

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN

A. Kajian Pustaka

a. Theory of Planned Behavior (TPB)

Pengembangan *Theory of Rasioned Action* (TRA) tentang perilaku beralasan merupakan teori perilaku terencana atau yang biasa dikenal dengan sebutan *Theory of Planned Behavior* (TPB). Teori ini dicetuskan oleh Ajzen (1991) dalam Mahyarni, M (2013), yang menekankan pada rasionalitas perilaku manusia dan didasarkan pada keyakinan bahwa perilaku sasaran dikendalikan oleh kesadaran atau niat individu. Kesadaran atau niat seseorang dipengaruhi oleh beberapa hal seperti, norma subjektif (*subjective norm*), sikap (*attitude*), dan control keperilakuan yang dipersiapkan (*perceived behavioural control*). Dalam pengimplementasian teori ini, mencerminkan penerapan model perilaku individu berdasar sudut pandang dan potensi diri masing-masing individu.

Theory of Planned Behavior (TPB) digunakan sebagai teori pendukung penelitian ini untuk memahami perilaku pelanggan. Pemilihan teori TPB ini dikarenakan telah terbukti bisa digunakan dalam memahami dan memprediksi perilaku individu. Keputusan berkunjung kembali mencerminkan aktivitas individu yang didorong oleh kemauan atau niat kesadaran. Kemauan dan niat ini melibatkan beberapa variabel penelitian seperti, harga tiket yang ditawarkan, fasilitas wisata yang ditawarkan dan

daya tarik wisata yang ditawarkan oleh suatu objek wisata sehingga menarik perhatian pengunjung.

b. Pariwisata

Menurut Yoeti (1991) Pariwisata berasal dari dua kata yakni “pari” dan “wisata”. Pari bisa diartikan sebagai banyak, berkali-kali, berputar-putar atau lengkap. Sedangkan “wisata” bisa diartikan sebagai perjalanan atau bepergian yang dalam hal ini merupakan sinonim dengan kata “*travel*” dalam bahasa Inggris. Pariwisata menurut Undang-Undang RI No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata. Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan kegiatan perjalanan yang dilakukan dengan sukarela dan bersifat sementara untuk menikmati objek dan daya tarik wisata, termasuk pengusaha objek dan daya tarik wisata, serta usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut.

Dalam (Afifatur Rohimah et al. 2018) menurut Pendit pariwisata bisa disebut dengan kegiatan seseorang bepergian dalam jangka waktu pendek, meninggalkan segala aktivitasnya, pekerjaannya dengan mengunjungi tempat wisata dengan tujuan yang berbeda-beda. Menurut Sutono dan Meitasari, 2021) disebutkan bahwa pariwisata merupakan sebuah aktivitas yang disediakan fasilitasnya oleh Lembaga Lembaga yang ada seperti masyarakat, pengusaha maupun pemerintah.

c. Harga

Pengertian harga dapat diartikan sebagai alat tukar, seperti yang diungkapkan oleh Kotler dan Armstrong (2012: 430) dalam Helena Sirait bahwa “Harga adalah jumlah dari semua nilai konsumen yang ditukar untuk memperoleh keuntungan atau layanan yang sesuai”. Menurut Lupiyoadi (2013) dalam Ongky Eka Prayogi, 2020 harga adalah berbagai manfaat dari suatu produk jasa dibandingkan dengan berbagai biaya yang dikeluarkan apabila menggunakan jasa tersebut. Biaya-biaya tersebut berkaitan dengan waktu yang dikorbankan untuk memperoleh pelayanan, usaha fisik (tenaga yang dikeluarkan untuk memperoleh pelayanan), beban mental (stress), dan panca indra (kebisingan, panas dan lain-lain).

Berdasarkan pendapat yang dikemukakan oleh Moses (2015) dalam Imam Ardiansyah, 2019 pengertian harga adalah nilai yang dinyatakan dalam bentuk rupiah untuk suatu pertukaran atau transaksi atau sebagai jumlah yang harus dibayar konsumen untuk menerima suatu barang atau jasa. Menurut Tjiptono (2015:156) dalam Pradana, H.A.C & Hadi, M (2021), terdapat beberapa indikator harga yakni sebagai berikut:

a. Keterjangkauan harga

Harga yang ditetapkan oleh suatu objek wisata terjangkau oleh pengunjung.

b. Kesesuaian antara harga dengan kualitas.

Harga yang lebih tinggi sering dipilih daripada yang lebih rendah oleh pengunjung saat akan mendatangi suatu objek wisata dikarenakan pengunjung akan meraskan adanya perbedaan kualitas.

c. Kesesuaian harga dengan manfaat.

Dalam memutuskan mengunjungi suatu objek wisata, pengunjung akan mempertimbangkan manfaat yang dirasakan bernilai lebih besar dari yang dikeluarkan.

d. Harga sesuai dengan kemampuan atau daya saing harga.

Pengunjung sering membandingkan harga objek wisata satu dengan lainnya untuk mempertimbangkan mahal atau murah.

d. Fasilitas Wisata

Menurut Tjiptono (dalam Peggy Rahma Alana dan Tanto Askryandoko Putro, 2020), fasilitas adalah penyediaan fasilitas fisik untuk melakukan kegiatan yang dapat memberikan kenyamanan kepada konsumen dan memenuhi kebutuhannya. Fasilitas adalah penampakan, fungsi, kondisi prasarana, dan lingkungan sekitarnya dengan menunjukkan keberadaannya kepada dunia luar, termasuk fasilitas fisik (bangunan), peralatan, dan perlengkapan (Lupiyoadi, 2008).

Fasilitas objek wisata yang menarik dan selaras dengan tren permintaan konsumen saat ini akan menjadi daya tarik konsumen untuk mengunjungi dan menikmati fasilitas tersebut. Jaminan kebersihan, gesekan dan keamanan dari fasilitas juga akan memberikan nilai tambah untuk berkunjung (Kiswanto, 2011).

Menurut Sumayang (2003) dalam Imam Ardiansyah, 2019 menjelaskan bahwa terdapat beberapa indikator yang perlu diperhatikan dalam penyediaan fasilitas antara lain :

- a. Kelengkapan, kebersihan dan kerapian fasilitas yang ditawarkan.

Kedaaan dari fasilitas yang lengkap dengan atributnya dan didukung dengan kebersihan dan kerapian yang terjaga pada saat pengunjung menggunakan fasilitas tersebut.

- b. Kondisi dan juga fungsi fasilitas yang ditawarkan.

Fasilitas yang disediakan berfungsi dengan baik dan tidak adanya kerusakan yang membuat pengunjung tidak nyaman dalam menggunakan fasilitas.

- c. Kemudahan menggunakan fasilitas yang ditawarkan.

Fasilitas yang disediakan sebisa mungkin merupakan fasilitas yang sudah familier bagi pengunjung agar mudah dalam menggunakannya.

e. Daya Tarik Wisata

Daya tarik wisata merupakan kumpulan aktivitas dan fasilitas terkait yang bisa menarik minat wisatawan atau pengunjung terhadap suatu kawasan atau tempat tertentu. Menarik wisatawan merupakan salah satu elemen kunci pengembangan pariwisata. Dimana daya tarik wisata membantu menyukseskan program pemerintah dan menjaga adat istiadat dan budaya suatu negara sebagai aset yang dapat dijual kepada wisatawan.

Menurut Zaenuri disebutkan dalam Eka rosyidah Aprilia et al (2017) daya tarik wisata merupakan segala sesuatu yang menarik untuk

dilihat dan dinikmati di suatu daerah tujuan wisata. Wisatawan yang berkunjung ke destinasi wisata tentunya mempunyai tujuan untuk mencari liburan dan relaksasi. Wisatawan senang menikmati pemandangan alam dan menonton pertunjukan di destinasi wisata. Anis Setiyorini, 2018 menyebutkan bahwa daya tarik wisata adalah adanya sesuatu yang unik dan menarik yang membuat seseorang atau sekelompok orang tertarik pada suatu tujuan. Menurut Taskia dan Hayati (2012) dalam arvan Fajar Prianggi, 2021 indikator daya tarik wisata adalah sebagai berikut :

- a. Keunikan cinderamata.
- b. Keindahan alam.
- c. Keramahtamahan.
- d. Kesejukan udara.

f. Keputusan Berkunjung Kembali

Keputusan mengunjungi suatu objek wisata pada dasarnya erat kaitannya dengan perilaku konsumen. Harga, lokasi dan fasilitas cenderung mempengaruhi keputusan kunjungan pengunjung, hal ini menunjukkan bahwa perlunya mempertimbangkan aspek perilaku konsumen khususnya proses keputusan pembelian. Menurut Swasta dan Handoko (2003:20) dalam Niko Saputra et al, 2021 Keputusan pembelian adalah suatu pendekatan pemecahan masalah terhadap aktivitas manusia dalam membeli barang dan jasa untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan yang diperoleh dari pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi,

evaluasi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan tingkah laku setelah pembelian.

Berdasarkan pendapat yang dikemukakan oleh Chien M (2017), keputusan berkunjung kembali yaitu pengunjung ingin mengunjungi tempat yang sama lagi setelah mendapatkan pengalaman yang memuaskan dan akan merekomendasikan tempat tersebut kepada temannya untuk mengembangkan loyalitas. Indikator Keputusan Berkunjung menurut Damamik, Weber dalam Sri Wahyuni et al (2022) yaitu sebagai berikut.

- a. *Destination Area* (Tempat Tujuan). Terdapat beberapa indikator dalam destination area yaitu :
 - a) Kaitan atau hubungan antara tujuan para wisatawan dengan kebutuhan para pengunjung.
 - b) Ketersediaan informasi terkait tujuan wisata wisatawan.
- b. *Traveling Mode* (Tipe Perjalanan).
 - a) Akses transportasi untuk sampai di tempat tujuan.
 - b) Keberagaman alat transportasi yang tersedia.
 - c) Kenyamanan dari alat-alat transportasi yang tersedia.
- c. *Time and Cost* (Waktu dan Biaya).
 - a) Perjalanan wisata sesuai dengan waktu yang ditetapkan termasuk jam buka dan tutup dari pariwisata yang dituju.
 - b) Perjalanan wisata tergantung pada biaya perjalanan.
 - c) Perjalanan wisata tergantung pada waktu luang untuk melakukan wisata.

- d. *Travel Agent* (Agen Perjalanan). Indikator dari *travel agent* yaitu ketergantungan wisatawan terhadap travel agent ketika melakukan perjalanan wisata.
- e. *Service Source* (Sumber Jasa). Indikator dari *service source* yaitu keberagaman dari jenis pelayanan seperti pemandu wisata, pusat souvenir, dll.

B. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Alfatory Rheza Syahrul, Jurnal Pelangi 7 (1), 2014	Pengaruh Daya Tarik, Fasilitas dan Aksebilitas Terhadap Keputusan Wisatawan Asing Berkunjung Kembali ke Aloita Resort di Kab. Mentawai.	Daya Tarik (X1), Fasilitas (X2), Aksebilitas (X3)	Analisis jalur (<i>Path Analysis</i>)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial daya tarik, fasilitas, dan aksebilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan mancanegara.
2.	Helena Sirait, Khafi Puddin, Jurnal Plans, Volume 13 No. 1, 2018 ISSN : 1978-7057	Pengaruh Harga dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Bukit Gibeon Kecamatan	Harga, Fasilitas, Keputusan Berkunjung Wisatawan	Regresi Linier Berganda	Harga dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Objek Wisata Bukit Gibeon.

		Ajibata Kabupaten Toba Samosir			
3.	Fima Rosida, Universitas Islam Negeri Sumatera, 2018	Pengaruh Harga dan Fasilitas Terhadap Kunjungan Wisata di Pantai Air Bangis Kabupaten Pasaman Barat.	Harga (X1), Fasilitas (X2)	Analisis Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung baik secara parsial maupun simultan.
4.	Retno Putri Anggraini, Lilie Nur Sulistiyowati, Hari Purwanto, SIMBA : Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi 1, 2019	Pengaruh Fasilitas, Harga Tiket dan Daya Tarik Terhadap Keputusan Berkunjung di Obyek Wisata Telaga Ngebel	Fasilitas (X1), Harga Tiket (X2), Daya Tarik (X3), Keputusan Berkunjung (Y)	Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) Ada pengaruh antara Harga Tiket terhadap Keputusan Berkunjung ke obyek wisata telaga Ngebel. (2) Tidak ada pengaruh antara Fasilitas dan Daya Tarik terhadap Keputusan Berkunjung ke obyek wisata telaga Ngebel.
5.	Ananta Dharma Setyawan, Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB 7 (2), 1- 19, 2019	Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Harga Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan	Daya Tarik Wisata (X1), Harga (X2)	Analisis regresi linier berganda	Temuan yang dihasilkan oleh penelitian ini adalah daya tarik wisata dan harga secara parsial

		pada Objek Wisata Coban Rais			berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung.
6.	Christy F.K Lebu, Silvy L. Mandey, Rudy S. Wenas, Jurnal EMBA,Vo;. 7 No. 4, 2019 ISSN : 2303-1174	Pengaruh Lokasi, Persepsi Harga dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wistawan di Objek Wisata Danau Linow	Lokasi (X1), Harga (X2), Daya Tarik (X3), Keputusan Berkunjung (Y)	Regresi Linier Berganda	Hasil dari penelitian ini yakni lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Presepsi harga dan daya tarik wisata secara terpisah berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Variabel lokasi, presepsi harga, daya tarik wisata secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung.
7.	Tina Rahmadayanti, Kholid Murtadlo, MALIA: Jurnal Ekonomi Islam 12 (1), 2020	Pengaruh Efektivitas Media Sosial, Daya Tarik, Harga Tiket, dan Fasilitas Pelayanan Wisata Terhadap	Efektivitas Media Sosial (X1), Daya Tarik Wisata (X2), Harga Tiket (X3), Fasilitas Pelayanan (X4), Keputusan	Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : efektivitas media sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan

		Keputusan Berkunjung di Curug Goa Jalmo Kabupaten Pasuruan	Berkunjung (Y1)		berkunjung. Daya tarik wisata, harga tiket, dan fasilitas pelayanan wisata berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung.
8.	Meyta Salsa Hardina, Eka Sudarusman, Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa 2 (1), 2021 ISSN 2721-3102	Pengaruh Harga, Lokasi, dan Fasilitas Terhadap Keputusan Kunjungan Wisata Taman Sari Yogyakarta	Harga (X1), Lokasi (X2), Fasilitas (X3), Keputusan Berkunjung (Y)	Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian ini menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan berkunjung Wisata Taman Sari Yogyakarta, sedangkan variabel lokasi dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung Wisata Taman Sari Yogyakarta.
9.	Fanny Yolanda, Yuliana, Heru Pramudita, Jurnal Ekonomi Rumah	Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung ke Objek Wisata	Daya Tarik Wisata (X), Keputusan Berkunjung (Y)	Regresi Linear Sederhana	Penelitian ini menemukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara daya tarik wisata

	Tangga dan Pariwisata 15 (2), 2021	Alahan Panjang Resort Danau Diatas Kabupaten Solok			terhadap keputusan berkunjung ke objek wisata Alahan Panjang Resort Danau Diatas.
10.	Eka Gustiani Rokhayah, Ana Noor Adriana, Jurnal Kajian dan Terapan Pariwisata (JKTP), Vol. 2 No. 1, 2021 ISSN : 2747-0636	Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas, dan Akseibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Pantai Istana Amal Kabupaten Penajam Paser Utara	Daya Tarik Wisata, Fasilitas, Akseibilitas, Keputusan Berkunjung Wisatawan	Refresi Linier Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik wisata tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Fasilitas dan Akseibilitas secara terpisah berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Daya tarik wisata, fasilitas dan akseibilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Pantai Istana Amal secara bersama-sama.

11.	Laili Nur Rahmawati, Fareis Althalets, Jurnal social dan sains 2 (1), 2022	Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Harga Terhadap Keputusan Berkunjung di Wisata Pantai Biru Kersik Marangkayu.	Daya tarik (X1), Harga (X2)	Analisis Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik dan harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan berkunjung. Daya tarik dan harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan berkunjung.
12.	Tio Adi Saputra, Rizal Ula Ananta Fauzi, Apriyanti, SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen Bisnis dan Akuntansi 4, 2022 E-ISSN: 2686-1771	Pengaruh Daya Tarik, Fasilitas, dan Akseibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung ke Wisata Tani Betet Nganjuk	Daya Tarik (X1), Fasilitas (X2), Akseibilitas (X3), Keputusan Berkunjung (Y)	Regresi Linier Berganda	Hasil dari penelitian bahwa Daya Tarik, Fasilitas dan Akseibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung ke wisata Tani Betet Nganjuk. Daya Tarik, Fasilitas, dan Akseibilitas

					berpengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap Keputusan Berkunjung ke Wisata Tani Betet Nganjuk.
13.	Umi Nurcomariyah, Aditya Liliyan, Jurnal Pijar, Vol. 1 No.3, 2023 E-ISSN : 2964-9749	Pengaruh Daya Tarik Wisata, Akseibilitas, Fasilitas, dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Unbul Ponggok	Daya Tarik Wisata (X1), Akseibilitas (X2), Fasilitas (X3), Word Of Mouth (X4), Keputusan Berkunjung Wisatawan (Y)	Regresi Linier Berganda	Hasil dari penelitian ini yaitu daya tarik wisata dan fasilitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung. Sedangkan akseblitas dan word of mouth berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung di objek wisata Unbul Ponggok.
14.	Anggia Ayu Lestari, Reni Yuliviona, Melifia Liantifa, Jurnal Ekobistek, Vol. 12 No. 2, 2023 e-ISSN : 2301-5268	Pengaruh Lokasi, Fasilitas dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali	Lokasi, Fasilitas, Kepuasan Wisatawan, Keputusan Berkunjung Kembali	Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara terpisah terdapat pengaruh yang signifikan antara lokasi, fasilitas dan kepuasan wisatawan

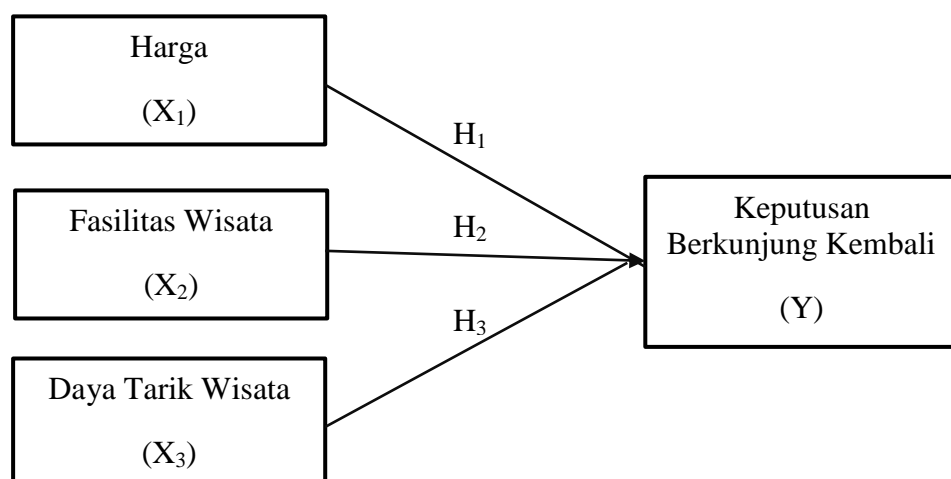
					terhadap keputusan berkunjung kembali. Terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara lokasi, fasilitas dan kepuasan wisatawan terhadap keputusan berkunjung kembali di objek wisata Bukit Khayangan Kota Sungai Penuh.
15.	Retno S. Manurung, Nurul Wardani Lubis, Diana Hasyim, Jurnal Ilmu Manajemen METHONO MIX, 2023 e-ISSN : 2622-5190	Pengaruh Harga dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisata Pantai Pasir Putih Parparean Kabupaten Toba	Harga, Fasilitas, Keputusan Berkunjung	Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial harga dan fasilitas berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung. Harga dan fasilitas secara simultan berpengaruh terhadap keputusan berkunjung .
16.	Tuti Damayanti Purba & Anggiat Parlindungan Simbolon, ANGGARAN : Jurnal	Pengaruh Fasilitas dan Media Promosi terhadap Keputusan Berkunjung Kembali di	Fasilitas (X1), Media Promosi (X2), Keputusan Berkunjung (Y)	Regresi Linear Berganda	Hasil penelitian mengemukakan fasilitas dan media promosi secara parsial berpengaruh positif dan

	Bisnis, Manajemen dan Akuntansi 5 (2), 2024	Wisata Alam Geosite Sipinsur Kabupaten Humbang Hasundutan			signifikan terhadap keputusan berkunjung kembali wisata alam geosite sipinsur.
--	---	---	--	--	---

C. Kerangka Konseptual

Kerangka berpikir merupakan suatu dasar penelitian yang mencakup penggabungan antara teori, observasi, fakta, serta kajian pustaka yang akan dijadikan landasan dalam melakukan karya tulis ilmiah. Kerangka berpikir digunakan sebagai patokan modal penelitian untuk menerangkan bagaimana pengaruh Harga, Fasilitas Wisata dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali di Kebun Bunga Refugia. Berikut adalah kerangka berpikir yang akan diteliti :

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual



Sumber : Modifikasi Ananta Dharma Setyawan (2019) dan Alfatory Rheza Syahrul 2014

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara pada rumusan masalah penelitian yang digunakan oleh peneliti sebagai dugaan karna kebenarannya masih harus diuji. Berdasarkan landasan teori dan kerangka berpikir yang telah diuraikan maka hipotesis dalam penelitian sebagai berikut:

1. Pengaruh Harga (X_1) terhadap Keputusan Berkunjung Kembali (Y)

Harga menjadi salah satu faktor yang menunjang keinginan berkunjung ke suatu objek wisata. Dimana wisatawan yang akan berkunjung akan mencari informasi mengenai harga tiket masuk ke sebuah objek wisata. Kebun bunga refugia menawarkan harga yang cukup terjangkau bagi semua kalangan. Harga yang terjangkau menjadi salah satu pemicu dalam mempengaruhi keputusan berkunjung. Dimana apabila wisatawan merasa puas dengan harga yang ditawarkan dan suka dengan manfaat yang diterima maka akan membuatnya tertari untuk berkunjung kembali. Dalam penelitian Helena Sirait & Khafi Puddin (2018) menemukan bahwa secara parsial harga berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Objek Wisata Bukit Gibeon Kecamatan Ajibata Kabupaten Toba Samosir. Berdasarkan penelitian Tina Rahmadayanti dan Kholid Murtadlo (2020) menemukan bahwa harga tiket berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung di Curug Goa Jalmo Kabupaten Pasuruan. Sedangkan berdasarkan penelitian Meyta Salsa Hardina dan Eka Sudarusman (2021) menunjukkan bahwa harga

berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan berkunjung di Wisata Taman Sari Yogyakarta.

H_1 : Diduga terdapat pengaruh antara Harga terhadap Keputusan Berkunjung Kembali di Kebun Bunga Refugia Kabupaten Magetan.

2. Pengaruh Fasilitas Wisata (X_2) terhadap Keputusan Berkunjung Kembali (Y)

Selain harga, fasilitas wisata yang ditawarkan juga berpengaruh terhadap keputusan berkunjung. Fasilitas yang menarik dan lengkap akan menarik wisatawan agar berkunjung ke suatu tempat wisata. Kebun Bunga Refugia menawarkan banyak fasilitas dimana semua dijaga kebersihan dan keamanannya. Hal ini menjadi salah satu daya tarik tersendiri bagi objek wisata Kebun Bunga Refugia. Menurut penelitian Tuti Damayanti Purba & Anggiat Parlindungan Simbolon (2024) menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung kembali di Wisata Alam Geosite Sipinsur Kabupaten Humbang Hasundutan. Penelitian yang dilakukan Anggia Ayu Lestari et al (2023) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara fasilitas terhadap keputusan berkunjung kembali di objek wisata Bukit Khayangan Kota Sungai Penuh. Berbeda dengan penelitian Retno Putri Anggraini, Liliek Nur Sulistyowati dan Hari Purwanto (2019) yang menemukan bahwa Tidak ada pengaruh antara Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung ke obyek wisata telaga Ngebel.

H_2 : Diduga terdapat pengaruh antara Fasilitas Wisata terhadap Keputusan Berkunjung Kembali di Kebun Bunga Refugia Kabupaten Magetan.

3. Pengaruh Daya Tarik Wisata (X_3) terhadap Keputusan Berkunjung Kembali (Y)

Daya tarik wisata merupakan sesuatu yang dimiliki oleh suatu objek yang terlihat menarik untuk dikunjungi. Daya tarik wisata turut andil dalam mempengaruhi keputusan berkunjung. Apabila suatu wisata memiliki keindahan alam, budaya yang unik, serta menyediakan fasilitas wisata yang lengkap dan nyaman maka pengunjung akan semakin tertarik dan bersedia melakukan kunjungan ulang. Menurut Fanny Yolanda, Yuliana, dan Heru Pramudita (2021) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung ke Objek Wisata Alahan Panjang Resort Danau di atas Kabupaten Solok. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Tio Adi Saputra et al (2022) menemukan bahwa daya tarik berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung ke wisata Tani Betet Nganjuk. Sedangkan menurut penelitian Umi Nurchomariyah dan Aditya Liliyan (2023) menemukan bahwa daya tarik wisata tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung di Unbul Ponggok.

H_3 : Diduga terdapat pengaruh antara Daya Tarik Wisata terhadap Keputusan Berkunjung Kembali di Kebun Bunga Refugia Kabupaten Magetan.