

Pengaruh *Destination Image*, Fasilitas dan Harga Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Eco Park Syariah Tan Kayo Batipuh Selatan

Wadriman¹, Annur Fitri Hayati²

Fakultas ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Padang^{1,2}

*Corresponding author, e-mail: Wadriman012@gmail.com

ARTICLE INFO

Received 26 Maret 2024

Accepted 28 Juni 2024

Published 30 Juni 2024

Keywords: Destination Image, Facilities, Prices and Visiting Decisions

DOI :

ABSTRACT

Abstract: The aim of this research is to examine how several aspects of Eko Park Syariah Tan Kayo South Batipuh such as price, facilities and reputation influence tourists' choice to visit there. This type of research is causative research. The population in this research is tourists who have visited the Eko Park Syariah Tan Kayo South Batipuh tourist attraction. To determine the sample size, researchers used Chocran theory which required a total of 100 samples. The sampling technique is purposive sampling. Primary data that meets predetermined criteria is used. The analytical method used is known as multiple regression analysis, and was processed using SPSS version 25. The findings of this research show that: (1) Destination Image, Facilities and Prices have a positive influence on the decision to visit (2) Destination Image has a positive influence on the decision to visit. (3) Facilities have a positive influence on the decision to visit. (4) Price has a positive influence on the decision to visit.



This is an open access article distributed under the Creative Commons 4.0 Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. ©2024 by author.

PENDAHULUAN

Salah satu sektor industri yang tumbuh paling pesat adalah pariwisata. Banyak lokasi dengan daya tarik wisata sangat bergantung pada pariwisata untuk menopang kondisi keuangan dan kesejahteraan mereka. Salah satu barang yang ditawarkan penyedia jasa untuk memikat pelanggan agar berkunjung atau berwisata adalah tempat wisata. Saat ini melakukan perjalanan wisata telah menjadi gaya hidup untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan masyarakat di daerah tersebut. (Sirait & Puddin, 2018)

Sumatera Barat termasuk kedalam daerah yang memiliki berbagai objek wisata yang menjadikan Sumatera Barat menjadi wilayah destinasi wisata di Indonesia. Keindahan dan kekayaan alamnya, serta budaya yang dimiliki, Sumatera Barat memiliki potensi untuk menjadi kawasan wisata, seperti wisata bahari (laut) dan wisata alam. Untuk wisata yang sekarang maupun untuk kedepannya Sumatera Barat tidak hanya menyuguhkan wisata yang ada di Daerah Padang, Bukit Tinggi, Padang Panjang Ataupun. Sawahlunto kepada wisatawan lokal

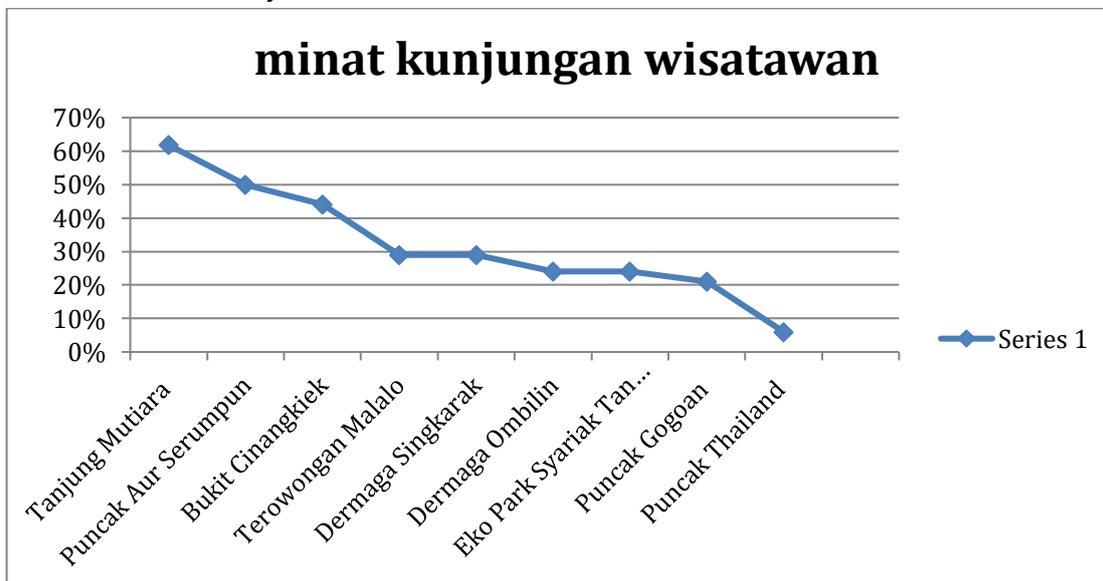
maupun wisatawan mancanegara. Namun masih banyak daerah yang ada di Sumatera Barat yang dapat dijadikan sebagai objek wisata yang memiliki keindahan serta nilai “plus” yang bisa memikat wisatawan, seperti Solok, Solok Selatan dan Kabupaten Tanah Datar, yang memiliki berbagai macam wisata baik berupa wisata alam maupun wisata sejarah.

Kabupaten Tanah Datar memiliki berbagai macam objek wisata yang memiliki keunggulan dan keindahan alam yang masih asli. Objek wisata di Kabupaten Tanah Datar terus bertambah dari waktu ke waktu. Objek wisata yang pertama di Tanah Datar adalah Cagar Alam Batu Batikam yang sudah berusia ratusan tahun, batu ini dianggap sebagai lambang perdamaian serta pentingnya musyawarah di Minangkabau. Serta masih ada wisata sejarah lainnya seperti Istana Basa Pagaruyung, Balairung Sari dan lain-lain serta wisata peninggalan Belanda yaitu Benteng Van Der Capellen didirikan oleh Belanda pada tahun 1822.

Selain wisata sejarah di Tanah Datar juga terdapat wisata religi yaitu Masjid Raya Rao-Rao yang pembangunannya dimulai pada tahun 1892 dan selesai pada tahun 1916. Masjid yang umurnya sudah ratusan tahun ini merupakan salah satu masjid tertua di Indonesia. Terakhir yaitu wisata alam yang ada di Kabupaten Tanah Datar adalah Nagari Pariangan merupakan satu-satunya daerah di Sumatera Barat yang dinobatkan menjadi desa terindah di dunia. Gelar ini diberikan oleh suatu media di Amerika Serikat yang bernama Travel Budget, Gelar tersebut disematkan pada tahun 2012.

Untuk mendukung data diatas peneliti melakukan observasi mandiri mengenai wisata yang ingin dikunjungi oleh wisatawan pada bulan Mei 2023 yang dapat dilihat pada gambar 1.

Gambar 1 hasil survey minat wisatawan



Sumber; data primer pengolahan 2023

Dari survei yang peneliti lakukan pada 34 responden terhadap keputusan kunjungan wisatawan di daerah Batipuh. Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa minat kunjungan wisatawan ke Eko Park Syariah Tan Kayo masih rendah, yaitu masih menduduki peringkat

ke 7 dengan persentase sama dengan Dermaga Singkarak yaitu 23,5%, untuk kunjungan tertinggi yaitu objek wisata Tanjung Mutiara 62%, sedangkan yang terendah adalah puncak Thailand 6%

Keputusan berkunjung bergantung pada penilaian individu serta pilihan antara dua atau lebih pilihan yang tersedia. Menurut Kotler dan Keller (2009) menunjukkan bahwa berbagai macam faktor, yang dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian terdiri dari harga, distribusi, komunikasi, dan stimulasi pemasaran termasuk produk dan layanan, semuanya memengaruhi keputusan pembelian seperti Psikologi konsumen, hal ini ditunjukkan oleh bidang motivasi, persepsi, instruksi, dan ingatan, serta sifat konsumen dan proses pengambilan keputusan pembelian, serta adanya pengaruh dari luar seperti faktor ekonomi, perkembangan teknologi, politik, dan budaya.

Bagi wisatawan, citra suatu destinasi merupakan salah satu variabel yang berperan dalam menentukan akan atau tidaknya mereka mengunjungi lokasi tersebut. Banyak faktor, antara lain Destination Image produk wisata dan word of mouth yang mungkin mempengaruhi keputusan seseorang untuk datang hal ini dikemukakan Pitana dan Ketut (2000:128) dalam (Priyanto et al., 2016). Pengunjung yang berulang kali akan terpengaruh oleh peringkat yang luar biasa. Begitu pula dengan rating yang rendah akan menyebabkan wisatawan berhenti mengunjungi destinasi wisata tersebut.

Kemudian, selain persepsi terhadap *Destination Image*, fasilitas juga berperan dalam mempengaruhi keputusan seseorang untuk berkunjung, karena pengambilan keputusan seringkali dipandang sebagai tindakan konsumen termasuk pemilihan suatu barang atau jasa untuk dibeli. Penelitian Ariyanto (2015: 132), beberapa elemen yang berpengaruh terhadap keputusan berkunjung seperti citra destinasi, pelayanan yang diterima pengunjung, biaya yang dikeluarkan (harga) dan fasilitas.

Kemudian selain *Destination Image* dan fasilitas, harga adalah sebuah variabel yang dapat berpengaruh terhadap seseorang untuk berkunjung. Keputusan adalah dimana konsumen memilih sebuah produk ataupun jasa sebelum melakukan pembelian. Ariyanto. (2015:132). Dalam sistem perdagangan uang digunakan untuk mengukur harga suatu produk/barang begitupula dengan tempat wisata, harga yang menentukan seberapa baik tempat wisata tersebut.

Berdasarkan uraian diatas maka tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis: Pengaruh *destination image*, fasilitas dan harga terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Eco Park Syariah Tan Kayo Batipuh Selatan.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang dilakukan peneliti termasuk ke dalam penelitian kausatif. Yang dimaksud dengan penelitian kausatif Menurut Sugiono (2012:61) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan bahwa populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang pernah berkunjung Ke Eko Park Syariah Tan Kayo Batipuh Selatan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh tiga variabel terhadap keputusan berkunjung Eko Park Syariah tan Kayo Batipuh Selatan: *Destination Image* (X_1), Fasilitas (X_2), dan Harga (X_3).

Data dari setiap variabel yang disajikan dalam format distribusi frekuensi, dimana setiap responden memberikan penilaian berdasarkan situasi kehidupan nyata. Sebaran seluruh variabel penelitian telah dianalisis dan keterangan hasil penelitian dapat dilihat dibawah ini:

Tabel 1. Identifikasi Variabel Penelitian

No	Variabel	Mean	TCR%	Keterangan
1	Destination image	3,84	76,8%	Baik
2	Fasilitas	3,89	77,93%	Baik
3	Harga	4,10	82,03%	Sangat Baik
4	Keputusan Berkunjung	4,14	82,83	Sangat Baik

Sumber: Data Primer Pengolahan 2024

Dari tabel diatas dapat diambil kesimpulan bahwa variabel pada penelitian ini memiliki tingkat capaian responden yang baik. Pada variabel *Destination Image* memiliki mean (rata-rata) sebesar 3,84 dan TCR sebesar 76,8% dengan keterangan Baik, variabel kedua yaitu variabel fasilitas memiliki mean (rata-rata) sebesar 3,89 dan TCR sebesar 77,93% dengan keterangan Baik, yang selanjutnya yaitu variabel harga memiliki mean (rata-rata) sebesar 4,10 dan TCR sebesar 82,03% dengan keterangan sangat Baik dan yang terakhir yaitunya variabel keputusan berkunjung memiliki mean (rata-rata) sebesar 4,14 dan TCR sebesar 82,83% dengan keterangan sangat Baik

Tabel 2. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters A ^b	Mean	152.9400
	Std. Deviation	12.27860
Most Extreme Differences	Absolute	.074
	Positive	.070
	Negative	-.074
Test Statistic		.074
Asymp. Sig. (2-tailed)		.193 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Data Primer pengolahan 2024

Melihat grafik di atas akan menunjukkan hasil uji normalitas. Berapa tingkat signifikansi residunya, Asymp? Berdasarkan nilai Sig (2-tailed) yaitu $0,193 > 0,05$ maka nilai tersebut dianggap signifikan secara statistik. Oleh karena itu, data dalam penyelidikan ini kami katakan berdistribusi normal.

Tabel 3. Hasil Uji Heterogenisitas

Coefficients						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	7.751	2.703		2.867	.005
	Destination Image	.011	.070	.018	.164	.870
	Fasilitas	-.121	.064	-.194	-1.887	.062
	Harga	-.046	.053	-.097	-.869	.387
a. Dependent Variable: RES2						

Sumber: Data primer pengolahan 2024

Pada gambar 3 di atas menggambarkan kesimpulan uji heteroskedastisitas yang menjelaskan bahwa nilai dari 3 variabel independen yaitu Citra Destinasi ($0,870 > 0,05$), Fasilitas ($0,062 > 0,05$), dan Harga ($0,387 > 0,05$). Hasil dari tabel 3 di atas memiliki kesimpulan yaitu semua variabel independen bebas dari heteroskedastisitas.

Tabel 4 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficientsa								
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	4.250	4.075		1.043	.300		
	Destination Image	.431	.105	.281	4.106	.000	.839	1.192
	Fasilitas	.432	.097	.290	4.467	.000	.936	1.068
	Harga	.587	.080	.519	7.353	.000	.791	1.265
a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung								

Sumber : data Primer pengolahan 2024

Hasil uji multikolinearitas disajikan pada tabel yang dapat ditemukan. Masing-masing dari ketiga variabel independen yaitu Destination Image ($1.192 < 10.00$), Fasilitas ($1,068 < 10,00$), dan harga ($1,265 < 10,00$). Pada saat yang sama, VIF berada di bawah ambang batas \$10.000. Data pada penelitian tersebut tidak menunjukkan tanda-tanda multikolinearitas, sesuai dengan hasil yang ditunjukkan di atas.

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.250	4.075		1.043	.300
Destination Image	.431	.105	.281	4.106	.000
Fasilitas	.432	.097	.290	4.467	.000
Harga	.587	.080	.519	7.353	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

Sumber : data Primer Pengolahan 2024

Tiga variabel bebas: *Destination Image* (X1) dan Fasilitas (X2) dan Harga (X3) ditetapkan nol jika nilai 4,250 tetap. Nilai pilihan (Y) untuk berkunjung adalah 4,250.

Variabel *Destinasion Image* (X1) mempunyai nilai koefisien positif yaitu 0,431 yang mengidentifikasi variabel *Destination Image* bertambah 1, bahwa faktor dari keputusan berkunjung akan bertambah sebanyak 0,431, terlepas dari variabel bebas lainnya tetap.

Variabel Fasilitas (X2) mempunyai nilai koefisien positif yaitu 0.432 yang artinya variabel Fasilitas mengalami perubahan kepada 1. maka nilai dari variabel keputusan berkunjung akan bertambah sebanyak 0.432, terlepas dari faktor bebas lainnya tetap.

Variabel Harga (X3) mempunyai nilai koefisien positif yaitu 0.587, yang mengidentifikasi variabel Harga mengalami kenaikan sebanyak 1 maka nilai dari variabel keputusan berkunjung akan bertambah sebanyak 0.587, terlepas dari faktor bebas lainnya tetap.

Tabel 6. Hasil Uji Summery

Mode summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.789 ^a	.622	.611	3.04783

a. Predictors: (Constant), Harga, Fasilitas, *Destination Image*

Sumber: data Primer, pengolahan tahun 2024

Berdasarkan data pada tabel, nilai Adjusted R Square sebesar 0,611. Menyatakan bahwa partisipasi dari *Destination Image*, Fasilitas, dan Harga sebanyak 0,611. Terlihat bahwa variabel *Destination Image*, Fasilitas dan Harga bertanggung jawab sebesar 61,1% dalam proses pengambilan keputusan pengunjung Malalo Syariah Eco Park. Sisanya sebesar 38,9% dalam proses pengambilan keputusan dipengaruhi oleh faktor lain.

Tabel 7. Hasil Uji F

ANOVA						
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	1469.670	3	489.890	52.737	.000b
	Residual	891.770	96	9.289		
	Total	2361.440	99			
a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung						
b. Predictors: (Constant), Harga, Fasilitas, Destination Image						

Sumber: data Primer pengolahan tahun 2024

Hipotesis pertama yaitu untuk mengetahui bagaimana *Destination Image*, fasilitas, dan harga mempengaruhi keputusan wisatawan untuk berkunjung ke Eko Park Syariah Tan Kayo Malalo menjadi tujuan utama penelitian ini. Nilai sig sebesar 0,00 yang dihasilkan dari pengolahan data ini lebih rendah dari ambang batas 0,05. Hasilnya, kami hipotesis H_a diterima dan hipotesis H_0 ditolak. *Destination Image*, Fasilitas, dan Karakteristik Harga Eko Park Syariah Tan Kayo Malalo merupakan semua aspek yang berdampak pada keputusan wisatawan untuk mengunjungi taman tersebut atau tidak.

Tabel 8. Hasil Uji T

Coefficientsa						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.250	4.075		1.043	.300
	Destination Image	.431	.105	.281	4.106	.000
	Fasilitas	.432	.097	.290	4.467	.000
	Harga	.587	.080	.519	7.353	.000
a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung						

Sumber: data Primer pengolahan tahun 2024

Berdasarkan bukti-bukti yang diberikan, kita dapat menarik banyak kesimpulan dari pengujian hipotesis dalam penelitian ini:

Hipotesis kedua

Hipotesis kedua yaitu untuk melihat bagaimana variabel *Destination Image* mempengaruhi keputusan wisatawan untuk mengunjungi Eko Park Syariah Tan Kayo Malalo. Nilai 0,00 diberikan oleh tabel analisis data, yang kurang dari tingkat signifikansi 0,05. Variabel keputusan berkunjung ke Syariah Eco Park Tan Kayo Malalo dipengaruhi secara positif oleh *Destination Image*, karena hipotesis alternatif (H_a) didukung dan hipotesis nol (H_0) ditolak. Hipotesis ketiga

Ketiga, peneliti akan menguji hipotesis bahwa karakteristik fasilitas Eko Park Syariah Tan Kayo Malalo mempengaruhi pilihan pengunjung untuk berkunjung ke sana. Hasil dengan tingkat signifikansi statistik 0,00 (kurang dari 0,05) ditunjukkan pada Tabel 8. Oleh karena itu, hipotesis H_a benar dan hipotesis H_0 salah. Dapat dikatakan bahwa variabel Fasilitas Eko Park Syariah Tan Kayo Malalo memiliki peran yang signifikan dalam menentukan apakah wisatawan akan mengunjungi taman tersebut atau tidak.

Hipotesis keempat

Hipotesis terakhir/ keempat yaitu untuk melihat bagaimana variabel harga mempengaruhi keputusan wisatawan berkunjung ke Eko Park Syariah Tan Kayo Malalo. Tabel 8 merupakan hasil dari analisis data yang memperlihatkan variabel harga berpengaruh positif terhadap keputusan wisatawan berkunjung ke Eko Park Syariah Tan Kayo Malalo (harga, $0,00 < 0,05$).

PEMBAHASAN

Peneliti di Eko Park Syariah Tan Kayo Batipuh Selatan mengamati bagaimana faktor-faktor seperti citra destinasi, fasilitas, dan harga berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Eko Park Syaria Tan Kayo Batipuh Selatan. Hasilnya menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,00, lebih kecil dari 0,05, bila pengujian dan penelitian dilakukan dengan menggunakan uji signifikansi variabel secara simultan (Uji F). Masuk akal untuk menyimpulkan bahwa faktor Citra Destinasi, Fasilitas, dan Harga semuanya mempunyai peran dalam keputusan untuk menghabiskan waktu di sana. Hal ini sesuai dengan temuan studi penelitian (Donargo Septiana et al, 2019), yang menemukan bahwa peningkatan fasilitas dapat menyebabkan peningkatan jumlah orang yang datang berkunjung, dan tarif yang ditawarkan lebih rendah dibandingkan daya tarik wisata lainnya, yang pada akhirnya menyebabkan peningkatan pengunjung. sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Salsa Hardina, dkk, 2021) yang menyatakan bahwa uji t secara parsial pada variabel fasilitas bernilai positif signifikan terhadap keputusan berkunjung wisata. Artinya, fasilitas yang tersedia harus dalam kondisi baik, terawat dan lengkap agar konsumen mudah dalam menggunakan fasilitas.. berarti ketika fasilitas yang ada di Eko Park sayariah Tan Kayo Batipuh Selatan masih memiliki kondisi yang bagus, terawat dan lengkap maka akan menarik wisatawan untuk berkunjung.ke Objek wisata Eko Park Syariah tan Kayo Batipuh Selatan

Destination Image, fasilitas dan harga Eko Park Syariah tan kayo Malalo semuanya berperan dalam keputusan akhir wisatawan untuk berkunjung, variabel *Destination Image* Fasilitas Dan Harga berpengaruh sebesar 61,1% dan sisanya disumbangkan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Pengaruh *Destination Image* terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Eko Park Syariah Tan Kayo South Batipuh Selatan. Penelitian ini bertujuan untuk menunjukkan bagaimana pengaruh *Destination Image* (X1) mempengaruhi keputusan pengunjung Eko Park Syariah Tan Kayo Batipuh Selatan. sedangkan angka TCR adalah 76,8% dengan kategori Kuat. Nilai koefisien positif sebesar 0,431 dihasilkan oleh analisis regresi linier berganda yang memberikan dukungan terhadap temuan tersebut. Dengan nilai t hitung sebesar 0,00 lebih kecil dari 0,05. Bagaimana *Destination Image* Mempengaruhi Pilihan Wisatawan untuk Berkunjung. Hal ini sejalan juga dengan penelitian yang dilakukan oleh (Andriani & Ma, 2022) menyatakan bahwa semakin baik citra yang dibangun suatu destinasi wisata maka akan mempengaruhi peningkatan kunjungan wisatawan. Hal tersebut dapat berpengaruh dengan adanya lingkungan alam yang terjaga, didukung adanya atraksi serta kelengkapan fasilitas dan kemudahan akses menuju wisata yang nantinya akan berdampak pada keputusan berkunjung oleh wisatawan Dan didukung juga dengan penelitian (prima monique damarsiwi & Wagini, 2018) mengemukakan bahwa citra destinasi yang baik akan membuat

konsumen datang berkunjung, hal tersebut dapat terjadi dikarenakan citra destinasi wisata yang positif di media sosial akan menarik minat konsumen yang mencari kepuasan dari hasil foto-foto dan video yang mereka unggah ke media sosial.

Jadi dapat disimpulkan bahwa Destination Image berpengaruh berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan wisatawan Eko Park Syariah Tan Kayo Batipuh Selatan. Eko Park Syariah Tan Kayo Batipuh Selatan memberikan destinasi yang baik atau bagus ke wisatawan maka akan meningkatkan kunjungan wisatawan Eko Park Syariah Tan Kayo Batipuh Selatan baik wisatawan lokal maupun mancanegara.

Pengaruh Fasilitas terhadap keputusan berkunjung wisatan Eko Park Syariah Tan Kayo Batipuh Selatan

Berdasarkan penyelidikan distribusi frekuensi pada variabel Fasilitas, menghasilkan skor rata-rata sebesar 3,89 dan nilai TCR sebesar 77,93 pada kelompok Kuat. Artinya, ketika Anda berkunjung ke Eko Park Syariah Tan Kayo Batipuh Selatan, Anda akan mendapatkan akses terhadap semua fasilitas yang ada. Selain itu dari hasil uji hipotesis memperlihatkan bahwa fasilitas berpengaruh positif terhadap keputusan wisatawan berkunjung ke Eko Park Syariah Tan Kayo Batipuh Selatan. Pernyataan diatas sejalan dengan pendapat yang dikemukakan oleh (Ardiansyah Koko et al., 2022) yang menunjukkan bahwa kelengkapan, kebersihan, dan kerapian fasilitas akan menarik wisatawan untuk berwisata untuk berkunjung.. Jadi dapat disimpulkan bahwa Fasilitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan berkunjung wisatawan. Eko Park Syariah Tan Kayo Batipuh Selatan memberikan Fasilitas yang baik, bersih dan terawat maka wisatawan akan datang untuk berkunjung Ke Eko park syariah Tan Kayo Batipuh Selatan baik itu wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara.

Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Eko Park Syariah Tan Kayo Batipuh Selatan

Berdasarkan hasil analisis distribusi frekuensi variabel Destination Image dengan skor rata-rata 4,10 dengan nilai TCR 82,03% dengan kategori sangat kuat. Berdasarkan hal tersebut maka Harga Eko Park Syariah sudah sesuai dengan kantong masyarakat untuk melakukan perjalanan wisata ke wisata Eko Park syariah Tan Kayo Batipuh Selatan. Dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengunjung mengenai kunjungannya berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda yang diperoleh nilai koefisien positif sebesar 0,431 dan hasil uji t sebesar $0,00 < 0,05$. Berpengaruhnya Harga terhadap Keputusan Berkunjung wisatawan dapat peneliti lihat di lapangan, dengan menetapkan harga yang sesuai dengan kebutuhan dan fasilitas yang ditawarkan maka akan menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke Eko Park syariah tan kayo Batipuh selatan dan begitupun sebaliknya. Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Anggraini Silvi, Dkk 2021) mengatakan bahwa Harga yang diberikan dan diterapkan oleh pengelola wisata sudah tepat dan sesuai untuk membuat dan menarik wisatawan memutuskan berkunjung pada obyek wisata. Jadi dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan Eko Park syariah tan kayo malalo. Eko Park Syariah Tan Kayo Batipuh Selatan memberikan dan menetapkan harga oleh sudah sesuai dan tepat untuk membuat wisatawan berkunjung ke objek wisata tersebut.

KESIMPULAN

Dari penelitian yang telah dilaksanakan dapat disimpulkan (1)Eko Park Syariah Tan Kayo di Batipuh Selatan dipengaruhi secara positif oleh variabel *Destination Image*, Fasilitas dan Harga terhadap keputusan wisatawan berkunjung, (2) *Destination Image* memiliki pengaruh positif terhadap Keputusan berkunjung wisatawan Eko Park Syariah tan Kayo batipuh selatan, (3) Fasilitas berpengaruh positif terhadap Keputusan berkunjung Eko Park Syariah tan Kayo batipuh selatan dan (4) keputusan pengunjung berkunjung ke Eko Park Syariah Tan Kayo Batipuh Selatan dipengaruhi positif oleh variabel harga.

Referensi

- Amrizi, S., & Sudarwanto, T. (2021). *Pengaruh Harga , Lokasi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Pada Pengunjung Tempat Wisata Bale Tani)*. 4, 55–66.
- Amrizi, S., & Sudarwanto, T. (2021). *Pengaruh Harga , Lokasi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Pada Pengunjung Tempat Wisata Bale Tani)*. 4, 55–66.
- Ananda, R. S., & Winata, E. (2023). *Pengaruh Promosi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung Pada Rumah Pohon Habitat Langkat*. 1(2), 53–57.
- Anggono, A. J. S. (2018). Pengaruh Harga dan Word of Mouth terhadap Keputusan Berkunjung (Survei pada Pengunjung Wisata Paralayang , Kota Batu). *Jurnal*
- Arnold, N., & Siburian, L. (2022). *Pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di planet futsal batam*.
- Aspita, R. D. (2023). *Dampak Daya Tarik Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisata Halal Kota Padang*. 2(2), 178–191.
- Citaningtyas, D., Kadi, A., Purwanto, H., & Vorseica, B. R. (2021). *recommend melalui satisfaction sebagai variabel intervening Pendahuluan*. 5(2), 176–187.
- Jurnal Ilmu Man ajemen METHONOMIX (Maret 2023 – Agustus 2023)*. (2023). 6, 43–57.
- Kotler Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Millenium diterjemahkan Benyamin Molan: PT. Prenhallindo: Jakarta.
- Kotler Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Millenium diterjemahkan Benyamin Molan: PT. Prenhallindo: Jakarta.
- Kotler, Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Erlangga. Jakarta
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Managemen*. United States of America: Courier/Kendallville
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016). *Marketing Management*, 15th. Edition, Pearson Education, Inc.
- Mongkaren, S. (2013). Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Rumah Sakit Advent Manado. *Jurnal Riset*
- Pemasaran, D., & Bisnis, F. (2020). *Faktor penentu loyalitas wisatawan terhadap destinasi wisata pantai : model struktural*.
- Posumah Yire Chelsea Poli, S. L. H. V. Joyce Lopian, & Sjendry S. R. Loindong. (2023). the Effect of Tourism Attraction and Facilities on the Decision To Visit Intourist Object Kasih Kanonang Hill. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*,

11(1), 821–832.

- Posumah Yire Chelsea Poli, S. L. H. V. Joyce Lapian, & Sjendry S. R. Loindong. (2023). the Effect of Tourism Attraction and Facilities on the Decision To Visit Intourist Object Kasih Kanonang Hill. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(1), 821–832.
- Priyanto, R., & Listyorini, S. (n.d.). *Email : administrasi.bisnis@undip.ac.id PENGARUH PRODUK WISATA , DESTINATION IMAGE , DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG (Studi Kasus pada Pengunjung Objek Wisata Goa Kreo Semarang)*. 024.
- Priyanto, R., Widiartanto, W., & Listyorini, S. (2016). Pengaruh produk wisata, destination image, dan word of mouth terhadap keputusan berkunjung (Studi Kasus pada Pengunjung Objek Wisata Goa Kreo Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(1), 217-226.
- Rahma, L. R., & Santoso, R. P. (2023). *Pengembangan Dimensi Destination Image Terhadap Keputusan Berkunjung Di Ekowisata Boon Pring Malang Laila Romadhona Rahma*. 1(4), 90–104.
- Regina, T., Leuw, M., Andajani, E., & Novika, F. (2018). *Pengaruh Destination Attributes Terhadap Pembentukan Destination Image Bali Menurut Peserta Mice Domestik*. 1(1), 48–66.