



PENGARUH HARGA, LOKASI, DAN SUASANA TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN BERKUNJUNG DI OBYEK WISATA PEMANDIAN TIRTA RIA KECAMATAN NGASEM KABUPATEN KEDIRI

Muhammad Rizal Fadilah, Bayu Pramutoko, Dadang Afrianto

Universitas Islam Kediri

ARTICLE INFO

Article history:

Received Oktober 2023

Revised Oktober 2023

Accepted Oktober 2023

Available online Oktober 2023

Kata Kunci : Pengaruh Harga, Lokasi, dan Suasana Terhadap Keputusan Berkunjung

Keyword : The influence of price, location and atmosphere on the decision to visit



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.
Copyright © 2023 by Author. Published by Triwikrama

Abstract. *This research aims to find out the influence of price, location, and atmosphere on consumers decisions to visit the Tirta Ria Baths tourist attraction, Ngasem sub-district, Kediri district. The analysis techniques used are validity test, reliability test, correlation test, t test, F test, multiple linear regression analysis, and R² determination. The population in this study was 17,880 and the sample used was 99 visitors because it used a simple random sampling techniques. The research results show that price and location have a significant positive influence on the decision to visit, while the atmosphere has no influence on the decision to visit.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang pengaruh harga, lokasi dan suasana terhadap keputusan konsumen berkunjung di obyek wisata pemandian tirta ria kecamatan ngasem kabupaten kediri. Teknik analisis yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji korelasi, uji t, uji F, analisis regresi linier berganda, dan determinasi R². Populasi dalam penelitian ini sebanyak 17.880 dan sampel yang digunakan 99 pengunjung karena menggunakan teknik *simple random sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan harga dan lokasi secara positif berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung, sedangkan suasana tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung.

rizalfadilah794@gmail.com, byadsen@gmail.com, lalasport088@gmail.com



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).



LATAR BELAKANG

Ekonomi di Indonesia pada saat ini telah berkembang dengan cepat setelah mengalami keterpurukan di tahun-tahun sebelumnya dikarenakan pandemi virus covid-19. Keberadaan ekonomi yang semakin meningkat menunjukkan bahwa di Indonesia menjadi angin segar untuk tahun berikutnya. Adapun sektor yang sangat berperan meningkatkan perekonomian di Indonesia adalah sektor pariwisata.

Salah satu obyek pariwisata yang menjadi incaran para pengunjung di Kediri adalah kolam renang. Keberadaan kolam renang sebagai tempat melepas penat oleh keluarga dan juga pemenuhan kebutuhan olahraga air. Di Kediri sendiri jumlah kolam renang sangatlah banyak. Dari beberapa kolam renang yang berada di wilayah Kediri peneliti memilih Pemandian Tirta Ria dikarenakan lokasi yang berdekatan dengan rumah penduduk.

Faktor yang menjadi pertimbangan para konsumen salah satunya adalah harga. Unsur yang sangat memberikan pengaruh pada pemasaran untuk mendapatkan keuntungan adalah harga. Seseorang yang ingin mendapatkan barang atau jasa maka harus memberikan sejumlah uang atau nilai dari barang atau jasa tersebut. Besaran harga yang harus dibayarkan oleh pengunjung mempengaruhi keputusan pengunjung untuk mengambil barang atau jasa yang ditawarkan.

Lokasi sebagai tempat yang ada di muka bumi. Di era sekarang ini pengunjung tentunya sangat pemilih dan melihat tujuan berkunjung mereka. Penempatan lokasi yang strategis akan menimbulkan dampak yang bagus pula dalam memasarkan barang atau jasa. Dalam menjalankan bisnis pariwisata harus pandai-pandai mendapatkan lokasi yang strategis. Makna lokasi itu sendiri sebagai tempat beroperasinya usaha untuk mendapatkan barang atau jasa.

Suasana dimaknai sebagai campuran dari ciri khas perusahaan yang mempengaruhi pikiran para pengunjung. Pengunjung saat ini juga mempertimbangkan faktor suasana dalam memilih tempat wisata. Sebelum menentukan pilihan lokasi wisata, yang memungkinkan pertama kali dilihat oleh pengunjung ialah suasana.

Paparan yang telah diuraikan menunjukkan bahwa terdapat urgensi untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **“Pengaruh Harga, Lokasi, dan Suasana Terhadap Keputusan Konsumen Mengunjungi Wisata Pemandian Tirta Ria Kecamatan Ngasem Kabupaten Kediri.”**

KAJIAN TEORITIS

1) Harga

Harga adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan nilai yang memberikan pendapatan, Philip Kotler (dalam Birusman, 2017:87). Keberadaan harga menjadi indikator bauran pada pemasaran yang gampang disesuaikan berdasarkan ciri produk, saluran, dan juga promosi dengan durasi tertentu. Sebuah perusahaan dalam menawarkan produknya harus memperhatikan biaya yang harus dibayar oleh pelanggan, Fandy Tjiptono (dalam Birusman, 2017:88). Keberadaan harga merupakan indikator yang luwes dan dapat dengan mudah berubah. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa harga merupakan sejumlah uang yang harus diberikan oleh pelanggan kepada pelaku usaha yang menjual produk tersebut.

2) Lokasi

Keberadaan lokasi sebagai letak dan tempat yang ada di muka bumi yang berhubungan oleh tempat, benda, maupun fenomena lain, Maryani (dalam Agestina &

rizalfadilah794@gmail.com, byadsen@gmail.com, lalasport088@gmail.com



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).



Susilowati, 2019:114). Lokasi dalam sebuah kegiatan usaha akan memberikan dampak pada hasil penjualan, Ma'aruf (dalam Sumawan et al., 2015:23). Ma'aruf (dalam Sumawan et al., 2015:23). Sebuah lokasi yang strategis maka akan berdampak baik bagi perusahaan daripada yang berlokasi kurang strategis. Keberadaan lokasi menjadi hal yang penting untuk ditentukan dalam melakukan usaha.

3) Suasana

Keberadaan suasana adalah sebagai bentuk komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik, dan wangi-wangian untuk memberikan pengaruh keputusan konsumen pada pemilihan tempat, Utami (dalam Liu., 2016:23).

Keberadaan *store atmosphere* memiliki kaitannya dengan *store image*, Sustina (dalam Liu., 2016:23). Adapun beberapa faktor yang membentuk *store image* yaitu produk yang ditawarkan, pemberian layanan pada toko, konsumen pada toko, toko sebagai wadah untuk memberikan kebahagiaan hidup, aktivitas, promosi, dan suasana tempat.

4) Keputusan Berkunjung

Keputusan dalam berkunjung pada penelitian ini berhubungan dengan keputusan berkunjung pelanggan dalam membeli produk atau jasa. Keputusan ini berhubungan dengan aktivitas pengunjung dalam memilih beberapa pertimbangan dari alternatif yang ada, Amirulah (dalam Fitroh, Syakir Kamil Ainul Hamid & Hakim, 2017:20).

Hipotesis

Ha : Diduga ada pengaruh signifikan antara Harga terhadap Keputusan Berkunjung secara Parsial.

Ha : Diduga ada pengaruh signifikan antara Lokasi terhadap Keputusan Berkunjung secara Parsial.

Ha : Diduga ada pengaruh signifikan antara Suasana terhadap Keputusan Berkunjung secara Parsial

Ha : Diduga ada pengaruh antara Harga, Lokasi, dan Suasana terhadap Keputusan Berkunjung secara Simultan.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan model penelitian kuantitatif. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengumpulkan instrumen penelitian dari keberadaan populasi atau sampel melalui bantuan alat kuantitatif dan statistik untuk menguji hipotesis yang ada (Sugiyono 2013:7).

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Pemandian Tirta Ria yang tepatnya berada di Jln.Nusa Indah Rt.08 Rw.02 Dsn.Joho Ds.Sumberejo Kec.Ngasem Kab.Kediri, Jawa Timur. Lokasi ini dipilih karena terdapat beberapa masalah mengenai subjek penelitian.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah ketetapan yang dilakukan peneliti dalam mempelajari dan menarik kesimpulan dari keberadaan wilayah yang telah digenerasi atas obyek dan subyek sesuai dengan kualitas dan karakteristik tertentu (Sugiyono 2013:80). Maka dari itu populasi yang

rizalfadilah794@gmail.com, byadsen@gmail.com, lalasport088@gmail.com



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).

digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang datang dan berkunjung di Pemandian Tirta Ria Kec.Ngasem Kab.Kediri. Populasi dalam satu tahun Januari 2022 sampai Desember 2022 berjumlah 17.880 konsumen yang berkunjung di Pemandian Tirta Ria. Sampel merupakan karakteristik pada sebuah populasi Sugiyono, (2013:81). Sampel yang diambil dari populasi harus mampu mewakili populasi besar untuk mencapai hasil yang valid. Jumlah sampel yang dihitung menggunakan rumus slovin pada penelitian ini berjumlah 99 responden.

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *simple random sampling*. Adapun makna teknik ini adalah guna mengambil sampel berdasarkan peluang yang sama bagi setiap unsur populasi untuk diambil menjadi anggota dari sampel yang ada, Sugiyono (2013:82).

Penentuan Jumlah Sampel

Penentuan jumlah sampel ini berdasarkan perkiraan jumlah konsumen yang berkunjung selama bulan Januari sampai bulan desember 2022 di Pemandian Tirta Ria Kec.Ngasem Kab.Kediri yaitu berjumlah 17.880 konsumen. Maka jumlah sampel dengan menggunakan rumus slovin adalah 99 responden.

Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi
2. Wawancara
3. Dokumentasi
4. Studi Pustaka
5. Kuesioner

Hasil dan Pembahasan

1) Uji validitas

Uji Validitas Harga

Tabel 1

Nomor Item	Nilai Korelasi	Sig. 2 Tiled	Keterangan
Item X1 ke 1	0,699	0,000	Valid
Item X1 ke 2	0,827	0,000	Valid
Item X1 ke 3	0,811	0,000	Valid
Item X1 ke 4	0,692	0,000	Valid
Item X1 ke 5	0,781	0,000	Valid
Item X1 ke 6	0,713	0,000	Valid

Sumber : Data Primer, Diolah Tahun 2023

Berdasarkan tabel hasil uji validitas variabel Harga (X_1) terhadap 99 responden yang diperoleh dari 6 item variabel Harga (X_1), semuanya valid karena nilai sig.2 tilednya kurang dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa kuesioner pada penelitian ini dinyatakan valid.

Uji Validitas Lokasi

Tabel 2

Nomor Item	Nilai Korelasi	Sig.2 Tiled	Keterangan
Item X2 ke 1	0,612	0,000	Valid
Item X2 ke 2	0,702	0,000	Valid
Item X2 ke 3	0,686	0,000	Valid

rizalfadilah794@gmail.com, byadsen@gmail.com, lalasport088@gmail.com



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).

Item X2 ke 4	0,843	0,000	Valid
Item X2 ke 5	0,448	0,000	Valid
Item X2 ke 6	0,669	0,000	Valid

Sumber : Data Primer, Diolah Tahun 2023

Berdasarkan tabel hasil uji validitas variabel Lokasi (X_2) terhadap 99 responden yang diperoleh dari 6 item variabel Lokasi (X_2), semuanya valid karena nilai sig.2 tilednya kurang dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa kuesioner pada penelitian ini dinyatakan valid.

Uji Validitas Suasana**Tabel 3**

Nomor Item	Nilai Korelasi	Sig.2 Tiled	Keterangan
Item X3 ke 1	0,770	0,000	Valid
Item X3 ke 2	0,769	0,000	Valid
Item X3 ke 3	0,847	0,000	Valid
Item X3 ke 4	0,725	0,000	Valid
Item X3 ke 5	0,663	0,000	Valid
Item X3 ke 6	0,706	0,000	Valid

Sumber : Data Primer, Diolah Tahun 2023**Uji Validitas Keputusan Berkunjung****Tabel 4**

Nomor Item	Nilai Korelasi	Sig.2 Tiled	Keterangan
Item Y ke 1	0,713	0,000	Valid
Item Y ke 2	0,646	0,000	Valid
Item Y ke 3	0,712	0,000	Valid
Item Y ke 4	0,595	0,000	Valid
Item Y ke 5	0,763	0,000	Valid
Item Y ke 6	0,753	0,000	Valid

Sumber : Data Primer, Diolah Tahun 2023

Berdasarkan tabel hasil uji validitas variabel Keputusan Berkunjung (Y) terhadap 99 responden yang diperoleh dari 6 item variabel Keputusan Berkunjung (Y), semuanya valid karena nilai sig.2 tilednya kurang dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa kuesioner pada penelitian ini dinyatakan valid.

2) Uji Reliabilitas**Hasil Uji Reliabilitas****Tabel 5**

Variabel	Cronbach Alpha	Jumlah Pernyataan	Keterangan
Harga (X_1)	0,789	6	Reliabel
Lokasi (X_2)	0,763	6	Reliabel
Suasana (X_3)	0,787	6	Reliabel
Keputusan Berkunjung (Y)	0,773	6	Reliabel

Sumber : Data Primer, Diolah Tahun 2023

Hasil uji reliabilitas yang diperoleh dari 99 responden terdiri dari 6 item pernyataan variabel Harga (X_1), 6 item pernyataan variabel Lokasi (X_2), 6 pernyataan variabel Suasana

rizalfadilah794@gmail.com, byadsen@gmail.com, lalasport088@gmail.com



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).

(X₃), dan 6 pernyataan variabel Keputusan Berkunjung (Y), dalam penelitian dikatakan reliabel dengan nilai *Cronbach Alpha* (α) semuanya diatas 0,60. Maka dapat diartikan seluruh item pada kuesioner penelitian ini reliabel atau layak untuk digunakan analisa selanjutnya.

3) Uji Korelasi

Hasil Uji Korelasi

Tabel 6

Variabel	Sig.2 Tailed	Nilai Korelasi	Keterangan
Harga (X ₁)	0,000	0,494	Korelasi lemah
Lokasi (X ₂)	0,000	0,576	Korelasi cukup
Suasana (X ₃)	0,000	0,426	Korelasi lemah

Sumber : Data Primer, Diolah Tahun 2023

Dapat diketahui nilai sig. (2-tailed) antara Harga (X₁) dengan Keputusan Berkunjung (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti terdapat korelasi yang signifikan antara variabel Harga (X₁) dengan Keputusan Berkunjung (Y). Selanjutnya hubungan antara Lokasi (X₂) dengan Keputusan Berkunjung (Y) memiliki nilai sig. (2-tailed) sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti terdapat korelasi yang signifikan antara variabel Lokasi (X₂) dengan variabel Keputusan Berkunjung (Y). Hubungan antara variabel Suasana (X₃) dengan Keputusan Berkunjung (Y) memiliki nilai sig. (2-tailed) sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti terdapat korelasi yang signifikan antara variabel Suasana (X₃) dengan Keputusan Berkunjung (Y).

4) Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 7

Variabel	Unstandaridized Coefficients B	Unstandaridized Coefficients Std Error	Unstandaridized Coefficients Beta	t	Sig.
(Constan)	4,165	1,586		2,625	0,010
Harga	0,370	0,070	0,405	5,299	0,000
Lokasi	0,379	0,064	0,490	5,902	0,000
Suasana	0,045	0,076	0,052	0,600	0,550
Adjusted R Square = 0,489					
Multiple R = 0,710					
F = 32,213					
Sig F = 0,000					
Standard Error of the Estimate = 1,60021					

Sumber : Data Primer, Diolah Tahun 2023

Berdasarkan tabel 7 dapat ditunjukkan persamaan regresi yang dapat dilihat pada nilai beta. Dengan persamaan garis sebagai berikut :

$$Y = 4,165 + 0,370X_1 + 0,379X_2 + 0,045X_3$$

1. Nilai koefisien regresi variabel Harga (X₁) sebesar 0,370 menunjukkan bahwa variabel Harga (X₁) mempunyai pengaruh yang positif terhadap Keputusan Berkunjung (Y) yang berarti bahwa setiap 1 satuan variabel Harga (X₁) maka akan mempengaruhi Keputusan



- Berkunjung (Y) sebesar 0,370 dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.
2. Nilai koefisien regresi variabel Lokasi (X_2) sebesar 0,379 menunjukkan bahwa variabel Lokasi (X_2) mempunyai pengaruh yang positif terhadap Keputusan Berkunjung (Y) yang berarti bahwa setiap 1 satuan variabel Lokasi (X_2) maka akan mempengaruhi Keputusan Berkunjung (Y) sebesar 0,379 dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.
 3. Nilai koefisien regresi variabel Suasana (X_3) sebesar 0,045 menunjukkan bahwa variabel Suasana (X_3) mempunyai pengaruh yang positif terhadap Keputusan Berkunjung (Y) yang berarti bahwa setiap 1 satuan variabel Harga (X_3) maka akan mempengaruhi Keputusan Berkunjung (Y) sebesar 0,045 dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

5) Uji t Parsial

Hasil Uji t (parsial)

Tabel 8

No	Variabel	T hitung	Sig.	Keterangan
1	Harga	5,299	0,000	Ha : diterima
2	Lokasi	5,902	0,000	Ha : diterima
3	Suasana	0,600	0,550	Ha : ditolak

Sumber : Data Primer, Diolah Tahun 2023

1. Pengaruh variabel Harga (X_1) terhadap Keputusan Berkunjung (Y) diketahui memiliki nilai Sig. $0,000 < 0,05$ dan nilai t.hitung $5,299 > t.tabel 1,985$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima yaitu terdapat pengaruh antara Harga terhadap Keputusan Berkunjung.
2. Pengaruh variabel Lokasi (X_2) terhadap Keputusan Berkunjung (Y) diketahui memiliki nilai Sig. $0,000 < 0,05$ dan nilai t.hitung $5,902 > t.tabel 1,985$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima yaitu terdapat pengaruh antara Lokasi terhadap Keputusan Berkunjung.
3. Pengaruh variabel Suasana (X_3) terhadap Keputusan Berkunjung (Y) diketahui memiliki nilai Sig. $0,550 > 0,05$ dan nilai t.hitung $0,600 < t.tabel 1,985$. Maka H_0 diterima dan H_a ditolak yaitu tidak terdapat pengaruh antara Suasana terhadap Keputusan Berkunjung.

6) Uji F Simultan

Hasil Uji F Simultan

Tabel 9

Sig.	Taraf Sig	F hitung	Ketereangan
0,000	0,05	32,213	Berpengaruh simultan

Sumber : Data Primer, Diolah Tahun 2023

Berdasarkan hasil pada tabel 9 dapat diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh Harga (X_1), Lokasi (X_2), dan Suasana (X_3) terhadap Keputusan Berkunjung (Y) adalah sebesar 0,000. Adapun hasilnya yaitu nilai Sig. Kurang dari 0,05 dan nilai f.hitung 32,213 lebih dari f.tabel 2,47. Hal tersebut membuktikan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.

rizalfadilah794@gmail.com, byadsen@gmail.com, lalasport088@gmail.com



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).

7) Uji Koefisien Determinan (R^2)

Hasil Uji Koefisien Determinan

Tabel 10

R	R Square	Adjusted R Square
0,710	0,504	0,489

Sumber : Data Primer, Diolah Tahun 2023

Berdasarkan tabel 10 nilai koefisien R Square (R^2) sebesar 0,504 atau 50,4%. Dapat disimpulkan bahwa besarnya pengaruh variabel Harga (X_1), Lokasi (X_2), dan Suasana (X_3) terhadap Keputusan Berkunjung (Y) sebesar 50,4% dan sisanya 49,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

1) Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Berkunjung di Pemandian Tirta Ria Kecamatan Ngasem Kabupaten Kediri

Berdasarkan hasil penelitian Harga (X_1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung (Y). Berdasarkan hasil penelitian nilai signifikansi yang dihasilkan variabel Harga (X_1) adalah 0,000. Hal ini menunjukkan nilai signifikansi uji t variabel Harga (X_1) $< 0,05$ yang disimpulkan H_a diterima, yang berarti bahwa uji parsial pada variabel Harga (X_1) berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung (Y).

2) Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Berkunjung di Pemandian Tirta Ria Kecamatan Ngasem Kabupaten Kediri

Berdasarkan hasil penelitian Lokasi (X_2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung (Y). Berdasarkan hasil penelitian nilai signifikansi yang dihasilkan pada variabel Lokasi (X_2) adalah 0,000. Hal ini menunjukkan nilai uji t variabel Lokasi (X_2) $< 0,05$ yang disimpulkan yaitu H_a diterima, yang berarti uji parsial pada variabel Lokasi (X_2) berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung (Y).

3) Pengaruh Suasana Terhadap Keputusan Berkunjung di Pemandian Tirta Ria Kecamatan Ngasem Kabupaten Kediri

Berdasarkan hasil penelitian Suasana (X_3) memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap Keputusan Berkunjung (Y). Berdasarkan hasil penelitian nilai signifikansi yang dihasilkan variabel Suasana (X_3) adalah 0,550. Hal ini menunjukkan nilai signifikansi uji t variabel Suasana (X_3) $> 0,05$ yang disimpulkan H_0 ditolak, yang berarti bahwa uji parsial pada variabel Suasana (X_3) berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung (Y) tetapi tidak signifikan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Harga berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung di Pemandian Tirta Ria Kecamatan Ngasem Kabupaten Kediri. Berdasarkan hasil penelitian nilai signifikansi yang dihasilkan pada variabel Harga (X_1) adalah $0,000 < 0,05$.
2. Lokasi berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung di Pemandian Tirta Ria Kecamatan Ngasem Kabupaten Kediri. Berdasarkan hasil penelitian nilai signifikansi yang dihasilkan pada variabel Lokasi (X_1) adalah $0,000 < 0,05$.
3. Suasana berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap Keputusan Berkunjung di Pemandian Tirta Ria Kecamatan Ngasem Kabupaten Kediri. Berdasarkan hasil penelitian nilai signifikansi yang dihasilkan pada variabel Suasana (X_3) adalah $0,550 > 0,05$.

rizalfadilah794@gmail.com, byadsen@gmail.com, lalasport088@gmail.com



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).



Saran

Bagi pihak Pemandian Tirta Ria Kecamatan Ngasem Kabupaten Kediri berdasarkan hasil penelitian ini bahwa harga dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Dengan hasil tersebut menunjukkan bahwa pengunjung Pemandian Tirta Ria merasa puas atau senang ketika datang ke pemandian.

DAFTAR REFERENSI

- Agestina, K., & Susilowati, I. (2019). ANALISIS PENGARUH LOKASI, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA KONSUMEN HANNA KEBAB DI KEBUMEN 1 Khussnul Agestina, 2 I S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Putra Bangsa Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, 1(1), 110–121.
- Birusman, M. (2017). Harga Dalam Perspektif Islam. *Mazahib*, 4(1), 86–99.
- Fitroh, Syakir Kamil Ainul Hamid, D., & Hakim, L. (2017). Pengaruh Atraksi Wisata dan Motivasi Wisatawan terhadap Keputusan Berkunjung. *Administrasi Bisnis*, 42(2), 18–25.
- Liu, V. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Suasana Cafe Terhadap Kepuasan Konsumen. *Nature Methods*, 7(6), 2016. <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/26849997>
- Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*.
- Sumawan, D. (2015). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Skripsi*, 12(1), 1–17. <http://dx.doi.org/10.1080/01443410.2015.1044943>

