

PENGARUH DAYA TARIK WISATA, HARGA DAN FASILITAS TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG PADA OBJEK WISATA SOLO SAFARI DI SURAKARTA

Salva Chelsia Putri Frisnanda *¹
Retno Susanti ²

^{1,2} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Slamet Riyadi Surakarta, Indonesia

*e-mail: salvachelsiaputrifrisnanda@gmail.com¹

Abstrak

Solo Safari merupakan salah satu objek wisata di kota Solo yang menawarkan konsep unik dan berbeda, dengan menawarkan konsep wisata alam yang kuat, dipadukan dengan aspek konservasi dan edukasi satwa yang tidak ditemukan di destinasi wisata lain yang ada di kota Solo. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh daya tarik wisata, harga dan fasilitas terhadap keputusan berkunjung. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Sumber data yang digunakan yaitu data primer. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden pengunjung objek wisata Solo Safari. Metode pengambilan sampel purposive sampling atau pengambilan sampel dengan karakteristik tertentu. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dan studi pustaka. Uji Instrumen penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Uji asumsi klasik menggunakan uji multikolinearitas, autokorelasi, heteroskedastisitas dan normalitas. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda, uji t, uji F, dan uji koefisien determinasi (R^2). Hasil uji validitas dan reliabilitas menunjukkan bahwa semua item pernyataan kuesioner daya tarik wisata, harga dan fasilitas terhadap keputusan berkunjung dinyatakan valid karena $p\text{-value} < 0,05$, dan reliabel karena Cronbach'Alpha $> 0,60$. Hasil uji asumsi klasik menunjukkan bahwa semua variabel telah lolos uji multikolinearitas, autokorelasi, heteroskedastisitas dan terdistribusi normal. Hasil analisis regresi linear berganda diperoleh persamaan $Y = 3,239 + 0,395 X_1 + 0,204 X_2 + 0,224 X_3$. Hasil uji t diperoleh ada pengaruh signifikan daya tarik wisata (X_1), harga (X_2) dan fasilitas (X_3) terhadap keputusan berkunjung pada objek wisata Solo Safari. Hasil uji F diperoleh bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini sudah tepat. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan besarnya sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 51,1%. Sisanya ($100\% - 51,1\%$) = 48,9% diterangkan oleh variabel lain diluar model

Kata kunci: daya tarik wisata, harga, fasilitas, keputusan berkunjung

Abstract

Solo Safari is one of the attractions in the city of Solo that offers a unique and different concept, by offering a strong concept of nature tourism, combined with aspects of animal conservation and education that are not found in other tourist destinations in the city of Solo. This study aims to analyze the effect of tourist attractions, prices and facilities on visiting decisions. The type of data used in this study is quantitative data. The data source used is primary data. The sample in this study were 100 respondents who visited Solo Safari tourist attraction. The sampling method is purposive sampling or sampling with certain characteristics. The data collection technique in this study used a questionnaire and literature studies. This research instrument test uses validity test and reliability test. The classic assumption test uses multicollinearity, autocorrelation, heteroscedasticity and normality tests. The data analysis technique uses analysis of multiple linear regression, t test, F test, and coefficient of determination (R^2) test. The results of the validity and reliability tests show that all items of the tourist attraction questionnaire statement, price and facilities on visiting decisions are declared valid because the $p\text{-value} < 0.05$, and reliable because Cronbach'Alpha > 0.60 . The results of the classical assumption test show that all variables have passed the multicollinearity, autocorrelation, heteroscedasticity tests and are normally distributed. The results of multiple linear regression analysis obtained the equation $Y = 3.239 + 0.395 X_1 + 0.204 X_2 + 0.224 X_3$. The results of the t test obtained there is a significant effect of tourist attraction (X_1), price (X_2) and facilities (X_3) on visiting decisions at the Solo Safari tourist attraction. The results of the F test obtained that the regression model used in this study is correct. The results of the coefficient of determination (R^2) test show that the contribution of the influence of the independent variable on the dependent variable is 51.1%. The rest ($100\% - 51.1\%$) = 48.9% is explained by other variables outside the model.

Keywords: tourist attraction, price, facilities, visiting decisions

PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara dengan sisi geografis yang membentuk kepulauan, serta memiliki keanekaragaman alam, budaya, dan adat manusia yang luar biasa, yang menjadikannya salah satu negara yang memiliki banyak potensi pariwisata. Menurut Badan Pusat Statistik Indonesia selama bulan Agustus tahun 2024, ada 1,34 juta kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia. Angka ini meningkat 18,30 persen dibandingkan tahun lalu. Pariwisata memainkan peran yang sangat penting dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia. Indonesia memiliki potensi besar untuk menjadi salah satu penggerak utama pertumbuhan ekonominya melalui sektor pariwisata (Prayudhia, 2024).

Menurut Undang-undang RI No. 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan “Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, dan pemerintah daerah”. Pariwisata adalah kegiatan yang memiliki tujuan untuk menyelenggarakan jasa pariwisata, menyediakan atau mengusahakan objek dan daya tarik wisata, usaha sarana pariwisata dan usaha lain yang terkait di bidang tersebut. Terbukti bahwa pariwisata, merupakan salah satu faktor pendorong ekonomi global, yang dapat meningkatkan tingkat kemakmuran sebuah negara (Utama, 2017:2-6).

Pemerintah kota Solo dalam beberapa tahun terakhir telah mempercepat beberapa proyek yang berpotensi menarik kunjungan wisatawan. Pengoptimalan berbagai objek wisata dapat meningkatkan kunjungan wisatawan domestik maupun internasional (Wicaksono, 2024).

Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan ke Kota Solo tidak serta merta berdampak positif terhadap seluruh destinasi wisata di Kota Solo. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Surakarta, jumlah pengunjung Solo Safari pada tahun 2023 tercatat 557.221 orang. Pengunjung Solo Safari menurun menjadi 418.747 orang pada tahun 2024. Penurunan jumlah kunjungan ini menjadi hal yang cukup mengejutkan, mengingat Solo safari merupakan destinasi baru dengan konsep wisata unik dan berbeda serta berada dalam kota yang sedang mengalami peningkatan kunjungan wisatawan.

Berbagai objek wisata di kota Solo seperti Keraton Kasunanan Surakarta, Mangkunegaran, Museum Radya Pustaka, Pentas Wayang Orang Sriwedari, Museum Batik Danar Hadi, Museum Keris, Museum Lokananta, Masjid Raya Sheikh Zayed dan Taman Balekambang menjadi daya tarik utama bagi wisatawan yang ingin menikmati kekayaan sejarah dan budaya. Keberadaan objek wisata Solo Safari hadir sebagai destinasi wisata yang unik dan berbeda, karena menawarkan konsep wisata alam dan konservasi satwa yang tidak ditemukan di destinasi lain yang ada di Kota Solo.

Solo Safari sebelumnya dikenal sebagai Taman Satwa Taru Jurug adalah salah satu objek wisata di kota Solo, Jawa Tengah yang dibangun pada tahun 1878. Taman Satwa Taru Jurug mengalami revitalisasi dan resmi berganti nama menjadi Solo Safari. Solo Safari berlokasi di bagian timur kota Solo, di dekat perbatasan dengan Karanganyar. Solo Safari resmi dibuka kembali pada 27 Januari 2023 dengan berbagai perubahan yang signifikan. Infrastruktur diperbarui dengan desain modern, jalur pengunjung yang lebih nyaman, serta area konservasi yang lebih luas dan ramah lingkungan. Solo Safari menjadi rumah bagi lebih dari 400 satwa dari 90 spesies. Pengunjung dapat menikmati pengalaman interaktif dengan berbagai zona yang menampilkan satwa endemik Indonesia serta fasilitas hiburan seperti *Paint and Brush*, *Gokart*, *Dino Ride*, dan *Savannah Zipline*. Kuliner unik di Makunde Bistro dengan pemandangan exhibit singa, atau bersantai di Bengawan Resto yang menghadap Danau Solo Safari. Solo Safari tidak hanya sekadar tempat wisata, tetapi juga pusat konservasi dan penelitian yang berkomitmen untuk menjaga keberlanjutan satwa liar di Indonesia.

Objek wisata Solo Safari menjadi daya tarik yang baru bagi pengunjung khususnya warga kota Solo untuk menikmati liburan yang menyenangkan dengan melihat berbagai macam koleksi satwa dengan pengaturan yang lebih terstruktur membuat pengalaman berkunjung menjadi lebih edukatif dan terencana. Menurut Isdarmanto, (2017:34) “Kunjungan wisata dapat ditingkatkan dan dibangun dengan memberikan berbagai macam fasilitas yang memadai, sehingga wisatawan akan melakukan keputusan untuk berkunjung di objek wisata tersebut”.

Menurut Emil dan Yulasma (2023:7) “Keputusan berkunjung adalah proses di mana wisatawan menentukan destinasi yang akan dikunjungi berdasarkan daya tarik, fasilitas, serta pengalaman yang ditawarkan oleh suatu objek wisata.” Timbulnya keputusan berkunjung terjadi karena beberapa faktor seperti adanya daya tarik wisata, harga dan fasilitas. Pengunjung biasanya dapat mempertimbangkan ketiga faktor tersebut sebelum memutuskan untuk mengunjungi suatu objek wisata.

Daya tarik wisata merupakan segala sesuatu tempat yang memiliki keunikan, keindahan, kemudahan, dan nilai yang berwujud dari keanekaragaman kekayaan alam dan buatan manusia yang menarik dan mempunyai nilai untuk dikunjungi dan dilihat oleh wisatawan (Utama, 2017:141). Suwena dan Widyatamaja (2017:18) menyatakan bahwa “Daya tarik wisata adalah atraksi yang memiliki nilai tersendiri dan mampu menarik wisatawan untuk berkunjung ke suatu tempat”.

Menurut pengguna akun Tiktok Soffi (2024) menyatakan “Bisa makan sambil lihat satwa”. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa terdapat daya tarik yaitu resto dengan konsep makan sambil melihat singa. Menurut pengguna akun Tiktok Ammarwk (2024) menyatakan “Untuk makan sambil melihat singa harus makan di resto yang memiliki akses premium dengan membeli tiket premium dulu mas”. Pengunjung yang dapat memasuki resto tersebut adalah yang membeli tiket premium, sedangkan untuk tiket reguler tetap dapat memasuki resto akan tetapi tidak bisa makan sambil melihat singa, sehingga membuat pengunjung tidak menyadari akan daya tarik wisata yang diberikan oleh objek wisata Solo Safari yang mengakibatkan banyak pengunjung kurang tertarik untuk berkunjung ke objek wisata tersebut.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Agatha, Putra, dan Utami (2023); Nurchomariyah dan Liliyan (2023) bahwa daya tarik wisata berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Suparman dan Vitaharsa (2022); Rokhayah dan Andriana (2021); Yuliviona, Azliyanti, dan Tasri (2021) menyatakan bahwa daya tarik berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan berkunjung

Konsumen dalam menentukan objek wisata juga mempertimbangkan berbagai hal salah satunya yaitu harga. Menurut Kotler dan Armstrong (2018:324) “Harga adalah jumlah uang yang dikeluarkan untuk sebuah barang atau jasa, atau nilai yang ditukarkan oleh pembeli untuk memperoleh kepemilikan atau keuntungan pada sebuah produk”. Menurut pengguna akun Tiktok Herra (2024) menyatakan “Terimakasih kak sudah riview Solo safari, jujur memang worth it banget harga tiket dengan pengalaman yang didapatkan”. Menurut pengguna akun Tiktok (Della 2024) menyatakan “Gabole bawa jajan diluar sekali jajan di dalem harganya tiga kali lipat”. Harga makanan dan minuman pada objek wisata Solo Safari masih cenderung mahal bagi para pengunjung.. Harga makanan dan minuman yang mahal dapat mempengaruhi keputusan untuk berkunjung pada objek wisata tersebut.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Solihin (2024); Arevin (2024); Sarmigi dan Parasmala (2021); Prayogi (2020) harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Hardina dan Sudarusman (2021) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan berkunjung

Objek wisata sering kali menarik perhatian pengunjung tidak hanya karena keindahannya saja, tetapi juga karena fasilitas yang mendukung kenyamanan. Menurut Tjiptono (2019:23) “Fasilitas merupakan sumber daya fisik yang diperlukan untuk menyediakan layanan kepada pelanggan”. Menurut pengguna akun Tiktok Pradita (2024) menyatakan “Sumpah seru banget minggu lalu habis kesini bagus rapi dan bersih”. Fasilitas yang sudah disediakan oleh objek wisata Solo Safari yaitu meliputi tempat yang bersih dan nyaman bagi para pengunjung. Menurut pengguna akun Tiktok Aya (2024) menyatakan “Solo safari masih panas gersang”. Menurut pengguna akun Tiktok (Rindrari 2024) menyatakan “Sayang nya tempat parkir jauh aku yang orang Semarang rodo kaget”.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Solihin (2024); Agatha, Putra, dan Utami (2023); Sarmigi dan Parasmala (2021); Hardina dan Sudarusman (2021); Rokhayah and Andriana (2021); Prayogi (2020) fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Berbeda dengan

penelitian yang dilakukan oleh Nurchomariyah and Liliyan (2023) yang menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan berkunjung.

Berdasarkan latar belakang masalah dan *research gap* hasil penelitian, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Daya Tarik Wisata, Harga dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Solo Safari”.

METODE

Ruang lingkup penelitian ini adalah survei pada pengunjung di objek wisata Solo Safari. Alasan pemilihan lokasi ini adalah Solo Safari merupakan salah satu objek wisata baru yang dulunya dikenal sebagai Taman Satwa Taru Jurug (TSTJ). Jenis data dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Sumber data yakni primer. Penelitian ini yang menjadi populasi adalah pengunjung objek wisata Solo Safari yang jumlahnya tidak dapat diketahui dengan pasti. Sampel dalam penelitian ini diambil sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji validitas variabel daya tarik wisata (X1)

Tabel 1. Hasil uji validitas variabel daya tarik wisata (X1)

Item Kuesioner	ρ -value	Kriteria	Keterangan
X1.1	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X1.2	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X1.3	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X1.4	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X1.5	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X1.6	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X1.7	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid

Sumber : Data primer diolah, 2025

Tabel diatas menunjukkan bahwa untuk pernyataan X1.1 sampai dengan X1.7 diperoleh nilai signifikansi (ρ -value) = 0,000 < 0,05 maka semua item pernyataan variabel daya tarik wisata valid.

Uji validitas variabel Harga (X2)

Tabel 2. Hasil uji validitas variabel Harga (X2)

Item Kuesioner	ρ -value	Kriteria	Keterangan
X2.1	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X2.2	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X2.3	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X2.4	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X2.5	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid

Sumber : Data primer diolah, 2025

Tabel diatas menunjukkan bahwa untuk pernyataan X2.1 sampai dengan X2.5 diperoleh nilai signifikansi (ρ -value) = 0,000 < 0,05 maka semua item pernyataan variabel harga valid.

Uji validitas variabel fasilitas (X3)

Tabel 3. Hasil uji validitas variabel fasilitas (X3)

Item Kuesioner	ρ -value	Kriteria	Keterangan
----------------	---------------	----------	------------

X3.1	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X3.2	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X3.3	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X3.4	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X3.5	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid

Sumber : Data primer diolah, 2025

Tabel diatas menunjukkan bahwa untuk pernyataan X3.1 sampai dengan X3.5 diperoleh nilai signifikansi ($p\text{-value}$) = 0,000 < 0,05 maka semua item pernyataan variabel fasilitas dinyatakan valid.

Uji validitas variabel keputusan berkunjung (Y)

Tabel 4. Hasil uji validitas variabel keputusan berkunjung

Item Kuesioner	$p\text{-value}$	Kriteria	Keterangan
Y.1	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
Y.2	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
Y.3	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
Y.4	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
Y.5	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid

Sumber : Data primer diolah, 2025

Tabel diatas menunjukkan bahwa untuk pernyataan Y.1 sampai dengan Y.5 diperoleh nilai signifikansi ($p\text{-value}$) = 0,000 < 0,05 maka semua item pernyataan variabel keputusan berkunjung valid.

Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji kehandalan kuesioner. Kuesioner dikatakan handal/reliable bila jawaban responden adalah konsisten dari waktu ke waktu. Kuesioner reliable bila nilai *cronbach Alpha* > 0,60, maka dinyatakan tidak reliabel. Hasil dari uji reliabilitas sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil uji reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Nilai Kritis	Keterangan
Daya Tarik Wisata Harga	0,645	0,60	Reliabel
Fasilitas	0,751	0,60	Reliabel
Keputusan Berkunjung	0,789	0,60	Reliabel
Daya Tarik Wisata Harga	0,742	0,60	Reliabel

Sumber : Data primer diolah, 2025

Berdasarkan hasil uji reliabilitas instrumen dapat disimpulkan, nilai *cronbach's alpha* untuk variabel daya tarik wisata (X_1) sebesar 0,645 > 0,60, variabel harga (X_2) sebesar 0,751 > 0,60, variabel fasilitas (X_3) sebesar 0,789 > 0,60 dan variabel keputusan berkunjung (Y) sebesar 0,742 > 0,60, sehingga semua item variabel pernyataan dalam kuesioner daya tarik wisata (X_1), harga (X_2), fasilitas (X_3) dan keputusan berkunjung (Y) dikatakan reliabel, yang berarti bahwa kuesioner yang digunakan sudah stabil dan konsisten.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan syarat untuk melakukan analisis regresi, agar regresi sebagai estimasi bisa tepat/tidak bias/tidak menyimpang.

Hasil Uji Multikolinearitas

Tabel 6. Hasil uji multikolinearitas

Model	<i>Coefficients^a</i>					<i>Collinearity Statistics</i>	
	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>	<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>				
(Constant)	3,239	1,859		1,743	0,085		
Daya Tarik Wisata	0,395	0,052	0,538	7,553	0,000	0,973	1,027
Harga	0,204	0,704	0,237	2,753	0,007	0,667	1,500
Fasilitas	0,224	0,077	0,248	2,910	0,004	0,682	1,467

a. *Dependent Variable:* Keputusan Berkunjung

Sumber: Data Primer yang diolah, 2025

Hasil tabel diatas menunjukkan bahwa nilai VIF variabel daya tarik wisata (X_1) = 1,027, harga (X_2) = 1,500 dan fasilitas (X_3) = 1,467. Nilai *tolerance* variabel daya tarik wisata (X_1) = 0,973 harga (X_2) = 0,667 dan fasilitas (X_3) = 0,682. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas atau model regresi penelitian ini lolos uji multikolinearitas, karena nilai VIF < 10 dan nilai *tolerance* > 0,10.

Hasil uji Autokorelasi

Tabel 7. Hasil uji Autokorelasi

<i>Runs Test</i>	
	<i>Unstandardized Residual</i>
<i>Test Value^a</i>	-,19477
<i>Cases < Test Value</i>	50
<i>Cases > = Test Value</i>	50
<i>Total Cases</i>	100
<i>Number of Runs</i>	51
<i>Z</i>	0,000
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	1,000
<i>a. Median</i>	

Sumber : Data primer diolah, 2025

Hasil menunjukkan bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 1,000 $\geq$ 0,05, sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi autokorelasi (bebas autokorelasi).

Hasil uji Heteroskedastisitas

Tabel 8. Hasil uji Heteroskedastisitas

		Coefficients ^a			
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	1,410	1,052		1,340 0,183
	Daya Tarik Wisata	0,020	0,030	0,070	0,685 0,495
	Harga	-0,032	0,042	-0,095	-0,765 0,446
	Fasilitas	-0,006	0,044	-0,016	-0,130 0,897

a. *Dependent Variable: abresid*

Sumber: Data Primer yang diolah, 2025

Hasil p -value dari variabel daya tarik wisata (X_1) = 0,495, variabel harga (X_2) = 0,446 dan variabel fasilitas (X_3) = 0,897 > 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas (lolos uji heteroskedastisitas).

Hasil uji normalitas

Tabel 9. Hasil uji normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,43189369
Most Extreme Differences	Absolute	0,061
	Positive	0,061
	Negative	-0,053
Test Statistic		0,061
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data Primer yang diolah, 2025

Besarnya p -value dengan Asymp Sig. (2-tailed) = 0,200 $\geq$ 0,05 artinya bahwa residual berdistribusi normal (lolos uji normalitas).

Hasil Analisis Induktif

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 10. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a			
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	3,239	1,859		1,743 0,085
	Daya Tarik Wisata	0,395	0,052	0,538	7,553 0,000

Harga	0,204	0,074	0,237	2,753	0,007
Fasilitas	0,224	0,077	0,248	2,910	0,004

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN BERKUNJUNG (Y)

Sumber : Data primer diolah, 2025

Tabel di atas diperoleh Persamaan Regresi:

$$Y = 3,239 + 0,395 X_1 + 0,204 X_2 + 0,224 X_3 + e$$

Interpretasi dari persamaan regresi di atas adalah:

a = 3,239 (positif) artinya jika daya tarik wisata (X_1), harga (X_2), fasilitas (X_3) konstan maka keputusan berkunjung (Y) adalah positif.

b1= 0,395

Daya tarik wisata berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung, artinya: jika daya tarik wisata (X_1) meningkat maka keputusan berkunjung (Y) akan meningkat, dengan asumsi variabel harga (X_2) dan fasilitas (X_3) konstan atau tetap.

b2= 0,204

Harga berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung, artinya: jika harga (X_2) terjangkau maka keputusan berkunjung (Y) akan meningkat, dengan asumsi variabel daya tarik wisata (X_1) dan fasilitas (X_3) konstan atau tetap.

b3= 0,224

Fasilitas berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung, artinya: jika fasilitas (X_3) memadai maka keputusan berkunjung (Y) akan meningkat, dengan asumsi variabel daya tarik wisata (X_1) dan harga (X_2) konstan atau tetap.

Hasil Uji t

Tabel 11. Hasil Uji t

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3,239	1,859		1,743	0,085
Daya Tarik Wisata	0,395	0,052	0,538	7,553	0,000
Harga	0,204	0,074	0,237	2,753	0,007
Fasilitas	0,224	0,077	0,248	2,910	0,004

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN BERKUNJUNG (Y)

Sumber : Data primer diolah, 2025

- 1) Diperoleh nilai signifikansi ($p\text{-value}$) = 0,000 < 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya daya tarik wisata berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. H_1 yang menyatakan bahwa daya tarik wisata berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung pada objek wisata Solo Safari di Surakarta terbukti kebenarannya.
- 2) Diperoleh nilai signifikansi ($p\text{-value}$) = 0,007 < 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. H_2 yang menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung pada objek wisata Solo Safari di Surakarta terbukti kebenarannya.
- 3) Diperoleh nilai signifikansi ($p\text{-value}$) = 0,004 < 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. H_3 yang menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung pada objek wisata Solo Safari di Surakarta terbukti kebenarannya.

Hasil Uji F

Tabel 12. Hasil Uji F

ANOVA ^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	225,208	3	75,069	35,504	0,000 ^b
Residual	202,982	96	2,114		
Total	428,190	99			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN BERKUNJUNG

b. Predictors: (Constant), Fasilitas, Daya Tarik Wisata, Harga

Sumber : Data primer diolah, 2025

Hasil perhitungan tabel ANOVA menunjukkan bahwa model regresi ini memiliki nilai F hitung 35,504 dengan nilai signifikansi (p -value) sebesar $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya model regresi tepat dalam memprediksi pengaruh variabel bebas daya tarik wisata (X_1), harga (X_2), fasilitas (X_3) terhadap variabel terikat yaitu keputusan berkunjung (Y).

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 13. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,725 ^a	0,526	0,511	1,454

a. Predictors: (Constant), Fasilitas, Daya Tarik Wisata, Harga

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN BERKUNJUNG

Sumber : Data primer diolah, 2025

Hasil menunjukkan bahwa koefisien determinasi ($adjusted R^2$) untuk model ini adalah sebesar 0,511, artinya besarnya sumbangan pengaruh variabel independen daya tarik wisata (X_1), harga (X_2), fasilitas (X_3) terhadap keputusan berkunjung (Y) sebesar 51,1 %. Sisanya ($100\% - 51,1\%$) = 48,9 % diterangkan oleh variabel lain diluar model misalnya promosi, aksesibilitas dan lokasi.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Daya tarik wisata berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung pada objek wisata Solo Safari di Surakarta.
2. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung pada objek wisata Solo Safari di Surakarta.
3. Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung pada objek wisata Solo Safari di Surakarta.

Saran

Saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagi Solo Safari
 - a. Solo Safari sebaiknya menjalin kerja sama dengan penyedia akomodasi penginapan serta menyediakan informasi penginapan yang lengkap, terverifikasi dan mudah diakses oleh wisatawan. Akomodasi yang memadai, memungkinkan wisatawan untuk menikmati pertunjukan satwa yang menarik yang disajikan oleh objek wisata Solo Safari.
 - b. Solo Safari sebaiknya memperhatikan keterjangkauan harga dengan menetapkan harga tiket masuk yang lebih terjangkau dengan mempertahankan kesesuaian harga dengan manfaat sehingga pengunjung Solo Safari merasakan manfaat yang didapatkan yaitu berupa pengalaman wisata.
 - c. Solo Safari sebaiknya meninjau ulang fasilitas dengan melakukan evaluasi menyeluruh terhadap tata letak, karena belum sepenuhnya dapat membantu menikmati setiap area Solo Safari dengan mudah. Penataan tata letak yang terstruktur mendukung pengunjung dalam menemukan tempat istirahat dengan baik.
 - d. Solo Safari sebaiknya meningkatkan efisiensi waktu kunjungan dengan menyediakan panduan rute wisata, memperjelas estimasi waktu untuk tiap zona wisata yang dapat

membantu pengunjung menikmati wisata dengan lebih optimal serta sepadan dengan biaya yang dikeluarkan, sehingga Solo Safari menjadi destinasi yang cocok untuk dikunjungi bersama teman maupun keluarga.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

- a. Penelitian selanjutnya dapat memilih objek wisata selain satwa seperti agrowisata, wisata hutan atau wisata alam.
- b. Penelitian selanjutnya dapat memilih faktor lain yang mempengaruhi keputusan berkunjung seperti promosi, lokasi dan aksesibilitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Agatha, Florenzi, Yudiarto Perdana Putra, dan Sasi Utami. 2023. "Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas, Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Di Objek Wisata Pantai Pasir Putih Karanggoso Kabupaten Trenggalek." *BISEI: Jurnal Bisnis Dan Ekonomi Islam* 8 (2): 81–90.
- Ahmad, Lukman, dan Munawir. 2018. *Sistem Informasi Manajemen*. Lembaga Komunitas Informasi Teknologi Aceh (KITA). Banda Aceh.
- Amirullah. 2021. *Prinsip-Prinsip Manajemen Pemasaran*. Indomedia Pustaka. Sidoarjo.
- Ammarwk. 2024. "Lunch With The View." Tiktok. Diakses 5 februari 2025. <https://vt.tiktok.com/ZS6KXEebQ/>.
- Arevin, Ayat Taufik. 2024. "Analysis of the Effect of Prices and Quality of Facilities on Tourist Visit Decision." *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* 12(3): 893-900.
- Arikunto, Suharsimi. 2016. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Aya. 2024. "Gembira Loka Solo Safari." Tiktok. Diakses 5 Februari 2025. <https://vt.tiktok.com/ZS6KqjL8B/>.
- Della. 2024. "Tips Ke Solo Safari." Tiktok. Diakses 5 Februari 2025. <https://vt.tiktok.com/ZS6K4aHX1/>.
- Emil, Hapzi, dan Yulasmi. 2023. *Optimalisasi Minat Mengunjungi Destinasi Wisata*. CV. Gita Lentera. Sumatera Barat.
- Ghozali, Imam. 2021. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26*. 10th ed. Universitas Dipenogoro. Semarang.
- Hardina, Meyta Salsa, dan Eka Sudarusman. 2021. "Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisata Taman Sari Di Yogyakarta." *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa* 2 (1).
- Herra. 2024. "This Time For Solo Safari." Tiktok. Diakses 5 Februari 2025. <https://vt.tiktok.com/ZSk2NPAbD/>.
- Isdarmanto. 2017. *Dasar-Dasar Kepariwisata Dan Pengelolaan Destinasi Pariwisata*. 1st ed. Gerbang Media Aksara dan StirPrAm. Yogyakarta.
- Kotler, Philip, dan Gary Amstrong. 2018. *Principles of Marketing*. 15th ed. Pearson Education Inc. New Jearsey.
- Kotler, Philip, dan Keller Kevin. 2017. *Marketing Management*. 15th ed. Pearson Education Inc. New Jearsey.
- Nurchomariyah, Umi, dan Aditya Liliyan. 2023. "Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Fasilitas, Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Umbul Pongkok." *Jurnal Pijar* 1 (3): 342–55.
- Pradita. 2024. "Tips Ke Solo Safari." Tiktok. Diakses 5 Februari 2025. <https://vt.tiktok.com/ZS6K4aHX1/>.

- Prayogi, Ongky Eka. 2020. "Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Fasilitas Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Wisata Pantai Gemah Kabupaten Tulungagung (Studi Pada Wisatawan Pantai Gemah)." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB* 8 (2): 20–38.
- Prayudhia, Maria. 2024. "BPS Catat Jumlah Wisman Capai 1,34 Juta Kunjungan Pada Agustus 2024." ANTARA. Diakses 30 Desember 2024. <https://www.antaranews.com/berita/4368395/bps>.
- Revida, Purba, Simanjuntak, Permadi, Simarmata, Fitriyani, Siagian, et al. 2022. *Manajemen Pariwisata*. Yayasan Kita Menulis. Medan.
- Rindrari. 2024. "Tips Ke Solo Safari." Tiktok. Diakses 5 Februari 2025. <https://vt.tiktok.com/ZS6K4aHX1/>.
- Rokhayah, Eka Gustiani, dan Ana Noor Andriana. 2021. "Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas, Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Pantai Istana Amal Kabupaten Penajam Paser Utara." *Jurnal Kajian Dan Terapan Pariwisata* 2 (1): 10–18.
- Sarmigi, Elex, dan Ennike Parasmala. 2021. "Pengaruh Fasilitas, Lokasi, Dan Harga Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Objek Wisata Bukit Khayangan Kota Sungai Penuh." *Al Dzahab* 2 (2): 93–105.
- Setiadi, Nugroho. 2019. *Perilaku Konsumen Dan Implikasi Dalam Strategi Pemasaran*. PT Prenada Media. Jakarta.
- Soffi. 2024. "Spill Budget Dinner Di Makunde Senja Gratis Masuk Solo Safari." Tiktok. 5 Februari 2025. <https://vt.tiktok.com/ZS6KXfkc2/>.
- Solihin, Fretty Tr Rina Masithoh Danna. 2024. "Pengaruh Fasilitas, Harga, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Masyarakat Berkunjung Ke Tempat Wisata Negeri Jahetan Layan Di Kutai Lama." *JMA: JURNAL MANAJEMEN DAN AKUNTANSI* 13 (1): 370–79.
- Tjiptono, Fandy. 2017. *Strategi Pemasaran*. 4th ed. Andi. Yogyakarta.
- Utama, I Gusti Bagus Rai. 2017. *Pemasaran Pariwisata*. Andi. Yogyakarta.
- Wicaksono, Bony Eko. 2024. "Tingkat Kunjungan Wisatawan Di Solo Tembus 5 Juta Orang Sepanjang 2023." Solo Pos. Diakses 30 Desember 2024. <https://solopos.espos.id/tingkat-kunjungan-wisatawan-di-solo-tembus-5-juta-orang-sepanjang-2023-1843548>.
- Wirawan, dan Semara. 2021. *Pengantar Pariwisata*. IPB Internasional Press. Bali.
- Wisnawa, Prayogi, dan Sutapa. 2019. *Manajemen Pemasaran Pariwisata Model Brand Loyalty Pengembangan Potensi Wisata Di Kawasan Pedesaan*. Deepublish. Yogyakarta.
- Yoeti, Oka. 2016. *Perencanaan Dan Pengembangan Pariwisata (Revisi)*. Alfabeta. Bandung.
- Yuliviona, R, E Azliyanti, dan E S Tasri. 2021. "The Effect of Tourist Attraction, Location and Promotion toward Local Tourist Decision Visit to Air Manis Beach in Padang City in New Normal Policy." In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 747:012085. IOP Publishing.