

Nomor Daftar FPIPS : 4636/UN40.A2.6/PT/2023

**PENGARUH PRODUK WISATA DAN HARGA TERHADAP MINAT
BERKUNJUNG KEMBALI DI *DAGO DREAMPARK BANDUNG***

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi syarat memperoleh
gelar Sarjana Pariwisata pada Program Studi Manajemen Resort and Leisure



Disusun Oleh :

Elma Juliana Napitupulu

NIM : 1906209

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN RESORT AND LEISURE
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

2023

**PENGARUH PRODUK WISATA DAN HARGA TERHADAP MINAT
BERKUNJUNG KEMBALI DI *DAGO DREAMPARK BANDUNG***

Oleh

Elma Juliana Napitupulu

1906209

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

© Elma Juliana Napitupulu

Universitas Pendidikan Indonesia

Agustus 2023

Hak Cipta ini dilindungi undang-undang.

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak sebagian maupun seutuhnya
melalui dicetak ulang, difotokopi atau cara lainnya tanpa izin dari penulis

LEMBAR PENGESAHAN

Elma Juliana Napitupulu

1906209

**PENGARUH PRODUK WISATA DAN HARGA TERHADAP MINAT
BERKUNJUNG KEMBALI DI *DAGO DREAMPARK BANDUNG***

Skripsi ini disetujui dan disahkan

Oleh:

Pembimbing I



Sri Marhanah, S.S.,M.M

NIP : 1981101 4200601 2 001

Pembimbing II



Reiza Miftah W, S.ST.Par., S.I.KOM., M.Sc

NIP : 19871224 201404 1 001

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen Resort and Leisure

Dr. Erry Sukriah,M.SE

NIP : 19791215 200812 2 002

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul “Pengaruh Produk Wisata dan Harga Terhadap Minat Berkunjung Kembali di *Dago Dreampark Bandung* ” ini sepenuhnya karya saya sendiri. Tidak ada bagian di dalamnya yang merupakan plagiat dari karya orang lain dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Dengan pernyataan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, 29 Agustus 2023

Elma Juliana Napitupulu

1906209

**Pengaruh Produk Wisata dan Harga Terhadap Minat Berkunjung Kembali
di *Dago Dreampark Bandung***

ABSTRAK

Oleh

Elma Juliana Napitupulu

1906209

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi produk wisata, harga, dan minat berkunjung kembali serta pengaruh produk wisata dan harga terhadap minat berkunjung kembali di *Dago Dreampark Bandung*. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda dengan jumlah sampel 125 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*, sehingga responden yang dibutuhkan dalam penelitian ini yaitu berusia >17 tahun dan sudah pernah berkunjung ke *Dago Dreampark Bandung*. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa tingkat produk wisata dan minat berkunjung kembali di *Dago Dreampark Bandung* berada dalam kategori baik, sedangkan untuk variabel harga berada dalam kategori cukup baik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel produk wisata dan harga secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di *Dago Dreampark Bandung* dengan nilai pengaruh produk wisata dan harga terhadap minat berkunjung kembali sebesar 63,6% dan sisanya sebesar 36,4% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel bebas yang diteliti.

Kata Kunci : Daya Tarik Wisata, Produk Wisata, Harga, Minat Berkunjung Kembali, *Dago Dreampark Bandung*

***The Influence of Tourism Products and Prices on The Revisit Intention to Dago
Dreampark Bandung***

ABSTRACT

By

Elma Juliana Napitupulu

1906209

This study aims to identify tourism products, prices, and revisit intention and also the influence of tourism products and prices on revisit intention to Dago Dreampark Bandung. The research method used is a verification descriptive analysis with a quantitative approach. The data analysis technique used was multiple regression analysis with a sample of 125 respondents. The sampling technique used is purposive sampling, so the respondents needed in this study are aged >17 years and have visited Dago dreampark. The results of the descriptive analysis show that the level of tourism products and revisit intention to Dago Dreampark Bandung is in a good category, while the price variable is in a fairly good category. The results of this study show that the variables of tourism products and prices partially and simultaneously have a significant effect on revisit intention to revisit Dago Dreampark Bandung with the value of the influence of tourism products and prices on revisit intention by 63.6% and the remaining 36.4% influenced by other variables outside the independent variables studied.

Keywords: *Tourism Attraction, Tourism Products, Price, Revisit Intention, Dago Dreampark Bandung*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat yang diberikan dalam penulisan skripsi yang berjudul “**Pengaruh Produk Wisata dan Harga Terhadap Minat Berkunjung Kembali di Dago Dreampark Bandung**”. Penelitian ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Pariwisata Program Studi Manajemen Resort dan Leisure di Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Pendidikan Indonesia.

Penulis menyadari penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari dukungan dan kerjasama dari semua pihak. Penghargaan yang tinggi dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah banyak membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini terutama ucapan terima kasih yang terbesar kepada kedua orang tua tersayang yang telah melahirkan dan membesarkan serta mendidik penulis dengan penuh kasih sayang dan kesabaran, tiada hentinya kasih sayang yang mereka curahkan hingga memberi dukungan dan semangat penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Inilah persembahan yang dapat penulis berikan sebagai tanda ucapan terima kasih dan sebagai tanda bakti penulis kepada orang tua.

Penulis menyampaikan penghargaan yang tulus dan ucapan terima kasih yang mendalam kepada pihak-pihak yang telah membantu penyelesaian skripsi ini. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Berkat bimbingan dan arahan dari Dosen Pembimbing I dan II dan pihak lainnya, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik. Penulis sangat mengharapkan masukan dan saran-saran yang sifatnya membangun demi kebaikan tulisan ini. Akhir kata dengan kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada semua pihak yang telah membantu penulisan skripsi ini.

Bandung, 29 Agustus 2023

Elma Juliana Napitupulu

1906209

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan segala kerendahan hati dan dalam kesempatan berbahagia ini penulis menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya atas bantuan dan bimbingannya selama proses penyelesaian skripsi ini yang berasal dari berbagai pihak berikut :

1. Terkhusus untuk ayah saya Elvis Napitupulu dan ibu saya Maslaini Hasibuan yang sangat saya sayangi. Saya ucapkan terima kasih sebesar-besarnya karena telah membesarkan dan mendidik saya, senantiasa selalu memberikan dukungan, mendengarkan keluh kesah saya dan memaafkan segala kesalahan yang saya lakukan selama perjalanan pendidikan yang saya jalani sampai detik ini. Terima kasih atas doa dan dukungan yang tiada putus-putusnya sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
2. Terima kasih banyak untuk keluarga besar saya, Uwak saya Hitca Tua Napitupulu dan Siti Aminah juga nenek tercinta Mawarni Malau yang senantiasa selalu memberikan dukungan moral dan materi selama perjalanan akademik saya, untuk adik-adik saya Elsa Najaliya Napitupulu, Taupik Rolansah Napitupulu, Halomoan Napitupulu, Tio Pancarian Napitupulu, Rena Santika Napitupulu, Napitupulu, Nurul Ikhlas Khairani, Abdi Munir, Syahrul Martua, Syahril dan Kayla Fitri Aqila dan adik saya yang lainnya yang telah berperan penting untuk memberikan dukungan, inspirasi, dan motivasi dalam perjalanan akademik saya.
3. Ibu Dr. Erry Sukriah, M.SE., selaku ketua program studi manajemen *resort and leisure*, terima kasih telah memberikan izin dan memudahkan saya mengikuti rangkaian perkuliahan.
4. Ibu Rosita S.S., M.A., sebagai pembimbing akademik yang senantiasa memberikan pengarahan dan pendampingan selama perkuliahan.
5. Terima kasih banyak kepada dosen pembimbing saya Ibu Sri Marhanah, S.S.,M.M dan Pak Reiza Miftah W, S.ST.Par.,M.Sc yang telah meluangkan waktunya dan senantiasa dengan penuh keseraban membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini.

6. Pemerintah yang telah memberikan kesempatan untuk saya bisa kuliah melalui program beasiswa bidikmisi sehingga saya bisa mendapatkan gelar sarjana selama mengikuti perkuliahan di Universitas Pendidikan Indonesia.
7. Pengelola *dago dreampark*, pak Revi dan bu Indah yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian di *dago dreampark*.
8. Terima kasih untuk teman saya yang sudah kebersamai selama kurang lebih 7 tahun lamanya dalam keadaan suka maupun duka, Amel Santie Putri, Mustika Rosari, Putri Rezky, Aswin Wiranata, Syaiful Sinaga, Prayoga, Gontar Amin, Anju, Riki Rahman, Aulia Sakti, Rifky Wahyudi dan teman-teman Atlantis lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.
9. Terima Kasih untuk teman saya Shilla Restiana, Devina Vanni Setyawan dan keluarga, Mia Nugraha, Dita Yurianty yang telah memberikan dukungan, semangat, bantuan, doa dan motivasi selama menyelesaikan skripsi ini.
10. Terima kasih kepada teman-teman MRL 2019 yang tidak bisa saya sebutkan namanya satu persatu, yang telah kebersamai penulis selama perkuliahan empat tahun, memberikan penulis banyak bantuan, memori, semangat, dan inspirasi selama penyelesaian skripsi ini.

Akhir kata, peneliti panjatkan doa semoga Tuhan Yang Maha Esa memberikan imbalan berupa rahmat dan karunia-Nya yang berlipat ganda atas dukungan dari pihak-pihak yang telah disebutkan sebelumnya yang senantiasa memberikan dukungan kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR.....	v
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.5 Sistematika Penulisan.....	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 Grand Theory, Middle Theory, dan Applied Theory.....	13
2.2 Kajian Mengenai Produk Wisata.....	13
2.2.1 Konsep Produk Wisata dalam Pemasaran Pariwisata	13
2.2.2 Dimensi/Indikator Produk Wisata.....	18
2.3 Kajian Mengenai Harga.....	20
2.3.1 Konsep Harga dalam Pemasaran Pariwisata	20

2.3.2 Dimensi/Indikator Harga.....	26
2.4 Kajian Mengenai Minat Berkunjung Kembali	27
2.4.1 Konsep Minat Berkunjung Kembali dalam consumer behavior	27
2.4.2 Dimensi/Indikator Minat Berkunjung Kembali	31
2.5 Hasil Penelitian Terdahulu	32
2.6 Kerangka Berpikir	41
2.7 Hipotesis	44
BAB III METODE PENELITIAN	45
3.1 Lokasi Penelitian	45
3.2 Desain Penelitian	46
3.3 Populasi dan Sampel	47
3.3.1 Populasi.....	47
3.3.2 Sampel dan Teknik Sampling	47
3.4 Variabel Penelitian	49
3.4.1 Variabel Independen	49
3.4.2 Variabel Dependen.....	50
3.5 Jenis dan Sumber Data	50
3.5.1 Data Primer	50
3.5.2 Data Sekunder	50
3.6 Operasional Variabel	51
3.6.1 Instrumen Penelitian.....	58
3.7 Uji Instrumen Penelitian.....	59
3.7.1 Uji Validitas	59
3.7.2 Uji Reliabilitas	63
3.8 Teknik Pengumpulan Data	64

3.8.1 Studi Kepustakaan.....	65
3.8.2 Observasi.....	65
3.8.3 Kuesioner/ Angket	65
3.8.4 Dokumentasi	66
3.9 Teknik Analisis Data	66
3.9.1 Analisis Data Deskriptif.....	66
3.9.2 Analisis Verifikatif.....	68
3.9.2.1 Method Success Interval (MSI)	68
3.9.2.2 Analisis Regresi Linear Berganda	69
3.9.2.3 Uji Asumsi Normalitas	70
3.9.2.4 Uji Multikolinieritas	70
3.9.2.5 Uji Heteroskedastisitas	71
3.10 Uji Hipotesis Penelitian	71
3.10.1 Uji Simultan (Uji Statistik F).....	71
3.10.2 Uji Parsial (Uji Statistik T).....	72
3.10.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	72
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	74
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	74
4.1.1 Atraksi Wisata.....	75
4.1.2 Amenitas	79
4.1.3 Aksesibilitas	83
4.1.4 Harga Tiket.....	84
4.2 Profil Responden	88
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	88
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Daerah	89

4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	90
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	92
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	93
4.2.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	94
4.2.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Berkunjung	95
4.2.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Berkunjung.....	96
4.2.9	Karakteristik Responden Berdasarkan Kelompok Kunjungan	97
4.2.10	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Waktu Kunjungan.....	98
4.2.11	Karakteristik Responden Berdasarkan Biaya yang Dikeluarkan	98
4.2.12	Karakteristik Responden Berdasarkan Wahana Favorit	99
4.2.13	Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi	100
4.3	Analisis Deskriptif.....	101
4.3.1	Tanggapan Responden Terhadap Produk Wisata Berdasarkan Atraksi Wisata.....	101
4.3.2	Tanggapan Responden Terhadap Produk Wisata Berdasarkan Amenitas.....	104
4.3.3	Tanggapan Responden Terhadap Produk Wisata Berdasarkan Aksesibilitas	106
4.3.4	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Produk Wisata	108
4.3.5	Tanggapan Responden Terhadap Harga Berdasarkan Keterjangkauan Harga 111	
4.3.6	Tanggapan Responden Terhadap Harga Berdasarkan Kesesuaian Harga dengan Kualitas	114
4.3.7	Tanggapan Responden Terhadap Harga Berdasarkan Kesesuaian Harga dengan Manfaat	116

4.3.8	Tanggapan Responden Terhadap Harga Berdasarkan Kesesuaian Harga dengan Daya Beli	118
4.3.9	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Harga	120
4.3.10	Tanggapan Responden Terhadap Minat Berkunjung Kembali Berdasarkan Willingness to Visit Again	123
4.3.11	Tanggapan Responden Terhadap Minat Berkunjung Kembali Berdasarkan Willingness to Invite	125
4.3.12	Tanggapan Responden Terhadap Minat Berkunjung Kembali Berdasarkan Willingness to Positive Tale.....	127
4.3.13	Tanggapan Responden Terhadap Minat Berkunjung Kembali Berdasarkan Willingness to Place The Visiting Destination in Priority ..	129
4.3.14	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Minat Berkunjung Kembali	131
4.4	Pengaruh Produk Wisata dan Harga terhadap Minat Berkunjung Kembali	134
4.4.1	Hasil Uji Asumsi Klasik	134
4.4.2	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	138
4.4.3	Hasil Uji Korelasi dan Koefisien Determinasi (R^2)	140
4.4.4	Hasil Uji Hipotesis	141
4.5	Pembahasan Hasil Penelitian.....	144
4.5.1	Tingkat Produk Wisata, Harga dan Minat Berkunjung Kembali di <i>Dago Dreampark Bandung</i> Bandung.....	144
4.5.2	Pengaruh Produk Wisata terhadap Minat Berkunjung Kembali	147
4.5.3	Pengaruh Harga terhadap Minat Berkunjung Kembali	147
4.5.4	Pengaruh Produk Wisata dan Harga terhadap Minat Berkunjung Kembali	149
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		153

5.1 Kesimpulan.....	153
5.2 Saran.....	154
DAFTAR PUSTAKA	157
LAMPIRAN.....	167

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Diagram Jumlah Pengunjung	3
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir “Pengaruh Produk Wisata dan Harga terhadap Minat Berkunjung Kembali di Dago Dreampark Bandung”	43
Gambar 4.1 Bagian Depan Dago Dreampark Bandung	74
Gambar 4.2 Atraksi Wisata Bagian Gigie Station	76
Gambar 4.3 Wahana Atraksi Wisata Bagian Mori Station	77
Gambar 4.4 Wahana Atraksi Wisata Bagian Gogo Station	77
Gambar 4.5 Wahana Atraksi Wisata Bagian Icy Station	78
Gambar 4.6 Wahana Atraksi Wisata Bagian Hugo Station	79
Gambar 4.7 Fasilitas Musholla dan Toilet di Dago dreampark	80
Gambar 4.8 Fasilitas Peta dan Papan Informasi di Dago dreampark.....	80
Gambar 4.9 Fasilitas Bus Wara-Wiri beserta Haltenya	81
Gambar 4. 10 Fasilitas Tempat Penukaran Tiket dan Area Parkir.....	82
Gambar 4.11 Fasilitas Saung dan Function Room di Dago dreampark.....	82
Gambar 4.12 Aksesibilitas Menuju Dago Dreampark Bandung.....	83
Gambar 4.13 Aksesibilitas di Kawasan Dago dreampark.....	84
Gambar 4. 17 Garis Kontinum Produk Wisata	111
Gambar 4.22 Garis Kontinum Harga	123
Gambar 4.27 Garis Kontinum Minat Berkunjung Kembali.....	134

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Jumlah Wisatawan yang Berkunjung di Kabupaten Bandung Barat 2018-2022	2
Tabel 1.2 Jumlah Ulasan Negatif Pengunjung	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	33
Tabel 4.1 Daftar Harga Tiket Masuk Dago dreampark.....	85
Tabel 4.2 Daftar Harga Tiket Wahana A	86
Tabel 4. 3 Daftar Harga Tiket Wahana B	86
Tabel 4.4 Daftar Harga Tiket Wahana C	87
Tabel 4.6 Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	88
Tabel 4.7 Persentase Responden Berdasarkan Asal Daerah	89
Tabel 4.8 Persentase Responden Berdasarkan Usia.....	90
Tabel 4.9 Persentase Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	92
Tabel 4.10 Persentase Responden Berdasarkan Pekerjaan	93
Tabel 4.11 Persentase Responden Berdasarkan Penghasilan.....	94
Tabel 4. 12 Persentase Responden Berdasarkan Frekuensi Berkunjung	95
Tabel 4.13 Persentase Responden Berdasarkan Tujuan Berkunjung.....	96
Tabel 4.14 Persentase Responden Berdasarkan Kelompok Kunjungan	97
Tabel 4.15 Persentase Responden Berdasarkan Lama Waktu Kunjungan	98
Tabel 4.16 Persentase Responden Berdasarkan Biaya yang Dikeluarkan	98
Tabel 4.17 Persentase Responden Berdasarkan Wahana Favorit	99
Tabel 4.18 Persentase Responden Berdasarkan Sumber Informasi	100
Tabel 4.19 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Produk Wisata Berdasarkan Atraksi Wisata.....	102
Tabel 4.20 Tanggapan Responden Terhadap Produk Wisata Berdasarkan Amenitas	104
Tabel 4.21 Tanggapan Responden Terhadap Produk Wisata Berdasarkan Aksesibilitas	106
Tabel 4.22 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Produk Wisata	108
Tabel 4.23 Tanggapan Responden Terhadap Harga Berdasarkan Keterjangkauan Harga.....	112

Tabel 4.24 Tanggapan Responden Terhadap Harga Berdasarkan Kesesuaian Harga dengan Kualitas	114
Tabel 4.25 Tanggapan Responden Terhadap Harga Berdasarkan Kesesuaian Harga dengan Manfaat	117
Tabel 4.26 Tanggapan Responden Terhadap Harga Berdasarkan Kesesuaian Harga dengan Daya Beli	119
Tabel 4.27 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Harga	121
Tabel 4. 28 Tanggapan Responden Terhadap Minat Berkunjung Kembali Berdasarkan Willingness to Visit Again	124
Tabel 4.29 Tanggapan Responden Terhadap Minat Berkunjung Kembali Berdasarkan Willingness to Invite	126
Tabel 4.30 Tanggapan Responden Terhadap Minat Berkunjung Kembali Berdasarkan Willingness to Positive Tale	128
Tabel 4.31 Tanggapan Responden Terhadap Minat Berkunjung Kembali Berdasarkan Willingness to Place The Visiting Destination in Priority	130
Tabel 4.32 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Minat Berkunjung Kembali	132
Tabel 4.33 Hasil Uji Normalitas	135
Tabel 4.34 Hasil Uji Multikolinearitas.....	136
Tabel 4.35 Hasil Uji Heteroskedastisitas	138
Tabel 4.36 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	139
Tabel 4.37 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	141
Tabel 4. 38 Hasil Uji Parsial (Uji Statistik T).....	142
Tabel 4.39 Hasil Uji Simultan (F).....	143

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Izin Penelitian ke Dago Dreampark	167
Lampiran 2. Pertanyaan Profil Responden.....	168
Lampiran 3 Butir Pernyataan Kuesioner.....	170
Lampiran 4. Hasil Jawaban Kuesioner (Uji Validitas dan Reliabilitas)	173
Lampiran 5. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas (SPSS).....	175
Lampiran 6. Hasil Jawaban Kuesioner Responden (Uji Regresi Linier Berganda Variabel X1).....	176
Lampiran 7. Hasil Jawaban Kuesioner Responden (Uji Regresi Linier Berganda Variabel X2).....	178
Lampiran 8. Hasil Jawaban Kuesioner Responden (Uji Regresi Linier Berganda Variabel Y).....	181
Lampiran 9. Hasil Deskripsi Variabel Penelitian.....	183
Lampiran 10. Hasil Uji Asumsi Klasik, Uji Regresi Berganda, dan Uji Hipotesis (SPSS)	186
Lampiran 11. Buku Bimbingan.....	189

DAFTAR PUSTAKA

- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019, Mei). Uji Validitas dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang. *Jurnal Matematika UNAND*, VIII(1), 179-188.
- Babin, B. J., & Harris, E. G. (2011). *Consumer Behavior 2*. USA: South Western Cengage Learning.
- Bolang, E. H., Mananeke, L., & Lintong, D. C. (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.
- Brohman, J. (1996). New Directions In Tourism For Third World Development. *Annals Of Tourism Research*, 23(I), 48-70.
- Bulan, T. L., & Azmi, M. L. (2019). Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Minat Berkunjung Kembali di Objek Wisata Ruang Terbuka Hijau Taman Hutan Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 8(3), 313-324.
- Cakici, C., Akgunduz, Y., & Yildirim, O. (2019). *The Impact of Perceived Price Justice And Satisfaction on Loyalty : The Mediating Effect of Revisit Intention*. Turkey: Tourism Review.
- Chi, C. G.-Q., & Qu, H. (2008). *Examining the structural relationships of destination image, tourist satisfaction and destination loyalty : An integrated approach*. USA: Tourism Management 29.
- Chien, M. C. (2016). An Empirical Study On The Effect of Attractiveness of Ecotourism Destination On Experiential Value And Revisit Intention. *Applied Ecology And Environmental Research*, 43-53. doi:https://dx.doi.org/10.15666/aeer/1502_043053
- Cooper, C., Fketcher, J., Gilbert, D., & Wanhill, S. (2005). *Tourism : Principles and Practice* (3rd ed.). Harlow: Pearson Education Limited.

- Cutler, Q. S., & Carmichael, B. (2010). The Dimensions of the Tourist Experience. (P. Morgan, P. Lugosi, & B. Ritchie, Eds.) *The Tourism and Leisure Experience: Consumer and Managerial Perspectives*, 3-26.
- Daryanto, & Setyobudi, I. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Malang: Gava Media.
- Fatini, N. A., & Dewi, R. S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Vanprastha Gedong Songo Park Kabupaten Semarang. *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Ferdinand, A. (2002). *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2017). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19* (5 ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23* (4th ed., Vol. VIII). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9 ed.). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gremler, D., & Brown, S. (1999). The Loyalty Ripple Effect : Appreciating the full value of customers. *International Journal of Service Industry Management*, 10(3), 27-28.
- Gronroos, C. (2007). *Service Management and Marketing (Customer Management in Service Competition)* (3rd ed.). New Jersey: John Wiley and Sons.
- Hasanah, M., & Satrianto, A. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kunjungan Ke Objek Wisata Komersial di Sumatera Barat. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Pembangunan*, 1(3), 931-938.

- Hess, R. L., Ganesan, J. S., & Klein, N. M. (2003). Service Failure and Recovery : The Impact of Relationship Factors on Customer Satisfaction. *Journal of The Academy of Marketing Science*, 139-142.
- Hidayah, N. (2019). *Pemasaran Destinasi Pariwisata*. Bandung: Alfabeta.
- Hudiono, R. (2022). Pengaruh Jenis Kelamin dan Usia Terhadap Kecenderungan Berwisata Selama Pandemi COVID-19. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 5(2), 123-128.
- Hurriyati, R. (2005). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Inskeep, E. (1991). *Tourism Planning : An Integrated and Sustainable Development Approach*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Irawan, M. R., Sayekti, L. I., & Ekasari, R. (2021). Pengaruh Fasilitas Wisata, Promosi dan Harga Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung Pada Wisata Wego Lamongan . *Jurnal Ecopreneur* 12, 4(2), 122-130.
- Isdarmanto. (2017). *Dasar-Dasar Kepariwisata dan Pengelolaan Destinasi Pariwisata*. Yogyakarta: Gerbang Media Aksara dan STiPrAm Yogyakarta.
- Isnana, Iranita, & Sofia, M. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Lokasi dan Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung di New Marjoly Beach and Resort dengan Kepuasan Berkunjung Sebagai Variabel Intervening. 1-18.
- Isnania, F. N., & Budiono, A. (2022). Kepuasan Pengunjung Taman Impian Jaya Ancol yang Dipengaruhi Daya Tarik Wisata, Life Style Dengan Persepsi Harga Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen* , 1(3), 331-345.
- Kasiram, M. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif-Kualitatif* . Malang: UIN Malang Press.
- Kertajaya, H. (2005). *Attracting-Tourist, Traders, Investors-Strategi Memasarkan Daerah di Era Otonomi*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.

- Khadka , K., & Maharjan, S. (2017). *Costumer Satisfaction And Costumer Loyalty*. Thesis : Centria University of Applied Sciences .
- Kotler , P., & Armstrong, G. (2008). In *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (12 ed., Vol. 1). Jakarta: Erlangga.
- Kotler , P., & Armstrong, G. (2017). *Principles of Marketing* (17 ed.). United States: Pearson Education.
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management* (Edisi Millenium ed.). Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler, P., & Amstrong , G. (2016). *Prinsi-Prinsip Pemasaran* (13 ed., Vol. 1). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14 ed.). Global Edition Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2014). Buku Prinsip Prinsip Pemasaran By Phillip Kotler Gary. *International Journal of Humanities and Social Science*, 1(10), 278-284.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Kottler, & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13 ed., Vol. 1). Jakarta: Erlangga.
- Kuo, Y., Hu, T., & Yang, S. (2013). *Effects of Inertia and Satisfation in Female Online Shoppers on Repeat-Purchase Intention*, 23(3), 168-187. doi:<https://doi.org/10.1108/09604521311312219>
- Kusdyah, I. (2012). Persepsi Harga, Persepsi Merk, Persepsi Nilai dan Keinginan Pembelian Ulang Jasa Clinic Kesehatan (Studi Kasus Erha Clinic Surabaya). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 7(1), 25-29.

- Kusumawati , A. (2011). Analisis Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Kasus Hypermarket Malang Town Square). *Jurnal Manajemen Pemasaran Modern*, III(1), 75-85.
- Lee, S., & Lawson-Body. (2011). Perceived Dynamic Pricing. *Journal of Industrial Management and Data System*.
- Mahadewi, A. G. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Pariwisata dan Kualitas Pelayanan Pariwisata Melalui Kepuasan Wisatawan Terhadap Minat Berkunjung Kembali (Studi Pada Destinasi Grand Watu Dodol Kabupaten Banyuwangi). *Thesis* .
- Mau, Y. P. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Mediasi Ke Ecomangrove Kedonganan Badung. *Seminar Nasional Kepariwisata* , III(1), 53-57.
- Maylina, D., & Mulazid, A. S. (2018). Analisis Pengaruh Service Quality, Costumer Relationship Management dan Keunggulan Produk Tabungan Terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank BRI Syariah. *Jurnal Pemikiran Islam*, 9(1).
- Mccool, S. F. (2006). Managing for Visitor Experience in Protected Areas : Promising Opportunities and Fundamental Challanges. (I. P. Group, Ed.) *The International Journal for Protected Area Managers*, 3-9.
- Middleton , V. T. (2001). *Marketing in Travel and Tourism*. London: Butterworth Heineman.
- Middleton, V., Fyall, A., Morgan, M., & Ranchhod, A. (2009). *Marketing in Travel and Tourism* (4th ed.). Butterworth-Heinemann.
- Mill, & Morrison. (2009). *The Tourism System* (6th ed.). USA: Kendall Hunt.
- Muljadi, & Warman, A. H. (2014). *Kepariwisata dan Perjalanan* . Jakarta: Raja Grafindo Persada.

- Muljadi, A. (2010). *Kepariwisata dan Perjalanan*. Jakarta: Raja Grafindo Perkasa.
- Nicolau, J. L., & Mas, F. J. (2005). The Influences of Distance and Prices on The Choice of Tourist Destinations : The Moderating Role of Motivations. *Tourism Management* 27, 982-995.
- Nisa, K., & Ari Kadi, D. C. (2022). Pengaruh Promosi, Persepsi Harga, Fasilitas dan Lokasi Untuk Mendorong Niat Berkunjung Kembali Wisatawan di Objek Wisata Suwono Indah Park Kabupaten Ngawi. *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis dan Akuntansi* 4.
- Nugraha, R. F., & Seno, A. D. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Wisata dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Wisatawan Taman Wisata Kopeng Kabupaten Semarang) . *Diponegoro Journal of Social and Politic* .
- Nuraeni, B. S. (2014). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Minat Kunjung Ulang Wisatawan Museum Ranggarwarsita Semarang. *Jurnal Bisnis Strategi*, 23(1).
- Nurhidayati, & Yuliantari, K. (2018). Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Fish Street Cabang Tebet. *Widya Cipta*, II(1), 69-74.
- Oliver , R. (1997). *Satisfaction : A Behavioral Perspective on The Consumer*. New York: MC Graw Hill.
- Paramanda, P. (2019). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Citra Destinasi, dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada wisatawan domestik Candi Borobudur). *Thesis* .
- Putriani, R., & Dharmawan, D. (2020). Dampak Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Hypermark Bencoolen Mall Bengkulu. *Jurnal Ekonomi dan Industri*, 21(3), 12-23.

- Rahmadayanti, T., & Murtadlo, K. (2020). Pengaruh Efektivitas Media Sosial, Daya Tarik, Harga Tiket dan Fasilitas Pelayanan Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung di Curug Goa Jalmo Kabupaten Pasuruan. *Jurnal Ekonomi Islam*, 12(1), 125-136.
- Rahmawati, L. N., & Althalets, F. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Harga Terhadap Keputusan Berkunjung di Wisata Pantai Biru Kersik Marangkayu. *Jurnal Sosial dan Sains*, II(1).
- Ramadhani, M. S. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Daya Tarik Wisata dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung (Studi Kasus Pulau Indah Segati Kab.Pelalawan). *Thesis*.
- Rambe, O. I. (2014). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Minat Berkunjung Kembali ke Wonders Water World Waterpark CBD Polonia Medan. *Thesis*.
- Rothfield, L. M., Crampon, L. J., & Wahab. (1976). *Tourism Marketing*. *Tourism International Press*.
- Saladin, D. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Linda Karya.
- Saladin, D., & Oesman, Y. M. (2002). *Intisari Pemasaran dan Unsur-Unsur Pemasaran (Ringkasan Praktisi Teori dan Tanya Jawab)* (2 ed.). Bandung: Linda Karya.
- Saputro, W. E., Sukimin, & Indriastuty, N. (2020). Analisis Daya Tarik Wisata, Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pantai Manggar Segara Sari Balikpapan). *Jurnal GeoEkonomi*, 11(1), 56-70.
- Sardiman, A. M. (1990). *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar*. Jakarta: CV.Rajawali.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Elek Media Komputindo, Gramedia.

- Schiffman, L., & Wisenblit, J. (2015). *Consumer Behavior, Eleventh Edition*. England: Pearson Education .
- Setiadi, N. J. (2008). *Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran* . Jakarta: Kencana.
- Simarmata, A. M., Panggabean, F. Y., Pane, Y., & Nainggolan, E. (2021). Analisis Perilaku Minat Wisatawan Berkunjung Kembali Ke Pulau Samosir. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 190-199.
- Sirakaya, E., & Woodside, A. G. (2005). Building and Testing Theories of Making By Travellers. *Tourism Management*, 815-832.
- Som, A., Marzuki, A., Yousefi , M., & Khalifeh, A. (2012). Factors Influencing Visitor's Revisit Behavioral Intentions : A Case Study of Sabah, Malaysia. *International Journal of Marketing Studies*, 4(4), 39-50.
- Stangl, B., Prayag, G., & Polster , L. (2019). Segmenting Visitor's Motivation, Price Perceptions, Willingness to Pay and Price Sensitivity in Collaborative Destination Marketing Effort. *Current Issues in Tourism*.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif dan R&D)* (3 ed.). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2018). Strategi Harga. In *Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Perilaku Konsumen* (1 ed.). Bogor: IPB Press.
- Sunaryo, B. (2013). *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Yogyakarta: Gava Media.

- Suswanto, G. (2007). *Dasar-Dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Swarbrooke, J., & Horner, S. (1999). *Consumer Behaviour in Tourism*.
- Swasta, B., & Irawan. (2003). *Manajemen Pemasaran Modern* (2 ed., Vol. 4). Yogyakarta: Liberty.
- Tahir, M. Y., & Istriani, E. (2020). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Daya Tarik Wisata dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung di Tempat Wisata Taman Sari Yogyakarta. *Proceeding SENDIU*, 502-509.
- Thamrin, A., & Francis, T. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran* (3rd ed.). Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4 ed.). Yogyakarta: Andi Offset.
- Turner, D. P. (2020). *Sampling Methods in Research Design*. United States of America: Wiley Periodicals, Inc. doi:<https://doi.org/10.1111/head.13707>
- Usman, A. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Pariwisata dan Kualitas Pelayanan Melalui Kepuasan Wisatawan Terhadap Minat Berkunjung Kembali (Studi Empiris Pada Objek Wisata Bantimurung Kabupaten Maros). *Thesis*.
- Utomo, P. D. (2006). *Analisis Terhadap Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen pada Operator Telepon Seluler*. Thesis : Universitas Gajah Mada.
- Wahab, S. (2003). *Manajemen Kepariwisata* (4 ed.). Jakarta: Pradnya Paramita.
- Wahab, S., Crampon, L., & Rothfield. (1976). *Tourism Marketing*. *Tourism International Press*.
- Wibowo. (2016). The Influence of Destination Image and Tourist Satisfaction Toward Revisit Intention of Setu Babakan Betawi Cultural Village. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 7(1), 136-152.

- Winarni, S., & Adhiyani, O. R. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali di HEHA Sky View Gunung Kidul Yogyakarta. *Prima Ekonomika*, 14(1), 52-70.
- Wiyono, G. (2011). *Merancang Penelitian Bisnis Dengan Alat SPSS 17.0 dan SmartPLS 2.0*. Yogyakarta: STIM YKPN.
- Yoeti, O. (1996). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.
- Yoeti, O. (1997). *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: Pradnja Paramita.
- Zeithaml, V. (2018). Service Quality Dimensions. *Services Marketing Integrating Customer Focus Across the Firm (7th Edition)*.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Service Marketing : Integrating Customer Focus Across The Firm*. New York: McGraw Hill.
- Zeng, B., & Gerritsen, R. (2014). What do we know about social media in tourism? A Review. *Tourism Management Perspectives*, 28-34.
- Zhang, H., Wu, Y., & Buhalis, D. (2018). A Model of Perceived Image, Memorable Tourism Experiences and Revisit Intention. *Journal of Destination Marketing and Management* 8, 326-336