

Pengaruh Harga, Fasilitas Dan Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung di Pemandian Waterpark Kawasan Wonorejo Terpadu Lumajang

Putri Margareta¹, Emmy Ermawati², M Taufik³

Program Studi Manajemen, Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang, Indonesia¹²³

Email: putrimargareta03@gmail.com¹, emmy.ermawati01@gmail.com², mtaufikwiga@gmail.com³

INFO ARTIKEL

Volume 6
Nomor 2
Bulan Desember
Tahun 2023
Halaman 455-464

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti dan menganalisis pengaruh harga, fasilitas dan pelayanan secara parsial terhadap minat berkunjung di Pemandian *Waterpark* Kawasan Wonorejo Terpadu Lumajang. Penelitian ini dilakukan karena terdapat perbedaan fenomena penelitian terdahulu. Pemandian *Waterpark* Kawasan Wonorejo Terpadu Lumajang merupakan pemandian yang dikelola langsung oleh Dinas Pariwisata yang dikembangkan sebagai salah satu sumber pendapatan dan usaha untuk menambah pendapatan daerah. Metode penelitian menggunakan deskriptif kuantitatif dengan menggunakan data primer berupa kuisioner yang diberikan kepada responden yang berjumlah sampel penelitian. Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan jumlah responden 80 yang diambil secara acak dengan menggunakan metode purposive sampling. Variabel independen dalam penelitian ini adalah harga dengan jumlah indikator 4, fasilitas dengan jumlah indikator 3 dan pelayanan dengan jumlah indikator 5 sedangkan variabel dependen adalah minat berkunjung dengan jumlah indikator 3. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa harga secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat berkunjung di Pemandian *Waterpark* Kawasan Wonorejo Terpadu Lumajang namun fasilitas dan pelayanan secara parsial memiliki pengaruh terhadap minat berkunjung di Pemandian *Waterpark* Kawasan Wonorejo Terpadu Lumajang.

Kata Kunci: Harga, Fasilitas, Minat Berkunjung, Pelayanan

ABSTRACT

This study aims to examine and analyze the effect of price, facilities and services partially on the interest in visiting the Waterpark Baths in the Wonorejo Integrated Lumajang Area. This research was conducted because there were differences in the phenomenon of previous research. The Lumajang Integrated Wonorejo Area Waterpark Baths are baths that are managed directly by the Tourism Office which were developed as a source of income and a business to increase regional income. The research method uses a quantitative descriptive using primary data in the form of a questionnaire given to respondents who amount to the research sample. This research is quantitative with the number of respondents 80 taken randomly using purposive sampling method. The independent variables in this study are price with a total of 4 indicators, facilities with a total of 3

indicators and service with a total of 5 indicators while the dependent variable is interest in visiting with an indicator of 3. The results of this study indicate that price does not partially affect the intention to visit the Baths Waterpark in the Wonorejo Integrated Area of Lumajang, but the facilities and services partially have an influence on the interest in visiting the Waterpark in the Integrated Wonorejo Area, Lumajang.

Keywords: Price, Facility, Interest in Visiting, Service

PENDAHULUAN

Pariwisata disebut sebagai salah satu sektor yang diperhitungkan dalam kancah pembangunan nasional. Pasalnya, industri pariwisata dinilai sebagai salah satu sektor pendukung untuk menaikkan nilai tukar negara. Mereka juga mulai mempromosikan pengembangan pariwisata, peluang yang tersedia untuk meningkatkan pendapatan untuk penggunaan sumber daya yang ada akan dipertimbangkan. Setiap kota di Indonesia memaksimalkan jumlah wisatawan, termasuk Kabupaten Lumajang. Kabupaten Lumajang terus mengembangkan potensi yang sudah ada. Destinasi wisata yang ada di Kabupaten Lumajang terdapat pemandangan yang indah sehingga layak untuk dinikmati wisatawan. Salah satunya adalah objek wisata Pemandian *Waterpark* Kawasan Wonorejo Terpadu Lumajang. Minat berkunjung merupakan ketertarikan seseorang untuk melakukan apa yang mereka lakukan ketika mereka diberikan kebebasan untuk memilih tempat yang diinginkan (Fitriyani & Pramusinto, 2018). Pertumbuhan ekonomi dapat ditingkatkan dengan mengembangkan pariwisata secara optimal yang dapat digunakan untuk menarik wisatawan untuk berkunjung. Minat berkunjung merupakan suatu hal yang penting untuk keberlangsungan objek bisnis.

Berdasarkan yang peneliti temukan pada penelitian terdahulu, ada beberapa faktor yang berkaitan dengan minat berkunjung. Diantaranya harga, fasilitas dan pelayanan. Harga adalah suatu nilai uang yang ditentukan oleh perusahaan untuk konsumen agar mendapatkan suatu barang yang mempunyai nilai manfaat dan kegunaan (Gitosudarmo, 2014:5). Fasilitas merupakan perlengkapan-perengkapan fisik yang diberikan perusahaan, dan mempunyai jangka waktu panjang untuk menaruh kemudahan pada penggunaannya sebagai akibatnya kebutuhan pengguna fasilitas tersebut bisa terpenuhi (Jufrizen & Hadi, 2021). Pelayanan merupakan segala upaya yang diberikan pihak pengelola yang mempunyai tujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sekaligus ketepatan dalam penyampaian untuk memenuhi harapan dari konsumen tersebut (Tjiptono, 2014). Beberapa penelitian yang berhubungan dengan harga, fasilitas dan pelayanan antara lain, penelitian yang dilakukan oleh (Bolang et al., 2021) yang menunjukkan bahwa harga tiket berpengaruh terhadap minat berkunjung, secara parsial lokasi dan harga tiket juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung. Namun berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Rini & Apriyanti, 2022) yang menunjukkan bahwa aksesibilitas berpengaruh positif secara parsial terhadap minat berkunjung, sedangkan daya tarik, harga, dan pelayanan berpengaruh negatif secara parsial terhadap minat berkunjung. Faktor kedua adalah fasilitas, penelitian yang dilakukan oleh (Setyowati & Liliyan, 2022) menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh secara positif signifikan terhadap minat berkunjung. Faktor ketiga adalah pelayanan, Penelitian yang dilakukan oleh (Ab, 2022) menunjukkan bahwa pelayanan berpengaruh terhadap minat berkunjung. Namun berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Rini & Apriyanti, 2022) menunjukkan bahwa pelayanan berpengaruh negatif secara parsial terhadap minat berkunjung. Tujuan dalam penelitian ini adalah: 1) Untuk menganalisis harga berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung di Pemandian *Waterpark* Kawasan Wonorejo Terpadu Lumajang; 2) Untuk menganalisis fasilitas berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung di

Pemandian *Waterpark* Kawasan Wonorejo Terpadu Lumajang; 3) Untuk menganalisis pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung di Pemandian *Waterpark* Kawasan Wonorejo Terpadu Lumajang.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan mencari hubungan sebab akibat (Paramita & Rizal, 2018:10). Populasi dalam penelitian ini pengunjung yang telah berkunjung di Pemandian *Waterpark* Kawasan Wonorejo Terpadu Lumajang dengan sampel berjumlah 80 responden yang diambil secara acak dengan menggunakan metode purposive sampling. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian dilakukan melalui penyebaran kuesioner yang disebar secara offline. Ada beberapa langkah dalam penelitian ini yang terdiri dari uji validitas dan reliabilitas, serta uji asumsi klasik dan uji hipotesis.

RESULTS AND DISCUSSION

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Kurniawan, (2014:156) menyatakan tujuan dari uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah nilai residual tersebut normal atau tidak. Disebut normal jika bentuk distribusi berada di tengah. Salah satu metode yang dapat digunakan adalah metode grafis yaitu dengan melihat adanya sebaran data pada grafik beraturan *P-P Plot of regression standardized residual*. Jika titik kecil dan mengikuti garis diagonal, nilai sisa dapat dianggap normal.

Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas adalah suatu keadaan adanya korelasi atau hubungan yang kuat antara variabel independen yang dimasukkan dalam model regresi linier. Dalam analisis regresi, model tidak boleh menunjukkan gejala multikolinieritas (Ikhsan, 2015). Untuk mengetahui apakah model regresi yang dihasilkan menunjukkan gejala multikolinieritas dapat dilihat dari VIF. model regresi yang baik jika hasil perhitungan memberikan nilai $VIF < 10$ berarti terdapat multikolinieritas yang parah dalam model regresi. Selain melihat nilai VIF juga dapat dilihat dari nilai *tolerance*, yaitu jika nilai *tolerance* yang diperoleh mendekati 1 maka model tidak mengalami multikolinieritas, sedangkan semakin jauh dari 1 maka model tersebut bebas dari multikolinierita (Ikhsan, 2015). Berdasarkan tabel 4.10 hasil uji multikolinieritas menunjukkan nilai *tolerance* yaitu 0.757, 0.569, dan 0.497 yang berarti lebih besar dari 0.1 dan nilai VIF sebesar 1.320, 1.757, dan 2.013 yang berarti kurang dari 10. Berdasarkan hasil tersebut model residual dinyatakan bebas dari multikolinieritas atau tidak terdapat korelasi antar variabel dikarenakan model residual memenuhi kriteria uji multikolinieritas.

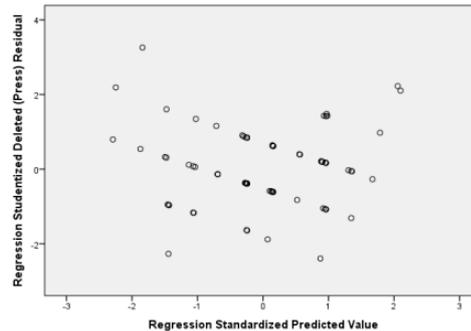
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Harga (X_1)	0.757	1.320	Bebas Multikolinieritas
Lokasi (X_2)	0.569	1.757	Bebas Multikolinieritas
Fasilitas (X_3)	0.497	2.013	Bebas Multikolinieritas

Sumber: Hasil olah data, 2023

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas diperlukan untuk mengetahui apakah pertidaksamaan varian dalam model regresi bersifat residual atau terdapat perbedaan residual pada pengamatan kedua. Dalam penelitian ini, metode PP-Plot digunakan sebagai kriteria untuk memastikan bahwa gambar tidak membentuk pola tertentu. Uji heteroskedastisitas pada penelitian ini menggunakan *scatter plot* dengan kriteria bahwa residual tidak memiliki pola tertentu, seperti kelompok atau residual harus tersebar. Berikut adalah uji heteroskedastisitas:



Gambar 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas
Sumber: Hasil olah data, 2023

Berdasarkan gambar 4.10 model residual memenuhi kriteria uji heteroskedastisitas atau model residual terbebas dari gejala heteroskedastisitas karena hasil uji heteroskedastisitas letak residual menyebar tanpa membentuk pola tertentu.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	-0.785	1.051
Harga (X ₁)	0.006	0.042
Fasilitas (X ₂)	0.401	0.076
Pelayanan (X ₃)	0.406	0.062

Sumber: Hasil olah data, 2023

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda pada tabel 4.11, rumusan model analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = -0.785 + 0.006X_1 + 0.401X_2 + 0.406X_3 + e$$

Dengan ketentuan:

- Y = Minat Berkunjung
- X₁ = Harga
- X₂ = Fasilitas
- X₃ = Pelayanan
- e = Error

Hasil analisis regresi linier menunjukkan bahwa hubungan antara variabel independen dan variabel dependen adalah sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta sebesar -0.785 hal ini menunjukkan apabila nilai harga, fasilitas dan pelayanan memiliki nilai nol (0) maka nilai minat berkunjung berkurang.
- b. Nilai koefisien harga sebesar 0.006 atau 0.6% menunjukkan jika nilai harga naik 1% maka nilai minat berkunjung akan mengalami kenaikan sebesar 0.5%. Sebaliknya jika nilai harga turun

- 1% maka nilai minat berkunjung akan mengalami penurunan sebesar 0.6%. Dengan asumsi nilai fasilitas dan pelayanan bernilai konstan.
- c. Nilai koefisien fasilitas sebesar 0.401 atau 40.1% menunjukkan jika nilai fasilitas naik 1% maka nilai minat berkunjung akan mengalami kenaikan sebesar 40.1%. Sebaliknya jika nilai fasilitas turun 1% maka nilai minat berkunjung akan mengalami penurunan sebesar 40.1%. Dengan asumsi nilai harga dan pelayanan bernilai konstan.
 - d. Nilai koefisien pelayanan sebesar 0.406 atau 40.6% menunjukkan jika nilai pelayanan naik 1% maka nilai minat berkunjung akan mengalami kenaikan sebesar 40.6%. Sebaliknya jika nilai pelayanan turun 1% maka nilai minat berkunjung akan mengalami penurunan sebesar 40.6%. Dengan asumsi nilai harga dan fasilitas bernilai konstan.

Hasil Pengujian Hipotesis

Uji t (Parsial)

Tabel 4.12 Hasil Uji t Parsial

Variabel	t	Sig.
Harga (X_1)	0.140	0.889
Fasilitas (X_2)	5.303	0.000
Pelayanan (X_3)	6.520	0.000

Sumber: Hasil olah data, 2023

Berdasarkan tabel 4.12 ditemukan hasil uji t yang menunjukkan hasil sebagai berikut:

1) Pengujian Hipotesis Pertama

Berdasarkan tabel 4.12 hasil uji t parsial harga memiliki t hitung sebesar 0.140 lebih kecil dari t tabel (1.991) yang menunjukkan harga tidak berpengaruh terhadap minat berkunjung. Nilai signifikansi harga sebesar 0.889 lebih besar dari nilai signifikansi yang ditetapkan yaitu 0.05 maka harga tidak memiliki pengaruh terhadap minat berkunjung sehingga hipotesis pertama (H_1) ditolak.

2) Pengujian Hipotesis Kedua

Berdasarkan tabel 4.12 hasil uji t parsial fasilitas memiliki t hitung sebesar 5.303 lebih besar dari t tabel (1.991) yang menunjukkan fasilitas berpengaruh terhadap minat berkunjung. Nilai signifikansi fasilitas sebesar 0.000 lebih kecil dari nilai signifikansi yang ditetapkan yaitu 0.05 maka fasilitas memiliki pengaruh dan signifikan terhadap minat berkunjung sehingga hipotesis kedua (H_2) diterima.

3) Pengujian Hipotesis Ketiga

Berdasarkan tabel 4.12 hasil uji t parsial pelayanan memiliki t hitung sebesar 6.520 lebih besar dari t tabel (1.991) yang menunjukkan pelayanan berpengaruh terhadap minat berkunjung. Nilai signifikansi pelayanan sebesar 0.000 lebih kecil dari nilai signifikansi yang ditetapkan yaitu 0.05 maka pelayanan memiliki pengaruh dan signifikan terhadap minat berkunjung sehingga hipotesis ketiga (H_3) diterima.

Uji Determinasi R^2

Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.858	0.737	0.726	0.79863

Sumber: Hasil olah data, 2023

Berdasarkan tabel 4.13 hasil pengujian koefisien determinasi nilai R^2 pada model pertama sebesar 0.737 atau 73.7%. Artinya bahwa harga, fasilitas dan pelayanan dapat mempengaruhi minat berkunjung sebesar 73.7%, sedangkan 26.3% sebagai sisanya disebabkan variabel lainnya yang tidak diujikan pada penelitian ini misalnya promosi, lokasi dan daya tarik yang dapat memberikan pengaruh bagi minat berkunjung.

PEMBAHASAN

Penelelitian ini mengkaji hasil analisis deskriptif bahwa penelitian responden terhadap salah satu variabel dalam penelitian ini secara umum sangat baik. Hal ini dibuktikan dengan beragamnya tanggapan responden yang sangat setuju dengan setiap pernyataan variabel penelitian. Berdasarkan hasil uji hipotesis parsial, variabel harga ditetapkan tidak berpengaruh terhadap minat berkunjung di Pemandian *Waterpark* Kawasan Wonorejo Terpadu Lumajang. Sedangkan variabel fasilitas dan pelayanan berpengaruh terhadap minat berkunjung di Pemandian *Waterpark* Kawasan Wonorejo

Terpadu Lumajang. Berikut penjelasan dari masing-masing variabel:

Pengaruh Harga Terhadap Minat Berkunjung

Hasil pengujian hipotesis atas pengaruh harga terhadap minat berkunjung menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap minat berkunjung di Pemandian *Waterpark* Kawasan Wonorejo Terpadu Lumajang. Artinya harga tidak menjadi faktor utama yang langsung menjadi pertimbangan minat berkunjung di Pemandian *Waterpark* Kawasan Wonorejo Terpadu Lumajang. Hal ini menunjukkan pengunjung kurang puas dengan harga yang ditetapkan pengelola Pemandian *Waterpark* Kawasan Wonorejo Terpadu Lumajang. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rini & Apriyanti, 2022) yang menunjukkan bahwa aksesibilitas berpengaruh positif secara parsial terhadap minat berkunjung, sedangkan daya tarik, harga, dan pelayanan berpengaruh negatif secara parsial terhadap minat berkunjung. Namun penelitian tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Bolang et al., 2021) yang menunjukkan bahwa harga tiket berpengaruh terhadap minat berkunjung, secara parsial lokasi dan harga tiket juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung. Hal ini mendukung teori Gitosudarmo, (2014:5) yaitu harga adalah suatu nilai uang yang ditentukan oleh perusahaan untuk konsumen agar mendapatkan suatu barang yang mempunyai nilai manfaat dan kegunaan. Para pelaku bisnis dituntut untuk mengetahui siapakah target pasar yang ingin dituju agar dapat menentukan penentuan harga. Harga adalah faktor penentu yang sangat berpengaruh sebagai faktor pemutusan pembelian konsumen (Nurmalia et al., 2018). Oleh karena itu perusahaan wajib memperhatikan ketetapan harga yang ingin diambil. Harga dalam penelitian ini merupakan nilai jual tiket masuk Pemandian *Waterpark* Kawasan Wonorejo Terpadu Lumajang.

Indikator pertama dari variabel harga yaitu daftar harga, dengan item pernyataan "harga tiket di Pemandian *Waterpark* Kawasan Wonorejo Terpadu Lumajang terjangkau" dimana mayoritas responden menyatakan netral dengan pernyataan tersebut. Hal ini dikarenakan mayoritas responden ibu rumah tangga yang lebih mengedepankan kesenangan anak dalam memilih tempat wisata.

Indikator kedua dari variabel harga yaitu diskon, dengan item pernyataan "harga tiket di Pemandian *Waterpark* Kawasan Wonorejo Terpadu Lumajang mengadakan potongan harga dihari tertentu" dimana mayoritas responden menyatakan setuju dengan pernyataan tersebut. Hal ini dikarenakan Pemandian *Waterpark* Kawasan Wonorejo Terpadu Lumajang mengadakan potongan harga pada pengunjung pada hari biasa.

Indikator ketiga dari variabel harga yaitu tunjangan dengan item pernyataan "harga tiket di Pemandian *Waterpark* Kawasan Wonorejo Terpadu Lumajang sesuai dengan fasilitas dan pelayanan pengunjung" dimana mayoritas responden menjawab setuju dengan pernyataan tersebut. Hal ini dikarenakan harga yang ditawarkan Pemandian *Waterpark* Kawasan Wonorejo Terpadu Lumajang sesuai dengan fasilitas yang ada.

Indikator keempat dari variabel harga yaitu daya saing dengan item pernyataan "harga tiket di Pemandian *Waterpark* Kawasan Wonorejo Terpadu Lumajang sama dengan wisata lainnya" dimana mayoritas responden menjawab netral dengan pernyataan tersebut. Hal ini dikarenakan harga di Pemandian *Waterpark* Kawasan Wonorejo Terpadu Lumajang relatif mahal dari pada wisata lainnya.

Berdasarkan pada pendapat responden terhadap pernyataan pada penelitian menunjukkan secara parsial bahwa harga tidak berpengaruh terhadap minat berkunjung di Pemandian *Waterpark* Kawasan Wonorejo Terpadu Lumajang. Berlandaskan pada pengujian *output* SPSS diperoleh bahwasannya harga memiliki t hitung sebesar 0.140 lebih kecil dari t tabel (1.991) yang menunjukkan harga tidak berpengaruh terhadap minat berkunjung. Nilai signifikansi harga sebesar 0.889 lebih besar dari nilai signifikansi yang ditetapkan yaitu 0.05 maka harga tidak berpengaruh terhadap minat berkunjung. Dari pendapat diatas dapat disimpulkan minat berkunjung tergantung pada harga yang ditetapkan, semakin murah harga tiket dan mampu bersaing dengan wisata lainnya sehingga berdampak pada bertambahnya minat pengunjung pada Pemandian *Waterpark* Kawasan Wonorejo Terpadu Lumajang.

Pengaruh Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung

Hasil pengujian hipotesis atas pengaruh fasilitas terhadap minat berkunjung menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung di Pemandian *Waterpark* Kawasan Wonorejo Terpadu Lumajang Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Setyowati & Liliyan, 2022) menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh secara positif signifikan terhadap minat berkunjung. Namun berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Awaluddin & Haryanti, 2021) menunjukkan hasil bahwa tidak ada pengaruh fasilitas terhadap minat berkunjung. Hal ini mendukung teori fasilitas merupakan perlengkapan-perengkapan fisik yang diberikan perusahaan, dan mempunyai jangka waktu panjang untuk menaruh kemudahan pada penggunaannya sebagai akibatnya kebutuhan pengguna fasilitas tersebut bisa terpenuhi (Jufrizen & Hadi, 2021). Fasilitas menjadikan faktor pertimbangan minat berkunjung di Pemandian *Waterpark* Kawasan Wonorejo Terpadu Lumajang.

Indikator pertama dari variabel fasilitas yaitu kondisi fasilitas dengan item pernyataan "fasilitas yang tersedia di Pemandian *Waterpark* Kawasan Wonorejo Terpadu Lumajang masih layak untuk digunakan pengunjung" dimana mayoritas responden sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Hal ini dikarenakan pengunjung lebih mengutamakan wisata yang fasilitasnya layak digunakan.

Indikator kedua dari variabel fasilitas yaitu fasilitas perlengkapan dengan item pernyataan "fasilitas yang tersedia di Pemandian *Waterpark* Kawasan Wonorejo Terpadu sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan" dimana mayoritas responden sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Hal ini dikarenakan pengunjung lebih memilih wisata yang mempunyai fasilitas yang lengkap sehingga dapat memberikan kenyamanan saat berwisata bersama keluarga.

Indikator ketiga dari variabel fasilitas yaitu fasilitas sosial dengan item pernyataan "Pemandian *Waterpark* Kawasan Wonorejo Terpadu terdapat beberapa penanda sehingga memudahkan akses pengunjung" dimana mayoritas responden sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Hal ini dikarenakan akses menuju Pemandian *Waterpark* Kawasan Wonorejo Terpadu Lumajang sangat mudah dengan adanya papan penanda dan juga tempat yang mudah dijangkau karena dekat dengan Terminal Minak Koncar Lumajang.

Berdasarkan pada pendapat responden terhadap pernyataan pada penelitian menunjukkan secara parsial bahwa fasilitas berpengaruh terhadap minat berkunjung di Pemandian *Waterpark* Kawasan Wonorejo Terpadu Lumajang. Berlandaskan pada pengujian *output* SPSS diperoleh bahwasannya fasilitas memiliki t hitung sebesar 5.303 lebih besar dari t tabel (1.991) yang menunjukkan fasilitas berpengaruh terhadap minat berkunjung. Nilai signifikansi fasilitas sebesar 0.000 lebih kecil dari nilai signifikansi yang ditetapkan yaitu 0.05 maka fasilitas berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung.

Dari pendapat diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa minat berkunjung tergantung pada lengkapnya fasilitas Pemandian *Waterpark* Kawasan Wonorejo Terpadu Lumajang. Semakin beragam dan layaknya fasilitas yang disediakan memenuhi kebutuhan pengunjung akan

memberikan dampak positif untuk meyakinkan pengunjung untuk berkunjung di Pemandian *Waterpark* Kawasan Wonorejo Terpadu Lumajang.

Pengaruh Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung

Hasil pengujian hipotesis atas pengaruh pelayanan terhadap minat berkunjung menunjukkan bahwa pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung di Pemandian *Waterpark* Kawasan Wonorejo Terpadu Lumajang. Hasil ini menunjukkan bahwa pengunjung dapat menerima pelayanan yang ada di Pemandian *Waterpark* Kawasan Wonorejo Terpadu Lumajang. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ab, 2022) menunjukkan bahwa pelayanan berpengaruh terhadap minat berkunjung. Namun berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Rini & Apriyanti, 2022) menunjukkan bahwa pelayanan berpengaruh negatif secara parsial terhadap minat berkunjung.

Hal ini juga mendukung teori pelayanan merupakan segala upaya yang diberikan pihak pengelola yang mempunyai tujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sekaligus ketepatan dalam penyampaian untuk memenuhi harapan dari konsumen tersebut (Tjiptono, 2014). Pelayanan merupakan faktor yang sangat penting untuk memberikan pelayanan yang baik untuk pengunjung, sehingga pengunjung merasa nyaman untuk berkunjung di Pemandian *Waterpark* Kawasan Wonorejo Terpadu Lumajang.

Indikator pertama dari variabel pelayanan yaitu aset berwujud dengan item pernyataan "cara penyampaian karyawan di Pemandian *Waterpark* Kawasan Wonorejo Terpadu Lumajang mudah dipahami" dimana mayoritas responden menyatakan sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Hal ini menunjukkan pengunjung menyukai pelayanan Pemandian *Waterpark* Kawasan Wonorejo Terpadu Lumajang dikarenakan menggunakan bahasa yang mudah dipahami.

Indikator kedua dari variabel pelayanan yaitu keandalan dengan item pernyataan "karyawan di Pemandian *Waterpark* Kawasan Wonorejo Terpadu Lumajang membantu jika ada permasalahan pengunjung" dimana mayoritas pengunjung menyatakan sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Hal ini menunjukkan Pemandian *Waterpark* Kawasan Wonorejo Terpadu Lumajang memberikan pelayanan yang terbaik untuk kenyamanan pengunjung.

Indikator ketiga dari variabel pelayanan yaitu daya tanggap dengan item pernyataan "karyawan di Pemandian *Waterpark* Kawasan Wonorejo Terpadu Lumajang tanggap dalam melayani" dimana mayoritas pengunjung menyatakan sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Hal ini menunjukkan pelayanan yang diberikan dilakukan dengan sebaik mungkin agar pengunjung merasa nyaman saat berlibur.

Indikator keempat dari variabel pelayanan yaitu jaminan dengan item pernyataan "karyawan di Pemandian *Waterpark* Kawasan Wonorejo Terpadu Lumajang memiliki tingkah laku yang sopan kepada pengunjung" dimana mayoritas pengunjung menyatakan sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Hal ini dikarenakan pengunjung menyukai kesopanan karyawan dalam melayani pengunjung.

Indikator kelima dari variabel pelayanan yaitu empati dengan item pernyataan "karyawan di Pemandian *Waterpark* Kawasan Wonorejo Terpadu Lumajang memberikan pelayanan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pengunjung" dimana mayoritas pengunjung menyatakan setuju dengan pernyataan tersebut. Hal ini dikarenakan karyawan di Pemandian *Waterpark* Kawasan Wonorejo Terpadu Lumajang bertanggung jawab atas tugas dalam melayani pengunjung.

Berdasarkan pada pendapat responden terhadap pernyataan pada penelitian menunjukkan secara parsial bahwa pelayanan berpengaruh terhadap minat berkunjung di Pemandian *Waterpark* Kawasan Wonorejo Terpadu Lumajang. Berlandaskan pada pengujian output SPSS diperoleh bahwasannya pelayanan memiliki t hitung sebesar 6.520 lebih besar dari t tabel (1.991) yang

menunjukkan pelayanan berpengaruh terhadap minat berkunjung. Nilai signifikansi pelayanan sebesar 0.000 lebih kecil dari nilai signifikansi yang ditetapkan yaitu 0.05 maka pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung. Dari pendapat diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa minat berkunjung tergantung pada pelayanan yang diberikan. Semakin baik pelayanan yang diberikan akan membuat pengunjung semakin nyaman berwisata di Pemandian *Waterpark* Kawasan Wonorejo Terpadu Lumajang akan membuat citra wisata semakin baik dan memberikan dampak positif sehingga Pemandian *Waterpark* Kawasan Wonorejo Terpadu Lumajang sebagai pilihan utama untuk berwisata.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis mengenai pengaruh harga, fasilitas dan pelayanan terhadap minat berkunjung di Pemandian *Waterpark* Kawasan Wonorejo Terpadu Lumajang dengan metode pengujian analisis regresi linier berganda dan pengujian secara parsial maka dapat disimpulkan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap minat berkunjung di Pemandian *Waterpark* Kawasan Wonorejo Terpadu Lumajang. Dalam hal ini harga tidak menjadi faktor utama yang langsung menjadi pertimbangan dalam minat berkunjung, oleh karena itu pengelola Pemandian *Waterpark* Kawasan Wonorejo Terpadu Lumajang harus lebih menyetabilkan lagi harga tiket sehingga bisa bersaing dengan harga tiket wisata lainnya.

Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung di Pemandian *Waterpark* Kawasan Wonorejo Terpadu Lumajang. Dalam hal ini fasilitas yang tersedia di Pemandian *Waterpark* Kawasan Wonorejo Terpadu Lumajang sudah sesuai dengan kebutuhan pengunjung. Oleh sebab itu mampu menarik perhatian pengunjung sehingga mampu memberikan pengaruh terhadap minat berkunjung di Pemandian *Waterpark* Kawasan Wonorejo Terpadu Lumajang.

Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung di Pemandian *Waterpark* Kawasan Wonorejo Terpadu Lumajang. Pelayanan di Pemandian *Waterpark* Kawasan Wonorejo Terpadu Lumajang sudah sangat baik sehingga mampu memberikan pengaruh terhadap minat berkunjung di Pemandian *Waterpark* Kawasan Wonorejo Terpadu Lumajang.

DAFTAR PUSTAKA

- Ab, N. (2022). *Pengaruh Infrastruktur Dan Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Pada Objek Wisata Binalatung Beach Kota Tarakan*. 1(1).
- 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>.
- Bolang, E., Mananeke, L., & Lintong, Dc. A. (2021). Pengaruh Electronic Word OF Mouth, Lokasi dan Harga Tiket Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Pada Makatete Hill'S Desa Warembungan. *Jurnal EMBA*, 9(1), 1360–1370.
- Fitriyani, E., & Pramusinto, H. (2018). Pengaruh Fasilitas Perpustakaan, Kualitas Pelayanan, Dan Kinerja Pustakawan Terhadap Minat Berkunjung Masyarakat. *Economic Education Analysis Journal*, 7(2), 73–84. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/eeaj>
- Gitosudarmo, I. (2014). *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kedua. BPFE: Yogyakarta.
- Ikhsan, L. dan. (2015). *Praktikum Metode Riset* (Salemba Em).
- Jufrizen, & Hadi, F. P. (2021). Pengaruh Fasilitas Kerja dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan Melalui Motivasi Kerja. *Jurnal Sains Manajemen*, 7(1), 35–54.
- Kurniawan, A. (2014). *Metode Riset untuk Ekonomi san Bisnis: Teori, Konsep, dan Praktik Penelitian*. Alfabeta: Bandung.
- Paramita, R.W.D., & Rizal Noviansyah. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Perkuliahan Metodologi Penelitian Bagi Mahasiswa*. Azyan Mitra Media: Yogyakarta

- Rini, R. S., & Apriyanti. (2022). *Pengaruh Daya Tarik, Aksesibilitas, Harga, Dan Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Pada Wisata Lembah Wiis Madiun*. *September*, 10.
- Setyowati, H., & Liliyan, A. (2022). Pengaruh E-WOM, Fasilitas, Daya Tarik Wisata, dan Harga terhadap Minat Berkunjung Taman Satwa Taru Jurug. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan ...*, 5(1), 24–31.
<https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JMPP/article/view/44773%0Ahttps://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JMPP/article/download/44773/22519>.
- Tjiptono, F. (2014). *Manajemen Jasa*. Andi Offset : Yogyakarta.