

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang berkontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi, peningkatan pendapatan daerah, serta penciptaan lapangan kerja di berbagai wilayah Indonesia (Prasetyo et al., 2025). Perkembangan industri pariwisata juga didukung oleh meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap kegiatan rekreasi dan hiburan sebagai bagian dari gaya hidup modern. Oleh karena itu, pemerintah terus berupaya meningkatkan daya saing destinasi wisata melalui pembangunan infrastruktur, penguatan promosi, serta peningkatan kualitas pelayanan dan fasilitas wisata agar mampu menarik lebih banyak wisatawan (Damanik & Siregar, 2026).

Seiring dengan semakin ketatnya persaingan antar destinasi wisata, pengelola objek wisata dituntut tidak hanya mampu menarik wisatawan untuk datang, tetapi juga menciptakan pengalaman yang mendorong wisatawan untuk melakukan kunjungan kembali (Lakoro, 2022). Minat berkunjung kembali dipengaruhi oleh berbagai faktor, di antaranya kualitas pelayanan, fasilitas, harga tiket, dan promosi. Pelayanan yang memuaskan, fasilitas yang lengkap, harga tiket yang sesuai dengan manfaat yang diterima, serta promosi yang menarik akan membentuk pengalaman positif bagi wisatawan sehingga meningkatkan keinginan mereka untuk kembali mengunjungi suatu destinasi.

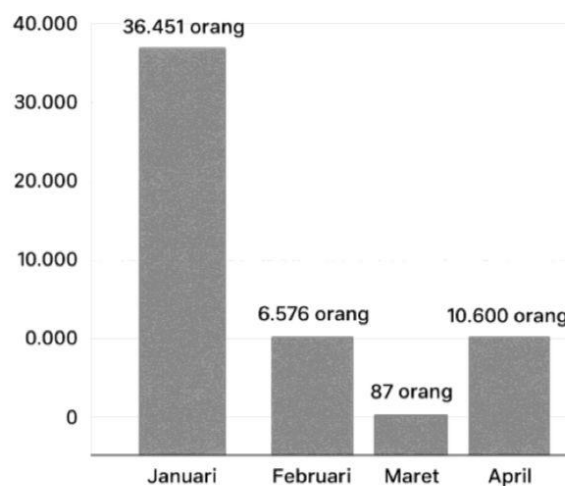
Kabupaten Magetan merupakan salah satu daerah di Provinsi Jawa Timur yang terus mengembangkan sektor pariwisata sebagai salah satu penggerak perekonomian daerah (Faradella & Oktariyanda, 2021). Kabupaten ini memiliki berbagai potensi wisata, mulai dari wisata alam, wisata budaya, hingga wisata buatan yang menjadi daya tarik bagi masyarakat lokal maupun wisatawan dari luar daerah. Seiring dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap wisata keluarga, perkembangan sektor pariwisata di Kabupaten Magetan juga menunjukkan tren yang semakin baik dengan hadirnya berbagai destinasi wisata yang menawarkan konsep rekreasi modern dan terjangkau.



Gambar 1.1 Trend Wisata Wahana baru Taman Ria

Salah satu destinasi wisata yang sedang berkembang di Kabupaten Magetan adalah Tamris Park Lanud Iswahjudi. Destinasi ini hadir sebagai alternatif wisata keluarga yang menawarkan berbagai wahana permainan, area rekreasi, serta fasilitas pendukung dengan harga tiket yang relatif terjangkau sehingga mampu menarik minat masyarakat, khususnya pada akhir pekan dan

musim liburan. Perkembangan sektor pariwisata di daerah saat ini menunjukkan tren yang semakin meningkat, terutama pada wisata keluarga dengan konsep rekreasi yang terjangkau. Salah satu destinasi wisata yang sedang berkembang di wilayah Magetan adalah TAMRIS PRAK Lanud Iswahjudi. Destinasi ini hadir sebagai alternatif wisata baru yang menawarkan berbagai wahana permainan dengan harga yang relatif terjangkau, sehingga mampu menarik minat masyarakat, khususnya pada momen liburan. Fenomena yang terjadi bahwa terjadi fluktuatif pengunjung dalam empat bulan terakhir. Berikut detail terkait data pengunjung yang di dapat dari tamris park magetan,



Gambar 1.2 Penjung Tamris Park

Sumber: Tamris Prak, 2026

Berdasarkan gambar 1.2, terjadi fenomena yang cukup menarik, yaitu adanya fluktuasi jumlah pengunjung yang sangat signifikan. Berdasarkan data kunjungan, pada bulan Januari jumlah pengunjung mencapai 36.451 orang. Akan tetapi, pada bulan Februari terjadi penurunan drastis menjadi 6.576 pengunjung,

kemudian kembali menurun sangat tajam pada bulan Maret hingga hanya 87 pengunjung. Selanjutnya, pada bulan April jumlah pengunjung kembali meningkat menjadi 10.600 orang. Kondisi ini menunjukkan bahwa tingkat kunjungan di TAMRIS PARK tidak stabil dan cenderung mengalami perubahan yang cukup ekstrem dalam waktu singkat.

Fenomena fluktuasi jumlah pengunjung tersebut mengindikasikan adanya permasalahan dalam pengelolaan daya tarik wisata yang belum mampu mempertahankan minat pengunjung secara berkelanjutan. Kondisi ini diduga berkaitan dengan beberapa faktor penting, seperti kualitas pelayanan yang belum sepenuhnya optimal dalam memberikan pengalaman kepada pengunjung, fasilitas yang masih perlu ditingkatkan agar sesuai dengan harapan wisatawan, persepsi harga yang belum sepenuhnya dianggap sebanding dengan manfaat yang diterima, serta kurang maksimalnya kegiatan promosi, terutama melalui media digital yang saat ini menjadi sumber informasi utama bagi Masyarakat.

Apabila kondisi tersebut tidak segera diatasi, maka dapat berdampak pada menurunnya kepuasan pengunjung dan berpotensi mengurangi keinginan wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang. Oleh karena itu, fenomena ini menunjukkan bahwa kepuasan pengunjung tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor, tetapi merupakan hasil dari kombinasi kualitas pelayanan, fasilitas, harga, dan promosi yang dikelola secara optimal.

Minat berkunjung kembali merupakan keinginan atau kecenderungan wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang ke suatu destinasi wisata setelah memperoleh pengalaman dari kunjungan sebelumnya (Elake et al., 2024). Minat

tersebut muncul ketika wisatawan merasa puas terhadap pengalaman yang diterima, sehingga memiliki keinginan untuk kembali mengunjungi destinasi yang sama di masa mendatang. Indikator minat berkunjung kembali meliputi keinginan untuk berkunjung kembali di masa depan, menjadikan destinasi sebagai pilihan utama, serta kesediaan untuk melakukan kunjungan secara berulang (Sinaga & Teviana, 2024).

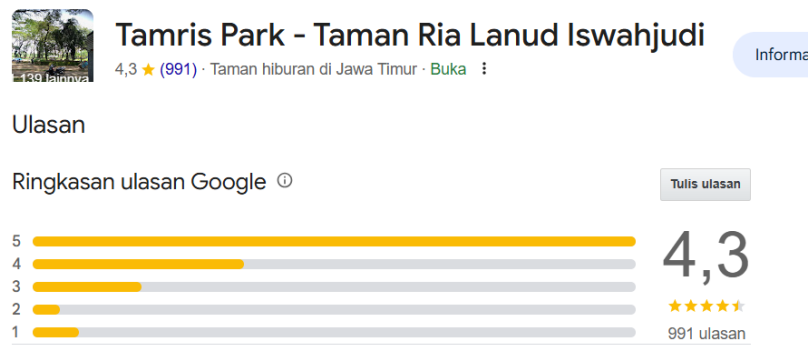
Minat berkunjung kembali dipengaruhi oleh berbagai faktor, di antaranya kualitas pelayanan, fasilitas, harga tiket, dan promosi. Kualitas pelayanan yang baik akan menciptakan pengalaman positif bagi wisatawan, sedangkan fasilitas yang lengkap dan memadai mampu meningkatkan kenyamanan selama berwisata. Selain itu, harga tiket yang sesuai dengan manfaat yang diterima serta promosi yang menarik dan informatif juga menjadi pertimbangan wisatawan dalam memutuskan untuk kembali berkunjung. Hasil penelitian Kusumawati & Putra (2025) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, fasilitas, harga, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan. Penelitian Elake et al. (2024) juga membuktikan bahwa fasilitas wisata memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali.

Selain itu, penelitian Siahaan et al. (2024) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan, fasilitas, harga, dan promosi merupakan faktor-faktor yang mampu meningkatkan minat wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang. Temuan tersebut diperkuat oleh Ramadhan et al. (2025) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang baik, fasilitas yang memadai, serta promosi yang efektif mampu meningkatkan loyalitas wisatawan yang ditunjukkan melalui minat untuk kembali

mengunjungi destinasi wisata. Oleh karena itu, penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, harga tiket, dan promosi terhadap minat berkunjung kembali pada Tamris Park Lanud Iswahjudi menjadi penting untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat meningkatkan loyalitas pengunjung terhadap destinasi wisata tersebut.

Berdasarkan berbagai faktor yang memengaruhi minat berkunjung kembali, penelitian ini memberikan batasan dengan memfokuskan pada empat variabel yang diduga berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali wisatawan, yaitu kualitas pelayanan, fasilitas, harga tiket, dan promosi. Keempat variabel tersebut dipilih karena dinilai memiliki peran penting dalam menciptakan pengalaman wisata yang positif sehingga dapat mendorong wisatawan untuk kembali mengunjungi suatu destinasi.

Kualitas pelayanan merupakan kemampuan penyedia jasa dalam memberikan layanan yang sesuai atau melebihi harapan pelanggan sehingga mampu menciptakan kepuasan dan pengalaman yang positif (Kusumawati & Putra, 2025). Menurut Kotler dan Keller (2022), kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan layanan yang diberikan kepada pelanggan berdasarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen secara konsisten. Dalam konteks pariwisata, kualitas pelayanan yang baik ditunjukkan melalui keramahan petugas, kecepatan pelayanan, kemampuan memberikan informasi, serta responsivitas dalam menangani kebutuhan maupun keluhan pengunjung.



Gambar 1.3 Ulasan Google

Berdasarkan ulasan Google, Tamris Park Lanud Iswahjudi memperoleh rating 4,3 dari 5 dengan 991 ulasan, yang menunjukkan bahwa secara umum pengunjung memberikan penilaian yang baik terhadap destinasi wisata tersebut. Meskipun demikian, masih terdapat beberapa keluhan yang disampaikan oleh pengunjung terkait kualitas pelayanan yang diberikan. Beberapa pengunjung mengeluhkan ketidaksesuaian jam operasional, di mana informasi yang tertera menunjukkan lokasi tutup pada pukul 16.00 WIB, namun pada kenyataannya sebagian petugas dan layanan sudah tidak beroperasi sekitar pukul 15.00 WIB. Kondisi ini menimbulkan ketidakpuasan karena tidak sesuai dengan harapan pengunjung yang masih ingin menikmati fasilitas wisata.

Selain itu, terdapat keluhan terkait pelayanan pada area food court yang dinilai kurang optimal. Beberapa pengunjung menyampaikan bahwa waktu penyajian makanan relatif lama serta tidak sesuai dengan pesanan yang diharapkan. Permasalahan tersebut berpotensi menurunkan kenyamanan pengunjung selama berada di lokasi wisata. Di sisi lain, antrean pada beberapa wahana permainan juga dinilai cukup panjang, terutama pada akhir pekan dan

musim liburan, sehingga pengunjung harus menunggu dalam waktu yang relatif lama untuk menikmati fasilitas yang tersedia.

Berbagai permasalahan tersebut menunjukkan bahwa aspek kualitas pelayanan masih perlu menjadi perhatian pengelola Tamris Park Lanud Iswahjudi. Kualitas pelayanan yang baik tidak hanya berkaitan dengan keramahan petugas, tetapi juga mencakup ketepatan waktu pelayanan, kejelasan informasi operasional, kecepatan pelayanan, serta kemampuan pengelola dalam memberikan pengalaman yang nyaman kepada pengunjung. Apabila kualitas pelayanan dapat ditingkatkan, maka kepuasan pengunjung akan meningkat dan pada akhirnya dapat mendorong minat berkunjung kembali ke Tamris Park Lanud Iswahjudi.

Hasil penelitian Riadi et al. (2023) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan. Sejalan dengan penelitian Ikhsan & Kartika (2025) yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh langsung positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh pengelola, seperti keramahan petugas, kecepatan pelayanan, kemampuan memberikan informasi, serta respons terhadap kebutuhan pengunjung, maka semakin tinggi pula keinginan wisatawan untuk melakukan kunjungan kembali. Hasil yang sama juga dikemukakan oleh Rahmawati dan Putra (2023) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali pada destinasi wisata.

Fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen (Levyda, 2022). Menurut Nuryadin & Sugiri (2023)

Fasilitas wisata yang baik adalah fasilitas yang mampu mendukung kenyamanan, keamanan, dan kepuasan pengunjung selama berada di lokasi wisata.



Gambar 1.4 Fasilitas Wisata

Gambar di atas memperlihatkan fasilitas yang dimiliki Tamris Park Lanud Iswahjudi. Meskipun Tamris Park telah dilengkapi dengan berbagai fasilitas yang cukup memadai, seperti wahana permainan, area parkir, gazebo, foodcourt, musala, toilet, area bermain anak, serta berbagai fasilitas pendukung lainnya, pengelola masih perlu meningkatkan kualitas dan pemeliharaan fasilitas yang tersedia. Hal tersebut dikarenakan masih terdapat beberapa keluhan pengunjung terkait kondisi fasilitas yang kurang optimal pada waktu-waktu tertentu. Fasilitas yang lengkap, bersih, nyaman, dan terawat akan memberikan pengalaman yang lebih baik bagi wisatawan selama berkunjung. Sebaliknya, apabila fasilitas yang tersedia tidak sesuai dengan harapan pengunjung, maka dapat menurunkan kepuasan dan berdampak pada minat pengunjung untuk melakukan kunjungan kembali. Fasilitas menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi minat

berkunjung kembali karena mampu memberikan kenyamanan, kemudahan, dan kepuasan selama menikmati destinasi wisata (Sipayung, 2026)

Hasil penelitian menyatakan Dahmiri & Bhayangkari (2022) bahwa fasilitas yang dimiliki oleh objek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung. Sejalan dengan Alnawati (2023) terdapat pengaruh langsung positif dan signifikan antara variabel fasilitas wisata terhadap minat berkunjung ulang. Semakin baiknya fasilitas yang tersedia mampu membuat meningkatnya jumlah pengunjung untuk melakukan kunjungan ulang karena mereka merasa fasilitas yang disediakan lengkap dan memenuhi kebutuhannya selama berkunjung. Hasil yang sama oleh Dewi & Purnomo (2023) terdapat pengaruh signifikan antara fasilitas wisata terhadap minat berkunjung kembali.

Harga tiket menurut Yusron et al. (2026) merupakan salah satu faktor yang menjadi pertimbangan wisatawan dalam menentukan keputusan untuk mengunjungi suatu destinasi wisata, karena harga yang terjangkau dan sesuai dengan manfaat yang diperoleh akan meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung maupun melakukan kunjungan kembali. Menurut Girato (2026), harga adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan konsumen untuk memperoleh suatu produk atau jasa, di mana penetapan harga harus mempertimbangkan nilai yang dirasakan oleh konsumen. Harga tiket Tamris Park Lanud Iswahjudi yang relatif terjangkau menjadi salah satu daya tarik bagi masyarakat untuk berkunjung. Namun demikian, pengelola perlu memastikan bahwa harga tiket yang dibayarkan sebanding dengan kualitas pelayanan, kelengkapan fasilitas, serta pengalaman wisata yang diterima pengunjung. Dengan demikian, wisatawan akan merasa

memperoleh nilai yang sesuai sehingga dapat meningkatkan minat berkunjung kembali ke Tamris Park Lanud Iswahjudi.

Tabel 1.1 Perbandingan Harga Tiket

No	Objek Wisata	Harga Tiket Masuk	Keterangan	Sumber
1	Tamris Park (Taman Ria Iswahjudi)	Rp5.000	Tiket masuk area wisata (belum termasuk paket wahana). Paket wahana tersedia mulai Rp40.000–Rp50.000.	(RRI.co.id)
2	Magetan Park	Rp25.000	Tiket masuk waterpark, outbound, dan mini zoo.	(Sisparnas)
3	Genilangit Park	Rp10.000	Tarif berlaku untuk hari biasa maupun akhir pekan.	(Sisparnas)
4	Lawu Green Forest	Rp20.000	Tiket reguler dan tersedia tiket terusan Rp90.000.	(Sisparnas)
5	Kebun Refugia Magetan	Rp10.000	Tiket regular	(Antara News Jawa Timur)

Sumber: Data di Olah, 2026

Berdasarkan Tabel 1.1, dapat diketahui bahwa Tamris Park Lanud Iswahjudi merupakan salah satu destinasi wisata yang menawarkan harga tiket masuk paling terjangkau, yaitu sebesar Rp5.000. Harga tersebut lebih rendah dibandingkan dengan beberapa destinasi wisata lain di Kabupaten Magetan, seperti Magetan Park sebesar Rp25.000, Lawu Green Forest sebesar Rp20.000, serta Genilangit Park dan Kebun Refugia Magetan yang masing-masing sebesar Rp10.000. Selain tiket masuk yang relatif murah, Tamris Park juga menyediakan paket wahana dengan harga mulai Rp40.000–Rp50.000, sehingga memberikan pilihan kepada pengunjung sesuai dengan kebutuhan dan anggaran yang dimiliki.

Memiliki harga tiket yang lebih terjangkau dibandingkan destinasi wisata lainnya, jumlah kunjungan wisatawan di Tamris Park Lanud Iswahjudi masih menunjukkan kondisi yang fluktuatif dan cenderung mengalami penurunan pada

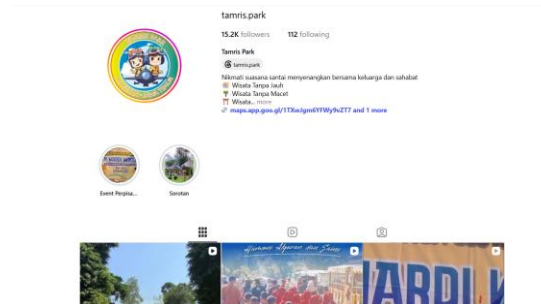
beberapa periode. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa harga tiket yang murah belum tentu mampu meningkatkan minat pengunjung untuk melakukan kunjungan kembali. Pengunjung tidak hanya mempertimbangkan harga yang terjangkau, tetapi juga memperhatikan kualitas pelayanan, kelengkapan fasilitas, serta promosi yang dilakukan oleh pengelola. Apabila manfaat dan pengalaman yang diperoleh pengunjung sesuai atau bahkan melebihi harga yang dibayarkan, maka akan terbentuk persepsi nilai (*perceived value*) yang baik sehingga dapat meningkatkan minat berkunjung kembali. Sebaliknya, apabila harga yang murah tidak diimbangi dengan pelayanan dan fasilitas yang memadai, maka pengunjung cenderung memilih destinasi wisata lain yang mampu memberikan pengalaman yang lebih memuaskan.

Menjawab permasalahan terkait harga tersebut menunjukkan bahwa harga tiket menjadi salah satu pertimbangan yang dapat memengaruhi keputusan dan pengalaman wisatawan dalam memilih destinasi. Harga tiket Tamris Park yang relatif rendah dapat memberikan daya tarik tersendiri bagi pengunjung, khususnya bagi wisatawan yang mempertimbangkan keterjangkauan biaya ketika menentukan destinasi wisata. Meskipun untuk menikmati beberapa wahana pengunjung perlu membayar paket tambahan, harga tiket masuk dasar yang hanya Rp5.000 tetap memberikan kesempatan kepada pengunjung untuk memasuki dan menikmati area wisata dengan biaya yang relatif terjangkau. Kondisi tersebut dapat menjadi salah satu alasan yang mendorong pengunjung untuk kembali berwisata ketika mereka merasa biaya yang dikeluarkan sesuai dengan pengalaman yang diperoleh

Hasil penelitian Tulong et al. (2026) menyatakan bahwa harga tiket memiliki pengaruh yang besar terhadap minat berkunjung kembali wisatawan. Harga tiket yang terjangkau dan sesuai dengan manfaat yang diterima akan meningkatkan keinginan wisatawan untuk kembali mengunjungi suatu destinasi wisata. Hasil yang sama ditunjukkan oleh (Kusumawati & Putra (2025) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Didukung Primadewi et al. (2020) yang menyatakan bahwa harga menjadi salah satu pertimbangan utama wisatawan sebelum melakukan kunjungan, karena wisatawan akan menilai kesesuaian antara biaya yang dikeluarkan dengan kualitas pelayanan, fasilitas, serta pengalaman wisata yang diperoleh. Apabila harga tiket dipersepsikan wajar dan sepadan dengan manfaat yang diterima, maka akan meningkatkan minat wisatawan untuk melakukan kunjungan kembali.

Promosi merupakan salah satu strategi pemasaran yang digunakan untuk menyampaikan informasi, membujuk, dan mengingatkan konsumen mengenai suatu produk atau jasa sehingga mampu mendorong keputusan pembelian maupun penggunaan jasa (Panguriseng & Nur, 2022). Menurut Amelia & Iswadi (2023), promosi adalah kegiatan komunikasi yang bertujuan memperkenalkan suatu produk atau destinasi kepada masyarakat melalui berbagai media agar menarik perhatian calon konsumen. Melalui promosi yang efektif, wisatawan dapat memperoleh informasi mengenai daya tarik, fasilitas, harga tiket, maupun berbagai aktivitas yang tersedia pada suatu destinasi wisata. Informasi yang lengkap dan

mudah diakses akan meningkatkan ketertarikan wisatawan untuk berkunjung serta mendorong minat berkunjung kembali (Maulany, 2025).



Gambar 1.5 Media Promosi dengan Instagram

Gambar 1.5 memperlihatkan salah satu bentuk promosi yang dilakukan oleh Tamris Park Lanud Iswahjudi melalui media sosial, khususnya Instagram, sebagai sarana untuk menyampaikan informasi mengenai wahana permainan, fasilitas, harga tiket, jam operasional, serta berbagai kegiatan yang diselenggarakan. Selain melakukan promosi melalui media sosial, Tamris Park juga aktif mengadakan berbagai event, terutama yang ditujukan bagi anak-anak sekolah, seperti kegiatan edukasi, perlombaan, wisata sekolah (field trip), dan berbagai acara hiburan lainnya. Berbagai bentuk promosi tersebut diharapkan mampu meningkatkan daya tarik destinasi wisata sekaligus memperluas jangkauan informasi kepada masyarakat. Promosi menjadi salah satu faktor penting dalam menarik perhatian wisatawan dan membangun ketertarikan untuk berkunjung maupun melakukan kunjungan kembali, terutama apabila informasi yang disampaikan menarik, mudah dipahami, dan sesuai dengan kebutuhan pengunjung (Polla et al., 2018).

Hasil penelitian Dewi dan Purnomo (2023) menyatakan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan. Semakin menarik, informatif, dan intensif promosi yang dilakukan, maka semakin tinggi pula keinginan wisatawan untuk kembali mengunjungi suatu destinasi wisata. Hasil yang sama ditunjukkan oleh Sari et al. (2024) yang menyatakan bahwa promosi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali karena mampu memberikan informasi mengenai daya tarik, fasilitas, harga tiket, dan berbagai kegiatan yang tersedia di destinasi wisata. Didukung oleh Polla et al. (2018) yang menyatakan bahwa promosi merupakan salah satu bauran pemasaran yang berfungsi memperkenalkan produk atau jasa kepada konsumen melalui berbagai media komunikasi. Promosi yang dilakukan secara efektif akan meningkatkan pengetahuan, ketertarikan, serta kepercayaan wisatawan terhadap suatu destinasi, sehingga mampu mendorong minat wisatawan untuk melakukan kunjungan kembali.

Penelitian ini terdiri dari lima variabel, yaitu kualitas pelayanan, fasilitas, harga tiket, promosi, dan minat berkunjung kembali. Dari kelima variabel tersebut, empat variabel merupakan variabel independen, sedangkan minat berkunjung kembali merupakan variabel dependen. Berikut merupakan research gap dan penguatan argumentasi dari penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, masih terdapat perbedaan hasil penelitian terdahulu serta perlunya pengujian pada objek wisata yang memiliki karakteristik berbeda. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan

penelitian dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Harga Tiket, dan Promosi terhadap Minat Berkunjung Kembali pada Tamris Park Lanud Iswahjudi."

Penelitian yang dilakukan oleh Umur et al. (2022) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali pada destinasi wisata Graha Mangrove Bontang. Hasil yang sama juga ditemukan oleh Kusumawati dan Putra (2025) pada objek wisata Krisna Adventure yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan mampu meningkatkan minat wisatawan untuk melakukan kunjungan kembali. Namun, penelitian Momongan dan Tawas (2024) menemukan hasil yang berbeda, yaitu kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali pada Hotel Swiss-Bel Manado. Perbedaan hasil tersebut menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan masih belum konsisten pada setiap objek wisata maupun jasa.

Penelitian Momongan dan Tawas (2024) menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Sebaliknya, penelitian Miastita et al. (2023) pada Jember Mini Zoo menunjukkan bahwa fasilitas wisata memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Perbedaan temuan tersebut menunjukkan bahwa efektivitas fasilitas dalam meningkatkan minat berkunjung kembali masih bergantung pada karakteristik objek wisata dan persepsi pengunjung.

Penelitian Prana dan Setiawan (2025) menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkunjung kembali pada Kubu Manggala Villa Seminyak. Hasil yang sama juga ditemukan oleh Riyanti et al.

(2025) yang menyatakan bahwa harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkunjung kembali di Villa Rendezvous Bali. Namun, penelitian Miastita et al. (2023) menunjukkan bahwa harga hanya berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di Jember Mini Zoo. Perbedaan hasil tersebut menunjukkan bahwa harga tiket belum tentu menjadi faktor utama yang memengaruhi minat berkunjung kembali pada setiap destinasi wisata.

Penelitian Prana dan Setiawan (2025) menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkunjung kembali wisatawan. Penelitian Umur et al. (2022) juga menyatakan bahwa strategi promosi memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali pada destinasi wisata. Akan tetapi, penelitian Miastita et al. (2023) menemukan bahwa promosi memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat berkunjung kembali pada Jember Mini Zoo.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, masih terdapat perbedaan hasil penelitian terdahulu serta perlunya pengujian pada objek wisata yang memiliki karakteristik berbeda. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Harga Tiket, dan Promosi terhadap Minat Berkunjung Kembali pada Tamris Park Lanud Iswahjudi."**

B. Batasan Masalah

Batasan penelitian ini ditetapkan agar dalam melakukan penelitian ini fokus pada pokok permasalahan yang ada beserta pembahasannya, sehingga diharapkan tujuan penelitian ini tidak menyimpang dan terlalu luas:

1. Subjek penelitian ini adalah pada pengunjung Tamris Park Kabupaten Magetan.
2. Penelitian ini hanya dilakukan di Kabupaten Magetan.
3. Penelitian ini dilakukan kepada pengunjung yang sudah berkunjung lebih dari dua kali di Tamris Park Kabupaten Magetan

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada penjabaran latar belakang, adapun rumusan masalah yang ditemukan dalam penelitian ini ialah:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali Wisata Tamris Park Kabupaten Magetan?
2. Apakah fasilitas berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali Wisata Tamris Park Kabupaten Magetan?
3. Apakah harga tiket berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali Wisata Tamris Park Kabupaten Magetan?
4. Apakah promosi berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali Wisata Tamris Park Kabupaten Magetan?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk memberikan bukti empiris pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali Wisata Tamris Park Kabupaten Magetan.

2. Untuk memberikan bukti empiris pengaruh fasilitas terhadap minat berkunjung kembali Wisata Tamris Park Kabupaten Magetan
3. Untuk memberikan bukti empiris pengaruh harga tiket terhadap minat berkunjung kembali Wisata Tamris Park Kabupaten Magetan.
4. Untuk memberikan bukti empiris pengaruh promosi terhadap minat berkunjung kembali Wisata Tamris Park Kabupaten Magetan.

E. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Bermanfaat untuk menambah referensi dalam melakukan penelitian ini dan mampu untuk mempertimbangkan dalam menentukan faktor-faktor dan variabel-variabel yang mampu mendukung penelitian ini terkait dengan minat berkunjung ulang Wisata Tamris Park Kabupaten Magetan.

2. Bagi Mahasiswa

Bermanfaat agar mahasiswa mampu menambah ilmu pengetahuan, mengembangkan teori dalam penelitian dan juga mampu menjadikan acuan pendukung dalam mengembangkan teori yang terkait dengan minat berkunjung ulang Wisata Tamris Park Kabupaten Magetan.

3. Bagi Masyarakat

Bermanfaat untuk masyarakat dalam memberikan sebuah informasi dan juga pengetahuan terkait kualitas pelayanan, fasilitas, harga tiket dan promosi dalam minat berkunjung ulang Wisata Tamris Park Kabupaten Magetan