

Pengaruh Harga Tiket dan Fasilitas terhadap Loyalitas Wisatawan di Dirja Park Karawang

Dina Herlina^{1✉}, Friska Natalia Purba², Feby Febrianti³, Ajat Sudrajat⁴

^{1,2,3,4}Universitas Singaperbangsa Karawang

2210631020112@student.unsika.ac.id

Abstract

Dirja Park Karawang is a new tourist attraction in Karawang that is starting to grow rapidly. One of the important factors in the development of this tourist spot is how the manager sets ticket prices and provides adequate facilities. Therefore, this research aims to study how ticket prices and facilities affect tourist loyalty partially and simultaneously. This quantitative study involved a survey of 100 respondents who have visited Dirja Park at least twice. The findings of this study indicate that ticket prices and facilities partially and significantly influence tourist loyalty. Data was collected through a closed questionnaire arranged on a Likert scale, then analyzed through multiple linear regression method using SPSS software. Facilities proved to have a more dominant influence than ticket prices in shaping loyalty. The coefficient of determination (R^2) value of 0.73 indicates that 73% of the change or variation in tourist loyalty can be explained by the two variables studied. The results show that to increase visitor loyalty, managing quality facilities and the right pricing strategy is very important. It is hoped that this research will help local destination managers improve competitiveness and sustainable tourism experiences.

Keywords: Ticket Price, Facilities, Tourist Loyalty, Competitiveness, Tourism Experience

Abstrak

Dirja Park Karawang adalah satu tempat wisata baru di Karawang yang mulai berkembang pesat. Salah satu faktor penting dalam perkembangan tempat wisata ini adalah bagaimana pengelola menetapkan harga tiket dan menyediakan fasilitas yang memadai. Oleh karenanya, penelitian ini bertujuan untuk mempelajari bagaimana harga tiket dan fasilitas mempengaruhi loyalitas wisatawan secara parsial dan simultan. Studi kuantitatif ini melibatkan survei terhadap 100 responden yang telah mengunjungi Dirja Park setidaknya dua kali. Temuan penelitian ini mengindikasikan bahwa harga tiket dan fasilitas secara parsial dan signifikan memengaruhi loyalitas wisatawan. Data dikumpulkan melalui kuesioner tertutup yang disusun dalam skala Likert, kemudian dianalisis melalui metode regresi linier berganda menggunakan software SPSS. Fasilitas terbukti memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan harga tiket dalam membentuk loyalitas. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,73 mengindikasikan bahwa 73% perubahan atau variasi dalam loyalitas wisatawan dapat dijelaskan oleh kedua variabel yang diteliti. Hasil menunjukkan bahwa untuk meningkatkan loyalitas pengunjung, pengelolaan fasilitas yang berkualitas dan strategi harga yang tepat sangat penting. Diharapkan penelitian ini akan membantu pengelola destinasi lokal meningkatkan daya saing dan pengalaman wisata yang berkelanjutan.

Kata kunci: Harga Tiket, Fasilitas, Loyalitas Wisatawan, Daya Saing, Pengalaman Wisata

INFEB is licensed under a Creative Commons 4.0 International License.



1. Pendahuluan

Sektor pariwisata memiliki peran strategis dalam mendukung peningkatan pertumbuhan ekonomi di tingkat daerah [1]. Pengelolaan destinasi wisata yang baik meningkatkan PAD, menciptakan lapangan kerja baru, pertumbuhan usaha mikro dan kecil di sekitar tempat wisata, dan meningkatkan citra daerah. Sangat penting untuk mempertahankan loyalitas pengunjung agar kunjungan tidak hanya sekali, melainkan berkelanjutan di tengah ketatnya persaingan destinasi wisata [2].

Salah satu destinasi wisata lokal yang berkembang di Kabupaten Karawang adalah Dirja Park, sebuah taman rekreasi keluarga yang menawarkan berbagai wahana bermain, edukasi, dan spot foto yang aesthetic. Meskipun Dirja Park mulai dikenal masyarakat Karawang dan sekitarnya, berdasarkan observasi awal dan ulasan pengunjung di media sosial seperti Google

Review dan TikTok, muncul sejumlah keluhan terkait harga tiket yang dianggap tidak sepadan dengan fasilitas yang tersedia. Pengunjung juga sering menyebutkan masalah seperti pelayanan, kebersihan, dan kualitas wahana. Jika kondisi ini tidak secara cepat dan tepat untuk diatasi, maka dapat memberikan dampak yang negatif terhadap kepuasan dan loyalitas wisatawan [3].

Secara teoritis, harga dan fasilitas telah diidentifikasi sebagai dua variabel penting yang dapat memengaruhi kepuasan serta loyalitas pelanggan [4]. Persepsi yang baik, pengalaman menyenangkan, dan harga yang kompetitif mendorong pengunjung untuk kembali [5]. Namun demikian, sebagian besar penelitian yang membahas subjek ini masih berfokus pada destinasi wisata berskala besar atau yang telah mapan secara infrastruktur, sementara jarang penelitian yang mempelajari destinasi lokal seperti Dirja Park. Hal ini menunjukkan bahwa literatur masih memiliki celah

antara aspek teoritik dan empiris yang harus dipenuhi [6].

Merujuk pada penjelasan dalam latar belakang, studi ini dimaksudkan untuk mengkaji sejauh mana pengaruh harga tiket dan fasilitas terhadap loyalitas wisatawan di Dirja Park Karawang. Pendalaman dari penelitian ini secara khusus berfokus pada analisis pengaruh dari kedua variabel tersebut, baik pengujian yang diukur secara terpisah maupun yang diukur secara bersamaan, terhadap tingkat loyalitas pengunjung. Dengan demikian, penelitian ini mencoba menjawab pertanyaan apakah harga tiket memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas wisatawan, apakah fasilitas berkontribusi terhadap pembentukan loyalitas tersebut, serta apakah kedua variabel tersebut secara bersama-sama berdampak pada loyalitas wisatawan Dirja Park Karawang.

Dalam aspek teoritis, studi ini diharapkan bisa memberikan kontribusi dalam memperluas kajian ilmiah di bidang manajemen pariwisata, umumnya terkait dengan loyalitas wisatawan terhadap destinasi wisata lokal [7]. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat membantu pengelola Dirja Park Karawang membuat strategi harga dan peningkatan fasilitas untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pengunjung di tengah banyaknya persaingan di antara destinasi wisata [8].

Harga tiket sangat penting untuk menentukan persepsi nilai yang dilihat oleh pengunjung. Harga yang kompetitif dapat meningkatkan nilai yang dilihat orang, sementara harga yang terlalu tinggi dapat mengurangi keinginan pengunjung untuk kembali datang berkunjung. Harga tiket memberikan dampak yang tidak langsung pada loyalitas pelanggan, yang dimana tingkat kepuasan wisatawan berperan sebagai variabel perantara dalam hubungan tersebut [9]. Namun, pengaruh langsungnya tidak signifikan. Harga meningkatkan loyalitas pelanggan sebesar 55.7%. Namun, ketidakkonsistenan hasil penelitian sebelumnya menegaskan bahwa konteks destinasi tertentu sangat penting untuk menentukan pengaruh harga [10].

Fasilitas wisata berperan sebagai penunjang pengalaman pengunjung. Penelitian di Umbul Ponggok Klaten membuktikan fasilitas berpengaruh langsung positif (koefisien 0.233) terhadap loyalitas pengunjung. Ketersediaan fasilitas yang memadai seperti toilet bersih, area istirahat, dan wahana terawat secara konsisten dikaitkan dengan peningkatan niat kunjungan ulang. Kunjungan ulang meningkat ketika ada fasilitas yang memadai, seperti toilet bersih, tempat tidur, dan wahana yang terawat. Menurut penelitian yang dilakukan di Ubalan Waterpark Pacet, fasilitas memengaruhi kepuasan pengunjung sebesar 43.3% dan meningkatkan loyalitas pengunjung.

Kepuasan adalah faktor utama yang membentuk loyalitas pengunjung, yang dibentuk oleh proses kognitif-afektif-konatif [11]. Menurut penelitian yang dilakukan di Sekumpul Waterfall, kepuasan

pengunjung bertanggung jawab atas 80,1% pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas wisatawan. Namun, penelitian di destinasi lokal menunjukkan berbagai cara untuk membuat loyalitas, di mana fasilitas sering kali lebih penting daripada harga [12].

Hipotesis dari hubungan masing-masing variabel dalam penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut H1: Harga tiket mempunyai pengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas wisatawan Dirja Park. H2: Ketersediaan fasilitas mempunyai pengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas wisatawan Dirja Park. H3: Harga tiket dan fasilitas secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas wisatawan.

2. Metode Penelitian

Dalam memperoleh informasi dan data yang relevan, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif dengan metode survei. Tujuan penelitian adalah mengevaluasi bagaimana variabel independen, yaitu fasilitas dan harga tiket, berkorelasi dengan variabel dependen, yaitu loyalitas wisatawan. Desain penelitian bersifat *explanatory research* untuk menjelaskan pengaruh antar variabel melalui analisis statistik [13].

Populasinya adalah seluruh pengunjung Dirja Park Karawang selama periode penelitian (Februari–Mei 2025). Pada penelitian ini, teknik *purposive sampling* digunakan untuk memilih sampel [14]. Kriteria yang ditetapkan dalam teknik pengambilan sampel ini mencakup beberapa syarat utama yang harus dipenuhi oleh responden [15]. Pertama, responden harus berusia minimal 17 tahun, yang dianggap telah memiliki kemampuan berpikir dan memberikan penilaian secara lebih rasional. Kedua, responden harus pernah berkunjung ke Dirja Park setidaknya dua kali, agar memiliki pengalaman yang cukup untuk menilai kualitas layanan atau aspek lain yang diteliti. Ketiga, responden harus bersedia mengisi kuesioner secara lengkap, guna memastikan keakuratan dan kelengkapan data yang diperoleh dalam penelitian.

Populasi ialah semua subjek atau objek yang memiliki karakteristik tertentu dan dijadikan sebagai titik fokus dalam sebuah penelitian untuk kemudian dianalisis dan ditarik kesimpulan [16]. Jika jumlah populasi <100, sebaiknya digunakan seluruhnya sebagai sampel (*total sampling*) [17]. Namun jika jumlahnya >100, maka kita bisa mengambil sampel sebanyak 10% hingga 25%, tergantung bagaimana situasi dan tujuan penelitian. Dalam konteks ini, dengan asumsi populasi sekitar 1.000 orang, pengambilan 10% telah memenuhi syarat minimum untuk representasi populasi. Rumus Slovin digunakan untuk menghitung jumlah sampel penelitian [18]. Tingkat kesalahan yang ditetapkan adalah 10%, atau 0,1. Peneliti mengasumsikan bahwa jumlah pengunjung rata-rata per bulan berada pada kisaran 1.000 orang, sebagaimana diperoleh dari perkiraan pengelola selama masa awal operasional. Perhitungan ukuran sampel dilakukan menggunakan

$$\text{rumus Slovin, yang dapat dilihat sebagai berikut: } n = \frac{N}{1 + N e^2} \quad n = \frac{1.000}{1 + 1.000 (10\%)^2} \quad n = \frac{1.000}{1 + 1.000 (0,01)^2}$$

$$n = \frac{1.000}{1 + 1.000 (0,01)} \quad n = \frac{1.000}{11} \quad n = 90,91$$

Maka, jumlah sampel minimal yang diperlukan adalah sebesar 90,91, dan setelah pembulatan menjadi 91 responden. Namun demikian, untuk mengantisipasi kemungkinan adanya data yang tidak valid atau tidak lengkap, peneliti memutuskan untuk mengambil 100 responden sebagai ukuran sampel akhir yang digunakan dalam penelitian ini. Penjelasan n = menunjukkan jumlah sampel yang diambil, N = menunjukkan total populasi yang menjadi objek, e = menunjukkan tingkat toleransi kesalahan (error margin) yang digunakan dalam perhitungan sampel.

Data primer dalam penelitian ini dikumpulkan melalui dua metode utama, yaitu kuesioner tertutup dan observasi lapangan. Kuesioner disusun menggunakan skala Likert 1 hingga 5, di mana skor 1 menunjukkan respon Sangat Tidak Setuju dan skor 5 menunjukkan Sangat Setuju. Instrumen kuesioner mencakup beberapa indikator utama, yakni: Harga Tiket, yang dinilai berdasarkan kesesuaian harga dengan fasilitas, perbandingan harga dengan kompetitor, serta persepsi kewajaran harga (5 pertanyaan); Fasilitas, yang mencakup aspek kebersihan, kualitas wahana, ketersediaan area istirahat, dan keamanan (5 pertanyaan); serta Loyalitas, yang diukur melalui niat untuk berkunjung ulang, kesediaan merekomendasikan kepada orang lain, dan ketahanan terhadap perubahan harga dari kompetitor (5 pertanyaan). Selain itu, data juga diperoleh melalui observasi lapangan yang dilakukan dengan mengamati langsung kondisi fasilitas serta kesesuaian harga tiket dengan layanan yang tersedia di lokasi penelitian.

3. Hasil dan Pembahasan

Nilai r -hitung masing-masing indikator dibandingkan dengan nilai r -tabel sebesar 0,1966 ($\alpha=5\%$), hal ini untuk menilai validitasnya. Berdasarkan hasil uji, seluruh indikator pada variabel harga tiket (X_1), fasilitas (X_2), dan loyalitas (Y) memiliki nilai r -hitung $> r$ -tabel serta signifikansi $< 0,05$. Ini menunjukkan bahwa semua pernyataan dalam kuesioner valid, artinya mampu merepresentasikan konstruk yang diukur secara akurat. Dengan demikian, data yang dikumpulkan dari kuesioner layak digunakan dalam pengumpulan data dan dapat digunakan untuk analisis tambahan tanpa khawatir tentang bias pengukuran.

Pengujian reliabilitas dilakukan menggunakan Cronbach's Alpha, yang bilamana nilai alpha di atas angka 0,60 itu menunjukkan reliabilitas yang baik [10]. Hasil uji menunjukkan nilai alpha untuk harga tiket (0,694), fasilitas (0,712), dan loyalitas (0,729), seluruhnya melebihi batas minimal, yaitu nilai alpha $> 0,60$. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan bersifat reliabel, sehingga hasil pengukuran dapat dipercaya dan konsisten.

Uji normalitas dilakukan dengan metode Kolmogorov-Smirnov. Hasilnya menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05. Dengan kata lain, data residual terdistribusi secara simetris di sekitar rata-rata, atau berdistribusi normal. Kondisi ini memastikan bahwa estimasi parameter regresi tidak bias dan uji statistik yang digunakan valid (Ghozali, 2018). Jika data tidak normal, hasil analisis regresi bisa menyesatkan dan tidak dapat digeneralisasi.

Pengujian dilaksanakan dengan meninjau nilai VIF (Variance Inflation Factor) dan tolerance. Pada hasil analisis didapati bahwa seluruh variabel memiliki nilai VIF yang kurang dari 10 dan tolerance diatas 0,1, itu artinya tidak ada gejala multikolinearitas. Kesimpulannya, masing-masing variabel independen (harga tiket dan fasilitas) tidak saling memengaruhi secara berlebihan, sehingga bisa dianalisis secara terpisah dalam model regresi. Hal ini memastikan bahwa pengaruh masing-masing variabel terhadap loyalitas wisatawan dapat diinterpretasikan dengan jelas dan akurat.

Uji Glejser diterapkan dalam penelitian ini sebagai metode untuk mendeteksi heteroskedastisitas, dan hasil analisis didapatkan bahwa nilai signifikansi $> 0,05$, ini menandakan tidak adanya gejala heteroskedastisitas. Kesimpulannya, data dalam model regresi ini memiliki varians residual yang stabil (homogen), sehingga model memenuhi salah satu prasyarat utama dalam analisis regresi. Dengan demikian, hasil analisis regresi dapat dianggap reliabel dan layak dijadikan dasar dalam pengambilan kesimpulan.

Hasil uji F menunjukkan nilai F -hitung $> F$ -tabel dan signifikansi $< 0,05$, yang mengindikasikan bahwasanya kedua variabel bebas secara bersamaan memberikan pengaruh signifikan terhadap loyalitas wisatawan di Dirja Park Karawang. Dengan demikian, model regresi tersebut dianggap sesuai untuk memprediksi loyalitas berdasarkan harga tiket dan fasilitas. Harga tiket (X_1) memberikan dampak positif yang signifikan terhadap loyalitas wisatawan (0,000 $< 0,05$). Artinya, semakin sesuai harga tiket yang ditawarkan dengan ekspektasi pengunjung, semakin tinggi kemungkinan mereka untuk loyal [19].

Fasilitas (X_2) Uji t untuk fasilitas juga menunjukkan nilai t -hitung $> t$ -tabel dan signifikansi (0,043 $< 0,05$). Sehingga dapat ditarik kesimpulan, fasilitas memberikan dampak positif yang signifikan terhadap loyalitas wisatawan. Fasilitas seperti kebersihan toilet, kenyamanan tempat istirahat, dan kualitas wahana akan meningkatkan kemungkinan wisatawan untuk kembali berkunjung dan merekomendasikan Dirja Park kepada individu lain. Temuan tersebut sejalan dengan studi terdahulu di Umbul Ponggok dan Ubalan Waterpark [20].

Hasil pengujian ini memperlihatkan bahwa loyalitas wisatawan dipengaruhi oleh harga tiket dan fasilitas. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,73 menampakkan bahwasanya 73% variasi loyalitas

wisatawan dapat dijelaskan oleh variabel harga tiket dan fasilitas secara bersama-sama, sementara sisanya (27%) disinyalir penyebabnya berasal dari komponen lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian yang dilakukan, contohnya kualitas pelayanan, promosi, atau pengalaman pribadi pengunjung. Besarnya nilai R^2 ini mengindikasikan bahwa model regresi yang digunakan memiliki daya prediksi yang kuat terhadap loyalitas wisatawan.

Temuan dalam penelitian ini mendukung pandangan yang menyatakan bahwa persepsi terhadap harga serta kualitas pelayanan, dalam konteks ini adalah fasilitas, berperan signifikan dalam menciptakan loyalitas wisatawan [19]. Hasil ini juga menguatkan temuan yang menyebutkan bahwa fasilitas lebih kuat pengaruhnya daripada harga [20]. Artinya, walaupun pengunjung merasa harga agak mahal, jika fasilitas memuaskan, mereka tetap mau datang kembali.

Hasil penelitian ini memperkuat teori perilaku konsumen yang menyatakan bahwa persepsi nilai dan pengalaman positif menjadi dasar pembentukan loyalitas [7]. Oleh karena itu, pengelola Dirja Park Karawang disarankan untuk terus melakukan evaluasi harga tiket agar tetap kompetitif, meningkatkan kualitas dan kelengkapan fasilitas, serta memperhatikan aspek pelayanan dan kebersihan sebagai faktor pendukung loyalitas. Upaya-upaya tersebut diharapkan dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pengunjung, sehingga Dirja Park mampu bersaing dengan destinasi wisata lain di kawasan Karawang dan sekitarnya. Fasilitas yang memadai, bersih, dan terawat terbukti berpengaruh positif terhadap loyalitas wisatawan, sebagaimana diungkapkan oleh berbagai penelitian di destinasi wisata alam dan taman rekreasi. Temuan ini juga dikuatkan oleh penelitian yang menyatakan bahwa fasilitas wisata memiliki efek positif yang signifikan terhadap loyalitas.

Temuan penelitian ini ikut serta memvalidasi hasil studi sebelumnya yang menunjukkan bahwa fasilitas dan harga berpengaruh positif terhadap loyalitas wisatawan di berbagai destinasi wisata. Misalnya, penelitian pada Power Gym Jakarta Utara juga mengemukakan bahwasanya fasilitas dan persepsi harga berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Selain itu, hasil penelitian di Wahana Edukasi & Outbond Candi menyimpulkan bahwa fasilitas wisata dan kualitas pelayanan memengaruhi loyalitas wisatawan secara positif dan signifikan, meskipun harga tiket tidak berpengaruh secara langsung namun berpengaruh melalui kepuasan sebagai variabel mediasi. Penelitian lain di Lawang Park juga menunjukkan bahwa loyalitas wisatawan dipengaruhi oleh biaya dan kualitas layanan, dengan kepuasan sebagai mediasi.

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada jumlah sampel dan cakupan variabel yang diteliti. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah jumlah responden, memperluas variabel seperti kualitas pelayanan, promosi, atau pengalaman wisata, serta

melakukan studi longitudinal untuk melihat perubahan loyalitas dalam jangka waktu yang lebih panjang.

4. Kesimpulan

Menurut penelitian ini, fasilitas dan harga tiket Dirja Park Karawang meningkatkan loyalitas pengunjung. Harga yang dianggap wajar sesuai pengalaman mendorong niat kunjungan ulang, sementara fasilitas seperti kebersihan, kenyamanan, keamanan, dan kelengkapan wahana terbukti lebih dominan memengaruhi loyalitas. Secara simultan, kedua variabel menjelaskan 73% dari variasi loyalitas wisatawan. Hal ini menegaskan bahwa peningkatan fasilitas adalah strategi utama dalam mempertahankan loyalitas pengunjung, khususnya di destinasi wisata lokal seperti Dirja Park.

Daftar Rujukan

- [1] Ngabalin, T., Habibie, A. F., & Darmawan, E. (2023). Strategi Pengembangan Ekosistem Ekonomi Kreatif dalam Mendukung Kebijakan Pariwisata di Kota Tanjungpinang. *Jurnal Ilmu Administrasi Negara (JUAN)*, 11(01), 13–21. DOI: <https://doi.org/10.31629/juan.v11i01.5839>.
- [2] Tina Rahmadayanti, & Kholid Murtadlo. (2020). Pengaruh Efektivitas Media Sosial, Daya Tarik, Harga Tiket, dan Fasilitas Pelayanan Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung di Curug Goa Jalmo Kabupaten Pasuruan. *MALIA (Terakreditasi)*, 12(1), 125–136. DOI: <https://doi.org/10.35891/ml.v12i1.2392>.
- [3] Rumanah, N., Jamaluddin, & Zaini, A. (2022). Tinjauan Hukum Islam terhadap Perbedaan Harga Tiket Wisata pada Hari Libur dan Hari Biasa. *an Nuqud*, 1(2), 83–90. DOI: <https://doi.org/10.51192/annuqud.v1i2.359>.
- [4] Erviani, M., Azzahra, T. D., Nugraha, R. N., Wardani, D. C., & Sihombing, C. M. (2023). Revitalisasi Tren Kawasan Wisata Taman Ismail Marzuki Pasca Pandemi Covid-19. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 6(1), 182–187. DOI: <https://doi.org/10.23887/jmpp.v6i1.58460>.
- [5] Harahap, E. P., Rahardja, U., & Salamuddin, M. (2019). Aplikasi Panduan dan Pembayaran Tiket Masuk Mendaki Gunung Menggunakan Metodologi Sistem Multimedia Luther-Sutopo. *SATIN - Sains dan Teknologi Informasi*, 4(2), 9. DOI: <https://doi.org/10.33372/stn.v4i2.404>.
- [6] Nurdiana, N., & Santoso, A. (2023). Pengaruh Harga Tiket, Fasilitas Objek Wisata, dan Keamanan terhadap Minat Berwisata di Objek Wisata Telaga Ngebel. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 6(1), 40. DOI: <https://doi.org/10.30587/jre.v6i1.5187>.
- [7] Hardiyanti, N., & Subari, S. (2020). Valuasi Ekonomi Objek Wisata Alam Pantai Pasir Putih Dalegan Gresik. *Agriscience*, 1(1), 124–137. DOI: <https://doi.org/10.21107/agriscience.v1i1.7902>.
- [8] Qur'ani, J., Ingkadijaya, R., & Wulan, S. (2023). Pengaruh Revitalisasi Sarana Prasarana dan Harga Tiket Masuk terhadap Loyalitas Pengunjung Melalui Kepuasan Pengunjung di Taman Mini Indonesia Indah. *Cultoure: Jurnal Ilmiah Pariwisata Budaya Hindu*, 4(2), 178. DOI: <https://doi.org/10.55115/cultoure.v4i2.3585>.
- [9] Rahmaddillah, A. (2018). Mark Up Penjualan Harga Tiket Bus Pada Loket Terminal Batoh dalam Perspektif Tas'ir Al-Jabari (Studi tentang Penyimpangan Harga dari Ketetapan Organda Banda Aceh). *Petita: Jurnal Kajian Ilmu Hukum Dan Syariah*, 3(2), 240. DOI: <https://doi.org/10.22373/petita.v3i2.4047>.
- [10] Cahyana, D., Sulaksana, J., Dinar, D., & Marina, I. (2022). Valuasi Ekonomi Agrowisata Situ Bolang (Suatu Kasus di Desa Jatisura Kecamatan Cikedung Kabupaten Indramayu). *Journal*

- of *Sustainable Agribusiness*, 1(1), 21–26. DOI: <https://doi.org/10.31949/jsa.v1i1.2759> .
- [11] Muh. Sugeng Riyadi S, & Heni Susilowati. (2019). Keputusan Berkunjung Wisatawan ditinjau dari Perspektif Harga Tiket, Citra Destinasi dan Fasilitas Wisata di Heritage Palace Kartasura. *E-Bisnis : Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 13(1), 124–134. DOI: <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v13i1.451> .
- [12] Mumtaz, A. T., & Karmilah, M. (2022). Digitalisasi Wisata di Desa Wisata. *Jurnal Kajian Ruang*, 1(1), 1. DOI: <https://doi.org/10.30659/jkr.v1i1.19790> .
- [13] Akbar, R., Sukmawati, U. S., & Katsirin, K. (2024). Analisis Data Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Pelita Nusantara*, 1(3), 430–448. DOI: <https://doi.org/10.59996/jurnalpelitanusantara.v1i3.350> .
- [14] Irfan Syahroni, M. (2022). Prosedur Penelitian Kuantitatif. *EJurnal Al Musthafa*, 2(3), 43–56. DOI: <https://doi.org/10.62552/ejam.v2i3.50> .
- [15] Irfan Syahroni, M. (2023). Analisis Data Kuantitatif. *EJurnal Al Musthafa*, 3(3), 1–13. DOI: <https://doi.org/10.62552/ejam.v3i3.64> .
- [16] Firmansyah, M., Masrun, M., & Yudha S, I. D. K. (2021). Esensi Perbedaan Metode Kualitatif dan Kuantitatif. *Elastisitas - Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 3(2), 156–159. DOI: <https://doi.org/10.29303/e-jep.v3i2.46> .
- [17] Suriani, N., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau dari Penelitian Ilmiah Pendidikan. *Jurnal IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 24–36. DOI: <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.55> .
- [18] Aziz, Z. A. (2022). Pengaruh Fasilitas dan Pengalaman Pengunjung Terhadap Loyalitas Pengunjung yang dimediasi oleh Kepuasan Pengunjung (Survey pada Pengunjung Wisata Umbul Ponggok Klaten). *Jurnal Studi Manajemen Organisasi*, 17(2), 8–18. DOI: <https://doi.org/10.14710/jsmo.v17i2.32470> .
- [19] Muliyanto, T., Adnan Hakim, A. A. A., & Shaleha, W. M. (2022). Tourism Attraction Factors on Tourist Satisfaction and Loyalty. *Jurnal Ekonomi Pembangunan STIE Muhammadiyah Palopo*, 8(2), 265. DOI: <https://doi.org/10.35906/jep.v8i2.1193> .
- [20] Kogoya, Y. K., & Suasti, Y. (2023). Potensi Daya Tarik Obyek Wisata Air Terjun Tirta Alami Malibo Anai Kabupaten Padang Pariaman Sumatera Barat. *Jurnal Buana*, 7(2), 364–377. DOI: <https://doi.org/10.24036/buana.v7i2.2678> .