diatas, ditunjukkan oleh Adjusted R Square, adalah 0,979. Harga, Fasilitas dan Aksesibilitas secara Bersama-sama mempengaruhi 97,9% keputusan wisatawan untuk berkunjung. Sisanya, sebesar 2,1%, terpengaruh dari faktor lainnya.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Hasil penelitian disimpulkan bahwa variabel harga memengaruhi secara signifikan negatif kepada keputusan berkunjung wisatawan. Hal ini menunjukkan semakin tinggi harga yang ditetapkan tanpa diimbangi dengan persepsi nilai yang sepadan, maka minat wisatawan untuk berkunjung cenderung menurun. Sebaliknya, fasilitas memengaruhi signifikan positif kepada keputusan berkunjung, dimana kualitas dan ketersediaan fasilitas menjadi salah satu faktor utama yang meningkatkan kenyamanan dan kepuasan wisatawan. Demikian pula, aksesibilitas terbukti berpengaruh signifikan positif, di mana kemudahan dalam menjangkau

lokasi wisata turut mendorong peningkatan kunjungan. Selain itu, penelitian juga membuktikan bahwa harga, fasilitas, dan aksesibilitas simultan memengaruhi keputusan berkunjung di destinasi Wisata Gunung Puntang. Temuan ini menegaskan bahwa kombinasi ketiga faktor tersebut merupakan elemen penting dalam memengaruhi perilaku kunjungan wisatawan dan perlu mendapat perhatian dalam strategi pengelolaan destinasi.

Saran

Berdasarkan penelitian ini didapat hasil harga berdampak negatif pada keputusan berkunjung wisatawan. Maka oleh itu, pengelola destinasi wisata perlu meninjau kembali strategi harga yang diterapkan, misalnya dengan menawarkan paket promo, diskon musiman, atau tiket terusan yang lebih terjangkau, agar lebih sesuai dengan daya beli wisatawan.

Sementara itu, karena fasilitas memiliki pengaruh positif, pengelola perlu menjaga kualitas dan kebersihan fasilitas yang ada seperti toilet, area parkir, tempat istirahat, jalur trekking, dan spot foto. Penambahan fasilitas sesuai kebutuhan wisatawan juga disarankan untuk meningkatkan kenyamanan dan daya tarik destinasi.

Aksesibilitas yang baik juga terbukti mendorong keputusan berkunjung. Maka, perbaikan infrastruktur jalan, penambahan petunjuk arah yang jelas, serta penyediaan transportasi pendukung menjadi penting untuk mempermudah wisatawan mencapai lokasi.

DAFTAR REFERENSI

- Aditya, B. D., Pradhanawati, A., & Dewi, R. S. (2023). PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG (Studi pada Pengunjung Desa Wisata Sepakung , Banyubiru , Kabupaten Semarang) Pendahuluan Sekarang ini , perkembangan industri pariwisata semakin berkembang dan menjan, 11(3), 829–836.
- Babu, N., & Kohli, P. (2023). Commentary: Reliability in research. *Indian Journal of Ophthalmology*, 71(2), 400–401.
- Cahyono, T., & Maskan, M. (2021). Pengaruh Desain Interior, Desain Eksterior, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Plasa PT. Telekomunikasi Indonesia Wilayah V Kota Surabaya. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 6(1), 101–104.
- Habaora, F., Riwukore, J. R., & ... (2021). Kondisi Eksisting Destinasi Pariwisata Pantai Lasiana Kota Kupang Berdasarkan Atraksi, Aksesibilitas, Fasilitas, Kelembagaan, dan Ekosistem Pariwisata. *Jurnal* Retrieved from <http://ejournal.kemenparekraf.go.id/index.php/jki/article/view/147>
- Hamzah, F., & Ariesta, F. (2022). Pengaruh kualitas dan inovasi produk terhadap kepuasan konsumen di kuswini catering bandung. *Jurnal Sains Manajemen*, 4(1), 26–35.

- Hamzah, F., Ghani, Y. A., & Faturochman, T. T. (2022). Membangun Brand Destination Pasir Kunci Sebagai Tujuan Wisata Di Kota Bandung. *Jurnal Sains Manajemen*, 4(2), 77–84. <https://doi.org/10.51977/jsm.v4i2.770>
- Handayani, F. A., & Sari, A. M. (2021). Karakteristik Wisatawan Asia Timur Yang Berkunjung Ke Yogyakarta. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 5(1), 74. <https://doi.org/10.22146/jpt.64966>
- Hardina, M. S., & Sudarusman, E. (2021). Pengaruh harga, lokasi, dan fasilitas terhadap keputusan berkunjung wisata Taman Sari di Yogyakarta. *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal* Retrieved from <http://www.journal.stimykpn.ac.id/index.php/cb/article/view/236>
- Krisna Aji Saputro1), D. C. A. K. (2024). Fasilitas, Pengaruh Tarik, Daya Harga, D A N Keputusan, Terhadap Pada, Berkunjung Wisata, Obyek Watu, Alam Di, Rumpuk Madiun, Kabupaten, 001(September).
- Kristiutami, Y. P., Dewi, D. P., & Syarifuddin, D. (2020). Pengaruh Pengalaman Museum Experience Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Museum Sri Baduga. *Jurnal Nusantara (Jurnal Ilmiah Pariwisata Dan Perhotelan)*, 3(2), 2597–5323. Retrieved from <https://jurnal.akpada.ac.id/>
- Ma'rifah, A. N. (2023). Tingkat Literasi Aksesibilitas Wisatawan Domestik di Indonesia. *Ekodestinas*. Retrieved from <http://glorespublication.org/index.php/ekodestinas/article/view/35>
- Nugraha, D. P. S., Amin, N., & Me, S. Y. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga, Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Niat Membeli Kembali Pada Tiket Pesawat. *eprints.iain-surakarta.ac.id*. Retrieved from <http://eprints.iain-surakarta.ac.id/169/1/SKRIPSI DIAN PRABA 165211062 MBS pdf.pdf>
- Poli, P. Y. C., Lopian, S. J., & ... (2023). Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Bukit Kasih Kanonang. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset* Retrieved from <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/46555>
- Prawiyogi, A. G., Sadiyah, T. L., Purwanugraha, A., & Elisa, P. N. (2021). Penggunaan Media Big Book untuk Menumbuhkan Minat Membaca di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 5(1), 446–452. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v5i1.787>
- Safarudin, F. (2024). Strategi Pemasaran Digital Sebagai Upaya Meningkatkan Keberlangsungan Bisnis Penginapan di Sektor Pariwisata (Studi Kasus Viera Villa Dago Pakar), 6681(7), 1061–1068.
- Sari, V. F. S. (2020). Pengaruh Harga Tiket Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Obyek Wisata Ubalan Waterpark Pacet Mojokerto. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*. *ejournal.unesa.ac.id*. Retrieved from <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/download/32109/29118>
- Sidik Pamungkas, R., Suharno, S., & Bugis, H. (2019). Pengembangan Modul Mata Kuliah Praktik Las dan Tempa Lanjut di Program Studi Pendidikan Teknik Mesin FKIP Universitas Sebelas Maret Surakarta. *Jurnal Pendidikan Teknik Mesin*, 01(03), 257–266.
- Siregar, A. I. (2021). model keputusan pembelian rumah subsidi pada perumahan PSakura ASri KOta Jambi, 3(2), 212–224.
- Sulistyowati, L. N., Purwanto, H., & Anggraini, R. P. (2019). Pengaruh Fasilitas, Harga Tiket Dan Daya Tarik Terhadap Keputusan Berkunjung Di Obyek Wisata Telaga Ngebel.

- SIMBA (Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi I), 1(1), 987–999. Retrieved from <http://prosiding.unipma.ac.id/index.php/SIMBA/article/view/1210%0Ahttp://prosiding.unipma.ac.id/index.php/SIMBA/article/viewFile/1210/911>
- Sullivan, G. M. (2011). A primer on the validity of assessment instruments. *Journal of Graduate Medical Education*. The Accreditation Council for Graduate Medical Education Suite 2000, 515
- Susumaningsih, E., Purnawan, P., & ... (2020). Studi Aksesibilitas Objek Wisata Di Kabupaten Pasaman. *Rang Teknik Journal*. Retrieved from <https://www.jurnal.umsb.ac.id/index.php/RANGTEKNIKJOURNAL/article/view/1702>
- Voiculescu, D.-V. (2008). Aspects of free analysis. *Japanese Journal of Mathematics*, 3(2), 163–183.
- Yi, M., Li, Z., & Tang, Y. (2022). F-type testing in functional linear models. *Stat*, 11(1), e420.