

Pengaruh Diversifikasi Produk, Daya Tarik Wisata dan Harga Tiket terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan

The Effect of Product Diversification, Tourist Attractions and Ticket Prices on Tourist Repeat Interest

Dinda Azolla Yundi Afi¹, Novita Putri Diantanti², Anwar Hakim Darajat³

Universitas Islam Balitar, Blitar

Alamat: Jl. Majapahit No.2- 4, Sananwetan, Kec. Sananwetan, Kota Blitar, Jawa Timur 66137

E-mail: azolladin30@gmail.com

Abstract. *This study aims to determine the effect of product diversification, tourist attraction and ticket prices on tourist re-visit interest in Kampung Coklat Blitar educational tourism (quantitative study on Balitar Islamic University students). The research method used was a survey with a quantitative research approach. The sampling technique used was purposive sampling. Data collection was carried out by distributing questionnaires to Balitar Islamic University students as respondents who had visited the Kampung Coklat educational tour. The data analysis techniques used are partial test (t), simultaneous test (f) and multiple linear analysis. Based on the results of the partial test conducted, it is known that the variables of product diversification and tourist attraction have a significant effect on the variable of re-visit interest, while the ticket price variable does not have a significant effect on the variable of re-visit interest. Then, based on the results of the simultaneous test conducted, it is known that the variables of product diversification, tourist attraction and ticket prices simultaneously or together have a significant effect on re-visit interest.*

Keywords: *Product Diversification, Tourist Attraction, Ticket Price, Repeat Visitor Interest.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh diversifikasi produk, daya tarik wisata dan harga tiket terhadap minat kunjung ulang wisatawan pada wisata edukasi Kampung Coklat Blitar (studi kuantitatif pada mahasiswa Universitas Islam Balitar). Metode penelitian yang digunakan adalah survei dengan pendekatan penelitian kuantitatif. Teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada mahasiswa Universitas Islam Balitar sebagai responden yang sudah pernah mengunjungi wisata edukasi Kampung Coklat. Teknik analisis data yang digunakan yaitu uji parsial (t), Uji simultan (f) dan analisis linier berganda. Berdasarkan hasil uji parsial yang dilakukan diketahui bahwa variabel diversifikasi produk dan daya tarik wisata berpengaruh dan signifikan terhadap variabel minat kunjung ulang, sedangkan variabel harga tiket tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel minat kunjung ulang. Kemudian, berdasarkan hasil uji simultan yang dilakukan diketahui bahwa variabel diversifikasi produk, daya tarik wisata dan harga tiket secara simultan atau bersama-sama berpengaruh yang signifikan terhadap minat kunjung ulang.

Kata Kunci : Diversifikasi Produk, Daya Tarik Wisata , Harga Tiket, Minat Kunjung Ulang

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki sumber daya alam dan budaya yang sangat beraneka ragam. Potensi kekayaan sumber daya alam dan budaya yang dimiliki memberi modal yang besar bagi sektor industri pariwisata. Undang-undang No 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan, yang dimaksud dengan pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Beberapa jenis wisata diantaranya: wisata edukasi, wisata budaya, wisata bahari, wisata alam, wisata religi, wisata kuliner dan wisata buatan. Pariwisata merupakan sumber devisa yang mempunyai pengaruh besar terhadap pembangunan perekonomian negara. Pariwisata memberikan *multiplier effect* yang tidak hanya dirasakan oleh pihak-pihak tertentu namun juga dirasakan oleh masyarakat sekitar. Meningkatnya perekonomian merupakan dampak dari kunjungan wisatawan saat berkunjung ke objek pariwisata. Oleh karena itu, pengelola objek wisata tidak hanya dituntut untuk menarik para wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata tersebut, tetapi pengelola wisata juga harus mampu membuat wisatawan untuk berkunjung ulang dengan cara mengembangkan tempat wisata tersebut secara lebih optimal. Salah satu provinsi yang saat ini menjadi tujuan wisata karena memiliki banyak pilihan objek wisata yaitu provinsi Jawa Timur.

Jawa Timur merupakan salah satu provinsi yang memiliki beragam objek wisata yang memiliki banyak peluang untuk dikembangkan menjadi objek wisata unggulan. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2023 Jawa Timur menyumbang angka pergerakan wisatawan nusantara tertinggi di Indonesia, tercatat mencapai 187.110.998 wisatawan. Beberapa tempat di Jawa Timur yang kaya akan pariwisatanya salah satunya berada di Kabupaten Blitar. Diantara objek-objek wisata yang banyak dikembangkan di Blitar, salah satu tempat wisata yang tetap ramai dikunjungi dan bertahan hingga sekarang adalah wisata edukasi Kampung Coklat. Kabid Pemasaran Pariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar) Kabupaten Blitar mengatakan bahwa di tahun 2023 Kampung Coklat tercatat menjadi destinasi wisata buatan yang paling tinggi kunjungan. Wisata edukasi Kampung Coklat terletak di Jl. Banteng Blorok No. 18, Plosorejo, Kecamatan Kademangan, Kabupaten Blitar berjarak sekitar 20 km dari pusat Kota Blitar. Daya tarik wisata yang dimiliki wisata edukasi Kampung Coklat membuat kawasan tersebut berpotensi untuk dikembangkan.

Pengembangan suatu wisata akan memberikan dampak positif bagi masyarakat sekitar dan tempat wisata itu sendiri. Tempat wisata yang unggul akan meningkatkan jumlah pengunjung wisata. Apabila tempat wisata dikembangkan sesuai perkembangan *trend* di pasaran maka pengunjung tidak akan cepat merasa bosan, dan akan menimbulkan minat untuk

berkunjung ulang. Meningkatkan jumlah wisatawan merupakan suatu hal yang sulit, hal tersebut dikarenakan adanya beberapa faktor penghambat minat wisatawan untuk berkunjung seperti faktor diversifikasi produk yang di tawarkan, daya tarik wisata yang disuguhkan dan harga tiket masuk wisata yang dikelola.

Menurut Assauri (2018) diversifikasi produk dilaksanakan oleh suatu usaha yang melakukan pengembangan produk pada usaha yang dikelola, meskipun pengembangan produk baru dengan menciptakan berbagai macam produk tetapi produk lama masih dipertahankan. Wisata edukasi Kampung Coklat merupakan objek wisata yang memiliki aneka ragam produk barang dan jasa. Keanekaragaman produk yang dikembangkan tersebut sebagai upaya Kampung Coklat untuk menarik minat wisatawan untuk berkunjung ulang. Selain, diversifikasi produk daya tarik wisata dan harga tiket juga akan mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung ulang.

Yoeti (Kawatu *et al.*, 2020) menyatakan bahwa daya tarik wisata atau *tourist attraction* adalah segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi orang untuk mengunjungi suatu daerah tertentu. Objek wisata Kampung Coklat terkenal dengan wisatanya yang menampilkan arsitektur bangunan yang unik dan fasilitas yang lengkap. Kampung Coklat juga memiliki perkebunan kakao, tempat penjemuran biji dan pabrik pengolahan cokelat yang bisa dikunjungi wisatawan untuk mendapatkan pengalaman baru saat berwisata. Adanya daya tarik wisata yang unik dan berbeda dari tempat wisata lainnya, maka akan menarik lebih banyak minat wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang.

Harga tiket juga menjadi faktor yang dipertimbangkan wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang di sebuah tempat wisata. Tjiptono (2019) menjelaskan bahwa harga merupakan sejumlah uang (satuan moneter) dan aspek lain (non moneter) yang mengandung utilitas atau kegunaan tertentu yang digunakan untuk mendapatkan suatu jasa. Harga tiket wisata yang berlaku akan menimbulkan banyak persepsi bagi para wisatawan, seperti sepadan atau tidaknya harga tiket dengan daya tarik wisata yang dirasakan atau harga tiket yang cukup mahal karena belum termasuk biaya parkir atau tambahan biaya lainnya untuk menikmati fasilitas yang tersedia.

Minat beli ulang dalam hal ini sama dengan minat kunjung ulang. Minat kunjung ulang merupakan perasaan ingin mengunjungi kembali suatu destinasi wisata di masa mendatang. Menurut (Prasetyo dan Lukiastruti, 2022) menjelaskan bahwa minat kunjung ulang merupakan konsep teori yang sama dengan niat beli ulang tetapi digunakan pada objek yang berbasis layanan, minat kunjung ulang mengandung keinginan yang kuat dari pengunjung untuk melakukan kunjungan ulang sebagai respon langsung pasca kunjungannya di waktu lampau.

Wisatawan yang memiliki minat untuk melakukan kunjungan ulang dapat ditandai dengan kemauan untuk meninjau kembali destinasi wisata dan merekomendasikannya kepada orang lain. Berbagai upaya yang dapat dilakukan oleh pengelola objek wisata untuk menarik minat wisatawan agar berkunjung ulang yaitu dengan terus melakukan pengembangan terhadap objek wisata yang ditawarkan serta memberikan sebuah kenyamanan dan kepuasan bagi para wisatawan yang sedang berkunjung. Berdasarkan uraian di atas, maka penelitian tentang pengaruh diversifikasi produk, daya tarik wisata dan harga tiket terhadap minat kunjung ulang wisatawan perlu untuk dilakukan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif kausal atau penelitian untuk mencari hubungan sebab akibat. Sugiyono (2019) menyatakan bahwa metode penelitian asosiatif kausal adalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih yang bersifat sebab akibat. Tempat penelitian ini dilaksanakan di Universitas Islam Balitar yang terletak di Jalan Majapahit No.2-4, Sananwetan, Kec. Sananwetan, Kota Blitar. Universitas Islam Balitar dipilih menjadi tempat penelitian karena dianggap memenuhi kriteria yang dibutuhkan. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Islam Balitar yang sudah pernah berkunjung di Wisata Edukasi Kampung Coklat Blitar. pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu menggunakan pendekatan *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2019) *non probability sampling* merupakan suatu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan yang sama bagi setiap anggota suatu populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel, karena dipilih berdasarkan kriteria tertentu. Dalam mengukur besaran sampel yang akan diteliti, peneliti menggunakan rumus *Lemeshow* karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti. Dengan demikian jumlah sampel yang diperoleh sebesar 100 responden. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner. Skala likert digunakan untuk mengukur persepsi responden terhadap indikator variabel penelitian. Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis menggunakan SPSS 18.0. Variabel yang diteliti dalam penelitian ini yaitu diversifikasi produk, daya tarik wisata dan harga tiket sebagai variabel independen dan minat kunjung ulang sebagai variabel dependen.

HASIL

1. Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Sig. (2 tailed)	Keterangan
Diversifikasi Produk (X₁)	X _{1.1}	0,000	Valid
	X _{1.2}	0,000	Valid
	X _{1.3}	0,000	Valid
	X _{1.4}	0,000	Valid
	X _{1.5}	0,000	Valid
Daya Tarik Wisata (X₂)	X _{2.1}	0,000	Valid
	X _{2.2}	0,000	Valid
	X _{2.3}	0,000	Valid
	X _{2.4}	0,000	Valid
Harga Tiket (X₃)	X _{3.1}	0,000	Valid
	X _{3.2}	0,000	Valid
	X _{3.3}	0,000	Valid
	X _{3.4}	0,000	Valid
Minat	Y _{.1}	0,000	Valid
Kunjung	Y _{.2}	0,000	Valid
Ulang (Y)	Y _{.3}	0,000	Valid

Sumber: Data diolah (2024)

Berdasarkan hasil uji validitas pada Tabel.1 diketahui bahwa semua item pernyataan memiliki nilai sig. (2 tailed) < 0,05 yang dapat dinyatakan **valid**, artinya semua item pernyataan sudah akurat dalam mengukur variabel diversifikasi produk, daya tarik wisata, harga tiket dan minat kunjung ulang.

2. Uji Reliabilitas

Tabel.2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Sig.(t)	Alpha	Keterangan
Diversifikasi Produk (X₁)	0,003	0,05	Berpengaruh
Daya Tarik Wisata (X₂)	0,000	0,05	Berpengaruh
Harga Tiket (X₃)	0,070	0,05	Tidak berpengaruh

Sumber: Data diolah, (2024)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas dalam Tabel 4.11 diketahui bahwa semua item pernyataan mengenai diversifikasi produk, daya tarik wisata, harga tiket dan minat kunjung ulang memiliki nilai *cronbach's alpha* > 0,60 artinya semua item pernyataan dapat dinyatakan **reliabel**. Hal ini menunjukkan apabila item pernyataan digunakan kembali maka akan memperoleh hasil yang konsisten.

3. Uji parsial (t)

Tabel 3. Hasil Uji Parsial (t)

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Diversifikasi Produk (X₁)	0,748	Reliabel
Daya Tarik Wisata (X₂)	0,837	Reliabel
Harga Tiket (X₃)	0,873	Reliabel
Minat Kunjung Ulang (Y)	0,900	Reliabel

Sumber: Data diolah (2024)

Berdasarkan hasil uji t pada Tabel 3. maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Nilai sig.(t) variabel diversifikasi produk sebesar $0,003 < 0,05$ maka H_1 diterima dan H_0 ditolak. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa variabel diversifikasi produk **berpengaruh** positif dan signifikan terhadap minat kunjung ulang.
2. Nilai sig.(t) variabel daya tarik wisata sebesar 0,000 yang artinya $< 0,05$ maka H_2 diterima dan H_0 ditolak. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa variabel daya tarik wisata **berpengaruh** positif dan signifikan terhadap minat kunjung ulang.

3. Nilai sig.(t) variabel harga tiket sebesar 0,070 yang artinya $> 0,05$ maka H_3 ditolak dan H_0 diterima. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa variabel harga tiket **tidak berpengaruh** signifikan terhadap minat kunjung ulang.

4. Uji Simultan (f)

Tabel 4. Hasil Uji Simultan (f)

Model	<i>Sum of squares</i>	Df	<i>Mean Square</i>	F	Sig.
Regression	231.227	3	77.076	32.343	0,000 ^a
Residual	228.773	96	2.383		
Total	460.000	99			

Sumber: Data diolah, (2024)

Berdasarkan Tabel 4. bahwa hasil pengujian hipotesis secara simultan diperoleh nilai sig.(f) sebesar 0,000, sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai sig.(f) $< 0,05$ artinya variabel diversifikasi produk, daya tarik wisata dan harga tiket bersama-sama atau secara simultan **berpengaruh** terhadap minat kunjung ulang.

5. Uji Analisis Linear Berganda

Tabel 5. Hasil Uji Analisis Linear Berganda

Model	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>
	B	Std.Error	Beta
1	-0,759	1,325	
(Constant)	0,236	0,078	0,283
X₁_total	0,356	0,089	0,374
X₂_total	0,146	0,080	0,176
X₃_total			

Sumber: Data diolah, (2024)

Dari hasil persamaan regresi linear berganda di atas maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Koefisien regresi diversifikasi produk (X_1) sebesar 0,236 artinya jika variabel diversifikasi produk ditingkatkan 1 satuan, maka akan meningkatkan minat kunjung ulang wisatawan sebesar 0,236.
2. Koefisien regresi daya tarik wisata (X_2) sebesar 0,356 artinya jika variabel daya tarik wisata ditingkatkan 1 satuan, maka akan meningkatkan minat kunjung ulang wisatawan sebesar 0,356

3. Koefisien regresi diversifikasi produk (X_3) sebesar 0,176 artinya jika variabel harga tiket ditingkatkan 1 satuan, maka akan meningkatkan minat kunjung ulang wisatawan sebesar 0,176.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Diversifikasi Produk Terhadap Minat Kunjung Ulang

Berdasarkan uji parsial (t), hasil menunjukkan nilai variabel diversifikasi produk sig. $0,003 < 0,05$, sedangkan nilai $t_{hitung} (3,020) > t_{tabel} (1,984)$ artinya H_1 diterima dan H_0 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel diversifikasi produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjung ulang.

Diversifikasi produk menjadi salah satu cara untuk menarik konsumen baru dan mempertahankan konsumen lama agar tidak bosan terhadap produk-produk yang sudah ada. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin beragam dan bervariasi produk yang dikembangkan oleh wisata edukasi Kampung Coklat semakin mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung ulang. Hal ini berarti diversifikasi produk yang telah dikembangkan oleh wisata edukasi Kampung Coklat seperti: produk barang dan jasa yang bervariasi, tampilan produk yang menarik, harga produk yang sesuai, ketersediaan dan kelengkapan produk mampu menarik minat wisatawan untuk berkunjung ulang.

2. Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Kunjung Ulang

Berdasarkan uji parsial (t), hasil menunjukkan nilai variabel daya tarik wisata sig. $0,000 < 0,05$, sedangkan nilai $t_{hitung} (3,989) > t_{tabel} (1,984)$ artinya H_2 diterima dan H_0 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel daya tarik wisata memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjung ulang.

Salah satu faktor yang mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung ulang adalah daya tarik wisata. Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa daya tarik wisata yang dimiliki oleh wisata edukasi Kampung Coklat seperti; kelayakan bangunan wisata, akses jalan yang mudah dijangkau, jasa pendukung wisata yang menarik, kelengkapan fasilitas dan lainnya mampu menarik minat wisatawan. Apabila daya tarik wisata memiliki citra yang baik maka akan membawa nilai positif di mata pengunjung, karena dengan daya tarik wisata yang unggul akan mengacu pada ketertarikan dan kesan yang wisatawan dapatkan setelah berkunjung.

3. Pengaruh Harga Tiket Terhadap Minat Kunjung Ulang

Berdasarkan uji parsial (t), hasil menunjukkan nilai variabel harga tiket sig. $0,070 > 0,05$, sedangkan nilai $t_{hitung} (1,833) < t_{tabel} (1,984)$ artinya H_3 ditolak dan H_0 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel harga tiket tidak berpengaruh dan signifikan terhadap minat kunjung ulang.

Dalam hal ini harga menjadi salah satu faktor yang dipertimbangkan oleh konsumen sebelum memutuskan untuk membeli atau menggunakan suatu produk atau jasa. Sebelum menetapkan harga tiket tersebut, wisata edukasi Kampung Coklat pastinya sudah mempertimbangkan beberapa faktor diantaranya: keterjangkauan harga, persaingan harga dengan objek wisata lain, kesesuaian dan manfaat yang diberikan untuk wisatawan dan lain sebagainya. Berdasarkan hasil penelitian bahwa harga tiket yang ditetapkan oleh wisata edukasi Kampung Coklat tidak menjadi pengaruh wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang. Disisi lain harga merupakan suatu hal sensitif bagi beberapa wisatawan. Mahal atau tidaknya yang ditawarkan dapat di nilai sendiri oleh para wisatawan. Dari berbagai perbedaan persepsi tersebut akan ada yang mengatakan bahwa harga tidak mempengaruhi minat untuk melakukan kunjungan wisata, karena tujuan wisatawan yang memang ingin bersantai dan bersenang-senang. Namun, ada juga yang mengatakan bahwa harga mempengaruhi apa yang didapatkan setelah melakukan kunjungan wisata, ketika tujuan wisatawan yang berkunjung bukan hanya untuk bersenang-senang melainkan untuk mendapatkan pengetahuan dan menambah pengalaman baru.

4. Pengaruh Diversifikasi Produk, Daya Tarik Wisata dan Harga Tiket Terhadap Minat Kunjung Ulang

Berdasarkan hasil uji simultan (f) menunjukkan bahwa variabel diversifikasi produk, daya tarik wisata dan harga tiket secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap minat kunjung ulang wisatawan, hal ini ditunjukkan dengan nilai sig. $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_4 diterima dan H_0 ditolak, artinya hipotesis yang diajukan berpengaruh positif dan signifikan dan terbukti dapat diterima.

Hal ini menunjukkan bahwa di dalam industri wisata diversifikasi produk, daya tarik wisata dan harga tiket secara bersama-sama saling memiliki keterkaitan untuk dapat mempengaruhi minat kunjung wisatawan. Diversifikasi produk akan menghasilkan daya tarik sendiri terhadap konsumen sehingga memungkinkan untuk melakukan pembelian. Adanya diversifikasi produk juga dapat menciptakan rasa penasaran untuk mencoba produk lainnya. Daya tarik wisata yang baik akan memiliki dampak positif terhadap minat berkunjung kembali. Apabila pengalaman yang dirasakan baik dan mengesankan, maka tidak jarang wisatawan melakukan kunjungan ulang. Dalam pengambilan keputusan minat berkunjung ulang, harga tiket akan mempengaruhi minat wisatawan dalam memilih tempat wisata. Hal ini berkaitan dengan kesesuaian harga dan manfaat yang didapatkan. Apabila harga yang dikeluarkan sebanding dengan apa yang telah didapatkan, wisatawan akan merasa puas, sehingga memiliki antusias terhadap produk dan tidak akan ragu untuk merekomendasikannya kepada orang lain.

KESIMPULAN

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

1. Berdasarkan hasil uji parsial (t), H_1 diterima dan H_0 ditolak. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel diversifikasi produk secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjung ulang wisatawan pada wisata edukasi Kampung Coklat Blitar. Sehingga semakin berkembang dan beragam jenis produk barang dan jasa yang ditawarkan oleh wisata edukasi Kampung Coklat maka akan mempengaruhi minat kunjung ulang wisatawan.
2. Berdasarkan hasil uji parsial (t), H_2 diterima dan H_0 ditolak, maka variabel daya tarik wisata secara parsial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat kunjung ulang wisatawan pada wisata edukasi Kampung Coklat Blitar. Berdasarkan hasil penelitian daya tarik wisata edukasi Kampung Coklat memiliki keunggulan pada model arsitektur, konsep wisatanya dan fasilitas yang diberikan. Semakin baik dan unggul daya tarik wisata edukasi Kampung Coklat tersebut maka akan mampu membuat wisatawan merasa nyaman dan senang ketika sedang berkunjung.
3. Berdasarkan hasil uji parsial (t), H_3 ditolak dan H_0 diterima, maka variabel harga tiket secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat kunjung ulang wisatawan pada wisata edukasi Kampung Coklat Blitar. Artinya setiap wisatawan yang melakukan kunjungan ulang di wisata edukasi Kampung Coklat ternyata tidak mempertimbangkan harga tiket yang harus dibayarkan.
4. Berdasarkan hasil uji simultan (f), H_4 diterima dan H_0 ditolak, maka variabel diversifikasi produk, daya tarik wisata dan harga tiket secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap minat kunjung ulang wisatawan. Berdasarkan hasil tersebut diversifikasi produk, daya tarik wisata dan harga tiket di wisata edukasi Kampung Coklat memiliki keterkaitan untuk mempengaruhi minat kunjung ulang wisatawan. Apabila wisata edukasi Kampung Coklat memberi nilai yang lebih besar dari apa yang diharapkan, sehingga wisatawan akan merasa puas dan tidak ragu merekomendasikannya kepada orang lain.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka saran yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian, diharapkan perusahaan untuk mampu menjaga kualitas produk yang dimiliki serta kedepannya dapat terus melakukan strategi diversifikasi produk yang lebih

baik. Selain itu, perusahaan diharapkan mampu mengembangkan daya tarik wisata sesuai perkembangan *trend* di pasaran sehingga harga tiket yang telah dibayarkan oleh wisatawan sebanding dengan kesenangan yang dirasakan.

2. Bagi Akademisi

1. Untuk pihak yang ingin melanjutkan penelitian ini, disarankan untuk dapat mengembangkan penelitian ini dengan cara mencari variabel lain seperti: promosi, kualitas pelayanan, citra destinasi, lokasi dan lain-lain yang dapat mempengaruhi minat kunjung ulang mahasiswa pada wisata edukasi Kampung Coklat Blitar. Karena hasil dari penelitian ini diketahui 49,3% minat kunjung ulang wisatawan masih dipengaruhi oleh faktor-faktor yang lain.
2. Untuk memperkuat hasil penelitian yang serupa dianjurkan untuk menambah jumlah sampel dan mendampingi responden saat mengisi kuesioner supaya data diisi terinterpretasi secara baik dan benar.

REFERENSI

- Assauri, S. (2018). Manajemen pemasaran: Dasar konsep strategi. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- BPS. (2023). Statistik daerah Provinsi Jawa Timur 2023. Diakses pada 8 Maret 2024, dari <https://jatim.bps.go.id/>
- Kawatu, V. S., Mandey, S. L., & Lintong, D. C. A. (2020). Pengaruh daya tarik wisata terhadap niat kunjungan ulang dengan kepuasan sebagai variabel intervening pada tempat wisata Bukit Kasih Kanonang. *Jurnal EMBA*, 8(3), 401.
- Prasetyo, A. H., & Lukiasuti, F. (2022). Analisis pengaruh brand image dan service quality terhadap revisit intention dengan customer satisfaction sebagai variabel intervening (Studi kasus pada AHASS Comal Abadi Motor). *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 151–164.
- Sugiyono. (2019). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F., & Anastasia, D. (2020). Pemasaran. Yogyakarta: Andi.