



---

---

## **PENGARUH HARGA DAN FASILITAS TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG PADA WISATA LAUSIGEMBURA DESA PENEN KABUPATEN DELISERDANG KECAMATAN SIBIRU-BIRU**

Yunika Pettresia Br Ginting

Vina Maria Ompusunggu

Universitas Quality, Jl Ngumban Surbakti No.18, Sempalata, Kec Medan Selayang  
,Kota Medan, Sumatera Utara 20132, Indonesia 083179339602,

[yunikaginting899@gmail.com](mailto:yunikaginting899@gmail.com)

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Harga dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Wisata Lausigembura Desa Penen Kabupaten Deliserdang Kecamatan Sibiru-biru. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik analisis regresi linear berganda. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 85 responden yang merupakan pengunjung wisata lausigembura. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga (X1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) dengan nilai Thitung sebesar 5,829 > Ttabel 1,663 dan signifikansi sebesar 0,000 < Alpha sebesar 0,05. Hal ini membuktikan bahwa harga yang sesuai dapat meningkatkan keputusan berkunjung secara signifikan. Selain itu, fasilitas (X2) juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berkunjung dengan nilai Thitung 7,197 > Ttabel 1,633 dan signifikansi sebesar 0,000 < Alpha sebesar 0,05. Artinya, semakin bagus fasilitas yang diberikan, semakin tinggi tingkat keputusan berkunjung. Hasil uji regresi linear berganda menghasilkan persamaan:  $Y = 2.042 + 0,408X1 + 0.452X2$ . Koefisien harga sebesar 0,408 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan dalam promosi akan meningkatkan keputusan berkunjung sebesar 0,408 satuan. Sementara itu, koefisien fasilitas sebesar 0,452 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan dalam kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,452 satuan. Hasil uji F menunjukkan bahwa harga dan fasilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai Fhitung 660.814 > Ftabel 3.11 dan signifikansi 0,000 < 0,05. Selain itu, hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan bahwa variabel harga dan fasilitas mempengaruhi keputusan berkunjung sebesar 0,942 (94,2%) dan selebihnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian



---

ini. Berdasarkan hasil penelitian ini, wisata lausigembura disarankan untuk lebih teliti terhadap harga yang diberikan dan fasilitas yang disediakan agar pengunjung nyaman diwisata

Kata kunci: Harga, Fasilitas, Keputusan Berkunjung Regresi Linear Berganda.



---

**THE EFFECT OF PRICE AND FACILITIES ON THE DECISION TO VISIT  
LAUSIGEMBURA TOURISM, PENEN VILLAGE, DELISERDANG  
REGENCY, SIBIRU-BIRU DISTRICT**

Yunika Pettresia Br Ginting

Vina Maria Ompusunggu

Rikawati Ginting Munthe

Universitas Quality, Jl Ngumban Surbakti No.18, Sempalata, Kec Medan Selayang  
,Kota Medan, Sumatera Utara 20132, Indonesia 083179339602,

[yunikaginting899@gmail.com](mailto:yunikaginting899@gmail.com)

**ABSTRAK**

This study aims to analyze the influence of Price and Facilities on Visiting Decisions at Lausigembura Tourism, Penen Village, Deliserdang Regency, Sibiru-biru District. The research method used is quantitative with multiple

linear regression analysis techniques. Data were collected by distributing questionnaires to 85 respondents who were visitors to Lausigembura tourism. The results showed that price (X1) has a significant influence on consumer satisfaction (Y) with a Tcount value of  $5.829 > T_{table} 1.663$  and a significance of  $0.000 < \text{Alpha of } 0.05$ . This proves that an appropriate price can significantly increase the decision to visit. In addition, facilities (X2) also have a significant influence on the decision to visit with a Tcount value of  $7.197 > T_{table} 1.633$  and a significance of  $0.000 < \text{Alpha of } 0.05$ . This means that the better the facilities provided, the higher the level of visiting decisions. The results of the multiple linear regression test produce the equation:  $Y = 2,042 + 0.408X_1 + 0.452X_2$ . The price coefficient of 0.408 indicates that every one-unit increase in promotion will increase the visiting decision by 0.408 units. Meanwhile, the facility coefficient of 0.452 indicates that every one-unit increase in service quality will increase consumer satisfaction by 0.452 units. The results of the F test show that price and facilities simultaneously have a significant effect on consumer satisfaction with an F count value of  $660.814 > F_{table} 3.11$  and a significance of  $0.000 < 0.05$ . In addition, the results of the determination coefficient test ( $R^2$ ) show that the price and facility variables influence the decision to visit by 0.942 (94.2%) and the rest is influenced by other factors not examined in this study. Based on the results of this study, Lausigembura tourism is advised to be more careful about the prices given and the facilities provided so that visitors are comfortable on the tour.

Keywords: Price, Facilities, Decision to Visit Multiple Linear Regression.



---

## PENDAHULUAN

Dalam era Globalisasi seperti saat ini parawisata menjadi salah satu yang sangat diminati. Parawisata salah satunya merupakan destinasi yang sangat berkembang di Indonesia, dan parawisata-parawisata Indonesia yang mampu bersaing dengan negara-negara lain. Selain itu parawisata merupakan sektor ekonomi yang penting di Indonesia yang dapat menambah perekonomian negara. Parawisata merupakan komoditas yang sangat dibutuhkan oleh setiap individu yang ada di dunia ini, maka dari itu hampir seluruh orang pernah berkunjung ke salah satu wisata, alasan seseorang berkunjung ke salah satu wisata yaitu untuk menghilangkan penat dan untuk menambah wawasan dan mampu menambah relasi dan lain-lain.

Wisata Lausigembura menjadi salah satu objek wisata yang sedang berkembang di desa penen kecamatan sibiru- biru kabupaten deliserdang, memiliki potensi yang sangat besar untuk menarik wisatawan lokal maupun luar daerah, dikarenakan wisata Lausigembura adalah salah satu pemandian air panas yang sangat banyak diminati wisatawan menjadi salah satu objek wisata yang sering dikunjungi untuk berendam air panas, wisata yang cocok untuk semua kalangan mulai dari orang tua, remaja, maupun anak-anak, karna memiliki beberapa kolam air panas dengan suhu yang berbeda-beda.

Keputusan berkunjung adalah suatu Keputusan yang di ambil oleh seseorang yang akan melakukan perjalanan ke suatu tempat wisata untuk berlibur. Seorang wisatawan yang berkunjung ke salah satu objek wisata karna wisatawan tersebut mempunyai kebutuhan untuk melakukan perjalanan ke salah satu objek wisata dan mempunyai persepsi yang bagus tentang wisata tersebut, selain itu memori yang indah tentang wisata tersebut akan menjadi salah satu alasan untuk menjadi ingin Kembali berkunjung ke wisata tersebut. Krisiutami, (2015) menyatakan bahwa keputusan berkunjung merupakan sebuah proses Dimana seorang pengunjung melakukan penilaian dan memilih satu alternative yang diperlukan berdasarkan pertimbangan tertentu.

Harga merupakan salah satu factor yang sangat mempengaruhi Keputusan wisatawan dalam memilih objek wisata. Dikarnakan harga juga menjadi patokan utama untuk seseorang dalam memilih objek wisata, Menurut Smith (2015), harga yang terjangkau dapat menjadi daya Tarik tersendiri bagi pengunjung, terutama bagi mereka yang memiliki budget terbatas. Selain itu, harga juga dapat meningkatkan daya saing suatu objek wisata. Namun harga yang terlalu murah juga dianggap sebagai indikasi kualitas yang rendah, sehingga perlu di perhatikan dengan cermat. Selain harga fasilitas juga jadi penentu dalam berkunjung ke sebuah wisata.



Fasilitas merupakan sarana dan prasarana yang mendukung operasional objek wisata untuk mengakomodasi segala kebutuhan wisatawan tidak secara langsung mendukung pertumbuhan tetapi berkembang pada saat yang sama atau sesudah wisata berkembang maka dari itu fasilitas yang ditawarkan juga memiliki peran penting dalam menarik minat pengunjung. Menurut Jones (2017) fasilitas yang lengkap dan berkualitas dapat memberikan pengalaman yang lebih memuaskan bagi pengunjung selama berkunjung ke wisata tersebut.

## BAHAN DAN METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk menganalisis hubungan antara harga, fasilitas, dan keputusan berkunjung. Metode penelitian dalam skripsi ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang berlandaskan positivistik, di mana data yang digunakan berupa angka dan dianalisis menggunakan statistik untuk memperoleh kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung wisata lausigembura, dengan jumlah populasi sebanyak 8.472 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dan dihitung dengan rumus Slovin, dengan tingkat kesalahan 5%, sehingga jumlah sampel yang diambil adalah 382 responden. Instrumen dalam penelitian ini adalah Observasi dan Kuesioner. Analisis data terdiri dari uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas dan Uji hipotesis terdiri dari Uji t dan Uji f.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Hasil uji persyaratan instrument

#### A. Uji Validitas

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Harga ( $X_1$ )

Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	0,824	0,2133	VALID
2	0,728	0,2133	VALID
3	0,741	0,2133	VALID
4	0,630	0,2133	VALID
5	0,735	0,2133	VALID
6	0,784	0,2133	VALID
7	0,587	0,2133	VALID
8	0,718	0,2133	VALID



9	0,802	0,2133	VALID
---	-------	--------	-------

Sumber : Hasil olah data penelitian tahun 2025

Berdasarkan hasil uji validitas pada butir-butir pertanyaan variable Harga ( $X_1$ ), diketahui bahwa semua pertanyaan diatas valid dimana nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $r_{tabel}$  (0,2133), dimana nilai  $r_{hitung}$  paling tinggi yaitu 0,824 dan paling rendah 0,630. Maka dengan demikian dpaat dilanutkan dengan uji reabilitas instrument penelitian

Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Fasilitas ( $X_2$ )

Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	0.872	0,2133	VALID
2	0,900	0,2133	VALID
3	0,763	0,2133	VALID
4	0,920	0,2133	VALID
5	0,868	0,2133	VALID
6	0,920	0,2133	VALID
7	0,853	0,2133	VALID
8	0,899	0,2133	VALID
9	0,886	0,2133	VALID
10	0,928	0,2133	VALID

Sumber : Hasil olah data penelitian tahun 2025

Berdasarkan hasil uji validitas pada butir-butir pertanyaan variable Fasilitas ( $X_2$ ), diketahui bahwa semua pertanyaan diatas valid dimana nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $r_{tabel}$  (0,2133), dimana nilai  $r_{hitung}$  paling tinggi yaitu 0,928 dan paling rendah 0,763. Maka dengan demikian dpaat dilanutkan dengan uji reabilitas instrument penelitian

Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Keputusan Berkunjung (Y)



Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	0,710	0,2133	VALID
2	0,636	0,2133	VALID
3	0,666	0,2133	VALID
4	0,645	0,2133	VALID
5	0,679	0,2133	VALID
6	0,648	0,2133	VALID
7	0,630	0,2133	VALID
8	0,685	0,2133	VALID
9	0,717	0,2133	VALID

Sumber : Hasil olah data penelitian tahun 2025

Berdasarkan hasil uji validitas pada butir-butir pertanyaan variable Keputusan Berkunjung (Y), diketahui bahwa semua pertanyaan diatas valid dimana nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $r_{tabel}$  (0,2133), dimana nilai  $r_{hitung}$  paling tinggi yaitu 0,717 dan paling rendah 0,630. Maka dengan demikian dpaat dilanutkan dengan uji reabilitas instrument penelitian

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan SPSS 22 diperoleh hasil pengujian reliabiilitas kuesioner dengan menggunakan *Cronbach* Alpha. Tujuan dari uji reliabilitas tersebut untuk mengetahui apakah instrument yang digunakan dapat dipercaya atau tidak. Hasil uji dapat dilihat pada table dibawah ini :

**Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga ( $X_1$ )**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
------------------	------------



.950	9
------	---

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada table 4.10, nilai koefisien Cronbach's alpha sebesar 0,950, sehingga nilai koefisien Cronbach's Alpha > 0,60. Dapat disimpulkan bahwa pernyataan variable Harga ( $X_1$ ) reliabel.

**Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Fasilitas ( $X_2$ )  
Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.966	10

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada table 4.11, nilai koefisien Cronbach's alpha sebesar 0,966, sehingga nilai koefisien Cronbach's Alpha > 0,60. Dapat disimpulkan bahwa pernyataan variable Fasilitas ( $X_2$ ) reliabel.

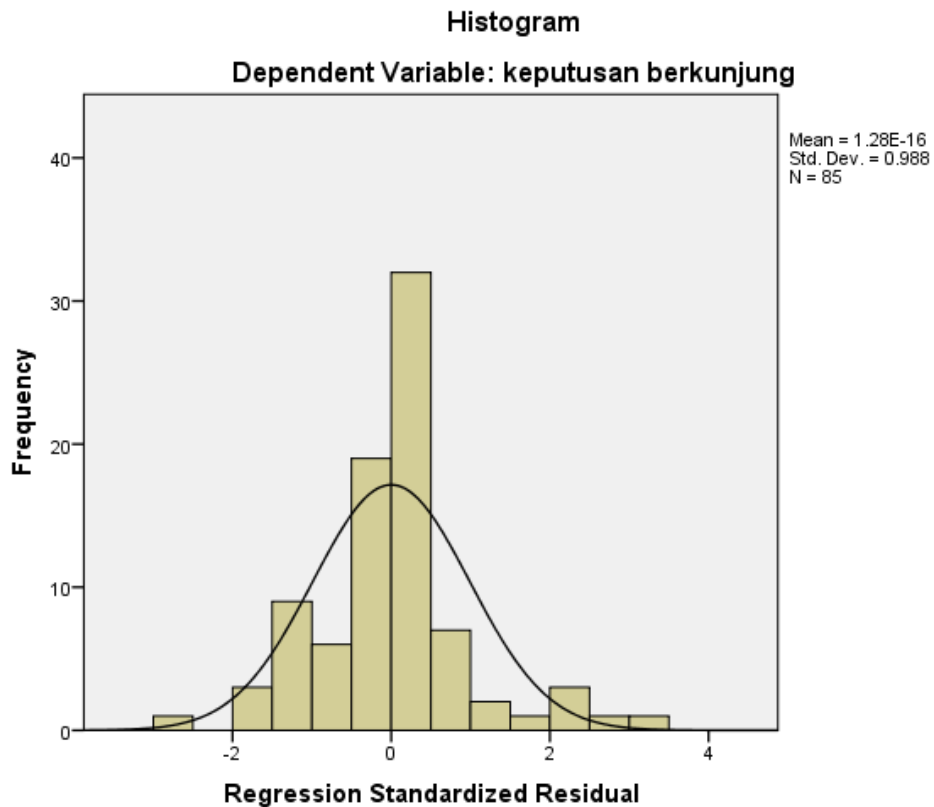
**Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Berkunjung (Y)  
Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.955	9

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada table 4.12, nilai koefisien Cronbach's alpha sebesar 0,955, sehingga nilai koefisien Cronbach's Alpha > 0,60. Dapat disimpulkan bahwa pernyataan variable Keputusan Berkunjung (Y) reliabel.

## 2 Hasil Uji Persyaratan Analisis Data

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variable pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal atau tidak mempunyai distribusi normal. Model regresi yang baik memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Hasil uji dapat dilihat pada gambar dibawah ini :

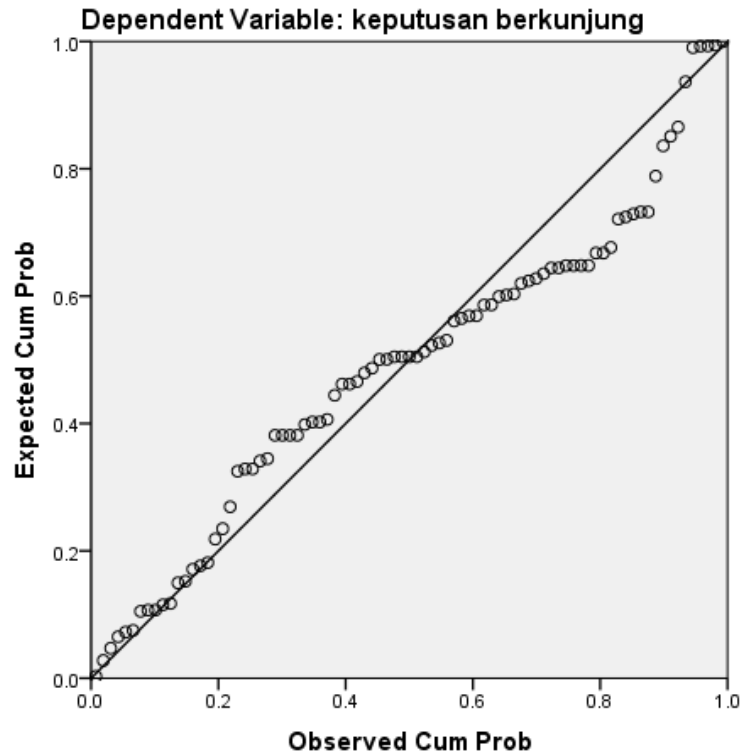


Gambar 4.1 Uji Grafik Histogram

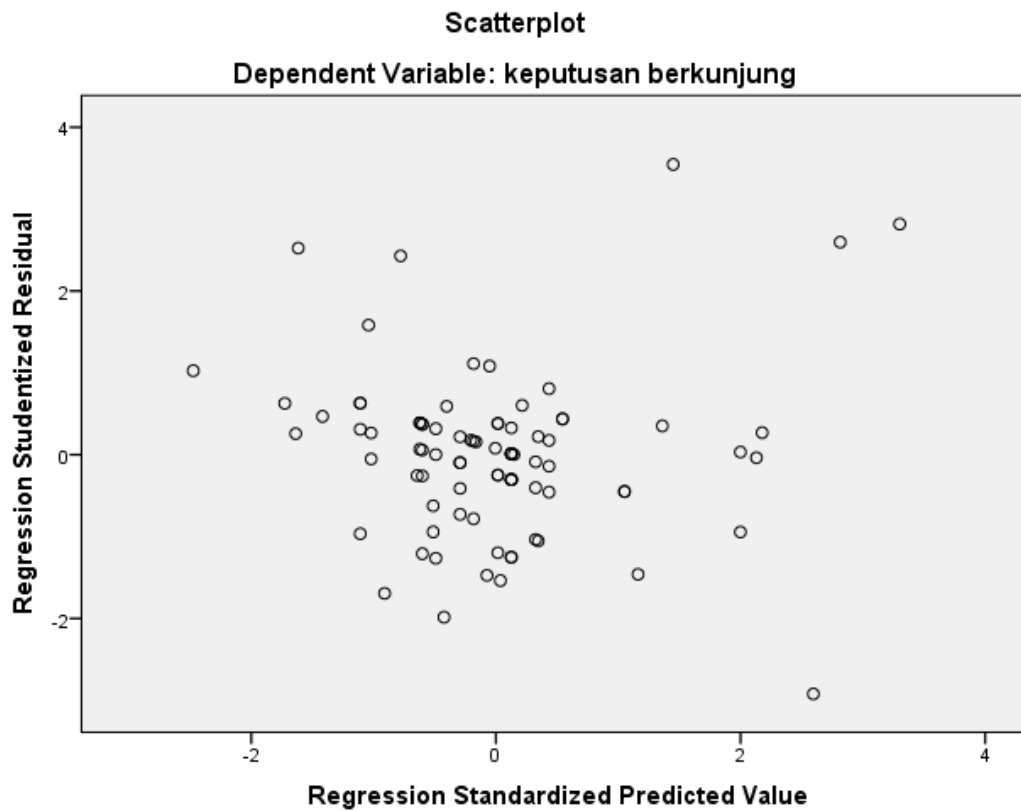
Berdasarkan tampilan output chart pada gambar diatas dapat dilihat grafik histogram maupun grafik plot. Dimana grafik histogram memberikan pola distribusi normal karena memiliki karakteristik berbentuk lonceng dan tidak melenceng ke kanan atau kekiri.



**Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual**



Berdasarkan tampilan output Pada chart pada gambar diatas P-plot terlihat titik-titik mengikuti dan mendekati garis diagonal sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi syarat asumsi normalitas.



Berdasarkan gambar di atas dapat diketahui apakah penelitian ini terjadi heteroskedastitas atau tidak. Hal ini dapat dilihat dari titik-titik yang berbentuk pola atau tidak. Berdasarkan hasil output SPSS scatterplot dapat dilihat bahwa titik-titik yang tidak ada membentuk pola tertentu. Sehingga data dalam penelitian ini dapat dikatakan bahwa bebas heteroskedastitas.

**Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics
-------	-----------------------------	---------------------------	---	------	-------------------------



	B	Std. Error	Beta			Toleranc e	VIF
1 (Constant)	2.042	1.158		1.763	.082		
harga	.408	.070	.441	5.829	.000	.124	8.045
fasilitas	.452	.063	.545	7.197	.000	.124	8.045

**a. Dependent Variable: Keputusan berkunjung**

Sumber : Hasil olah data SPSS 22 tahun 2025

Berdasarkan table diatas diketahui bahwa nilai VIF variable Hharga ( $X_1$ ) dan variable Fasilitas ( $X_2$ ) adalah  $8045 < 10\%$  dan nilai Tolerance  $0,124 > 0,1$ , maka data tersebut tidak terjadi multikolinearitas.

**3 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R-Square)**

Berdasarkan table dibawah diperoleh nilai koefisien korelasi  $R = 0,970$  yang menunjukkan tingkat hubungan antara Harga dan Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung. dangkan R-Square ( $R^2$ ) diperoleh sebesar  $0,942$  ( $94,2\%$ ) yang artinya keputusan berkunjung dipengaruhi oleh harga dan fasilitas. Selebihnya dipengaruhi oleh factor lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate



1	.970 <sup>a</sup>	.942	.940	1.365
---	-------------------	------	------	-------

a. Predictors: (Constant), fasilitas, harga

Tabel 4.15 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.042	1.158		1.763	.082
harga	.408	.070	.441	5.829	.000
fasilitas	.452	.063	.545	7.197	.000

a. Dependent Variable: keputusan berkunjung

Berdasarkan hasil linear berganda diatas maka didapat model regresi linear berganda sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 Y &= a + b_1 X_1 + b_2 X_2 \\
 &= 2.042 + 0,408 X_1 + 0,452 X_2
 \end{aligned}$$

Ket: Y = Keputusan Berkunjung

a = Harga

b = Fasilitas

Berdasarkan hasil persamaan linear dapat diartikan sebagai berikut :



1. Konstanta ( $\alpha$ ) sebesar 2.042 merupakan konstanta atau keadaan saat variabel Keputusan berkunjung belum mempengaruhi variabel lainnya, yaitu variabel harga ( $X_1$ ) dan fasilitas ( $X_2$ ). Jika variabel independen tidak ada maka keputusan berkunjung ( $Y$ ) tidak mengalami perubahan
2. Koefisien regresi Harga ( $X_1$ ) sebesar 0,408, menyatakan bahwa variabel promosi ( $X_1$ ) mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan berkunjung ( $Y$ ), yang artinya setiap peningkatan satu satuan variabel Harga ( $X_1$ ), maka akan meningkatkan keputusan berkunjung ( $Y$ ) sebesar 0,408 (40,8) satuan.
3. Koefisien regresi Fasilitas ( $X_2$ ) sebesar 0,452, menyatakan bahwa variabel Fasilitas ( $X_2$ ) mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan berkunjung ( $Y$ ), yang artinya setiap peningkatan satu satuan variabel Fasilitas ( $X_2$ ), maka akan meningkatkan keputusan berkunjung ( $Y$ ) sebesar 0,452 (45,2) satuan.

Variabel	$T_{hitung}$	$T_{tabel}$	Sig	Alpha	Kondisi	Keterangan
Harga ( $X_1$ )	5.829	1663	0.000	0,05	$T_{hitung} > T_{tabel}$ atau $sig < \alpha$	Berpengaruh positif dan signifikan
Fasilitas ( $X_2$ )	7.197	1.663	0.000	0,05	$T_{hitung} > T_{tabel}$ atau $sig < \alpha$	Berpengaruh positif dan signifikan

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel, maka dapat dijelaskan bahwa setiap variabel independen memiliki nilai signifikan di bawah 0,05 dan nilai  $T_{hitung}$  lebih besar dari  $T_{tabel}$  maka setiap variabel independen secara parsial memiliki pengaruh signifikan. Adapun nilai  $T_{tabel}$  yang diperoleh dari rumus sebagai berikut :

$$T_{tabel} = t(a/2; n-k-1)$$

$$= t(0,05/2; 85-2-1)$$



$$=t(0,025;85)$$

$$=1663$$

Ket n= Jumlah Sampel

k= Jumlah Variabel

$$\alpha= 0,05$$

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah Harga secara individual mempunyai hubungan yang signifikan atau Tidak terhadap keputusan berkunjung (Y). Berdasarkan tabel dapat dilihat bahwa  $T_{hitung}$  sebesar  $5829 > T_{tabel}$  sebesar 1663 dan angka signifikan sebesar  $0,000 < \alpha$  sebesar 0,05.  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, hal ini menunjukkan bahwa secara parsial Harga ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung (Y)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah Fasilitas ( $X_2$ ) secara individual mempunyai hubungan yang signifikan atau Tidak terhadap keputusan berkunjung (Y). Berdasarkan tabel dapat dilihat bahwa  $T_{hitung}$  sebesar  $7197 > T_{tabel}$  sebesar 1663 dan angka signifikan sebesar  $0,000 < \alpha$  sebesar 0,05.  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, hal ini menunjukkan bahwa secara parsial Harga ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung (Y)

**Tabel 4.18 Hasil Perhitungan (Uji-f)**

Variabel	$F_{hitung}$	$F_{tabel}$	Sig	Alpha	Kondisi	Keterangan
Harga ( $X_1$ )	660.814	3.11	.000	0.05	$F_{hitung} > F_{tabel}$	Berpengaruh statistik dan signifikan
Fasilitas ( $X_2$ )					atau $Sig < \alpha$	

Sumber : Hasil olah data SPSS 22 tahun 2025



---

Berdasarkan table 4.18 dapat dilihat bahwa kriteria uji-f dilakukan tingkat  $\alpha=0,05$ . Adapun nilai  $F_{\text{tabel}}$  yang diperoleh dari rumus sebagai berikut :

$$\begin{aligned} F_{\text{tabel}} &= k ; n- k \\ &= 2 ; 85-2 \\ &= 3,11 \end{aligned}$$

Ket  $n =$  Jumlah Sampel

$K=$  Jumlah Variabel

$A = 0,05$

Maka dapat diperoleh  $F_{\text{tabel}}$  sebesar 3,11 dan  $F_{\text{hitung}}$  sebesar 666,814. Berdasarkan table 4.18 dapat dilihat bahwa nilai  $F_{\text{hitung}}$  sebesar  $666.814 > F_{\text{tabel}} 311$   $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan adapengaruh signifikan Harga( $X_1$ ) dan Fasilitas ( $X_2$ ) secara bersama-sama terhadap keputusan berkunjung (Y).

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya mengenai Pengaruh Harga dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung dengan jumlah sampel 85 orang, maka ditarik kesimpulannya sebagai berikut : *Pertama*, Harga ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung (Y). Hal ini berarti semakin baik dan semakin kuat konsep Harga yang diberikan maka akan semakin tinggi tingkat keputusan berkunjung. *Kedua* Fasilitas ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung (Y). Hal ini berarti semakin baik dan semakin banyak jumlah fasilitas pada wisata yang diberikan maka akan semakin tinggi tingkat keputusan berkunjung. *Ketiga* Harga ( $X_1$ ) dan Fasilitas ( $X_2$ ) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Keputusan Berkunjung di wisata Lausigembura. Hal ini berarti semakin baik Harga dan Fasilitas maka akan semakin tinggi tingkat keputusan Berkunjung.



---

## DAFTAR PUSTAKA

Ardiansyah, I., & Mulia, B. (2019). Pengaruh harga dan fasilitas terhadap keputusan berkunjung wisatawan di taman impian jaya ancol Jakarta dengan metode structural equation modeling. *Media Bina Ilmiah*, 14(3), 2235-2248.

Annishia, F. B., & Prastiyo, E. (2019). Pengaruh harga dan fasilitas terhadap keputusan menginap tamu di hotel best western premier the hive Jakarta. *Jurnal Hospitality Dan Pariwisata*, 4(1), 19-28.

Ghozali, I. (2016). Ghozali, Imam.(2016). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23. Semarang: BPFE Universitas Diponegoro. *IOSR Journal of Economics and Finance*, 3(1), 98.

Kuantitatif, P. P. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. *Alfabeta, Bandung*.

Nurdiana, N., & Santoso, A. (2023). Pengaruh Harga Tiket, Fasilitas Objek Wisata, dan Keamanan Terhadap Minat Berwisata di Objek Wisata Telaga Ngebel. *JRE: Jurnal Riset Entrepreneurship*, 6(1), 40-47.

Ramadhien, Y. Z., Nurtjahjani, F., & Zaini, A. (2024). Pengaruh Harga dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung di Batu Love Garden (BALOGA) Kota Batu. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 5(3), 315-328.

Sirait, H. (2017). Pengaruh harga dan fasilitas terhadap keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata bukit Gibeon kecamatan Ajibata kabupaten Toba Samosir.

Sulistyawati, B. S., Istiqomah, F. N., Mustofa, H., Diski, K. M., Melati, N. V. S., & Rahadhini, M. D. (2023). Pengaruh Persepsi Harga Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian: Studi Kasus Konsumen Wardah Cosmetics Surakarta. *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 6(2), 770-778.

Sarmigi, E., & Parasmala, E. (2021). Pengaruh fasilitas, lokasi, dan harga terhadap keputusan berkunjung ke objek wisata bukit khayangan kota sungai penuh. *Al Dzahab: Journal of Economics, Management, Business and Accounting*, 2(2), 93-105.

Wahyuningsih, Y., Sari, N., & Gayo, B. W. (2024). Keputusan Wisatawan berkunjung ke Objek Wisata Budaya di Kabupaten Tulang Bawang Barat Provinsi Lampung. *JIMEK: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 7(1), 33-49