

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS DAN PERSEPSI
HARGA TIKET TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI DI
WISATA PERAHU KALIMAS KOTA SURABAYA**

Silvy Felysia Dwi Rukmana
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
silvyfely1020@gmail.com

Abdul Halik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
halik@untag-sby.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of service quality, facilities, and ticket price perception on the interest of tourists to revisit Kalimas Boat Tour in Surabaya. The study uses a quantitative approach with a causal design. Data were obtained by distributing questionnaires to tourists who had visited Kalimas Boat Tour using accidental sampling. Data analysis was performed using multiple linear regression with the help of SPSS software. The results showed that, partially, service quality and facilities had a positive and significant effect on the intention to revisit, while ticket price perception did not have a significant effect. Simultaneously, service quality, facilities, and ticket price perception significantly influence the intention to revisit. These findings indicate that improving service quality and providing adequate facilities are important factors in encouraging tourists to revisit, while the price aspect needs to be adjusted to align with tourists' perception of value.

Keywords: *Service Quality, Facilities, Price Perception, Willingness To Revisit.*

A. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara kepulauan yang sumber daya alamnya meliputi laut, sungai, pantai pasir dan daratan, sehingga dapat dimanfaatkan sebagai sumber potensi wisata. Di Indonesia industri pariwisata merupakan salah satu sektor yang memiliki peranan penting dalam pembangunan ekonomi suatu daerah melalui berbagai destinasi wisata yang tersebar di seluruh wilayah.

Kota Surabaya sebagai kota metropolitan dengan jumlah penduduk terbesar kedua di Indonesia, terus berinovasi dalam mengembangkan tempat wisata yang menarik dan berkelanjutan. Salah satu wisata unggulan yang baru saja diperkenalkan oleh Pemerintah Kota Surabaya adalah Wisata Perahu Kalimas. Sungai Kalimas yang mengalir melalui kota ini, memiliki makna sejarah dan menawarkan lanskap indah yang sempurna untuk mempromosikan pariwisata berkelanjutan (Nugroho, 2025). Wisata Perahu Kalimas mempunyai keunikan tersendiri yaitu objek wisata yang memungkinkan pengunjung untuk menelusuri wilayah Surabaya menggunakan perahu dan melintasi rute sungai yang tersedia. Keberadaan wisata perahu kalimas ini memberikan dampak positif bagi Kota Surabaya terutama dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) dalam

sektor pariwisata. Berikut ini merupakan jumlah Kunjungan Wisatawan Perahu Kalimas Pada tahun 2020-2024.



Gambar 1. Jumlah Kunjungan Wisata Perahu Kalimas Tahun 2020 – 2024
Sumber: Disbudporapar Kota Surabaya (2025)

Berdasarkan grafik di atas, data jumlah pengunjung wisata Perahu Kalimas menunjukkan penurunan pada tahun 2021 sebanyak 8.457 orang. Di tahun 2022, jumlah pengunjung meningkat menjadi 120.841 orang. Pada tahun 2023, jumlah pengunjung kembali naik hingga mencapai 170.923 orang. Peningkatan tersebut terjadi karena wisata Perahu Kalimas berhasil menarik minat wisatawan dan menjadi salah satu destinasi favorit di Kota Surabaya. Namun, di tahun 2024, jumlah pengunjung mengalami penurunan lagi, yaitu sebanyak 133.519 orang. Penurunan sekitar 21,8% dari tahun sebelumnya ini mengindikasikan bahwa daya tarik atau faktor pendorong minat berkunjung kembali wisatawan mulai melemah..

Kunjungan wisatawan ke suatu tempat wisata dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor. Kualitas pelayanan merupakan salah satunya, menurut (Dewiwati, 2023) Kualitas pelayanan merujuk pada kemampuan penyedia layanan untuk memberikan pelayanan yang sempurna guna memenuhi kebutuhan pelanggan dan ketepatan penyampaian untuk menyeimbangi harapan dari pelanggan atau konsumen. Oleh karena itu, jika pengunjung merasa dilayani dengan baik, maka akan timbul persepsi positif terhadap kualitas pelayanan tempat tersebut, sehingga mereka akan lebih percaya dan merasa aman untuk mengunjungi dan memungkinkan untuk berkunjung kembali dimasa yang akan datang (Timotius & Nainggolan, 2023). Namun, berdasarkan pengamatan awal terhadap ulasan daring, masih ditemukan keluhan mengenai kecepatan respons dan keramahan petugas di beberapa loket tiket, yang berpotensi mengurangi niat kembali.

Selain kualitas pelayanan, fasilitas juga akan menjadi peran penting bagi para wisatawan untuk berkunjung kembali ke tempat wisata tersebut. Fasilitas bisa diartikan sebagai sarana dan prasarana yang ada di sekitar lingkungan dengan tujuan memberikan pelayanan terbaik agar pengunjung merasa nyaman dan senang (Fishendra, 2022). Fasilitas merupakan sarana dan prasarana yang berperan penting dalam usaha meningkatkan kepuasan pengunjung (Lestari et al., 2022). Beberapa fasilitas yang disediakan oleh Wisata Perahu Kalimas Surabaya seperti, perahu wisata yang dilengkapi dengan jaket pelampung, toilet umum, area bermain anak,

spot foto, area parkir dan lainnya. Meskipun kelengkapan sudah ada, peneliti menduga terdapat isu pada kondisi dan kebersihan fasilitas umum, terutama toilet, serta keterbatasan area tunggu yang dapat memengaruhi kenyamanan dan minat wisatawan untuk datang lagi.

Persepsi wisatawan tentang harga di latar belakang oleh kondisi ekonomi dan lingkungan tiap individu yang berbeda-beda. Harga tiket juga menjadi salah satu pertimbangan utama bagi wisatawan dalam memutuskan untuk mengunjungi kembali suatu destinasi wisata. Harga tiket wisata yang diberlakukan dapat menciptakan berbagai 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 (Dinda, dkk., 2024). Harga tiket Wisata Perahu Kalimas Kota Surabaya bervariasi tergantung rute, berikut harga tiketnya:

Tabel 1. Harga Tiket Wisata Perahu Kalimas Kota Surabaya

NO.	RUTE	HARGA TIKET
1	Taman Prestasi - Museum Pendidikan	Rp7.000 / orang
2	Taman Prestasi - Monumen Kapal Selam	Rp10.000 / orang

Sumber: <https://tiketwisata.surabaya.go.id>

Wisatawan yang telah mengunjungi Wisata Perahu Kalimas Surabaya pasti memiliki pengalaman terkait kualitas pelayanan, fasilitas dan persepsi harga tiket, apabila pengalaman tersebut memuaskan, maka wisatawan cenderung akan memiliki niat yang kuat untuk kembali. Maka dari itu, penulis berasumsi bahwa untuk meningkatkan minat berkunjung kembali wisatawan diperlukan adanya kualitas pelayanan yang maksimal, fasilitas yang memadai dan harga tiket yang sepadan. Maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Persepsi Harga Tiket Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Wisata Perahu Kalimas Kota Surabaya.

B. TINJAUAN PUSTAKA

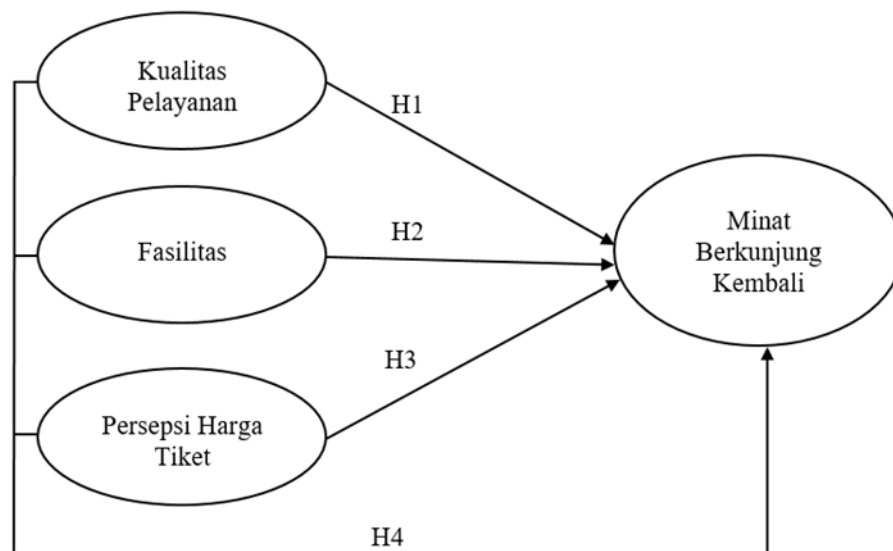
Menurut Dasriwahyuni & Firdaus (2020), kualitas pelayanan merupakan suatu proses dimana seseorang memberikan bantuan tidak berwujud kepada orang lain tanpa menimbulkan kepemilikan atas barang atau jasa, sehingga orang tersebut dapat memperoleh apa yang dibutuhkan. Kualitas pelayanan mencerminkan seluruh elemen yang berkaitan dengan pengalaman wisatawan selama berada di suatu destinasi, meliputi interaksi dengan petugas, kondisi sarana dan prasarana, tingkat kenyamanan, serta kemudahan dalam mengakses berbagai layanan yang disediakan (Thobari, et al., 2025). Selain itu, kualitas pelayanan diartikan sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan melalui penyampaian layanan yang tepat sehingga mampu memenuhi bahkan melampaui ekspektasi pengunjung (Absari, dkk., 2024).

Menurut Nurdiana dan Santoso (2023) Fasilitas di objek wisata merupakan sarana yang tersedia pada objek wisata agar dapat dinikmati oleh wisatawan selama melakukan kunjungan wisata. Menurut Siregar (2022) Fasilitas adalah barang atau benda fisik yang harus tersedia sebelum sebuah layanan dapat ditawarkan kepada

pelanggan, juga dapat berupa segala hal yang membantu pelanggan dalam mendapatkan kepuasan. Menurut Lestari et al (2022) fasilitas wisata berperan sebagai salah satu elemen yang mendorong rasa untuk ingin kembali berkunjung, karena dengan terpenuhinya fasilitas wisata yang baik bagi wisatawan akan membangkitkan motivasi untuk berkunjung kembali di wisata tersebut.

Menurut Tandibua dan Ninggolan (2023) Persepsi harga yang dimiliki oleh pelanggan terhadap suatu harga yang dianggap tinggi, rendah, atau masuk akal sangat berpengaruh terhadap keinginan mereka untuk membeli serta tingkat kepuasan mereka. Menurut Cindy (2023) Harga adalah jumlah uang yang dibayarkan konsumen untuk suatu produk atau jasa agar mendapatkan manfaat atau keuntungan dari menggunakan produk atau jasa tersebut. Menurut Sari dan Harti (2020) Harga merupakan keuntungan yang akan diperoleh dari barang atau jasa yang diinginkan, sehingga seseorang bisa membeli produk atau jasa tersebut.

Menurut Purwanto et al. (2025) Minat berkunjung kembali merupakan bentuk perilaku pengunjung terhadap suatu obyek wisata yang berasal dari pengalaman berkunjung sebelumnya, minat ini biasanya muncul sebagai respons terhadap suatu objek yang memicu keinginan wisatawan untuk kembali berkunjung dalam waktu tertentu. Menurut Riadi, dkk (2023) Minat berkunjung kembali merupakan pengalaman yang berulang dan dirasakan oleh wisatawan, yang membuat mereka merasa puas setelah berkunjung ke tempat wisata tersebut. Menurut Wisnu & Sholahuddin (2023) minat berkunjung kembali diartikan sebagai keinginan untuk merekomendasikan, karena wisatawan yang membuat rekomendasi kepada teman yang lain berarti mempunyai kepuasan dalam pengalaman perjalanannya.



Gambar 2. Kerangka Konseptual

- H₁: Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Minat Berkunjung Kembali di Wisata Perahu Kalimas Kota Surabaya
- H₂: Fasilitas berpengaruh terhadap Minat Berkunjung Kembali di Wisata Perahu Kalimas Kota Surabaya

- H₃: Persepsi Harga Tiket berpengaruh terhadap Minat Berkunjung Kembali di Wisata Perahu Kalimas Kota Surabaya
- H₄: Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Persepsi Harga Tiket berpengaruh secara simultan terhadap Minat Berkunjung Kembali di Wisata Perahu Kalimas Kota Surabaya

C. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian kausal. Lokasi penelitian adalah Wisata Perahu Kalimas Kota Surabaya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh wisatawan yang pernah berkunjung ke Wisata Perahu Kalimas. Sampel penelitian ditentukan menggunakan teknik accidental sampling dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disusun menggunakan skala Likert lima poin. Teknik analisis data meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, dan analisis regresi linear berganda. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t dan uji F dengan tingkat signifikansi 5%.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan	X1.1	0,349	0,196	Valid
	X1.2	0,609	0,196	Valid
	X1.3	0,625	0,196	Valid
	X1.4	0,710	0,196	Valid
	X1.5	0,532	0,196	Valid
	X1.6	0,549	0,196	Valid
	X1.7	0,602	0,196	Valid
	X1.8	0,603	0,196	Valid
	X1.9	0,588	0,196	Valid
	X1.10	0,551	0,196	Valid
	X1.11	0,548	0,196	Valid
	X1.12	0,607	0,196	Valid
	X1.13	0,578	0,196	Valid
	X1.14	0,606	0,196	Valid
	X1.15	0,582	0,196	Valid
Fasilitas	X2.1	0,679	0,196	Valid
	X2.2	0,621	0,196	Valid
	X2.3	0,681	0,196	Valid
	X2.4	0,730	0,196	Valid
	X2.5	0,744	0,196	Valid
	X2.6	0,726	0,196	Valid
	X2.7	0,598	0,196	Valid
	X2.8	0,588	0,196	Valid
	X2.9	0,776	0,196	Valid

Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Persepsi Harga Tiket	X3.1	0,817	0,196	Valid
	X3.2	0,759	0,196	Valid
	X3.3	0,700	0,196	Valid
	X3.4	0,711	0,196	Valid
	X3.5	0,756	0,196	Valid
	X3.6	0,529	0,196	Valid
	X3.7	0,756	0,196	Valid
	X3.8	0,740	0,196	Valid
	X3.9	0,672	0,196	Valid
	X3.10	0,811	0,196	Valid
	X3.11	0,51	0,196	Valid
	X3.12	0,714	0,196	Valid
Minat Berkunjung Kembali	Y.1	0,817	0,196	Valid
	Y.2	0,759	0,196	Valid
	Y.3	0,700	0,196	Valid
	Y.4	0,711	0,196	Valid
	Y.5	0,756	0,196	Valid
	Y.6	0,529	0,196	Valid
	Y.7	0,756	0,196	Valid
	Y.8	0,740	0,196	Valid
	Y.9	0,672	0,196	Valid
	Y.10	0,811	0,196	Valid
	Y.11	0,751	0,196	Valid
	Y.12	0,714	0,196	Valid

Pada tabel 2, menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan pada variabel independen maupun dependen telah memenuhi syarat validitas yaitu $r_{hitung} > r_{tabel}$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap pertanyaan pada indikator variabel kualitas pelayanan, fasilitas dan persepsi harga tiket terhadap minat berkunjung kembali valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	<i>Alpha</i>	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X_1)	0,856	0,60	Reliabel
Fasilitas (X_2)	0,853	0,60	Reliabel
Persepsi Harga Tiket (X_3)	0,919	0,60	Reliabel
Minat Berkunjung Kembali (Y)	0,893	0,60	Reliabel

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 3 dapat diketahui bahwa uji reliabilitas pada setiap variabel kualitas pelayanan, fasilitas, persepsi harga tiket dan minat berkunjung kembali dapat dikatakan reliabel karena nilai *Cronbach Alpha* $>$ *Alpha*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel pada penelitian ini dinyatakan konsisten atau reliabel.

Uji Normalitas

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		-0.0198388
	Std. Deviation		3.23442770
Most Extreme Differences	Absolute		0.088
	Positive		0.088
	Negative		-0.065
Test Statistic			0.088
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			0.056
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.		0.057
	99% Confidence Interval	Lower Bound	0.051
		Upper Bound	0.063

Berdasarkan pada tabel 4 diatas menyatakan bahwa nilai Monte Carlo Sig. (2-tailed) sebesar 0,057 yang artinya nilai ini lebih besar dari 0,05, sehingga hal ini dapat diartikan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

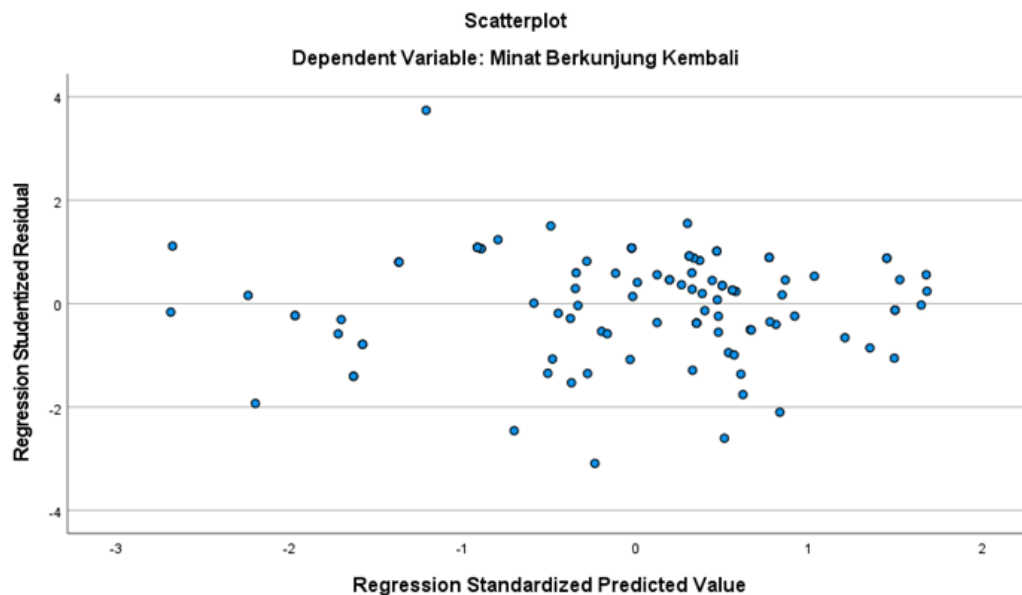
Multikolinearitas

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.150	3.616		0.871	0.386		
	Kualitas Pelayanan	0.319	0.089	0.338	3.591	0.001	0.393	2.546
	Fasilitas	0.515	0.149	0.391	3.461	0.001	0.274	3.654
	Persepsi Harga Tiket	0.149	0.086	0.161	1.730	0.087	0.401	2.492

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada tabel 5 variabel nilai *tolerance* pada masing-masing variabel bernilai (0.393, 0.274 dan 0.401 > 0.1). Selain itu, dapat dilihat berdasarkan nilai VIF masing-masing variabel bernilai (2.546, 3.564 dan 2.492 < 10.00). Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Hasil analisis pada gambar 3 menunjukkan bahwa titik-titik tersebar secara acak tanpa membentuk pola tertentu, yang mengindikasikan tidak adanya tanda-tanda heteroskedastisitas dalam penelitian ini.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 6. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.150	3.616		0.871	0.386
	Kualitas Pelayanan (X1)	0.319	0.089	0.338	3.591	0.001
	Fasilitas (X2)	0.515	0.149	0.391	3.461	0.001
	Persepsi Harga Tiket (X3)	0.149	0.086	0.161	1.730	0.087

- Nilai konstanta (α) bernilai 3,150 artinya jika kualitas pelayanan, fasilitas dan persepsi harga tiket dalam keadaan tetap atau tidak terjadi perubahan maka terjadi penurunan terhadap minat berkunjung kembali sebesar 3,150.
- Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X_1) sebesar 0,319 artinya jika variabel independen lainnya nilainya tetap dan kualitas pelayanan mengalami peningkatan satu satuan maka akan meningkatkan minat berkunjung kembali (Y) sebesar 0,319.
- Nilai koefisien regresi variabel fasilitas (X_2) sebesar 0,515 artinya jika variabel independen lainnya nilainya tetap dan fasilitas mengalami peningkatan satu satuan maka akan meningkatkan minat berkunjung kembali (Y) sebesar 0.515.

- d. Nilai koefisien regresi variabel persepsi harga tiket (X_3) sebesar 0,149 artinya jika variabel independen lainnya nilainya tetap dan persepsi harga tiket mengalami peningkatan satu satuan maka akan meningkatkan minat berkunjung kembali (Y) sebesar 0.149.

Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 7. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.816 ^a	0.665	0.655	3.25816

Berdasarkan pada tabel 7 menunjukkan besarnya pengaruh variabel kualitas pelayanan, fasilitas, dan persepsi harga tiket terhadap minat berkunjung kembali ditunjukkan melalui besarnya nilai koefisien determinasi (Adjusted R Square) yaitu sebesar 0,655. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) yaitu sebesar 65,5% sedangkan untuk sisanya sebesar 34,5% masih dipengaruhi oleh variabel lain diluar model yang diteliti pada penelitian ini.

Uji Parsial (Uji t)

Tabel 8. Hasil Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Model	t	Sig.
(Constant)	0,871	0,386
Kualitas Pelayanan	3.593	< 0,001
Fasilitas	3,461	< 0,001
Persepsi Harga Tiket	1,730	0,087

Berdasarkan tabel 8 memberikan koefisien t_{hitung} pada masing-masing variabel X, untuk menentukan t_{tabel} dapat diperoleh dengan rumus $df = n - k - 1$ ($100 - 3 - 1 = 96$) dimana $t_{tabel} = 1.985$. Kriteria pengujian yaitu apabila nilai signifikan < 0,05 dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan sebaliknya. Berikut hasil perbandingan t_{hitung} dan t_{tabel} pada penelitian ini:

Tabel 9. Hasil perbandingan t_{hitung} dan t_{tabel} Uji t

Variabel	t _{hitung}	t _{tabel}	Sig.	Keterangan
Kualitas Pelayanan	3,591	1,986	< 0,001	$t_{tabel} > t_{hitung}$
Fasilitas	3,461	1,986	< 0,001	$t_{tabel} > t_{hitung}$
Persepsi Harga Tiket	1,730	1,986	0,087	$t_{tabel} < t_{hitung}$

Berdasarkan pada tabel 9 dapat dinyatakan sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) terhadap Minat Berkunjung Kembali (Y)
 Dari tabel 4.20 diatas dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} variabel kualitas pelayanan (X_1) sebesar 3,591 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,985 serta signifikasi sebesar < 0,001. Maka H_0 ditolak dan dapat diartikan variabel kualitas pelayanan (X_1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berkunjung kembali (Y) karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikasi < 0,05.
2. Pengaruh Fasilitas (X_2) terhadap Minat Berkunjung Kembali (Y)

Dari tabel 4.20 diatas dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} variabel fasilitas (X_2) sebesar 3,461 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,985 serta signifikasi sebesar $< 0,001$. Maka H_0 ditolak dan dapat diartikan variabel fasilitas (X_2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berkunjung kembali (Y) karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikasi $< 0,05$.

3. Pengaruh Lokasi (X_3) terhadap Keputusan Berkunjung (Y)

Pada tabel 4.20 dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} variabel persepsi harga tiket (X_3) sebesar 1,730 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,985 serta signifikasi sebesar 0,087. Maka H_0 diterima dan dapat diartikan variabel persepsi harga tiket (X_3) tidak berpengaruh yang signifikan terhadap minat berkunjung kembali (Y) karena nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai signifikasi > 0.05 .

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 10. Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2026.459	3	675.486	63.631	.000 ^b
	Residual	1019.101	96	10.616		
	Total	3045.560	99			

Berdasarkan tabel 10 Uji F variabel kualitas pelayanan, fasilitas dan persepsi harga tiket memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali. F_{hitung} 63,631, sedangkan nilai F_{tabel} yang didapat dari tabel statistic adalah 2,69. Sehingga didapatkan hasil $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $63,631 > 2,69$ dengan nilai signifikansi sebesar $0.00 < 0,05$. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa secara simultan kualitas pelayanan (X_1), fasilitas (X_2) dan persepsi harga tiket (X_3) berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali (Y) pada Wisata Perahu Kalimas Kota Surabaya.

E. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh mengenai pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan persepsi harga tiket terhadap minat berkunjung kembali di Wisata Perahu Kalimas Kota Surabaya, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hipotesis pertama, variabel kualitas pelayanan lebih besar dari t_{tabel} . Maka apabila ada sedikit saja perubahan yang terjadi pada kualitas pelayanan, maka minat berkunjung kembali akan ikut berubah sesuai besaran perubahan kualitas pelayanan.
2. Hipotesis kedua, variabel fasilitas lebih besar dari t_{tabel} . Maka apabila ada sedikit saja perubahan yang terjadi pada fasilitas, maka minat berkunjung kembali akan ikut berubah sesuai besaran perubahan fasilitas.
3. Hipotesis ketiga, variabel persepsi harga tiket lebih besar dari t_{tabel} . Maka apabila ada sedikit saja perubahan yang terjadi pada persepsi harga tiket, maka minat berkunjung kembali akan ikut berubah sesuai besaran perubahan persepsi harga tiket.
4. Hipotesis keempat, variabel kualitas pelayanan, fasilitas dan persepsi harga tiket berpengaruh secara simultan terhadap minat berkunjung kembali pada Wisata Perahu Kalimas Kota Surabaya, diterima. Dengan hasil Uji Simultan

(F) nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dalam menciptakan minat berkunjung kembali sangat penting bagi objek wisata untuk mengetahui dan memperhatikan faktor-faktor yang memengaruhi minat berkunjung kembali yaitu kualitas pelayanan, fasilitas dan persepsi harga tiket.

DAFTAR PUSTAKA

- Absari, R., Thrifty Harianja, & Nawang Kalbuana. (2024). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Pada Bandar Udara: Faktor Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Harga Tiket. *Journal of Management and Innovation Entrepreneurship (JMIE)*, 1(4), 692–701. <https://doi.org/10.59407/jmie.v1i4.902>
- Cindy Dwi, I. (2023). Pengaruh Harga Tiket, Fasilitas dan Daya Tarik terhadap Kepuasan Wisatawan di Pantai Pangandaran Provinsi Jawa Barat (Doctoral dissertation, UIN Prof. KH Saifuddin Zuhri).
- Dinda Azolla Yundi Afi, Novita Putri Diantanti, & Anwar Hakim Darajat. (2024). Pengaruh Diversifikasi Produk, Daya Tarik Wisata dan Harga Tiket terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan. *Tamasya : Jurnal Pariwisata Indonesia*, 1, 11–21.
- Nugroho, T., Adinugroho, S., Faskahariyanto, K., Prakoso, Y., & Mulyomo, A. A. E. (2025). Pariwisata Sungai Kalimas Sebagai Salah Satu Destinasi Pariwisata Berkelanjutan Di Surabaya. *Jurnal Lentera Bisnis*, 14(2), 2900–2904. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v14i2.1714>
- Nurdiana, N., & Santoso, A. (2023). Pengaruh Harga Tiket, Fasilitas Objek Wisata, Dan Keamanan Terhadap Minat Berwisata Di Objek Wisata Telaga Ngebel. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 6(1), 40. <https://doi.org/10.30587/jre.v6i1.5187>
- Purwanto, H., Juliyanti, W., Sidanti, H., & Realita, T. N. (2025). Analisis Fasilitas, Harga Tiket, Daya Tarik dan Souvenir Shopping Pengaruhnya Terhadap Minat Berkunjung Kembali pada Obyek Wisata Telaga Sarangan Magetan. *jesya*, 8(2), 1050–1061. <https://doi.org/10.36778/jesya.v8i2.2144>
- Riadi, D., Permadi, L. A., & Retnowati, W. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Ke Desa Wisata Hijau Bilebante Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Wisatawan: Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Ke Desa Wisata Hijau Bilebante Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Riset Pemasaran*, 2(2), 38–49. <https://doi.org/10.29303/jrp.v2i2.2678>
- Sari, V. F. S. (2020). Pengaruh Harga Tiket Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Obyek Wisata Ubalan Waterpark Pacet Mojokerto. 08(01)
- Siregar, N., Elfikri, M., & Daulay, R. (2022). Pengaruh Lokasi. Promosi, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Sosial dan Ekonomi*, 3(1).
- Tandibua, R. B., & Nainggolan, B. M. (n.d.). *Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Di Air Asia Indonesia*.

- Thobari, M. B., Halik, A., & Fianto, A. Y. A. (2025). *The effect of service quality and destination image on interest in visiting again with visitor confidence as a mediating variable at Ria Beach Kenjeran Surabaya. Journal of Social Interactions and Humanities (JSIH)*, 4(2), 523–538. <https://doi.org/10.55927/jsih.v4i2.341>
- Wisnu, I. A., & Sholahuddin, M. (2023). Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Ke Obyek Wisata Waduk Kedung Ombo. *VALUE*, 4(1), 13–33. <https://doi.org/10.36490/value.v4i1.717>