

Pengaruh Fasilitas, Lokasi dan Daya Tarik Wisata terhadap Keputusan Berkunjung Agrowisata Sawah Desa Pematang Johar Kecamatan Labuhan Deli Kabupaten Deli Serdang

Muhammad Rifansyah^{1*}, Dionisius Sihombing²

Universitas Negeri Medan

Corresponding Author: Muhammad Rifansyah mrifansyah91@gmail.com

ARTICLE INFO

Kata Kunci: Fasilitas, Lokasi, Daya Tarik, Keputusan Berkunjung

Received : 08 Agustus

Revised : 15 Agustus

Accepted: 20 Agustus

©2022 The Author(s): This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari fasilitas, lokasi, dan daya tarik wisata secara parsial dan simultan terhadap keputusan berkunjung agrowisata sawah desa Pematang Johar Kecamatan Labuhan Deli Kabupaten Deli Serdang. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *accidental sampling* dengan jumlah sampel 100 orang yang merupakan pengunjung agrowisata sawah Pematang Johar. Teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan instrumen berbentuk kuisisioner yang setiap item pernyataannya telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Pemberian skor jawaban pada kuisisioner menggunakan skala *Likert*. Analisis data penelitian ini menggunakan analisis regresi linear dan pengujian hipotesis menggunakan uji *t*, uji *F* dan koefisien determinasi (R^2) yang dilakukan dengan bantuan *Software SPSS 24 for Windows*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh terhadap keputusan berkunjung sebesar 16%. Lokasi berpengaruh terhadap keputusan berkunjung sebesar 13%. Daya tarik berpengaruh terhadap keputusan berkunjung sebesar 40%. Fasilitas, lokasi dan daya tarik wisata secara simultan terhadap keputusan berkunjung sebesar 59%.

PENDAHULUAN

Pariwisata di Indonesia saat ini didorong untuk terus berkembang menjadi salah satu sektor penting yang memberikan peran besar dalam pembangunan perekonomian dan peningkatan kesejahteraan rakyat. Pariwisata di Indonesia terdiri dari berbagai jenis seperti wisata budaya, wisata maritim atau bahari, wisata cagar alam, wisata konvensi, wisata butu, wisata ziarah, dan wisata pertanian (Agrowisata). Perkembangan pariwisata ini pun turut didukung oleh pemerintah sebagai bentuk komitmen pemerintah dalam pembangunan potensi bangsa. Dukungan tersebut dituangkan secara jelas dalam Rencana Strategis Kementerian Pariwisata, Rekreasi, dan Industri Kreatif berupa arah kebijakan, strategi, kerangka regulasi dan kerangka kelembagaan (Kemenparekraf, 2020:57). Hal ini membuktikan bahwa keseriusan dari pemerintah dalam pengembangan potensi wisata yang dimiliki Indonesia.

Jenis pariwisata yang turut dikembangkan saat ini salah satunya adalah wisata pertanian (Agrowisata). Agrowisata atau juga dikenal dengan wisata agro adalah suatu usaha bisnis di bidang pertanian dan komoditas yang diperjualkan kepada konsumen adalah jasa (Junaedi, 2016:70). Adapun bentuk jasa yang perjualkan tersebut berupa keindahan, kenyamanan, ketentraman dan pendidikan. Agrowisata juga diartikan sebagai rangkaian kegiatan wisata yang memanfaatkan potensi pertanian sebagai objek wisatanya, baik berupa potensi berupa pemandangan alam kawasan pertaniannya serta budaya masyarakat pertanian di tempat tersebut.

Agrowisata pada dasarnya adalah wisata yang berbasis pertanian, mulai dari aktivitas budidaya, pengolahan sampai pada kegiatan memasarkan produk pertanian (Fatima, 2017:64). Di Provinsi Sumatera Utara setidaknya terdapat 20 lebih objek wisata agro yang tergolong cukup populer dikunjungi oleh wisatawan. Beberapa diantaranya adalah Agrowisata Kebun Durian Adi Hong, Desa Wisata Denai Lama, Agrowisata Kebun Jeruk Desa Hadungdung, Agrowisata Strawberry Hutagalung, Istana Jambu, Taman Wisata Agro Siba Indah, Agrowisata Paloh Naga, Agrowisata Rajasyah, Agrowisata Sawah Pematang Johar dan lain sebagainya. Jumlah wisatawan yang berkunjung ke seluruh destinasi Agrowisata tersebut pada tahun 2020 mencapai 120.539 kunjungan (BPS Sumatera Utara, 2020). Hal ini menunjukkan bahwa Agrowisata memiliki potensi yang sangat besar bagi perekonomian masyarakat.

Keputusan berkunjung wisatawan menjadi salah satu faktor penentu dari keberhasilan suatu agrowisata. Keputusan berkunjung dalam penelitian ini memiliki arti yang sama dengan keputusan pembelian sehingga teori mengenai keputusan pembelian dijadikan sebagai salah satu rujukan penelitian ini. Keputusan pembelian merupakan suatu tahapan evaluasi dimana konsumen membentuk preferensi dari berbagai merk dan kemudian membentuk maksud membeli suatu merk yang paling disukai. Dalam melaksanakan maksud tersebut, konsumen dapat membentuk lima sub keputusan yaitu merk, penyalur, kuantitas, waktu dan metode pembayaran (Kotler & Amstrong, 2016:89). Dari definisi tersebut, maka keputusan berkunjung dapat diartikan sebagai tahapan

evaluasi dimana wisatawan membentuk suatu preferensi dari berbagai jenis wisata, kemudian membentuk maksud untuk berkunjung ke tempat yang paling disukai. Dalam melaksanakan maksud tersebut, maka terbentuk beberapa pertimbangan terhadap berbagai faktor penentu keputusan.

Beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan diantaranya adalah *electronic word of mouth*, daya tarik, fasilitas, harga, citra destinasi, lokasi, aksesibilitas, media promosi, ketersediaan transportasi dan tempat sampah (Mulyati & Masruri, 2019:190). Penelitian yang dilakukan oleh Lebu, dkk menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan pada suatu objek wisata adalah lokasi, persepsi harga, dan daya tarik wisata tersebut (Lebu, Mandey, & Wenas, 2019:5). Hasil penelitian lain menunjukkan bahwa faktor-faktor yang memiliki efek positif pada keputusan berkunjung adalah daya tarik wisata, fasilitas dan aksesibilitas (Dewi, Rivandi, & Meirina, 2020:14).

Dari berbagai hasil penelitian tersebut, setidaknya ada 3 faktor utama yang mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan. Faktor-faktor tersebut adalah fasilitas, lokasi dan daya tarik wisata yang dimiliki oleh suatu objek wisata. Berdasarkan hasil pengamatan awal yang dilakukan peneliti dan dari hasil wawancara singkat dengan pengelola agrowisata, diketahui bahwa terjadi penurunan kunjungan wisatawan ke objek wisata agro di Pematang Johar. Hal ini disebabkan oleh adanya beberapa fasilitas wisata yang dalam kondisi rusak atau tidak dapat beroperasi. Jalan menuju lokasi yang rawan kemacetan dan juga terdapat beberapa kerusakan jalan. Hingga daya tarik yang terkesan itu-itu saja sehingga membuat pengunjung yang pernah datang menjadi enggan untuk kembali berkunjung.

Berdasarkan beberapa masalah yang telah dipaparkan, maka dinilai penting untuk dilakukan kajian mengenai **“Pengaruh Fasilitas, Lokasi dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Agrowisata Sawah Desa Pematang Johar Kecamatan Labuhan Deli Kabupaten Deli Serdang”**.

TINJAUAN PUSTAKA

Keputusan Berkunjung

Keputusan berkunjung wisatawan adalah suatu proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih alternatif pilihan dan memilih salah satu diantaranya (Paul & Olson, 2015:78). Hal ini berarti bahwa untuk membuat suatu keputusan berkunjung, maka wisatawan terlebih dahulu melakukan pertimbangan dari berbagai pilihan destinasi yang tersedia. Keputusan berkunjung juga didefinisikan sebagai suatu hasil atau keluaran dari proses mental atau kognitif yang membawa pada pemilihan suatu tindakan untuk mengunjungi atau tidak di antara beberapa alternatif pilihan Agrowisata yang tersedia (Firmansyah, 2018:94). Dari berbagai pendapat ahli tersebut, maka dapat didefinisikan bahwa keputusan berkunjung merupakan suatu proses mental atau pengetahuan yang menghasilkan suatu

tindakan untuk mengunjungi atau tidak mengunjungi salah satu dari berbagai pilihan destinasi objek Agrowisata yang tersedia.

Pengambilan keputusan berkunjung wisatawan merupakan suatu proses yang terdiri dari beberapa tahap, yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif pilihan sebelum memutuskan berkunjung, melakukan kunjungan dan evaluasi alternatif setelah melakukan kunjungan (Engel, Blackwell, & Miniard 2014:56).

Proses yang terjadi dalam pengambilan keputusan untuk berkunjung terdiri dari 6 tahapan (Rahmawati, 2016:43). Tahapan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Pengenalan Masalah (*Problem Recognition*): Menyadari adanya kebutuhan untuk mengunjungi suatu objek wisata.
2. Pencarian Informasi (*Information Search*): Mencari dan mengumpulkan informasi tentang objek wisata yang dapat memuaskan kebutuhan yang dirasakan saat ini.
3. Evaluasi Alternatif Pilihan (*Evaluation of Alternatives*): Mengevaluasi aspek positif dan negatif masing-masing pilihan objek wisata sebagai dasar untuk membuat keputusan.
4. Keputusan Berkunjung (*Decision to Visit*): Membuat keputusan untuk mengunjungi objek wisata yang dinilai paling memenuhi persyaratan.
5. Perilaku Berkunjung (*Visit Behavior*): Perilaku mengunjungi objek wisata yang telah diputuskan untuk dikunjungi.

Perilaku Pasca Kunjungan (*Post-Visit Behavior*): Perilaku wisatawan sesudah mengunjungi objek wisata yang diputuskan, sesuai pengalaman saat mengunjungi objek wisata. Perilaku ini berwujud perasaan dan Tindakan.

Fasilitas

Fasilitas diartikan sebagai sarana untuk melancarkan pelaksanaan sesuatu atau yang memberi kemudahan atas pelaksanaan suatu hal. Fasilitas Agrowisata dapat diartikan sebagai sarana yang tersedia pada suatu Agrowisata yang memungkinkan wisatawan memperoleh kelancaran atau kemudahan untuk melakukan aktivitas wisatanya. Fasilitas Agrowisata merupakan semua sarana yang fungsinya memenuhi kebutuhan wisatawan agar dapat menikmati dan berpartisipasi dalam kegiatan yang tersedia di daerah Agrowisata tersebut (Sulistiyana, Hamid, & Azizah, 2015:6). Hal ini berarti bahwa suatu objek Agrowisata perlu menyediakan berbagai fasilitas yang dibutuhkan oleh wisatawan agar kegiatan wisatanya dapat terlaksana dengan mudah dan lancar.

Fasilitas merupakan salah satu faktor yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan (Dewi, Rivandi, and Meirina, 2020:20). Fasilitas Agrowisata merupakan hal yang sangat penting untuk tersedia dengan baik agar pengunjung dapat melakukan aktivitas wisatanya dengan lancar dan mudah sehingga memberikan kesan yang baik bagi

wisatawan tersebut. Fasilitas juga merupakan salah satu faktor yang membuat pengunjung merasa puas, karena dengan adanya fasilitas yang lengkap di tempat Agrowisata, pengunjung akan merasa nyaman selama berkunjung (Santoso & Nadapdap, 2019:135). Adapun beberapa fasilitas yang perlu disediakan oleh objek Agrowisata antara lain berupa tempat ibadah (musholla), toko cenderamata (*souvenir*), penginapan (*homestay*), koneksi internet (*wifi*) dan lain sebagainya.

Dalam hal menyediakan fasilitas, maka perlu diperhatikan beberapa hal berikut ini: (Palit, Talumingan, & Rumagit, 2017:32)

1. Kelengkapan, kebersihan dan kerapian fasilitas yang ditawarkan. Hal ini berarti bahwa fasilitas agrowisata yang dilengkapi oleh atribut yang menyertainya harus lengkap, bersih dan rapi.
2. Kondisi dan fungsi fasilitas yang ditawarkan haruslah dalam kondisi baik dan tidak mengalami kerusakan.
3. Kemudahan menggunakan fasilitas. Ini berarti bahwa fasilitas yang tersedia di objek Agrowisata haruslah fasilitas yang sudah dikenal oleh wisatawan sehingga dapat digunakan dengan mudah.

Adapun indikator fasilitas yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Kebersihan fasilitas: fasilitas yang tersedia di objek wisata bersih sehingga membuat nyaman penggunaannya.
2. Kondisi fasilitas: fasilitas yang tersedia harus dalam kondisi baik dan berfungsi dengan baik pula sehingga dapat digunakan.
3. Kemudahan dalam penggunaan: fasilitas yang tersedia haruslah fasilitas yang sudah dikenal masyarakat dengan baik sehingga mudah digunakan, atau paling tidak tersedia panduan menggunakannya.

Lokasi

Lokasi Agrowisata merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan. Adapun yang perlu dipertimbangkan dari lokasi suatu objek agrowisata adalah kemudahan mencapai lokasi, karakteristik alam, sentra produksi pertanian dan adanya kegiatan agroindustri (Junaedi, 2016:157). Dengan pertimbangan baik mengenai lokasi agrowisata, maka akan semakin mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan. Semakin mudah lokasi agrowisata dijangkau, maka keputusan berkunjung akan semakin meningkat. Lokasi agrowisata yang baik adalah yang mudah dijangkau dengan kendaraan, terdapat petunjuk yang jelas, dan lingkungan sekitar lokasi yang aman serta nyaman.

Terkait dengan lokasi, maka faktor yang menentukannya adalah: (Lebu, Mandey, & Wenas, 2019:12)

1. Lokasi agrowisata merupakan lokasi yang menarik untuk dikunjungi, artinya lokasi agrowisata menawarkan pemandangan yang relatif indah, terdapat atraksi wisata menarik dan lain sebagainya.

2. Kemudahan akses untuk sampai ke lokasi, artinya lokasi agrowisata dapat ditempuh dengan kendaraan yang umum digunakan oleh wisatawan seperti, sepeda motor, mobil, dan angkutan umum.
3. Lalu lintas, artinya terdapat penanda jalan yang memudahkan wisatawan untuk sampai ke lokasi.
4. Lingkungan yang aman dan nyaman, artinya lingkungan di sekitar lokasi agrowisata harus dapat memberikan rasa aman dan nyaman bagi wisatawan.

Pada dasarnya wisatawan dalam menuju objek agrowisata memerlukan akses yang mudah, serta kenyamanan dan keindahan lokasi sehingga minat wisatawan untuk berkunjung menjadi meningkat. Lokasi yang baik sehingga dapat mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan setidaknya memiliki beberapa indikator sebagai berikut: (Diantanti & Asrori, 2021:52)

1. Lokasi strategis, artinya agrowisata berada di lokasi yang bisa dijangkau oleh wisatawan.
2. Akses yang mudah, artinya lokasi agrowisata dapat dengan mudah dicapai dengan kendaraan pribadi maupun umum.
3. Tersedia penanda jalan yang baik, artinya bahwa harus ada penanda jalan yang tersedia menuju lokasi agrowisata sehingga pengunjung dapat dengan mudah menjangkau lokasi tersebut.

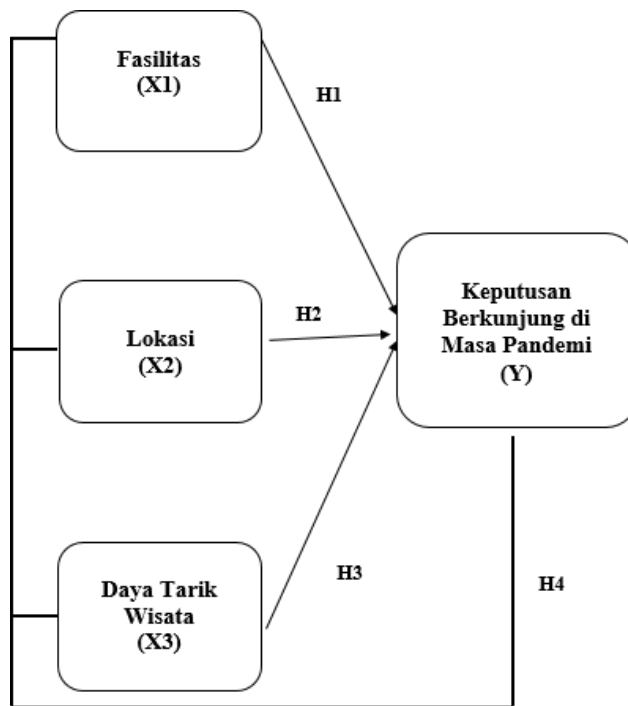
Dengan terpenuhinya kriteria-kriteria tersebut, maka lokasi agrowisata akan dapat mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan.

Daya Tarik

Selain fasilitas dan lokasi, faktor yang juga ikut mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan ke suatu agrowisata adalah daya tarik agrowisata tersebut. Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan (Undang Undang Nomor 10 Thn 2009). Daya tarik agrowisata diartikan sebagai segala sesuatu yang unik, indah, keanekaragaman kekayaan alam, budaya maupun keanekaragaman buatan manusia yang menjadi tujuan wisatawan untuk berkunjung.

Ada banyak macam dan ragam daya tarik wisata, beberapa diantaranya adalah: (Utama, 2017:101)

1. *Natural Attractions*: yang termasuk dalam kelompok ini adalah pemandangan daratan (*landscape*), pemandangan laut (*seascape*), pantai, danau, air terjun, kebun raya, agrowisata, gunung berapi, flora dan fauna.
2. *Build Attractions*: yang termasuk dalam kelompok ini adalah bangunan (*buildings*) dengan arsitek yang menarik, seperti rumah adat dan yang termasuk bangunan kuno dan modern seperti *Forbidden City* di Cina, *Big Ben* di London, Jam Gadang di Bukit Tinggi, museum maupun Taman Mini Indonoseia Indah (TMII).



Gambar 1. Conceptual Framework

3. *Cultural Attractions*: yang termasuk dalam kelompok ini adalah peninggalan sejarah, cerita-cerita rakyat, kesenian tradisional, upacara keagamaan, festival kesenian, dan semacamnya.
4. *Social Attractions*: yang termasuk dalam kelompok ini adalah tata cara hidup suatu masyarakat yang unik, ragam bahasa, upacara perkawinan, potong gigi, khitanan dan kegiatan sosial lainnya.

Suatu objek agrowisata dikatakan memiliki daya tarik yang baik apabila memiliki setidaknya empat indikator (Utama, 2017:101). Empat indikator tersebut antara lain:

1. Daya tarik yang dapat disaksikan (*what to see*): Agrowisata sebaiknya memiliki daya tarik yang dapat disaksikan seperti luas dan indahnya sawah, atraksi budaya, ataupun kegiatan kesenian lain yang dapat disaksikan oleh wisatawan.
2. Aktivitas wisata yang dilakukan (*what to do*): Hal ini mengisyaratkan bahwa selain ada yang dapat dilihat, objek agrowisata sebaiknya menawarkan kegiatan yang dapat dilakukan oleh wisatawan seperti misalnya menanam padi, memanen dan lain sebagainya.

Sesuatu yang dapat dibeli (*what to buy*): Hal ini mengisyaratkan bahwa agrowisata sebaiknya menawarkan sesuatu yang dapat dibeli seperti cenderamata, ataupun hasil dari sawah yang dapat dibawa pulang wisatawan sebagai oleh-oleh.

Dari uraian setiap variabel tersebut, maka kerangka berpikir penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan populasi penelitiannya adalah para pengunjung atau wisatawan yang ada di Agrowisata Sawah Pematang Johar dan jumlahnya mencapai 4500 pengunjung pada saat penelitian dilakukan. Adapun sampel penelitian ini adalah sejumlah 100 orang yang ditentukan dengan teknik accidental sampling yang artinya siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan bersedia meluangkan waktunya sebagai responden penelitian. Data penelitian dikumpulkan dengan menggunakan instrumen berupa angket yang dirancang sedemikian rupa berdasarkan indikator setiap variabel penelitian. Sebelum didistribusikan, tingkat validitas dan reliabilitas angket telah diuji terlebih dahulu. Dalam menganalisis data penelitian, pengujian terdiri dari uji asumsi klasik (uji normalitas, multikolinearitas dan heteroskedastisitas), uji regresi berganda dan uji hipotesis yang terdiri dari uji parsial (uji t), uji simultan (uji f) dan uji koefisien determinasi (R²). Perhitungan dilakukan dengan bantuan software SPSS 24.

HASIL PENELITIAN

Uji Regresi Linear Berganda

Uji Regresi Linear Berganda dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (fasilitas, lokasi dan daya tarik) terhadap variabel terikat penelitian (keputusan berkunjung). Persamaan regresi berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh hasil persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Perhitungan Regresi Linear Berganda.

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.321	.275		.689	.493
	Fasilitas	.467	.359	.265	2.301	.016
	Lokasi	.604	.378	.307	2.599	.013
	Daya tarik	.261	.344	.090	2.759	.040

a. Dependent Variable: Keputusan berkunjung

Dari hasil analisis regresi linear berganda diperoleh nilai konstanta sebesar 0,321 dan untuk variabel fasilitas (X₁) sebesar 0,467, variabel lokasi (X₂) sebesar 0,604, variabel daya tarik (X₃) sebesar 0,261. Sehingga diperoleh persamaan linear sebagai berikut:

$$Y = 0,321 + 0,467 X_1 + 0,604 X_2 + 0,261X_3 + e$$

Persamaan tersebut berarti bahwa:

1. Perolehan nilai konstanta sebesar 0,321 menyatakan bahwa jika nilai variabel bebas X_1 , X_2 , X_3 sama dengan nol, maka nilai Y adalah 0,321 dengan anggapan faktor lain adalah konstan.
2. Koefisien X_1 (fasilitas) dari perhitungan regresi linear berganda diperoleh nilai sebesar 0,467 yang berarti bahwa jika terjadi peningkatan X_1 , maka keputusan berkunjung (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,467 dengan anggapan faktor lain adalah konstan.
3. Koefisien X_2 (lokasi) dari perhitungan regresi linear berganda diperoleh nilai sebesar 0,604 yang berarti bahwa jika terjadi peningkatan X_2 , maka keputusan berkunjung (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,604 dengan anggapan faktor lain adalah konstan.
4. Koefisien X_3 (daya tarik) dari perhitungan regresi linear berganda diperoleh nilai sebesar 0,261 yang berarti bahwa jika terjadi peningkatan X_3 , maka keputusan berkunjung (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,261 dengan anggapan faktor lain adalah konstan.

Uji Hipotesis

Uji t (Parsial)

Uji parsial (Uji t) dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara sendiri-sendiri memiliki pengaruh terhadap variabel terikat (keputusan berkunjung). Untuk itu, dilakukan uji t dengan kaidah pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau jika nilai $Sig > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal ini berarti bahwa variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.
- b. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau jika nilai $Sig < = 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti bahwa variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.

Untuk mendefinisikan hasil uji parsial (uji t), maka perlu diketahui nilai t_{tabel} yang dilihat dari tabel distribusi t dengan ketentuan tingkat kepercayaan 95% dan $alpha$ 0,05 serta derajat kebebasan (dk) dengan ketentuan $t_{tabel} = (\alpha/2 ; n-k-1) = t(0,025; 100-3-1) = t(0,025 ; 96) = 1,984$. Dengan demikian, nilai t_{tabel} adalah sebesar 1,984.

Berdasarkan hasil uji parsial yang dilakukan dengan bantuan *Software SPSS 24 for Windows*, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Parsial (Uji t).

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.321	.275		.689	.493
	Fasilitas	.467	.359	.265	2.301	.016
	Lokasi	.604	.378	.307	2.599	.013
	Daya tarik	.261	.344	.090	2.759	.040

a. Dependent Variable: Keputusan berkunjung

Dari hasil perhitungan uji parsial (uji t) yang dilakukan dengan bantuan *Software SPSS for Windows*, diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Pengaruh Fasilitas (X1) terhadap Keputusan Berkunjung (Y).

Dari hasil perhitungan uji parsial (uji t) yang dapat dilihat pada Tabel 2, diperoleh nilai t_{hitung} untuk variabel fasilitas (X1) sebesar 2,301. Nilai ini lebih besar jika dibandingkan nilai t_{tabel} sebesar 1,984 ($t_{hitung} > t_{tabel}$). Nilai signifikansi untuk variabel fasilitas adalah sebesar 0,016 dan nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari nilai 0,05 ($Sig. < 0,05$). Dengan demikian, maka H_a diterima dan H_o ditolak. Ini berarti bahwa secara parsial variabel fasilitas berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan.

2. Pengaruh Lokasi (X2) terhadap Keputusan Berkunjung (Y).

Dari hasil perhitungan uji parsial (uji t) yang dapat dilihat pada Tabel 2, diperoleh nilai t_{hitung} untuk variabel lokasi (X2) sebesar 2,599.

Nilai ini lebih besar jika dibandingkan nilai t_{tabel} sebesar 1,984 ($t_{hitung} > t_{tabel}$). Nilai signifikansi untuk variabel lokasi adalah sebesar 0,013 dan nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari nilai 0,05 ($Sig. < 0,05$).

Dengan demikian, maka H_a diterima dan H_o ditolak. Ini berarti bahwa secara parsial variabel lokasi memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan.

3. Pengaruh Daya Tarik (X3) terhadap Keputusan Berkunjung (Y).

Dari hasil perhitungan uji parsial (uji t) yang dapat dilihat pada Tabel 2, diperoleh nilai t_{hitung} untuk variabel lokasi (X3) sebesar 2,759. Nilai ini lebih besar jika dibandingkan nilai t_{tabel} sebesar 1,984 ($t_{hitung} > t_{tabel}$). Nilai signifikansi untuk variabel lokasi adalah sebesar 0,040 dan nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari nilai 0,05 ($Sig. < 0,05$). Dengan demikian, maka H_a diterima dan H_o ditolak. Ini berarti bahwa secara parsial variabel daya tarik juga memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan.

Uji F (Simultan)

Untuk menguji apakah variabel bebas secara simultan atau bersama-sama memiliki pengaruh terhadap variabel terikat, maka dilakukan uji simultan (Uji F) dengan kaidah pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau jika nilai $Sig > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal ini berarti bahwa variabel bebas secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.
- b. Sebaliknya, jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau jika nilai $Sig < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti bahwa variabel bebas secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat.

Kaidah pengambilan keputusan dapat dilakukan dengan membandingkan antara nilai signifikansi F dengan nilai α 0,05 dan juga dengan membandingkan antara nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} . Oleh karena itu, nilai F_{tabel} perlu ditemukan dengan rumus: $F_{tabel} = F(k; n-k) = F(3; 100-3) = F(3; 97) = 2,70$ atau dengan melihat tabel distribusi F, maka akan ditemukan hasil $F_{tabel} = 2,70$.

Berdasarkan hasil uji simultan dengan bantuan *Software SPSS 24 for Windows*, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Simultan (F)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	3627.904	3	1209.301	20.781	.000 ^b
Residual	5586.606	96	58.194		
Total	9214.510	99			

- a. Dependent Variable: Keputusan berkunjung
- b. Predictors: (Constant), Daya tarik, Lokasi, Fasilitas

Dari Tabel 3 dapat dilihat bahwa diperoleh nilai F sebesar 20,781 dengan nilai *Signifikan* sebesar 0,000. Nilai F_{hitung} 20,781 lebih besar dari nilai F_{tabel} 2,70 ($F_{hitung} > F_{tabel}$) dan nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari nilai 0,05 ($Sig < \alpha$). Dengan demikian, H_a diterima dan H_0 ditolak.

Hal ini berarti bahwa secara simultan (secara bersama-sama) setiap variabel bebas (fasilitas, lokasi dan daya tarik) memiliki pengaruh terhadap variabel terikat (keputusan berkunjung).

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Selanjutnya, untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel X terhadap Y, maka dilakukan uji koefisien determinasi. Uji koefisien determinasi dilakukan dengan menggunakan rumus berikut: (Arikunto, 2013:99)

$$D = r^2 \cdot 100\%$$

Keterangan:

- D = Koefisien determinasi
r = Koefisien korelasi berganda

Hasil persentase koefisien determinasi menunjukkan seberapa besar variabel bebas (fasilitas, lokas dan daya tarik) berpengaruh terhadap variabel terikat (keputusan berkunjung). Semakin besar koefisien determinasinya maka semakin baik pula variabel bebas tersebut mempengaruhi variabel terikat dalam penelitian ini. Adapun hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada Tabel 4 berikut ini.

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.627 ^a	.594	.570	1.628

a. Predictors: (Constant), Daya tarik, Lokasi, Fasilitas

b. Dependent Variable: Keputusan berkunjung

Dari Tabel 4 dapat dilihat bahwa nilai koefisien determinasi *R Square* sebesar 0,594. Nilai *R Square* tersebut menunjukkan bahwa variabel bebas dalam penelitian ini (fasilitas, lokasi dan daya tarik) mampu menjelaskan pengaruhnya terhadap variabel terikat (keputusan berkunjung) sebesar 59%. Sedangkan sisanya, sebesar 41% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang berasal dari luar variabel yang diteliti.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung

Dari hasil analisis data penelitian diperoleh nilai t_{hitung} untuk variabel fasilitas sebesar 2,301. Nilai tersebut lebih besar dari t_{tabel} 1,984 ($t_{hitung} > t_{tabel}$) dan nilai signifikansi 0,016 lebih kecil dari nilai 0,05 ($Sig < \alpha$). Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa variabel fasilitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke agrowisata sawah Pematang Johar.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin baik fasilitas yang tersedia di agrowisata sawah Pematang Johar, maka akan semakin mungkin seorang wisatawan memutuskan untuk berkunjung ke destinasi wisata tersebut. Hal ini berarti bahwa secara parsial fasilitas yang tersedia di wisata sawah Pematang Johar memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Dewi, dkk (2020:21) yang menjelaskan bahwa keputusan seseorang untuk berkunjung dipengaruhi oleh fasilitas yang tersedia ditempat yang akan dikunjungi tersebut.

Semakin baik dan lengkap fasilitas yang tersedia, maka semakin meningkat pula keputusan berkunjung seseorang. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Santoso & Nadapdap (2019:140) yang mengungkapkan bahwa fasilitas yang tersedia di suatu tempat wisata menjadi salah satu yang membuat seseorang memutuskan untuk berkunjung ke tempat wisata tersebut. Dengan kondisi fasilitas yang bersih, lengkap dan mudah digunakan memberikan kenyamanan serta meningkatkan keputusan berkunjung wisatawan.

Fasilitas dalam perusahaan jasa merupakan faktor penting yang berpengaruh terhadap kesuksesan suatu perusahaan jasa, fasilitas yang baik dapat memberikan manfaat baik pengguna jasa dan penyedia jasa tersebut (Tjiptono, 2012:135). Dalam hal penelitian ini, agrowisata sawah Pematang Johar selaku penyedia jasa dan wisatawan sebagai pengguna jasa.

Pendapat tersebut memberikan pemahaman bahwa salah satu faktor penting yang harus diperhatikan oleh pengelola agrowisata sawah Pematang Johar adalah ketersediaan dan kondisi fasilitas agar dapat memberikan manfaat kepada pengunjung selaku pengguna jasa.

2. Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Berkunjung

Variabel bebas kedua (X_2) dalam penelitian ini adalah lokasi wisata. Dari hasil analisis data diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,599 dan t_{tabel} sebesar 1,984 ($t_{hitung} > t_{tabel}$). Nilai signifikan untuk variabel lokasi adalah sebesar 0,013 dan nilai tersebut lebih kecil dari nilai 0,05 ($Sig. < \alpha$). Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa lokasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke agrowisata sawah Pematang Johar.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa lokasi merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan oleh wisatawan dalam membuat suatu keputusan untuk berkunjung ke tempat wisata. Semakin dekat atau semakin mudah lokasi untuk dijangkau maka semakin besar pula keputusan berkunjung yang dihasilkan. Hal ini berarti bahwa lokasi wisata memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Diantanti & Asrori (2021:48) yang menjelaskan bahwa lokasi berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan.

Lokasi yang mudah dijangkau, serta akses yang lancar dan tersedianya penanda jalan yang baik menuju lokasi merupakan hal-hal yang menjadi pertimbangan bagi wisatawan dalam membuat keputusan untuk berkunjung. Temuan penelitian ini, yang menerangkan bahwa lokasi berpengaruh terhadap keputusan berkunjung, memiliki perbedaan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Lebu, dkk (2019:11). Menurut hasil penelitian relevan tersebut, variabel lokasi secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berkunjung. Hal ini berarti bahwa pada destinasi wisata tertentu, pengunjung tidak terlalu memperhatikan lokasi wisata sebagai faktor penting. Dengan kata lain, meskipun lokasi wisata tersebut jauh atau tidak mudah dijangkau, wisatawan akan tetap memutuskan untuk berkunjung ke destinasi wisata tersebut.

3. Pengaruh Daya Tarik terhadap Keputusan Berkunjung

Variabel bebas ketiga dalam penelitian adalah daya tarik wisata. Berdasarkan hasil analisis data, diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,759 dengan nilai t_{tabel} sebesar 1,984 ($t_{hitung} > t_{tabel}$). Nilai signifikansi sebesar 0,040 yang lebih kecil jika dibandingkan dengan nilai $\alpha = 0,05$ ($Sig. < \alpha$). Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa secara parsial daya tarik memiliki pengaruh yang positif dan

signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke agrowisata sawah Pematang Johar.

Temuan pada penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Mulyati & Masruri (2019:201) yang menjelaskan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan berkunjung adalah daya tarik yang ditawarkan oleh tempat wisata tersebut. Hal ini berarti bahwa semakin menarik suatu objek wisata maka semakin tinggi pula ketertarikan wisatawan untuk berkunjung. Dewi, dkk (2020:20) menambahkan bahwa daya tarik wisata memiliki pengaruh positif pada keputusan berkunjung. Semakin baik daya tarik yang dimiliki objek wisata maka semakin baik pula keputusan berkunjung wisatawan.

Berdasarkan hasil analisis data dalam penelitian ini diketahui bahwa daya tarik termasuk ke dalam salah satu faktor yang menentukan bagi wisatawan dalam membuat keputusan berkunjung. Hal ini dibuktikan dengan data yang telah dipaparkan dalam penelitian ini serta didukung oleh jawaban dari responden pada angket penelitian. Variabel daya tarik dalam penelitian ini terdiri dari tiga indikator yaitu, tersedia daya tarik yang dapat disaksikan, daya tarik yang dapat dilakukan dan sesuatu yang dapat dibeli.

4. Pengaruh Fasilitas, Lokasi, Daya Tarik terhadap Keputusan Berkunjung

Berdasarkan hasil analisis data dengan uji simultan yang dilakukan dalam penelitian ini, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 20,781. Nilai tersebut lebih besar dari nilai F_{tabel} 2,70 ($F_{hitung} > F_{tabel}$). Selanjutnya dari perhitungan juga diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 ($Sig. < \alpha$). Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa secara simultan atau bersama-sama, fasilitas, lokasi dan daya tarik memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke agrowisata sawah Pematang Johar. Nilai untuk koefisien determinan R Square sebesar 0,594 yang berarti bahwa variabel bebas dalam penelitian ini yaitu fasilitas, lokasi dan daya tarik mampu menjelaskan pengaruhnya terhadap keputusan berkunjung (variabel terikat) sebesar 59%. Sementara sisanya sebesar 41%, keputusan berkunjung dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Temuan pada penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Mulyati & Masruri (2019:202) yang menjelaskan bahwa secara simultan variabel fasilitas, lokasi dan daya tarik memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Dewi, dkk (2020:19) juga menyatakan hal serupa bahwa secara bersama-sama, fasilitas, lokasi daya tarik wisata memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke suatu objek wisata. Hal ini berarti bahwa semakin lengkap fasilitas, lokasi yang mudah dijangkau, serta tersedianya beragam daya tarik wisata, maka semakin tinggi pula keputusan berkunjung wisatawan.

Berdasarkan analisis data dalam penelitian ini, diketahui bahwa agrowisata sawah Pematang Johar memiliki fasilitas yang terbilang lengkap, lokasi yang relatif mudah dijangkau serta tersedia beragam daya tarik yang dapat dinikmati sehingga wisatawan memutuskan untuk berkunjung ke tempat wisata tersebut.

Hal ini dibuktikan dengan data-data yang diperoleh dari hasil uji parsial dan uji simultan yang telah dipaparkan sebelumnya. Temuan tersebut juga semakin diperkuat dengan jawaban responden terhadap pernyataan untuk variabel keputusan berkunjung

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Berdasarkan analisis data dan pembahasan hasil penelitian, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Fasilitas wisata (X1) berpengaruh terhadap keputusan berkunjung (Y) agrowisata sawah Pematang Johar yang dibuktikan dengan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,301 > 1,984$). Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis penelitian yaitu fasilitas wisata diduga berpengaruh terhadap keputusan berkunjung telah diuji dan terbukti dapat diterima kebenarannya.
2. Lokasi wisata (X2) berpengaruh terhadap keputusan berkunjung (Y) agrowisata sawah Pematang Johar yang dibuktikan dengan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,599 > 1,984$). Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis penelitian yaitu lokasi wisata berpengaruh terhadap keputusan berkunjung telah diuji dan terbukti dapat diterima kebenarannya.
3. Daya tarik wisata (X3) berpengaruh terhadap keputusan berkunjung (Y) agrowisata sawah Pematang Johar yang dibuktikan dengan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,759 > 1,984$). Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis penelitian yaitu daya tarik wisata berpengaruh terhadap keputusan berkunjung telah diuji dan terbukti dapat diterima kebenarannya.
4. Fasilitas (X1), lokasi (X2) dan daya tarik wisata (X3) berpengaruh secara simultan terhadap keputusan berkunjung (Y) agrowisata sawah Pematang Johar dibuktikan dengan nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($20,781 > 2,70$). Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis penelitian yaitu fasilitas, lokasi dan daya tarik wisata berpengaruh secara simultan terhadap keputusan berkunjung telah diuji dan terbukti dapat diterima kebenarannya.

Sejalan dengan kesimpulan yang telah dipaparkan dalam penelitian ini, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

Bagi pengelola agrowisata sawah Pematang Johar

Pengelola agrowisata sawah Pematang Johar diharapkan dapat terus menjaga kondisi, kebersihan serta kelengkapan fasilitas wisata, merawat penunjuk jalan yang tersedia dan terus meningkatkan inovasi serta kreasi dalam hal menambahkan daya tarik yang dimiliki seperti menambahkan wisata edukasi menanam, merawat dan panen hasil padi di kampung wisata sawah Pematang Johar. Hal tersebut dilakukan agar pengunjung tidak merasa bosan selama berwisata di kampung sawah Pematang Johar dan juga agar pengunjung lain dapat tertarik untuk membuat keputusan berkunjung ke agrowisata sawah Pematang Johar.

PENELITIAN LANJUTAN

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengkaji topik yang terkait dengan penelitian ini, terutama variabel lain yang diduga turut mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan ke suatu objek wisata. Hal ini dilakukan agar faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan berkunjung dapat diketahui dengan baik sehingga agrowisata di Indonesia dapat berkembang dengan lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Edisi Revi). PT. Rineka.
- Dewi, M. K., Rivandi, M., & Meirina, E. (2020). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas dan Aksesibilitas terhadap Keputusan Berkunjung di Objek Wisata Pantai Air Manis Kota Padang. *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta*, 15(2), 14–22. <https://doi.org/10.37301/jmubh.v15i2.16895>
- Diantanti, N. P., & Asrori, I. (2021). Jurnal Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan. *Jurnal Translitera*, 10(1), 45–53. <https://doi.org/10.35457/translitera.v10i1.1424>
- Engel, J. F., Blackwell, D. R., & Miniard, P. W. (2014). *Perilaku Konsumen (Terjemahan)*. Binarupa Aksara.
- Fatima, I. (2017). Pengembangan Agrowisata Padi Sawah Berbasis Pertanian Berkelanjutan di Kecamatan Maurole. *AGRICA*, 10(2), 62–74.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Deepublish.
- Junaedi, I. W. R. (2016). *Agrowisata Sebagai Pariwisata Alternatif Indonesia (Solusi Masif Pengentasan Kemiskinan)*. Deepublish.
- Kemenparekraf. (2020). Rencana Strategis Kemenparekraf/Baparekraf 2020-2024. In *Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Kemenparekraf/Baparekraf*.
- Kotler, P., & Amstrong. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Lebu, C. F. ., Mandey, S. L., & Wenas, R. S. (2019). Pengaruh Lokasi, Persepsi Harga dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Danau Linow. *Jurnal EMBA*, 7(4), 5505–5513. <https://doi.org/10.35794/emba.v7i4.26329>
- Mulyati, Y., & Masruri. (2019). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi

- Keputusan Berkunjung Wisatawan Domestik Ditinjau dari Perspektif Daya Tarik Destinasi Wisata Kota Bukittinggi. *MENARA Ilmu*, 13(1), 190-205.
- Palit, I. G., Talumingan, C., & Rumagit, G. A. . (2017). Strategi Pengembangan Kawasan Agrowisata Rurukan. *Agri-SosioEkonomi Unsrat*, 13(2), 21-34.
- Paul, P. J., & Olson, J. C. (2015). *Consumer Behavior, Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Erlangga.
- Rahmawati. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Mulawarman University Press.
- Santoso, I., & Nadapdap, H. J. (2019). Jurnal Hubungan Fasilitas Kualitas Pelayanan Harga dan Tempat terhadap Kepuasan Pengunjung Agrowisata di PT Perkebunan Tambi Kab Wonosobo. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian (JSEP)*, 15(2), 135-143.
- Sulistiyana, R. T., Hamid, D., & Azizah, D. F. (2015). Pengaruh Fasilitas Wisata dan Harga terhadap kepuasan Konsumen (Studi pada Museum Satwa). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 25(1), 1-9.
- Tjiptono. (2012). *Service Management Mewujudkan Pelayanan Prima*. Andi.
- Undang Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan*.
- Utama, I. G. B. R. (2017). *Pemasaran Oariwisata*. Penerbit ANDI.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Edisi Revi). PT. Rineka.
- Dewi, M. K., Rivandi, M., & Meirina, E. (2020). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas dan Aksesibilitas terhadap Keputusan Berkunjung di Objek Wisata Pantai Air Manis Kota Padang. *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta*, 15(2), 14-22. <https://doi.org/10.37301/jmubh.v15i2.16895>
- Diantanti, N. P., & Asrori, I. (2021). Jurnal Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan. *Jurnal Translitera*, 10(1), 45-53. <https://doi.org/10.35457/translitera.v10i1.1424>
- Engel, J. F., Blackwell, D. R., & Miniard, P. W. (2014). *Perilaku Konsumen (Terjemahan)*. Binarupa Aksara.
- Fatima, I. (2017). Pengembangan Agrowisata Padi Sawah Berbasis Pertanian Berkelanjutan di Kecamatan Maurole. *AGRICA*, 10(2), 62-74.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Deepublish.

- Junaedi, I. W. R. (2016). *Agrowisata Sebagai Pariwisata Alternatif Indonesia (Solusi Masif Pengentasan Kemiskinan)*. Deepublish.
- Kemenparekraf. (2020). Rencana Strategis Kemenparekraf/Baparekraf 2020-2024. In *Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Kemenparekraf/Baparekraf*.
- Kotler, P., & Amstrong. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Lebu, C. F. ., Mandey, S. L., & Wenas, R. S. (2019). Pengaruh Lokasi, Persepsi Harga dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Danau Linow. *Jurnal EMBA*, 7(4), 5505–5513. <https://doi.org/10.35794/emba.v7i4.26329>
- Mulyati, Y., & Masruri. (2019). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Wisatawan Domestik Ditinjau dari Perspektif Daya Tarik Destinasi Wisata Kota Bukittinggi. *MENARA Ilmu*, 13(1), 190–205.
- Palit, I. G., Talumingan, C., & Rumagit, G. A. . (2017). Strategi Pengembangan Kawasan Agrowisata Rurukan. *Agri-SosioEkonomi Unsrat*, 13(2), 21–34.
- Paul, P. J., & Olson, J. C. (2015). *Consumer Behavior, Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Erlangga.
- Rahmawati. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Mulawarman University Press.
- Santoso, I., & Nadapdap, H. J. (2019). Jurnal Hubungan Fasilitas Kualitas Pelayanan Harga dan Tempat terhadap Kepuasan Pengunjung Agrowisata di PT Perkebunan Tambi Kab Wonosobo. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian (JSEP)*, 15(2), 135–143.
- Sulistiyana, R. T., Hamid, D., & Azizah, D. F. (2015). Pengaruh Fasilitas Wisata dan Harga terhadap kepuasan Konsumen (Studi pada Museum Satwa). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 25(1), 1–9.
- Tjiptono. (2012). *Service Management Mewujudkan Pelayanan Prima*. Andi.
- Undang Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan.*
- Utama, I. G. B. R. (2017). *Pemasaran Oariwisata*. Penerbit ANDI.