

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, AKSESIBILITAS DAN
AMENITAS TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN DI
KEBUN BINATANG GEMBIRA LOKA YOGYAKARTA**

SKRIPSI



DISUSUN OLEH:

KOMANG RYUKI

11200889

PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2024

HALAMAN PENGAJUAN

Diajukan Kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat

Guna Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

Disusun oleh:

KOMANG RYUKI

11200889

DUTA WACANA

PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2024

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI/TESIS/DISERTASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Kristen Duta Wacana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Komang Ryuki
NIM : 11200889
Program studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Kristen Duta Wacana **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*None-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, AKSESIBILITAS DAN AMENITAS TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN DI KEBUN BINATANG GEMBIRA LOKA YOGYAKARTA”

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti/Noneksklusif ini Universitas Kristen Duta Wacana berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Yogyakarta
Pada Tanggal : 31 Mei 2024

Yang menyatakan



(Komang Ryuki)
NIM.11200889

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, AKSESIBILITAS, DAN AMENITAS TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN DI KEBUN BINATANG GEMBIRA LOKA YOGYAKARTA

telah diajukan dan dipertahankan oleh

Komang Ryuki

11200889

Dalam Ujian Skripsi Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

Dan dinyatakan **DITERIMA** untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada tanggal 28 Mei 2024

Nama Dosen

1. Dra. Ety Istriani, MM
(Ketua Tim Penguji dan Dosen Pembimbing)
2. Pristanto Silalahi, SE., M.S.E
(Dosen Penguji)
3. Jonathan Herdioko, SE., MM
(Dosen Penguji)

Tanda Tangan



Yogyakarta, 31 Mei 2024

Disahkan Oleh:

Dekan Fakultas Bisnis



Dr. Perminas Pangeran, SE., M.Si

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Elok Pakaryaningsih, S.E., M.Si

HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI

HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul:

"PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, AKSESIBILITAS DAN AMENITAS TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN DI KEBUN BINATANG GEMBIRA LOKA YOGYAKARTA"

Yang penulis kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika dikemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain, maka penulis bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar.

Yogyakarta, 13 Mei 2024



Komang Ryuki

11200889

HALAMAN MOTTO

“Jika jalannya terlihat mudah, mungkin kamu berada di jalan yang salah”

(Monkey D. Luffy)

“If not now, then when?”

(Unknown)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa atas segala penyertaan-Nya yang selalu menyertai dalam hidup saya hingga saat ini.
2. Orang tua, kakak, dan keluarga saya yang lainnya karena telah mendukung saya selama proses perkuliahan hingga saat ini.
3. Dosen pembimbing saya Dra. Ety Istriani, MM yang telah membimbing saya dengan sabar dan selalu memberi arahan selama proses pengerjaan skripsi hingga skripsi ini selesai dengan baik.
4. Teman seperjuangan saya yaitu Sandi yang menemani dari semester 1 hingga semester 8, serta Christian Mikhail yang selalu menemani dari semester 5 hingga sekarang.
5. Teman-teman mahasiswa seperjuangan saya yang telah berjuang bersama-sama Gayu Setiawan, Irwandi, Aprikurniawan, Jesica Sendow, Atanasia Febrianti, Kezia Ajeng, Anggita Tjoa, Astrid, Celine Tindage yang menemani dan juga membantu penulis selama perkuliahan serta penyusunan skripsi.
6. Teman-teman lainnya yang tidak disebutkan namanya.
7. Terakhir adalah kepada penulis sendiri yang telah bekerja keras dan mencoba disiplin selama menyelesaikan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang memiliki judul “**Pengaruh *Electronic Word of Mouth*, Aksesibilitas Dan Amenitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta**” yang dimana dijadikan sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana.

Selama proses penulisan skripsi ini penulis mendapatkan banyak bantuan bimbingan, petunjuk, dan arahan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada:

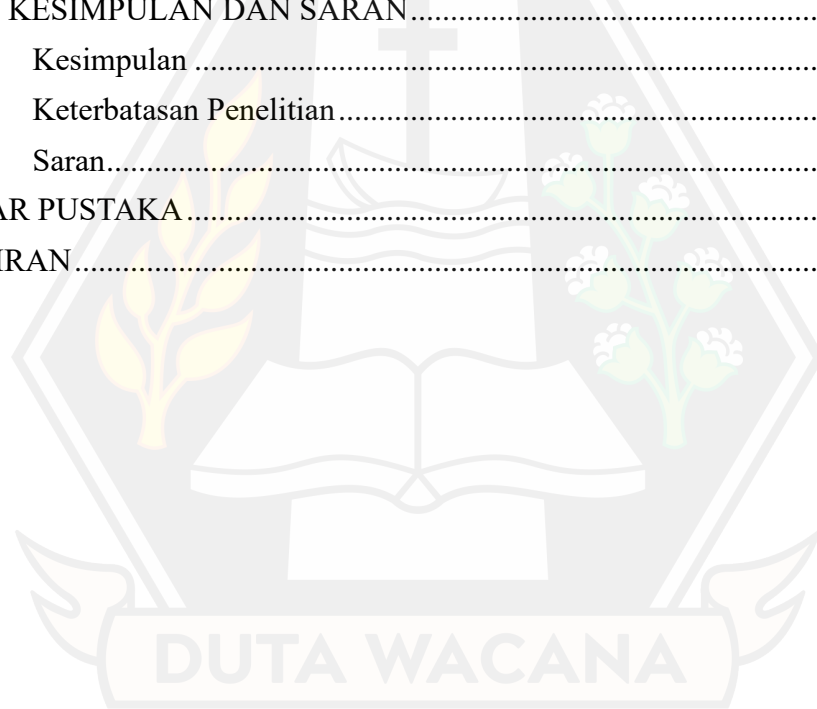
1. Bapak Dr. Perminas Pangeran SE., MSi., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana.
2. Ibu Dr. Elok Pakaryaningsih, S.E., MSi., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana.
3. Ibu Dra. Ety Istriani, MM selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan juga pikiran agar dapat memberi arahan, membimbing, dan juga memberi masukan kepada penulis agar dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Seluruh Dosen dan *Staff* Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta yang telah memberikan bantuan selama penulis melaksanakan pembelajaran di bangku kuliah.

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGAJUAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Batasan Penelitian	9
BAB II KAJIAN LITERATUR.....	10
2.1 <i>Electronic Word of Mouth</i>	10
2.1.1 Keunggulan <i>Electronic Word of Mouth</i>	11
2.1.2 Indikator <i>Electronic Word of Mouth</i>	12
2.2 Aksesibilitas	13
2.2.1 Hal yang Diperlukan Aksesibilitas.....	14
2.2.2 Indikator Aksesibilitas.....	15
2.3 Amenitas	16
2.3.1 Hal yang Perlu Diperhatikan Dalam Amenitas	17
2.3.2 Indikator Amenitas	17
2.4 Keputusan Berkunjung.....	18
2.4.1 Faktor-Faktor yang Memengaruhi Wisatawan Untuk Melakukan Kunjungan wisata.....	19

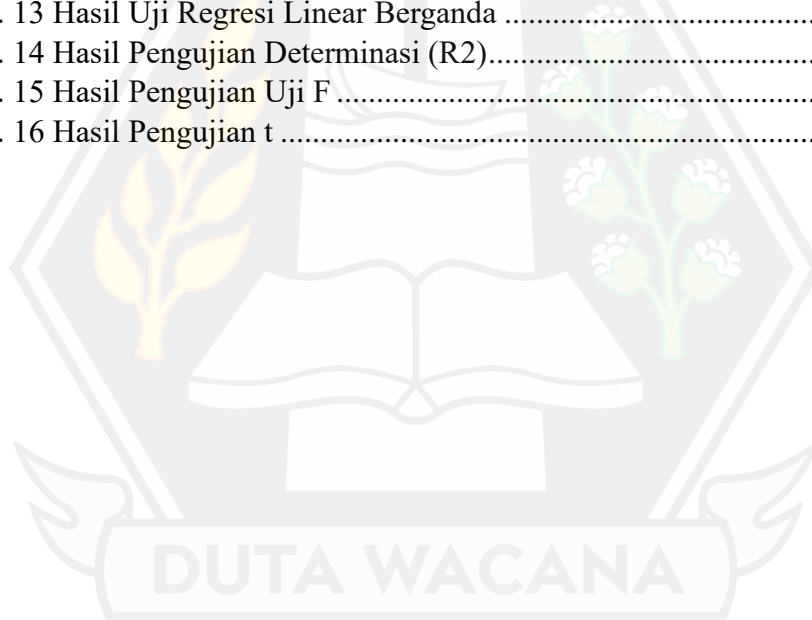
2.4.2	Indikator Keputusan Berkunjung	20
2.5	Penelitian Terdahulu	22
2.6	Kerangka Penelitian	23
2.7	Hipotesis.....	24
2.7.1	Hubungan Antara <i>Electronic Word of Mouth</i> Dengan Keputusan Berkunjung Wisatawan	24
2.7.2	Hubungan Antara Aksesibilitas Dengan Keputusan Berkunjung Wisatawan.....	25
2.7.3	Hubungan Antara Amenitas Dengan Keputusan Berkunjung Wisatawan	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		28
3.1	Jenis dan Sumber Data	28
3.1.1	Data Primer	28
3.1.2	Data Sekunder	29
3.2	Populasi dan Metode Sampling.....	29
3.2.1	Populasi	29
3.2.2	Metode Sampling	30
3.3	Definisi Operasional Variabel	31
3.4	Uji Instrumen Penelitian	32
3.4.1	Uji Validitas.....	32
3.4.2	Uji Reliabilitas	33
3.5	Uji Hipotesis	34
3.5.1	Analisis Regresi Linear Berganda.....	34
3.5.2	Uji Determinasi (R^2)	35
3.5.3	Uji Pengaruh Simultan (Uji F)	35
3.5.4	Uji Parsial (Uji t).....	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		39
4.1	Hasil Uji Instrumen	39
4.1.1	Hasil Uji Validitas	39
4.1.2	Uji Reliabilitas	42
4.2	Profil Responden.....	44
4.2.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
4.2.2	Profil Responden Berdasarkan Usia.....	45
4.2.3	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	46

4.2.4	Profil Responden Berdasarkan Aktif Tidaknya Menggunakan Media Sosial.....	47
4.2.5	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	49
4.2.6	Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan	50
4.3	Pengujian Hipotesis.....	51
4.3.1	Analisis Regresi Linear Berganda.....	51
4.3.2	Hasil Uji Determinasi (R^2).....	54
4.3.3	Hasil Uji F (Simultan).....	55
4.3.4	Hasil Uji t (Parsial).....	56
4.4	Pembahasan.....	58
4.4.1	Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Berkunjung .	58
4.4.2	Pengaruh Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung	60
4.4.3	Pengaruh Amenitas Terhadap Keputusan Berkunjung.....	62
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		65
5.1	Kesimpulan	65
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	66
5.3	Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA.....		69
LAMPIRAN.....		73



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 3. 1 Skala Likert	29
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel	32
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas	41
Tabel 4. 2 Hasil Uji Reliabilitas Pada Seluruh Variabel.....	42
Tabel 4. 3 Uji Reliabilitas Electronic Word of Mouth	42
Tabel 4. 4 Uji Reliabilitas Aksesibilitas	43
Tabel 4. 5 Uji Reliabilitas Amenitas	43
Tabel 4. 6 Uji Reliabilitas Keputusan Berkunjung.....	44
Tabel 4. 7 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 4. 8 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	46
Tabel 4. 9 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	47
Tabel 4. 10 Profil Responden Berdasarkan Aktif Tidaknya Menggunakan Media Sosial.....	48
Tabel 4. 11 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	49
Tabel 4. 12 Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran per Bulan.....	50
Tabel 4. 13 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	51
Tabel 4. 14 Hasil Pengujian Determinasi (R ²).....	54
Tabel 4. 15 Hasil Pengujian Uji F	56
Tabel 4. 16 Hasil Pengujian t	57



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kota Terbaik di Indonesia untuk Wisata Tahun 2023	2
Gambar 1. 2 Jumlah Wisatawan Nusantara Pada Objek Wisata Alam di Yogyakarta ..	3



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Kuisisioner	73
LAMPIRAN 2 Data Kuisisioner.....	80
LAMPIRAN 3 Electronic Word of Mouth.....	88
LAMPIRAN 4 Aksesibilitas	91
LAMPIRAN 5 Amenitas.....	94
LAMPIRAN 6 Keputusan Berkunjung.....	97
LAMPIRAN 7 Analisis Deskriptif.....	100
LAMPIRAN 8 Hasil Uji Validitas & Reliabilitas	102
LAMPIRAN 9 Tabel R (Uji Validitas).....	107
LAMPIRAN 10 Hasil Uji Hipotesis (Analisis Linier Berganda, Uji Determinasi, Uji F, dan Uji t)	108
LAMPIRAN 11 Kartu Konsultasi.....	110
LAMPIRAN 12 Halaman Pengajuan.....	111
LAMPIRAN 13 Lembar Revisi Ujian Pendarasan.....	112
LAMPIRAN 14 Formulir Revisi Judul Skripsi	113
LAMPIRAN 15 Halaman Pernyataan Persetujuan Publikasi	114



PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, AKSESIBILITAS DAN AMENITAS TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN DI KEBUN BINATANG GEMBIRA LOKA YOGYAKARTA

Komang Ryuki

11200889

Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

***Email:* 11200889@students.ukdw.ac.id**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Electronic Word of Mouth*, Aksesibilitas, dan Amenitas secara simultan dan parsial terhadap Keputusan Berkunjung di Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta. Teknik dalam pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Data diperoleh dengan membagikan kuisioner *google form* kepada 100 responden dengan usia minimal 17 tahun dan pernah mengunjungi Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan berbagai jenis hipotesis yaitu uji determinan, uji t, dan uji F menggunakan aplikasi SPSS Versi 29. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa *Electronic Word of Mouth*, Aksesibilitas, dan Amenitas berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung wisatawan di Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta baik secara parsial maupun simultan.

Kata kunci: *Electronic Word of Mouth*, Aksesibilitas, Amenitas, Keputusan Berkunjung, Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta

***THE INFLUENCE OF ELECTRONIC WORD OF MOUTH, ACCESSIBILITY,
AND AMENITY ON TOURIST DECISIONS TO VISIT GEMBIRA LOKA ZOO
YOGYAKARTA***

Komang Ryuki

11200889

Department Management Faculty of Business

Duta Wacana Christian University

Email: 11200889@students.ukdw.ac.id

ABSTRACT

*This study aims to determine the influence of Electronic Word of Mouth, Accessibility, and Amenity simultaneously and partially on the decision to visit Gembira Loka Zoo Yogyakarta. The technique in sampling uses purposive samplings. The data was obtained by sharing a google form questionnaire with 100 respondents with a minimum age of 17 years old and had visited Gembira Loka Zoo Yogyakarta. The analysis techniques used are multiple linear regression with various types of hypotheses namely determinant tests, *t* tests, and *F* tests using SPSS version 29 application. The results of this study explain that the Electronic Word of Mouth, Accessibility, and Amenity influence the decision to visit tourists at Gembira Loka Zoo Yogyakarta both partially and simultaneously.*

Keywords: Electronic Word of Mouth, Accessibility, Amenity, Decisions to Visit, Gembira Loka Zoo Yogyakarta

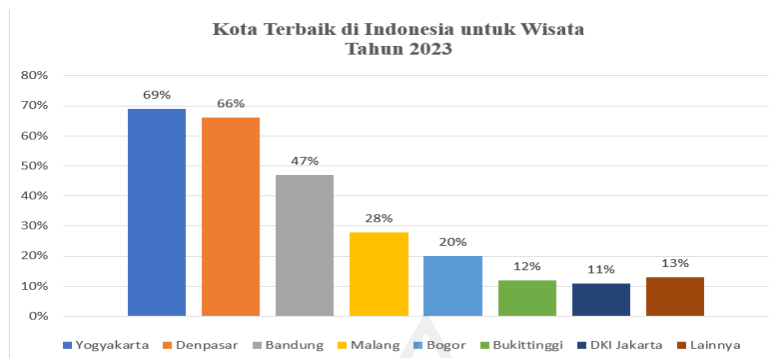
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia adalah negara yang mempunyai beribu-ribu pulau. Pulau-pulau tersebut mempunyai keistimewaan tersendiri yang membedakan antara satu dengan lainnya seperti keindahan alam, kekayaan alam, dan tentunya budaya dari masing-masing pulau. Beragam jenis flora dan fauna pun dapat ditemukan dalam pulau-pulau tersebut. Dengan adanya kelebihan-kelebihan yang sudah disebutkan, apabila negara Indonesia dapat memanfaatkan potensi tersebut dengan baik, maka akan meningkatkan pendapatan bagi negara Indonesia. Maka dari itu, pemerintah bisa berupaya untuk melakukan pemanfaatan dan pengembangan berbagai potensi yang ada di bidang pariwisata.

Pariwisata menjadi satu dari sejumlah sektor yang memberikan dampak baik bagi pertumbuhan ekonomi negara Indonesia. Saat ini, masyarakat domestik ataupun mancanegara melakukan kegiatan berwisata guna melepas rasa penat dari kegiatan ataupun kewajibannya, sehingga sektor pariwisata sangatlah penting bagi individu maupun perekonomian suatu negara. Dengan memiliki banyak pulau, maka negara Indonesia memiliki banyak tempat wisata yang berada di berbagai wilayahnya dari Sabang hingga Merauke.

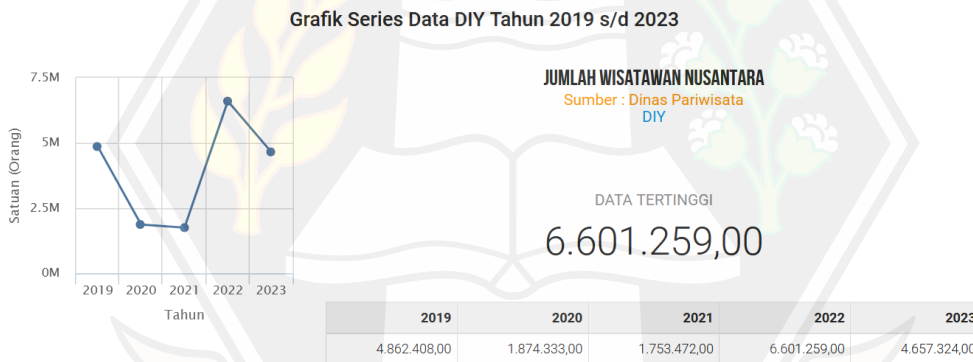


Gambar 1. 1 Kota Terbaik di Indonesia untuk Wisata Tahun 2023

Berdasarkan pada gambar 1.1 yang bersumber dari *goodstats.id* dapat dilihat bahwa Kota Yogyakarta berada pada peringkat pertama. *Goodstats* mengambil 1000 responden dengan persentase 76,1 persen responden yang berasal dari pulau Jawa dan 23,9 persen di luar pulau Jawa. Yogyakarta adalah daerah dengan potensi tertinggi dalam ranah kepariwisataannya, hal ini dikarenakan Yogyakarta memiliki budaya yang masih kental, makanan khas, wisata sejarah ataupun alamnya yang begitu asri, dan masih banyak lagi. Memiliki berbagai macam keunikan membuat Yogyakarta memiliki berbagai julukan seperti Kota Pelajar, Kota Pariwisata, Kota Budaya, Kota Toleransi, dan Kota Perjuangan.

Salah satu sektor pariwisata di Yogyakarta ialah destinasi yang termasuk dalam golongan Objek Wisata Alam yakni Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta. Kebun binatang ini berada dalam naungan PT. BUANA ALAM TIRTA dari tahun 2008 sampai saat ini. Destinasi wisata ini, beralamat di Jl. Kebun Raya No. 2 Kota Gede, Yogyakarta. Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta merupakan tempat bagi masyarakat untuk berekreasi serta menjadi sarana edukasi mengenai flora dan fauna

domestik ataupun dari luar Indonesia. Walaupun memiliki nama Kebun Binatang, tetapi tidak hanya Binatang saja yang dikembangkan di tempat ini, karena dilansir dari halaman *website* resmi Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta dapat dilihat bahwa Gembira Loka memiliki Visi serta Misi yang memiliki inti untuk mengembangkan serta melestarikan tumbuh-tumbuhan dan satwa. Dengan memiliki keunikan seperti mengembangkan hewan serta menjaga kelestarian tumbuh – tumbuhan dan juga memiliki akses yang terbilang mudah karena Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta berada tidak jauh dari pusat kota, maka wisatawan akan lebih mudah untuk menjangkau tempat tersebut untuk melakukan kegiatan berwisata.



Gambar 1. 2 Jumlah Wisatawan Nusantara Pada Objek Wisata Alam di Yogyakarta

Berdasarkan pada gambar 1.2 tampak grafik dari banyaknya wisatawan Nusantara yang telah mengunjungi destinasi pariwisata alam yang ada di Yogyakarta, dapat dilihat bahwa pada tahun 2022 menjadi yang tertinggi dengan jumlah

6.601.259.00 kunjungan. Sedangkan pada tahun 2020 sampai 2021 mengalami penurunan karena adanya Pandemi Covid-19. Tahun 2023 mengalami penurunan yang tidak signifikan apabila dilakukan perbandingan dengan banyaknya kunjungan yang dilakukan oleh para pelancong di tahun 2022.

Melalui data yang sudah dijelaskan, diketahui bahwa satu dari sejumlah destinasi pariwisata di Yogyakarta yang termasuk dalam kategori objek wisata alam ialah Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta. Adanya penurunan jumlah kunjungan membuat pihak-pihak pemangku kebijakan dalam kebun binatang tersebut harus menyadari hal apa yang membuat terjadinya penurunan kunjungan wisatawan khususnya pada objek wisata alam di Yogyakarta serta bagaimana caranya untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan untuk kedepannya. Pihak Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta harus mengetahui sejumlah hal yang memberikan kontribusi untuk memengaruhi keputusan akhir yang diambil wisatawan guna melakukan kunjungan atau tidak. Ada banyak faktor yang dapat mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan, baik faktor tersebut merupakan faktor internal maupun eksternal.

Teknologi di masa sekarang ini, menjadi sesuatu yang tidak dapat dipisahkan dari keseharian masyarakat sebagai sarana komunikasi ataupun informasi. Oleh karenanya, teknologi bisa sangat efektif untuk dimanfaatkan dalam mengupayakan peningkatan keputusan wisatawan dalam melakukan kunjungan ke suatu destinasi pariwisata, yakni melalui *Electronic Word of Mouth (E-WoM)*. Hennig-Thurau, (2004) menguraikan *E-WoM* adalah ulasan baik buruknya sebuah jasa dan produk dari seorang

calon ataupun mantan konsumen yang menyebarluaskannya dengan sarana jaringan internet serta dapat disaksikan oleh banyak orang ataupun suatu lembaga. Dengan memberikan pengalaman yang positif atau baik kepada pengunjung ketika melakukan rekreasi ke Kebun Binatang Gembira Loka yang ada di Yogyakarta, sehingga melalui adanya *E-WoM* akan membantu membuat citra dari Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta akan dilihat baik di media *online*, kemudian akan menarik pengunjung lainnya. Selain itu, hal yang mendukung bahwa *E-WoM* memberikan pengaruhnya kepada keputusan wisatawan untuk melakukan kunjung ialah kajian yang telah lebih dahulu dilakukan Cahyoni dan Pradana, (2021) yang dimana hasil dari penelitiannya menghasilkan temuan bahwa *electronic word of mouth* memengaruhi keputusan calon pengunjung untuk menentukan pilihannya dalam mengunjungi ke destinasi pariwisata yakni Umbul Manten.

Wisatawan dapat meningkat apabila akses untuk menuju tempat wisata dapat dijangkau dengan mudah, maka dari itu aksesibilitas perlu diperhatikan agar dapat tetap bertahan dan juga meningkatkan. Menurut Widiati dan Oetarjo, (2022) aksesibilitas merupakan salah satu hal yang dapat menunjang pembangunan pariwisata, karena apabila wisatawan mendapatkan akses yang mudah menuju tempat wisata, maka hal itu akan memberikan rasa nyaman serta aman selama perjalanan. Dengan adanya akses yang mudah dituju seperti tersedianya transportasi umum ke tempat wisata, maka akan membantu untuk meningkatkan wisatawan dalam mengambil Keputusan untuk berkunjung. Penelitian yang dilakukan oleh Ardiansyah dan Agung Nugroho, (2022) menyajikan temuan yang memperlihatkan aksesibilitas memberikan pengaruhnya

kepada keputusan wisatawan untuk melakukan kunjungan di Pantai Siangau Kabupaten Bangka Barat.

Menurut Zaenuri dalam Ramadhani dkk., (2021) wisatawan akan berkunjung serta melakukan kunjungan kembali jika tersedianya fasilitas–fasilitas yang bisa memenuhi kebutuhan wisatawan tersebut. Amenitas dalam objek wisata sangat diperlukan agar dapat menunjang objek wisata itu sendiri. Menurut Rusvitasari dan Solihin, (2014) amenitas merupakan fasilitas pendukung yang bisa dimanfaatkan atau digunakan oleh wisatawan guna menunjang kebutuhan dari wisatawan tersebut. Menurut Ramadhani dkk., (2021) amenitas memiliki kaitan dengan sarana akomodasi, *rest area*, toilet umum, toko sovenir, tempat makan, tempat ibadah, tempat parkir dan lainnya. Dengan memiliki amenitas yang lengkap dalam sebuah objek wisata, akan membantu wisatawan dalam memenuhi kebutuhannya. Hal tersebut diperkuat dengan riset dari Susianto dkk., (2022) yang menemukan adanya pengaruh dari amenitas kepada keputusan pelancong untuk mengunjungi destinasi pariwisata desa wisata Kabupaten Kerinci.

Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta, dipilih menjadi objek penelitian sebab peneliti menilai riset yang menggunakan destinasi pariwisata utamanya kebun binatang masih sangat terbatas. Berdasarkan pada gambar 1.2 jika dilihat setelah tahun 2021, wisatawan meningkat pesat, akan tetapi di tahun 2023 pada grafik tersebut dapat dilihat bahwa terjadinya penurunan wisatawan, maka dari itu penulis memiliki rasa ketertarikan untuk meneliti hal apa yang membuat wisatawan pada tahun 2023 dapat mengalami penurunan. Selain itu, penulis melihat *electronic word of mouth*,

aksesibilitas, dan amenitas berperan krusial dalam meningkatkan wisatawan untuk mengunjungi objek wisata berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan seperti yang sudah dipaparkan. Berdasarkan uraian mengenai sejumlah hal yang termuat dalam bagian sebelumnya, membangkitkan keingintahuan peneliti guna melakukan kajian tentang **”PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, AKSESIBILITAS, DAN AMENITAS TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN DI KEBUN BINATANG GEMBIRA LOKA YOGYAKARTA”**

1.2 Rumusan Masalah

Berlandaskan uraian yang telah dijabarkan pada bagian sebelumnya, maka sejumlah permasalahan yang akan dikaji rumusannya adalah:

- a. Apakah *Electronic Word of Mouth* berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta
- b. Apakah Aksesibilitas berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta
- c. Apakah Amenitas berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta

1.3 Tujuan Penelitian

Berlandaskan sejumlah persoalan yang sudah dirumuskan, maka pelaksanaan kegiatan riset ditujukan guna:

- a. Melakukan penganalisisan terkait pengaruh *Electronic Word of Mouth* terhadap Keputusan berkunjung wisatawan pada Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta
- b. Melakukan penganalisisan terkait pengaruh Aksesibilitas terhadap Keputusan berkunjung wisatawan pada Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta
- c. Melakukan penganalisisan terkait pengaruh Amenitas terhadap Keputusan berkunjung wisatawan pada Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta

1.4 Manfaat Penelitian

- a. Bagi Pengelola Objek Wisata
Sebagai referensi guna meningkatkan Keputusan berkunjung wisatawan dengan cara memaksimalkan potensi *Electronic Word of Mouth*, Aksesibilitas, dan Amenitas
- b. Bagi Masyarakat
Untuk memberikan pengetahuan kepada Masyarakat bahwa *Electronic Word of Mouth*, Aksesibilitas, dan Amenitas bisa memengaruhi keputusan yang diambil wisatawan untuk melakukan kunjungan pada Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta
- c. Akademisi
Sebagai sarana pengembangan ilmu Manajemen Bisnis terhadap pengaruh *Electronic Word of Mouth*, Aksesibilitas, dan Amenitas bisa memengaruhi keputusan yang diambil wisatawan untuk melakukan kunjungan wisatawan pada Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta

1.5 Batasan Penelitian

Agar hal-hal yang akan dikaji tidak terlalu melebar, maka dari itu diperlukan adanya suatu pembatasan yakni:

a. Lokasi Penelitian

Pelaksanaan aktivitas riset bertempat di Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta

b. Waktu Penelitian

Waktu penelitian dimulai pada Februari 2024 hingga Mei 2024

c. Responden Penelitian

Responden penelitian ini diberi batas usia minimal 17 tahun, serta pengunjung yang sudah pernah mengunjungi destinasi wisata Kebun Binatang Gembira Loka selama kurun waktu dua tahun terakhir

d. Jumlah Responden

Pada penelitian ini, penulis membutuhkan 100 responden.

e. Variabel yang Diteliti

- 1) Variabel bebas (X) yakni *electronic word of mouth*, aksesibilitas, dan amenities.
- 2) Variabel terikat (Y) yakni keputusan berkunjung

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Pelaksanaan riset oleh peneliti ditujukan guna mengkaji pengaruh dari *electronic word of mouth*, aksesibilitas, dan amenitas terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta. Setelah penganalisisan dilakukan memakai bantuan program yakni SPSS 29 dan memakai penghitungan regresi linear berganda, koefisien determinasi (R^2), *F-test* (Uji Simultan), dan *t-test* (Uji Parsial), maka bisa diambil kesimpulan, meliputi:

- a. Variabel *electronic word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta.
- b. Variabel aksesibilitas berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta.
- c. Variabel amenitas berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta.
- d. Variabel *electronic word of mouth*, aksesibilitas, dan amenitas secara simultan berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Peneliti hanya memakai 3 variabel bebas yakni aksesibilitas, amenitas, serta *electronic word of mouth*. Variabel di luar dari penelitian ini masih sangatlah banyak yang juga memberikan pengaruhnya kepada keputusan berkunjung seperti variabel persepsi harga, citra destinasi, *word of mouth*, dan lainnya.

5.3 Saran

Berlandaskan temuan yang ada dalam riset ini, ada sejumlah saran yang bisa dibagikan yakni:

a. Saran Bagi Pengelola Objek Wisata

Pada perkembangan zaman saat ini, teknologi *internet* akan selalu dimanfaatkan oleh masyarakat, maka dari itu pihak pengelola harus menyadari hal tersebut dan memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan pengunjung wisatawan, maka dari itu pengelola tempat wisata harus selalu *update* informasi melalui *website* ataupun media sosial untuk membantu wisatawan dalam pencarian informasi, kemudian mengendorse beberapa *public figure* yang relevan untuk membantu Masyarakat dalam menjangkau informasi mengenai objek wisata. Lalu untuk faktor aksesibilitas sebaiknya untuk informasi rute trans jogja ke objek wisata lebih sering ditampilkan, karena masih beberapa masyarakat tidak mengetahui Trans Jogja memiliki rute ke Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta. Amenitas yang tersedia sudah sangat baik, saran yang bisa diberikan hanya perlu lebih memperhatikan kebersihan pada toilet.

b. Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya yang berminat untuk melaksanakan sebuah riset dengan topik yang sama, disarankan untuk bisa menggunakan variabel penelitian yang belum terdapat dalam riset ini baik variabel tersebut adalah variabel independen maupun dependen. Selain itu, diharapkan peneliti selanjutnya untuk menggunakan objek wisata yang lain seperti Bhumi Merapi, HeHa Ocean View, dan lainnya yang berada di Daerah Istimewa Yogyakarta. Selain itu, apabila peneliti selanjutnya menggunakan variabel *electronic word of mouth* untuk dapat lebih spesifik seperti *electronic word of mouth* pada media sosial ataupun lainnya.

c. Saran Bagi Wisatawan

Bagi wisatawan yang belum mengunjungi atau wisatawan yang sedang melakukan pertimbangan untuk mengunjungi objek wisata kebun binatang gembira loka Yogyakarta dengan cara mencari informasi melalui *internet* diharapkan agar lebih bijak dalam menelaah karena seiring perkembangan zaman dan tidak sedikit informasi yang tersebar di internet, maka berita bohong juga sangat sering beredar serta kejahatan melalui *internet* pun juga meningkat. Selain itu saran peneliti untuk wisatawan yang berkunjung ke Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta diharapkan untuk menjaga kebersihan serta kenyamanan selama berada di kawasan objek wisata, karena jika diterapkan akan menciptakan lingkungan yang baik dan wisatawan akan merasa nyaman ketika berada di kawasan objek wisata karena terjaganya fasilitas yang

disediakan. Selanjutnya untuk masyarakat yang ingin memberi pengalaman ataupun ulasan pada *internet* agar lebih bijak, karena jika memberikan informasi yang palsu yang bersifat negatif akan menimbulkan rasa tidak ingin mengunjungi bagi calon wisatawan yang sedang mencari informasi, dengan begitu calon wisatawan tersebut akan mengurungkan niat untuk memutuskan berkunjung ke kebun binatang gembira loka Yogyakarta.



DAFTAR PUSTAKA

- Aldrin Akbar, M., Khotimah, K., Pasolo, F., & Labo, I. A. (2019). *Electronic Word of Mouth (E-Wom) Pengaruhnya Terhadap Purchase Intention Melalui Brand Image Pada Smartphone Xiaomi (Studi Pada Mahasiswa Di Kota Jayapura)*. *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar*, 10(1), 938–954.
- Alfitriani, Putri, W. A., & Ummasyroh. (2021). Pengaruh Komponen 4A Terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan Pada Destinasi Wisata Bayt Al-Qur'an Al-Akbar Kota Palembang. *Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 66–77.
- Ardiansyah, K., & Agung Nugroho, A. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Pantai Siangau Kabupaten Bangka Barat. *JURNAL EKOMAKS Jurnal Ilmu Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 11(1), 101–113.
- Arrazi, I. M., & Susantainugraha, H. (2021). Pengaruh Daya Tarik dan *Electronic Word of Mouth* Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Kawasan Kota Lama Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 890–899.
- Aryanto, W. S., Mahmud, Haryadi, G. T., & Purusa, N. A. (2024). Pengaruh Atraksi, Amenitas Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Wisatawan Untuk Berkunjung di Objek Wisata Pantai Pasir Kencana, Kota Pekalongan. *Jurnal Mirai Management*, 9(1), 48–57.
- Cahyoni, A. T., & Pradana, M. (2021). Pengaruh Atribut Produk Wisata dan *Electronic Word of Mouth (Ewom)* Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Obyek Wisata Umbul Manten Klaten. *E-Proceeding of Management*, 8(1), 152.
- Dani, Y. P., & Thamrin. (2019). Pengaruh Atribut Produk Wisata dan *Electronic Word of Mouth (E-WOM)* Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Kawasan Wisata Mandeh. *Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausaha*, 1(1), 283–295.
- Darmawan, D. S. (2019). Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas, Ansilari Terhadap Kepuasan Wisatawan di Pantai Gemah Kabupaten Tulungagung. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Feb*, 8(1), 1–9.
- Dewi, M. K., Rivandi, M., & Meirina, E. (2020). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Di Objek Wisata Pantai Air Manis Kota Padang. *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta*, 5(2), 14–22.
- DIY Dinas Pariwisata. (2024). *Jenis Objek Wisata Pariwisata*. Jogja Dataku. https://bappeda.jogjaprovo.go.id/dataku/data_dasar/index/214-jenis-objek-wisata
- Fikiya, M., Fathoni, M. A., & Yetty, F. (2021). Pengaruh 4A Pariwisata Halal Terhadap Kepuasan Wisatawan Berkunjung Ke Dki Jakarta. *Business Management, Economic, And Accounting National Seminar*, 2, 348–364.

- Ghozali, I. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. *Semarang: Penerbit Undip Semarang*.
- Goyette, I., Ricard, L., Bergeron, J., & Marticotte, F. (2010). E-WOM Scale: Word-Of-Mouth Measurement Scale For E-Services Context. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 27(1), 5–23.
- Hennig-Thurau, F. G. (2004). *Electronic Word of Mouth via Customer Opinion Platforms: What Motivates Customers to Articulate Themselves on the Internet?* *Journal of Interactive Marketing*, 18 (1), 38-42.
- Hia, E. A., & Tarigan, J. S. (2023). Pengaruh Atraksi, Amenitas dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali Wisatawan di Objek Wisata Bawomataluo Nias Selatan. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 23132–23147.
- Indratno, D. L., Supardin, L., & Wiranto, E. (2022). Pengaruh *Electronic Word of Mouth*, Citra Merek dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian di Matahari. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 06(01), 1–11.
- Itasari, A. A., Hastuti, N. H., & Supriyadi, A. (2020). Pengaruh *Word of Mouth*, *Electronic Word of Mouth* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Etissal: Journal of Communication*, 5(2), 260–271.
- Karyana Putra, P., & Sunarta, I. N. (2018). Identifikasi Komponen Daya Tarik Wisata Dan Pengelolaan Pantai Labuan Sait, Desa Adat Pecatu, Kabupaten Badung. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 6(2), 292–298.
- Khotimah, I., & Sulistyowati, R. (2022). Pengaruh *Electronic Word of Mouth (Ewom)* di Media Sosial Terhadap Minat dan Keputusan Berkunjung di Surabaya (Studi Pada Wisatawan Yang Pernah Mengunjungi Wisata Sejarah Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(2), 1679–1688.
- Kotler, Philip dan Keller Lane. 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi Ketiga Belas. *Jakarta: Erlangga*
- Maharani Anissa Kinaya. (2023, October). *7 Kota Ini Jadi Pilihan Kota Terbaik di Indonesia untuk Berwisata, Ada Favoritmu?* GoodStats. <https://goodstats.id/article/7-kota-ini-jadi-pilihan-kota-terbaik-di-indonesia-untuk-berwisata-ada-favoritmu-O40Xa>
- Maulana, N., Saftari, L. J., & Batu, R. L. (2021). Pengaruh *Electronic Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Oleh Brand Trust Pada Bukalapak. *Jurnal Ilmiah MEA: Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi*, 5(3), 2327–2341.
- Mulyati, Y., & Masruri. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Wisatawan Domestik Ditinjau Dari Perspektif Daya Tarik Destinasi Wisata Kota Bukittinggi. *Jurnal Penelitian Dan Kajian Ilmiah Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat*, 13(1), 190–205.

- Prabainastu, H. (2020). Pengaruh *City Branding* dan *City Image* Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Kota Denpasar. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 8(2), 184–188.
- Purwanto, H., Kadi, D. C. A., & Rismawati, G. (2021). Pengaruh Daya Tarik Dan *E-WOM* Terhadap Keputusan Berkunjung Melalui Minat Berkunjung Sebagai Variabel *Intervening*. *Management And Business Review*, 5(2), 251–264.
- Putri, N. P. T. K. P., & Bhaskara, G. I. (2023). Pengaruh Produk, Citra, Dan *E-WOM* Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Daya Tarik Wisata Pantai Melasti, Bali. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 11(1), 49–63.
- Rakhmawati, A., Nizar, M., Murtadlo, K., Studi Ilmu Administrasi Bisnis, P., & Yudharta Pasuruan, U. (2019). Pengaruh *Electronic Word of Mouth (E-WOM)* dan *Viral Marketing* Terhadap Minat Berkunjung Dan Keputusan Berkunjung. *Jurnal Sketsa Bisnis*, 6(1), 20.
- Ramadhani, N. D. P., Rini, & Setiawan, H. (2021). Pengaruh 3A Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Objek Wisata Air Terjun Temam. *Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 1(3), 162–171.
- Ratna Sari, D. (2022). Pengaruh Amenitas dan Aksesibilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Taman Margasatwa Semarang. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 18(2), 80–90.
- Rokhayah, E. G., & Andriana, A. N. (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.
- Rossadi, L. N., & Widayati, E. (2018). Pengaruh Aksesibilitas, Amenitas, Dan Atraksi Wisata Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Ke Wahana Air Balong Waterpark Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta. *Journal of Tourism and Economic*, 1(2), 109–116.
- Ruray, T. A., & Pratama, R. (2020). Pengaruh Daya Tarik dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Pantai Akesahu Kota Tidore Kepulauan. *KAWASA*, 11(2), 29–38.
- Rusvitasari., E & Solikhin., A. 2014. Strategi Pengembangan Wisata Alam Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Objek Wisata Umbul Sidomukti Bandungan Semarang. *Jurnal Pariwisata Indonesia*. 10(1), 1-24.
- Sariana, O. :, Prima, H., & Daulay, P. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Objek Wisata Pantai Bali Lestari. *Jurnal Creative Agung*, 12(2), 1–19.

- Setiawan, W., & Istriani, E. (2022). Pengaruh *Electronic Word of Mouth* Dan *Panic Buying* Terhadap Keputusan Pembelian Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Riset Managemen Dan Bisnis*, 17(1), 11–22.
- Sidabutar, Y. S., Tambunan, R. A., & Novita, V. (2023). Pengaruh Atraksi, Amenitas Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Kebun Efi Siosar. *Konferensi Nasional Social Dan Engineering Politeknik Negeri Medan*, 299–308.
- Sudarwan, W. E., Zahra, S., Tabrani, M. B., & Bina Bangsa, U. (2021). Fasilitas, Aksesibilitas Dan Daya Tarik Wisata Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Wisatawan Pantai Sawarna Kabupaten Lebak. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(1), 284–294.
- Spillane, J. J. (1987). *Pariwisata Indonesia: sejarah dan prospeknya*. Kanisius.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.
- Sumayang, L. (2003). *Dasar-Dasar Manajemen Produksi dan Operasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Susanti, N. D., Aryati, I., & Damayanti, R. (2019). Historis, Daya Tarik Wisata Dan *Electronic Word of Mouth (E-Wom)* Terhadap Keputusan Berkunjung Di De Tjolomadoe. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 12(2), 2580–9539.
- Susianto, B., Johannes, J., & Yacob, S. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Amenitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Desa Wisata Kabupaten Kerinci. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(6), 592–605.
- Tantriana, D., & Widiartanto. (2019). Pengaruh Aksesibilitas, *Experiential Marketing* dan *Electronic Word of Mouth (Ewom)* Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali Melalui *Customer Satisfaction* Sebagai Variabel *Intervening*. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(3), 173–183.
- Widiati, F. A., & Oetarjo, M. (2022). The Influence of Price, Attractiveness, Accessibility on Decisions to Visit PPLH Seloliman Trawas Mojokerto Tourism. *Indonesian Journal of Law and Economics Review*, 15, 1–13.
- Yoeti, Oka. A. (1997). *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: Pradya Paramita.
- Zoo Gembira Loka. (2024). *Sejarah Gembira Loka Zoo*. Gembira Loka Zoo. <https://gembiralokazoo.com/about-us>