**PENGARUH LOKASI, FASILITAS DAN PELAYANAN TERHADAP**

**KEPUTUSAN MEMILIH TEMPAT WISATA DI KOTA PADANG**

***Effect Of Location, Facilities And Services On Decision***

***To Choose Tourist Places In Padang City***

**Ronny Okvianto Wisman, Yulistia**

Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Ekasakti Padang

E-mail: ronnyokvianto@gmail.com

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh lokasi, fasilitas dan pelayanan baik parsial maupun simultan terhadap keputusan memilih tempat wisata di Kota Padang. Penelitian ini sendiri berupa deskriptif kuantitatif. Data penelitian didapatkan dari kuesioner, wawancara dan observasi langsung. Populasi dalam penelitian yaitu wisatawan yang menggunjungi beberapa tempat wisata di Kota Padang seperti Pantai Padang, Pantai Air Manis, Mesjid Raya Sumbar, Gunung Padang, Lubuk Minturun dan Museum Adityawarman. Sampel yang didapat dengan menggunakan rumus Slovin sebanyak 90 wisatawan. Analisis data yang dipakai yaitu analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih tempat wisata di Kota Padang. Tempat wisata memiliki akses dan pemandangan yang indah sehingga membuat wisatawan tertarik untuk berkunjung (t hitung > t tabel atau 1,674 > 1,662 dan sign < 0,05), 2. Fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih tempat wisata di Kota Padang (t hitung < t tabel atau -0,074<1,662 dan sign>0,05), 3. Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih tempat wisata di Kota Padang. Pelayanan yang diberikan cukup memuaskan wisatawan yang berkunjung (t hitung > t tabel atau 4,699>1,662) dan lokasi, fasilitas dan pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan memilih tempat wisata ( F hitung 9,020 dan sign < 0,05). Lokasi, fasilitas dan pelayanan mempengaruhi wisatawan jadi atau tidaknya berkunjung

**Kata kunci**: lokasi, fasilitas, pelayanan dan keputusan memilih

*ABSTRACT*

*This study aims to determine the effect of location, facilities and services both partially and simultaneously on the decision to choose tourist attractions in the city of Padang. This research is in the form of descriptive quantitative. Research data obtained from questionnaires, interviews and direct observation. The population in this study were tourists visiting several tourist attractions in Padang such as Padang Beach, Air Manis Beach, Raya Sumbar Mosque, Gunung Padang, Lubuk Minturun and Adityawarman Museum. So we get a sample using the Slovin formula as many as 90 tourists. Analysis of the data used is multiple linear regression analysis.*

*The results showed that: 1. Location had a positive and significant effect on the decision to choose tourist attractions in the city of Padang (t count > t table or 1.674 > 1.662 and sign <0.05), 2. Facilities did not significantly influence the decision to choose tourist attractions in Kota Padang (t count < t table or -0.074 <1.662 and sign> 0.05), 3. Services have a positive and significant effect on the decision to choose tourist attractions in Padang City (t count > t table or 4,699> 1,662) and location, facilities and services together influence the decision to choose tourist attractions (F count 9.020 and sign <0.05).*

**PENDAHULUAN**

**Latar belakang**

Pariwisata saat ini sudah menjadi industri yang berkembang pesat di suatu negara. Pariwisata bisa dijadikan tolak ukur penerimaan suatu negara. Hal itu dikarenakan pariwisata sebagai salah satu penyumbang devisa negara. Setiap negara berusaha dan berlomba untuk menarik wisatawan berkunjung ke negara mereka. Menurut Undang-Undang RI No. 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan: “Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, dan pemerintah daerah”. Di Indonesia sendiri, pemerintah tengah serius mengembangkan wisata yang ada. Hal ini direalisasikan dengan membentuk suatu Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (*Baparekraf*) dimana badan tersebut bertugas untuk dapat mengembangkan, mengkoordinasikan hasil kreatifitas dan wisata. Peranan pariwisata selain sebagai sumber perolehan devisa, juga menciptakan dan memperluas lapangan usaha, dapat meningkatkan pendapatan masyarakat dan juga pemerintah. Menurut Swastha (2010:107) wisatawan merupakan unsur penting dalam pariwisata. Berkembangnya suatu objek wisata dapat dilihat dari banyaknya wisatawan yang datang berkunjung. Kata wisatawan berasal dari bahasa sansekerta, dari asal kata *wisata* yang berarti perjalanan ditambah dengan akhiran kata *wan* yang berarti orang yang melakukan perjalanan wisata. Dalam bahasa Inggris, orang yang melakukan perjalanan disebut *traveler.* Dalam menentukan destinasi wisata yang akan dikunjungi, tentunya wisatawan memiliki beberapa pertimbangan. Menurut Kotler (2012:101) lokasi menentukan jadi atau tidaknya konsumen untuk berkunjung. Lokasi yang baik yaitu lokasi yang strategis, mudah dijangkau oleh para konsumen. Sedangkan menurut Moenir (2015:34) pelayanan yang baik menentukan sikap atau perilaku konsumen dalam membeli barang atau jasa. Pelayanan yang cepat dan tepat membuat konsumen tidak ragu menentukan pilihan dalam membeli barang atau jasa. Wilayah Sumatera Barat (Sumbar) tidak hanya terkenal dengan cerita Malin Kundang, Siti Nurbaya maupun nasi Padang. Akan tetapi Sumbar memiliki potensi wisata yang besar berupa keindahan alam serta budaya. Salah satu kota destinasi wisata utama di Sumbar yaitu Kota Padang.

**Rumusan masalah**

a. Apakah lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih tempat wisata?

b. Apakah fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih tempat wisata?

c. Apakah pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih tempat wisata

d. Apakah lokasi, fasilitas dan pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan memilih tempat wisata?

**Tujuan penelitian**

a. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan memilih tempat wisata

b. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap keputusan memilih tempat wisata

c. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap keputusan memilih tempat wisata

d. Untuk mengetahui pengaruh dari lokasi, fasilitas dan pelayanan terhadap keputusan memilih tempat wisata

**TINJAUAN PUSTAKA**

**Keputusan Memilih**

Proses keputusan pembelian yang spesifik yang ditulis oleh Kotler dan Armstrong (2010:179) menyatakan bahwa keputusan pembelian adalah tahap dalam proses keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar membeli. Keputusan pembelian adalah sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya dimana terdiri dari pengenalan masalah kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian. Keputusan memilih dianalogikan sama dengan keputusan membeli maka indikator yang dipakai sama dengan indikator keputusan membeli. Menurut Kotler (2012) ada 2 indikator keputusan pembelian yaitu:

1. Sesuai yang diinginkan konsumen
2. Melakukan pembelian ulang

**Lokasi**

Definisi lokasi yaitu letak, tempat, atau penempatan suatu benda ataupun objek. Sedangkan istilah lokasi dalam pemasaran yaitu tempat yang khusus dan unik dimana tempat tersebut bisa dimanfaatkan untuk kegiatan ekonomi. Menurut Kotler (2012:101) lokasi menentukan jadi atau tidaknya konsumen untuk berkunjung. Lokasi yang baik yaitu lokasi yang strategis, mudah dijangkau oleh para konsumen. Sedangkan Fitzsimmons dalam Nasution (2012:34) menjelaskan bahwa lokasi adalah pemilihan suatu tempat yang menentukan suatu usaha atau penyedia jasa berdasarkan pertimbangan tertentu dan sering kali menentukan kesuksesan suatu usaha ataupun jasa. Hal itu karena lokasi erat kaitannya dengan pasar potensial konsumen. Sedangkan dalam dunia pariwisata pemilihan lokasi sangat penting bagi wisatawan. Lokasi yang mudah dijangkau, nyaman dan bersih menjadi daya tarik konsumen atau wisatawan untuk datang berkunjung. Menurut Fitzsimmons (2012: 101) ada dua indikator untuk menentukan lokasi yaitu:

* 1. Akses

yaitu cara menjangkau atau mencapai lokasi. Dalam lokasi, akses itu penting dikarenakan dengan akses konsumen bisa mencapai lokasi yang dituju mis: adanya jalan menuju lokasi

* 1. Lingkungan

yaitu berhubungan dengan segala sesuatu di sekitar lokasi. Mis: sikap masyarakat setempat. Lingkungan juga bisa menggambarkan kondisi atau keadaan lokasi

Sedangkan indikator lokasi menurut Sinclair (2015:96) ada 3. Indikator dari variabel lokasi adalah sebagai berikut:

* + - 1. Keterjangkauan sama dengan kemudahan dalam mencapai lokasi. Lokasi yang baik yaitu lokasi yang mudah dijangkau oleh konsumen
      2. Kelancaran yaitu bagaimana kondisi lalu lintas. Lalu lintas dikatakan lancar apabila kegiatan konsumen tidak terganggu
      3. Kedekatan dengan kediaman- kediamannya.

**Fasilitas**

Fasilitas adalah sarana untuk melancarkan dan memudahkan pelaksanaan fungsi. Fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum jasa ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas merupakan sesuatu yang sangat penting dalam usaha jasa. Oleh karena itu fasilitas yang ada yaitu kondisi serta kelengkapan fasilitas. Menurut Sumayang (2013:124) bahwa fasilitas adalah penyediaan perlengkapan atau sarana yang memberikan kemudahan kepada konsumen untuk melakukan aktivitasnya sehingga kebutuhan konsumen dapat terpenuhi. Adapun menurut Suyanto (2012:102) fasilitas dapat dibedakan menjadi 2 yaitu:

* + - * 1. Fasilitas Fisik

Fasilitas fisik dapat diartikan segala sesuatu yang berupa benda atau yang dapat dibendakan, yang memiliki peranan dapat memudahkan dan melancarkan suatu usaha. Seringkali fasilitas fisik disebut juga dengan fasilitas materiil

* 1. Fasilitas non fisik

Fasilitas ini tidak berwujud langsung. Akan tetapi fasilitas ini juga penting. Dalam hal ini meliputi fasilitas jaringan wifi, kertesediaan air, dll

**Pelayanan**

Pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan dari konsumen serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan dari konsumen. Mendefinisikan baik atau buruknya suatu pelayanan membutuhkan pengetahuan dari beberapa disiplin ilmu seperti pemasaran, psikologi, dan strategi bisnis. Pelayanan atau service dapat diklasifikan menjadi 2 yaitu:

1. *High Contact service* yaitu klasifikasi pelayanan dimana terjadi kontak atau bertemunya konsumen dengan penyedia jasa sangat tinggi. Konsumen selalu dilibatkan dalam proses tersebut

*b. Low contact service* yaitu klasifikasi pelayanan dimana konsumen tidak terlalu dilibatkan. Kontak dengan konsumen hanya terjadi di front desk

Sedangkan indikator pelayanan sendiri menurut Setiadi (2013:90) pelayanan dapat dilihat dari indikator berikut:

1. *Respon* yaitu setiap tingkah laku pada hakekatnya memberi tanggapan atau balasan. Dalam pelayanan, respon yang cepat dan tepat amat dibutuhkan oleh konsumen
2. *Attitude* yaitu semua yang berhubungan dengan sifat, tingkah laku serta cara memperlakukan konsumen. Sikap yang sopan, ramah amat disukai konsumen

**METODOLOGI PENELITIAN**

**Lokasi penelitian**

Beberapa tempat wisata di Kota Padang seperti Pantai Air Manis, Pantai Padang, Gunung Padang, Mesjid Raya Sumbar, Museum Adityawarman dan Lubuk Minturun

**Jenis Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Yaitu jenis penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan fenomena yang ada dengan menggunakan angka-angka untuk mengelompokkan karakteristik individu atau kelompok. Penelitian ini menilai sifat dari kondisi-kondisi yang tampak. Tujuan dalam penelitian ini dibatasi untuk menggambarkan karakteristik sesuatu sebagaimana adanya

**Pengumpulan Data**

a. Kuesioner

yaitu suatu teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara menggunakan daftar pertanyaan yang ditulis di kertas.

b. Wawancara

Wawancara yaitu metode pengumpulan data dengan menanyakan beberapa-beberapa pertanyaan secara langsung kepada wisatawan

c. Observasi

observasi merupakan metode pengumpulan data dengan menggunakan pengamatan objek yang diteliti. Dalam hal ini observasi yang dilakukan dibatasi pada obyek yang diteliti

**Populasi dan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini yaitu semua wisatawan yang mengunjungi tempat-tempat wisata di Padang pada 1 tahun terakhir yaitu tahun 2018. Sedangkan sampel adalah himpunan bagian atau sebagian dari populasi. Sampel yang digunakan yaitu beberapa wisatawan yang ditemui di tempat-tempat wisata di Padang. Dengan menggunakan rumus Slovin maka sampel yang didapat sebanyak 90 responden

**Variabel variabel**

Variabel dapat dipersamakan dengan sesuatu yang dapat digunakan untuk membedakan atau merubah nilai.

Penelitian ini menggunakan empat variabel yaitu lokasi, fasilitas dan pelayanan sebagai variabel independen (X) dan keputusan memilih tempat wisata sebagai variabel dependen (Y)

1. Variabel bebas (*independent*)

Variabel bebas merupakan tipe variabel yang dapat menjelaskan atau dapat mempengaruhi variabel lain. Variabel bebas *(independent)* dalam penelitianini adalah lokasi, fasilitas dan pelayanan

1. Variabel terikat (*dependent*)

Variabel terikat adalah tipe variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independent. Variabel bebas *(dependent)* dalam penelitian ini adalah keputusan memilih tempat wisata

**Skala pengukuran**

Penelitian yang dilakukan nantinya akan menggunakan alat bantu berupa kuesioner, yang mana jawaban responden tersebut akan diukur. Untuk mengukur kuesioner yang dibagikan maka peneliti menggunakan skala likert.

**PEMBAHASAN**

**Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisis regeresi linier berganda bertujuan mengetahui pengaruh lokasi, fasilitas dan pelayanan terhadap keptusan memilih pada tempat-tempat wisata di Kota Padang. Untuk mengetahu pengaruh tersebut dapat dilihat pada tabel regresi linier di bawah ini

**Tabel 1**

**Analisis Regresi linier berganda**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients |
| B | Std. Error | Beta |
|  | (Constant) | 20,126 | 5,351 |  |
| Lokasi | ,176 | ,113 | ,068 |
| Fasilitas | -,009 | ,122 | -,007 |
| Pelayanan | ,505 | ,107 | ,467 |

Sumber: olah data primer SPSS

Berdasarkan dari pengolahan data dengan SPSS didapatkan persamaan sbb:Y= 20,126 +0,176 X1 -0,009 X2 +0,505 X3 + e dimana nilai konstanta yaitu 20,126, koefisien positif X1 dan X3 yang berarti memiliki pengaruh positif terhadap Y dan koefisien negatif X2 berarti tidak memiliki pengaruh terhadap Y

**Analisis Koefisien Determinasi (*R Square*)**

Analisis ini untuk mengukur derajad pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yang ditujukan dengan presentase.

**Tabel 2**

**Uji Koefisien Determinasi**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Model | R | R Square | Adjusted R Square |
| 1 | ,489a | ,239 | ,213 |

Sumber: olah data primer

Dari hasil olah data, dapat diperoleh koefisien determinasi sebesar 0,239. Hal ini berarti lokasi dan pelayanan memiliki pengaruh sebesar 0,239 terhadap keputusan memilih dan sisanya 0,761 dipengaruhi variabel-variabel lain

**Uji Hipotesis**

1. **Uji Parsial (Uji t)**

Untuk menguji suatu hipotesis yang menyatakan ada atau tidak adanya pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat

**Tabel 3**

**Uji t**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Model | t | Sig. |
| 1 | (Constant) | 3,761 | ,000 |
| Lokasi | 1,674 | ,002 |
| Fasilitas | -,074 | ,941 |
| Pelayanan | 4,699 | ,000 |

Sumber: olah data primer

Berdasarkan tabel diatas diketahui lokasi memiliki nilai t hitung > t tabel atau 1,674 > 1,662 dan nilai sig < 0,05 maka lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih tempat wisata. Fasilitas memiliki nilai t hitung < t tabel atau -0,074<1,662 dan nilai sig>0,05 fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih tempat wisata. Kemudian pelayanan memiliki nilai t hitung > t tabel atau 4,699>1,662 dan nilai sig<0,05 maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih tempat wisata

1. **Uji Simultan (Uji F)**

Uji F digunakan untuk mengetahui secara bersama-sama pengaruh antara variabel-variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y)

**Tabel 4**

**Uji F**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Model | | F | Sig. |
| 1 | Regression | 9,020 | ,000b |
| Residual |  |  |
| Total |  |  |

Sumber: olah data primer

Berdasarkan tabel diatas diketahui hasil uji F hitung sebesar 9,020 dengan nilai sign 0,000 atau sign <0,05. Hal ini menandakan bahwa lokasi, fasilitas dan pelayanan secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan memilih tempat wisata di Kota Padang

**KESIMPULAN DAN SARAN**

1. Kesimpulan
2. Variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih tempat wisata di Kota Padang. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung > t tabel atau 1,674> 1,662 dan signifikan < 0,05. Berarti bahwa semakin tinggi nilai lokasi semakin tinggi pula nilai keputusan memilih
3. Variabel fasilitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan memilih tempat wisata di Kota Padang. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung < t tabel atau -,074 < 1,662 dan signifikan > 0,05. Berarti bahwa semakin tinggi nilai lokasi semakin rendah nilai keputusan memilih
4. Variabel pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih tempat wisata di Kota Padang. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung > t tabel atau 4,699 > 1,662 dan nilai signifikan < 0,05. Berarti bahwa semakin tinggi nilai pelayanan semakin tinggi pula nilai keputusan memilih
5. Ketiga variabel yaitu lokasi, fasilitas dan pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih tempat wisata di Kota Padang. Hal ini ditunjukkan dengan nilai F 9,020 dan signifikan 0,00.
6. Saran
7. Bagi Dinas Pariwisata

Sebaiknya pemerintah Kota Padang khususnya Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Padang untuk memberikan perhatian lebih terhadap wisata yang ada terutama lokasi dan pelayanan. Hal ini dikarenakan kedua variabel tesebut memiliki pengaruh terhadap kunjungan wisatawan. Untuk lokasi wisata sebaiknya disediakan CCTV untuk keamanan para pengunjung. Kemudian tong-tong sampah pada tempat wisata perlu ditingkatkan

1. Bagi Pelaku wisata (pedagang, petugas)

Pedagang sudah bersikap sopan dan ramah kepada wisatawan yang datang. Untuk pelayanan perlu ditingkatkan seperti penyajian makanan atau minuman dengan cepat. Sedangkan bagi petugas seperti Satpol PP hendaknya sering melakukan patroli-patroli atau pengawasan di tempat wisata tidak hanya weekend tapi juga hari-hari kerja.

c. Bagi Wisatawan

Wisatawan hendaknya menjaga kebersihan wisata dengan tidak membuang sampah-sampah sembarangan dan mematuhi aturan yang berlaku di Kota Padang.

d. Bagi Universitas Ekasakti dapat dijadikan tambahan literatur tentang pengaruh lokasi, fasilitas dan pelayanan terhadap keputusan memilih tempat wisata

e. Bagi peneliti selanjutnya

dapat dijadikan literatur dalam meneliti topik atau judul yang sama yaitu berhubungan dengan tempat wisata

**DAFTAR PUSTAKA**

**Buku**

Agussalim Manguluang, 2010. Metode penelitian, Ekasakti Press, Padang

Amirullah, 2012. Prilaku konsumen, Graha Ilmu, Yogyakarta

Arikutno, Suharsimi, 2012. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek, Jakarta: PT. Rineka Cipta

Basu Swastha, T. Hani Handoko, 2010. Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen, Yogyakarta

Fitzsimmons, 2012. Service Management International, Jakarta: Salemba Empat

Gamal Suwantoro 2014. Dasar-Dasar Pariwisata. Yogyakarta: Andi Yogyakarta

Ghazali, 2016. Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Kanuk& Schiffman, 2011. Business Management. Bandung: Erlangga

Kotler &Amstrong, 2010. Manajemen Pemasaran Jilid 1 edisi ke-13. Jakarta: Erlangga

Kotler &Amstrong. 2012. Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1. Jakarta: Erlangga

Setiadi, Nugroho J, 2013. Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran, Jakarta: Kencana

Sinclair & Stabler, 2015. The economic of tourism, Routledge, London

Sri handayani, 2012. Manajemen Pemasaran, Graha Ilmu, Yogyakarta

Sugiyono, 2012. Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. Bandung: PT. Alfabeta

Sumayang, 2013.Dasar-dasar Manajemen, Jakarta: Salemba Empat

Tjiptono, Fandy 2012. Pemasaran jasa. Malang: Bayumedia Publising

**Jurnal**

Agus Wahyudi Salasa, Ni Wayan Rustiarini, Ni Putu Nita Anggraini, 2016. Pengaruh lokasi, fasilitas dan pelayanan terhadap keputusan pembelian (studi pasar Seni Guwang Sukawati)

Aji Prasetyo, 2016, Faktor mempengaruhi keputusan wisata-wan dalam berkunjung ke Waduk Gajah Mungkur, 11-15

Aprih, Santoso dan Sri Widowati, 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian, 90-94

Ari Budi Sulistiono, 2010. Pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi terhadap keputusan menginap (studi tamu hotel Srondol Indah

Andika, 2016. Upaya pengembangan wisata halal di Kota Jakarta

Asep Sukmo Raharjo, 2009. Pengaruh fasilitas, pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa internet

Dewandi, Yulizar, 2014. Pengaruh kualitas Pelayanan, Fasilitas dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Emilia Palembang

Fanny Yolanda, 2015. Pengaruh daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung ke objek wisata

M. Anang Faizal, 2015. Analisa faktor-faktor mempengaruhi kunjugan wisatawan ke Pantai Kartini

1. Bayu Pratomo, 2016. Upaya pengembangan objek wisata di Kota Padang

Nanik Hariyana, 2016. Pengaruh lokasi dan pelayanan terhadap keputusan pembelian, 15-20

Niko Saputra, 2017. Pengaruh daya tarik terhadap keputusan berkunjung di objek wisata Pantai Air Manis Padang

Nicklouse Christian Lempoy, 2015. Pengaruh Harga, lokasi dan fasilitas terhadap keputusan menggunakan jasa Taman Wisata Toar Lumimuut

N. Ariza eka, 2015. Analisa faktor-faktor yang mmepengaruhi pemilihan destinasi wisata bagi wisatawan domestik, 30-35

Rosita, Sri Marhanah, 2016. Pengaruh fasilitas wisata dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung di Taman Margasatwa Ragunan Jakarta

Setyawati, 2016. Analisa perilaku konsumen dalam memilih tempat wisata, 30-32

Sudarwati, Eni Kustiyah, Atika Fikri Tsani 2017. Pengaruh lokasi, fasilitas dan pelayanan terhadap keputusan ber-kunjung di Taman Satwa Taru Jurug, 52-57

Siti Rahmah, Wahyu Sri Haryani, Teguh Satya, 2015. Pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pengunjung pada Hairos Waterpark Medan

Yuliana Pinaringsih Kristiutami, 2017. Pengaruh keputusan berkunjung terhadap kepuasan wisatawan di Museum Geologi Bandung