

**PENGARUH HARGA, CITRA DESTINASI, DAN MEDIA SOSIAL
TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN PADA PINTU
LANGIT PRIGEN PASURUAN**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI PERSYARATAN
MEMPEROLEH GELAR SARJANA (S1)**



**LIA ALIFIYAH
2016.69.10.0051**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN
2023**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Harga, Citra Destinasi, Media Social Terhadap
Keputusan Berkunjung Wisata Pada Pintu Langit Prigen
Pasuruan

Disusun Oleh : Lia Alifiyah

Nim : 2016.69.10.0051

Fakultas : Ilmu Sosial Ilmu Politik

Jurusan : Administrasi Bisnis

Kosentrasi : Pemasaran

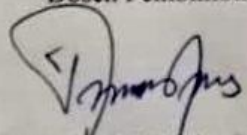
Telah diperiksa dan disetujui untuk dipertahankan di depan tim penguji

Pasuruan, 31 Agustus 2023

Menyetujui


Kaprodi

(Nur Azzah, S.sos, M.AB)
NIP. Y. 069.15.02.001

Dosen Pembimbing,

(Miftahul Huda, S.Sos.,)
NIP. Y. 0691508056

TANDA PENGESAHAN

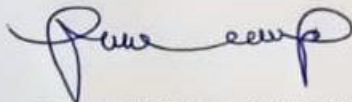
TELAH MEMPERTAHANKAN DI DEPANMAJELIS PENGUJI SKRIPSI,
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS
YUDHARTA PASURUAN

HARI : Jum'at
TANGGAL : 18 Agustus 2023
JAM : 08.00
JUDUL : Pengaruh Harga, Citra Destinasi, Media Sosial Terhadap
Keputusan Berkunjung Wisata Pada Pintu Langit Prigen
Pasuruan

DINYATAKAN LULUS

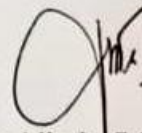
Majelis penguji,

KETUA PENGUJI



Dr. Any Urwatul Wukso, S.Sos, M. AB
NIP.Y. 069.11.03.037

ANGGOTA



Nur Ajizah, S.Sos, M.AB
NIP.Y. ~~069~~.15.02.001

MENGESAHKAN

Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik



Dr. Any Urwatul Wukso, S.Sos, M. AB
NIP.Y. 069.11.03.037

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

- Orang tua saya yang selalu mendukung dalam keadaan apapun
- Suami tercinta yang telah sedia meluangkan waktunya untuk selalu mendukung kegiatan saya
- Anak tercinta yang sudah memahami dan membantu saya
- Serta semua keluarga, sanak saudara, teman-teman yang selalu mendukung saya

MOTTO
JANGAN PERNAH BILANG TIDAK
BISA, SELAGI KITA BELUM
PERNAH MENCOBA

CURRICULUM VITE

Nama Lengkap : Lia Alifiyah
Nama Panggilan : Lia
NIM : 2016.69.100.051
Tempat, Tanggal Lahir : Pasuruan, 5 Mei 1998
Email : Liaalifiyah96@gmail.com
Pekerjaan : Guru

RIWAYAT PENDIDIKAN

- 1 Universitas Yudharta Pasuruan
- 2 SMK N 1 Purwosari
- 3 STMs.N Wonorejo
- 4 SD N Pakijangan 2

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas berkat, rahmat, dan hidayah-Nya yang senantiasa dilimpahkan kepada penulis, sehingga bisa menyelesaikan skripsi dengan judul “ **PENGARUH HARGA, CITRA DESTINASI DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN PADA PINTU LANGITPASURUAN**” sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada program sarjana Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Administrasi Bisnis Universitas Yudharta Pasuruan.

Dalam penyusunan skripsi ini penyusun mendapat banyak hambatan serta rintangan yang penulis hadapi namun pada akhirnya dapat melaluinya berkat adanya bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak baik secara moral maupun spiritual. Untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. K.H. Muhamad Soleh Bahruddin selaku Pembina Yayasan Darut Taqwa
2. Dr. H. Kholid Murtadlo, S.E, M.E. selaku Rektor Universitas Yudharta
3. Ibu Any Urwatul Wusko, S. Sos., M.AB. selaku Dekan FISIP yang senantiasa memberikan motivasi-motivasi dan arahan.
4. Ibu Nur Ajizah, S.Sos., M.AB. selaku Kaprodi Administrasi Bisnis.
5. Pengelola Wisata Pintu Langit.
6. Orang tua dan adik kandung saya yang selalu mendoakan dan memberikan semangat.
7. Teman-teman satu jurusan yang sudah saling mendukung satu sama lain.

8. Semua pihak yang telah membantu terselesainya Penelitian ini yang tidak dapat penulis sebut satu persatu.

Semoga laporan penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca sebagai salah satu referensi pemikiran bagi yang membutuhkan, terutama para teman mahasiswa mahasiswi untuk bahan pertimbangan penyusunan sebuah laporan. Penulis menyadari bahwa dalam proses pengerjaan laporan proposal penelitian ini terdapat banyak kekurangan dan kesalahan,

Oleh sebab itu penulis sangat mengharapkan kritik serta saran yang membangun dari pembaca agar dapat menjadi sebuah perbaikan untuk pengerjaan laporan selanjutnya. Akhir kata saya mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya.

Pasuruan, 31 Maret 2023

Lia Alifiyah

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Lia Alifiyah
NIM : 201669100051
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Administrasi Bisnis

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut

Pasuruan, 31 Agustus 2023

Yang membuat pernyataan,


Lia Alifiyah

ABSTRAK

Lia Alifiah. Program Studi Administrasi Bisnis, Universitas Yudharta Pasuruan. Agustus 2023. Pengaruh harga, citra destinasi, dan keputusan berkunjung wisatawan pada pintu langit prigen pasuruan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, citra destinasi, dan keputusan berkunjung wisatawan pada pintu langit prigen pasuruan. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah sebagian wisatawan yang telah berkunjung ke wisata pintu langit prigen pasuruan, sampel penelitian ini adalah sebanyak 150 responden, sumber data dari penelitian ini adalah sumber data primer. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Alat analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan bantuan *software* SPSS 24. Hasil penelitian ini menunjukkan (1). Harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung. (2). Citra destinasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung. (3). Media sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. (4). harga, citra destinasi, media sosial Berpengaruh secara simultan terhadap keputusn berkunjung

Kata Kunci: Harga, Citra Destinasi, Media Sosial, Keputusan Berkunjung

SUMMARY

Lia Alifiah. Business Administration Study Program, Yudharta University Pasuruan. August 2023. The influence of price, destination image, and tourists' visiting decisions on the Prigen Pasuruan sky door.

This study aims to determine the effect of price, destination image, and tourists' visiting decisions at the Prigen Pasuruan sky gate. This type of research is quantitative research. The population in this study are some of the tourists who have visited the Prigen Pasuruan sky gate tour, the sample of this study is 150 respondents, data source from this research is primary data source. The data collection technique used was a questionnaire. The data analysis tool used is multiple linear regression analysis with the help of SPSS 24 software. The results of this study indicate (1). Price has a significant influence on the decision to visit. (2). Destination image has a significant effect on visiting decisions. (3). Sosial media has a significant effect on visiting decisions. (4). price, destination image, sosial media simultaneously influence the decision to visit.

Keywords: *Price, Destination Image, Sosial Media, Visit Decision*

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	Error! Bookmark not defined.
TANDA PENGESAHAN.....	ii
MOTTO	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I.....	xiii
PENDAHULUAN.....	Error! Bookmark not defined.
1.1.Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
1.2.Rumusan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.3.Tujuan	Error! Bookmark not defined.
1.4 Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB II	Error! Bookmark not defined.
KAJIAN PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
2.1. Kajian Teoritis.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.2Harga.....	Error! Bookmark not defined.
2.4 Hipotesis Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
BAB III.....	Error! Bookmark not defined.
METODE PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
3.1 Jenis Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.2Lokasi Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.3Variabel dan Pengukuran	Error! Bookmark not defined.
3.3.1 Variabel.....	Error! Bookmark not defined.
3.4Populasi dan Sampel	Error! Bookmark not defined.
3.4.1 Populasi	Error! Bookmark not defined.
3.4.2Sampel	Error! Bookmark not defined.

3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel	Error! Bookmark not defined.
3.5 Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.6.3 Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
BAB IV	Error! Bookmark not defined.
HASIL DAN PEMBAHASAN	Error! Bookmark not defined.
4.1 Deskripsi Subjek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.2.3 Status Pernikahan Responden	Error! Bookmark not defined.
4.3 Deskripsi Variabel.....	Error! Bookmark not defined.
4.4 Uji Instrumen Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	Error! Bookmark not defined.
BAB V.....	Error! Bookmark not defined.
KESIMPULAN DAN SARAN	Error! Bookmark not defined.
5.1 Kesimpulan	Error! Bookmark not defined.
5.2 Saran.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Pengertian harga	8
Pengertian citra destinasi	11
Pengertian Media sosial	13
Pengertian Keputusan berkunjung	16
Penelitian terdahulu.....	24
Indikator Variabel penelitian.....	41
Jenis Kelamin Responden.....	54
Umur Responden.....	56
Status Pernikahan	57
Tanggapan Responden Terhadap variabel Harga (X1)	57
Tanggapan Responden Terhadap variabel Citra Destinasi (X2).....	59
Tanggapan Responden Terhadap variabel Media Sosial (X3)	60
Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Berkunjung (Y)	62
Hasil Uji Validitas	64
Hasil Uji Reabilitas.....	71
Hasil Uji Normalitas.....	73
Hasil Uji Perhitungan Kolmogorov Smirnov	74
Hasil Uji Multikolinieritas	74
Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	76
Hasil Uji Regresi Linier Berganda	77
Hasil Uji (T)	79
Hasil Uji (F).....	80
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	80

ABSTRAK

Lia Alifiah. Program Studi Administrasi Bisnis, Universitas Yudharta Pasuruan. Agustus 2023. Pengaruh harga, citra destinasi, dan keputusan berkunjung wisatawan pada pintu langit prigen pasuruan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, citra destinasi, dan keputusan berkunjung wisatawan pada pintu langit prigen pasuruan. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah sebagian wisatawan yang telah berkunjung ke wisata pintu langit prigen pasuruan, sampel penelitian ini adalah sebanyak 150 responden, sumber data dari penelitian ini adalah sumber data primer. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Alat analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan bantuan *software* SPSS 24. Hasil penelitian ini menunjukkan (1). Harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung. (2). Citra destinasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung. (3). Media sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. (4). harga, citra destinasi, media sosial Berpengaruh secara simultan terhadap keputusn berkunjung

Kata Kunci: Harga, Citra Destinasi, Media Sosial, Keputusan Berkunjung

SUMMARY

Lia Alifiah. Business Administration Study Program, Yudharta University Pasuruan. August 2023. The influence of price, destination image, and tourists' visiting decisions on the Prigen Pasuruan sky door.

This study aims to determine the effect of price, destination image, and tourists' visiting decisions at the Prigen Pasuruan sky gate. This type of research is quantitative research. The population in this study are some of the tourists who have visited the Prigen Pasuruan sky gate tour, the sample of this study is 150 respondents, data source from this research is primary data source. The data collection technique used was a questionnaire. The data analysis tool used is multiple linear regression analysis with the help of SPSS 24 software. The results of this study indicate (1). Price has a significant influence on the decision to visit. (2). Destination image has a significant effect on visiting decisions. (3). Sosial media has a significant effect on visiting decisions. (4). price, destination image, sosial media simultaneously influence the decision to visit.

Keywords: *Price, Destination Image, Sosial Media, Visit Decision*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pariwisata merupakan sektor yang semakin diminati setiap tahunnya. Dalam perkembangannya, pariwisata merupakan industri yang semakin diminati, hal ini dibuktikan dengan data-data statistik yang menunjukkan jumlah wisatawan internasional yang semakin meningkat. Menurut badan pariwisata dunia atau *World Tourism Organization* (UNWTO) Tahun 2016, jumlah kunjungan wisatawan internasional pada Tahun 2016 sebesar 1,235 milyar atau mengalami kenaikan sebesar 3,9% dibandingkan Tahun 2015 sebesar 1,189 milyar. UNWTO memperkirakan bahwa pada Tahun 2030 jumlah wisatawan internasional akan mencapai 1,8 milyar. Hal ini mampu menjadi peluang dan tantangan yang perlu dicermati dan disikapi dalam membangun industri pariwisata.

Industri Pariwisata diminati karena potensinya yang dapat menciptakan lapangan pekerjaan yang murah dan mudah. Pariwisata adalah industri yang mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi secara cepat karena melibatkan banyak orang didalam prosesnya. Pariwisata digunakan untuk memperluas kesempatan berusaha dan juga lapangan pekerjaan. Lapangan pekerjaan juga akan meningkatkan tingkat kesejahteraan dari masyarakat. Pariwisata juga melibatkan banyak stakeholder yang dimana setiap stakeholder bisa mendapatkan banyak keuntungan yang juga berdampak kepada negara karena pajak pendapatan untuk negara yang diterima semakin tinggi. Menurut Pitana dan Diarta (2009:185-186) menyatakan bahwa efek ekonomi yang ditimbulkan kegiatan ekonomi pariwisata terhadap kegiatan ekonomi secara keseluruhan dalam suatu wilayah, baik daerah maupun negara tertentu. Dengan demikian, sebagian besar negara-negara di dunia bergantung kepada industri pariwisata sebagai sumber pendapatan negara. Negara Indonesia merupakan negara yang sangat mendukung pengembangan industri pariwisata.

Karena dengan sangat banyaknya potensi alam yang di suguhkan oleh indonesia sehingga Indonesia di juluki sebagai Negara yang paling kaya akan keindahan alam. Tingginya potensi pariwisata di indonesia membuat rakyat berinovasi dengan berbagai macam keindahan alam di berbagai daerahnya masing-masing.

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:181) Keputusan pembelian adalah membeli merek yang paling disukai dari berbagai alternatif yang ada. Proses pengambilan keputusan pembelian konsumen merupakan tahap yang penting dalam suatu keputusan. Artinya keputusan berkunjung adalah istilah yang sering digunakan untuk orang yang berkunjung ke tempat wisata. Dalam dunia pemasaran kunjungan wisata bisa berarti sama dengan keputusan pembelian. Keputusan pembelian merupakan hal yang lazim dipertimbangkan konsumen dalam proses pemenuhan kebutuhan akan barang maupun jasa. Pada kebanyakan orang, perilaku pembelian konsumen seringkali diawali oleh banyaknya rangsangan (stimuli) dari luar dirinya, baik berupa rangsangan pemasaran maupun rangsangan dari lingkungan yang lain.

Menurut Kotler (2002 : 345) harga diartikan sebagai “total uang yang ditagihkan untuk suatu produk dan jasa. Sehingga harga bisa disebut sebagai total dari nilai yang dipertukarkan konsumen untuk menggunakan produk dan jasa yang bersangkutan atau yang mempunyai manfaat untuk konsumen itu sendiri.. Artinya Harga merupakan nilai dari suatu barang atau jasa yang memberikan pendapatan bagi perusahaan. Penetapan harga pada sebuah produk dan jasa yang ditawarkan akan berdampak secara langsung terhadap kepuasan pelanggan, dimana jika konsumen merasa harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk atau jasa yang diterima maka akan terbentuk suatu tingkat kepuasan pada diri pelanggan. Perusahaan harus menyadari bahwa para konsumen menghendaki untuk memperoleh harga yang pantas, dimana konsumen merasa bahwa pengorbanan yang

mereka keluarkan berupa biaya harus sesuai dengan manfaat produk yang mereka dapatkan.

Menurut Gartner (1993) dalam Pearce (2005: 92) citra adalah kombinasi kompleks dari beragam produk dan atribut yang terasosiasi. Citra destinasi merupakan manifestasi dari harapan wisatawan, sehingga citra mampu mempengaruhi persepsi wisatawan. Artinya citra destinasi adalah sebuah pandangan wisatawan terhadap sebuah tempat pariwisata sehingga bisa mempengaruhi pandangan wisatawan, termasuk di dalamnya mempengaruhi kepuasan wisatawan. Citra positif dari destinasi wisata akan menjadi penyangga terhadap kekurangan destinasi dan sebaliknya. Citra positif suatu destinasi memainkan peran penting dalam menarik dan mempertahankan wisatawan.

Menurut Arif (2017) media sosial adalah media dimana penggunaanya dengan mudah berpartisipasi di dalamnya, berbagi dan menciptakan pesan, termasuk blog, jejaring sosial, wiki/ensiklopedia online, forum-forum maya, termasuk *virtual worlds* (dengan avatar/karakter 3D). Artinya media sosial adalah suatu media yang dapat menginformasikan ke semua kalangan baik itu dari yang kalangan muda hingga yang tua, dengan adanya media sosial kita bisa mengetahui seberapa trendingnya tempat pariwisata tersebut dengan cara seberapa banyaknya wisatawan yang telah datang kesana, sehingga tempat pariwisata tersebut mempunyai daya tarik tersendiri dihati wisatawan.

Obyek dalam penelitian ini adalah wisata Pintu Langit Prigen, yang terletak di Dusun Jeruk, Desa Leduk, Kecamatan Prigen, Kabupaten Pasuruan. Dimana tempat pariwisata tersebut adalah salah satu tempat destinasi yang lagi buming di kabupaten pasuruan. Tempat wisata ini baru dibuka untuk umum pada tahun 2019, meskipun tempat wisata ini bisa dibilang masih baru, tetapi tempat wisata ini memiliki daya tarik untuk menarik pengunjung misalnya dengan mengusung tema halal yang di sandingkan dengan nama tempat wisata ini. Yang di maksud halal dari tema tersebut adalah “bahan bakunya

halal, prosesnya halal dan produknya juga halal. Penginapan di sini juga harus menunjukkan surat nikah atau KTP sama dalam satu kawasan” kata Gus Ipul, Kamis (13/6) (*m.detik.com*).

Dari paparan di atas, maka peneliti menggunakan judul “**PENGARUH HARGA, CITRA DESTINASI DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN PADA PINTU LANGIT PIGEN PASURUAN**”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan sebelumnya, maka yang menjadi pertanyaan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah ada pengaruh variabel X terhadap variabel Y?
2. Seberapa besar pengaruh variabel X terhadap variable?
3. Mana yang signifikan dari variabel X terhadap yang mempengaruhi secara parcial dan simultan?

1.3. Tujuan

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah:

1. Mengetahui adanya pengaruh variabel X terhadap variabel Y
2. Mengetahui besar pengaruh variabel X terhadap Variabel Y.
3. Mengetahui signifikan dari variabel X terhadap yang mempengaruhi secara parcial dan simultan.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi untuk pembaca dan menambah wawasan pengetahuan seputar ilmu kepariwisataan dan diharapkan bisa menjadi salah satu rujukan dalam pembuatan laporan selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat, informasi dan bahan masukan untuk pengembangan wisata Pintu Langit guna meningkatkan daya tarik terhadap wisatawan yang akan berkunjung.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian pengaruh harga, citra destinasi dan media sosial terhadap keputusan berkunjung wisatawan (studi pada wisata pintu langit), dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Variabel pengaruh harga (X1) berpengaruh secara parsial signifikan terhadap keputusan berkunjung, memiliki nilai t hitung $1,895 > t$ tabel (1.997) dengan probabilitas 0.000 ($p < 0.05$) yang memiliki arti bahwa pengaruh harga berpengaruh secara parsial signifikan terhadap keputusan berkunjung (Y)
2. Variabel citra destinasi (X2) berpengaruh secara parsial signifikan terhadap keputusan berkunjung, memiliki nilai t hitung $2,356 > t$ tabel (1.997) dengan probabilitas 0.000 ($p < 0.05$) yang memiliki arti bahwa citra destinasi berpengaruh secara parsial signifikan terhadap keputusan berkunjung (Y).
3. Variabel media sosial (X3) berpengaruh secara parsial signifikan terhadap keputusan berkunjung, memiliki t hitung $6,237 > t$ tabel (1.997) dengan nilai probabilitas 0.000 ($p < 0.05$) yang memiliki arti bahwa kepuasan berpengaruh secara parsial signifikan terhadap keputusan berkunjung (Y).
4. Pengaruh harga (X1), citra destinasi (X2), dan media sosial (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian .menunjukkan bahwa nilai F hitung $41,794 > F$ tabel (1,997) dengan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$ yang artinya variabel pengaruh harga, citra destinasi dan media sosial independent yang terdiri dari secara simultan atau secara bersama sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung (Y).

5.2 Saran

Saran penulis ajukan sebagai media pertimbangan bagi perusahaan dalam usaha mencapai tujuan organisasi, bagi pekerja, serta bagi penelitian-penelitian selanjutnya, diantaranya :

1. Saran bagi pendiri wisata : bagi pendiri wisata / pengelola Wisata Pintu Langit Prigen diharapkan untuk mengevaluasi kembali tempat-tempat yang ada seperti spot-spot foto, makanan dan minuman di cafe.
2. Bagi peneliti selanjutnya : peneliti selanjutnya sebaiknya memakai ragam variabel lain terkait harga, citra destinasi, media sosial dan terhadap keputusan berkunjung wisatawan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggono, A, J dan Sunarti . 2018. Pengaruh Harga dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung (Survei pada Pengunjung Wisata Paralayang, Kota Batu). *Jurnal Administrasi Bisnis*. Volume 61 Nomer 3 Tahun 2018.
- Ardiansyah, Imam. Pengaruh Harga dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Taman Impian Jaya Ancol Jakarta Dengan Metode Structural Equation Modeling 14, no.3 2019.
- Astutik, W., & Sulhan, M. (2022). Pelatihan kerja, soft skill dan hard skill mendorong peningkatan kinerja karyawan. *JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 7 (2), 9–21.
- Aviolitasona G. B. (2017). Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan Umbul Sewu Pengging, Boyolali.
- Adriel. 2018. pengaruh Harga dan Worm terhadap Keputusan Berkunjung. *Jurnal Ekonomi*. Vol. 44 No.01.
- Cahyanti, M. M. (2017). Meningkatkan Niat Berkunjung Pada Generasi Muda Melalui Citra Destinasi Dan Daya Tarik Kampung Wisata. 11, (1), 35-41.
- Edri, 2017. Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung di Objek Wisata Pantai Carocok Painan. *Jurnal Manajemen*. Vol. 1 No.02.
- Erlangga, A. G., & Wusko, A. U. (2024). Pengaruh Budaya Kerja dan Stres Kerja terhadap Produktivitas dan Loyalitas Karyawan (Study pada Karyawan PT. Murni Mapan Makmur Purwosari). *Paradigma: Jurnal Filsafat, Sains, Teknologi, dan Sosial Budaya*, 30(2), 519-527.
- Fauzia, W. N., & Huda, M. (2022). Analisis Pengaruh Product Placement Pada Produk Kopi Luwak Dalam Sinetron “Ikatan Cinta” Terhadap Brand Awareness Melalui Brand Recall. *JIMEK: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 5(1), 124-137.
- Fadilah, N. L., & Huda, M. (2024). Pengaruh Storytelling Marketing dan Citra Destinasi terhadap Minat Berkunjung Kembali dengan Tourist Satisfaction sebagai Variabel Intervening pada Pengunjung Tanaria Park. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis*, 4(3), 1136-1147.
- Hariadi, Dodi dan Martoatmodjo, Soebari. 2013. Pengaruh Produk, Harga, Promosi, dan distribusi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Projector Microvision. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol.1 No.1. Surabaya: STIESIA.
- Handawan, G. (2015). Pengaruh Citra Destinasi Pariwisata Waduk Sermo Terhadap Minat Wisata Berkunjung Ulang. Skripsi. Universitas Sanata Darma Yogyakarta.
- Hendawan, Galih. 2015. Pengaruh Citra Destinasi Pariwisata Waduk Sermo terhadap Minat Wisata Berkunjung Ulang. Skripsi. Universitas Sanata Darma Yogyakarta.
- Indriani. 2018. Pengaruh e_worm, Citra destinasi dan fasilitas wisata terhadap keputusan berkunjung yang dimesiasi oleh respon emosional. *jurnal ilmu Manajemen*. Universitas Lampung.
- Isnaini P. R. Et.Al. (2018). Pengaruh Citra Merek Destinasa Terhadap Keputusan

Berkunjung Dan Kepuasan pengunjung serta dampaknya pada minat kunjung Ulang. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 55, (2), 122-130.

Isnaini, Putri Rizkiah. "Pengaruh Citra Merek Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Dan Kepuasan Pengunjung Serta Dampaknya Pada Minat Kunjung Ulang (Survei Pada Pengunjung Taman Rekreasi Selecta Kota Batu Yang Termasuk Dalam Kategori Generasi Millennial)" 55, no.2.

Kamal. Pengaruh citra destinasi, produk wisata dan word of mouth terhadap keputusan berkunjung ke wisata coban jahe. *E-jurnal Riset Manajemen.Unisma*.

Mundzir, A., Zukhriyah, A., & Sulhan, M. (2024). The Implementation of Halal Network Indonesia (HNI) Business Among Muslim and Non-Muslim Communities. *MALIA: Jurnal Ekonomi Islam*, 15(2), 147-157.

Murtadlo, K. (2022). Analysis of The Effect of Experience and Trust on The Tourism Economy After The Phenomenon of KKN DESA PENARI. *Quantitative Economics and Management Studies*, 3(4), 592-606.

Nugroho, E. D., Sururi, A. M., Ardiansyah, R., Rahayu, D. A., Ainiyah, R., Fathurrohman, A., ... & Kasiman, K. (2024). Bioinformatics Approach: Evaluating the Antiviral Potential of Flavonoid Compounds from *Phyllanthus urinaria* against Foot-and-Mouth Disease in Livestock Animals. *ALCHEMY: Journal of Chemistry*, 12(1), 42-48.

Nuzil, N. R., & Sholihun, M. (2023). Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan pada UMKM Berdasarkan SAK EMKM pada CV. Lancar Jaya Unggas. *Khidmatuna: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 106-120.

Priyono, dkk. 2016. Pengaruh Citra Merek, Strategi Promosi, Atribut Produk, Harga terhadap Minat Berkunjung serta Pengaruhnya terhadap minat beli. Volume 2 Nomor 2. Tahun 2016.

Prianto, A., & Sulhan, M. (2021). PENGEMBANGAN KUBE SEBAGAI PENGEMBANGAN EKONOMI MASYARAKAT MISKIN PENERIMA PKH BERBASIS QUADRUPLE HELIX (STUDI PENGUATAN EKONOMI MASYARAKAT MISKIN PADA PROGRAM KUBE-PKH DI ERA NEW NORMAL DI KABUPATEN PASURUAN). *JURNAL HERITAGE*, 9(2), 194-212.

Rakhmawati, A., & Nizar, M. (2023). Analysis of Small Business Performance in Terms of Islamic Financial Literacy and Inclusion. *MALIA: Jurnal Ekonomi Islam*, 14(2), 269-285.

Ramadhani, A. A., & Nuzil, N. R. (2023). Pengaruh Customer Experience, Service Quality, dan Price Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pembeli Sepeda Motor Matic Yamaha N-Max di Pasuruan). *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(4), 4418-4428.

Riani, S. (2023). KUALITAS PELAYANAN ADMINISTRASI MELALUI PROGRAM KIOS E-PAKLADI DI DESA PAREREJO KECAMATAN PURWODADI KABUPATEN PASURUAN JAWA TIMUR. *Journal Publicuho*, 6(3), 822-830.

Safitasari, C dan Maftukhah, I. 2017. Pengaruh Kualitas Layanan, Promosi dan Citra Destinasi terhadap Kepuasan Melalui Keputusan Pengunjung. *Management Analysis*. Volume 6 Nomer 3 Tahun 2017.

- Sari, M. R. Y. (2021). Model Pengukuran Kinerja Aparatur Sipil Negara Di Kecamatan Tutur (Doctoral dissertation, Universitas Yudharta).
- Sholeh, B., & Wusko, A. U. (2023). Pengaruh Word Of Mouth, Cita Rasa dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen MIXUE ICE CREAM & TEA (Survei Pada Konsumen Mixue Ice Cream & Tea di Pandaan). *ATRABIS Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 9(2), 190-200.
- Silfiah, R. I. (2023). ANALISIS KINERJA BIROKRASI PEMERINTAHAN DESA PADA PERANGKAT DESA PAREREJO KECAMATAN PURWODADI KABUPATEN PASURUAN JAWA TIMUR. *Journal Publicuho*, 6(3), 831-838.
- Silfiah, R. I., & Nabila, A. (2021). Kualitas Pelayanan Publik di Kantor Kelurahan Ledug Kecamatan Prigen Kabupaten Pasuruan. *Jurnal Aplikasi Dan Inovasi Ipteks Soliditas*, 4(1), 43-52.
- Silfiah, R. I., & Mufida, N. (2024). Strategy To Improve Family Card Administration Service In Purwosari Village, Purwosari District, Pasuruan Regency. *Jurnal DIALEKTIKA: Jurnal Ilmu Sosial*, 22(1), 29-42.
- Silfiah, R. I., Suwardi, S., Huda, K., & Indratirini, I. (2024). Customary Law and Islamic Law Existence in the Reform of National Criminal Law. *Journal of Law, Politic and Humanities*, 4(5), 1201-1212.
- Sulhan, M., Astutik, W., Wahyono, D., Arifin, M., & Mukhrojin, M. The Influence of Entrepreneurial Orientation on Competitive Advantage and Company Performance.
- Suryani, Ratna, dan Wahyu. M. ‘’ Pengaruh Harga Tiket, Fasilitas Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Taman Margasatwa Serulingmas Banjarnegara’’ 16, 2018.
- Village, L. Principal-Agent in Implementing Village funds in Linggo Village, Kejayan District, Pasuruan Regency.
- Venture, C.Y. 2018. Pengaruh Pengalaman Pengunjung, Citra Destinasi dan Sosial Media Melalui Kepuasan pengunjung Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Wisata Telaga Sarangan di Kabupaten Magetan. Jember.
- Wusko, A. U., & Auliyah, K. (2024). PENGARUH DESTINATION IMAGE DAN CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP SATISFACTION DAN REVISIT INTENTION PADA TAMAN SAFARI INDONESIA II JATIM (SURVEI PADA PENGUNJUNG TAMAN SAFARI INDONESIA II JATIM). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 13(1), 208-220.
- Wusko, A. U., & Khoviyah, S. N. (2024). PENGARUH DAYA TARIK WISATA TERHADAP MEMORABLE TOURISM EXPERIENCE DAN REVISIT INTENTION (Survey Pengunjung Wisata Hawaii Waterpark Malang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 13(1), 199-207.
- Zulaikhah, S., Wusko, A. U., & Kusumawati, A. (2023). The Influence of Destination Image and Islamic Value On Perceived Value and Satisfactin (Survey On Moslem Tourist of Halal Tourism In Banyuwangi). *JPAS (Journal of Public Administration Studies)*, 8(1), 50-55.