

## Pengaruh harga dan daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung

Ristiani

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Singaperbangsa, Karawang.  
Email: ristianiagustin3@gmail.com

### Abstrak

Sektor pariwisata sebagai kegiatan ekonomi telah menjadi andalan potensial bagi sejumlah negara yang di anggap menguntungkan untuk dijadikan sebagai asset yang bernilai. Banyaknya tempat wisata dapat menarik wisatawan untuk melakukan perjalanan berlibur. Dari objek wisata yang ada di Kabupaten Karawang salah satunya adalah Kampung Turis Resort & Water Park. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Harga, Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung pada wisata Kampung Turis Resort & Water Park Mekar Buana Karawang. Serta menguji, menganalisis seberapa besar pengaruh harga, daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. data dianalisis menggunakan analisis jalur dan uji hipotesis menggunakan parsial (uji t) dan simultan (uji f). Terdapat hubungan positif yang sangat kuat dan searah antara harga dan daya tarik wisata. Adanya pengaruh parsial antara harga terhadap keputusan berkunjung secara positif dan signifikan. Adanya pengaruh parsial antara daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung. Terdapat pengaruh simultan antara harga dan daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung pada wisata Kampung Turis Resort & Water Park Mekar Buana Karawang.

**Kata Kunci:** Harga; daya tarik wisata; keputusan berkunjung

### *The influence of price and tourist attractiveness on the decision to visit*

#### *Abstract*

*The tourism sector as an economic activity has become a potential mainstay for a number of countries which are considered profitable to serve as valuable assets for the country. The number of tourist attractions can attract tourists to take a vacation trip. Of the tourist objects in Karawang Regency, one of them is the natural water tourism object, Kampung Tourist Resort & Water Park. This study aims to determine the price, tourist attractiveness of the visiting concept in the tourist village of the Mekar Buana Karawang Resort & Water Park. As well as testing, analyzing how much influence price, tourist attraction on visiting decisions. The method used is descriptive and verification methods using a quantitative approach. Data were analyzed using path analysis and hypothesis testing using partial (t test) and simultaneous (f test). There is a very strong and unidirectional positive relationship between price and tourist attractiveness. There is a partial influence between price on the decision to visit positively and significantly. There is a partial influence between tourist attractions and visiting decisions. There is a simultaneous influence between price and tourist attraction on the decision to visit the Tourist Village Resort & Water Park Mekar Buana Karawang.*

**Keywords:** Prices; travel attractions; visiting decisions

---

---

## PENDAHULUAN

Pariwisata sebagai kegiatan perekonomian menjadi andalan yang potensial serta prioritas pengembangan bagi sejumlah negara. Hal ini ditandai dengan banyaknya jumlah pariwisata dengan peningkatan jumlah pengunjung yang semakin meningkat. Adapun hal yang dapat diperoleh dari pariwisata ini telah memberikan kontribusi yang menentukan terhadap pembangunan ekonomi dan sosial terhadap suatu negara atau daerah. Pentingnya mendorong sektor pariwisata karena dapat menciptakan lapangan pekerjaan yang mudah dan murah bagi suatu daerah. Pariwisata merupakan sektor yang paling penting dan berperan dalam peningkatan pendapatan.

Seiring berjalannya waktu pada saat ini, sektor pariwisata membawa pengaruh yang berakibat mendorong dan mempercepat pertumbuhan perekonomian yang ada di Indonesia karena melibatkan banyak orang pada prosesnya. Pada kegiatan pariwisata ini tentu ada sebuah permintaan, baik itu dalam permintaan dalam segi mengkonsumsi maupun investasi yang akan menimbulkan terjadinya proses kegiatan produksi dan keberhasilan terhadap pengembangan pariwisata, artinya akan meningkatnya peran dalam penerimaan daerah, dimana pariwisata menjadi komponen utama dengan memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhinya.

Indonesia ini memiliki keindahan alam yang sangat mendukung untuk dikembangkan. Banyaknya tempat wisata yang menjadi potensi dan dapat menarik wisatawan untuk melakukan perjalanan berlibur di Indonesia. Pengembangan destinasi pariwisata ini semata-mata untuk membantu masyarakat sekitar tempat wisata untuk mendapatkan penghasilan. Kabupaten Karawang merupakan kabupaten yang ada di Jawa Barat.

Dari beberapa objek wisata yang ada di Kabupaten Karawang salah satunya adalah objek wisata alam air Kampung Turis Resort & Water Park yang terletak di selatan Karawang tepatnya di Kp. Parakan Badak, Desa. Mekar Buana, Kecamatan Tegal Waru.

Kampung Turis Resort & Water Park ini menjadi adalah wisata air yang menyuguhkan berbagai fasilitas diantaranya seperti villa, Restoran, Out Bound, Water Park, Wisata Air, Pemancingan dan menjadi salah satu icon wisata yang banyak dikunjungi karena Kampung Turis ini cocok untuk untuk dijadikan tempat liburan bersama keluarga, selain itu juga Kampung Turis juga dapat menjadi rekomendasi untuk mengadakan Family Gathering dan Company Gathering.

### **Tinjauan pustaka**

#### **Manajemen pemasaran**

Menurut Ir. Agustina Shinta (2011:1) menyatakan bahwa:“Manajemen pemasaran adalah suatu usaha untuk merencanakan, mengimplementasikan (yang terdiri dari kegiatan mengorganisasikan, mengarahkan, mengkoordinir) serta mengawasi kegiatan pemasaran dalam suatu kelompok agar mencapai tujuan yang efisien dan efektif”.

#### **Harga**

Menurut Fandy Tjiptono (2015:291) menyatakan bahwa, harga merupakan alat atau untuk melakukan perbandingan antar produk atau merek yang saling bersaing.

#### **Daya tarik wisata**

Menurut Sunaryo (2013) menyatakan bahwa daya tarik wisata dijadikan potensi yang menjadi pendorong utama wisatawan untuk mengunjungi suatu kawasan objek wisata adalah daya tarik wisata (Attraction), juga diperhatikan bahwa akses jalan yang baik saja tidak cukup tanpa diiringi dengan ketersediaan sarana transformasi.

#### **Keputusan berkunjung**

Menurut Kotler dan Keller (2012:161) keputusan berkunjung adalah keputusan yang diambil konsumen untuk mengatasi segala permasalahan yang dihadapi dengan menggunakan atau memanfaatkan segala informasi yang diketahui dan kemudian menilai berbagai alternatif yang bisa dipilih.

---

---

## METODE

Metode penelitian menurut Sugiyono (2015:2) merupakan cara mengumpulkan data dengan tujuan kegunaan tertentu. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif verifikatif.

Deskriptif adalah suatu metode penelitian dalam suatu kelompok manusia atau objek, suatu konsisi, suatu system pemikiran ataupun suatu kelas pariwisata masa sekarang. Tujuan penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta serta hubungan antara fenomena yang diteliti.

Verifikatif bertujuan untuk menguji suatu teori atau penelitian hasil sebelumnya, sehingga diperoleh hasil yang memperkuat atau mengugurkan teori atau hasil penelitian sebelumnya. Dalam penelitian verifikatif ini selain data yang diperoleh di lapangan dapat di uji kebenaran dan hasil penelitian lain.

Populasi menurut Sujarweni (2015:15) menyatakan bahwa populasi adalah sekumpulan orang atau objek yang memiliki kesamaan dalam satu atau beberapa hal dan membentuk masalah pokok dalam suatu riset khusus. Pada penelitian ini populasinya adalah Pengunjung Kampung Turis Resort & Water Park Mekar Buana Karawang pada tahun 2019.

Menurut Sugiyono (2017:81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang sangat banyak. Jika populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu maka peneliti dapat menggunakan sampel dari populasi.

Adapun jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini merujuk pada rumus Roscoe. Roscoe dalam Sugiyono (2016) mengemukakan saran tentang ukuran sampel untuk penelitian sebagai berikut:

Ukuran layak dalam penelitian ini adalah antara 30 sampai dengan 500

Bila sampel di bagi dalam kategori (misalnya: pria-wanita, pegawai swasta dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30; dan

Bila penelitian ini akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitiannya ada 5 (independen+dependen), maka jumlah anggota sampel =  $10 \times 5 = 50$ .

Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 sampai dengan 20.

Mengacu pada teori di atas, maka peneliti menetapkan jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 100 orang. Hal tersebut didasari bahwa peneliti akan melakukan analisis regresi berganda dimana dikatakan bahwa jumlah sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Jumlah variabel dalam penelitian ini adalah sebanyak tiga variabel maka minimal jumlah sampel yang diteliti adalah 30 orang. Dengan begitu, jumlah sampel yang di ambil pada penelitian ini sebanyak 100 orang yang telah memenuhi syarat-syarat yang ditentukan.

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik Nonprobability Sampling dengan metode Sampling Purposive. Menurut Sugiyono (2017:85) Sampling purposive adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Jadi sampel yang digunakan adalah Pengunjung Kampung Turis Resort & Water Park Mekar Buana Karawang pada tahun 2019 yang berusia 15 Tahun sampai dengan > 40 Tahun, dan yang telah melakukan kunjungan atau berwisata lebih dari satu kali.

Teknik pengumpulan data adalah cara untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuesioner, metode observasi (survey) dan wawancara.

Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah metode analisis kuantitatif. Dimana untuk mencapai tujuan pertama yaitu menganalisis pengaruh harga dan daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung dengan menggunakan analisis jalur (path analysis). Analisis jalur digunakan untuk menganalisa pola hubungan antar variabel dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh

langsung maupun tidak langsung seperangkat variabel bebas (eksogen) terhadap variabel terikat (endogen). Pada penelitian ini menggunakan alat bantu dari program SPSS 16.

Model analisis jalur yang diterapkan adalah pola hubungan sebab-akibat. Disusun dalam fungsi atau persamaan sebagai berikut:

$$Y = \rho_{yx1}X1 + \rho_{yx2}X2 + \varepsilon$$

#### Perhitungan koefisien determinasi ( $r^2$ )

Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan keputusan pembelian. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai satu nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel independen sangat terbatas.

Uji F (Simultan), merupakan hipotesis guna untuk mengetahui hubungan antar tiga variabel atau lebih dengan menyatakan bahwa variabel bebas dan  $n =$  jumlah sampel.

Uji t (Parsial) yaitu uji untuk mempengaruhi pengaruh variabel-variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Pengujian signifikan korelasi dapat dihitung dengan uji t, dengan perhitungan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{(1-r^2)}} \text{ dengan } dk = n - 2$$

Kriteria pengujianya adalah tolak  $H_0$  jika harga mutlak rumus t dari rumus di atas lebih besar daripada harga t yang didapat dari tabel distribusi t dengan  $\alpha$  (alpha) yang dipilih.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji validitas

Setelah mengumpulkan kuesioner dari responden, kemudian dilakukan uji validitas kembali terhadap data yang diperoleh. Dari data yang diperoleh menunjukkan bahwa semua item yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian dinyatakan valid.

### Uji reliabilitas

Kriteria suatu instrumen dinyatakan reliabel apabila Cronbach alpha  $>0.6$  namun sebaliknya jika Cronbach alpha  $<0.6$  dinyatakan tidak reliabel. Dalam penelitian ini menunjukkan Cronbach alpha  $>0.6$  dan dinyatakan reliabel.

### Rekapitulasi jawaban responden

Berikut adalah tabel hasil output kuesioner yang diberikan kepada responden.

Tabel 1. Rekapitulasi harga (x1)

| Indikator                              | Total skor | Kriteria |
|--|------------|----------|
| Keterjangkauan harga                   | 361        | Setuju   |
| Ketetapan harga                        | 381        | Setuju   |
| Sesuai daya beli masyarakat            | 405        | Setuju   |
| Kesesuaian harga dengan kualitas       | 369        | Setuju   |
| Kesesuaian harga dengan manfaat produk | 380        | Setuju   |
| Kesesuaian harga dengan nilai produk   | 377        | Setuju   |
| Variasi harga                          | 361        | Setuju   |
| Perbandingan harga                     | 360        | Setuju   |
| Kesesuaian dengan kemasan produk       | 383        | Setuju   |
| Persamaan harga dengan produk sejenis  | 375        | Setuju   |
| Persaingan harga                       | 347        | Setuju   |
| Potongan harga                         | 377        | Setuju   |
| Jumlah Skor                            | 4,476      |          |
| Rata-rata                              | 373        | Setuju   |
| Standar Deviasi                        | 14,83      |          |
| Rentang Minimum                        | 358,17     | Setuju   |
| Rentang Maksimum                       | 387,83     | Setuju   |

Tabel 2. Rekapitulasi variabel daya tarik wisata (x2)

| Indikator                                     | Total skor | Kriteria |
|---|------------|----------|
| Daya tarik pemandangan                        | 387        | Setuju   |
| Daya tarik keindahan wisata                   | 392        | Setuju   |
| Perbedaan suhu di kota dan pegunungan         | 376        | Setuju   |
| Daya tarik kebersihan tempat wisata           | 366        | Setuju   |
| Tingkat kenyamanan tempat                     | 373        | Setuju   |
| Tingkat kebersihan fasilitas yang ada         | 363        | Setuju   |
| Tingkat keamanan area parkir                  | 372        | Setuju   |
| Tingkat kemudahan akses jalan yang dituju     | 370        | Setuju   |
| Keamanan pada area wisata                     | 372        | Setuju   |
| Daya tarik tingkat terbentuknya tempat wisata | 376        | Setuju   |
| Keberagaman cenderamata/souvenir              | 353        | Setuju   |
| Keramahan masyarakat                          | 367        | Setuju   |
| Kesopanan masyarakat                          | 368        | Setuju   |
| Jumlah Skor                                   | 4,835      |          |
| Rata-rata                                     | 337,30     | Setuju   |
| Standar Deviasi                               | 9,920      |          |
| Rentang Minimum                               | 327,38     | Setuju   |
| Rentang Maksimum                              | 347,22     | Setuju   |

Tabel 3. Rekapitulasi keputusan berkunjung (y)

| Indikator                                | Total Skor | Kriteria |
|--|------------|----------|
| Kualitas produk                          | 377        | Setuju   |
| Keunggulan produk                        | 367        | Setuju   |
| Manfaat produk                           | 378        | Setuju   |
| Wahana menarik                           | 360        | Setuju   |
| Wahana beragam                           | 364        | Setuju   |
| Keterjangkauan harga                     | 366        | Setuju   |
| Lokasi strategis                         | 375        | Setuju   |
| Kemudahan akses lokasi                   | 375        | Setuju   |
| Melakukan kunjungan beberapa kali        | 385        | Setuju   |
| Ketergantungan terhadap biaya perjalanan | 374        | Setuju   |
| Kesesuaian dengan kebutuhan              | 356        | Setuju   |
| Keuntungan yang dirasakan                | 370        | Setuju   |
| Keberagaman metode                       | 353        | Setuju   |
| Jumlah Skor                              | 4.800      |          |
| Rata-rata                                | 369,23     | Setuju   |
| Standar Deviasi                          | 9,319      |          |
| Rentang Minimum                          | 359,911    | Setuju   |
| Rentang Maksimum                         | 376,549    | Setuju   |

### Korelasi antara harga dan daya tarik wisata

Pengujian hipotesis hubungan antara Harga (X1) dan Daya Tarik Wisata (X2) dilakukan dengan menggunakan uji statistik t, yaitu dengan rumus sebagai berikut (Sarwono & Salim, 2016:12):

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Diketahui:

$$r = 0,816$$

$$n = 100$$

Maka:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

$$t = \frac{0,816\sqrt{100-2}}{\sqrt{1-0,816^2}}$$

$$t = \frac{0,816 \times 9,89949}{0,47895}$$

$$t = \frac{8,077}{0,428}$$

$$t = 18,87$$

Nilai thitung diatas selanjutnya dibandingkan dengan ttabel pada tingkat kesalahan 5%  $df = n - 2 = 100 - 2 = 98$ , maka diperoleh ttabel = 1,66055. Dengan demikian diketahui thitung (18,87) > ttabel (1,66055), maka dapat dinyatakan bahwa  $H_0$  ditolak, artinya ada korelasi yang signifikan dan kuat antara Harga (X1) dan Daya Tarik Wisata (X2).

#### Uji f (Simultan)

Tabel 4. Pengaruh simultan harga (x1) dan daya tarik wisata (x2) terhadap Keputusan Berkunjung (Y)

| Struktur | Sig.  | A    | fhitung | ftabel | Kesimpulan    |
|----------|-------|------|---------|--------|---------------|
| pyx1x2   | 0,000 | 0,05 | 141,542 | 3,09   | $H_0$ ditolak |

Tabel diatas, menunjukan nilai sig. (0,000) <  $\alpha$  (0,5) dan fhitung (141,542) > ftabel (3,09) maka  $H_0$  ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Harga (x1) dan Daya Tarik Wisata (x2) secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung (Y).

#### Uji t (Parsial)

##### Uji parsial harga (X1) terhadap keputusan berkunjung (y)

Tabel 5. Pengaruh parsial kualitas harga (x1) terhadap keputusan berkunjung (y)

| Struktur | Sig.  | A    | thitung | ttabel  | Kesimpulan    |
|----------|-------|------|---------|---------|---------------|
| pyx1     | 0,004 | 0,05 | 2.967   | 1,66055 | $H_0$ ditolak |

Tabel menunjukan nilai sig. (0,000) <  $\alpha$  (0,5) dan thitung (2.967) > ttabel (1,66055) maka  $H_0$  ditolak.

##### Uji parsial daya tarik wisata (x2) terhadap keputusan berkunjung (y)

Tabel 6. Pengaruh parsial daya tarik wisata (x2) terhadap keputusan berkunjung (y)

| Struktur | Sig.  | A    | thitung | ttabel  | Kesimpulan    |
|----------|-------|------|---------|---------|---------------|
| pyx1     | 0,000 | 0,05 | 7.162   | 1,66055 | $H_0$ ditolak |

Tabel tersebut menunjukan nilai sig. (0,000) <  $\alpha$  (0,5) dan thitung (7.162) > ttabel (1,66055) maka  $H_0$  ditolak.

Adapun pembahasan dari hasil penelitian deskriptif. Terdapat tiga hasil pembahasan deskriptif, yang pertama mengenai hasil penelitian Harga, yang kedua mengenai hasil penelitian Daya Tarik Wisata, dan yang terakhir mengenai hasil penelitian Keputusan Berkunjung, Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, didapatkan hasil mengenai variabel Harga pada pengunjung Kampung Turis Resort & Water Park Mekar Buana Karawang yang memiliki total skor dari 12 indikator sebesar 4.476 dan rata-rata skor 373 yang berada pada rentang skala 340-420 dengan kriteria setuju, artinya harga yang telah ditetapkan di Kampung Turis Reort & Water Park Mekar Buana Karawang di nilai terjangkau oleh pengunjung.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, didapatkan hasil mengenai variabel daya tarik wisata pada pengunjung Kampung Turis Resort & Water Park Mekar Buana Karawang total skor dari 13 indikator sebesar 4.385 dan rata-rata skor 337,30 yang berada pada rentang skala 260-340 dengan kriteria cukup setuju, artinya daya tarik wisata dapat dinilai mampu menarik wisatawan.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, didapatkan hasil mengenai variabel keputusan berkunjung pada pengunjung Kampung Turis Resort & Water Park Mekar Buana Karawang yang memiliki total skor dari 13 indikator sebesar 4.800 dan rata-rata skor 369,23 yang berada pada rentang skala 340-420 dengan kriteria setuju, artinya pengunjung menilai bahwa ketika mereka memutuskan untuk berkenjung ke tempat wisata sesuai dengan keinginannya.

**Korelasi antara harga (x1) dan daya tarik wisata (x2)**

Memiliki koefisien sebesar 0,816 dan memiliki tingkat hubungan yang sangat kuat dan searah karena nilainya positif.

**Pengaruh parsial antara harga (x1) terhadap keputusan berkunjung (y)**

Pengaruh harga terhadap keputusan berkunjung adalah sebesar 0,069 atau 6,9%. Hal ini menunjukkan pengaruh positif antara harga terhadap keputusan berkunjung

**Pengaruh parsial antara daya tarik wisata (x2) terhadap keputusan berkunjung (y)**

Pengaruh daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung adalah sebesar 0,403 atau 40,3%. Hal ini menunjukkan pengaruh positif antara daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung

**Pengaruh simultan harga (x1) dan daya tarik wisata (x2) terhadap keputusan berkunjung (y)**

Dengan kriteria uji nilai sig. (0,000) <  $\alpha$  (0,5) dan  $t_{hitung}$  (141,542) >  $t_{tabel}$  (3,09) maka  $H_0$  ditolak. Total pengaruh yang disebabkan oleh Harga (X1) dan Daya Tarik Wisata (X2) memiliki kontribusi terhadap Keputusan Berkunjung (Y) yaitu sebesar 47,2%. Sedangkan sisanya merupakan variabel lain ( $\epsilon$ ) 52,8% yang tidak diteliti dalam penelitian ini

**SIMPULAN**

Harga pada Pada Wisata Kampung Turis Resort & Water Park Mekar Buana Karawang dengan menggunakan 12 pernyataan terhadap variabel Harga yang berdasarkan pada kuesioner diperoleh rata-rata sebesar 373 dengan kriteria setuju. Artinya variabel Harga Pada Wisata Kampung Turis Resort & Water Park Mekar Buana Karawang sangat terjangkau. Hal ini menunjukkan bahwa pengunjung menilai baik tentang semua harga dan fasilitas yang ada. Daya Tarik Wisata Pada Wisata Kampung Turis Resort & Water Park Mekar Buana Karawang dengan menggunakan 13 pernyataan terhadap variabel daya tarik wisata yang berdasarkan hasil kuesioner diperoleh rata-rata sebesar 337,30 dengan kriteria cukup setuju, artinya daya tarik wisata memberi pengaruh tersendiri kepada pengunjung dengan menyuguhkan keindahan alam yang ada. Hal ini menunjukkan bahwa pengunjung Pada Wisata Kampung Turis Resort & Water Park Mekar Buana Karawang menilai baik, karena daya tarik wisata yang ada sangat indah. Keputusan Berkunjung Pada Wisata Kampung Turis Resort & Water Park Mekar Buana Karawang dengan menggunakan 13 pernyataan terhadap variabel keputusan berkunjung yang berdasarkan hasil kuesioner diperoleh rata-rata sebesar 369,23 dengan kriteria setuju. Artinya variabel keputusan berkunjung Pada Wisata Kampung Turis Resort & Water Park Mekar Buana Karawang menilai sudah baik. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan berkunjung sesuai dengan keinginannya sendiri.

Pada variabel Harga, daya tarik wisata dan keputusan berkunjung erdapat indikator dengan skor rendah Sebaiknya perusahaan harus memperhatikan seputar harga , daya tarik dan keputusan berkunjung agar tujuan perusahaan tercapai. Peneliti selanjutnya dapat meneruskan penelitian ini dengan meneliti secara lebih lanjut atau variabel-variabel yang mempengaruhi setiap variabel yang harus lebih diteliti dengan baik.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Alma, Buchari, H. Dr. Prof. 2018. Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabet
- Foster, Bob. Sidharta, Iwan. 2019. Dasar-Dasar Manajemen. Yogyakarta :DiandraKreatif
- Firmansyah, M. Anang. 2018. Perilaku Konsumen (sikap dan Pemasaran). Yogyakarta: Deepublish
- Luturlean, Saleh, Bachruddin. Et.al. 2019. Stategi Bisnis Pariwisata. Bandung: Buku Pendidikan-Anggota IKAPI Mencerahkan Kehidupan
- Nurdiansyah, Haris. Rahman, Saepul, Robbi. 2019. Pengantar Manajemen. Yogyakarta: Diandra Kreatif
- Shinta, Agustini,. 2011. Manajemen Pemasaran. Malang: Universitas Brawijaya Press (UB Press)

---

---

Suprpto Rifqy. Azizi Wahyuddinm Zaky, M. 2020. Buku Ajar Manajemen Pemasaran Ponorogo: Myria Publisher

Supriadi, Bambang. Roedjinandari, Nanny. 2017. Perencanaan & Pengembangan Destinasi Wisata. Malang : Universitas Negeri Malang

Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&G. Bandung: Alfabeta

Triyono, Aris. Wardani.2019. Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Deepublish