



## Pengaruh Harga dan Fasilitas Terhadap Niat Berkunjung Kembali Ke Kawasan Luar Pura Uluwatu

Ni Kadek Diah Muliawati<sup>1\*</sup>, Hartanti Woro Susianti<sup>2</sup>,  
I Gede Made Sukariyanto<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Program Studi Destinasi Pariwisata, Jurusan Kepariwisataan, Politeknik Pariwisata Bali  
Jalan Dharmawangsa, Kampial, Nusa Dua, Kabupaten Badung

<sup>1\*</sup>e-mail: diahmuliawati04@gmail.com, <sup>2</sup>worosusianti@gmail.com ,  
<sup>3</sup>made.sukariyanto@gmail.com

\*Corresponding Author: I Gede Made Sukariyanto

### ABSTRACT

*In recent years, the number of tourists visiting the Outer Area of Uluwatu Temple has experienced growth fluctuations. These fluctuation factors can be identified through visitor complaints related to prices and services available in the area. This study aims to evaluate the impact of price and facilities on the desire to make a repeat visit to the Uluwatu Temple Outer Area. This study uses quantitative and qualitative data types. The research sample group consisted of 115 respondents consisting of tourists who had come to the area. The sampling method used is accidental sampling method. The collected information is processed using a quantitative method through validity testing, reliability testing, classical assumption testing, multiple linear regression, T testing, and F testing. The findings from this study indicate that individually, price has a significant and positive impact on the intention to return to visit, while facilities also have a positive and significant impact on the intention to return to visit. In addition, simultaneously, prices and facilities positively and significantly influence the desire to return to visit the Uluwatu Temple Outer Area*

**Keywords:** price, facilities, revisit intention, and the outside area of Uluwatu Temple

### ABSTRAK

Dalam beberapa tahun terakhir, jumlah wisatawan yang mengunjungi Kawasan Luar Pura Uluwatu mengalami fluktuasi pertumbuhan. Faktor fluktuasi tersebut dapat dikenali melalui aduan pengunjung yang berkaitan dengan harga dan layanan yang tersedia di kawasan tersebut. Pengkajian ini bertarget guna mengevaluasi dampak harga serta fasilitas pada keinginan untuk melakukan kunjungan ulang ke Kawasan Luar Pura Uluwatu. Jenis pengkajian ini berupa data kualitatif serta kuantitatif. Kelompok sampel pengkajian ini sejumlah 115 responden yang terdiri dari wisatawan yang pernah datang ke kawasan tersebut. Diambilnya sampel

memakai metode accidental sampling. Informasi yang terhimpun diproses secara tehnik kuantitatif dari uji reliabilitas, validitas, regresi linear berganda, asumsi klasik, T, serta F. Temuan melalui pengkajian ini melihat jika secara individu, harga memiliki dampak yang signifikan serta positif terhadap keinginan untuk kembali berkunjung, sementara fasilitas juga mempunyai dampak yang positif dan signifikan terhadap keinginan untuk kembali berkunjung. Selain itu, secara bersamaan, harga dan fasilitas secara positif dan signifikan mempengaruhi keinginan untuk kembali berkunjung ke Kawasan Luar Pura Uluwatu.

**Kata Kunci: Harga, Fasilitas, Niat Berkunjung Kembali, dan Kawasan Luar Pura Uluwatu**

## **PENDAHULUAN**

Pariwisata berperan penting sebagai sektor pendukung pertumbuhan ekonomi yang memberikan sumbangan devisa, menciptakan lapangan kerja, dan peluang usaha (Fedrik, 2022). Keberagaman hayati Indonesia, baik di darat maupun di laut mendukung kegiatan ini (Fahira, 2016). Bali populer pada Pulau Dewatanya, berupa suatu pulau di Indonesia yang keberagaman adat istiadat serta kekayaan alam yang memukau sebagai ikon pariwisata utama. Bali juga menjadi tolak ukur pariwisata Indonesia (Bali Portal News I, 2022). Pura Uluwatu yang terletak di Kabupaten Badung berupa Salah satu minat wisatawan pada keindahan alamnya, budaya dan spiritual yang memukau dan sangat disukai turis baik lokal hingga mancanegara.

Pura Uluwatu merupakan destinasi wisata di Desa Pecatu, Kecamatan Kuta Selatan, Badung, Bali. Pura Uluwatu memukau dengan daya tarik yang istimewa, sehingga dominan wisatawan yang datang ke destinasi tempat itu. Pura Uluwatu dikenal dengan panorama alam yang memukau. Daerah sekitar Pura Uluwatu dikelilingi oleh area hutan kecil yang menjadi tempat tinggal bagi primata (monyet) yang sekarang menjadi objek wisata menarik bagi pengunjung yang datang ke pura ini. Masyarakat lokal percaya bahwa monyet-monyet yang tinggal di lingkungan pura merupakan penjaga kesucian Pura Uluwatu, sehingga mereka menjaga dengan baik keberadaan dari primate (monyet) tersebut. Di luar dari keindahan alam dan satwa terdapat juga kemegahan candi yang bernilai sejarah tinggi dan tempat edukasi, sehingga menjadi magnet tersendiri bagi wisatawan yang berwisata ke Pura Uluwatu. Pura Uluwatu juga terkenal dengan adanya tari kecak.

Daya tarik pariwisata merupakan Layanan perusahaan yang menyajikan produk dengan maksud menarik pelanggan/pengunjung untuk berkunjung dan menikmati fasilitas yang disediakan. Agar dapat bersaing, Kawasan Luar Pura Uluwatu sebagai destinasi wisata perlu merancang strategi/taktik dan upaya untuk menarik perhatian pengunjung sehingga tertarik untuk datang berkunjung. Dengan menerapkan strategi yang akurat, dapat meningkatkan jumlah pengunjung wisata. Strategi pemasaran mencakup menetapkan harga yang lebih terjangkau daripada pesaing dan memberikan fasilitas wisata yang lengkap dan nyaman untuk para pengunjung. Agar dapat meningkatkan profit dan menjaga kelangsungan bisnis, Kawasan Luar Pura Uluwatu harus menetapkan rencana yang tepat dan memahami

kebutuhan pelanggan. Apabila minatnya kunjungan Kawasan Luar Pura Uluwatu berhasil menarik perhatian masyarakat, hal tersebut bisa mendampaki putusan wisatawan guna datang ke Kawasan Pura Uluwatu.

Daya tarik wisata yang memiliki keunggulan dapat ditingkatkan menjadi daya tarik utama yang menjadi pusat pengembangan. Keberadaan pusat pengembangan ini dapat mendorong perkembangan daya tarik wisata lainnya. Sementara itu, daya tarik wisata yang belum berkembang dapat tumbuh secara bersamaan melalui sistem perencanaan yang mengarah pada pendorong perkembangan. Dalam waktu lima tahun terakhir, jumlah pengunjung yang berkunjung ke Kawasan Luar Pura Uluwatu mengalami fluktuasi dan ketidakmerataan dalam peningkatannya dan penurunannya. Berikut adalah tabel jumlah pengunjung selama 5 tahun terakhir pada daya tarik wisata Kawasan Luar Pura Uluwatu.

**Tabel 1**  
**Data Jumlah Wisatawan Yang Mengunjungi Daya Tarik Wisata Kawasan Luar Pura Uluwatu dari Tahun 2018-2022**

No.	Tahun	Jumlah	Persentase
1	2018	2.475.579	
2	2019	2.247.291	-9,2%
3	2020	377.888	-83,2%
4	2021	85.454	-77,3%
5	2022	931.638	990,2%

Sumber: Pengelola Kawasan Luar Pura Uluwatu, 2023

Berdasarkan Tabel 1.1 terdapat peningkatan dan penurunan tingkat kunjungan wisatawan di setiap tahunnya. Terdapat tingkat penurunan kunjungan terjadi pada tahun 2019 hingga 2021 yang di mana pada tahun 2019 dengan persentase -9,2%, pada tahun 2020 dengan persentase -83,2% sedangkan pada tahun 2021 dengan persentase sebesar -77,3%, hal ini diakibatkan oleh pandemic Covid – 19 yang melanda sehingga menyebabkan banyaknya penutupan penerbangan dan mengurangi jumlah wisatawan yang berkunjung ke Bali. Salah satu elemen yang mempengaruhi meningkat atau menurunnya jumlah kunjungan wisatawan ke suatu destinasi wisata adalah harga (Halena Sirait, 2017).

Harga adalah jumlah yang dibebankan untuk produk tertentu. Industri menetapkan harga dengan cara yang berbeda (Philip Kotler, 2019). Terdapat banyak komponen harga baik barang ataupun jasa di Kawasan Luar Pura Uluwatu. Harga tersebut meliputi harga makanan, produk wisata, hingga harga tiket masuk. Saat ini harga makanan di kawasan ini telah disesuaikan dengan harga umum di pasaran. Namun yang menjadi permasalahan di sini yaitu harga tiket masuk saat ini masih dikeluhkan oleh wisatawan yang datang ke Kawasan Luar Pura Uluwatu. Ini bisa berdampak pada keinginan wisatawan untuk kembali mengunjungi daya tarik wisata, karena jika harga tiket masuk mahal, maka kemungkinan wisatawan untuk kembali berkunjung akan semakin menurun. Hal ini terjadi karena harga tiket

masuk yang mahal dapat menjadi faktor penghalang bagi wisatawan yang ingin mengunjungi tempat wisata tersebut lagi. Harga tersebut telah ditetapkan oleh pemda (Pemerintah Daerah di Indonesia). Selain harga terdapat faktor lain yang disorot oleh wisatawan yaitu fasilitas.

Fasilitas adalah segala sesuatu yang memfasilitasi dan mempercepat pelaksanaan bisnis apa pun. (Arikunto, 2008). Untuk para wisatawan, kemudahan dalam menggunakan fasilitas sangatlah krusial dalam mengambil putusan pembelanjaan. Fasilitas daya tarik wisata yang unik serta selaras pada minat pengunjung akan menarik perhatian pengunjung untuk kembali ke tempat wisata tersebut serta merasakan fasilitas yang disediakan. Melalui segi keamanan fasilitas wisata juga menjadi keunggulan yang untuk wisatawan. Setelah mengamati fasilitas yang tersedia, wisatawan akan tertarik guna mengunjungi tempat wisata tersebut.

Fasilitas yang ada di daya tarik wisata Kawasan Luar Pura Uluwatu sudah cukup komprehensif, meliputi kamar mandi, paviliun, dan tempat beli oleh-oleh. Masalah yang timbul di sini adalah masih banyaknya fasilitas Kawasan Luar Pura Uluwatu yang mengalami kerusakan akibat pemakaian. Selain itu keterlambatan perbaikan seperti gazebo merupakan masalah penting yang harus diperbaiki dan ditambah oleh pengelola Kawasan Luar Pura Uluwatu. Ini dapat berdampak pada keinginan wisatawan untuk berkunjung kembali, karena jika ada kurangnya fasilitas dan banyak kerusakan dalam daya tarik wisata, maka jumlah keinginan untuk berkunjung kembali akan semakin menurun. Dari masalah yang telah diuraikan oleh peneliti, topik yang diambil pada pengkajian ini berupa Pengaruh Harga dan Fasilitas Terhadap Niat Berkunjung Kembali Ke Kawasan Luar Pura Uluwatu.

## **METODE**

Objek penelitian terdiri dari harga, amenities, dan keinginan untuk kembali sebagai variabel yang diobservasi. Penelitian dilakukan di Desa Pecatu, Kecamatan Kuta Selatan, Bali, di Kawasan Luar Pura Uluwatu. Didapatinya data serta dianalisis menggunakan kuesioner memakai skala likert yang disebarkan secara langsung di Kawasan Luar Pura Uluwatu.

Populasi yang terlibat dalam studi ini mencakup seluruh individu yang melakukan perjalanan wisata ke Kawasan Luar Pura Uluwatu dan memenuhi kriteria sebagai wisatawan domestik yang pernah mengunjungi tempat tersebut. Sampel yang diambil merupakan sebagian kecil dari populasi yang dipilih dengan menggunakan prosedur khusus untuk mewakili keseluruhan populasi. Penetapan total sampel dilaksanakan secara memakai rumusan iterasi melalui Sambas Ali Muhidin dan Ating Somantri (2006). Jika hasil dari  $n_1$  dan  $n_2$  masih berbeda, maka diperlukan iterasi ketiga secara memakai rumusan yang selaras. Setelah  $n_2$  dan  $n_3$  mencapai nilai yang selaras, ialah sejumlah 115, sehingga skala sampel terendah yang perlu dipakai berupa 115 responden. Guna mendapati sampel yang sebagai wakil populasi dengan cakupan semua, dilakukan pengambilan sampel dengan aksidental (accidental sampling). Metode ini merujuk pada penentuan sampel melalui kebetulan, yang bisa menjadi sampel.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Pemeriksaan keabsahan/validitas bertujuan untuk menentukan apakah suatu kuesioner dapat dianggap sah atau tidak. Metode yang dipakai guna pemeriksaan keabsahan berupa memakai koefisien korelasi ( $r$  hitung). Nilai  $r$  hitung akan dibedakan pada nilai  $r$  tabel (pearson product moment) pada derajat kebebasan sejumlah  $n - 2$ ,  $n$  berupa total responden yang terlibat dalam penelitian. Melalui pengkajian ini kuesioner diuji terhadap 115 responden. Hasil uji validitas menunjukkan pengujian validitas terhadap kuesioner yang meliputi variabel harga, fasilitas, dan niat berkunjung kembali melihatkan jika semua item kuesioner dianggap valid. Dikarenakan nilai-nilai item tersebut lebih tinggi daripada nilai  $r$  tabel yang berjumlah 0,1832. Maka bisa dinyatakan jika seluruh aspek variabel melalui kuesioner tersebut sah atau valid dan dapat dipakai menjadi alat ukur pengkajian ini. Sedangkan hasil pengujian reliabilitas menunjukkan bahwa hasil perhitungan uji reliabilitas terhadap variabel harga, fasilitas, dan niat berkunjung kembali melihatkan jika seluruh dapat dipercaya. Disebabkan karena nilai cronbach's alpha untuk setiap item pertanyaan melebihi 0,60. Maka bisa diambil simpulan jika seluruh pertanyaan dalam kuesioner tersebut dapat dianggap reliabel dan dapat diandalkan guna mengumpulkan data.

### 2. Uji Asumsi Klasik

#### 2.1 Uji Multikolonieritas

Target uji ini berupa guna menentukan apakah ada kemiripan antara variabel independen pada model regresi. Kemiripan ini bisa mengakibatkan dialaminya korelasi yang tangguh antar variabel.

**Tabel 2**  
**Uji Multikolonieritas**

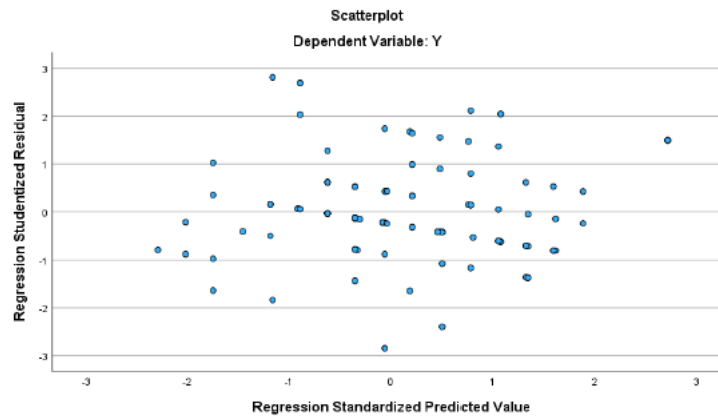
Coefficients <sup>a</sup>		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
X <sub>1</sub>	.857	1,166
X <sub>2</sub>	.857	1,166

Sumber: Hasil Penelitian (Diolah), 2023

Dari hasil pengujian multikolonieritas di Tabel 3.3 tersebut bisa diambil simpulan jika kedua variabel X<sub>1</sub> dan X<sub>2</sub> memiliki nilai Variance Inflation Factor (VIF) yang tak melebihi 10 serta tak dibawah 0,1. Maka bisa diambil simpulan jika tidak terdapat hubungan multikolonieritas antar kedua variabel bebas.

#### 2.2. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini dipakai guna mengevaluasi apakah ada ketidakseragaman dalam varian residual di antara observasi yang berbeda dalam model regresi. Suatu tehnik guna mengujikan heteroskedastisitas ialah secara memakai plot data, di mana pola seperti gelombang, penyebaran yang lebar atau sempit dapat menunjukkan adanya heteroskedastisitas. Namun, jika plot data tidak menunjukkan pola tertentu dan titik-titik tersebar di sekitar nilai 0 di sumbu Y, sehingga bisa diambil simpulan jika tak terdapat heteroskedastisitas dalam model tersebut.

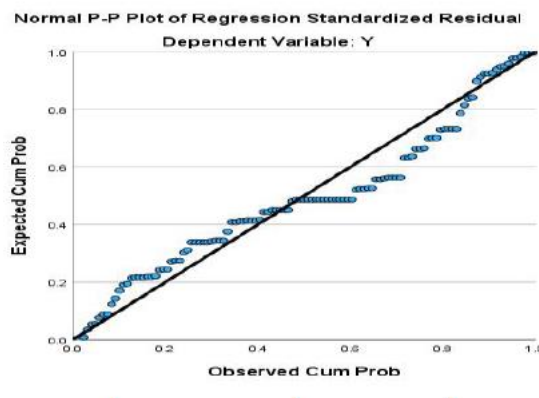


**Gambar 1. Uji Heterokedastisitas**  
 Sumber: Hasil Penelitian (Diolah), 2023

Dari ilustrasi yang tertera pada Gambar 1, diamati jika titik-titik data tak berbentuk suatu pola yang khusus dan menyebar dengan merata. Maka bisa diambil simpulan jika tak terdapat heteroskedastisitas pada model regresi yang digunakan.

### 2.3. Uji Normalitas

Uji ini dipakai guna memastikan apakah variabel independen seperti harga dan fasilitas, serta variabel dependen seperti niat berkunjung kembali, memiliki distribusi yang normal atau tidak. Normalitas bisa diamati melalui pola tersebarnya titik digrafik Normality Probability Plot. Jika titik tersebut mendekati atau ikut garis diagonal, sehingga disebut distribusi normal, begitupun sebaliknya (Santoso dan Singgih, 2012).



**Gambar 2. P-P Plot Normalitas**  
 Sumber: Hasil Penelitian (Diolah), 2023

Dari ilustrasi 2 terhadap gambar tersebut, diamati jika titik residual menyebar di dalam rentang garis normal karena berdekatan atau mendekati garis diagonal. Maka melihatkan jika regresi mematuhi syarat normalitas (distribusi normal). Perlu diingat bahwa data yang positif serta sesuai untuk dipakai pada analisis regresi berupa data yang mempunyai distribusi normal.

### 3. Analisis Regresi Linear Berganda

Pengukuran regresi linear berganda dipakai guna mengevaluasi dampak variabel harga dan fasilitas pada variabel dependen niat untuk kembali berkunjung. Tabel 3 menggambarkan hasil dari analisis linear berganda:

**Tabel 3**  
**Analisis Regresi Linear Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>			
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	9.089	2.037	
X <sub>1</sub>	.294	.113	.251
X <sub>2</sub>	.241	.104	.204

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Penelitian (Diolah), 2023

Melalui Tabel 3 tersebut melihatkan jika dengan analisis linear berganda dapat diperoleh persamaan berupa :

$$Y = 9,089 + 0,294X_1 + 0,241X_2$$

Arti persamaan tersebut bisa dijabarkan berupa:

$\alpha$  = Konstanta sejumlah 9,089, menyatakan apabila variabel harga (X<sub>1</sub>) serta fasilitas (X<sub>2</sub>) tak mengalami perubahan (konstan), sehingga niat berkunjung kembali (Y) bisa menaik sejumlah 9,089.

$\beta_1$  = Koefisien regresi untuk variabel harga (X<sub>1</sub>) sejumlah 0,294, jika harga (X<sub>1</sub>) meningkat 1 poin, maka jumlah niat berkunjung kembali (Y) bisa menaik sejumlah 0,294 (secara asumsi variabel lain konstan). Maka harga (X<sub>1</sub>) berpengaruh positif terhadap niat berkunjung kembali.

$\beta_2$  = Koefisien regresi untuk variabel fasilitas (X<sub>2</sub>) sejumlah 0,241, jika fasilitas (X<sub>2</sub>) meningkat 1 poin, maka jumlah niat berkunjung kembali (Y) bisa menaik sejumlah 0,241 (pada asumsi variabel lain konstan). Maka fasilitas (X<sub>2</sub>) berdampak positif pada niat kunjungan lagi.

### 4. Uji Hipotesis

#### 4.1 Uji T (Secara parsial)

Uji ini di gunakan guna melakukan pengujian secara parsial dampak Harga (X1) dan Fasilitas (X2) pada niat berkunjung kembali ke Kawasan Luar Pura Uluwatu dengan parsial memakai uji T

**Tabel 4**  
**Uji T (Uji Secara parsial)**

Coefficients <sup>a</sup>			
	Model	t	Sig.
1	(Constant)	4.463	<,001
	X <sub>1</sub>	2.603	.010
	X <sub>2</sub>	2.254	.039

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Penelitian (Diolah), 2023

Berdasarkan Tabel 4, diketahui bahwa perolehan uji hipotesis variabel harga (X1) dan fasilitas (X2) berupa:

- Nilai signifikansi variabel harga (X1) sejumlah 0,010 melihtakan jika terdapat dampak pada niat berkunjung kembali (Y) Kawasan luar Pura Uluwatu signifikan secara parsial. Bisa diambil simpulan sebab nilai signifikansi dibawah 0,05.
- Variabel sarana (X2) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,039 yang artinya < 0,05. Maka bisa disarankan jika secara sebagian, sarana (X2) memiliki pengaruh yang signifikan pada niat berkunjung kembali (Y) ke Kawasan luar Pura Uluwatu.

#### 4.2 Uji T (Secara parsial)

Uji F bertarget guna menguji signifikansi variabel independen yang meliputi harga (X1), fasilitas (X2) terhadap variabel dependen ialah niat untuk kembali berkunjung (Y). Uji ini bertujuan untuk menegaskan hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa variabel independen dengan sesama berdampak signifikan pada variabel dependen.

**Tabel 5**  
**Hasil Uji F (Secara Simultan)**

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	30.988	2	15.494	6.575	.002 <sup>b</sup>



Residual	263.934	112	2.357
Total	294.922	114	

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Penelitian (Diolah), 2023

variabel harga (X1) dan fasilitas (X2) memiliki nilai sig sejumlah 0,002 yang artinya  $< 0,05$ . Maka bisa diambil simpulan jika secara bersamaan harga (X1) dan fasilitas (X2) mempunyai dampak yang signifikan pada niat kunjungan kembali (Y) ke Kawasan Luar Pura Uluwatu.

#### 4.3 Pengaruh Harga Terhadap Niat Berkunjung Kembali

Hipotesis pertama (H1) mengemukakan bahwa harga memiliki dampak positif pada kehendakan berkunjung kembali. Setelah dilakukan analisis regresi linear berganda, diperoleh bahwa nilai X1 (harga) adalah 0,294. Artinya, jika harga (X1) meningkat 1 poin, sehingga niat untuk berkunjung kembali (Y) bisa menaik sejumlah 0,294. Uji t harga (X1) menunjukkan nilai sig sejumlah 0,010, dibawah 0,05. Maka bisa diambil simpulan dengan parsial, harga (X1) memiliki dampak yang positif dan signifikan terhadap keinginan untuk berkunjung kembali (Y) ke Kawasan Luar Pura Uluwatu, sehingga hipotesis pertama dapat diterima.

Temuan dari pengkajian ini konsisten terhadap pengkajian sebelumnya yang dilaksanakan Khansa dan Farida (2016) berjudul "Dampak Harga serta Citra Destinasi Pada Niat Berkunjung Kembali Melalui Kepuasan (Studi Pada Wisatawan Domestik Kebun Raya Bogor)" yang mana harga mempunyai dampak yang positif pada kehendakan wisatawan guna mengunjungi lagi lokasi semula. Didorong pada pengkajian yang dilaksanakan Riyanti dkk (2020) berjudul "Dampak Harga, Kualitas Pelayanan serta Promosi pada Niat Berkunjung Kembali Di Villa Rendezvous Bali" dimana harga mempunyai dampak yang signifikan pada niat wisatawan guna datang kembali.

#### 4.4 Pengaruh Fasilitas Terhadap Niat Berkunjung Kembali

Hipotesis kedua (H2) menyatakan bahwa pelayanan yang diberikan memiliki pengaruh positif terhadap keinginan untuk berkunjung kembali. Setelah dilakukan analisis regresi linear berganda, di mana pelayanan (X2) mendapatkan nilai 0.241, hal ini berarti setiap peningkatan satu poin pada pelayanan (X2) akan meningkatkan jumlah keinginan untuk berkunjung kembali (Y) sebesar 0.241. Hasil uji t menunjukkan bahwa pelayanan (X2) memiliki nilai signifikansi sebesar 0.039 yang artinya nilainya kurang dari 0.05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa secara parsial pelayanan (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keinginan untuk berkunjung kembali (Y) ke Kawasan Luar Pura Uluwatu. Dengan demikian, hipotesis kedua diterima.

Temuan dari penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh para peneliti sebelumnya yakni Fajar dkk (2022) yang berjudul “Pengaruh Destination Image Dan Fasilitas Wisata Terhadap Revisit Intention (Studi Pada Pengunjung Wisata Alam Seroja di Kabupaten Wonosobo)” di mana fasilitas atau sarana dan prasarana berpengaruh positif terhadap niat berkunjung kembali.

#### 4.5 Pengaruh Harga dan Fasilitas Terhadap Niat Berkunjung Kembali

Hipotesis ketiga (H3) mencatat bahwa biaya dan sarana mempengaruhi secara positif bersamaan terhadap maksud kembali kunjungan yang didukung dengan hasil pemeriksaan F bahwa nilai F-hitung diperoleh sebesar 6,575 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,002. Oleh karena itu, ini menunjukkan bahwa biaya dan sarana memiliki pengaruh positif dan signifikansi secara bersamaan terhadap maksud kembali kunjungan (Y) ke Kawasan Luar Pura Uluwatu, maka hipotesis ketiga dapat diterima.

Pengaruh harga dan fasilitas terhadap maksud untuk kembali berkunjung sangat besar dalam konteks pariwisata. Harga yang terjangkau dengan fasilitas yang memadai dapat meningkatkan maksud pengunjung untuk berkunjung kembali ke suatu tempat. Tarif yang terjangkau dapat menjadi faktor utama yang mempengaruhi pengunjung untuk berkunjung kembali. Wisatawan akan lebih cenderung untuk kembali jika mereka merasa harga yang ditawarkan sepadan dengan kualitas dan pengalaman yang mereka dapatkan. Selain itu, harga yang terjangkau juga dapat membuat wisatawan merasa puas dan lebih memilih untuk menghabiskan lebih banyak waktu di tempat tersebut. Fasilitas yang memadai memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat berkunjung kembali wisatawan. Ketika fasilitas yang disediakan dapat memenuhi kebutuhan dan harapan wisatawan, kemungkinan mereka untuk kembali meningkat. Namun, perlu diingat bahwa niat berkunjung kembali juga dipengaruhi oleh faktor-faktor lain seperti keamanan, keramahan masyarakat setempat, dan pengalaman yang menyenangkan. Oleh karena itu, selain harga dan fasilitas, perhatian juga perlu diberikan pada faktor-faktor lain yang dapat meningkatkan niat berkunjung kembali wisatawan.

#### SIMPULAN

Melalui perolehan pengkajian yang sudah dilaksanakan mengenai dampak harga (X1) dan fasilitas (X2) terhadap keinginan untuk kembali berkunjung (Y) ke Kawasan sekitar Pura Uluwatu, bisa diambil simpulan berupa:

1. Dengan parsial harga (X1) berdampak positif serta signifikan pada niat berkunjung kembali (Y) ke Kawasan Luar Pura Uluwatu yang memperoleh nilai regresi sejumlah 0,294 pada p value sejumlah 0,010 artinya  $< 0,05$ .
2. Dengan parsial fasilitas (X2) berdampak positif serta signifikan pada niat berkunjung kembali (Y) ke Kawasan Luar Pura Uluwatu yang memperoleh nilai regresi sejumlah 0,241 pada p value sejumlah 0,039 artinya  $< 0,05$ .
3. Dengan simultan harga (X1) serta fasilitas (X2) berdampak positif serta signifikan pada niat berkunjung kembali (Y) ke Kawasan Luar Pura Uluwatu

yang memiliki nilai F-hitung sejumlah 6,575 pada p value sejumlah 0,002 artinya < 0,05.

## SARAN

Melalui perolehan pengkajian secara keseluruhan serta simpulan yang dihasilkan, sehingga rekomendasi yang bisa dibagikan terhadap Kawasan Luar Pura Uluwatu berupa:

1. Kepada pengurus Kawasan Luar Pura Uluwatu, diharapkan dapat memberikan pengurangan atau pemotongan harga kepada rombongan wisatawan agar dapat mendorong mereka untuk datang kembali.
2. Kepada pihak pengelola Kawasan Luar Pura Uluwatu di harapkan melakukan perbaikan fasilitas Kawasan Luar Pura Uluwatu jika sudah terjadi kerusakan, sehingga dapat meningkatkan rasa nyaman ketika berkunjung ke Kawasan luar Pura Uluwatu.
3. Dari studi yang dilakukan, ditemukan bahwa terdapat dampak positif dari harga terhadap keinginan untuk kembali berkunjung, yang berarti semakin tinggi harga, semakin banyak wisatawan yang datang berkunjung. Namun, temuan ini tidak konsisten dengan hubungan positif antara harga dan keinginan berkunjung. Oleh karena itu, disarankan agar penelitian selanjutnya lebih memperdalam pengaruh harga dan fasilitas terhadap keinginan untuk kembali berkunjung.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : PT Rineka Cipta.
- Ating Somantri dan Sambas Ali Muhidin. 2006. *Aplikasi Statistika*. Yogyakarta: Pustaka Setia.
- Chen, Nan, and Daniel C. Funk. 2010. Exploring Destination Image, Perceptions of Experience and Intentions to Revisit: A Comparative Study between Sport and Non-Sport Tourists. *Journal of Sport and Tourism*. 15(3):239–59. doi: 10.1080/14775085.2010.513148.
- Faradisa, Isti, Leonardo Budi H, and Maria M. Minarsih. 2016. Analisis Pengaruh Variasi Produk, Fasilitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Indonesian. *Journal Of Management*. Maret 2016. Vol. 2 No.2 hal. 1-13.
- Fedrik, Mebri. 2022. Strategi Pengembangan Pariwisata Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (Pad) Di Kota Jayapura Provinsi Papua. *Jurnal Ilmiah Wahana Bhakti Praja*. Desember 2022. ISSN: 2301-6965.
- Halena Sirait. 2017. Pengaruh Harga Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Bukit Gibeon Kecamatan Ajibata Kabupaten Toba Samosir. *Jurnal PLANS : Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis* 13(1). doi: 10.24114/plans.v13i1.9815
- Khansa, V. R., & Farida, N. 2016.

- Pengaruh Harga Dan Citra Destinasi Terhadap Niat Berkunjung Kembali Melalui Kepuasan (Studi Pada Wisatawan Domestik Kebun Raya Bogor). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. 5(4), 104-114.
- Masykur, F., Widiartanto, W., & Saryadi, S. 2022. Pengaruh Destination Image Dan Fasilitas Wisata Terhadap Revisit Intention (Studi Pada Pengunjung Wisata Alam Seroja Di Kabupaten Wonosobo). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(2), 170-179.
- Kotler. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Indeks, Jakarta. Masykur, F., Widiartanto, W., & Saryadi, S. 2022. Pengaruh Destination Image Dan Fasilitas Wisata Terhadap Revisit Intention (Studi Pada Pengunjung Wisata Alam Seroja Di Kabupaten Wonosobo). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(2), 170-179.
- Masykur, F., Widiartanto, W., dan Saryadi, S. 2022 Pengaruh Citra Destinasi dan Fasilitas Wisata terhadap Niat Berkunjung Kembali (Studi pada Pengunjung Wisata Alam Seroja di Kabupaten Wonosobo) *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. Purnama, N. 2022. Dampak E-WOM dan Harga terhadap Niat Berkunjung Kembali ke Gunung Semeru. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(1), 1626-1634.
- Rachmawati, V., Didi, S., & Simatupang, R. A. 2019. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Niat Berkunjung (Studi Kasus: Pantai Pasir Putih Kabupaten Manokwari). *Journal In Conference on Public Administration and Society*. Vol. 1, No. 01.
- Sugianto, dkk. 2003. *Teknik Sampling*. Jakarta: Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama. Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Waluyo, S. E. Y., Huda, K., & Fitriyani, Z. A. 2022. Pengaruh Destination Image Dan Harga Terhadap Revisit Intention Dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Mediasi Di Joglo Park. *Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan*, volume 10(3), halaman 833-852.